



# Rapor dediğin böyle zulüm görmedi

## Yaprak Özer / İndeks İletişim, Yönetim Kurulu Başkanı

2017 ilk ayının sonundayız. Çoğu halka açık şirketler olmak üzere, yıllık faaliyet raporlarının resmi olarak sunulmasına yasal olarak 1 ay kaldı. Genel kurulları ileri tarihte olanlar da takip eden bir iki ay içinde faaliyet raporlarını kamuoyuyla paylaşmış olacaklar.

Tahmin edeceğimiz gibi bu yıl faaliyet raporu çalışmaları sönük. Kurumsal iletişimcilerin tükenen diğer iletişim ve pazarlama araçlarının yerine koydukları için allayıp pulladıkları faaliyet raporları, ekonomik kriz marifetiyle aslına rücu ediyor.

Yalnızca ekonomik değil, siyasi ve toplumsal performansı zayıf bir yılı geride bıraktık. Akıl tutulması yılı diye tarif edeceğim, yazık ki etmeye korkuyorum, çünkü takip eden her yeni 2017 günü, geride bıraktığımız 2016'dan rol çalmaya devam ediyor.

Bir iletişimci olarak raporların kurumsal iletişimin önemli bir parçası olduğunu düşünürüm. Yine "sorumlu" bir iletişimci olarak raporların "sınırlı" bir iletişim aracı olduğuna inanırım. Yıllardır raporlarla haşır neşirim. Aktif gazetecilik yaptığım yıllarda, referans kaynak olarak kullandım. Rapor gazetecinin kıymetlisidir. Yıllardır iletişim sektöründe girişimci olarak çalışmaktayım. Masanın diğer tarafında da pek çok farklı iletişim aracı gibi bugüne kadar sayısını bilmediğim kadar çok faaliyet raporu ürettim, üretmeye devam ediyorum.

Bu raporların değiştiği kadar hiçbir şey değişmedi desem biraz abartmış olabilirim, ama inanın fazla değil. Rapor rapor olalı, faaliyet raporu kadar zulüm görmedi.

Çok sık aldığım sorulardan biri olduğu için bu yıl da raporlardan ne beklediğini paylaşmak istedim. Aslında namı diğer rapor trendini aktaracağım. İtiraf etmeliyim trend kelimesine alerjim sonsuz.

### Raporlarımız özgün mü?

Raporlardan ne beklediği ya da gelecek raporların nasıl olacağına ilişkin aktarımlarımda referans nokta yurt içinde üretilmekte olan raporlar değil. Kendimizi kandırmayalım, çok az özgün rapora sahibiz. Raporlarımızın çoğu başkası ne yapmış bakalım biz de benzerini yapalım mantığından kurtulamıyoruz. Zaten bugüne kadar Türk rakiplerimiz ne yapıyor diye bir soruyla karşılaşmadım, dünyada ne oluyor nasıl raporlama yapılıyor trendler nedir diyenler ise sayısız.

2016 yılı araştırmaları raporlarda öne çıkan şu trendlere işaret ediyor: şeffaf, kısa, vizyoner, güçlü içerik, dijital yardım, rahatlatan tasarım. Bununla birlikte entegre raporlamadan sonra, "Yıllık Gözden Geçirme" raporu arz-ı endam ediyor. Bir süre de bu yeniliği konuşacağız.

### Yeni ürün: Yıllık Gözden Geçirme Çalışmaları

Trend diye baktığımız tüm yenilikler aslında bir zorunluluğa işaret ediyor. Bu yıl gördüklerimiz aslında ekonomik gelişmenin yansıması. Biraz açayım; birden fazla rapor üretmek tercih edilmiyor, tek raporla işi bitiren firmaların sayısı artıyor. Daha kısa daha güçlü ve daha yoğun raporlamalar çıkıyor. Faaliyet raporlarına yeni bir ürün eşlik ediyor: "Yıllık Gözden Geçirme" (Annual Review). Hatta yer yer faaliyet raporunun yerini alıyor. Yıllık raporunu, "dijital" gözden geçirme diyebileceğimiz özetle taçlandırıyorlar da dikkat çekiyor. Gelişmiş ekonomilerde köklü oyuncular dikkate alınacak olursa, tüm raporlarda uzun dönem vizyona uzun uzun yer veren içerikler dikkat çekiyor. Yöneticilere daha fazla sorumluluk ve iş düşüyor. Özellikle yatırımcılar birer yıllık vizyon belgeleriyle kifayet etmiyor daha kapsamlı ve derin geri bildirimler bekliyorlar. Bu da yönetici tarafında risk yönetimi olarak tercüme edilebilir.

Trendler ki buna moda yerine eğilim demek daha doğru; tercüme ettiğimizde değişikliklerin yalnızca raporlarda değil kurumsal iletişim stratejilerindeki değişiklikten kaynaklandığını görmeliyiz. Yeni nesil raporları, yeni nesil tüketiciden kopuk algılamak mümkün değil.

Raporlar yeni neslin dilini yansıtıyor. Yeni dil; hedefe kilitlenmiş, dijital destekli, tasarım dili güçlü, görsel anlatımla içeriği kaynaştıran, şeffaf, uzun dönemli vaat ve yorumla bezenmiş, karşılıklı güven ilkesi üzerinde ilerleyen özgün raporlar.

### Entegre rapor bilmececi

Entegre raporlar ile faaliyet raporları arasındaki çizgi henüz tam olarak belirlenmiş değil. Ben bir trend değil bir gereklilik olduğuna inandığım entegre raporlamanın şekilsel değil tamamen içeriksel bir fark olduğunu düşünüyorum. Entegre raporun hacim itibarıyla faaliyet raporuna göre çok daha kısa olması, görsellik ile ilgili değil. Kurumların elle tutulmayan ya da her seferinde rakamlarla ifade edilmek zorunluluğu olmayan değerlerinin birbiriyle etkileşim ve yarattığı sinerji düşünüldüğünde ortaya çıkan sonucu aktaran entegre raporlar korkarım bu yılın trendi olan "Yıllık Gözden Geçirme" raporlarıyla karıştırılacak.

Diğer yandan raporlarda görsellik yüzünden tahtından edilen içerik, raporlamanın "trend topic" unsuru. Her zaman söylediğim gibi içerik kral. Araştırma sonuçlarından da göreceğiniz üzere sanıldığı gibi faaliyet raporlarının sonu gelmiyor.

Tam tersine faaliyet raporlarına geri dönüş var. Raporlamadaki en dikkat çeken daralma sürdürülebilirlik raporlarının ayrı bir rapor olarak üretilmesindeki düşüş.

Rapor, basit tanımıyla bir faaliyetin neticesinde elde edilen kazancı ve/veya kayıpları ortaya koymak, ders çıkarmak, geleceğe dair öngöründe bulunmak üzere kaleme alınan doküman. Yıllar içinde ticari oluşumların büyüklüklerini mal ve hizmetle ya da han ve hamamla ya da yalnızca kar ve ciroyla ölçemeyeceğimizi anladık. Toplumsal değerleri de raporlama ihtiyacı

doğdu. Biraz daha ilerleyince bu kurum ve kuruluşların toplumdan aldıklarını yeniden topluma verip vermediklerini görmek istedik. Hükümetler, ticari işletmelerin kazançlarını paylaşımlarını talep ederken giderek ortaya çıkan uluslararası kurallar ise ulusal kuralların önüne geçti. Bizim masum raporlar da feleğini şaşırıldı. Biri aldı alladı pulladı, diğeri aldı uzattı durdu, bir başkası dijitale buladı. Oysa sonuç hep aynıydı.

Rapor şeffaf, özgün, bütüncül, anlaşılır ve kurumsal kimliği yansıtır olmalı. Hepsi bu! Rapor rapor olalı böyle zulüm görmedi.