



SDG's:
geen woorden, maar daden!

2015 was het jaar waarin het kader voor de in 2030 te behalen Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen (Sustainable Development Goals, “SDG’s”) werd vastgesteld. Helaas is al in 2017 (slechts twee jaar na de introductie van de SDG’s) het begrip ‘SDG-washing’ ontstaan. Het heeft betrekking op marketingcampagnes en MVO-verslagen die vol overgave beschrijven hoe wordt bijgedragen aan het realiseren van de Duurzame Ontwikkelingsdoelen. Het bestaan van het begrip is op zichzelf voor beleggers en vermogensbezitters al een teken dat toetsing van de rapportages en het marketingmateriaal dat ingaat op de SDG’s zeer noodzakelijk is. Het is dus tijd om te controleren of de daad bij het woord wordt gevoegd.

Greenwashing, de misleidende praktijk om het beeld te versterken dat de producten, doelstellingen of beleidsmaatregelen van een organisatie milieuvriendelijk zijn, is onder consumenten én beleggers al een bekend begrip. Het beste en tevens één van de vroegste voorbeelden van het feit dat greenwashing voor een onderneming voordelen met zich kan meebrengen, is de campagne “People Do” van Chevron uit 1985. Deze campagne was er specifiek op gericht het imago van het bedrijf te verbeteren. In de campagne werd het ‘goede werk’ voor het voetlicht gebracht, bijvoorbeeld het herstellen van moerassen die eerder voor olie-exploratie waren gebruikt. Daarbij werd achterwege gelaten dat de meeste van deze ‘goede daden’ wettelijk verplicht waren. De campagne had duidelijk effect. Uit onderzoek bleek dat de bevolking in Californië meer vertrouwen had in Chevron dan in andere bedrijven als het ging om de bescherming van het milieu. En hoewel het publiek zich van deze praktijken bewust is, maken bedrijven er nog altijd gebruik van, of het nu gaat om het milieu (‘greenwashing’), water (‘bluwashing’) of de SDG’s (‘SDG-washing’).

IDENTIFICATIE VAN HET PROBLEEM

Fraude kan doorgaans worden beschreven als de handelingen die bedoeld zijn om anderen te misleiden, vaak door onterecht bepaalde prestaties of kwaliteiten op te eisen of aan iemand toe te schrijven. Hetzelfde geldt voor SDG-washing: beweringen of prestaties over bijdragen aan deze duurzame ontwikkelingsdoelen, die niet volledig met de werkelijkheid overeenstemmen, lijken veel overeenkomsten te hebben met deze definitie. Het is dan ook essentieel dat bedrijven een duidelijk beeld hebben van hun feitelijke bijdragen aan de SDG’s en zich niet laten verleiden om op basis van bestaand beleid en bestaande processen deze bijdragen aan de SDG’s te claimen.

Dus wat ligt er ten grondslag aan de toenemende drang van bedrijven om over uitgebreid over hun goede daden verslag uit te brengen (waarbij nog geen oordeel wordt gegeven over de geldigheid van hun beweringen) via rapportages, websites of andere externe communicatie? De voornaamste oorzaak die kan worden vastgesteld is de toegenomen belangstelling voor ESG vanuit het publiek en beleggers, gevolgd door dataproviders (zoals kredietbeoordelaars en journalisten). De toename van MVO-verslagen in de S&P 500 is een goed voorbeeld van dit verschijnsel: in de afgelopen zes jaar is het aantal bedrijven dat een MVO-verslag publiceert van 20% tot maar liefst 85% gestegen. Vaak wordt gesteld dat deze stijging te maken heeft met de toegenomen eisen van de toezichhouder. In tegenstelling tot de EU zijn de voorschriften en regelgeving met betrekking tot MVO in de VS echter minder streng en het grootste deel van de stijging kan hier dan ook niet aan worden toegeschreven.

Het is positief dat bedrijven meer publiceren en rapporteren: meer openbaarheid betekent meer gegevens waarop beleggingsbeslissingen kunnen worden gebaseerd of op basis waarvan kan worden beoordeeld of de consument producten van een bedrijf wilt aanschaffen. Vanwege het feit dat er echter nog geen duidelijk regelgevend kader is dat regelt wat wel en wat niet dient te worden gerapporteerd, neemt door deze stijging van de ESG-rapportage bij alle bedrijven het risico op een verkeerde voorstelling van zaken of een verkeerde interpretatie toe.

Deze publicatie is opgesteld door het aandelenteam van ACTIAM. Dit team bestaat uit negen experts die gezamenlijk over gemiddeld 18 jaar aan beleggingservaring beschikken. Het team is verantwoordelijk voor een totaal beheerd vermogen van € 10 miljard (juni 2018).

ACTIAM beheert een vermogen van ruim € 56 miljard en behoort daarmee tot de grootste tien Nederlandse vermogensbeheerders. Met robuuste strategieën en een solide performance trackrecord helpen wij u bij het behalen van uw doelstellingen. Wij bieden duurzame oplossingen aan verzekeraars, pensioenfondsen, banken en distributiepartners en aan particuliere beleggers. We doen dat via actief en passief beheerde beleggingsfondsen, via impact investing, mandaten en ESG-advies (Environmental, Social & Governance).

CONTACT

Marketing & Communicatie

+31-20-543 6777

Sales

+31-20-543 6573

marcom@actiam.nl

www.actiam.com

Europese toezichthouders zijn zich evenwel van dit risico bewust. De Europese Commissie werkt via de High Level Expert Group (HLEG) aan juist dit probleem met betrekking tot de SDG-taxonomie en regelgeving over MVO-verslaggeving. De voorstellen van de HLEG zijn naar verwachting nog dit jaar gereed. Daarna kunnen ze door fondsbeheerders en Europese bedrijven in Europa worden geïmplementeerd. Dat zou aan Europese entiteiten enige richting moeten bieden. Gezien de Europese aard van dit kader en de lakse houding van Amerikaanse toezichthouders op dit gebied wordt hierdoor echter slechts een deel van het probleem opgelost.

Met de toename van ESG-rapportages in het algemeen is de bereidheid van bedrijven om ook nieuwe en belangrijke mondiale onderwerpen zoals de SDG's in hun verslaggeving op te nemen, eveneens toegenomen. Net als de SDG's zelf staat echter ook de verslaggeving over ieders bijdrage aan de SDG's nog in de kinderschoenen. Zonder duidelijke richtlijnen voor deze rapporten is de SDG-verslaggeving voor meerdere uitleg vatbaar. Wat in dit verband van belang is, is dat bedrijven kritisch moeten kijken naar de onderwerpen waarover zij verslag uitbrengen. Daarnaast moeten bedrijven in hun SDG-rapportage niet alleen transparant zijn over hun positieve invloed, maar moeten zij ook duidelijkheid scheppen over waar ruimte is voor verbetering of welke bedrijfspraktijken nadelig kunnen zijn voor het behalen van de SDG's. Bedrijven die alleen verslag uitbrengen over de positieve bijdragen en die mogelijk betrokken zouden kunnen zijn bij bedrijfspraktijken die schadelijk zijn voor de SDG's, kunnen beticht worden van 'SDG-washing'.

De verkeerde voorstelling van zaken die uit 'SDG-washing' voortvloeit, betekent onjuiste/onvolledige informatie aan beleggers. Vermogensbeheerders en vermogensbezitters dienen hier dan ook alert op te zijn. Zij moeten ten behoeve van hun beleggingsbesluiten de bedrijven en hun bijdragen aan de SDG's kritisch moeten analyseren.

De motivatie om in de SDG's te beleggen gaat verder dan het als bedrijf hebben van goede bedoelingen; de SDG's bieden zeker ook een handvat voor risicobeheersing en beleggingskansen. Wanneer bedrijven in hun beleid totaal geen rekening houden met de duurzame ontwikkelingsdoelen, dan is het zeer waarschijnlijk dat ze de rekening gepresenteerd krijgen. Het is niet ondenkbaar dat bedrijven met een negatieve bijdrage te maken krijgen met boetes, belastingen of misgelopen subsidies. Dit heeft verstrekking gevolgen voor de waarde van het aandeel. Dit inzicht is dan ook een vorm van risicobeheersing als dit gebruikt wordt om tijdig te anticiperen. Naast risicobeheersing bieden de SDG's ook kansen voor beleggers: bedrijven die expliciet een bijdrage leveren aan de duurzame ontwikkelingsdoelen zullen hier vaak voor beloond worden. Dit kan zijn in de vorm vergrote vraag naar de producten die worden aangeboden, beleid dat de SDG's ondersteunt in de vorm van positieve fiscale constructies of gewoonweg in de vorm van subsidies.

Naast de bovengenoemde beleggingsrisico's en -kansen die de SDG's bieden, is er ook het aspect van reputatierisico: vermogensbeheerders en -bezitters kunnen reputatierisico lopen wanneer ze beleggen in bedrijven die zich met 'SDG-washing' inlaten. Binnen hun portefeuille moet duidelijk zijn dat zij zich richten op bedrijven die een nettobijdrage leveren en niet op bedrijven die géén bijdrage leveren (non-contributors) of zelfs een negatieve invloed hebben (net detractors).

SDG-VERSLAGLEGGING: CONTEXT EN BELANG ZIJN ESSENTIEEL

Context (de onderwerpen waarover SDG's worden gerapporteerd) en het belang (de feitelijke kernactiviteiten van een onderneming) van SDG-bijdragen zijn twee pijlers voor de beoordeling of de SDG-rapportage door een bedrijf daadwerkelijk een wezenlijke bijdrage laat zien.

In de praktijk kunnen twee categorieën van 'SDG-washing' worden onderscheiden: zogenaamde 'net detractors' en zogenaamde 'non-contributors' die beide beweren dat ze een bijdrage leveren.

Net detractors

Bedrijven hebben de neiging om de nadruk te leggen op hun positieve bijdragen en hun negatieve bijdragen te bagatelliseren. Voor wat betreft 'SDG-washing' zou dat inhouden dat hun positieve bijdragen aan de duurzame ontwikkelingsdoelen bijzonder worden benadrukt en de negatieve impact op het behalen van deze doelstellingen (netto-afbreuk) helemaal niet worden genoemd. We hebben bedrijven als 'net detractors' aangemerkt wanneer hun handelswijze een grotere negatieve impact heeft op de SDG's dan de positieve bijdrage die wordt geleverd om deze doelstellingen te halen.

De positieve bijdragen aan de meeste SDG's zijn over het algemeen gemakkelijk vast te stellen. Bijvoorbeeld: het produceren van goedkoop basisvoedsel in opkomende economieën of het verstrekken van goedkope voedingsmiddelen met een uiterst hoge voedingswaarde aan de mensen die ze het hardst nodig hebben en onvoldoende voedsel hebben. Hoewel deze voorbeelden slechts beschrijvend zijn, geven ze wel een indicatie voor de positieve bijdrage aan de SDG's. Voor een aantal SDG's is het echter moeilijk vast te stellen wanneer daaraan afbreuk wordt gedaan. Voor SDG 2 (einde aan honger) kan bijvoorbeeld moeilijk worden gesteld dat een bedrijf opzettelijk zijn werknemers of het publiek ervan weerhoudt voldoende calorieën binnen te krijgen. Wel kan worden vastgesteld dat een bedrijf geen bijdrage levert doordat het producten of diensten levert die niet direct bijdragen aan SDG 2. De positieve bijdragen aan SDG 2 wegen dan ook automatisch zwaarder dan de afbreuk (omdat de negatieve impact niet direct kan worden vastgesteld).

Voor andere SDG's kunnen de daadwerkelijke afbreuk en bijdrage gemakkelijker in kaart worden gebracht. Zo is SDG 13 (klimaatverandering aanpakken) een doelstelling waarvan de positieve bijdrage (bijvoorbeeld toegenomen gebruik van zonne-energie) en de negatieve impact (CO₂-uitstoot) makkelijk te koppelen zijn aan dit duurzame ontwikkelingsdoel. Of een bedrijf nu een positieve dan wel negatieve nettobijdrage levert: het belang van de gerapporteerde bijdrage (en de bedrijfsactiviteiten die met de gerapporteerde waarden samenhangen) is enorm. De grootste oliemaatschappijen rapporteren allemaal over hun (positieve) bijdrage aan de realisatie van de SDG's. Deze maatschappijen rapporteren veelal over meerdere SDG's, waaronder SDG 13. Dat zou betekenen dat zij bijdragen aan een beter milieu. Ze rapporteren bijvoorbeeld over gestegen efficiency en lagere uitstoot. En hoewel het R&D-budget van de grootste olie- en gasmaatschappijen voor de daadwerkelijke energietransitie nodig is, moeten we -kijkend naar het belang van hun bijdragen ten aanzien van hun kernactiviteiten- concluderen dat zij uiteindelijk een netto negatieve afbreuk hebben op de SDG's.

Voorbeelden

McDonalds

McDonalds beweert aan een aantal SDG's bij te dragen, waaronder einde aan honger (SDG 2), fatsoenlijke banen en economische groei (SDG 8) en klimaatverandering (SDG 13) aanpakken. De hoofdactiviteit van McDonalds is echter de verkoop van fastfood in grote hoeveelheden aan de samenleving. De voordelen van haar inzet van bedrijfsactiviteiten gericht op SDG 2 (o.a. via klimaatbestendige landbouw) en de andere SDG's wegen uiteindelijk niet op tegen de negatieve effecten die het bedrijf heeft door als kernactiviteit wereldwijd aan een ongezond voedingspatroon bij te dragen. Bij saldering blijkt dat McDonalds een 'net detractor' is vanwege de grotere impact van haar rol in het leveren van goedkoop, ongezond voedsel ten opzichte van de impact die zij aan toeleveringskant laat zien.

Glencore

Glencore heeft alle SDG's gekoppeld aan haar interne beleid en communiceert breed dat zij aan alle SDG's bijdraagt. Glencore is in essentie een grondstoffenbedrijf (inclusief de productie, raffinage en bewerking van metalen en mineralen). Glencore heeft een bedroevende staat van dienst met betrekking tot duurzaamheid in het algemeen en is bij een groot aantal controversen inzake milieuverontreiniging (waaronder verontreiniging van rivieren), arbeidsrechten en de veiligheid van werknemers betrokken. Als we alle positieve en negatieve effecten bij elkaar optellen, zien we dat Glencore als 'net detractor' op SDG-gebied uit de bus komt. Dit vanwege de aard van het bedrijf en de daadwerkelijke invloed die Glencore zegt te hebben (alleen intern beleid) en de negatieve invloed die het bedrijf heeft.

Non-contributors

'Net detractors' zijn bedrijven die meer afbreuk doen dan een positieve bijdrage leveren aan de realisatie van de SDG's. Wanneer een bedrijf überhaupt geen bijdrage levert en dus in principe ook geen afbreuk doet, wordt het als 'non-contributor' aangemerkt. Hoe weten we of een bedrijf feitelijk niet aan de SDG's bijdraagt? Belang en context zijn wederom de aandachtspunten bij het in kaart brengen van deze bedrijven. 'Belang' heeft betrekking op de kernactiviteiten en het beleid op basis waarvan een bedrijf over de SDG-bijdrage rapporteert. Zo geldt in het geval dat een bedrijf over de SDG's rapporteert, terwijl deze in werkelijkheid een verwaarloosbaar deel van de activiteiten uitmaken, dat dit in de rapportage terug te zien moet zijn (danwel dat expliciet moet worden aangegeven dat het accent binnen de onderneming is verschoven en dat de SDG's in de toekomst een groter deel van de activiteiten zullen uitmaken).

Voorbeeld

Bpost

Het Belgische Bpost is het postbedrijf dat eerder in overheidshanden was en dat verantwoordelijk is voor de postbezorging in heel België. Bpost rapporteert onder meer over haar bijdrage aan goede gezondheid en welzijn (SDG 3), minder ongelijkheid (SDG 10), klimaatverandering aanpakken (SDG 13) en goed onderwijs (SDG 4). Bpost maakt in haar interne beleid melding van het feit dat zij zorgt voor de gezondheid en veiligheid van werknemers en waarde hecht aan integriteit en maakt hierbij direct de koppeling dat een bijdrage wordt geleverd aan zowel SDG 3 als SDG 10. Dit is een goed voorbeeld van een bedrijf dat geen bijdrage levert: hoewel Bpost goed bezig is door het aanpassen van het wagenpark en vast goede bedoelingen heeft ten aanzien van het welzijn van het personeel, is de kernactiviteit toch beperkt tot het bezorgen van post. Dit heeft - kijkend naar de door Bpost aangemerkte SDG's - geen wezenlijke invloed.

De bewering dat aan gelijkheid van vrouwen wordt bijgedragen door aan meer vrouwen in een westers land een hypotheek te verstrekken of een groter aandeel vrouwen in het personeelsbestand op te nemen, kan eenvoudig afgezet worden tegen demografische ontwikkelingen. Het is aannemelijk dat in de opkomende markten deze activiteiten minder gekoppeld zijn aan de demografische ontwikkelingen van een land en waarschijnlijk meer het gevolg zijn van een gerichte strategie. Deze bijdragen zijn dan ook makkelijker te staven.

HET KAF VAN HET KOREN SCHEIDEN

Hiervoor hebben we aangegeven waar vermogensbezitters alert op moeten zijn. Maar hoe moeten vermogensbezitters in de praktijk beoordelen of een fonds aansluiting zoekt bij de SDG's en daadwerkelijk een bijdrage levert aan de realisatie van deze SDG's? Er zijn initiatieven geweest waarin is geprobeerd een kader voor de financiële sector te scheppen om de impact te meten, zoals de SDGI's of het huidige HLEG-onderzoek. De tijd zal leren of voor SDG-verslaggeving een uniform raamwerk kan worden gecreëerd. Zowel HLEG als de SDGI's zijn namelijk werk in uitvoering (zowel voor bedrijven als voor toezichthouders).

Ons standpunt is dat een aantal elementen zeker essentieel is voor de juiste beoordeling door vermogensbeheerders: toegang tot kwalitatieve analyses, kwantitatieve data en een goed referentiekader. Vermogensbezitters moeten op hun beurt toegang hebben tot deze verschillende hulpmiddelen om te waarborgen dat deze op de juiste manier worden ingezet.

In de afweging of een bedrijf in een SDG-fonds mag worden opgenomen, moet een vermogensbeheerder van deze essentiële basiselementen gebruikmaken. De vermogensbeheerder dient allereerst een referentiekader te hebben waarin duidelijk geformuleerd is wat verstaan wordt onder een SDG-bijdrage/-afbreuk. Naast dit referentiekader dient beleid te worden uitgewerkt, waarin de criteria voor opname in en uitsluiting van een beleggingsuniversum worden vermeld. In dit beleid dienen elementen te zijn opgenomen zoals context, doelstellingen belang.

Op die manier kan de opname van SDG-bedrijven concreet getoetst worden en kunnen fondsen die ogenschijnlijk willekeurig bedrijven toevoegen (zonder toetsing op de rapportage over de SDG-bijdrage) door vermogensbezitters worden gemedend. De in- en uitsluitingscriteria zijn grotendeels op data en data-analyses gebaseerd. Dit is dan ook een ander element dat essentieel is voor ieder SDG-fonds (of ze nu kwalitatief of kwantitatief van aard zijn). En hoewel beide soorten data-analyses ieder hun eigen voor- en nadelen hebben, versterkt dit de uiteindelijke beoordeling wanneer beide analyses en diverse bronnen gebruikt worden. Een fondsbeheerder moet uiteindelijk ieder bedrijf in een SDG-fonds op basis van data hebben gecontroleerd en hebben beoordeeld of het bedrijf aan alle genoemde criteria voldoet.

Een vermogensbezitter moet de fondsbeheerder op elk van deze basiselementen kunnen aanspreken en fondsbeheerders moeten al hun beslissingen kunnen onderbouwen. De uiteindelijke in- of uitsluiting moet worden onderbouwd op basis van een aantal criteria, die allemaal zijn gebaseerd op analyses. Bovendien moeten deze analyses en uitwerking kunnen worden herhaald en gecontroleerd. Van belang voor deze criteria is dat er een bepaalde mate van context en belang ten aanzien van de SDG-bijdrage moet zijn om te waarborgen dat woorden daadwerkelijk worden omgezet in daden. Dit vermindert het risico op 'SDG-washing'.

DISCLAIMER

ACTIAM NV beoogt juiste en actuele informatie te verstrekken uit betrouwbare bronnen. ACTIAM kan de nauwkeurigheid en volledigheid van de in deze presentatie verstrekte informatie (hierna te noemen: de informatie) echter niet garanderen. De informatie kan technische of redactionele onnauwkeurigheden of typfouten bevatten. ACTIAM geeft geen uitdrukkelijke of stilzwijgende garanties over de vraag of de door deze presentatie verkregen informatie juist, volledig of actueel is. ACTIAM NV is niet verplicht de verstrekte informatie aan te passen of onnauwkeurigheden of fouten te verbeteren. De ontvangers van deze informatie kunnen geen rechten daaraan ontleen. De in deze presentatie verstrekte informatie is gebaseerd op historische gegevens en vormt geen betrouwbare bron voor het voorspellen van toekomstige waarden of koersen. De informatie is vergelijkbaar met, maar mogelijk niet gelijk aan de informatie die door ACTIAM voor interne doeleinden wordt gebruikt. ACTIAM garandeert niet dat de kwantitatieve rendementen/winsten of andere resultaten met betrekking tot de verstrekte informatie hetzelfde zullen zijn als de mogelijke winsten en resultaten volgens de waarderingmodellen van ACTIAM NV. De bespreking van de aan informatie verbonden risico's mag niet worden beschouwd als een uitputtende opsomming van alle terugkerende risico's. De ontvanger mag de hier vermelde informatie niet opvatten als zakelijk, financieel, beleggings-, afdekkings-, handels-, juridisch, regelgevings-, fiscaal of boekhoudkundig advies. De ontvanger van de informatie is zelf verantwoordelijk voor het gebruik daarvan. De beslissingen die op basis van de informatie worden genomen zijn voor rekening en risico van de ontvanger. De ontvanger kan derhalve geen rechten ontleen aan de verstrekte informatie.