

II FRAMEWORK <IR>  
INTERNAZIONALE



# INFORMAZIONI SULL'IIRC

L'International Integrated Reporting Council (IIRC) è un ente globale composto da organismi regolatori, investitori, aziende, enti normativi, professionisti operanti nel settore della contabilità e ONG. Tutti i componenti dell'ente concordano sul fatto che la comunicazione sulla creazione del valore debba essere il passo successivo dell'evoluzione del reporting aziendale.

Il Framework Internazionale è stato definito con l'obiettivo di soddisfare questa esigenza e di porre le basi per il futuro del reporting aziendale.

Sul sito [www.theiirc.org](http://www.theiirc.org) sono disponibili ulteriori informazioni sull'IIRC, tra cui:

- Le origini dell'IIRC
- La sua missione, la sua visione e i suoi obiettivi
- La sua struttura partecipativa e l'adesione dei gruppi che hanno contribuito alla redazione del presente Framework
- Il processo autorizzativo.

L'IIRC non si assume alcuna responsabilità per i danni provocati alle persone che agiscono (o si astengono dall'agire) conformemente al materiale incluso nella presente pubblicazione, indipendentemente dal fatto che tali danni siano provocati da negligenza o da altri fattori.

Copyright © dicembre 2013 International Integrated Reporting Council ("IIRC"). Tutti i diritti riservati. Sono autorizzate copie del presente lavoro, a condizione che siano eseguite per uso personale o didattico e che non vengano vendute o divulgate, e a patto che ciascuna copia riporti la seguente nota sul copyright: "Copyright © dicembre 2013 International Integrated Reporting Council ("IIRC"). Tutti i diritti riservati. Materiale utilizzato con il benessere dell'IIRC. Contattare l'IIRC ([info@theiirc.org](mailto:info@theiirc.org)) per ottenere l'autorizzazione alla riproduzione, all'archiviazione, alla trasmissione o ad altri usi del presente documento". In caso contrario, a eccezione di quanto consentito dalla legge, è necessario ottenere l'autorizzazione scritta da parte dell'IIRC per riprodurre, archiviare, trasmettere, o per qualsiasi altro uso del presente documento. Contatti: [info@theiirc.org](mailto:info@theiirc.org).

# INFORMAZIONI SUL REPORTING INTEGRATO

La visione a lungo termine dell'IIRC è un mondo in cui il pensare integrato sia parte delle principali pratiche aziendali dei settori pubblico e privato, e che sia agevolato dall'aver il reporting integrato (<IR>) come standard di reportistica societaria e aziendale. Il ciclo del pensare integrato e del reporting integrato agirà da elemento trainante della stabilità e della sostenibilità finanziaria fornendo un'allocazione del capitale efficiente e produttiva.

L'<IR> ha l'obiettivo di:

- Migliorare la qualità delle informazioni trasmesse ai fornitori di capitale finanziario, al fine di consentire un'allocazione di capitale più efficiente e produttiva
- Promuovere un approccio più coeso ed efficiente al reporting aziendale, facendo sì che attinga a diversi elementi di reportistica e che trasmetta una vasta gamma di fattori che influiscono significativamente sulla capacità di un'organizzazione di produrre valore nel tempo
- Rafforzare l'"accountability" e la responsabilità di gestione delle diverse forme di capitale (finanziario, produttivo, intellettuale, umano, sociale, relazionale e naturale) e indirizzare la comprensione dell'interdipendenza tra esse
- Sostenere il pensare integrato, il processo decisionale e le azioni mirate alla creazione di valore nel breve, medio e lungo termine.

L'<IR> è coerente con l'evoluzione del reporting aziendale che ha luogo in diversi sistemi giuridici in tutto il mondo. L'<IR>, fornendo una guida basata su "principi" alle aziende e alle organizzazioni che desiderano redigere report integrati, è destinato ad accelerare tali iniziative individuali e a stimolare l'innovazione nel reporting aziendale a livello globale, consentendo in tal modo di sfruttare i vantaggi offerti dal processo di <IR>, inclusa la maggiore efficienza del processo di reporting stesso.

Si prevede che, con il passare del tempo, il processo di <IR> si imporrà come lo standard di reporting aziendale. In tale scenario, le organizzazioni non produrranno più molteplici documenti di comunicazione, statici e privi di connessione tra loro. Questi risultati verranno raggiunti ricorrendo al "pensare integrato" e applicando principi di reporting quali, ad esempio, la connettività delle informazioni.

Sebbene il processo di <IR> sia coerente con i progressi del reporting, finanziario e non-finanziario, un report integrato si differenzia dagli altri report e dalle altre comunicazioni sotto diversi aspetti. In particolare esso si focalizza sulla capacità di un'organizzazione di creare valore nel breve, medio e lungo termine. In tal modo esso valorizza:

- La sinteticità, il focus strategico, l'orientamento al futuro e la connettività di informazioni e capitali, con le reciproche interdipendenze
- L'importanza del pensare integrato all'interno dell'organizzazione.

Il pensare integrato consiste nella considerazione delle relazioni fra le unità operative e le funzioni di un'organizzazione, così come dei capitali che quest'ultima utilizza o influenza. Il pensare integrato conduce ad un processo decisionale integrato e ad azioni mirate alla creazione di valore nel breve, medio e lungo termine.

Il pensare integrato tiene conto delle connessioni e delle interdipendenze tra i numerosi fattori che influiscono sulla capacità di un'organizzazione di creare valore nel tempo, inclusi:

- I capitali che l'organizzazione utilizza o sui quali produce impatti, e le interdipendenze, inclusi i trade-off, critiche tra di loro.
- La capacità di un'organizzazione di rispondere alle esigenze e agli interessi legittimi degli stakeholder chiave
- Le modalità con cui un'organizzazione adatta il proprio modello di business e la propria strategia per rispondere all'ambiente esterno e ai rischi e alle opportunità che le si presentano
- Gli elementi che promuovono le attività, le performance (finanziarie e non-finanziarie) e i risultati dell'organizzazione in termini di capitali presenti, passati e futuri.

Più un'organizzazione è in grado di incorporare il pensare integrato nelle proprie attività, più ad essa risulta naturale applicare il concetto di connettività delle informazioni nel reporting direzionale, nelle analisi e nel processo decisionale. Tale approccio consente inoltre di integrare in modo più efficace i sistemi informativi che supportano le attività di reporting e le comunicazioni interne ed esterne, inclusa la preparazione del report integrato.

<b>EXECUTIVE SUMMARY</b>	<b>6</b>
<b>PARTE I - INTRODUZIONE</b>	<b>6</b>
<b>1. L'UTILIZZO DEL FRAMEWORK</b>	<b>7</b>
A Definizione di report integrato	7
B Obiettivi del Framework	7
C Scopo e destinatari del reporting integrato	7
D Un approccio basato su principi	7
E Tipi di report e relazioni con altre fonti informative	8
F Applicazione del Framework	8
G La responsabilità del report integrato	9
<b>2. CONCETTI FONDAMENTALI</b>	<b>10</b>
A Introduzione	10
B La creazione di valore per l'organizzazione e per altri enti	10
C I capitali	11
D Il processo di creazione del valore	13
<b>PARTE II - IL REPORT INTEGRATO</b>	<b>15</b>
<b>3. PRINCIPI GUIDA</b>	<b>16</b>
A Focus strategico e orientamento al futuro	16
B Connettività delle informazioni	16
C Relazioni con gli stakeholder	17
D Materialità	18
E Sinteticità	21
F Attendibilità e completezza	21
G Coerenza e comparabilità	22
<b>4. ELEMENTI DEL CONTENUTO</b>	<b>24</b>
A Presentazione dell'organizzazione e dell'ambiente esterno	24
B Governance	25
C Modello di business	25
D Rischi e opportunità	27
E Strategia e allocazione delle risorse	27
F Performance	28
G Prospettive	28
H Base di preparazione e presentazione	29
I Indicazioni generali sul reporting	30
<b>GLOSSARIO</b>	<b>33</b>
<b>APPENDICE - RIEPILOGO DEI REQUISITI</b>	<b>34</b>

Il reporting integrato (<IR>) intende promuovere un approccio più coeso ed efficiente al reporting aziendale e migliorare la qualità delle informazioni trasmesse ai fornitori di capitale finanziario, consentendo loro un'allocazione di capitale più efficiente e produttiva.

La visione a lungo termine dell'IIRC è un mondo nel quale i principali attori del mondo del business, pubblico e privato, pensano in modo integrato facilitati, in questo, dall'utilizzo del reporting integrato (<IR>) come standard di reporting.

## IL REPORT INTEGRATO

Lo scopo principale di un report integrato consiste nel dimostrare ai fornitori di capitale finanziario come un'organizzazione è in grado di creare valore nel tempo. Un report integrato offre vantaggi a tutti gli stakeholder interessati alla capacità di un'organizzazione di creare valore nel tempo, tra cui i dipendenti, i clienti, i fornitori, i partner commerciali, le comunità locali, i legislatori, gli organismi di regolamentazione e i responsabili delle decisioni politiche.

Il Framework <IR> Internazionale (Il Framework) adotta un approccio basato su principi. L'obiettivo consiste nel raggiungere un equilibrio tra flessibilità e requisiti, in modo da esaminare le numerose varianti introdotte dalle circostanze specifiche delle singole organizzazioni e, al contempo, garantire un livello di comparabilità fra organizzazioni sufficiente a soddisfare le esigenze di informazioni rilevanti. Piuttosto che stabilire specifici indicatori di performance, metodi di misurazione o indicare di quali singole questioni si debba fornire informazione, vengono presentati alcuni requisiti da applicare affinché un report integrato possa essere considerato conforme al Framework.

Un report integrato può essere redatto in quanto previsto da normative esistenti, ma può essere anche predisposto quale documento autonomo o come sezione di rilievo, distintiva e di facile comprensione di un altro report o di altra forma di comunicazione. Deve includere, a titolo transitorio e applicando l'approccio "comply or explain" ("rispetta o spiega"), una dichiarazione in cui i componenti la governance riconoscono la propria responsabilità in merito al report.

## CONCETTI FONDAMENTALI

Un report integrato intende fornire informazioni dettagliate sulle risorse utilizzate e sulle relazioni sulle quali un'organizzazione genera delle influenze. Nel presente Framework esse vengono chiamate "capitali". Il report integrato, inoltre, mira a illustrare le modalità con cui un'organizzazione interagisce con l'ambiente esterno e quali sono i capitali impiegati per creare valore nel breve, medio e lungo termine.

I capitali sono stock di valore che vengono incrementati, ridotti o trasformati dall'attività e dagli output dell'organizzazione. In questo Framework i capitali vengono suddivisi in diversi tipi (finanziario, produttivo, intellettuale, umano, sociale, relazionale e naturale), anche se le organizzazioni che preparano un report integrato non devono necessariamente adottare tale suddivisione né strutturare il proprio report basandosi su questi tipi di capitale.

La capacità di un'organizzazione di creare valore per se stessa consente ai fornitori di capitale finanziario di realizzare un ritorno economico. Tale capacità è associata al valore creato dall'organizzazione per gli stakeholder e per la società in senso lato attraverso un'ampia gamma di attività, interazioni e relazioni. Quando queste ultime influiscono significativamente sulla capacità di creare valore per l'organizzazione stessa, esse vengono incluse nel report integrato.

## IL FRAMEWORK

Lo scopo del presente Framework consiste nel definire i Principi Guida e gli elementi che determinano il contenuto generale di un report integrato e nell'illustrare i concetti fondamentali di tali principi ed elementi. Il Framework:

- Identifica le informazioni che vanno inserite in un report integrato con l'intento di valutare la capacità dell'organizzazione di creare valore; esso, tuttavia, non definisce un benchmark per aspetti come la qualità della strategia di un'organizzazione o il livello delle sue performance
- Il Framework può essere applicato e adattato anche al settore pubblico e alle organizzazioni not-for-profit, nonostante sia principalmente destinato al settore privato e alle organizzazioni for-profit di ogni dimensione.

### PRINCIPI GUIDA

La preparazione di un report integrato deve essere basata sui seguenti Principi Guida, che determinano il contenuto del report e la modalità di presentazione delle informazioni:

- *Focus strategico e orientamento al futuro:* un report integrato deve fornire informazioni dettagliate sulla strategia dell'organizzazione e su come tale strategia influisca sia sulla sua capacità di creare valore nel breve, medio e lungo termine, sia sull'uso dei capitali e sugli effetti prodotti su di essi
- *Connettività delle informazioni:* un report integrato deve rappresentare un quadro olistico della combinazione, delle correlazioni e delle dipendenze tra i fattori che influiscono sulla capacità dell'organizzazione di creare valore nel tempo
- *Relazioni con gli stakeholder:* un report integrato deve fornire informazioni dettagliate sulla natura e sulla qualità delle relazioni dell'organizzazione con i propri stakeholder chiave e illustrare in che modo e fino a che punto l'organizzazione comprende, considera e risponde alle loro esigenze e ai loro interessi legittimi
- *Materialità:* un report integrato deve fornire informazioni sugli aspetti che influiscono in modo significativo sulla capacità dell'organizzazione di creare valore nel breve, medio e lungo termine
- *Sinteticità:* un report integrato deve essere un documento conciso
- *Attendibilità e completezza:* un report integrato deve contenere tutte le questioni materiali, sia positive sia negative, in modo equilibrato e senza errori materiali
- *Coerenza e comparabilità:* le informazioni incluse in un report integrato devono essere presentate: (a) su una base temporale coerente (b) in un formato tale da consentire il confronto con altre organizzazioni, nella misura in cui quest'ultimo risulti utile all'organizzazione per creare valore nel tempo.

### CONTENUTO

Un report integrato include otto Contenuti strettamente legati fra loro e che possono essere presentati contemporaneamente:

- *Presentazione dell'organizzazione e dell'ambiente esterno:* che cosa fa l'organizzazione e in quali circostanze opera?
- *Governance:* in che modo la struttura di governance dell'organizzazione sostiene la sua capacità di creare valore nel breve, medio e lungo termine?
- *Modello di business:* qual è il modello di business dell'organizzazione?
- *Rischi e opportunità:* quali sono le opportunità e i rischi specifici che influiscono sulla capacità dell'organizzazione di creare valore nel breve, medio o lungo termine e in che modo essi vengono da questa gestiti?
- *Strategia e allocazione delle risorse:* quali sono gli obiettivi dell'organizzazione e come intende raggiungerli?
- *Performance:* in quale misura l'organizzazione ha raggiunto i propri obiettivi strategici relativi al periodo di riferimento e quali sono i risultati ottenuti in termini di effetti sui capitali?
- *Prospettive:* quali sfide e quali incertezze dovrà probabilmente affrontare l'organizzazione nell'attuazione della propria strategia e quali sono le potenziali implicazioni per il suo modello di business e per le sue performance future?
- *Base di presentazione:* in che modo l'organizzazione determina gli aspetti da includere nel report integrato e come vengono quantificati e valutati tali aspetti?

# PARTE I

# INTRODUZIONE

## 1A Definizione di report integrato

- 1.1 Un report integrato è una comunicazione sintetica che illustra come la strategia, la governance, le performance e le prospettive di un'organizzazione consentono di creare valore nel breve, medio e lungo periodo nel contesto in cui essa opera.
- 1.2 Un report integrato deve essere preparato conformemente al presente Framework.

## 1B Obiettivi del Framework

- 1.3 L'obiettivo del presente Framework consiste nel definire i Principi Guida e i Contenuti che determinano il contenuto generale di un report integrato e nell'illustrarne i concetti fondamentali.
- 1.4 Sebbene sia destinato soprattutto al settore privato e a società for-profit di ogni dimensione, il Framework può essere applicato e adattato secondo le necessità, anche al settore pubblico e alle organizzazioni not-for-profit.
- 1.5 Il presente Framework identifica le informazioni da inserire in un report integrato con l'intento di valutare la capacità dell'organizzazione di creare valore, senza tuttavia definire benchmark per aspetti come la qualità della strategia di un'organizzazione o il livello delle sue performance.
- 1.6 Nel presente Framework, i riferimenti alla creazione di valore:
  - Includono i casi in cui il valore resta invariato e quando si riduce (vedere paragrafo [2.14](#))
  - Riguardano la creazione del valore nel tempo (nel breve, medio e lungo termine).

## 1C Scopo e destinatari del report integrato

- 1.7 Lo scopo principale di un report integrato consiste nel dimostrare ai fornitori di capitale finanziario come un'organizzazione è in grado di creare valore nel tempo. Pertanto il report contiene informazioni rilevanti, sia di tipo finanziario sia di tipo non-finanziario.
- 1.8 Un report integrato offre riscontri a tutti gli stakeholder interessati alla capacità di un'organizzazione di creare valore nel tempo, quali i dipendenti, i clienti, i fornitori, i partner commerciali, le comunità locali, i legislatori, gli organismi di regolamentazione e i responsabili delle decisioni politiche.

## 1D Un approccio basato su principi

- 1.9 Il Framework adotta un approccio basato su principi. L'approccio basato su principi intende raggiungere un equilibrio tra flessibilità e requisiti, in modo da tenere conto delle numerose varianti introdotte dalle circostanze specifiche delle singole organizzazioni e, al contempo, garantire un livello di comparabilità fra organizzazioni sufficiente a soddisfare le esigenze derivanti dalla necessità di disporre di informazioni rilevanti.
- 1.10 Il presente Framework non prescrive di rappresentare indicatori chiave di performance (KPI, Key Performance Indicator), né di utilizzare specifici metodi di misurazione, né di rendicontare su singoli aspetti. Pertanto, i responsabili della preparazione e della presentazione del report integrato devono esaminare le circostanze specifiche dell'organizzazione al fine di identificare in modo pertinente:
  - Gli aspetti più materiali
  - Le modalità di divulgazione di tali aspetti, inclusa l'adozione di metodi di misurazione e di modalità di rappresentazione generalmente accettati. Se le informazioni di un report integrato sono simili ad altre informazioni pubblicate dall'organizzazione, o si basano su queste altre, il report deve essere preparato sulla stessa base informativa o essere facilmente riconciliabile con le stesse.

### Informazioni quantitative e qualitative

1.11 Gli indicatori quantitativi, come i KPI e le metriche monetarie, e il contesto in cui vengono forniti possono essere molto importanti per illustrare sia il modo in cui un'organizzazione crea valore sia le modalità in cui impiega capitali e gli effetti generati su di questi. Mentre gli indicatori quantitativi sono sempre inclusi in un report integrato, può essere pertinente:

- Combinare dati quantitativi e qualitativi in modo da comunicare nel modo più opportuno la capacità dell'organizzazione di creare valore (consultare anche il paragrafo 3.8 sulla connettività tra le informazioni quantitative e qualitative)
- Un report integrato non mira a quantificare o determinare in termini monetari il valore dell'organizzazione in un dato momento, il valore creato in un determinato periodo o gli utilizzi e gli effetti sulle forme di capitale. (Consultare anche il paragrafo 4.53 per conoscere le caratteristiche comuni degli indicatori quantitativi appropriati).

### 1E Tipi di report e relazioni con le altre informazioni

- 1.12 *Un report integrato deve essere una forma di comunicazione definita e identificabile come tale.*
- 1.13 Un report integrato non può limitarsi a un semplice riepilogo dei dati delle altre comunicazioni (ad esempio rendiconti finanziari, report di sostenibilità, incontri con gli analisti e dati dei siti web), ma deve essere in grado di rendere esplicita la connettività delle informazioni, al fine di comunicare il modo in cui viene creato valore nel tempo.
- 1.14 Un report integrato può essere preparato per rispondere a requisiti normativi esistenti. Ad esempio, le leggi locali potrebbero richiedere a un'organizzazione di redigere una relazione sulla gestione, o un altro report, che fornisce elementi di contesto al bilancio d'esercizio. Se tale documento viene inoltre preparato conformemente al presente Framework, può essere considerato un report integrato. Se in questa relazione è necessario includere informazioni specifiche oltre a quelle richieste dal presente Framework, il documento può essere comunque considerato un report integrato, sempre che l'aggiunta di tali informazioni non influisca negativamente sul carattere conciso richiesto dal Framework.

- 1.15 Un report integrato può essere redatto come documento autonomo o come sezione distinguibile, rilevante e disponibile di un altro report o di un altro tipo di comunicazione societaria. Ad esempio, può essere incluso nella parte iniziale di un report che contiene anche i rendiconti finanziari dell'organizzazione.
- 1.16 Un report integrato può costituire il punto di accesso ad informazioni più dettagliate, non appartenenti alla comunicazione in oggetto, di cui può costituire il punto di raccordo. Il tipo di raccordo dipende dalla forma del report integrato (ad esempio, per un report cartaceo, le informazioni aggiuntive possono essere inserite in un'appendice, mentre un report basato sul Web può includere un collegamento ipertestuale ai dati aggiuntivi).

### 1F Applicazione del Framework

- 1.17 *Qualsiasi documento che si definisce un report integrato e che contiene riferimenti al Framework deve rispettare tutti i requisiti evidenziati in corsivo grassetto, tranne nel caso in cui:*
- *L'indisponibilità di dati affidabili, o la presenza di norme restrittive specifiche, non consenta la divulgazione di informazioni materiali*
  - *La divulgazione delle informazioni materiali potrebbe determinare danni alla competitività dell'organizzazione. (Vedere paragrafo 3.51.)*
- 1.18 *In caso di indisponibilità di dati affidabili o in presenza di norme restrittive specifiche, un report integrato è tenuto a:*
- *Indicare la natura delle informazioni omesse*
  - *Spiegare i motivi dell'omissione*
  - *In caso di dati non disponibili, specificare le misure adottate per ottenere i dati e i tempi previsti per ottenerli.*

### Indicazioni generali

- 1.19 I contenuti del presente Framework non evidenziati in corsivo grassetto forniscono indicazioni generali su come applicare i requisiti. Non è necessario includere in un report integrato tutti gli aspetti menzionati nelle indicazioni generali.

## 1. L'UTILIZZO DEL FRAMEWORK (CONTINUA)

### 1G La responsabilità del report integrato

1.20 *Un report integrato deve contenere una dichiarazione da parte dei componenti la governance, in cui devono essere presenti i seguenti elementi:*

- *Una dichiarazione della loro responsabilità che assicuri la rispondenza al vero del report integrato*
- *Una dichiarazione della loro responsabilità sull'aver adottato un approccio condiviso alla preparazione e presentazione del report integrato*
- *Un'attestazione, o un'affermazione, sul fatto che il report sia redatto conformemente al presente Framework*

*o, in mancanza di una tale dichiarazione, esso deve illustrare i seguenti aspetti:*

- *Il ruolo svolto dai componenti la governance nella preparazione e presentazione del report*
- *Le misure che si stanno adottando per includere tale dichiarazione nei report successivi*
- *I tempi previsti per includere la dichiarazione, che non possono superare la presentazione del terzo report integrato dell'organizzazione conforme al presente Framework.*

## 2. CONCETTI FONDAMENTALI



2.1 I concetti fondamentali illustrati in questo capitolo sostengono e rafforzano i requisiti e le indicazioni generali del Framework.

### 2A Introduzione

2.2 Un report integrato illustra il modo in cui un'organizzazione crea valore nel tempo. Il valore non viene unicamente creato all'interno o da una organizzazione individualmente. Esso è:

- Influenzato dall'ambiente esterno
- Creato attraverso le relazioni con gli stakeholder
- Derivante da diverse fonti.

2.3 Di conseguenza, un report integrato mira a fornire informazioni dettagliate sui seguenti aspetti:

- L'ambiente esterno, che influisce sull'organizzazione
- Le risorse e le relazioni utilizzate e influenzate dall'organizzazione, che in questo Framework vengono denominate capitali, e sono suddivise nella [Sezione 2C](#) in diversi tipi: finanziarie, produttive, intellettuali, umane, sociali e relazionali, e naturali
- La modalità con cui l'organizzazione interagisce con l'ambiente esterno e i capitali per creare valore nel breve, medio e lungo termine.

### 2B La creazione di valore per l'organizzazione e per altre entità

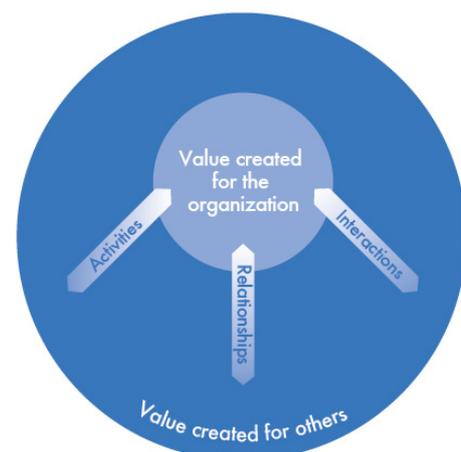
2.4 Il valore creato da un'organizzazione nel tempo si manifesta attraverso gli aumenti, le riduzioni o le trasformazioni dei capitali provocati dalle attività aziendali e dai relativi output. Tale valore presenta due aspetti interconnessi, il valore creato per:

- L'organizzazione stessa, che consente ai fornitori di capitale finanziario di conseguire ritorni economici
- Altre entità (ad esempio gli stakeholder e la società in generale).

2.5 I fornitori di capitali finanziari sono interessati al valore che l'organizzazione crea per se stessa. Sono inoltre interessati al valore che l'organizzazione crea per altre entità se tale aspetto influisce sulla capacità dell'organizzazione di creare valore per sé o se tale aspetto rientra nel quadro di un obiettivo specifico dell'organizzazione (ad esempio uno scopo sociale esplicito) in grado di influire sulla valutazione della stessa.

2.6 La capacità di un'organizzazione di creare valore per sé è collegata alla capacità di creare valore per altre entità. Come illustrato nella Figura 1, tale aspetto si realizza attraverso un'ampia gamma di attività, interazioni e relazioni, che si vanno ad aggiungere a quelle attività, come ad esempio le vendite ai clienti, che hanno impatti diretti sulle variazioni del capitale finanziario. Alcuni esempi includono gli effetti del business dell'organizzazione e dei suoi output sulla soddisfazione dei clienti, la disponibilità dei fornitori a stringere accordi con l'organizzazione e i termini e le condizioni di tali accordi, le iniziative concordate tra i business partner e l'organizzazione, la reputazione dell'organizzazione, le condizioni imposte dalla legittimazione sociale che consente all'organizzazione di operare, le condizioni previste nei contratti di fornitura o da aspetti legali.

Figura 1: La creazione di valore per l'organizzazione e per altre entità:



2.7 Quando tali interazioni, attività e relazioni influiscono significativamente sulla capacità dell'organizzazione di creare valore per sé, esse vengono incluse nel report integrato. Questo implica la necessità di considerare il livello di esternalizzazione degli impatti sui capitali (ad esempio i costi o gli altri impatti sui capitali non appartenenti all'organizzazione).

## 2. CONCETTI FONDAMENTALI (CONTINUA)

- 2.8 Le esternalità possono essere positive o negative, ovvero possono determinare un incremento o una riduzione netta del valore insito nei capitali. Le esternalità possono, in ultima analisi, incrementare o ridurre il valore creato per l'organizzazione. I fornitori di capitale finanziario necessitano pertanto di informazioni sulle esternalità materiali, per valutarne gli impatti e allocare le risorse di conseguenza.
- 2.9 Poiché il valore viene creato lungo orizzonti temporali diversi, per stakeholder diversi e attraverso capitali diversi, è improbabile che venga generato massimizzando un singolo capitale senza considerare gli altri. Ad esempio, la massimizzazione del capitale finanziario (come il profitto) a scapito del capitale umano (ad esempio, attraverso politiche e pratiche inadeguate per la gestione delle risorse umane) difficilmente consente di massimizzare il valore nel lungo periodo.

### 2C Capitali

#### Stock e flusso dei capitali

- 2.10 Il successo di qualsiasi organizzazione dipende da vari tipi di capitale. In questo Framework vengono considerati i capitali di tipo finanziario, produttivo, intellettuale, umano, sociale e relazionale e naturale anche se, come specificato nei paragrafi [2.17-2.19](#), la redazione di un report integrato non richiede necessariamente la suddivisione dei capitali in tali categorie.
- 2.11 I capitali sono stock di valore che viene incrementato, ridotto o trasformato attraverso le attività e gli output di un'organizzazione. Ad esempio, il capitale finanziario di un'organizzazione aumenta quando l'organizzazione genera profitto così come la qualità del capitale umano migliora con la specializzazione dei dipendenti.
- 2.12 Lo stock complessivo dei capitali non è fisso nel tempo. Esiste un flusso costante fra i capitali e all'interno degli stessi, mano a mano che vengono incrementati, ridotti o trasformati. Se, ad esempio, un'organizzazione migliora il proprio capitale umano attraverso la formazione dei dipendenti, i relativi costi di formazione ne riducono il capitale finanziario. Il risultato è che il capitale finanziario viene trasformato in capitale umano. Sebbene questo esempio sia semplice e rappresenti solo il punto di vista

dell'organizzazione,<sup>1</sup> esso illustra le interazioni e le trasformazioni che avvengono continuamente tra i capitali, anche se con percentuali di realizzazione e risultati variabili.

- 2.13 Molte attività determinano incrementi, riduzioni o trasformazioni molto più complesse dell'esempio precedente e coinvolgono una combinazione più ampia di capitali (o di componenti di un capitale; ad esempio l'acqua usata per coltivare foraggio che a sua volta costituisce alimentazione per il bestiame, che sono tutti componenti del capitale naturale).
- 2.14 Anche se le organizzazioni mirano, in generale, a creare valore, ciò può comportare la diminuzione del valore contenuto in alcuni capitali, determinando una riduzione netta dello stock di capitali complessivo. In molti casi l'effetto risultante può essere un incremento o una perdita (o nessuna delle due nel caso in cui il valore si mantenga stabile) a seconda della prospettiva adottata; nell'esempio precedente, infatti, i dipendenti e il datore di lavoro possono attribuire un valore diverso alla formazione. Nel presente Framework l'espressione "creazione di valore" include anche i casi in cui lo stock complessivo dei capitali resta invariato o diminuisce (ovvero quando il valore viene conservato o diminuito).

#### Categorie e descrizioni dei capitali

- 2.15 Ai fini di questo Framework, i capitali sono suddivisi e descritti come segue:
- *Capitale finanziario* - Insieme dei fondi che:
    - Un'organizzazione può utilizzare per produrre beni o fornire servizi
    - Sono ottenuti tramite forme di finanziamento, quali l'indebitamento, l'equity, i prestiti obbligazionari oppure generati tramite l'attività operativa o dai risultati degli investimenti
  - *Capitale produttivo* - Oggetti fisici fabbricati (in contrapposizione alle risorse fisiche naturali) che un'organizzazione può utilizzare per produrre beni o fornire servizi. Essi includono:
    - Edifici
    - Macchinari, impianti e attrezzature

<sup>1</sup> Altri punti di vista includono l'aumento del capitale finanziario del formatore, grazie al pagamento ricevuto dal datore di lavoro, e l'aumento del capitale sociale che può essere generato se i dipendenti utilizzano nuove competenze acquisite in altre organizzazioni della comunità (consultare il paragrafo [4.56](#) su complessità, interdipendenze e trade-off).

- Infrastrutture (quali strade, porti, ponti e impianti di trattamento di acqua e rifiuti)

Il capitale produttivo viene spesso creato da altre organizzazioni, ma include beni prodotti dall'organizzazione che redige il report per la vendita o per uso interno.

- *Capitale intellettuale* - Beni immateriali corrispondenti al capitale organizzativo e al valore della conoscenza. Essi includono:
  - Proprietà intellettuale, quali brevetti, copyright, software, diritti e licenze
  - Capitale organizzativo, come conoscenze implicite, sistemi, procedure e protocolli
- *Capitale umano* - Competenze, capacità ed esperienza delle persone e la loro motivazione ad innovare, che includono:
  - Condivisione e sostegno del modello di governance, dell'approccio di gestione dei rischi e dei valori etici dell'organizzazione
  - Capacità di comprendere, sviluppare e implementare la strategia di un'organizzazione
  - Lealtà e impegno per il miglioramento di processi, beni e servizi, inclusa la loro capacità di guidare, gestire e collaborare
- *Capitale sociale e relazionale* - Istituzioni e relazioni fra o all'interno di comunità, gruppi di stakeholder e altri network, nonché la capacità di condividere informazioni al fine di aumentare il benessere individuale e collettivo. Il capitale sociale e relazionale include:
  - Regole condivise, comportamenti e valori comuni
  - Relazioni con gli stakeholder chiave, nonché la fiducia e l'impegno che un'organizzazione ha sviluppato e si sforza di costruire e tutelare a vantaggio degli stakeholder esterni
  - Beni immateriali associati al marchio e alla reputazione sviluppata dall'organizzazione

- Licenza di operare di un'organizzazione nel suo contesto sociale

- *Capitale naturale* - Tutti i processi e le risorse ambientali, rinnovabili e non rinnovabili, che forniscono beni o servizi per il successo passato, presente e futuro di un'organizzazione. Esso include:

- Aria, acqua, terra, minerali e foreste
- Biodiversità e integrità dell'ecosistema

- 2.16 Non tutti i capitali sono ugualmente rilevanti o applicabili in tutte le organizzazioni. Sebbene la maggior parte delle organizzazioni interagisca in qualche modo con tutti i tipi di capitale, tali interazioni possono essere secondarie o così indirette da risultare irrilevanti ai fini della loro inclusione nel report integrato.

### Ruolo dei capitali nel Framework

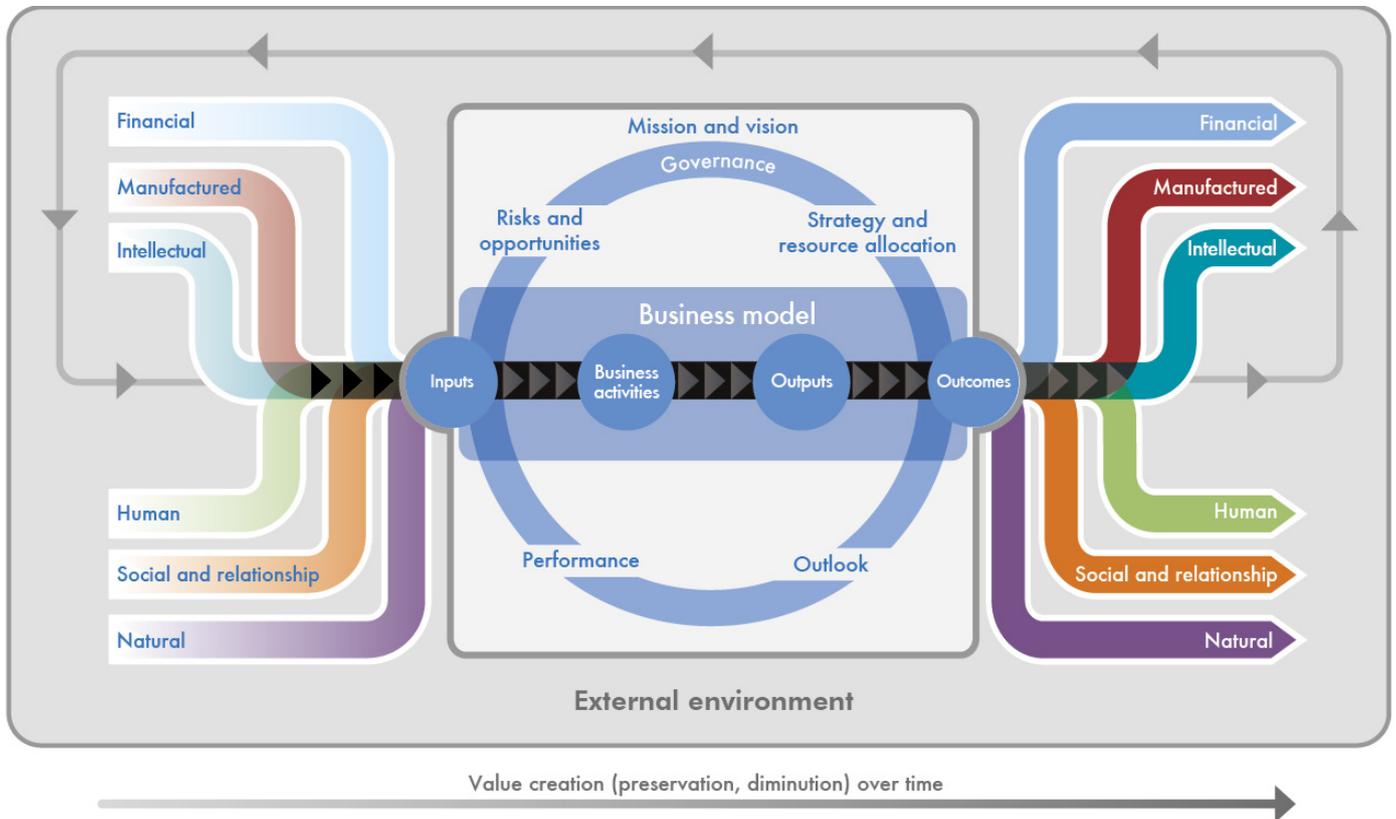
- 2.17 Ai fini del presente Framework, non è necessario che un report integrato utilizzi le categorie sopracitate o sia strutturato secondo la logica dei capitali. I capitali sono stati inclusi nel Framework soprattutto perché costituiscono:
- Un elemento della teoria alla base del concetto di valore (vedere la [Sezione 2B](#))
  - Una linea guida per assicurare che l'organizzazione consideri tutte le forme di capitale che utilizza o impatta.
- 2.18 Le organizzazioni possono suddividere i capitali in modo diverso. Ad esempio, le relazioni con gli stakeholder e i beni immateriali associati al marchio e alla reputazione (entrambi identificati come elementi del capitale sociale e relazionale illustrato nel paragrafo [2.15](#)) possono essere considerati come capitali separati, come parte di altri capitali o come componenti comuni di altri tipi di capitale. Analogamente, alcune organizzazioni considerano come capitale intellettuale quello che comprende i capitali umano, "strutturale" e "relazionale".
- 2.19 Indipendentemente dalla suddivisione dei capitali effettuata da un'organizzazione per i propri scopi, le categorie identificate nel paragrafo [2.15](#) devono essere utilizzate come linea guida per evitare che l'organizzazione ignori un capitale che utilizza o influenza.

## 2. CONCETTI FONDAMENTALI (CONTINUA)

### 2D Il processo di creazione del valore

- 2.20 Il processo di creazione del valore viene illustrato nella Figura 2. Tale processo viene spiegato brevemente nei seguenti paragrafi, in cui viene inoltre identificato il modo in cui i componenti della Figura 2 (sottolineati nel testo) si allineano agli elementi rilevanti specificati nel [Capitolo 4](#).
- 2.21 L'ambiente esterno, che include le condizioni economiche, i cambiamenti tecnologici, le questioni sociali e le sfide ambientali, rappresenta il contesto in cui opera l'organizzazione. La mission e la vision riguardano l'intera organizzazione e definiscono lo scopo ed il fine di quest'ultima in termini chiari e concisi. (Vedere Contenuto [4A Presentazione dell'organizzazione e dell'ambiente esterno](#).)
- 2.22 I componenti la governance hanno il compito di creare una struttura di supervisione appropriata, a supporto della capacità di creazione del valore dell'organizzazione. (Vedere Contenuto [4B Governance](#).)
- 2.23 Il fulcro dell'organizzazione è costituito dal suo modello di business, che fa leva sui vari capitali e input e li converte in output (prodotti, servizi, sottoprodotti e scarti) attraverso le attività aziendali. Le attività e gli output dell'organizzazione producono outcome in termini di impatti sui capitali. La capacità del modello di business di adattarsi ai cambiamenti (ad esempio, nei livelli di disponibilità, qualità e accessibilità degli input) può influire sulla continuità dell'attività aziendale nel lungo termine. (Vedere Contenuto [4C Modello di business](#).)
- 2.24 Le attività aziendali possono includere la pianificazione, la progettazione e la produzione di beni, oppure la fornitura di competenze e conoscenze specialistiche durante l'erogazione di servizi. La promozione di una cultura dell'innovazione costituisce spesso un'attività chiave per l'ideazione di nuovi beni e nuovi servizi in grado di anticipare la domanda dei clienti, migliorando l'efficienza e l'uso della tecnologia, sostituendo gli input in modo da minimizzare gli impatti sociali o ambientali avversi e trovando utilizzi alternativi per gli output.

Figura 2: Il processo di creazione del valore:



## 2. CONCETTI FONDAMENTALI (CONTINUA)

- 2.25 Gli outcome sono le conseguenze (positive e negative) interne ed esterne sui capitali, generate dalle attività aziendali e dagli output di un'organizzazione.
- 2.26 L'analisi e il monitoraggio continuo dell'ambiente esterno nel contesto della mission e della vision dell'organizzazione ne identificano *i rischi e le opportunità* rilevanti, la sua strategia e il suo modello di business. (Vedere Contenuto [4D Rischi e opportunità.](#))
- 2.27 La *strategia* dell'organizzazione indica come quest'ultima intende mitigare o gestire i rischi e sfruttare le opportunità. L'organizzazione definisce gli obiettivi e le strategie per raggiungerli; esse sono implementate attraverso piani di *allocazione delle risorse*. (Vedere Contenuto [4E Strategia e allocazione delle risorse.](#))
- 2.28 L'organizzazione ha bisogno di informazioni sulle proprie *performance*, il che implica la definizione di sistemi di misurazione e monitoraggio per fornire le informazioni di supporto al processo decisionale. (Vedere Contenuto [4F Performance.](#))
- 2.29 Il processo di creazione di valore non è statico. Una regolare revisione dei singoli componenti e delle interazioni con gli altri componenti, nonché un focus sulle *prospettive* future dell'organizzazione, comportano la revisione e il perfezionamento di tutti i componenti. (Vedere Contenuto [4G Prospettive.](#))

**PARTE II**

**IL REPORT INTEGRATO**

# 3. PRINCIPI GUIDA



- 3.1 La preparazione e la presentazione di un report integrato devono essere basate sui seguenti Principi Guida, che forniscono il contenuto del report e la modalità di presentazione delle informazioni:
- A Focus strategico e orientamento al futuro
  - B Connettività delle informazioni
  - C Relazioni con gli stakeholder
  - D Materialità
  - E Sinteticità
  - F Attendibilità e completezza
  - G Coerenza e comparabilità
- 3.2 I presenti Principi Guida vengono applicati sia singolarmente sia nel complesso ai fini della redazione e della presentazione di un report integrato. Di conseguenza, è necessario applicarli con un certo equilibrio, specie in presenza di un apparente contrasto tra di essi (ad esempio tra sinteticità e completezza).

## 3A Focus strategico e orientamento al futuro

- 3.3 *Un report integrato deve fornire informazioni dettagliate sulla strategia dell'organizzazione e su come tale strategia influisce sulla capacità di creare valore nel breve, medio e lungo termine e sull'uso dei capitali e sugli impatti su questi ultimi.*
- 3.4 L'applicazione di questo principio guida non è limitata al Contenuto [4E Strategia e allocazione delle risorse](#) e [4G Prospettive](#), ma determina anche la scelta e la presentazione di altri contenuti. Può ad esempio riguardare:
- Evidenza di rischi, opportunità e dipendenze significativi derivanti dalla posizione di mercato e dal modello di business dell'organizzazione
  - I punti di vista dei componenti la governance rispetto ai seguenti aspetti:
    - relazione fra performance passate e future e fattori che possono modificare tale relazione
    - modalità con cui l'organizzazione bilancia gli interessi di breve, medio e lungo termine
    - capacità dell'organizzazione di mettere a frutto le esperienze passate e di considerarle nel determinare gli orientamenti strategici futuri.

- 3.5 Avere un focus strategico e un orientamento al futuro (vedere anche paragrafi [3.52-3.53](#)) significa illustrare chiaramente in che modo la disponibilità, la qualità e l'accessibilità continue dei capitali importanti contribuiscono alla capacità dell'organizzazione di raggiungere i propri obiettivi strategici in futuro e di creare valore.

## 3B Connettività delle informazioni

- 3.6 *Un report integrato deve rappresentare la combinazione, le correlazioni e le dipendenze fra i fattori che influiscono sulla capacità dell'organizzazione di creare valore nel tempo.*
- 3.7 Più un'organizzazione è in grado di incorporare il pensare integrato nelle proprie attività, più risulta naturale applicare il concetto di connettività delle informazioni al processo di gestione del reporting, alle analisi, al processo decisionale e, di conseguenza, al report integrato.
- 3.8 Le principali forme di connettività delle informazioni avvengono tra:
- *Il Contenuto.* Il report integrato pone in connessione il Contenuto in un quadro generale in grado di riflettere le interazioni dinamiche e sistemiche delle attività dell'organizzazione nel suo complesso. Ad esempio:
    - un'analisi del sistema attuale di allocazione delle risorse e del modo in cui l'organizzazione intende combinare le risorse o effettuare ulteriori investimenti per raggiungere i risultati attesi
    - informazioni sul modo in cui la strategia dell'organizzazione viene adattata quando, ad esempio, vengono identificati nuovi rischi e opportunità o le performance precedenti non sono conformi alle aspettative
    - collegamento della strategia e del modello di business dell'organizzazione con i cambiamenti dell'ambiente esterno, ad esempio l'incremento o la riduzione della velocità dei cambiamenti tecnologici, l'evoluzione delle aspettative sociali e la carenza di risorse, man mano che ci si avvicina ai limiti della loro disponibilità nel pianeta.

### 3. PRINCIPI GUIDA (CONTINUA)

- *Il passato, il presente e il futuro.* Un'analisi condotta dall'organizzazione sulle proprie attività del periodo passato-presente, può fornire informazioni utili per valutare la credibilità delle informazioni fornite in relazione al periodo presente-futuro. L'illustrazione del periodo passato-presente può essere inoltre utile per analizzare le attuali capacità manageriali e la qualità della gestione.
  - *I capitali.* Questo include le interdipendenze e il trade-off tra i capitali e il modo in cui le variazioni nei livelli di loro disponibilità, qualità e accessibilità influenzano la capacità dell'organizzazione di creare valore.
  - *Informazioni finanziarie e non finanziarie.* Ad esempio le implicazioni derivanti da:
    - previsioni di aumento di fatturato o quota di mercato delle politiche di ricerca e sviluppo, tecnologia/know-how o investimenti in risorse umane
    - riduzione dei costi o nuove opportunità di business legate a politiche ambientali, efficienza energetica, cooperazione con le comunità locali e tecnologie utilizzate per affrontare i problemi sociali
    - aumento del fatturato e del profitto derivante dalle relazioni a lungo termine con i clienti, dalla loro soddisfazione e dalla reputazione.
  - *Informazioni quantitative e qualitative.* Per rappresentare adeguatamente la capacità dell'organizzazione di creare valore, in un report integrato sono necessarie sia informazioni quantitative sia qualitative, poiché ciascun tipo di informazione fornisce un contesto per l'altro. Includere i KPI nell'ambito di una spiegazione descrittiva può costituire un metodo efficace per collegare le informazioni quantitative e qualitative.
  - *Informazioni gestionali, manageriali e informazioni presentate esternamente.* Come si è visto nel paragrafo [4.53](#), ad esempio, è importante che gli indicatori quantitativi inclusi in un report integrato siano coerenti con gli indicatori usati internamente dai componenti la governance.
  - *Informazioni incluse nel report integrato, informazioni contenute in altre comunicazioni sociali e informazioni da altre fonti.* Tutte le comunicazioni provenienti dall'organizzazione devono essere coerenti. Infatti, nel processo di valutazione, le informazioni fornite dall'organizzazione non sono utilizzate in maniera isolata, ma in combinazione con quelle provenienti da altre fonti.
- 3.9 La connettività delle informazioni e l'utilità complessiva di un report integrato migliorano se quest'ultimo è strutturato in modo logico e ben presentato, scritto con un linguaggio chiaro, comprensibile, privo di gergo tecnico e dotato di strumenti di navigazione efficaci, come sezioni chiaramente definite (ma collegate) e riferimenti incrociati. In tale contesto, è possibile utilizzare tecnologie di informazione e comunicazione per migliorare la capacità di ricerca, accesso, combinazione, connessione, personalizzazione, riutilizzo e analisi delle informazioni.
- ### 3C Relazioni con gli stakeholder
- 3.10 *Un report integrato deve fornire informazioni dettagliate sulla natura e sulla qualità delle relazioni dell'organizzazione con i propri stakeholder e illustrare in che modo e fino a che punto essa ne comprende e ne considera le esigenze e gli interessi legittimi, e in che modo e fino a che punto ad essi risponde.*
- 3.11 Tale principio guida sottolinea l'importanza delle relazioni con gli stakeholder chiave poiché, come si è visto nel paragrafo [2.2](#), il valore non viene creato dalla sola organizzazione o al suo interno, ma anche attraverso le relazioni con altri. Ciò non significa che un report integrato debba soddisfare tutte le esigenze di informazione di tutti gli stakeholder.
- 3.12 Gli stakeholder forniscono utili considerazioni sugli aspetti che considerano importanti, tra questi i temi economici, ambientali e sociali che influiscono anche sulla capacità dell'organizzazione di creare valore. Tali considerazioni possono aiutare l'organizzazione a:
- Comprendere il modo in cui gli stakeholder percepiscono il valore
  - Identificare le tendenze che potrebbero non essere ancora state portate all'attenzione generale ma che stanno crescendo di importanza

- Identificare gli aspetti materiali, inclusi rischi e opportunità
  - Sviluppare e valutare la strategia
  - Gestire i rischi
  - Implementare attività, considerando tra queste le risposte fornite, responsabilmente, sugli aspetti materiali.
- 3.13 Il coinvolgimento degli stakeholder avviene con regolarità durante il normale svolgimento delle attività (ad esempio, le comunicazioni quotidiane con clienti e fornitori o il coinvolgimento nell'ambito della pianificazione strategica e della valutazione dei rischi). Può anche avvenire su di un unico, specifico aspetto (ad esempio, il coinvolgimento con una comunità locale al momento di pianificare l'ampliamento di una fabbrica). Più il pensare integrato è incorporato nel business, maggiori sono le probabilità che i bisogni e gli interessi legittimi degli stakeholder chiave vengano pienamente tenuti in considerazione durante il normale svolgimento delle attività.
- 3.14 Un report integrato consente di migliorare la trasparenza e la responsabilità di render conto, che sono essenziali per creare resilienza e fiducia, fornendo informazioni sulle modalità con cui i bisogni e gli interessi legittimi degli stakeholder chiave vengono compresi, tenuti in considerazione e soddisfatti attraverso le decisioni, le azioni, le performance e le comunicazioni continue.
- 3.15 La responsabilità di render conto è strettamente associata al concetto di buona gestione e alla responsabilità di un'organizzazione di avere cura e utilizzare responsabilmente i capitali sui quali le proprie attività e i propri output esercitano un effetto. Per i capitali appartenenti all'organizzazione, la responsabilità della gestione ricade sul management, attraverso le relative responsabilità legali nei confronti dell'organizzazione.
- 3.16 Quando i capitali appartengono ad altri o non hanno alcun proprietario, la responsabilità della gestione potrebbe essere imposta dalla legge o dalla normativa (ad esempio attraverso un contratto con i proprietari o tramite leggi sul lavoro o normative di protezione ambientale). In assenza di una responsabilità della gestione legale, l'organizzazione potrebbe dover accettare una responsabilità etica o scegliere di accettare le responsabilità della gestione e di farsi guidare dalle aspettative degli stakeholder.

### 3D Materialità

- 3.17 *Un report integrato deve fornire informazioni sugli aspetti che influiscono in modo significativo sulla capacità dell'organizzazione di creare valore nel breve, medio e lungo termine.*

#### Il processo di determinazione della materialità

- 3.18 Per determinare la materialità ai fini della redazione e presentazione di un report integrato è necessario:
- Identificare gli aspetti rilevanti in base alla loro capacità di influire sulla creazione di valore, come illustrato nella Sezione 2B (vedere paragrafi [3.21-3.23](#))
  - Valutare l'importanza degli aspetti rilevanti in relazione ai relativi effetti noti o potenziali sulla creazione di valore (vedere paragrafi [3.24-3.27](#))
  - Attribuire a tali aspetti una priorità basata sulla loro importanza (vedere paragrafo [3.28](#))
  - Determinare le informazioni da fornire in merito agli aspetti materiali (vedere paragrafo [3.29](#)).
- 3.19 Questo processo si applica sia agli aspetti positivi che a quelli negativi, inclusi i rischi e le opportunità nonché le performance e le prospettive per il futuro, siano esse favorevoli o sfavorevoli. Si applica anche alle informazioni finanziarie e a quelle non finanziarie. Tali aspetti possono produrre conseguenze dirette per l'organizzazione stessa o possono influire sui capitali appartenenti o disponibili ad altri.
- 3.20 Per essere realmente efficace, il processo di determinazione della materialità deve essere integrato nei processi di gestione dell'organizzazione e includere un coinvolgimento regolare dei fornitori di capitale e di altri, al fine di assicurare che il report integrato raggiunga il suo obiettivo principale, come illustrato nel paragrafo [1.7](#).

#### Identificazione degli aspetti rilevanti

- 3.21 Gli aspetti rilevanti sono quelli che hanno influenzato o potrebbero influenzare la capacità dell'organizzazione di creare valore. Per identificarli è necessario considerare il loro impatto sulla strategia, sulla governance, sulla performance e sulle prospettive per il futuro dell'organizzazione.

### 3. PRINCIPI GUIDA (CONTINUA)

- 3.22 In genere, gli aspetti inerenti la creazione di valore discussi durante le riunioni a cui partecipano i componenti della governance sono considerati rilevanti. Per identificare gli aspetti rilevanti, inoltre, è essenziale comprendere le prospettive degli stakeholder chiave.
- 3.23 Gli aspetti rilevanti devono includere anche quegli aspetti che possono essere relativamente semplici da affrontare nel breve termine ma che, se trascurati, possono diventare critici o difficili da gestire nel medio e lungo termine. Non è possibile escludere gli aspetti che l'organizzazione non intende o non sa come affrontare.

#### Valutare l'importanza

- 3.24 Non tutte le questioni rilevanti possono essere considerate materiali. Per essere incluso in un report integrato, un aspetto deve essere anche sufficientemente importante in relazione agli effetti noti o potenziali sulla creazione di valore. È pertanto necessario valutare la portata dell'impatto dell'aspetto e, se non si è certi che tale aspetto si manifesterà, la probabilità che si manifesti.
- 3.25 Per valutare la portata occorre stabilire se l'impatto dell'aspetto sulla strategia, sulla governance, sulla performance e sulle prospettive per il futuro dell'organizzazione sia tale da potere influire in modo sostanziale sulla creazione di valore nel tempo. Tale valutazione richiede un giudizio personale e dipende dalla natura dell'aspetto stesso. Gli aspetti possono essere considerati materiali presi singolarmente o aggregati.
- 3.26 La valutazione della portata dell'impatto di un aspetto non implica la necessità di quantificare tale impatto. A seconda della natura dell'aspetto, può essere più appropriata una valutazione qualitativa.
- 3.27 Per valutare la portata dell'impatto, l'organizzazione deve considerare:
- Fattori quantitativi e qualitativi
  - Conseguenze finanziarie, operative, strategiche, reputazionali e normative
  - Ambito dell'effetto, interno o esterno
  - Durata temporale.

#### Assegnazione delle priorità agli aspetti importanti

- 3.28 Una volta identificati gli elementi che formano l'insieme degli aspetti materiali, le relative priorità vengono assegnate in base alla loro portata. Ciò aiuta a concentrarsi sugli aspetti più importanti nella determinazione delle modalità di presentazione.

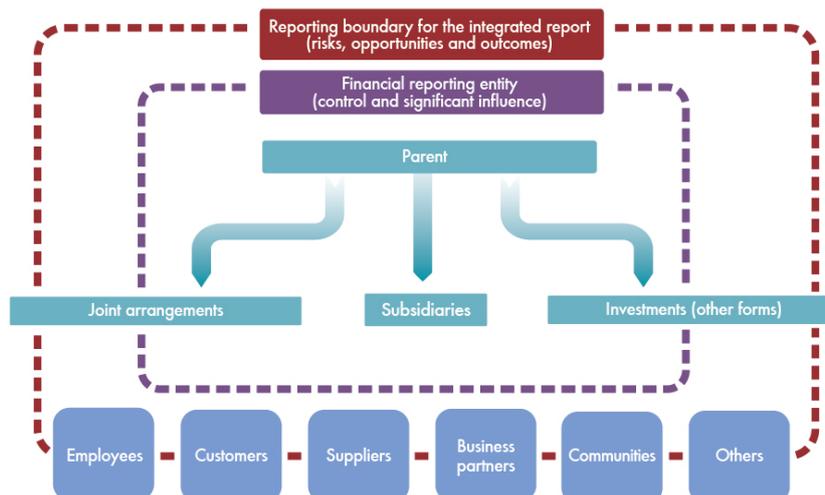
#### Determinazione delle informazioni da fornire

- 3.29 È necessario utilizzare un certo criterio per determinare le informazioni relative agli aspetti materiali da fornire. A tale scopo, occorre considerare le questioni da prospettive diverse, sia interne che esterne, e coinvolgere regolarmente i fornitori di capitale finanziario e altre persone, al fine di assicurare che il report integrato raggiunga il suo obiettivo principale, come illustrato nel paragrafo [1.7](#) (vedere anche i paragrafi [4.50-4.52](#)).

#### Perimetro di rendicontazione

- 3.30 Un elemento chiave del processo di definizione della materialità è il concetto di perimetro di rendicontazione. Per determinare il perimetro di un report integrato è necessario tenere conto di due aspetti:
- L'entità da un punto di vista del reporting finanziario (vale a dire il perimetro utilizzato per la rendicontazione finanziaria)
  - I rischi, le opportunità e gli outcome attribuibili o associati ad altre entità o stakeholder, oltre all'entità del reporting finanziario, che influiscono in modo significativo sulla capacità dell'entità del reporting finanziario di creare valore.
- 3.31 L'entità del reporting finanziario costituisce l'elemento centrale del perimetro di rendicontazione poiché:
- L'entità del reporting finanziario è quello in cui investono i fornitori di capitale finanziario e in merito al quale desiderano pertanto ottenere informazioni
  - Riferendosi all'entità del reporting finanziario, le informazioni dei rendiconti finanziari possono servire come base o come punto di riferimento a cui poter correlare le altre informazioni contenute in un report integrato.

Figura 3: Entità/stakeholder considerati per la determinazione del perimetro di rendicontazione:



3.32 La Figura 3 include entità/stakeholder considerati per la determinazione del perimetro di rendicontazione

#### Entità di reporting finanziario

3.33 L'entità che redige il reporting finanziario permette di includere le transazioni delle società controllate, collegate e delle joint venture. L'entità che redige il reporting finanziario viene individuato in base agli standard di rendicontazione finanziaria applicabili, che sono incentrati sui concetti di controllo o influenza significativa.

#### Rischi, opportunità e outcome

3.34 Il secondo aspetto della determinazione del perimetro di rendicontazione consiste nell'identificare rischi, opportunità, e outcome attribuibili o associati a entità/stakeholder diversi dall'entità del reporting finanziario e che influiscono in modo significativo sulla sua capacità di creare valore. Queste ulteriori entità/stakeholder possono essere "parti correlate" ai fini del reporting finanziario, ma in genere si estendono a ulteriori soggetti.

3.35 Lo scopo di andare oltre il perimetro di rendicontazione finanziaria consiste nell'identificare rischi, opportunità e outcome che influiscono significativamente sulla capacità dell'organizzazione di creare valore. Entità/stakeholder inclusi in questa area del perimetro di rendicontazione non sono correlati all'entità che redige il reporting finanziario per motivi di controllo o influenza significativa, ma per la natura e la prossimità dei rischi, delle opportunità e degli outcome che possono generare. Se, ad esempio, gli aspetti inerenti le pratiche di lavoro nel settore dell'organizzazione influiscono significativamente sulla capacità dell'organizzazione di creare valore, il report integrato può includere informazioni su questi aspetti, poiché sono associati alle pratiche di lavoro dei fornitori.

### 3. PRINCIPI GUIDA (CONTINUA)

#### 3E Sinteticità

- 3.36 *Un report integrato deve essere sintetico.*
- 3.37 Un report integrato deve includere dati sufficienti per comprendere la strategia, la governance, le performance e le prospettive per il futuro dell'organizzazione, senza appesantire il documento con informazioni meno rilevanti.
- 3.38 Nella stesura del report integrato, l'organizzazione deve trovare un equilibrio fra la sinteticità e gli altri Principi Guida, soprattutto in relazione a completezza e comparabilità. Nel raggiungere l'obiettivo della sinteticità, un report integrato:
- Applica il processo di definizione della materialità descritto nella [Sezione 3D](#)
  - Segue una struttura logica e include riferimenti incrociati interni in modo appropriato per limitare le ripetizioni
  - Può includere riferimenti a informazioni più dettagliate, a informazioni che non cambiano di frequente (ad esempio un elenco di società controllate) o a fonti esterne (ad esempio le previsioni sulle condizioni economiche future pubblicate su un sito web governativo)
  - Esprime i concetti in modo chiaro e con il minor numero di parole possibile
  - Predilige il linguaggio chiaro al gergo eccessivamente tecnico
  - Evita le informazioni estremamente generiche e i luoghi comuni non specifici dell'organizzazione.

#### 3F Attendibilità e completezza

- 3.39 *Un report integrato deve contenere tutti gli aspetti materiali, sia positivi che negativi, in modo obiettivo e senza errori materiali.*

##### Affidabilità

- 3.40 L'affidabilità delle informazioni è influenzata dalla relativa obiettività e dall'assenza di errori materiali. L'affidabilità, che spesso corrisponde alla rappresentazione fedele dei fatti, è migliorabile ricorrendo a meccanismi quali efficaci sistemi di controllo e rendicontazione interni, coinvolgimento degli stakeholder, un sistema di revisione interna o altre funzioni simili e verifiche esterne indipendenti.
- 3.41 I componenti la governance sono le persone che hanno la responsabilità ultima sulle modalità con cui la strategia, la governance, le performance e le prospettive per il futuro dell'organizzazione consentono di creare valore nel tempo. Sono responsabili di assicurare una leadership e un processo decisionale efficaci in relazione alla preparazione e alla presentazione di un report integrato, nonché di identificare e supervisionare la struttura attivamente coinvolta nel processo.
- 3.42 Il ricorso a un "audit trail" durante la preparazione di un report integrato aiuta il management e gli amministratori a esaminare il report e a decidere quali sono le informazioni sufficientemente affidabili da essere incluse nel documento. In alcuni casi (ad esempio per le informazioni sulle prospettive per il futuro) è consigliabile descrivere in un report integrato i meccanismi utilizzati per assicurarne l'affidabilità.
- 3.43 Il paragrafo [1.18](#) indica quando omettere informazioni materiali per mancanza di dati attendibili.

##### Obiettività

- 3.44 Un report integrato è obiettivo quando le informazioni vengono selezionate e presentate in modo imparziale. Le informazioni contenute nel report non devono essere alterate, pesate, enfatizzate, sminuite, combinate, rettificate o manipolate in altro modo per modificare la probabilità che vengano percepite favorevolmente o sfavorevolmente.

### 3. PRINCIPI GUIDA (CONTINUA)

- 3.45 I metodi più importanti per assicurare obiettività includono:
- Scelta di formati di presentazione che non rischiano di influenzare eccessivamente o in modo inappropriato le valutazioni effettuate sulla base del report integrato
  - Attribuzione di uguale considerazione agli incrementi e alle riduzioni dei capitali, ai punti di forza e di debolezza dell'organizzazione, alle performance positive e negative ecc.
  - Confronto di dati a consuntivo con target, previsioni, proiezioni e aspettative precedentemente fissati.

#### Assenza di errori materiali

- 3.46 L'assenza di errori materiali non implica che le informazioni siano perfettamente accurate sotto tutti gli aspetti. Implica invece che:
- Devono essere applicati processi e controlli per ridurre a un livello accettabile il rischio di includere nel report informazioni contenenti errori materiali
  - Se le informazioni includono alcune stime, queste ultime devono essere specificate in maniera chiara, spiegando la natura e le limitazioni del processo di stima.

#### Completezza

- 3.47 Un report integrato completo deve includere tutte le informazioni materiali, sia positive che negative. Per agevolare l'identificazione di tutte le informazioni materiali, è necessario considerare le informazioni incluse nei report delle organizzazioni dello stesso settore, poiché alcuni aspetti sono probabilmente materiali per tutte le organizzazioni di un determinato settore.
- 3.48 Per determinare la completezza occorre considerare la portata delle informazioni fornite e il loro livello di specificità e precisione. A tal fine potrebbe essere necessario considerare le potenziali preoccupazioni relative a costi/benefici, vantaggio competitivo e informazioni sulle prospettive future; ciascun aspetto è trattato di seguito.

#### Costi/benefici

- 3.49 Le informazioni incluse in un report integrato sono per loro stessa natura essenziali per la gestione del business. Di conseguenza, se un aspetto è importante per la gestione del business, i costi non possono rappresentare un ostacolo per l'individuazione di

informazioni critiche per la valutazione e la gestione appropriate di quell'aspetto.

- 3.50 Un'organizzazione può valutare costi e benefici per determinare la portata, il livello di specificità e la precisione delle informazioni da includere in un report integrato affinché quest'ultimo raggiunga il suo obiettivo principale, ma non può evitare di fornire informazioni su un aspetto materiale sulla base dei costi.

#### Vantaggio competitivo

- 3.51 Nell'includere informazioni su aspetti materiali che riguardano un vantaggio competitivo (ad esempio le strategie su aspetti critici del business), un'organizzazione deve considerare in quale modo descrivere l'essenza della questione senza divulgare informazioni specifiche che potrebbero provocare una perdita significativa del vantaggio competitivo. Pertanto, l'organizzazione deve considerare quale vantaggio potrebbe effettivamente acquisire un concorrente sulla base delle informazioni contenute in un report integrato e valutarlo rispetto alla necessità, per il report integrato, di raggiungere il suo obiettivo principale, come illustrato nel paragrafo [1.7](#).

#### Informazioni sulle prospettive future

- 3.52 In alcune giurisdizioni potrebbero essere in vigore requisiti imposti da leggi o normative applicabili a determinate informazioni sulle prospettive future, che includono ad esempio:
- I tipi di informazioni che è possibile presentare
  - Se dichiarazioni prudenziali possono essere richieste o permesse per evidenziare incertezze relative alla possibilità di raggiungere un obiettivo
  - L'obbligo di aggiornare pubblicamente tali informazioni.
- 3.53 Le informazioni sulle prospettive future sono per loro stessa natura più incerte delle informazioni storiche. Tuttavia, l'incertezza non costituisce di per sé un motivo per escludere tali informazioni. (Vedere anche il paragrafo [4.50](#) sulle informazioni in presenza di incertezza.)

### 3. PRINCIPI GUIDA (CONTINUA)

#### 3G Coerenza e comparabilità

- 3.54 *Le informazioni incluse in un report integrato devono essere presentate in modo:*
- *coerente nel tempo*
  - *tale da consentire il confronto con altre organizzazioni, nella misura in cui questo sia materiale per la capacità propria dell'organizzazione di creare valore nel tempo.*

##### Coerenza

- 3.55 Vanno seguite politiche di rendicontazione coerenti da un periodo al successivo, a meno che non sia necessaria una modifica per migliorare la qualità delle informazioni contenute nel report. Ciò include la rendicontazione degli stessi KPI, se continuano a essere materiali nei vari periodi di rendicontazione. Se viene introdotta una modifica significativa, l'organizzazione deve spiegare il motivo della modifica, illustrandone (e se materiale e possibile quantificandone) gli effetti.

##### Comparabilità

- 3.56 Le informazioni specifiche contenute in un report integrato variano necessariamente da un'organizzazione all'altra, in quanto ogni organizzazione crea valore in modo unico. Ciononostante, rispondendo alle domande relative agli elementi del Contenuto, che sono applicabili a tutte le organizzazioni, è possibile assicurare un livello di comparabilità adeguato fra le organizzazioni.
- 3.57 Altri modi efficaci per migliorare la comparabilità (sia del report integrato stesso sia delle informazioni dettagliate a cui è collegato) possono essere:
- Uso di dati di benchmark, come benchmark settoriali o territoriali
  - Presentazione delle informazioni sotto forma di indici (ad esempio, la spesa per la ricerca come percentuale delle vendite, o i livelli di anidride carbonica in termini di emissioni per unità di output)
  - Indicatori quantitativi comunemente utilizzati da altre organizzazioni con attività simili, soprattutto se esistono definizioni standard definite da un'organizzazione indipendente (ad esempio un organismo del settore). Tuttavia, tali indicatori non vengono inclusi in un report integrato, a meno che non siano rilevanti per le circostanze specifiche dell'organizzazione e vengano effettivamente utilizzati da quest'ultima.

- 4.1 Un report integrato include i seguenti otto elementi di Contenuto, per rispondere alla domanda proposta di seguito per ciascuno di essi:
- A Presentazione dell'organizzazione e dell'ambiente esterno
  - B Governance
  - C Modello di business
  - D Rischi e opportunità
  - E Strategia e allocazione delle risorse
  - F Performance
  - G Prospettive
  - H Base di preparazione e presentazione e, così facendo, tiene conto di:
  - I Indicazioni generali sul reporting
- 4.2 Gli elementi del Contenuto sono intrinsecamente legati fra loro e non si escludono a vicenda. L'ordine, degli elementi del Contenuto elencati, presentato in questa sezione non è l'unico possibile. In effetti, gli elementi del Contenuto non sono concepiti per fornire una struttura standard per un report integrato, con le relative informazioni riportate in base a una sequenza specifica oppure isolate in sezioni separate. Piuttosto, le informazioni di un report integrato devono essere presentate in modo da rendere evidenti i collegamenti fra i vari elementi del Contenuto (vedere [Sezione 3B](#)).
- 4.3 Il contenuto di un report integrato dipende dalle circostanze specifiche dell'organizzazione. Gli elementi del Contenuto sono pertanto definiti sotto forma di domande, anziché come una checklist di informazioni specifiche. Di conseguenza, è necessario utilizzare il giudizio professionale per applicare i Principi Guida al fine di determinare le informazioni da includere nel report e le relative modalità di presentazione, come illustrato di seguito.

## 4A Presentazione dell'organizzazione e dell'ambiente esterno

- 4.4 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: che cosa fa l'organizzazione e in quali circostanze opera?*

- 4.5 Un report integrato deve identificare la missione e la visione dell'organizzazione, fornendo il contesto essenziale per identificare questioni quali:
- Con riferimento all'organizzazione:
    - Cultura, etica e valori
    - Assetto proprietario e struttura operativa
    - Attività principali e mercati
    - Contesto competitivo e posizione di mercato (considerando fattori quali la minaccia di nuove forme di concorrenza e i prodotti o servizi sostitutivi, il potere contrattuale di clienti e fornitori e il livello di aggressività della concorrenza)
    - Posizionamento all'interno della catena di valore
  - Informazioni quantitative chiave (ad esempio, il numero di dipendenti, il fatturato e numero dei paesi in cui opera l'organizzazione), evidenziando in particolar modo i cambiamenti significativi rispetto ai periodi precedenti
  - Fattori importanti che influiscono sull'ambiente esterno e sulla risposta fornita dall'organizzazione.

## Ambiente esterno

- 4.6 I fattori principali che influiscono sull'ambiente esterno includono aspetti del contesto legale, commerciale, sociale, ambientale e politico che influenzano la capacità di un'organizzazione di creare valore nel breve, medio e lungo termine. Tali fattori possono influenzare l'organizzazione direttamente o indirettamente (ad esempio, influenzando la disponibilità, la qualità e l'accessibilità di un capitale sul quale l'organizzazione esercita un'influenza o che utilizza).
- 4.7 Tali fattori possono presentarsi nel contesto di una determinata organizzazione, nel contesto del settore o della regione in cui opera e nel più ampio contesto sociale o mondiale. Possono includere, ad esempio:
- Le esigenze e gli interessi legittimi degli stakeholder chiave
  - Condizioni macro e micro economiche, come la stabilità economica, la globalizzazione e le tendenze settoriali
  - Forze di mercato, come la forza e la debolezza relative dei concorrenti e la domanda dei clienti

## 4. ELEMENTI DEL CONTENUTO (CONTINUA)

- La velocità e gli effetti dei cambiamenti tecnologici
- I problemi sociali quali i cambiamenti demografici e di popolazione, i diritti umani, le condizioni sanitarie, la povertà, i valori collettivi e il sistema scolastico
- Le problematiche ambientali, come i cambiamenti climatici, la perdita degli ecosistemi e la scarsità di risorse man mano che ci si avvicina ai limiti della loro disponibilità nel pianeta
- Il contesto legislativo e normativo in cui opera l'organizzazione
- L'ambiente politico nei paesi in cui opera l'organizzazione e negli altri paesi che potrebbero influire sulla capacità dell'organizzazione di implementare la propria strategia.

### 4B Governance

4.8 ***Un report integrato deve rispondere alla domanda: in che modo la struttura di governance dell'organizzazione sostiene la sua capacità di creare valore nel breve, medio e lungo termine?***

4.9 Un report integrato fornisce indicazioni dettagliate sul modo in cui le questioni come quelle illustrate di seguito sono collegate all'abilità del report di creare valore:

- La struttura della leadership dell'organizzazione, incluse le competenze e la diversity (ad esempio tipo di background, genere, competenze ed esperienze) dei componenti la governance e l'eventuale influenza dei requisiti normativi sull'articolazione della struttura di governance
- I processi specifici utilizzati per prendere decisioni strategiche, nonché per definire e monitorare la cultura dell'organizzazione, inclusa la propensione al rischio e i meccanismi per affrontare i problemi di integrità e di tipo etico
- Le misure specifiche adottate dai componenti la governance per influenzare e monitorare l'orientamento strategico dell'organizzazione e il suo approccio alla gestione del rischio
- La modalità con cui la cultura, l'etica e i valori dell'organizzazione si riflettono sull'utilizzo dei capitali, incluse le relazioni con gli stakeholder chiave, e sugli effetti che ne derivano

- Se l'organizzazione implementa o meno pratiche di governance che vanno oltre i requisiti legali
- Iniziative intraprese dai componenti la governance per promuovere e consentire l'innovazione
- Il collegamento esistente fra retribuzioni e incentivi e la creazione di valore nel breve, medio e lungo termine, incluso il collegamento di tali aspetti con l'uso dei capitali da parte dell'organizzazione e gli effetti su questi ultimi.

### 4C Modello di business

4.10 ***Un report integrato deve rispondere alla domanda: qual è il modello di business dell'organizzazione?***

4.11 Il modello di business di un'organizzazione è il sistema adottato per trasformare gli input, attraverso le attività aziendali, in output e risultati, al fine di raggiungere gli obiettivi strategici dell'organizzazione e di creare valore nel breve, medio e lungo termine.

4.12 Un report integrato descrive il modello di business, inclusi i seguenti elementi chiave:

- Input (vedere paragrafi [4.14-4.15](#))
- Attività di business (vedere paragrafi [4.16-4.17](#))
- Output (vedere paragrafo [4.18](#))
- Impatti (vedere paragrafi [4.19-4.20](#)).

4.13 Le caratteristiche che possono aumentare l'efficacia e la leggibilità della descrizione del modello di business includono:

- L'identificazione esplicita degli elementi chiave del modello di business
- Un semplice diagramma che evidenzia gli elementi chiave, supportato da una spiegazione chiara della rilevanza di tali elementi per l'organizzazione
- Un flusso descrittivo logico per le circostanze specifiche dell'organizzazione
- L'identificazione degli stakeholder chiave, delle altre dipendenze (ad esempio le materie prime) e dei fattori importanti condizionanti l'ambiente esterno

## 4. ELEMENTI DEL CONTENUTO (CONTINUA)

- Il collegamento con le informazioni disponibili negli altri elementi del Contenuto, come strategia, rischi e opportunità, performance (incluse valutazioni economico-finanziarie e riduzione dei costi).

### Input

- 4.14 Un report integrato illustra la correlazione fra gli input chiave e i capitali da cui l'organizzazione dipende, o che vengono utilizzati come fattore distintivo per l'organizzazione, purché siano importanti per comprendere l'affidabilità e la solidità del modello di business.
- 4.15 Un report integrato non deve tentare di fornire un elenco esaustivo di tutti gli input, ma deve essere incentrato su quelli che influiscono materialmente sulla capacità di creare valore nel breve, medio e lungo termine, indipendentemente dal fatto che i capitali da cui derivano appartengano all'organizzazione. Il report integrato può inoltre includere una discussione sulla natura e sulla portata dei trade-off significativi che influiscono sulla selezione degli input (vedere paragrafo [4.56](#)).

### Attività di business

- 4.16 Un report integrato descrive le principali attività di business. Queste possono includere i seguenti elementi:
- Il modo in cui l'organizzazione si distingue sul mercato (ad esempio attraverso la differenziazione dei prodotti, la segmentazione del mercato, i canali di fornitura e il marketing)
  - La misura in cui il modello di business dipende dalla possibilità di generare profitto oltre la vendita iniziale (ad esempio, attraverso contratti di garanzia estesa o tariffe di utilizzo delle reti)
  - Il modo in cui l'organizzazione affronta la necessità di innovazione
  - Il modo in cui il modello di business è stato progettato per adattarsi al cambiamento.
- 4.17 Se rilevante, un report integrato deve illustrare il contributo apportato al successo a lungo termine dell'organizzazione da iniziative che influiscono sul miglioramento dei processi, sulla formazione dei dipendenti e sulla gestione delle relazioni.

### Output

- 4.18 Un report integrato identifica i prodotti e servizi chiave di un'organizzazione. Nella presentazione del modello di business può essere necessario descrivere anche altri output, come gli scarti e i sottoprodotti (comprese le emissioni), a seconda della loro importanza.

### Impatti

- 4.19 Un report integrato descrive i principali impatti, vale a dire:
- Sia gli impatti interni (ad esempio morale dei dipendenti, reputazione dell'organizzazione, fatturato e flusso di cassa) che quelli esterni (ad esempio soddisfazione dei clienti, pagamenti fiscali, fedeltà al marchio ed effetti sociali e ambientali)
  - Sia gli impatti positivi (ad es. quelli che si traducono in un incremento netto dei capitali creando valore), sia quelli negativi (cioè quelli che si traducono in una diminuzione netta dei capitali riducendo il valore).
- 4.20 Per identificare e descrivere gli impatti, soprattutto quelli esterni, è necessario considerare i capitali da un punto di vista più ampio, non limitandosi a quelli posseduti o controllati dall'organizzazione. Può essere ad esempio necessario illustrare gli effetti sui capitali a monte e a valle della catena del valore (ad esempio, le emissioni di anidride carbonica dovute alla fabbricazione dei prodotti e le procedure di lavoro dei fornitori principali). (Vedere anche i paragrafi [3.30-3.35](#) sulla determinazione del perimetro del reporting).

### Organizzazioni con più modelli di business

- 4.21 Alcune organizzazioni utilizzano più di un modello di business, ad esempio perché operano in settori di mercato diversi. Disaggregare l'organizzazione in settori rilevanti e nei modelli di business a questi associati è importante per illustrare pienamente come un'organizzazione opera. A tale scopo è necessario considerare in modo distinto i singoli modelli di business rilevanti e includere un commento sull'importanza dei collegamenti tra gli stessi (ad esempio l'esistenza di vantaggi sinergici); questo a meno che l'organizzazione non svolga l'attività di gestione di un investimento. In tal caso, potrebbe essere opportuno porre l'accento sul modello di business della gestione degli investimenti anziché sui modelli di business dei singoli investimenti.

## 4. ELEMENTI DEL CONTENUTO (CONTINUA)

4.22 Il report integrato di un'organizzazione con più business deve spesso bilanciare l'esigenza di fornire informazioni con quella di ridurre le complessità. Tuttavia, le informazioni materiali non possono essere omesse. Allineare il reporting esterno a quello interno, considerando le informazioni di livello più alto normalmente comunicate ai componenti la governance, è generalmente appropriato.

### 4D Rischi e opportunità

4.23 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: quali sono le opportunità e i rischi specifici che influiscono sulla capacità dell'organizzazione di creare valore nel breve, medio o lungo termine e in che modo essi vengono da questa gestiti?*

4.24 Un report integrato identifica le opportunità e i rischi principali specifici dell'organizzazione, inclusi quelli correlati alla disponibilità continua, alla qualità e all'accessibilità dei capitali, nonché agli effetti dell'organizzazione su questi ultimi nel breve, medio e lungo termine.

4.25 A tal fine, potrebbe essere necessario identificare:

- Le specifiche origini di rischi e opportunità, che possono essere interne, esterne o, come spesso avviene, una combinazione di entrambe. Le origini esterne includono quelle generate dall'ambiente esterno, come si è visto nei paragrafi [4.6-4.7](#). Le origini interne includono quelle generate dalle attività aziendali dell'organizzazione, come si è visto nei paragrafi [4.16-4.17](#).
- Il modo in cui l'organizzazione valuta la probabilità che il rischio o l'opportunità si concretizzi e, in tal caso, la portata dei suoi effetti. Tale valutazione deve includere le circostanze specifiche che consentono al rischio o all'opportunità di concretizzarsi. Queste informazioni sono inevitabilmente soggette a un margine di incertezza. (Vedere anche il paragrafo [4.50](#) sulle informazioni in presenza di incertezza.)

- I passaggi specifici da eseguire per contenere o gestire i principali rischi o per creare valore dalle principali opportunità, inclusa l'identificazione degli obiettivi strategici, delle strategie, delle politiche, dei target e dei KPI associati.

4.26 Considerando il principio guida della *materialità*, un report integrato include normalmente l'approccio dell'organizzazione a qualsiasi rischio reale (nel breve, medio o lungo termine), essenziale per garantire la capacità continua dell'organizzazione di creare valore, che potrebbe avere conseguenze estreme, anche se la probabilità che si verifichino può essere considerata minima.

### 4E Strategia e allocazione delle risorse

4.27 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: quali sono gli obiettivi dell'organizzazione e come intende raggiungerli?*

4.28 Un report integrato identifica in genere:

- Gli obiettivi strategici dell'organizzazione a breve, medio e lungo termine
- Le strategie che ha adottato, o intende adottare, per raggiungere tali obiettivi strategici
- I piani di allocazione delle risorse adottati per implementare la strategia
- La modalità di misurazione degli obiettivi e dei risultati previsti sul breve, medio e lungo termine.

4.29 In tale contesto, vengono in genere descritti i seguenti elementi:

- Il collegamento fra strategia e piani di allocazione delle risorse dell'organizzazione e le informazioni trattate nel Contenuto, inclusa la modalità con cui la strategia e i piani di allocazione delle risorse:
  - Sono correlati al modello di business dell'organizzazione e quali modifiche possono essere apportate a tale modello di business per implementare le strategie desiderate e fornire un quadro della capacità di adattamento al cambiamento dell'organizzazione
  - Sono influenzati dall'ambiente esterno e dalle opportunità e dai rischi identificati o rispondono a tali fattori

## 4. ELEMENTI DEL CONTENUTO (CONTINUA)

- Esercitano un'influenza sui capitali e sugli accordi per la gestione dei rischi correlati a tali capitali
- I fattori distintivi che forniscono un vantaggio competitivo all'organizzazione e le consentono di creare valore, ad esempio:
  - Il ruolo dell'innovazione
  - Il modo in cui l'organizzazione sviluppa e sfrutta il capitale intellettuale
  - La misura in cui le considerazioni sociali e ambientali sono state incluse nella strategia dell'organizzazione, per fornirle un vantaggio competitivo
- Le caratteristiche e i risultati chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder e che sono stati utilizzati per formulare le strategie e i piani di allocazione delle risorse.

### 4F Performance

- 4.30 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: in quale misura l'organizzazione ha raggiunto i propri obiettivi strategici relativi al periodo di riferimento e quali sono i risultati ottenuti in termini di effetti sui capitali?*
- 4.31 Un report integrato deve contenere informazioni qualitative e quantitative sulle performance, che includono:
- Indicatori quantitativi relativi a target, rischi e opportunità, che ne illustrino il significato, le implicazioni, i metodi e le ipotesi utilizzate per calcolarli
  - Gli effetti (positivi e negativi) prodotti dall'organizzazione sui capitali, inclusi gli effetti materiali sui capitali a monte e a valle della catena del valore
  - La qualità delle relazioni con gli stakeholder chiave e il modo in cui l'organizzazione soddisfa le loro esigenze e i loro interessi legittimi
  - I collegamenti fra performance passate e attuali, oltre che fra performance attuali e prospettive dell'organizzazione.
- 4.32 I KPI che combinano misure economico-finanziarie con altri componenti (ad esempio il rapporto tra emissioni di gas serra e vendite) o una spiegazione descrittiva delle implicazioni economico-finanziarie degli effetti significativi sugli altri capitali (ad esempio l'aumento di fatturato previsto generato dalle iniziative di miglioramento del capitale umano), possono essere utilizzati per dimostrare il collegamento tra le performance finanziarie e quelle relative agli altri capitali. In alcuni casi è possibile includere anche la quantificazione in termini monetari di determinati effetti sui capitali (ad esempio le emissioni di anidride carbonica o l'utilizzo delle risorse idriche).
- 4.33 Può essere rilevante, per la discussione sulle performance, includere i casi in cui le normative producono un effetto significativo sui risultati (ad esempio la limitazione del fatturato derivante dai criteri di tariffazione imposti dalla legge) o in cui l'inottemperanza dell'organizzazione a leggi o normative può influire in modo significativo sulle sue attività.

### 4G Prospettive

- 4.34 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: quali sfide e quali incertezze dovrà probabilmente affrontare l'organizzazione nell'attuazione della propria strategia e quali sono le potenziali implicazioni per il suo modello di business e per le sue performance future?*
- 4.35 Un report integrato evidenzia in genere i cambiamenti previsti nel tempo e, a partire da un'analisi approfondita e trasparente, fornisce informazioni su:
- Le previsioni sull'ambiente esterno che l'organizzazione dovrà probabilmente affrontare nel breve, medio e lungo termine
  - I possibili effetti sull'organizzazione
  - Gli strumenti attualmente disponibili all'organizzazione per rispondere alle sfide e alle incertezze critiche che possono presentarsi.
- 4.36 È necessario prestare attenzione affinché le aspettative, le aspirazioni e le intenzioni dichiarate dall'organizzazione siano ancorate alla realtà. Queste devono essere proporzionate alla capacità dell'organizzazione di sfruttare le opportunità a sua disposizione (che includono la disponibilità, la qualità e l'accessibilità dei capitali appropriati), e devono essere basate su una valutazione realistica del panorama competitivo e del posizionamento di mercato dell'organizzazione, nonché dei rischi che deve affrontare.

## 4. ELEMENTI DEL CONTENUTO (CONTINUA)

- 4.37 Una discussione delle potenziali implicazioni, comprese quelle relative alle performance economico-finanziarie future, esamina in genere i seguenti aspetti:
- Ambiente esterno, rischi e opportunità, con un'analisi del modo in cui tali fattori possono influire sul raggiungimento degli obiettivi strategici
  - Disponibilità, qualità e accessibilità dei capitali che l'organizzazione utilizza o influenza (ad esempio, la disponibilità continua di lavoratori qualificati o risorse naturali), illustrando la modalità di gestione delle relazioni chiave e il motivo per cui sono importanti per la capacità di un'organizzazione di creare valore nel tempo.
- 4.38 Un report integrato può inoltre includere indicatori di base, KPI, obiettivi, informazioni rilevanti provenienti da fonti esterne riconosciute e analisi di "sensività". Se le prospettive dell'organizzazione includono previsioni e proiezioni, è consigliabile redigere un riepilogo delle ipotesi di base associate. Il confronto tra le performance effettive e gli obiettivi precedentemente identificati consente di valutare in modo più appropriato le prospettive correnti.
- 4.39 Le informazioni sulle prospettive di un'organizzazione incluse in un report integrato devono tenere conto dei requisiti legali e normativi applicabili all'organizzazione.

### 4H Base di preparazione e presentazione

- 4.40 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: in che modo l'organizzazione determina gli aspetti da includere nel report integrato e come vengono quantificati e valutati tali aspetti?*
- 4.41 Un report integrato descrive le attività di preparazione e presentazione del documento, tra cui:
- Una descrizione riassuntiva del processo di definizione della materialità dell'organizzazione (vedere paragrafo [4.42](#))
  - Una descrizione del perimetro di reporting e la modalità con cui è stato determinato (vedere paragrafi [4.43-4.46](#))
  - Una descrizione riassuntiva dei framework significativi e i metodi utilizzati per quantificare o valutare le questioni materiali (vedere paragrafi [4.47-4.48](#)).

### Descrizione riassuntiva del processo di definizione della materialità

- 4.42 Un report integrato include una descrizione riassuntiva del processo di definizione della materialità e delle principali attività di valutazione svolte dall'organizzazione (vedere paragrafi [3.18-3.20](#)), tra cui:
- Breve descrizione del processo utilizzato per identificare le questioni rilevanti, valutarne l'importanza e restringere la selezione alle questioni materiali
  - Identificazione del ruolo da assegnare ai componenti la governance e alle figure chiave coinvolte nell'identificazione delle questioni materiali e nell'assegnazione delle relative priorità.

È inoltre possibile includere un collegamento a una descrizione più dettagliata del processo di definizione della materialità.

### Perimetro di rendicontazione

- 4.43 Un report integrato identifica il proprio perimetro di reporting, illustrando come è stato determinato (vedere paragrafi [3.30-3.35](#)).
- 4.44 I rischi, le opportunità e i risultati materiali attribuibili o associati alle entità incluse nell'entità di reporting finanziario vengono inclusi nel report integrato dell'organizzazione.
- 4.45 I rischi, le opportunità e gli impatti attribuibili o associati ad altri stakeholder o entità vengono inclusi in un report integrato nella misura in cui influiscono significativamente sulla capacità di creare valore dell'entità che redige il reporting economico-finanziario.
- 4.46 Problemi pratici possono limitare la natura e la portata delle informazioni presentate in un report integrato. Ad esempio:
- La disponibilità di dati affidabili relativi alle entità che non sono controllate dall'organizzazione che redige il report economico-finanziario
  - È intrinsecamente impossibile identificare tutti i rischi, le opportunità e gli impatti che influiscono materialmente sulla capacità dell'entità di reporting finanziario di creare valore, soprattutto nel lungo termine.

In un report integrato può essere appropriato segnalare tali limitazioni e le misure adottate per superarle.

## 4. ELEMENTI DEL CONTENUTO (CONTINUA)

### Sintesi dei framework significativi e dei metodi adottati

- 4.47 Un report integrato deve includere una sintesi dei framework significativi e dei metodi adottati per quantificare o valutare le questioni materiali incluse nel report (ad esempio gli standard di reporting finanziario applicabili utilizzati per redigere le informazioni finanziarie, la formula messa a punto da un'azienda per misurare la soddisfazione dei clienti e un framework settoriale per la valutazione dei rischi). È possibile includere spiegazioni più dettagliate in altre comunicazioni.
- 4.48 Come spiegato nel paragrafo [1.10](#), se le informazioni di un report integrato sono simili o basate su altre informazioni pubblicate dall'organizzazione, il report deve essere preparato sulla stessa base di queste ultime o deve essere facilmente riconciliabile con tali informazioni. Se, ad esempio, un KPI riguarda un argomento simile a quello delle informazioni pubblicate nei bilanci di esercizio o nei bilanci di sostenibilità dell'organizzazione, deve essere preparato sulla stessa base e per lo stesso periodo di tali altre informazioni.

### 4I Indicazioni generali sul reporting

4.49 Le seguenti questioni di carattere generale relative al reporting si applicano a diversi elementi del Contenuto:

- Informazioni sulle questioni materiali (vedere paragrafi [4.50–4.53](#))
- Informazioni su capitali (vedere paragrafi [4.54–4.55](#))
- Orizzonte temporale per il breve, il medio e il lungo termine (vedere paragrafi [4.57–4.59](#))
- Aggregazione e disaggregazione (vedere paragrafi [4.60–4.62](#)).

### Informativa su aspetti materiali

4.50 Tenendo conto della natura di una determinata questione materiale, l'organizzazione deve valutare la possibilità di fornire:

- Informazioni chiave quali:
  - Una descrizione della questione e dei suoi effetti sulla strategia, il modello di business o i capitali dell'organizzazione

- Interazioni e interdipendenze rilevanti che consentono di comprendere cause ed effetti
  - Il punto di vista dell'organizzazione sulla questione
  - Le misure adottate per gestire la questione e il relativo livello di efficacia
  - Il livello di controllo dell'organizzazione sulla questione
  - Informazioni quantitative e qualitative, inclusi confronti con i periodi precedenti e target per i periodi futuri
- Se un determinato aspetto è incerto, è necessario fornire informazioni sull'incertezza, ad esempio:
    - Una descrizione dell'incertezza
    - L'intervallo dei possibili impatti, le principali ipotesi e le possibili conseguenze sulle informazioni in caso di mancata realizzazione delle previsioni
    - La volatilità, il livello di certezza o l'intervallo di fiducia associato alle informazioni fornite
  - Se non è possibile identificare le informazioni chiave per un determinato aspetto, occorre spiegarlo specificando il motivo
  - In presenza di una perdita significativa del vantaggio competitivo, è preferibile inserire una descrizione di natura generale della questione, piuttosto che i dettagli specifici (vedere paragrafo [3.51](#)).

4.51 A seconda della natura di un aspetto, può essere appropriato presentarlo in una sezione apposita del report integrato o insieme ad altri elementi del Contenuto.

4.52 Occorre evitare di inserire informazioni di natura eccessivamente generica. Le informazioni devono essere incluse solo se rientrano nello scopo principale di un report integrato, come illustrato nel paragrafo [1.7](#). A tale scopo, è necessario includere solo informazioni specifiche delle circostanze dell'organizzazione. Di conseguenza, gli elenchi puntati di esempi e considerazioni associati a ciascun elemento del Contenuto non possono tradursi in liste di controllo delle informazioni da fornire.

## 4. ELEMENTI DEL CONTENUTO (CONTINUA)

### Caratteristiche degli indicatori quantitativi

4.53 Gli indicatori quantitativi, come i KPI, possono aumentare la comparabilità e risultano particolarmente utili per esprimere e presentare i dati in relazione a un target. Normalmente, gli indicatori quantitativi sono considerati appropriati quando sono:

- Rilevanti per le circostanze dell'organizzazione
- Coerenti con gli indicatori utilizzati internamente dai componenti la governance
- Connessi (ad esempio, mostrano il collegamento tra le informazioni economico-finanziarie e quelle di altro tipo)
- Incentrati sugli aspetti identificati dal processo di definizione della materialità dell'organizzazione
- Presentati insieme a target, previsioni e proiezioni corrispondenti per due o più periodi futuri
- Presentati per più periodi (ad esempio tre o più periodi) al fine di fornire una valutazione dei trend
- Presentati in relazione a target, previsioni e proiezioni presentati in precedenza, in relazione a scopi di accountability
- Coerenti con i benchmark settoriali o regionali generalmente accettati, al fine di fornire una base per il confronto
- Presentati in modo coerente in periodi successivi, indipendentemente dal fatto che le tendenze emergenti e i risultati dei confronti siano favorevoli o sfavorevoli
- Presentati insieme a informazioni qualitative per fornire contesto e migliorare la comprensione. Le informazioni qualitative rilevanti includono una descrizione di:
  - Metodi di misurazione e ipotesi sottostanti
  - Motivi degli scostamenti significativi da target, tendenze o benchmark e probabilità che si ripresentino.

### Informazioni sui capitali

4.54 Le informazioni sui capitali o sui relativi componenti:

- Sono determinati sui loro effetti sulla capacità dell'organizzazione di creare valore nel tempo, indipendentemente dal fatto che siano di proprietà o meno dell'organizzazione
- Includono i fattori che influiscono sui relativi livelli di disponibilità, qualità e accessibilità, oltre alla capacità prevista dall'organizzazione di produrre flussi da tali capitali per soddisfare la domanda futura. Ciò è particolarmente rilevante per i capitali a fornitura limitata, non rinnovabili e che possono influire sulla fattibilità a lungo termine del modello di business di un'organizzazione.

4.55 Nel caso in cui la misurazione quantitativa delle variazioni materiali dei capitali risulti impraticabile o irrilevante, occorre fornire informazioni qualitative che illustrino le variazioni nei livelli di disponibilità, qualità o accessibilità dei capitali come input aziendali e il modo in cui vengono incrementati, ridotti o trasformati dall'organizzazione. Non è tuttavia necessario quantificare o descrivere i movimenti tra ciascuno dei capitali per ogni materia illustrata.

### Complessità, interdipendenze e trade-off

4.56 Il presente Framework non richiede che un report integrato fornisca un resoconto esaustivo di tutte le complesse interdipendenze fra i capitali, al fine di calcolare l'impatto netto dell'organizzazione sullo stock dei capitali. È tuttavia importante che un report integrato mostri le interdipendenze considerate per la determinazione del perimetro del reporting, nonché i trade-off importanti che influenzano la creazione di valore nel tempo, inclusi i seguenti:

- Trade-off fra i capitali o fra i vari componenti di un capitale (ad esempio la creazione di posti di lavoro attraverso attività che producono effetti negativi sull'ambiente)
- Trade-off temporali (ad esempio, scegliendo un determinato approccio al posto di un altro che potrebbe produrre un maggiore incremento di capitale, ma in tempi più lunghi)
- Trade-off fra i capitali dell'organizzazione e quelli appartenenti ad altri o a nessuno.

## 4. ELEMENTI DEL CONTENUTO (CONTINUA)

### Orizzonte temporale per il breve, il medio e il lungo termine

- 4.57 La dimensione del tempo futuro da considerare per la preparazione e la presentazione di un report integrato è in genere più lunga di quella utilizzata in altre forme di reporting. La durata degli intervalli di tempo per il breve, il medio e il lungo termine viene decisa dall'organizzazione in base ai propri cicli aziendali e di investimento, alle proprie strategie, nonché alle esigenze e agli interessi legittimi degli stakeholder chiave. Non esiste pertanto un criterio prestabilito per determinare la lunghezza di ogni intervallo.
- 4.58 Fattori che determinano la variazione degli intervalli di tempo:
- Settore o industry (ad esempio, gli obiettivi strategici nel settore automobilistico coprono in genere la durata di due cicli modello, che vanno dagli otto ai dieci anni, mentre nel settore tecnologico gli intervalli di tempo sono notevolmente più brevi)
  - Natura degli impatti (ad esempio, la natura di alcuni problemi che influiscono sul capitale naturale, sociale e relazionale può essere di lungo periodo).
- 4.59 La durata di ciascun periodo di reporting e il motivo della scelta di tale durata possono influire sulla natura delle informazioni presentate in un report integrato. Ad esempio, poiché le questioni a lungo termine hanno un margine di incertezza superiore, le informazioni relative sono in genere di tipo qualitativo, mentre le informazioni sulle questioni a breve termine sono più adatte alla quantificazione e persino alla monetizzazione. Non è tuttavia necessario specificare gli effetti di una materia per ciascun intervallo di tempo.

### Aggregazione e disaggregazione

- 4.60 Ogni organizzazione determina il livello di aggregazione (ad esempio, per paese, per controllata, per divisione o per sede) con cui presentare le informazioni appropriate alle sue circostanze. A tale scopo, è necessario bilanciare l'impegno necessario per disaggregare (o aggregare) le informazioni con l'eventuale aumento di importanza delle informazioni presentate in forma disaggregata (o aggregata).
- 4.61 In alcune circostanze, l'aggregazione delle informazioni può determinare una notevole perdita di significato e impedire l'identificazione di performance particolarmente elevate o scarse in aree specifiche. D'altro canto, una disaggregazione non necessaria può creare confusione, ostacolando la comprensione delle informazioni.
- 4.62 L'organizzazione disaggrega (o aggrega) le informazioni a un livello appropriato considerando soprattutto il modo in cui gli alti dirigenti e i componenti la governance gestiscono e supervisionano l'organizzazione e le sue attività. Questo determina in genere la presentazione delle informazioni in base ai segmenti aziendali o geografici utilizzati ai fini del reporting finanziario (Vedere anche i paragrafi 4.21–4.22 relativi alle organizzazioni con più modelli di business).

Ai fini del presente Framework, salvo diversa indicazione, i termini seguenti hanno il significato specificato nell'elenco sottostante.

1. *Capitali*: stock di valore da cui dipende il successo di qualsiasi organizzazione. Vengono utilizzati come input per il modello di business e possono essere incrementati, ridotti o trasformati attraverso le attività e gli output dell'organizzazione. In questo Framework i capitali vengono suddivisi nelle seguenti categorie: finanziario, produttivo, intellettuale, umano, sociale e relazionale e naturale.
2. *Creazione di valore*: processo che si manifesta attraverso gli aumenti, le riduzioni o le trasformazioni di capitali provocati dalle attività aziendali e dagli output di un'organizzazione.
3. *Elementi del Contenuto*: categorie di informazioni che devono essere incluse in un report integrato. Gli elementi del Contenuto, che sono strettamente legati fra loro e non si escludono a vicenda, vengono formulati sotto forma di domande a cui è necessario rispondere per evidenziare i collegamenti fra gli stessi.
4. *Fornitori di capitale finanziario*: detentori di obbligazioni, creditori e fornitori di capitale finanziario, effettivi e potenziali, inclusi i finanziatori e creditori di altro tipo. Sono inclusi i beneficiari finali degli investimenti, i proprietari dei beni collettivi e i gestori di beni e fondi.
5. *Il pensare integrato*: attenta considerazione delle relazioni fra le varie unità operative e funzionali di un'organizzazione e i capitali che quest'ultima utilizza e influenza. Il pensare integrato conduce ad un processo decisionale integrato e ad azioni mirate alla creazione di valore nel breve, medio e lungo termine.
6. *Impatti*: conseguenze (positive e negative) interne ed esterne sui capitali, generate dalle attività aziendali e dai relativi output.
7. *Input*: i capitali (risorse e relazioni) utilizzati da un'organizzazione per lo svolgimento delle proprie attività di business.
8. *Materiale/materialità*: un aspetto è considerato materiale se è in grado di influire in modo significativo sulla capacità di un'organizzazione di creare valore nel breve, medio o lungo termine.
9. *Modello di business*: sistema adottato da un'organizzazione per trasformare gli input, attraverso le attività aziendali, in output e outcome, al fine di conseguire gli obiettivi strategici dell'organizzazione e di creare valore nel breve, medio e lungo termine.
10. *Output*: beni e servizi di un'organizzazione, e tutti i sottoprodotti e gli scarti.
11. *Performance*: risultati ottenuti da un'organizzazione rispetto ai suoi obiettivi strategici e ai suoi outcome in termini di impatti sui capitali.
12. *Perimetro del reporting*: perimetro entro il quale gli aspetti vengono considerati rilevanti per l'inclusione nel report integrato di un'organizzazione.
13. *Principi guida*: principi su cui si basa la preparazione di un report integrato, che determinano il contenuto del report e la modalità di presentazione delle informazioni.
14. *Report integrato*: comunicazione sintetica che illustra come la strategia, la governance, le performance e le prospettive di un'organizzazione, nel contesto del relativo ambiente esterno, consentono la creazione di valore nel breve, medio e lungo termine.
15. *Reporting integrato (<IR>)*: processo, fondato sul pensare integrato, che consente a un'organizzazione di redigere un report integrato periodico sulla creazione del valore nel tempo e di trasmettere le comunicazioni correlate in merito a diversi aspetti della creazione di valore.
16. *Responsabili della governance*: persone o organizzazioni (ad esempio, il consiglio di amministrazione o una società fiduciaria) responsabili della supervisione dell'orientamento strategico di un'organizzazione e dei relativi obblighi di affidabilità e gestione.
17. *Stakeholder*: gruppi di persone per cui è ragionevole ritenere che siano influenzate in modo significativo dalle attività, dagli output o dagli outcome di un'organizzazione, o le cui azioni possono influenzare in modo significativo la capacità dell'organizzazione di creare valore nel tempo. Gli stakeholder possono includere fornitori di capitale finanziario, dipendenti, clienti, fornitori, partner commerciali, comunità locali, organizzazioni non governative, gruppi ambientali, legislatori, organismi di regolamentazione e responsabili delle decisioni politiche.
18. *Strategia*: obiettivi strategici e strategie adottate per raggiungerli.

## L'UTILIZZO DEL FRAMEWORK

### Tipi di report e relazioni con le altre informazioni

- 1.12 *Un report integrato deve essere una forma di comunicazione definita e identificabile come tale.*

### Applicazione del Framework

- 1.17 *Qualsiasi documento che si definisce un report integrato e che contiene riferimenti al Framework deve rispettare tutti i requisiti evidenziati in corsivo grassetto, tranne nel caso in cui:*

- *L'indisponibilità di dati affidabili, o la presenza di norme restrittive specifiche, non consenta la divulgazione di informazioni materiali*
- *La divulgazione delle informazioni materiali potrebbe determinare danni alla competitività dell'organizzazione.*

- 1.18 *In caso di indisponibilità di dati affidabili o in presenza di norme restrittive specifiche, un report integrato è tenuto a:*

- *Indicare la natura delle informazioni omesse*
- *Spiegare i motivi dell'omissione*
- *In caso di dati non disponibili, specificare le misure adottate per ottenere i dati e i tempi previsti per ottenerli.*

### Responsabilità per un report integrato

- 1.20 *Un report integrato deve contenere una dichiarazione da parte dei componenti la governance, in cui devono essere presenti i seguenti elementi:*

- *Una dichiarazione della loro responsabilità che assicuri la rispondenza al vero del report integrato*
- *Una dichiarazione della loro responsabilità sull'aver adottato un approccio condiviso alla preparazione e presentazione del report integrato*
- *Un'attestazione, o un'affermazione, sul fatto che il report sia redatto conformemente al presente Framework o, in mancanza di una tale dichiarazione, esso deve illustrare i seguenti aspetti:*

- *Il ruolo svolto dai componenti la governance nella preparazione e presentazione del report*
- *Le misure che si stanno adottando per includere tale dichiarazione nei report successivi*
- *I tempi previsti per includere la dichiarazione, che non possono superare la presentazione del terzo report integrato dell'organizzazione conforme al presente Framework.*

## PRINCIPI GUIDA

### Focus strategico e orientamento al futuro

- 3.3 *Un report integrato deve fornire informazioni dettagliate sulla strategia dell'organizzazione e su come tale strategia influisce sulla capacità di creare valore nel breve, medio e lungo termine, illustrando l'uso previsto dei capitali e gli effetti su questi ultimi.*

### Connettività delle informazioni

- 3.6 *Un report integrato deve rappresentare la combinazione, le correlazioni e le dipendenze fra i fattori che influiscono sulla capacità dell'organizzazione di creare valore nel tempo.*

### Relazioni con gli stakeholder

- 3.10 *Un report integrato deve fornire informazioni dettagliate sulla natura e sulla qualità delle relazioni dell'organizzazione con i propri stakeholder e illustrare in che modo e fino a che punto essa ne comprende e ne considera le esigenze e gli interessi legittimi, e in che modo e fino a che punto ad essi risponda.*

### Materialità

- 3.17 *Un report integrato deve fornire informazioni sugli aspetti che influiscono in modo significativo sulla capacità dell'organizzazione di creare valore nel breve, medio e lungo termine.*

### Sinteticità

- 3.36 *Un report integrato deve essere sintetico.*

### Affidabilità e completezza

- 3.39 *Un report integrato deve contenere tutti gli aspetti materiali, sia positivi che negativi, in modo obiettivo e senza errori materiali.*

### Coerenza e comparabilità

- 3.54 *Le informazioni incluse in un report integrato devono essere presentate in modo:*
- *coerente nel tempo*
  - *tale da consentire il confronto con altre organizzazioni, nella misura in cui questo sia materiale per la capacità propria dell'organizzazione di creare valore nel tempo.*

### ELEMENTI DEL CONTENUTO

#### Presentazione dell'organizzazione e dell'ambiente esterno

- 4.4 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: che cosa fa l'organizzazione e in quali circostanze opera?*

#### Governance

- 4.8 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: in che modo la struttura di governance dell'organizzazione sostiene la sua capacità di creare valore nel breve, medio e lungo termine?*

#### Modello di business

- 4.10 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: qual è il modello di business dell'organizzazione?*

#### Rischi e opportunità

- 4.23 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: quali sono le opportunità e i rischi specifici che influiscono sulla capacità dell'organizzazione di creare valore nel breve, medio o lungo termine e in che modo essi vengono da questa gestiti?*

#### Strategia e allocazione delle risorse

- 4.27 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: quali sono gli obiettivi dell'organizzazione e come intende raggiungerli?*

#### Performance

- 4.30 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: in quale misura l'organizzazione ha raggiunto i propri obiettivi strategici relativi al periodo di riferimento e quali sono i risultati ottenuti in termini di effetti sui capitali?*

### Prospettive

- 4.34 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: quali sfide e quali incertezze dovrà probabilmente affrontare l'organizzazione nell'attuazione della propria strategia e quali sono le potenziali implicazioni per il suo modello di business e per le sue performance future?*

### Base di preparazione e presentazione

- 4.40 *Un report integrato deve rispondere alla domanda: in che modo l'organizzazione determina gli aspetti da includere nel report integrato e come vengono quantificati e valutati tali aspetti?*

