



ILLUSTRATIE: HEIN DE KORT VOOR HET FINANCIËLE DAGBLAD

MILIEU EN KLIMAAT

Zorgen bestuurders over milieucclaims zijn terecht

Veel bestuurders liggen wakker van mogelijke milieucclaims. Dat komt niet doordat het gewetenloze of bange mensen zijn: er hangt hun ondoordachte Europese milieuregelgeving boven het hoofd.

Vanaf 2024 zijn beursgenoteerde Europese bedrijven verplicht te publiceren wat zij aan duurzaamheid doen. De meeste van hen publiceerden al over duurzaamheid, maar dat was vaak een goednieuwswaarde. Straks móeten ze verantwoording afleggen en kunnen ze aangeklaagd worden als ze loze woorden blijken te spreken.

Natuurlijk moet er een einde komen aan greenwashing. Dat is een belangrijke stap naar een groenere, eerlijkere wereld. Maar de kans is groot dat de Europese regelgeving er vooral voor zorgt dat bedrijven een terugtrekkende beweging maken, terwijl zij juist veel invloed kunnen hebben op vooruitgang. Het gaat daarbij om de *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD) in combinatie met de voorgestelde CSDDD (*Corporate Sustainability Due Diligence Directive*, die nog geen groen licht heeft gekregen).

NIET 'AF' GENOEG

De rapportageregels maken niet duidelijk waar de invloedssfeer van bedrijven stopt. Als een lokale overheid toestemming heeft gegeven voor boskap om zo plaats te maken voor een pindaplantage en de economie te stimuleren, wat staat een afnemer dan te doen? Moet die deze plantage weren omdat zijn onderneming als Europees bedrijf aangeklaagd kan worden? Of is het beter om met de lokale overheid ter plaatse in gesprek te gaan in een poging het lokale beleid te verbeteren? Veel bedrijven brengen vooruitgang in gebieden waar het lokale overheidsbeleid — of de controle daarop — te wensen overlaat. Ze hebben zekere invloed, maar daar zit wel een grens aan. Regelgeving die enerzijds stelt dat je

verantwoordelijk bent, maar anderzijds niet duidelijk maakt waar die grens ligt, is simpelweg nog niet 'af' genoeg.

De rapportageregels hebben het dubieuze effect dat er veel juridische gevechten zullen losbarsten. Als samenleving spreken we bedrijven steeds meer aan op hun maatschappelijke verantwoordelijkheid. Dat is goed, want bedrijven die alleen maar uit zijn op winstmaximalisatie, passen niet meer in deze tijd. Ngo's hebben een actieve rol: zij houden het bedrijfsleven nauwlettend in de gaten en komen in actie wanneer ze misstanden signaleren. Zij hebben bovendien vaak tijd en geld om goed onderzoek te doen. Dat zie je terug in de cijfers: wereldwijd lopen er inmiddels meer dan 2000 'klimaatrechtzaken'.

PERSOONLIJK AANGEKLAAGD

Je zou zeggen dat bedrijven die bang zijn voor zulke claims, hun zaken maar wat beter moeten regelen. Maar wát moeten zij dan precies beter regelen? Daar komt het eerste punt weer om de hoek. Zeker omdat bestuurders ook persoonlijk kunnen worden aangeklaagd, brengen bedrijven hun juridische afdelingen in hoogste staat van paraatheid en huren ze de beste advocaten in. Elke euro kun je maar één keer uitgeven. Wat naar advocaten gaat, kan niet gaan naar duurzame verbeteringen in de keten.

Daar komt nog bij dat bedrijven nog te weinig zicht hebben op de ketens van de toeleveranciers van hun leveranciers. Sommige producten verwisselen al tijdens hun reis op zee naar Europa meerdere keren van eigenaar. Al deze 'verborgen' ketens moeten in kaart worden gebracht. Pas als je weet waar iets gemaakt is en onder welke condities, kan een bedrijf de goede besluiten (en volledige verantwoordelijkheid) nemen.

Daar wordt hard aan gewerkt. Zo is een aantal grote supermarkten bezig emissiegegevens van hun toeleveranciers met elkaar te delen. Ze trekken op als partners in plaats van concurrenten. Dat is een nieuw en hoopvol gegeven, en het is zeker een grote

stap voorwaarts naar duurzame, eerlijke productieketens. Natuurlijk, het was goed geweest als bedrijven hier al verder mee waren. Maar het betreft enorm veel data, waarvan niet altijd duidelijk is hoe je die boven tafel krijgt. Bovendien heeft de Europese Unie nog niet vastgelegd wat de standaarden zijn om deze klimaatdata te meten en te beoordelen.

De meeste Europese bedrijven willen graag transparant zijn en hun productieketens verbeteren. Maar eerst moeten overheden, de EU voorop, de invloedssfeer van bedrijven veel beter definiëren, in aanspraak met het bedrijfsleven. Waar zijn bedrijven wel en niet verantwoordelijk voor? Wat verwachten we precies van bedrijven die producten in andere delen van de wereld laten maken, of daar toeleveranciers hebben? Hoe moeten zij zich gedragen als lokale overheden steken laten vallen?

Pas als dat duidelijk is, kunnen rapportageregels het beoogde effect hebben: bedrijven aansporen om duurzaam en rechtvaardig te handelen. Tot die tijd zullen bedrijven vooral reageren vanuit angst en is je juridisch indekken de logische keuze.

GEEN DOEL MAAR MIDDEL

Laten we niet vergeten: transparante rapportage is een middel, geen doel. Er zullen altijd risico's zitten in ketens, dat is niet te voorkomen. Waar het om gaat, is dat bedrijven hun inkoopmacht gaan inzetten als kracht, waarbij ze laten zien wat ze in hun ketens tegenkomen, en hoe ze verbeteringen doorvoeren en monitoren. Bedrijven, of hun bestuurders, zijn niet het probleem, maar kunnen juist een belangrijk onderdeel zijn van de oplossing: goede inkoopbeslissingen nemen, voor een eerlijke, duurzame wereld.



Marjan de Bock-Smit en Leontien Hasselman-Plugge zijn ceo van ImpactBuying en True-Code.org.