

Keynote CSRD Day in Nieuwegein (12 november 2024)

Door: Laura van Geest, voorzitter van de AFM

Dit is een banaan die ik over heb van mijn lunch. Nieuwe medewerkers bij de AFM leggen we aan de hand van deze banaan uit waarom ons werk ertoe doet. Een banaan is namelijk alles wat een financieel product niet is.

Allereerst hoef je maar een paar seconden naar de banaan te kijken om te zien of hij nog eetbaar is. Als je het niet helemaal vertrouwt, kun je hem pellen en eventueel proeven. Mocht hij niet bevallen, dan kun je besluiten de volgende keer bij een andere supermarkt of groentewinkel boodschappen te doen. Kort samengevat: een banaan is een transparant product waarbij de impact van een miskoop meestal vrij gering is.

Deze mate van transparantie heb je bij de meeste financiële producten niet. Je weet niet of een verzekering precies de ongevallen dekt waar jij in de toekomst mee te maken krijgt. Of dat een beleggingsfonds het rendement geeft waar het in reclamespotjes mee adverteert. Je komt er soms pas jaren later achter of je de kleine lettertjes goed hebt gelezen en begrepen. Maar dat is vaak het moment waarop de gevolgen van een verkeerde keuze al enorm groot zijn.

Of je een goed financieel product koopt, is soms dus een kwestie van vertrouwen op het moment van aankoop.

En, benadrukken we dan tegen de nieuwe lichte AFM-medewerkers, vooral van goed toezicht.

U kunt zich vermoedelijk nu voorstellen dat de AFM erg blij is met de introductie van de CSRD. Bij een onderneming is het nu zeer lastig om aan de buitenkant te zien hoe groen of bruin de bedrijfsactiviteiten zijn. Daarom hebben we de CSRD nodig. Het is significante nieuwe regelgeving die de waardeketen van bedrijven inzichtelijker maakt en waarmee een eerlijker verhaal over de onderneming kan worden verteld.

De vandaag al genoemde dubbele materialiteitsanalyse speelt hierbij een sleutelrol. Met deze analyse kunnen we zien op welke onderwerpen een onderneming impact heeft op haar

omgeving, zoals ontbossing of biodiversiteit. En welke duurzaamheidsaspecten de onderneming financieel beïnvloeden. Transparant communiceren over deze dubbele materialiteit is wat ons betreft de hoeksteen voor goede duurzaamheidsverslaggeving.

Om maar meteen met het positieve nieuws te beginnen: transparant communiceren in de duurzaamheidsverslaggeving is goed mogelijk, ondanks alle uitdagingen die erbij komen kijken. De AFM heeft de dubbele materialiteitsanalyse in jaarverslagen van 29 beursgenoteerde ondernemingen over 2023 onderzocht. We zien dat veel beursgenoteerde bedrijven al belangrijke stappen hebben gezet.

Maar we verwachten ook dat veel niet-beursgenoteerde ondernemingen worstelen met deze nieuwe tak van sport. Met name de ruim 3000 grote bedrijven die vanaf boekjaar 2025 te maken hebben met de CSRD. Niet voor niets stuurde PwC deze zomer al een waarschuwingsbrief naar honderden van hun relaties die te langzaam zouden zijn met de voorbereidingen voor de duurzaamheidsrapportage.

Om deze bedrijven te ondersteunen heeft de AFM op basis van het daarnet genoemde onderzoek tien navigatiepunten opgesteld die kunnen helpen bij de toepassing van de dubbele materialiteitsanalyse in de jaarverslagen. De navigatiepunten zijn gebaseerd op een aantal good practices van beursgenoteerde ondernemingen. Zo laat Ahold in de verslaglegging mooi zien hoe je stakeholders betreft, terwijl JDE Peets een goed voorbeeld is van hoe je de waardeketen van een onderneming inzichtelijk maakt. Daarnaast zijn er nog meer goede voorbeelden te vinden: zo kunnen we ongetwijfeld ook wat leren van de twee ondernemingen die niet kunnen wachten op het einde van mijn speech omdat zij zo de eerste CSRD Awards uitgereikt krijgen.

Wat ik nog wel wil benadrukken: beschouwt u deze de navigatiepunten alstublieft niet als de tien geboden van de AFM voor de duurzaamheidsverslaggeving. Het zijn navigatiepunten voor een route die wij voorstellen. Maar de CSRD is uiteindelijk een reis die we met z'n allen maken. En waarbij we allemaal een specifieke verantwoordelijkheid hebben om daadwerkelijk op de eindbestemming te komen.

Wat verwacht de AFM als toezichthouder van ondernemingen? Laat ik daar even bij stilstaan. We begrijpen dat beursgenoteerde ondernemingen en ruim 3000 grote bedrijven voor een

enorme uitdaging staan om duurzaamheidsinformatie uit hun waardeketen te verkrijgen. Het is dus logisch dat dit niet vanaf het begin het volledige verhaal is. Maar wij verwachten wel dat zij een eerlijk verhaal vertellen. Dat kan door transparant te zijn, lef te tonen en toelichten waar u nu staat.

Het liefst vervullen wij de rol van de coöperatieve wijkagent. We zijn een herkenbaar aanspreekpunt, we helpen door goede voorbeelden te geven en door duidelijk te zijn over wat we verwachten. Idealiter hoeft de wijkagent alleen het gesprek aan te gaan als hij een twaalfjarige jongen zonder helm op een wat groot uitgevallen elektrische fiets voorbij ziet scheuren.

De komende jaren zullen bedrijven steeds meer input bemachtigen voor de duurzaamheidsverslaglegging. Op die manier kunnen zij inzichtelijk maken wat de impact is van hun onderneming op het milieu. Op basis van steeds meer en steeds betrouwbaardere data verwacht ik zo dat bedrijven steeds transparanter kunnen communiceren over hun activiteiten. Dat helpt hen om de komende jaren met stakeholders in gesprek te gaan over de strategie, de koers van de onderneming.

Want een extra hoofdstuk in je jaarverslag met een fraaie infographic van pijlen en staafdiagrammen die iets van circulariteit suggereren moet niet de belangrijkste uitkomst van de CSRD zijn. Nee, het gaat erom dat uit het gesprek over de transparante verslaglegging kritische vragen komen. Van u, van accountants, van aandeelhouders en van journalisten en NGO's. Alleen zo komen we tot een gesprek over wat gisteren misschien duurzamer leek en morgen écht duurzamer is. Alleen zo kunnen bedrijven hun strategie aanpassen en maken we de transitie naar een duurzamere economie mogelijk. Alleen zo kunnen bedrijven een aandeel leveren aan de Green Deal van de Europese Commissie en lukt het de EU hopelijk om tegen 2050 klimaatneutraal te zijn.

Ja, dat klinkt misschien wat ambitieus uit de mond van een toezichhouder. Maar als wij al niet met lef en durf spreken over de Europese duurzaamheidsdoelstellingen, hoe kunnen we dat dan van anderen verwachten?

De uitkomst van het gesprek over de strategie kan in de eerste periode ook best leiden tot ontevreden aandeelhouders, klanten, media of misschien zelfs van medewerkers. Dat mag

ook. Een kritische vraag is niet altijd een verwijt of een poging om gecancelled te worden vanwege banden met een vervuilende industrie, ook al kan dat misschien wel zo voelen. Een kritische vraag is een cadeau, een aanwijzing die je helpt om bijvoorbeeld je waardeketen aan te passen. Vervolgens verwachten we wel dat een beursgenoteerde onderneming het jaar erop beter kan verantwoorden of bepaalde bedrijfsactiviteiten bijdragen aan een duurzamere wereld. Zo hoort het ook, zeker als je in ons polderland echt vooruit wil. Volgens een rapport van het VN-Milieuprogramma liepen in de VS vorig jaar in totaal 1522 klimaatrechtszaken: dat is driekwart van het totale aantal klimaatrechtszaken wereldwijd. Dat is niet waar we heen willen: dat we elkaar alleen maar in de rechtszaal bevechten.

Ik beschouw ontevredenheid als de grootste bijdrage van de CSRD, als het daadwerkelijk leidt tot een aanpassing van bedrijfsstrategie. Zonder CSRD geen kritische aandeelhouders, NGO's of consultants die vraagtekens plaatsen bij de duurzaamheid van de waardeketen van een onderneming. Zonder transparantie geen transformatie.

Natuurlijk moeten we de komende jaren wel met een aantal factoren rekening houden voordat de CSRD een succes kan worden genoemd. Want met alleen meer transparantie zijn we er nog niet. Laat ik drie uitdagingen uitlichten.

Ten eerste: het kost bedrijven veel tijd om de benodigde informatie voor de dubbele materialiteitsanalyse bijeen te brengen. Veel beursgenoteerde ondernemingen zijn hier vorig jaar al mee begonnen en zijn goed op weg. Maar we moeten niet onderschatten wat de CSRD gaat betekenen voor de ruim 3000 grote ondernemingen die vanaf volgend jaar een verklaring van een accountant nodig hebben. Of voor het midden- en kleinbedrijf wanneer zij een grote rol als toeleverancier vervullen. Zij hebben misschien pas onlangs gehoord van de CSRD. Daarom kunnen we niet vaak genoeg benadrukken: begin op tijd en zorg ervoor dat je de dubbele materialiteitsanalyse als eerste oppakt.

Ten tweede. Als toezichthouder verwachten we niet dat vanaf volgend jaar in alle jaarverslagen de gehele bedrijfsketen perfect inzichtelijk wordt gemaakt. Dat gaat simpelweg niet, we hebben te maken met complexe materie en er gelden ook overgangsregelingen voor het rapporteren over de waardeketen. De AFM zal dus ook niet vanaf 1 januari met de harde stok handhaven. Maar we willen bijvoorbeeld wel komend boekjaar al zien dat bedrijven transparant zijn over dubbele materialiteit en netzerodoelstellingen. Dat vraagt om lef; om

transparant te zijn over zaken die nog onzeker zijn.

En als er duidelijk overtredingen zijn, gaat de AFM optreden. Bijvoorbeeld wanneer een bedrijf liegt over hoe groen hij is. Of als hij duidelijk onvoldoende de CSRD naleeft: ondernemingen moeten bijvoorbeeld minimaal een duurzaamheidsverslag met de belangrijkste materiële onderwerpen laten zien.

Laat ik daarbij een misverstand uit de wereld helpen: meer verslaglegging betekent niet automatisch betere verslaglegging. Transparant communiceren betekent net zo goed dat je moet communiceren over de dingen waar je nog niet over kunt communiceren. Bijvoorbeeld omdat je op dit moment nog geen zicht op hebt op de activiteiten van toeleveranciers.

Tot slot een derde punt. Als toezichthouder kijken wij eveneens naar het werk van de accountants en hoe zij de verslaglegging van beursgenoteerde ondernemingen en grote bedrijven beoordelen. Wij zien ook hun uitdagingen, zij moeten allereerst zelf genoeg capaciteit en expertise hebben. Pas dan kunnen zij beoordelen of bedrijven voldoende en geschikte duurzaamheidsinformatie in hun rapportage hebben opgenomen.

De CSRD betekent dus een grotere verantwoordelijkheid voor accountantsorganisaties om bedrijven te ondersteunen. Dat vraagt ook van hen durf om vanuit hun natuurlijke adviesfunctie aan te geven waar zij geen zekerheid over hebben voordat zij een *assurance*-verklaring afgeven over een jaarverslag. Indien zij opereren vanuit hun rol als consultant en er geen *assurance* wordt verleend, moeten zij adviseren hoe op langere termijn robuustere informatie over duurzaamheid kan worden verkregen, zodat ondernemingen in de toekomst wel degelijk stappen kunnen zetten. Anders blijft de transparantie en dus ook de transformatie achterwege.

Het is dus belangrijk dat de accountants die zekerheid geven bij het duurzaamheidsverslag ook transparant zijn, lef tonen en toelichten waar de onderneming staat. Maar dit vraagt ook om een heldere toelichting wat de accountant heeft gedaan om de beperkte mate van zekerheid te geven en wat dit inhoudt. Want het eerlijke verhaal van de accountant is noodzakelijk om op termijn ook de reis naar *reasonable assurance* te gaan maken.

Al met al moeten we dus eerlijk zijn: de CSRD gaat er ook op de lange termijn niet voor zorgen dat u en ik het jaarverslag van een beursgenoteerde onderneming net zo makkelijk kunnen beoordelen als de houdbaarheid van een banaan. Dat is ook onmogelijk. Daarmee

doen we de rol van het bedrijfsleven ook tekort, zeker gezien het enorme aantal organisaties en de hoeveelheid mensen die hier werkt. Het doel is dat we elkaar stimuleren en scherp houden om een steeds grotere rol te pakken in de transitie naar een duurzamere economie. Dat we het eerlijke verhaal kunnen vertellen en laten zien waar ondernemingen mee bezig zijn. Op die manier vergroten we het vertrouwen in elkaar en wordt inzichtelijker hoe een duurzamere economie er écht uit komt te zien.