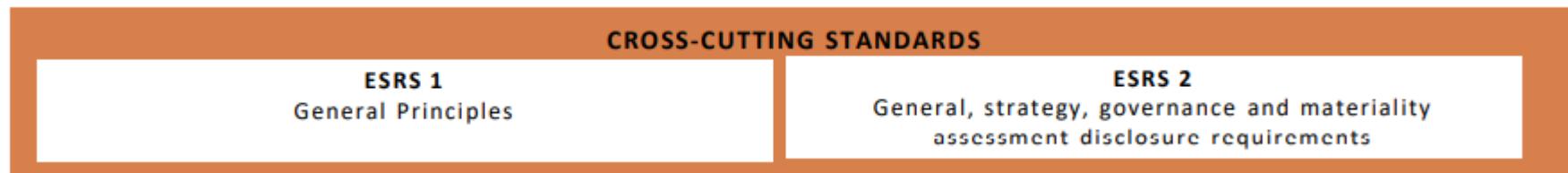


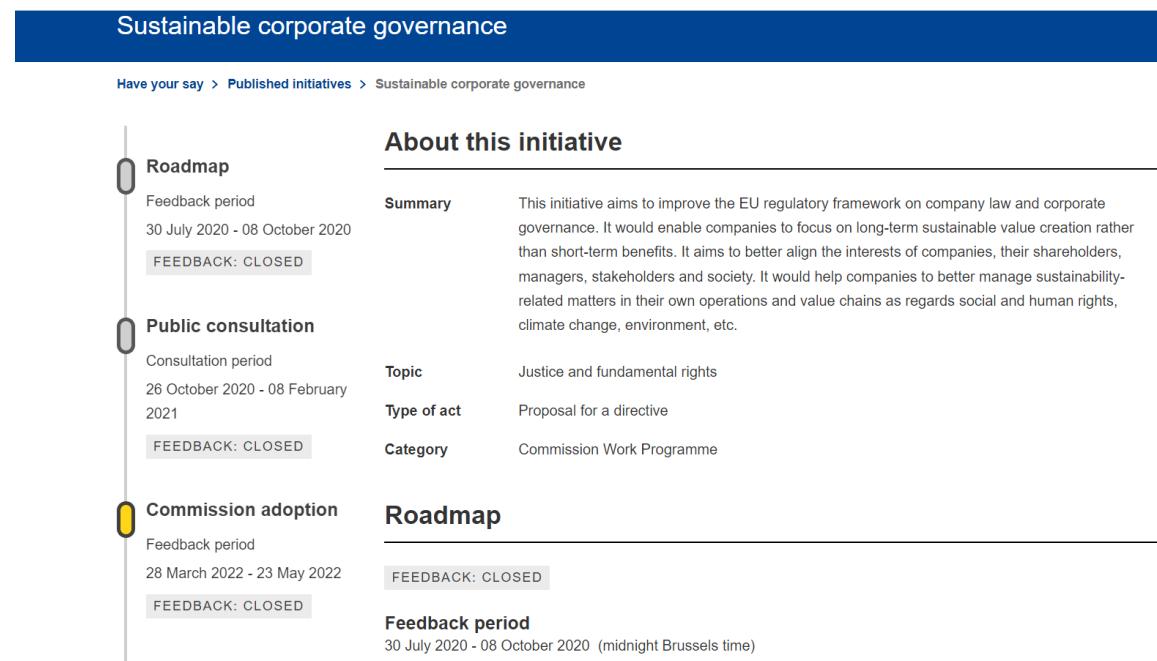
# **Panel 1 – Discussion on the Cross-cutting and Governance Standards for Sustainability Reporting (CSRD framework)**

# MEĐUSEKTORSKI I UPRAVLJAČKI STANDARDI



Karika koja povezuje i objedinjava...

## ODRŽIVO KORPORATIVNO UPRAVLJANJE



Sustainable corporate governance

Have your say > Published initiatives > Sustainable corporate governance

**Roadmap**

Feedback period  
30 July 2020 - 08 October 2020  
**FEEDBACK: CLOSED**

**Public consultation**

Consultation period  
26 October 2020 - 08 February 2021  
**FEEDBACK: CLOSED**

**Commission adoption**

Feedback period  
28 March 2022 - 23 May 2022  
**FEEDBACK: CLOSED**

**About this initiative**

**Summary** This initiative aims to improve the EU regulatory framework on company law and corporate governance. It would enable companies to focus on long-term sustainable value creation rather than short-term benefits. It aims to better align the interests of companies, their shareholders, managers, stakeholders and society. It would help companies to better manage sustainability-related matters in their own operations and value chains as regards social and human rights, climate change, environment, etc.

**Topic** Justice and fundamental rights

**Type of act** Proposal for a directive

**Category** Commission Work Programme

**Roadmap**

**FEEDBACK: CLOSED**

**Feedback period** 30 July 2020 - 08 October 2020 (midnight Brussels time)

# PROTURJEČNI CILJEVI I ZAHTJEVI

Traži se:

- uključivanje **okolišnih, socijalnih i upravljačkih pitanja u poslovne i investicijske odluke** („održivo financiranje“)
- sagledavanje utjecaja poduzeća na ljude i okoliš (**perspektiva iznutra prema van**) te utjecaja pitanja održivosti na poslovanje, položaj i razvoj poduzeća (**perspektiva izvana prema unutra**)
- sagledavanje stvaranja, trošenja i očuvanja vrijednosti **na kratki, srednji i dugi rok**
- procjena i ublažavanje (upravljanje) **okolišnih i klimatskih rizika** (Odbor za finansijsku stabilnost, 2019. – klimatske promjene rizik su za stabilnost finansijskog sustava i gospodarstva u cjelini)
- procjena taksonomski prihvatljivih i usklađenih djelatnosti i njihov udio u prihodima, Capexu i Opexu
- bitno veća transparentnost i objavljivanje podataka o održivim djelatnostima – **suzbijanje manipulativnog zelenog marketinga (greenwashinga)**

Zbiva se:

- mnoge kompanije, a posebno one čije su dionice uvrštene na burzu, izložene su pritisku generiranja **finansijskog povrata u kratkom roku** i na **preraspodjelu velikog dijela ostvarenog prihoda dioničarima**
- dužnosti direktora i interesi kompanija **usko su definirane i favoriziraju maksimiranje vrijednosti za dioničare** – finansijski poticaji direktora stimuliraju rast cijena dionica i pad investicija (od 1992. do 2018. ukupne isplate dioničarima porasle su s 20 na 60% u europskim listanim kompanijama, dok su kapitalna ulaganja pala za 45%, odnosno ulaganja u istraživanja i razvoj za 38%)
- sve veći pritisci investitora s kratkoročnim fokusom usmjeravaju uprave na generiranje kratkoročnih finansijskih povrata na štetu dugoročnog stvaranja vrijednosti
- kompanijama **nedostaje strateška perspektiva održivosti** i sadašnje prakse nisu u stanju omogućiti identifikaciju rizika i utjecaja koji se tiču održivosti\*

# PARADOKSI ODRŽIVOG KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA I VODSTVA (SPAJANJE NESPOJIVOG?)

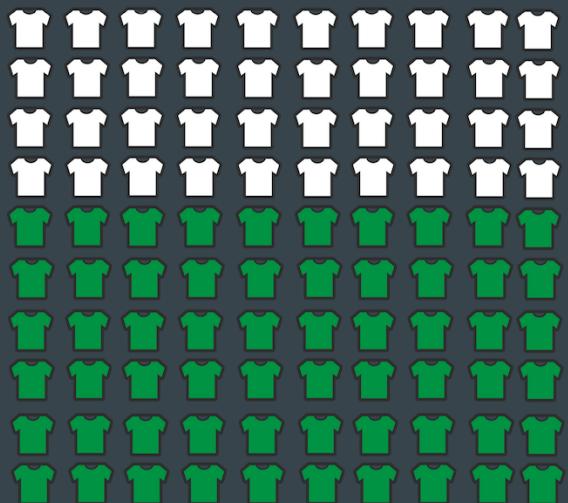


„Jako je teško upravljati kompanijom ako pokušavate zadovoljiti interese svih svojih dioničara. Stoga, umjesto da vrijeme trošimo na ugađanje kratkoročnim interesima, nastojimo identificirati one ulagače koji se ugodno osjećaju s našim modelom dugoročnog rasta”.

# ZAVARAVAJUĆI ZELENI MARKETING

**Greenwashing** is the process of providing misleading information to make people believe a company is doing more to protect the environment than it really is.

NEARLY **60%**



OF SUSTAINABILITY CLAIMS BY FASHION BRANDS ARE **GREENWASHING**

searches for **SUSTAINABLE BRANDS** have risen by almost

**400% IN FIVE YEARS**



according to OECD,  
**self-declared ENVIRONMENTAL CLAIMS ARE INCREASING AS A CORPORATE MARKETING TOOL**

AND THE NUMBER OF ECO-LABELS COULD GROW BY **66% IN THE NEXT 15 YEARS**

**72%** of customers want more sustainability information to be available which gives brands an incentive.

BUT **42%** OF COMPANIES' SUSTAINABILITY CREDENTIALS ARE *exaggerated, false, or deceptive*

**greenwashing:**

- takes attention away from real environmental threats
- can be used to disguise bad or destructive actions
- can mislead people to think they're part of the problem
- helps brands to increase sales by deception
- takes advantage of people's goodwill



SOURCES: Changing Markets Foundation, Google Trends, OECD, Zeuthen, J., & Ludvigsen, L., Selfridges, European Commission.

# ZAVARAVAJUĆI ZELENI MARKETING



## Financijske institucije i korporacije imat će vaznu ulogu u ESG revoluciji

Objavljeno: 30. rujna 2022.

Konferencija „Pridružite se ESG revoluciji“ u organizaciji Hrvatskog ureda za osiguranje (HUO) i pod pokroviteljstvom Eurizon Asset Management Croatia d.o.o. okupila je brojne domaće i strane stručnjake koji su raspravljali o jednoj od najrelevantnijih poslovnih tema današnjice te su, kroz konkretnе primjere i raspravu, ponudili korisna rješenja za korporacije i poslovnu zajednicu.

U uvodnom obraćanju **Hrvoje Pauković**, direktor Hrvatskog ureda za osiguranje istaknuo je kako su ESG teme više od trenda, one su potreba na koju tržište mora odgovoriti. „U svojoj srži osiguranje je usredotočeno na upravljanje rizicima – a to je neodvojivo od ESG principa bez obzira govorimo li o okolišu, društvu ili upravljanju.“

„Financijske institucije igraju značajnu ulogu u pružanju podrške zelenoj tranziciji. One osiguravaju financiranje održivim industrijama i pomažu ulagačima da usmjere kapital prema ulaganjima koja donose prednosti po okolišnim, društvenim i upravljačkim kriterijima,“ kazao je **Ante Žigman**, istaknuvši kako su nefinancijski izvještaji poduzeća osnova za uspostavu ekosustava održivog financiranja. „Jačanje nefinancijskog izvještavanja postiže se kroz EU regulatorne pakete,“ objasnio je Žigman te izdvojio najbitnije: Uredbu o objavama povezanim s održivosti u sektoru finansijskih usluga, Uredbu o taksonomiji, izmjenu pratećeg zakonodavstva (set od 6 propisa objavljen nastavno na stupanje na snagu Uredbe o objavama povezanim s održivosti u sektoru finacija i Uredbe o taksonomiji) te Direktivu o korporativnom izvještavanju o održivosti, koja je trenutno u pripremi. Posebno je naglasio europsku uredbu o taksonomiji, koja definira koja se ulaganja, područja i aktivnosti mogu smatrati zelenima, a koja ne, s čim se na neki način veže i pitanje manipulativnog zelenog marketinga. **Greenwashing**, istaknuo je Žigman, predstavlja veliki izazov i za regulatore i za finansijsku industriju.„

Tijekom konferencije naglašeno je kako je koncept održivog poslovanja postao jedan od ključnih prioriteta, a među ostalim temama ponuđen je i odgovor kako se nositi s globalnim izazovima razvijajući nove vrijednosti za korporacije kroz suradnju s ulaganjima.

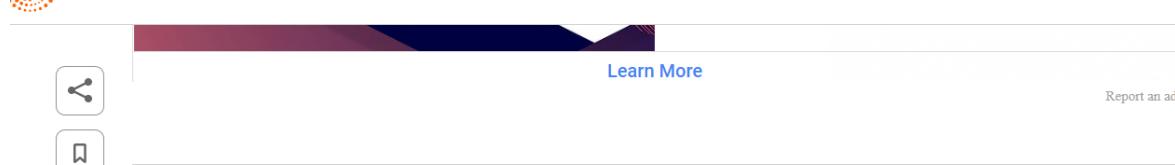
Na panel raspravi na temu „Upravljanje“ sudjelovao je i zamjenik predsjednika Upravnog vijeća Hanfe **Tomislav Ridzak**, dok voditeljica Direkcije za superviziju investicijskih fondova i investicijskih društava Hanfe **Martina Verić** raspravljala o novom regulatornom okviru i *greenwashingu*.



## 1. Introduction

*“As greenwashing by companies and fund managers has ramped up, regulators, policymakers and standard-setters have turned their attention to how investors can decipher sustainable investment products.”*

– Financial Times, 10 March 2021<sup>1</sup>

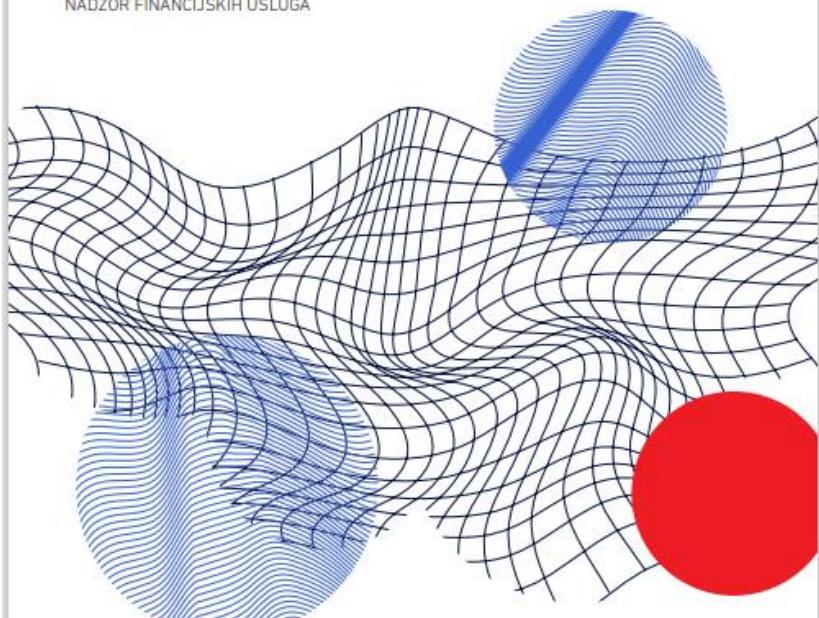


The European Securities and Markets Authority (ESMA) said that in an ideal scenario it would be tackling greenwashing based on a complete set of rules that set boundaries on market behaviour and practices that are not allowed.

“However, there is now a real need to address greenwashing without delay, even if all the legislative stepping stones are not fully in place yet,” ESMA said in its sustainable roadmap document published on Friday covering work planned to 2024.

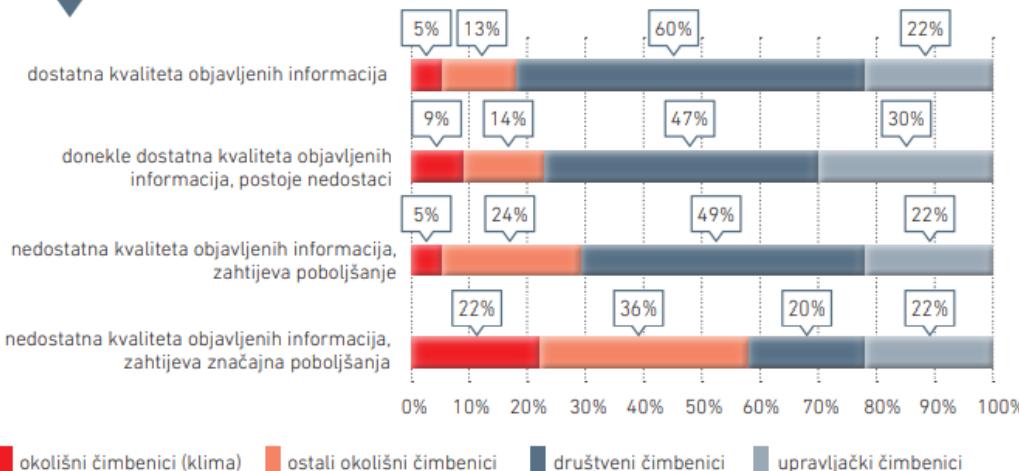
# GODIŠNJI IZVJEŠTAJ O KORPORATIVNOM UPRAVLJANJU 2020.

HRVATSKA AGENCIJA ZA  
NADZOR FINANCIJSKIH USLUGA



Prema podacima iz tablice vidljivo je da banke trenutno stavlju jači fokus na podatke o okolišnim čimbenicima, posebno na klimatske promjene, uspoređujući s podacima o društvenim i upravljačkim aktivnostima izvještajnih subjekata. U navedenoj studiji banke su dale ocjenu i o razini dostupnosti informacija o ESG čimbenicima svojih klijenata, koji obuhvaćaju i izdavatelje, za potrebe procjene profila rizika.

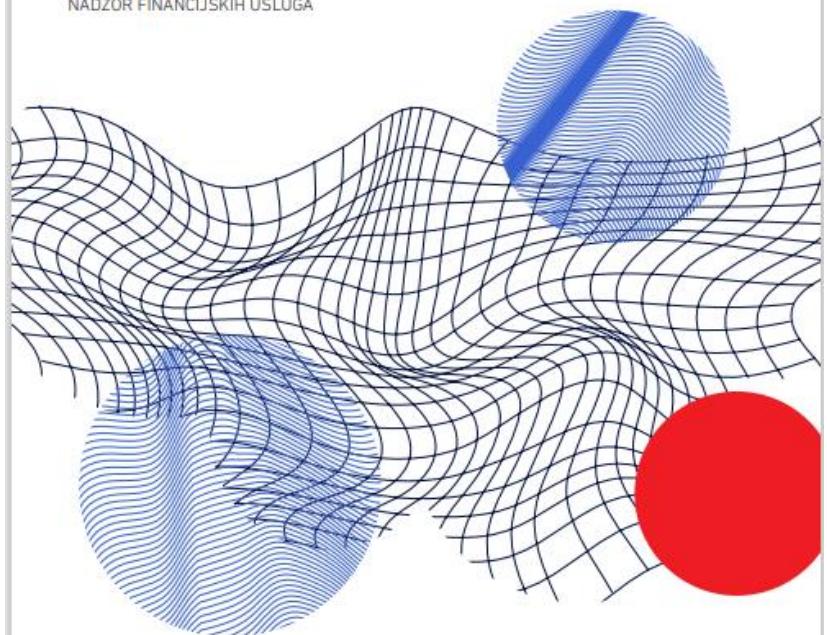
Grafikon 18. Razina dostupnosti informacija o klijentima za potrebe procjene profila rizičnosti



Izvor: Studija BlackRock FMA

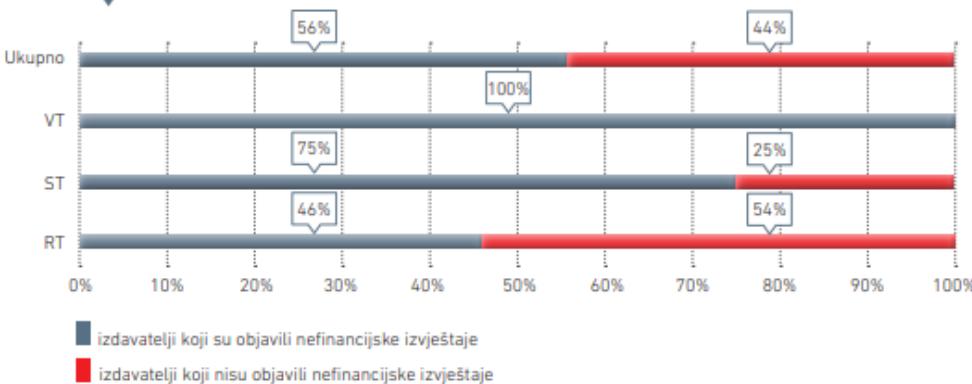
# GODIŠNJI IZVJEŠTAJ O KORPORATIVNOM UPRAVLJANJU 2020.

HRVATSKA AGENCIJA ZA  
NADZOR FINANCIJSKIH USLUGA



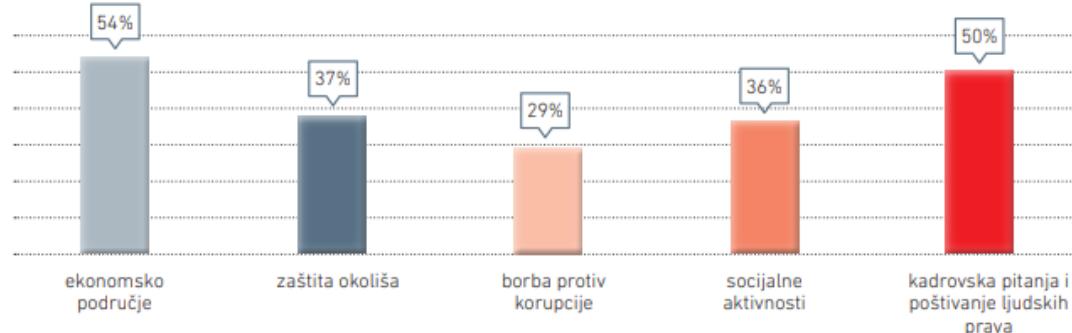
HANFA

Grafikon 19. Pregled objavljenih nefinancijskih izvještaja za 2020. po segmentima uređenog tržišta



Izvor: Nefinancijski izvještaji izdavatelja za 2020.

Grafikon 20. Broj nefinancijskih izvještaja u kojima su objavljene informacije po pojedinim područjima



Izvor: Nefinancijski izvještaji izdavatelja za 2020.

## Okolišni čimbenici

U okviru podataka o okolišnim aktivnostima 35 izdavatelja, ili njih 67 %, objavilo je da dio svojih resursa usmjeravaju na zaštitu okoliša, primjerice u sustav učinkovitog upravljanja energetima, uštedu energije, recikliranje i smanjenje količine otpada, analizu otpadnih voda, emisiju stakleničkih plinova. Od 35 izdavatelja koji su objavili okolišne aktivnosti, 15 izdavatelja naglasilo je da imaju ISO certifikate za upravljanje energijom i okolišem.



Izvor: Nefinancijski izvještaji izdavatelja za 2020.

### a) Voda

- ✓ U okviru zaštite voda 11 izdavatelja objavilo je podatak o potrošnji vode za obavljanje djelatnosti.
- ✓ Uobičajeno se podaci o potrošnji vode objavljaju za izvještajnu godinu i prethodno razdoblje iz čega se može vidjeti trend u štednji potrošnje vode.
- ✓ 2 izdavatelja objavila su podatke o količini ispuštenih otpadnih voda nastalih tijekom tehnološkog postupka.
- ✓ 1 izdavatelj objavio je postotak smanjenja količine otpadnih voda.
- ✓ U vezi s informacijama o zaštiti voda, 1 izdavatelj naveo je da ulaze u tehnologiju za smanjenje korištenja vode.
- ✓ 1 izdavatelj objavio je da je u procesu investiranja ugradnje sustava za pročišćenje balastnih voda.
- ✓ 1 izdavatelj objavio je da poduzima aktivnosti na očuvanju kakvoće morske vode i pročišćavanju otpadnih voda.

### b) Energenti

- ✓ 24 izdavatelja objavila su informacije o godišnjoj potrošnji energetata, primjerice električne energije, goriva, loživog ulja, plina i slično.
- ✓ 2 izdavatelja objavila su da u određenim objektima u stopostotnom udjelu koriste električnu energiju proizvedenu iz obnovljivih izvora.
- ✓ 3 izdavatelja objavila su da ulazu u smanjenje potrošnje energije, odnosno poboljšanje energetske učinkovitosti društva, kao i obnovljive izvore energije.

### c) Zrak

- ✓ Podatke o emisiji ugljičnog dioksida (CO<sub>2</sub>) objavilo je 19 izdavatelja, prema kojim je vidljiv trend bilo smanjenja bilo povećanja izravne i neizravne emisije stakleničkih plinova, ovisno o pojedinom izdavatelju.
- ✓ 1 izdavatelj objavio je da sudjeluje u sustavu trgovanja emisijskim dozvolama.

### d) Otpad

- ✓ Informacije o upravljanju i zbrinjavanju otpada objavila su 24 izdavatelja.
- ✓ Informacije su se odnose na procedure o djelotvornom razvrstavanju i zbrinjavanju otpada, odnosno primjerice izdavatelji su objavili ili opisno ili kvantitativno informaciju o smanjenju količine otpada kao što je papir, informatički otpad, kemijska sredstva i slično.
- ✓ 1 izdavatelj objavio je da je proveo proces digitalizacije dokumentacije, kojim je smanjena količina upotrebljenog papira.
- ✓ 1 izdavatelj objavio je da djelomično koristi ekološki papir za tisk.
- ✓ 1 izdavatelj objavio je da ulaže u tehnologiju za smanjenje korištenja kemikalija za čišćenje te da potiče goste na višekratno korištenje ručnika i posteljine.

### e) Klimatske promjene

- ✓ U nefinancijskim izvještajima 11 izdavatelja naglasilo je da klimatske promjene prouzročene emisijom CO<sub>2</sub> negativno utječu na poslovanje, primjerice na kvalitetu sirovine ili povećani rizik od ozljeda djelatnika.

## Upravljački čimbenici

### a) Borba protiv korupcije

- ✓ Objave o borbi protiv korupcije uglavnom sadrže navode o primjeni najviših etičkih standarda korporativnog upravljanja te individualnog ponašanja zaposlenika, kao i o usvojenim politikama sprečavanja i sankcioniranja podmičivanja i korupcije, odnosno usvojenom etičkom kodeksu.
- ✓ 29 izdavatelja objavilo je informacije o borbi protiv korupcije.
- ✓ 1 izdavatelj naglasio je da ne sudjeluje u financiranju političkih stranaka.

## Društveni čimbenici

### a) Kadrovska pitanja i poštivanje ljudskih prava

- ✓ Najviše informacija izdavatelji su objavili u vezi s kadrovskim pitanja, i to 48 izdavatelja.
- ✓ Objave su se uglavnom odnosile na broj zaposlenika, dobnu strukturu, stručnu spremu, spol, obuku i obrazovanje te nagrađivanje zaposlenika.
- ✓ U objavama se često naglašavalo da je bitno zdravlje i sigurnost na radnom mjestu.
- ✓ 5 izdavatelja objavilo je podatak o broju i vrsti ozljeda svojih zaposlenika, profesionalnim bolestima te smrtnim slučajevima.