

Feedbackstatement consultatie Leidraad duurzaamheidsclaims

De AFM heeft van 12 juni tot 24 juli 2023 de Leidraad duurzaamheidsclaims geconsulteerd. In dit feedbackstatement beschrijft de AFM hoe de reacties op deze consultatie zijn verwerkt in de definitieve versie van deze leidraad. Dit statement gaat daarom in op de onderdelen van de consultatiereacties die de inhoud van de Leidraad duurzaamheidsclaims betreffen. Onderdelen van consultatiereacties die ingaan op omgang met specifieke wet- en regelgeving, los van deze leidraad (zoals de verhouding tussen SFDR en MIFID II), of die suggesties doen voor prioritering in toezicht, zijn niet in dit feedbackstatement opgenomen omdat deze de inhoud van de leidraad niet betreffen.

	Consultatiereactie	Reactie AFM	Aanpassing aan de leidraad
Algemeen			
1.	Een aantal respondenten sprak de wens uit voor meer “good practices” in de leidraad.	De AFM begrijpt de behoefte aan meer <i>good practices</i> . De voorbeelden in de leidraad, zowel de voorbeelden waarin het goed gaat als waarin het niet goed gaat, zijn geïnspireerd op situaties die de AFM in de praktijk is tegengekomen. In de leidraad worden geen <i>good practices</i> toegevoegd die niet in de praktijk zijn aangetroffen. De AFM heeft twee aanvullende <i>good practices</i> aan de leidraad toegevoegd.	In de definitieve versie van de Leidraad zijn twee <i>good practices</i> toegevoegd. (<i>good practice</i> 1 (p. 13) en <i>good practice</i> 2 (p. 16)).
2.	Enkele respondenten gaven aan graag te zien dat de verhouding met artikel 4:19 Wft wordt verduidelijkt. Een respondent meende dat de leidraad bedoeld leek om het verbod op misleiding te concretiseren voor “greenwashing” en suggereerde dit te verduidelijken.	De leidraad betreft de open informatieverstrekkingnormen voor financiële ondernemingen en pensioenuitvoerders in zijn geheel, niet slechts één onderdeel ervan (onderdelen zijn “correct”, “duidelijk”, “evenwichtig” of “niet-misleidend”). Vaak is de scheidslijn tussen niet correcte, niet-duidelijke en misleidende informatie niet gemakkelijk te trekken, er kan overlap zijn.	

	Een respondent vroeg hoe de verschillende uitgangspunten gekoppeld konden worden aan de verschillende elementen van artikel 4:19 Wft.	Om die reden worden de uitgangspunten ook niet specifiek gekoppeld aan één van bovengenoemde onderdelen van de open informatieverstrekkingnormen. Zij hebben betrekking op het geheel van de open normen.	
3.	Een respondent deed de suggestie om het concept “volledigheid” op te nemen in de leidraad, omdat volledige informatie nodig zou zijn voor goed begrip en inzicht in de informatie door de gebruiker van die informatie.	Het begrip volledig is niet opgenomen in deze leidraad, omdat dit geen verplichting op zich is. Gebruik van het begrip volledig kan de indruk wekken dat een uitputtende beschrijving of toelichting vereist is in het geval van duurzaamheidsclaims. Dit is niet altijd nodig noch wenselijk in het kader van duidelijkheid richting de klant	
4.	Enkele respondenten stelden vragen over het gebruik van bepaalde begrippen. Een respondent verzocht om definiëring van de belangrijkste begrippen in de vorm van een begrippenlijst. Een respondent merkte op dat het duidelijker en rechtszekerder zou zijn als de AFM het begrip “duurzaamheid” zou verbinden aan Europese regelgeving.	Een begrippenlijst is niet noodzakelijk voor gebruik van de leidraad. Waar nodig staan begrippen reeds toegelicht in de leidraad zelf. De leidraad geeft geen eigen definitie van het woord duurzaamheid, maar wijst op de omschrijving van dit begrip door een algemeen erkende instantie als de VN. In de SFDR en Taxonomie verordening wordt geen eigen definitie gegeven van het woord duurzaamheid.	
5.	Een respondent sprak de behoefte uit voor meer <i>guidance</i> over hoe partijen om moeten gaan met de situatie dat duurzaamheidsinformatie niet volledig beschikbaar is. Een respondent stelde vast dat de boodschap “als een claim niet onderbouwd kan worden, maak dan	In de leidraad is de zin opgenomen dat, indien duurzaamheidsclaims niet onderbouwd kunnen worden, de claim niet gedaan moet worden. De leidraad biedt handvatten voor het doen van duurzaamheidsclaims. De leidraad ziet niet op	De zin “Als een claim niet onderbouwd kan worden, maak dan de claim niet”, heeft een meer prominente plek gekregen onder uitgangspunt 2 (concreet en goed onderbouwd): <i>“Zorg ervoor dat duurzaamheidsclaims onderbouwd worden door relevante feiten en een</i>

	de claim niet” een belangrijke boodschap is die sterker benadrukt mag worden in de vormgeving.	vragen over beschikbaarheid van informatie in de keten.	<i>steekhoudende toelichting. <u>Als een claim niet onderbouwd kan worden, maak dan de claim niet.</u></i>
6.	Enkele respondenten gaven aan dat de voorbeelden grotendeels gericht zijn op claims over beleggingen en daarom onvoldoende zien op de brede doelgroep van de leidraad.	De voorbeelden in de leidraad, zowel de voorbeelden waarin het goed gaat als de voorbeelden waarin het niet goed gaat, zijn geïnspireerd op situaties die de AFM in de praktijk is tegengekomen. In de praktijk betreft dit voornamelijk claims over beleggingen, vandaar dat de voorbeelden hier ook veelal over gaan.	
7.	Een respondent verzocht de AFM om een duidelijk onderscheid te maken tussen verplichtingen en aanbevelingen voortkomend uit de leidraad.	De leidraad biedt geen bindende normen maar handvatten hoe de open informatieverstrekkingnormen ingevuld kunnen worden in het licht van duurzaamheidsclaims. Daar waar het in de leidraad een <i>good practice</i> betreft, is dit expliciet in de leidraad aangeven.	
8.	Een respondent vroeg of de veronderstelling klopt dat onder ‘concreet’ wordt verstaan dat de duurzaamheidsclaim voldoende specifiek en relevant moet zijn. Indien deze veronderstelling klopt suggereerde de respondent dit expliciet op te nemen in de leidraad.	Onder concreet wordt inderdaad verstaan dat de claim voldoende specifiek moet zijn. Deze woorden betekenen in de zin van de leidraad hetzelfde, waardoor toevoegen van het woord specifiek niet nodig wordt geacht. Relevantie is eveneens een belangrijk aspect, met name voor de onderbouwing van de claim.	Het woord relevant is toegevoegd aan het tweede onderdeel van uitgangspunt 2: <i>“Zorg ervoor dat duurzaamheidsclaims onderbouwd worden door <u>relevante</u> feiten en een steekhoudende toelichting”</i>

Inleiding			
9.	Een respondent gaf aan dat sociale aspecten te beperkt benoemd worden wanneer de AFM stelt: “[i]n haar toezicht richt de AFM zich onder meer op	Met leefomgeving worden ook sociale aspecten bedoeld.	

	het bevorderen van transparantie over de impact die marktpartijen hebben op hun leefomgeving.”		
10.	Een respondent stelde de vraag of ‘duurzaamheidsclaims’ noodzakelijk de entiteit, producten en diensten moeten promoten of dat het ook ‘duurzaamheidsclaims’ zijn indien deze in een beschrijving zijn opgenomen die niet (primair) is bedoeld om te promoten, zoals het bestuursverslag.	Duurzaamheidsclaims zijn alle uitingen met betrekking tot duurzaamheid die door marktpartijen verstrekt worden om de entiteit of producten en diensten te beschrijven én promoten. Duurzaamheidsinformatie in bijvoorbeeld het bestuursverslag is zodoende geen direct onderdeel van deze leidraad. Wel moet ook deze informatie aan bepaalde normen voldoen.	Op pagina 4 is voetnoot 5 toegevoegd: <i>In aanvulling op het toepassingsbereik van deze leidraad, geldt ook in andere gevallen dat voldaan moet worden aan adequate informatieverstrekking met betrekking tot duurzaamheid(sclaims). Zo wordt van uitgevende instellingen verwacht dat duurzaamheidsclaims adequaat onderbouwd, volledig en evenwichtig moet zijn, en bovendien: zodanig concreet dat de informatie te staven is. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn op grond van de Verordening marktmisbruik, de Prospectusverordening en de wettelijke bepalingen m.b.t. het bestuursverslag.</i>
11.	Een respondent gaf aan dat de ‘status van de leidraad’ gedeeltelijk op pagina 5 en gedeeltelijk op pagina’s 7 en 8 werden beschreven en stelde daarom voor beide teksten samen te voegen op één plaats.		De informatie over de “status van de leidraad” is nu gebundeld onder 2.2.
12.	Een respondent gaf aan dat er verwarring kan ontstaan over de overlap van het toepassingsbereik van de AFM en ACM Leidraad aangezien er definitieverschillen zijn met betrekking tot de term duurzaamheidsclaim.	De ACM leidraad heeft als toepassingsbereik ondernemingen en diensten die onder de Wet oneerlijke handelspraktijken (Wohp) vallen, met uitzondering van financiële diensten of activiteiten. Financiële diensten of activiteiten vallen onder de toezichtverantwoordelijkheid van de AFM, en vallen daarmee binnen het toepassingsbereik van de AFM leidraad. Er is dus geen overlap tussen de reikwijdte van beide leidraden.	

13.	<p>Een respondent wees de AFM er op dat de paragraaf 'informatieverstrekkingsnormen' suggereert dat gezien de verschillende normen voor financiële ondernemingen en pensioenuitvoerders de handvatten kunnen verschillen afhankelijk van het type onderneming.</p>	<p>De handvatten in de leidraad zijn zowel van toepassing op financiële ondernemingen als op pensioenuitvoerders.</p>	
14.	<p>Enkele respondenten maakten opmerkingen over de reikwijdte van de leidraad.</p> <p>Een respondent gaf aan dat het onduidelijk is of pensioenuitvoeringsorganisaties van pensioenfondsen (PUO's) onder de leidraad vallen.</p> <p>Een respondent verzocht dat explicieter wordt aangeduid wat de reikwijdte van financiële ondernemingen is.</p>	<p>De leidraad heeft betrekking op financiële ondernemingen die vallen binnen het toepassingsbereik van artikel 4:19 Wft, de CBDF Verordening en Wohp en op pensioenuitvoerders.</p> <p>Een PUO kan, afhankelijk van de werkzaamheden die zij verricht, kwalificeren als alternatieve beleggingsinstelling. In dat geval is de leidraad ook van toepassing.</p> <p>Op pagina 7-8 staat de reikwijdte toegelicht:</p> <p><i>Duurzaamheidsclaims door financiële ondernemingen moeten voldoen aan generieke informatieverstrekkingsnormen uit de Wet op het financieel toezicht (Wft). Hieruit volgt dat informatie correct, duidelijk en niet-misleitend moet zijn. Voor beheerders van beleggingsinstellingen volgt deze verplichting eveneens uit de Cross-Border Distribution of Funds Regulation (CBDF Verordening). Financiële ondernemingen moeten ook voldoen aan de Wet oneerlijke handelspraktijken (Wohp). In de Wohp wordt het geven van feitelijk onjuiste of misleidende informatie of het weglaten of niet op duidelijke of begrijpelijke wijze verstrekken van essentiële informatie als misleidende handelspraktijk gedefinieerd.</i></p>	

		<i>Pensioenuitvoerders moeten voldoen aan de normen uit de Pensioenwet (Pw). Hieruit volgt dat informatie correct, duidelijk en evenwichtig moet zijn. In deze leidraad geeft de AFM marktpartijen uitgangspunten voor het naleven van deze normen bij het maken van duurzaamheidsclaims.</i>	
15.	Meerdere respondenten gaven aan dat er verduidelijking nodig is over hoe de leidraad van toepassing is indien er specifieke informatieverplichtingen op het gebied van duurzaamheid, in het bijzonder de SFDR.	<p>Onder 2.3 staat reeds het volgende:</p> <p><i>De leidraad heeft betrekking op duurzaamheidsclaims die marktpartijen vrijwillig doen (onverplichte informatie), of op claims als onderdeel van verplichte informatie, voor zover de betreffende specifieke regelgeving niet reeds voorschrijft hoe de claim moet worden vormgegeven.</i></p> <p>Om dit nog verder te verduidelijken, is op pagina 6 een voetnoot toegevoegd met nadere duiding.</p>	<p>Pagina 6, voetnoot 8:</p> <p><i>Voor veel marktpartijen geldt de verplichting bepaalde duurzaamheidsinformatie te verstrekken, bijvoorbeeld op grond van de SFDR. Dit moet op onderdelen op vooraf voorgeschreven wijze. In die gevallen is de ruimte om deze leidraad te volgen beperkter. Het is aan marktpartijen om binnen de verplichte informatieverstrekking kritisch te kijken waar wel en waar geen ruimte ligt om de uitgangspunten uit deze leidraad te volgen in de communicatie naar klanten of deelnemers.</i></p>
	Een respondent verzocht toelichting van de AFM over hoe de Leidraad zal worden geïnterpreteerd en toegepast in relatie tot in andere AFM uitingen, EU regelgeving, leidraden en Q&A's.	<p>De AFM gaat de uitgangspunten gebruiken in het toezicht. Bij een update van de Beleidsregel in de toekomst zou dit meegenomen kunnen worden.</p> <p>De AFM realiseert zich dat de wereld in beweging is. Indien nodig, zal ook deze leidraad geüpdatet worden.</p>	
16.	Een respondent stelde voor om een verwijzing op te nemen naar de Code voor Duurzaamheidsreclame van de Stichting Reclame Code	De AFM houdt geen toezicht op naleving van deze code, om die reden is dit niet in de leidraad opgenomen.	

17.	<p>Enkele respondenten merkten op dat de (juridische) verhouding van de leidraad tot andere bestaande wet- en regelgeving met betrekking tot informatieverplichtingen mist. Specifiek worden de beleidsregel informatieverstrekking, SFDR, guidelines on marketing communications under the regulation on cross-border distribution of funds en de ESMA Supervisory Briefing on sustainability risks and disclosures in the area of investment management genoemd.</p>	<p>Er worden geen nieuwe eisen gesteld in deze leidraad. De leidraad is een uitleg van de bestaande regels, met handvatten voor marktpartijen.</p> <p>In de leidraad is de verhouding en het wezenlijke verschil met de Beleidsregel toegelicht op p. 6:</p> <p><i>“De Beleidsregel Informatieverstrekking is een bundeling van door de AFM gedane interpretaties in het verleden. Anders dan de Beleidsregel Informatieverstrekking, kijkt deze leidraad niet terug. Met deze leidraad geeft de AFM inzicht in de wijze waarop de AFM kijkt naar het relatief nieuwe onderwerp duurzaamheid in het kader van de bestaande informatieverstrekkingsnormen.”</i></p> <p>De verhouding met overige lagere regelgeving wordt benoemd op p.8:</p> <p><i>“De leidraad is mede gebaseerd op eerdere beleidsuitingen zoals de hierboven genoemde AFM Beleidsregel Informatieverstrekking, de Richtsnoeren van de Europese Commissie met betrekking tot de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken , de ESMA Supervisory Briefing on sustainability risks and disclosures in the area of investment management , en de Richtsnoeren betreffende de publicitaire mededelingen uit hoofde van de CBDF Verordening.”</i></p>	<p>Referentie naar de Richtsnoeren betreffende de publicitaire mededelingen uit hoofde van de CBDF Verordening is toegevoegd aan p. 8.</p>
18.	<p>Een respondent stelde voor om een artikelverwijzing op de nemen in paragraaf 2.2., eerste alinea.</p>		<p>Artikelverwijzing toegevoegd.</p>

Uitgangspunt 1			
19.	Refererend naar de passage “Duurzaamheidsclaims moeten inhoudelijk juist zijn en mogen geen tegenstrijdigheden bevatten” gaf een respondent aan dat tegenstrijdigheden onderdeel kunnen zijn van duurzaamheidsclaims, zo kunnen vervuiling en sociale doelen tegenstrijdig zijn. Derhalve heeft de respondent gevraagd hoe ondernemingen hier mee om moeten gaan.	Het gaat hier om tegenstrijdigheid van de claim met overige informatie. Niet over inherente tegenstrijdigheid binnen het concept duurzaamheid. Mocht dit laatste het geval zijn, dan is het aan de marktpartij om dit toe te lichten en hier duidelijk over te communiceren naar de klant of deelnemer. Om verwarring te voorkomen is de beschrijving van uitgangspunt 1 aangepast.	De beschrijving van uitgangspunt 1 aangepast. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Duurzaamheidsclaims moeten inhoudelijk juist zijn en niet tegenstrijdig zijn <u>met overige informatie.</u></i>
20.	Een aantal respondenten gaven aan bezwaren te hebben met betrekking tot ‘Voorbeeld 1’. Een respondent merkte op dat het probleem niet tegenstrijdigheid is maar het gebrek aan context. Een respondent gaf aan dat in een dergelijke casus begrijpelijkheid en precisie met elkaar op gespannen voet kunnen staan. Een respondent merkte op dat het begrip “fossiele industrie” een breed en diffuus begrip is dat door marktpartijen verschillend gebruikt wordt.	Dit voorbeeld is bedoeld ter illustratie van een praktijk waarin tegenstrijdige informatie is geconstateerd. Het gaat in dit voorbeeld niet om wat er precies met “fossiele industrie” wordt bedoeld, het gaat er hier om dat de informatie in tegenspraak is met overige informatie. Daar waar “fossiele industrie” in een duurzaamheidsclaim op een specifieke manier moet worden geïnterpreteerd om te begrijpen wat er mee bedoeld wordt, dient de marktpartij in het kader van duidelijke informatie ervoor te zorgen dat zij dit ook toelicht aan de lezer.	
21.	Een respondent gaf bij ‘Voorbeeld 2’ aan dat wanneer een partij geen rekening houdt met ongunstige effecten deze partij nog steeds de mogelijkheid heeft om gunstige effecten na te streven.	Om een verkeerde interpretatie van dit voorbeeld te voorkomen, is de laatste zin van dit voorbeeld verduidelijkt.	In voorbeeld 2 is de volgende zin aangepast: <i>Tegelijkertijd onderschrijft deze marktpartij publiekelijk een IMVO-beleid waarin juist wel rekening wordt gehouden <u>met negatieve gevolgen</u></i>

			<i>van beleggingsbeslissingen op duurzaamheidsfactoren.</i>
22.	<p>Enkele respondenten plaatsten bezwaar bij hoe de leidraad communicatie richting klanten of deelnemers over de SFDR adresseert. Een respondent gaf aan dat het verschil tussen de artikelen 6, 8 en 9 SFDR kan passen in communicatie richting deelnemers omdat er wel enige minimum lat bestaat. Een andere respondent merkte op dat het doel van de SFDR is om marktdeelnemers inzicht te geven in duurzaamheidsaspecten van producten en de entiteit. De respondent stelde daarom voor om de tekst te wijzigen naar een aanbeveling om de duurzaamheidsclaim op basis van de SFDR informatie zodanig concreet te maken dat duidelijk is op welke manier de SFDR informatie de duurzaamheidsclaim onderbouwt.</p>	<p>Alle producten moeten voldoen aan artikel 6 van de SFDR. Dit kan daarom niet als aparte productcategorie worden gezien.</p> <p>De minimumlat voor producten die rapporteren onder artikel 8, is de verplichting dat de ondernemingen waarin is belegd praktijken op het gebied van goed bestuur volgen. Daarmee biedt louter categorisering van een product als “artikel 8” onvoldoende inzicht voor een klant voor enige mate van duurzaamheid.</p> <p>Artikel 9 heeft betrekking op het hebben van een duurzaamheidsdoelstelling van een product, maar ook hiervoor geldt dat de ondergrens die hierbij gehanteerd moet worden voor verschillende interpretaties vatbaar is, en deels ook aan de marktpartij zelf is, waardoor ook deze classificatie op zichzelf onvoldoende zegt om de inhoud van het product te begrijpen.</p> <p>De AFM onderschrijft tot slot dat de SFDR ten doel heeft klanten inzicht te geven in de duurzaamheidsaspecten van producten en marktpartij. Dit wordt in de leidraad niet tegen gesproken.</p>	
23.	<p>Enkele respondenten wezen de AFM op dat er onduidelijkheid bestaat over het kenmerk ‘representatief’.</p>	<p>Op pagina 12 is een alinea toegevoegd om hier meer duidelijkheid over te geven.</p>	<p>Pagina 12: “Het is niet representatief om algemene (positieve) duurzaamheidsclaims uitsluitend te onderbouwen</p>

			<p>met duurzaamheidsinspanningen ten aanzien van de bedrijfsvoering (zoals het verduurzamen van het kantoorgebouw). De impact van marktpartijen in de financiële sector op duurzaamheidsfactoren komt namelijk voor het grootste gedeelte voort uit de investerings- en financieringsactiviteiten. Marktpartijen kunnen weliswaar ook impact hebben als gevolg van de bedrijfsvoering, maar deze impact is relatief veel kleiner. Een marktpartij mag haar duurzaamheidsinspanningen met betrekking tot de bedrijfsvoering uiteraard benoemen. Wanneer dit echter gebruikt wordt als onderbouwing van een duurzaamheidsclaim, dient dit in de bredere context van de totale duurzaamheidsimpact van de marktpartij geplaatst te worden, zodat de lezer een juist beeld krijgt van de daadwerkelijke impact en relatieve duurzaamheidsinspanning van de marktpartij.”</p>
24.	Een respondent gaf aan dat het niet duidelijk is wat de AFM verstaat onder “de negatieve kenmerken van een marktpartij of product”.	<p>Het gaat hier over negatieve kenmerken t.a.v. duurzaamheid, oftewel negatieve impact op duurzaamheidsaspecten.</p> <p>Om verkeerd begrip te voorkomen, is de zin weggehaald. De rest van de alinea biedt ook zonder deze zin voldoende uitleg.</p>	Zin verwijderd.
25.	Enkele respondenten stelden vragen over “Voorbeeld 4.” Een respondent gaf aan meer <i>guidance</i> te willen over hoe deze claim kan worden verbeterd zodat aan de eisen wordt voldaan. Een respondent merkte op dat dit voorbeeld strijdig	Het gaat in dit deel van de leidraad expliciet over “representatief”, dus niet over of het feitelijk correct is, maar of de uiting iets zegt over de mate van duurzaamheid van de marktpartij. Daarmee wordt bedoeld op representativiteit ten aanzien	<i>Good practice</i> 1 is toegevoegd om meer handvatten te geven.

	kan zijn met uitgangspunt 1, omdat het feitelijk mogelijk wel juist, representatief en actueel is.	van de algehele duurzaamheidsimpact van de onderneming.	
26.	Een respondent vroeg hoe om te gaan met de eis dat duurzaamheidsclaims actueel moeten zijn, in de situatie dat de actuele ESG rating onveranderd of equivalent is en daarom nog steeds een juist beeld schetst.	In de leidraad staat dit op p. 13 omschreven: <i>“Daarom moeten marktpartijen ervoor zorgen dat de duurzaamheidsclaim een juist beeld blijft schetsen van de actuele situatie. Mocht het aannemelijk zijn dat dit niet langer het geval is, dan is de informatie verouderd en mag die niet gebruikt worden.”</i>	
27.	Meerdere partijen maakten opmerkingen in relatie tot de passage over audiovisuele claims. Een respondent stelde dat audiovisuele claims voorzichtig moeten worden beoordeeld en minder streng moeten worden gezien dan tekstuele claims. De respondent suggereerde de volgende tekst: “instellingen moeten in zijn algemeenheid goed nadenken over de vraag of bepaalde visuele claims passend zijn.” Een respondent gaf aan behoefte te hebben aan een duidelijke toets wanneer bepaalde afbeeldingen zijn toegestaan en adviseerde de AFM om zich in de leidraad alleen te richten op visuele informatie daar waar deze echt ondubbelzinnig stuurt op een concrete claim. Een respondent gaf aan dat de representativiteitseis bij audiovisuele claims te ver gaat en verzocht daarom nadere toelichting bij het uitgangspunt representativiteit.	Een vaste “toets” voor passende of niet-passende visuele claims kan niet vooraf worden gegeven. Van belang is de context en de suggestie die uit gaat van de afbeelding, in relatie tot de daadwerkelijke duurzaamheidsinspanningen en -impact van de onderneming.	Om dit te verduidelijken is een zin toegevoegd aan de tekst rond voorbeeld 6: <i>“Hierbij is de context en de suggestie die van beeld uit gaat, in relatie tot de daadwerkelijke inspanningen en -impact van de marktpartij, een belangrijke factor.”</i>

Uitgangspunt 2		
Een respondent merkte op dat het bij uitgangspunt 2 onduidelijk is wat wordt bedoeld met “concreet” en “duurzaamheidseffect”. Ook gaf de respondent aan dat er overlap is met uitgangspunt 3.	Overlap komt inderdaad voor, dit staat ook toegelicht in de inleiding op pagina 5: <i>“De drie uitgangspunten in deze leidraad vullen elkaar aan. Het is mogelijk dat er sprake is van enige overlap.”</i>	<i>‘Duurzaamheidseffecten’ is aangepast naar ‘duurzaamheidsaspecten’. Dit dekt de lading beter.</i>
Een respondent gaf aan moeilijkheden te hebben met het feit dat enerzijds duurzaamheidsclaims onderbouwd moeten worden door feiten en anderzijds beknopt moeten zijn.	Van marktpartijen wordt verwacht dat zij duurzaamheidsclaim onderbouwen maar tegelijkertijd de informatie toegankelijk maken voor de lezer. Zoals reeds onder 3.2 in de leidraad vermeld kan, indien nodig, aanvullende onderbouwing gelaagd worden gepresenteerd.	Aan de eerste alinea onder 3.2 is toegevoegd dat, indien nodig, verdere onderbouwing gelaagd kan worden gepresenteerd.
Een respondent beval aan dat de AFM toevoegt dat bij toekomstgerichte duurzaamheidsclaims moet worden toegelicht op welke manier deze afhankelijk zijn van nog niet bewezen technologie.		Aan de tekst op p. 17 is toegevoegd: <i>“Maak indien relevant ook duidelijk of de doelstelling (deels) gebaseerd is op onzekere of onbewezen technologieën”</i>
Een respondent merkte op dat het voor kan komen dat marktpartijen nog niet precies weten hoe zij de doelstelling gaan halen, maar dat dit niet zou moeten betekenen dat partijen geen ambities meer durven uit te spreken.		Aan pagina 17 is de volgende zin toegevoegd: <i>Wanneer een marktpartij nog geen duidelijk beeld heeft hoe de doelstelling zal worden behaald, is dit voor de lezer relevante informatie die duidelijk moet worden vermeld. De marktpartij dient dan aan te geven dat het om een ambitie gaat die binnen afzienbare termijn concreet wordt gemaakt en dient aan te geven per wanneer dat zal gebeuren.</i>

<p>Een respondent gaf aan dat het nog steeds niet goed mogelijk is om vast te stellen of de duurzaamheidsdoelstelling juist en realistisch is bij <i>good practice</i> 3.</p> <p>Een respondent vroeg aan de AFM hoe tussendoelstellingen erbij helpen om te verifiëren of de partij zich aan zijn doelstelling houdt.</p>	<p>Door middel van tussendoelen kan beter worden ingeschat hoe haalbaar e.e.a. is, dan zonder tussendoelen. Dit maakt dat de <i>good practice</i> een goed voorbeeld is. Zonder tussendoelen wordt er immers geen inzicht geboden in het transitiepad dat de marktpartij voor ogen heeft.</p>	<p>Aan voorbeeld 12 is toegevoegd waarom dit voor de lezer uit maakt.</p> <p><i>Zonder uitleg over het beoogde pad richting die langetermijndoelstelling, valt niet op enige redelijke termijn te verifiëren of de marktpartij zich aan haar gecommuniceerde doelstelling houdt of dat deze als haalbaar kan worden ingeschat.</i></p>
--	---	--

Uitgangspunt 3			
33.	<p>Enkele respondenten stelden dat het in begrijpelijke taal beschrijven van duurzaamheidsclaims op gespannen voet kan komen te staan met de verplichting tot het voldoen aan wet- en regelgeving. Hierbij vroegen de respondenten of de AFM kan bevestigen dat het voldoen aan concrete wettelijke verplichtingen prevaleert boven het voldoen aan de open norm begrijpelijke taal.</p>	<p>In de introductie van de leidraad is reeds opgenomen dat deze ook van toepassing is op verplichte informatie, voor zover de betreffende specifieke regelgeving niet reeds voorschrijft hoe de claim moet worden vormgegeven.</p>	<p>Ter nadere verduidelijk is de volgende tekst toegevoegd aan p. 6, voetnoot 8:</p> <p><i>Voor veel marktpartijen geldt de verplichting bepaalde duurzaamheidsinformatie te verstrekken, bijvoorbeeld op grond van de SFDR. Dit moet op onderdelen op vooraf voorgeschreven wijze. In die gevallen is de ruimte om deze leidraad te volgen beperkter. Het is aan marktpartijen om binnen de verplichte informatieverstrekking kritisch te kijken waar wel en waar geen ruimte ligt om de uitgangspunten uit deze leidraad te volgen in de communicatie naar klanten of deelnemers.</i></p>
34.	<p>Een respondent verzocht de AFM om meer <i>guidance</i> te geven zodat meer uniformiteit in de hantering van begrippen wordt bereikt en om te verduidelijken wat met “passende” duurzaamheidstermen wordt bedoeld.</p>	<p>Onder 3.3 worden handvatten gegeven, onder meer dat duurzaamheidstermen zoals ‘ESG’, ‘groen’, ‘duurzaam’, ‘sociaal’ en gerelateerde termen alleen in claims gebruikt dienen te worden wanneer deze bepalend zijn voor het product of de marktpartij.</p>	<p>Op p. 20 is de volgende zin toegevoegd:</p> <p><i>Om erachter te komen of lezers bepaalde termen begrijpen, kan het nuttig zijn de communicatie bij lezers te toetsen.</i></p>

		Onderzoek bij de doelgroep door marktpartijen kan voorts een goede manier zijn om inzicht te krijgen in de passendheid van het gebruik van specifieke termen.	
35.	Een respondent gaf aan dat te absoluut gesteld is dat duurzaamheidstermen alleen mogen worden gebruikt wanneer deze bepalend zijn voor het product of de marktpartij. Als deze bepaling strikt wordt opgevat kunnen pensioen- en verzekeringsproducten mogelijk niet langer vermelden dat ze (deels) duurzaam zijn omdat deze producten vaak zijn opgebouwd uit meerdere soorten beleggingen.	De AFM erkent dit punt, maar vindt het tegelijkertijd van belang dat lezers dan ook duidelijk wordt gemaakt wat de duurzaamheidsbeperkingen zijn in de betreffende producten.	Zin toegevoegd aan p. 20: <i>Indien de term slechts bepalend is voor een deel van (de beleggingen van) het product of de marktpartij, maak dit dan ook duidelijk voor de lezer.</i>
36.	Een respondent vroeg hoe gelaagdheid zich tot de concreetheid van informatie verhoudt en of de AFM hier handvatten voor kan geven in de leidraad.	Gelaagdheid is zinvol als er meer informatie nodig is om e.e.a. voldoende toe te lichten dan er ruimte beschikbaar is. Dit geldt dus ook als er meer ruimte nodig is voor verdere concretisering of onderbouwing van de claim. In paragraaf 3.2 en 3.3 is reeds toegelicht hoe gelaagdheid toegepast kan worden.	



Autoriteit Financiële Markten

Postbus 11723 | 1001 GS Amsterdam

Telefoon

020 797 2000

www.afm.nl

Dataclassificatie

AFM - Publiek