

La diffusione dell'informativa societaria

Barabino & Partners IR - Webinar Assonext

27 giugno 2023

 Academy

 EURONEXT
CORPORATE SERVICES

 ASSONEXT

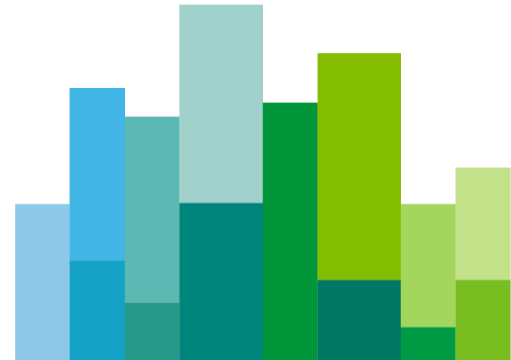
Comunicazione Finanziaria

La comunicazione dell'informativa periodica dei dati

STEP	STEP 1	STEP 2	STEP 3
OBIETTIVO	Conoscere meglio gli interlocutori dell'emittente	Diventare più consapevoli quando si tratta della comunicazione finanziaria	Comunicare i dati periodici in maniera efficace e in linea con gli obiettivi societari
CONTENUTI	Le regole universali della comunicazione I trend della comunicazione Gli interlocutori e le loro esigenze	Il ruolo strategico della comunicazione finanziaria Il valore dell'informazione Gli strumenti della comunicazione	Le normative vigenti e la loro applicazione Gli obblighi dell'emittente I contenuti e le modalità
TIMING	14:15-14:35	14:35-14:55	14:55 – 15:45

Comunicazione e informativa societaria

Regole universali e trend della comunicazione





*«Ci vogliono 20 anni per costruire
una reputazione
e cinque minuti per rovinarla. Se ci
pensate, farete le cose in modo
diverso»*

Warren Buffett

Comunicazione è...



Relazione – fiducia – comunicazione

La relazione è una connessione, una corrispondenza che avviene
tra due o più interlocutori.

Non esiste relazione senza comunicazione.

Qual è l'ingrediente principale di una relazione?

LA FIDUCIA



Attraverso l'individuazione del linguaggio adatto, dei messaggi più indicati e dei mezzi attraverso cui diffonderli – cioè **attraverso la comunicazione – è possibile costruire, mantenere e implementare la fiducia nella relazione.**

La nuova forza della relazione

Il Covid ha scardinato le normali modalità di relazione,
ci ha obbligato a rivedere le nostre priorità e ci ha insegnato l'importanza della collettività.

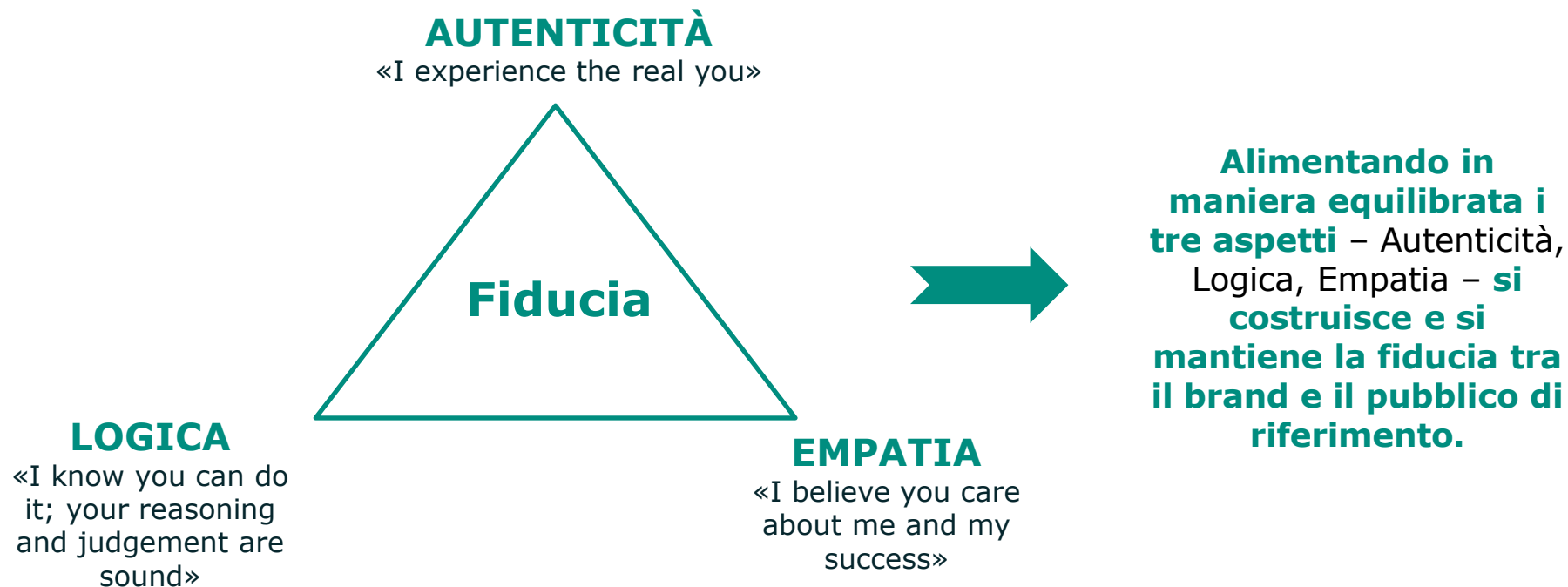
Ci ha portato a rivedere i nostri equilibri relazionali e a **privilegiare quei rapporti** – personali
e d'acquisto – **basati sulla fiducia**.



Perché la fiducia è un atteggiamento che [...] generalmente
produce sicurezza e tranquillità*.

**da definizione di «fiducia» vocabolario Treccani*

Ma di preciso, come si costruisce la fiducia?



Fonte: «Begin with Trust», by Frances Frei and Anne Morris, Harvard Business Review, May-June 2020 issue

La comunicazione d'impresa



I trend in cui viviamo

Sintesi



Crescente importanza
del «mobile»
nell'accesso alle news

Disintermediazione



Crescente ruolo dei
social network
nella diffusione news

Intrattenimento



Crescita dei contenuti
video nelle
News online

Ne consegue che ...



Pochi contenuti
chiari, «indicizzabili»
e memorabili



Approccio aperto
ai nuovi canali e
al «real time» con attenzione
alla «condivisione»



E' importante
porre attenzione
all'efficacia
del non verbale

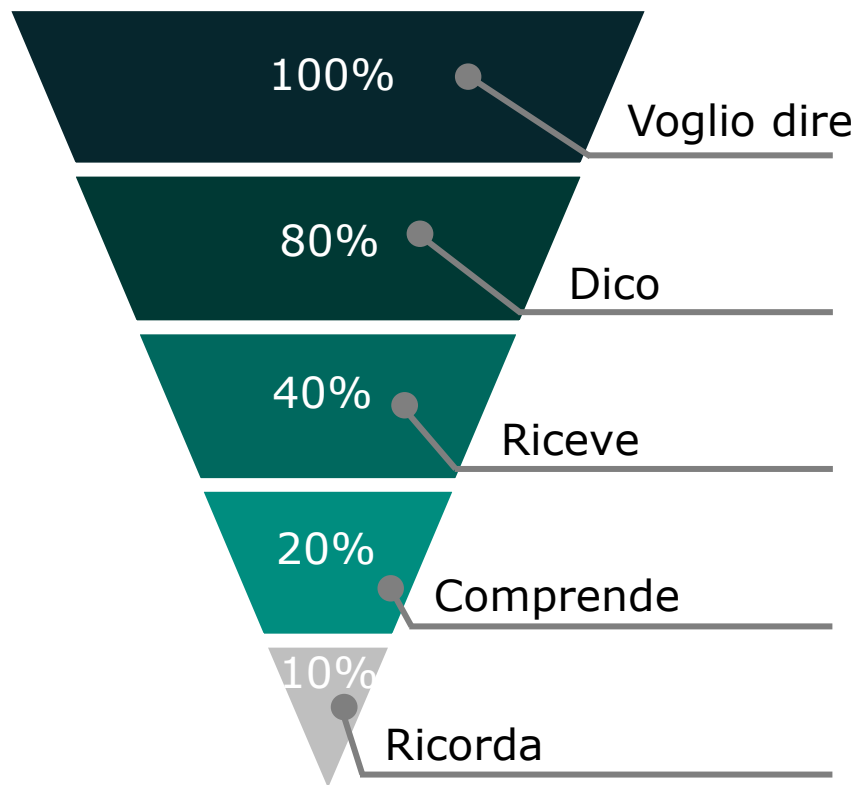
La strategia di comunicazione

Una volta definiti gli stakeholder e analizzato il contesto di riferimento, è fondamentale procedere e definire la strategia e gli obiettivi di posizionamento della Società, impostando un percorso di comunicazione a lungo termine che ne evidenzi i punti di forza e gli elementi distintivi rispetto ai competitor.



- Identificare filoni di comunicazione prioritari su cui focalizzare l'attività
- Prendere parte al dibattito su temi di interesse in modo tempestivo e autorevole
- Ampliare le modalità di incontro con i target di interesse
- Semplificare i tecnicismi del business e del linguaggio

L'imbutto naturale della comunicazione



Il punto di partenza è la consapevolezza di un diverso punto di vista...



Per l'azienda...



Edison Spa

Ufficio Stampa
Foro Buonaparte, 31
20121 Milano – MI

Tel. +39 02 6222.7331
Fax. +39 02 6222.7379
ufficiostampa@edison.it



Comunicato stampa

EDISON RISULTATI PRIMO TRIMESTRE 2012: RICAVI IN CRESCITA A 3,1 MILIARDI (+13%), EBITDA IN LINEA CON PRIMO TRIMESTRE 2011

Forte crescita nel settore E&P con un incremento della produzione di petrolio (+19%) e gas (+33%).

Edison rafforza ulteriormente le proprie attività nel settore E&P con nuove scoperte nel settore idrocarburi con 18 miliardi di metri cubi di gas (quota Edison 20%) e fino a 160 milioni di barili di olio (quota Edison 15%) di riserve stimate.

Milano, 27 aprile 2012 – Il Consiglio di Amministrazione di Edison, riunitosi oggi, ha esaminato il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2012.

In uno scenario caratterizzato da una persistente pressione competitiva sia nel comparto gas che in quello dell'energia elettrica e dal permanere di una situazione di debolezza della domanda, **Edison è riuscita a raggiungere buoni risultati operativi principalmente grazie al buon andamento della filiera idrocarburi, che nel periodo ha più che raddoppiato la propria performance operativa.**

E per i media

Il Sole
24 ORE

Data 28-04-2012
Pagina 30
Foglio 1

Energia. Perdita di 51 milioni - Raddoppia la marginalità negli idrocarburi a 77 milioni

Edison chiude il trimestre in rosso

Cheo Condina

Ricavi in crescita del 19,2% a 3,3 miliardi di euro, un margine operativo sostanzialmente stabile (senza considerare il contributo di Edipower), un raddoppio della marginalità negli idrocarburi da 27 a 77 milioni e importanti scoperte di petrolio e gas. Il primo trimestre di Edison mostra le prime risposte alle difficoltà del mercato energetico (contromisure annunciate a margine dell'assemblea di lunedì scorso dall'amministratore delegato Bruno Lescœur), anche se la perdita netta di gruppo è più che raddoppiata da 20 a 51 milioni e il risultato operativo, su cui ha inciso anche la svalutazione dell'impianto di Piombino, è negativo per 43 milioni. A fronte di ciò, il management ha comunque indicato nella forchetta tra 1,1 e 1,2 miliardi la previsione per l'Ebitda 2012 (l'anno

scorso si era fermato a 887 milioni), «incluso il pieno effetto della rinegoziazione dei contratti gas di Libia e Qatar».

I conti di Edison pagano essenzialmente due fattori: la contrazione della domanda di energia elettrica (il mol della filiera è calato del 33% a 106 milioni) e l'eccesso di offerta di gas. Ne è prova il fatto che considerando l'apporto di Edipower, consolidato al 50%, il margine operativo lordo del primo trimestre peggiora significativamente da 160 a 131 milioni (nel 2011 era arrivato a 163 milioni). La ex genco, con le sue cinque centrali a gas, uscirà dal perimetro di Foro Buonaparte a giugno con la chiusura del riassetto e passerà interamente alla cordata italiana guidata da A2A. Ma il dato della trimestrale Edison, secondo alcuni, dà anche un chiaro segnale delle difficoltà legate alla gestione di Edipower in

un periodo di crisi come l'attuale: il meccanismo del tolling, solo nel primo trimestre, ha eroso a Edison 29 milioni di mol. Il che significa perdite annue superiori ai 200 milioni (sempre sull'Ebitda) in capo a tutti i toller: un numero che spiega il serrato dibattito tra A2A e Iren sulla futura gestione della ex genco.

Per tornare ai numeri di Foro Buonaparte, il primo trimestre è stato caratterizzato da importanti scoperte, nel settore E&P, nel Mare di Norvegia con riserve stimate fino a 160 milioni di barili (la quota di Edison è del 15%) e circa 18 miliardi di metri cubi di gas (20% quota Edison). Foro Buonaparte si è anche aggiudicato tre nuove licenze esplorative nel Mar di Norvegia, di cui una come operatore. Sempre nel settore E&P, inoltre, è stato registrato un incremento della produzione di petrolio (+39% a 965 mila ba-

riili) e di gas (+33% a 641 milioni di metri cubi).

Infine, la trimestrale approvata ieri dal cda (ha votato contro Mario Cocchi, rappresentante della Carlo Tassara, che si era già opposto al bilancio 2011 in assemblea per le note vicende legate al riassetto) ha registrato un aumento dell'indebitamento finanziario netto, che al 31 marzo è arrivato a 4,028 miliardi dai 3,88 miliardi di fine 2011. Tuttavia, come più volte indicato dal management, la prevista cessione di Edipower comporterà un miglioramento della stessa posizione finanziaria per circa 1,1 miliardi. Durante la conference call con gli analisti, il direttore finanziario Massimiliano Masi ha anche ricordato che, anche nel caso non si chiuda la vendita della ex genco, Edison «non necessariamente ha bisogno di liquidità perché la struttura finanziaria è solida».



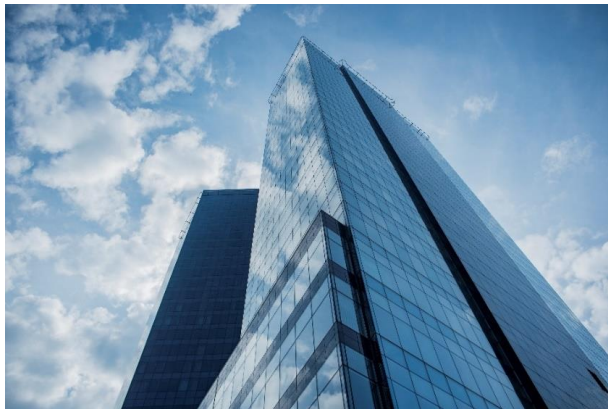


*«Non litigate con il mercato,
perché è come il tempo:
anche se non è sempre
buono, ha sempre ragione»*

Kenneth Walden

Due punti di vista...

L'azienda



- Tutto ciò che è positivo
- Senza criticità
- Primato rispetto alla concorrenza
- Massima visibilità

Il giornalista



- Notizie/dichiarazioni
- Esclusività
- Discontinuità
- Incoerenze
- Contraddizioni
- Conflitti

Le esigenze dell'azienda



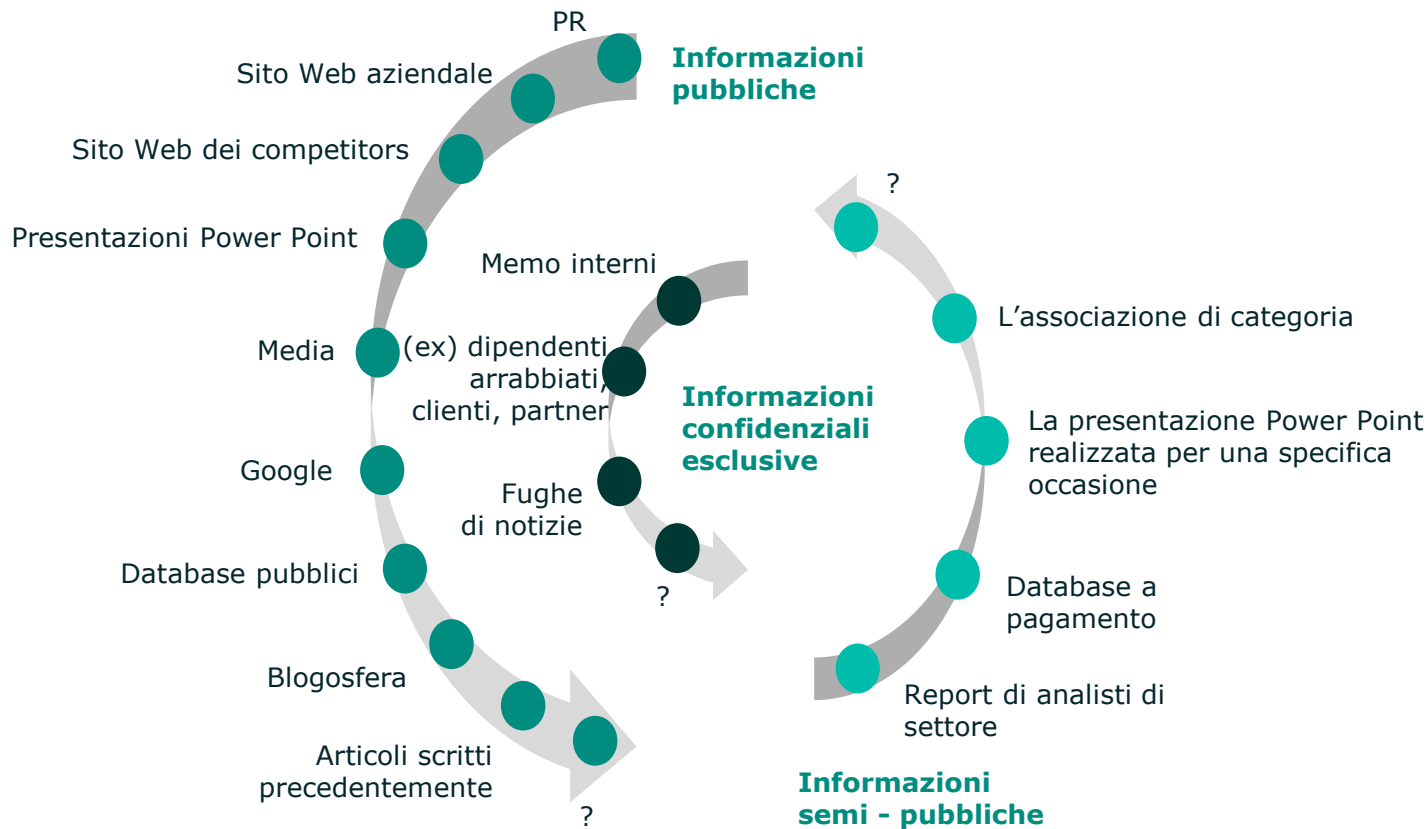
- **Dare informazioni positive sulle sue attività e sull'operato dei suoi manager**
(celando le difficoltà, i problemi non ancora risolti, i conflitti, le informazioni che potrebbero favorire la concorrenza)
- **Mettere in luce gli elementi di continuità**
(coerenza, obiettivi perseguiti, successi, novità dei prodotti, problemi risolti)
- **Far sapere alla stampa/ai lettori della stampa/ai concorrenti che...**
- **Posizionare l'azienda nel mercato**
(evidenziandone le caratteristiche positive)
- **Contribuire a costruire una buona immagine dell'azienda**

Le esigenze dei media

- **Notizie**
- **Informazioni / approfondimenti sull'azienda e il suo mercato**
- **Questioni scottanti**
(problemi non risolti, nuova soluzione a problemi di sempre)
- **Informazioni in generale**
(società/economia/amministrazione pubblica)
- **Pareri**

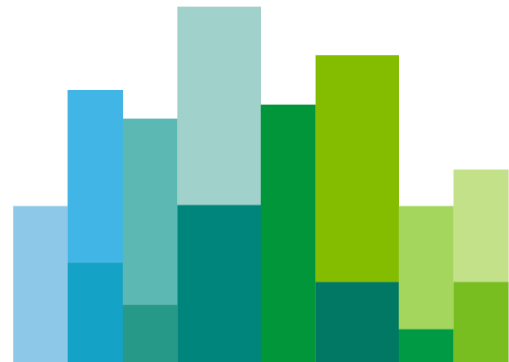


Le fonti: NON siamo solo noi...



La Comunicazione Finanziaria

Obbligo vs Opportunità





*«Vi sono due tipi di aziende:
quelle che cambiano e quelle
che scompaiono.»*

Philip Kotler

Il ruolo strategico della comunicazione finanziaria

La comunicazione finanziaria rappresenta innanzitutto un obbligo verso il mercato, obbligo regolamentato e definito per normativa



La comunicazione finanziaria è però anche **un'opportunità** per le società quotate per:

- trasferire al mercato gli elementi e i dati per una corretta valutazione del titolo
- innalzare la visibilità e trasferire conoscenza sul business, sulle aree di attività, sui fattori di differenziazione
- stabilire un rapporto positivo e continuativo con tutti gli stakeholders

**In ultima analisi,
creare valore
per la società**

Un'attenzione crescente

Evoluzione mercati

- Sviluppo dimensionale
- Globalizzazione
- Platea investitori

Evoluzione normativa

- Ampliamento del quadro normativo, domestico e internazionale

Evoluzione culturale

- Attenzione alla «voce» dell'azienda
- Valutazione della società anche per il suo approccio alla comunicazione

- 
- Crescita quantità di informazioni
 - Crescita numero destinatari dell'informazione
 - Trasformazione dei canali di informazione



**Necessità di
una
comunicazione
efficace e
targettizzata**

Il valore dell'informazione



Un esempio... trova le differenze!



COMUNICATO STAMPA

Kerself: precisazioni in merito all'andamento del titolo

Correggio, 23 aprile 2010 -- Kerself S.p.A. (KRS IM), in merito al recente andamento del titolo, verifichiamo che sul mercato finanziario non va bene. Consci che il mercato finanziario è sovrano, si sottolinea che Kerself non ne capisce il motivo e che non è a conoscenza di notizie che possano essere collegate a tale andamento.

Attualmente in termini di multipli, il moltiplicatore sull'Ebitda atteso per l'anno 2010 meno la posizione finanziaria netta è inferiore a quattro. Se questa è la valutazione del mercato finanziario presto qualcuno interverrà.

Il Gruppo Kerself è leader in Italia nell'ingegneria, progettazione, produzione, installazione e distribuzione di impianti solari fotovoltaici in Italia ed in Europa.

Kerself
Investor Relations Office
PMS
Ufficio Stampa

KERSELF S.p.A. - Via della Tecnica, 8 - 42015 Prato di Correggio (RE) -- Italia
Tel: +39 0522 736034 - Fax: +39 0522 736033 www.kerself.eu



COMUNICATO STAMPA

BRUNELLO CUCINELLI Il C.d.A. approva il bilancio consolidato 2016 e il progetto di bilancio d'esercizio 2016

- Ricavi netti a 466 milioni di Euro, +10,1% a cambi correnti rispetto al 31/12/2015;
- EBITDA normalizzato¹ pari a 78,2 milioni di Euro, +13,2%;
- Utile Netto normalizzato² pari a 39,1 milioni di Euro, +18,8%;
- Incremento dei ricavi sia nei Mercati Internazionali, pari al +10,7%, sia nel Mercato Italiano, in aumento del +7,3%;
- Crescita delle vendite in tutte le aree geografiche: Nord America +7,1%, Europa +5,8%, Greater China +21,8%, Resto del Mondo +39,3%;
- Ricavi in aumento in tutti i canali distributivi: monomarca retail +17,1%, monomarca wholesale +2,4%, multimarca wholesale +4,3%;
- Indebitamento finanziario netto pari a 51 milioni di Euro al 31 dicembre 2016, in diminuzione rispetto ai 56,4 milioni di Euro dell'anno precedente;
- Investimenti pari a 29,8 milioni di Euro, che completano il progetto iniziato nel 2013, con 150,5 milioni di Euro investiti nel quadriennio 2013-2016, a supporto del prestigio del brand e dell'esclusività del posizionamento, sia nel canale "tradizionale" che in quello "on-line", rendendo sostenibili le "crescite garbate" di medio-lungo periodo;
- Il C.d.A. proporrà all'Assemblea la distribuzione di un dividendo di 0,16 Euro per azione, pari a un payout ratio³ del 29,9%.

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

"Il 2016 si è chiuso con dei risultati 'molto molto positivi' sia in termini di fatturato che di profitti. Un altro anno fondamentale per l'immagine del nostro brand, nel quale abbiamo portato a compimento il nostro grande progetto 'Artigiani Unici del Web' con l'avvio della nostra piattaforma di e-commerce. Una filosofia d'impresa che ha proseguito nel dare i suoi risultati, concreti e costanti e spero soddisfatti tutti coloro che hanno voluto affiancarci investendo nella nostra industria."

"Le vendite della collezione Primavera Estate 2017 stanno andando veramente bene ed avendo ormai completato la campagna vendite Autunno Inverno 2017 con degli 'ottimi risultati', possiamo affermare con un buon grado di certezza che anche quello che stiamo vivendo dovrebbe essere un anno di crescita con un incremento a doppia cifra sia dei ricavi che delle magnitudini."

"Tali risultati sono il frutto della continua ricerca di ben bilanciare il grande tema esistenziale dell'uomo che consiste nel giusto equilibrio tra profitto e dono, offrendo manufatti artigianali di grande qualità Made in Italy, ricercando continuamente quel grande valore dell'esclusività e nel contempo coltivare quel segno di vita che rappresenta la dignità morale ed economica di tutti coloro che lavorano con la nostra industria."

¹ I dati normalizzati escludono costi non ricorrenti e normalizzano il fatturato, come analizzato nel Cerco Economico

² Calcolato come rapporto tra dividendi complessivi e Risultato di Gruppo, il dividendo per azione relativo all'utile netto di gruppo del 2015 è stato pari a 0,13 Euro, equivalente a un payout ratio del 29,9%.

CINELLI

Brunello Cucinelli S.p.A. - maison italiana
filosofica. Atonario di Borsa Italiana - ha
lo e il progetto di bilancio d'esercizio al 31

o a supportare il processo di crescita
tenzato gli anni passati e rappresenta, da

cia" e "erentità" al futuro, coniugando
ta di manufatti di alta artigianalità Made in
impresa, attraverso i canali istituzionali e

il riferimento di un lifestyle contemporaneo
le ad una comunicazione sempre pacata,
td, che spesso si completa con la visita al
nel nostro brand.

voro giornaliero delle "anime pensanti" di
critologica, creatività e rigore del lavoro,
atto di "Impresa Unica".

accostamento all'etica e dignità morale ed
es.

di Euro, con un incremento del +10,1%

ventile a cambi costanti è pari al +10,4%

avi operativi, raggiungono i 457 milioni di
dell'esercizio precedente.

marca e multimarca, e in tutte le aree
prestigiose località resort dove il brand è

ito positivi, confermando le aspettative di
negli anni è stato costituito un "lifestyle di

o sotto il profilo dell'aire, di cui siamo
amente apprezzate, ritenute esclusive e

CINELLI

%, con il fatturato che raggiunge 78,2 milioni
di Euro al 31 dicembre 2015 (incidenza del

cià e località resort, dove si evidenzia
o di una clientela attenta e desiderosa di

te, che raggiungono i 136,4 milioni di Euro
un peso relativo del 29,9% (31,2% il peso al

, sia nel canale monomarca che in quello
di fascia alta ed agli acquisti della clientela

ati al +7,1%, con ricavi che raggiungono i
1 dicembre 2015, con un peso sul totale del

e multimarca, dove i multibrand di altissimo
vima qualità, artigianalità e manualità che

conosciute al nostro brand. Altro fattore
tema altrettanto caro al cliente finale del
si irrobusta.

portati anche dalle relazioni di lungo periodo
con cui vengono condivisi valori e filosofia

il personale, in particolare nell'area Visual

7,8% delle vendite, che raggiungono i 31,3
so anno, con un peso "limitato" al 6,9% dei

è contenuto, è guidato dall'incremento molto
positive performance del network boutique

nanza di prestigio, positivo anche il trend di

asività", che riteniamo sia molto sentita dai
alti in termini di gusto, raffinatezza e ricerca

igitale.

30,3% (su una base di partenza comunque
incidenza del 9,7%), rispetto ai 31,8 milioni

appone, positivo il trend nel Far East e nel
giro boutique monomarca di Dubai.

Le regole della comunicazione finanziaria

Rilevanza

L'informazione è rilevante se, qualora resa di dominio pubblico, può influenzare il prezzo degli strumenti finanziari quotati

Correttezza

Fornire informazione in forma esaustiva e non fuorviante, rivolgendo la massima attenzione alle richieste di dati e notizie provenienti dal mercato

Chiarezza

Completezza e chiarezza dell'informazione e in funzione dei diversi destinatari

Parità di accesso

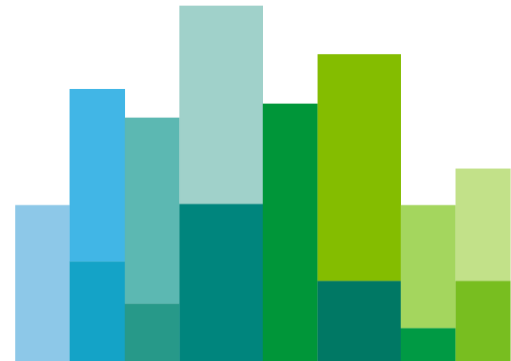
Inammissibilità di ogni forma di comunicazione selettiva di informazioni rilevanti

Tempestività

Obbligo di comunicare in maniera rapida e puntuale le informazioni rilevanti

Informativa societaria

La diffusione delle informazioni relative ai risultati periodici



La MAR e l'integrità dei mercati finanziari

Un fattore fondamentale per il funzionamento dei mercati è dato dalla **fiducia degli operatori** nei meccanismi di funzionamento dello stesso e nella correttezza del comportamento di tutti

Presupposto essenziale per garantire elevati standard di efficienza è la **diffusione, in via continuativa, di informazioni complete e attendibili inerenti agli strumenti finanziari oggetto delle negoziazioni.**

Il tema dell'informativa societaria è visto come strettamente legato a quello dell' «insider trading»

CAPO 3
OBBLIGHI DI COMUNICAZIONE

Articolo 17

Comunicazione al pubblico di informazioni privilegiate

1. L'emittente comunica al pubblico, quanto prima possibile, le informazioni privilegiate che riguardano direttamente detto emittente.

Gli obblighi di comunicazione continua da parte delle società emittenti sono disciplinati dall'

art. 17 del Regolamento MAR,
che rappresenta il cuore dell'intera disciplina sull'informazione societaria

Obblighi informativi degli emittenti

L'art 7 della MAR introduce il concetto di **Informazione Privilegiata**, superando quello di Informazione Rilevante o di informazione *price sensitive*.

In ogni momento della vita aziendale, l'emittente è tenuto a comunicare al pubblico, senza indugio, le Informazioni Privilegiate che lo riguardano

Informazioni privilegiate

- Di carattere preciso
- Non pubbliche
- Concernenti direttamente o indirettamente l'emittente

Informazioni di carattere preciso

- Si riferiscono ad un complesso di eventi e circostanze esistenti o che si possa ragionevolmente prevedere che si verificheranno
- Sono sufficientemente specifiche da consentire di trarre conclusioni sul possibile effetto sui prezzi dei titoli («price sensitive»)

NB: Il carattere privilegiato dell'informazione è giudicato e definito ex ante dall'Emittente

Eccezioni all'obbligo di comunicazione

Il comma 4 dell'art. 17 prevede che l'emittente può ritardare, sotto la sua responsabilità, la comunicazione al pubblico di informazioni privilegiate, a condizione che siano soddisfatte alcune condizioni:

1. La comunicazione immediata pregiudicherebbe probabilmente i legittimi interessi dell'emittente;
2. Il ritardo nella comunicazione non avrebbe l'effetto di fuorviare il pubblico;
3. L'emittente è in grado di garantire la riservatezza di tali informazioni.

Procedura di ritardo

L'obbligo di comunicazione non si applica se la persona che riceve l'informazione privilegiata è tenuta a un obbligo di riservatezza, di natura legislativa, regolamentare, statutaria o contrattuale

Le Linee Guida di Consob sulla Gestione delle informazioni privilegiate

Il documento nasce da una consultazione avviata nel 2017 al fine di supportare gli Emittenti nella ricostruzione del quadro normativo e nell'individuazione di modalità operative attraverso cui ottemperare alle disposizioni legislative

Mirano alla:

- definizione di un **processo** ex-ante
- formalizzazione di una **procedura**

Le novità introdotte da Consob (rispetto alle previsioni MAR) riguardano proprio la definizione di un sistema organizzativo e procedurale volto a mappare ex-ante e a gestire le informazioni rilevanti che potrebbero divenire privilegiate.

Il flusso delle informazioni

È necessario implementare una **procedura** per gestire correttamente gli obblighi previsti dalla MAR relativi alla pubblicazione delle informazioni privilegiate. In particolare, l'Emittente deve:

- Individuare una **Funzione Gestione Informazioni Privilegiate** deputata alla gestione e applicazione della procedura (FGIP);
- Individuare per ciascun flusso di informazioni rilevanti le **Funzioni Organizzative Competenti Informazioni Privilegiate** (FOCIP) che risponderanno alla FGIP.

La procedura prevede:

1. La definizione dei criteri per individuare l'informazione rilevante e quando ciò assume carattere privilegiato
2. L'individuazione, mappatura e monitoraggio dei flussi di informazioni rilevanti
3. La creazione e aggiornamento di un registro con le specifiche informazioni rilevanti (RIL)
4. L'associazione di ciascun flusso di informazioni rilevanti, agli organi societari e alle FOCIP con accesso a tali informazioni



Flow-chart della Procedura

Individuazione della specifica informazione rilevante



È l'informazione privilegiata?

NO



L'emittente non è tenuto agli obblighi informativi di MAR.

Ma l'emittente continua il monitoraggio dell'informazione finché essa rimane rilevante (finché l'informazione non si esaurisce o non viene pubblicata)

SI

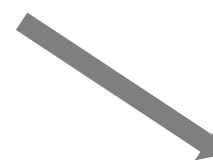


Individuata l'informazione privilegiata si procede parallelamente alla sua segregazione (Insider List)



Occorre pubblicare l'informazione?

SI



NO



Monitoraggio delle condizioni che consentono di ritardare la pubblicazione



Continuano a sussistere le condizioni?

SI



NO



Pubblicazione dell'informazione privilegiata

Mappatura Informazioni Rilevanti / FOCIP

Tipo di informazione rilevante	Amm. Delegati	Amm. Delegato	Collegio Sindacale	Direzione Generale	Divisione Vendite	Divisione Acquisti	Marketing	Produzione	Ricerca e Sviluppo	Dirigente Preposto (CFO)	Ammin. e Finanza	Contabilità Generale	Controllo di Gestione	Consulenza Legale	Internal Audit	IR e Com.ne
Assetti proprietari		X		X						X	X			X		X
Composizione del management	X	X		X						X	X					X
Attività dei revisori		X	X	X						X	X	X	X	X	X	X
Operazioni sul capitale	X	X	X	X						X	X	X	X	X	X	X
Emissione strumenti finanziari	X	X	X	X						X	X			X	X	X
Acquisizioni, fusioni, scissioni, ecc	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X
Ristrutturazioni e riorganizzazioni	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Operazioni su strumenti finanziari		X		X						X	X			X	X	X

Gli strumenti obbligatori della comunicazione finanziaria



Comunicati stampa

Attraverso il sistema di Diffusione delle Informazioni Riservate (SDIR) viene diffuso a Borsa Italiana, Consob e agenzie di stampa ad esso collegate



Avvisi finanziari

Previsti in determinate ipotesi, in particolare: convocazione Assemblea e pagamento dividendi



Rendiconti finanziari

Bilancio annuale, Relazione semestrale, Schemi di bilancio trimestrali



Altre Informazioni Regolamentate

Internal dealing, variazioni capitale, partecipazioni rilevanti, patti parasociali

Gli strumenti NON obbligatori della comunicazione finanziaria



Conferenze stampa

In occasione di particolari eventi corporate, operazioni finanziarie, ecc...



Interviste

Approfondimenti con gli organi di stampa, incontri con redazioni, opinion leader, ecc...



Conference call

In occasione di annunci straordinari



Infografica

Molto efficace e d'impatto



Video annunci

Per fornire materiale multimediale

Obbligo di comunicazione

L'obbligo di comunicazione è ottemperato quando il pubblico sia stato informato mediante un comunicato stampa diffuso secondo determinate modalità



Non è quindi possibile comunicare attraverso:

- indiscrezioni di stampa
- interviste
- comunicazioni di terze parti
- incontri con la comunità finanziaria
- altri strumenti (sito, documentazione societaria, canali social, ecc.)

E' comunque vietato divulgare notizie esagerate o tendenziose ovvero porre in essere operazioni simulate (manipolazione di mercato)

La diffusione al pubblico

La MAR disciplina le modalità di emissione dei comunicati



Filing

Trasmissione alle autorità competenti al fine di consentire la vigilanza sul rispetto degli obblighi



Dissemination

Diffusione al pubblico al momento della produzione delle informazioni



Storage

Conservazione delle informazioni in un sistema centralizzato che consenta un accesso agevole da parte degli investitori e sul sito internet dell'emittente

SDIR - Dissemination e storage

SDIR

- L'Emittente individua uno SDIR tra quelli autorizzati dalla Consob a tale esercizio
- Comunica al gestore dello SDIR il nominativo di un referente per i necessari contatti
- Comunica alla Consob trasmettendo copia del contratto concluso con il gestore SDIR
- Pubblica sul proprio sito internet la denominazione dello SDIR utilizzato

STORAGE

- L'Emittente individua uno meccanismo di stoccaggio tra quelli autorizzati dalla Consob
- Comunica al gestore il nominativo di un referente per i necessari contatti
- Comunica alla Consob trasmettendo copia del contratto concluso con il gestore
- Pubblica sul proprio sito internet la denominazione dello meccanismo di stoccaggio utilizzato

Ad oggi due soggetti sono stati autorizzati da Consob all'esercizio del sistema di diffusione delle informazioni regolamentate SDIR e del sistema di stoccaggio centralizzato:

- 1) **eMarket Storage** (gestito da Spafid Connect SpA, Gruppo Teleborsa)
- 2) **1Info** (gestito da Computershare S.p.A., gruppo australiano entrato in Italia con l'acquisizione di Monte Titoli)
- 3) **C3** (portale di Borsa Italiana) per lo stoccaggio dei documenti

Calendario finanziario



Entro 30 giorni dal termine dell'anno fiscale precedente – oppure entro il 30° giorno dall'avvio delle negoziazioni – con le date di:

- Riunione CdA di approvazione del bilancio del esercizio precedente
- Convocazione Assemblea Azionisti per l'approvazione del bilancio
- Riunione CdA di approvazione della relazione semestrale
- Eventuale riunione CdA di approvazione del resoconto intermedio di gestione (primo e terzo trimestre)
- Eventuali riunioni per approvazioni dati preconsuntivi
- Eventuali presentazioni al mercato finanziario

**Ogni successiva variazione
del calendario va comunicata**

Dati contabili di periodo

Progetto di bilancio

- Entro 90 giorni dalla chiusura dell'esercizio il CdA approva il progetto di bilancio e ne dà informazione al pubblico tramite comunicato stampa

Assemblea e bilancio

- L'Assemblea degli Azionisti approva il bilancio d'esercizio, ne dà informazione tramite comunicato stampa ed entro 180 giorni dalla chiusura dell'esercizio lo rende disponibile al pubblico

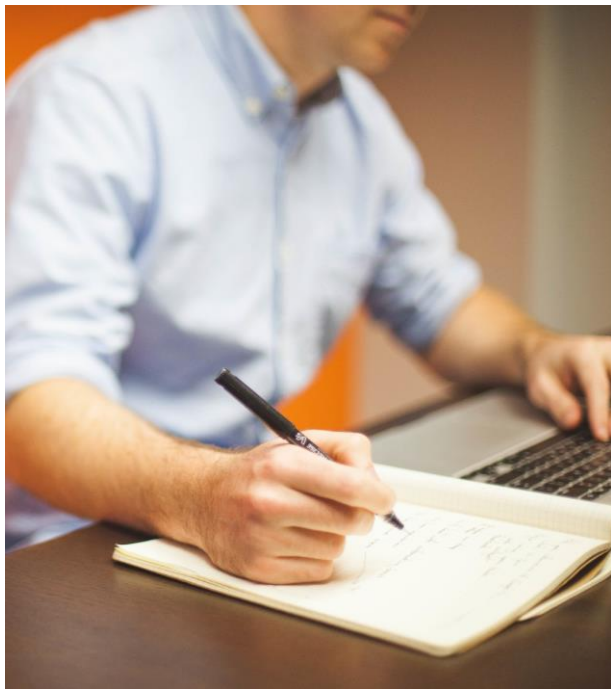
Relazione semestrale

- Entro 90 giorni dalla chiusura del primo semestre

Vengono comunicati i dati consolidati, con evidenza delle eventuali modifiche rilevanti intervenute nel perimetro di consolidamento

Contenuto minimo

Le Istruzioni ai Regolamenti di Borsa Italiana normano **il contenuto minimo**.



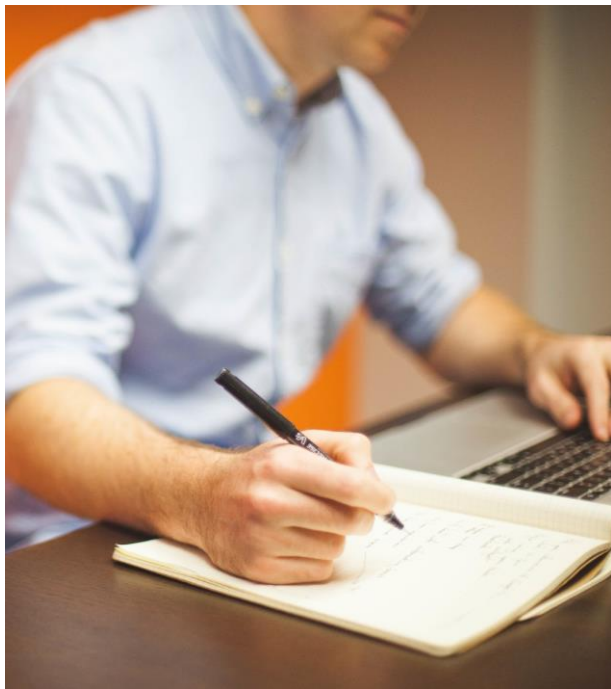
Sommario: Principali dati economico-finanziari contabili

- raffrontati con il periodo precedente
- variazione percentuale
- proposta di dividendo (nel comunicato di bilancio)

Testo:

- evidenza dell'organo che ha approvato i dati
- principali dati economico-finanziari e di altri dati utili, con commento circa le ragioni delle variazioni più significative
- commento sulle modifiche intervenute nel perimetro di consolidamento
- modifiche rilevanti intervenute nella posizione finanziaria netta consolidata
- ripartizione del fatturato o valore della produzione per aree di business e/o per area geografica

Contenuto minimo / 2



- componenti di reddito relativi a operazioni non ricorrenti
- confronto con preconsuntivi o previsionali ove precedentemente comunicati
- eventuali correzioni di errori presenti nelle rendicontazioni contabili precedenti
- indicazione della proposta di dividendo, la record date, la data di stacco cedola, la data di messa in pagamento del dividendo (per bilancio)
- commento ai principali dati civilistici della società quotata;
- principali fatti di rilievo intervenuti dopo la chiusura del periodo
- l'indicazione, nel caso di approvazione di dati infrannuali, di eventuali fenomeni ciclici e stagionali che caratterizzano l'attività svolta
- eventuale mancato rispetto di covenants
- Dichiarazione del Dirigente Preposto

Il flusso delle informazioni nel concreto

Dalla bozza dei documenti al giorno del CdA

- Inserimento delle persone che hanno accesso alle informazioni privilegiate (sia interne sia esterne) nel Registro Insider
- Circolazione della bozza del progetto di bilancio
- Redazione della bozza del comunicato stampa (e della presentazione)
- Invio invito per la conference call con gli analisti ed investitori
- Finalizzazione (e traduzione) del comunicato stampa e della presentazione



Il flusso delle informazioni nel concreto

Dal CdA verso l'Assemblea degli Azionisti 1/2

- A valle del Cda, l'invio e caricamento del comunicato stampa (e della presentazione)
 - Invio a Borsa Italiana
 - Caricamento sullo Sdir e Storage
 - Caricamento sul portale di Borsa Italiana - C3
 - Caricamento sul sito investor relations
 - Invio alle mailing investor e stampa
 - Disponibili anche presso la sede dell'Emittente
- Finalizzazione del file di progetto di bilancio (in formato pdf e xbrl)



Il flusso delle informazioni nel concreto

Dal CdA verso l'Assemblea degli Azionisti 2/2



- Caricamento documenti sullo sdir, sul portale C3 e nella sezione dedicate all'Assemblea del sito IR
 - Avviso di convocazione Assemblea degli Azionisti
 - Progetto di bilancio
 - Moduli di delega
 - Relazioni illustrative dei diversi punti all'ordine del giorno
 - Altre relazioni (i.e. sulla remunerazione)
- Lista di maggioranza e minoranza nel caso di rinnovo di organi sociale (i.e. CdA e/o Collegio Sindacale)
- Domande degli Azionisti ricevute prima dell'Assemblea e risposte dell'Emittente

Il flusso delle informazioni nel concreto

A valle dell'Assemblea degli Azionisti

- L'Assemblea vota tutti i punti all'ordine del giorno
- Diffusione del comunicato stampa
- Caricamento del rendiconto sintetico delle votazione
- Entro 30 giorni caricamento del Verbale dell'Assemblea



Incontri con il mercato

MAR norma anche gli **incontri con la comunità finanziaria**

Come procedere

- Comunicare anticipatamente a Borsa Italiana data, luogo e argomenti dell'incontro
- Trasmettere la documentazione emessa a disposizione per l'incontro

Aprire la partecipazione anche
alla stampa economica

Qualora nel corso degli incontri siano trasmessi o emergano dati previsionali, obiettivi quantitativi e dati contabili di periodo, le società dovranno emettere un comunicato stampa

Dati previsionali

L'emittente può comunicare a soggetti terzi i propri **Dati previsionali e obiettivi quantitativi** ma solo in due circostanze:

- a soggetti professionali legati a obbligo di riservatezza
- oppure se messi contestualmente a disposizione del pubblico
 - **Monitorare il consensus ed eventuali scostamenti significativi**
 - **Diffusione di eventuale profit warning o earning surprise**
 - Occorre specificare se si tratta di vere e proprie previsioni o di obiettivi strategici
 - Da quel momento occorrerà verificarne e comunicarne gli scostamenti
 - Quanto detto vale anche per le affermazioni che avvallino le stime formulate da analisti finanziari o soggetti terzi

Raccomandazioni

Le ricerche

Le **raccomandazioni all'investimento** provenienti da soggetti diversi dal Specialist o EGA, devono:

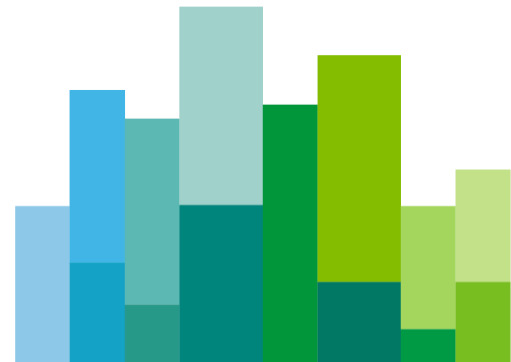
- presentare l'informazione in modo corretto
- comunicare l'esistenza di ogni conflitto di interesse

**La ricerca deve
essere resa
pubblica qualora**

- Contenga notizie attribuite all'emittente
- Ci sia una sensibile variazione del prezzo di mercato o del volume degli scambi
- La raccomandazione sia stata diffusa

**La pubblicazione delle raccomandazioni di investimento
può essere richiesta dalle autorità competenti**

Grazie per l'attenzione!





This publication is for information purposes only and is not a recommendation to engage in investment activities. This publication is provided “as is” without representation or warranty of any kind. Whilst all reasonable care has been taken to ensure the accuracy of the content, Euronext does not guarantee its accuracy or completeness. Euronext will not be held liable for any loss or damages of any nature ensuing from using, trusting or acting on information provided. No information set out or referred to in this publication shall form the basis of any contract. The creation of rights and obligations in respect of financial products that are traded on the exchanges operated by Euronext’s subsidiaries shall depend solely on the applicable rules of the market operator. All proprietary rights and interest in or connected with this publication shall vest in Euronext. No part of it may be redistributed or reproduced in any form without the prior written permission of Euronext. Euronext refers to Euronext N.V. and its affiliates. Information regarding trademarks and intellectual property rights of Euronext is located at www.euronext.com/terms-use

© 2022, Euronext N.V. - All rights reserved.