

Sinds maart 2021 gelden er Europese regels voor beleggingsadviezen en informatieverschaffing over duurzaamheid van bepaalde financiële producten, de Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR). Wat betekent de aanstaande aanscherping van de SFDR-regels voor je adviespraktijk?



SFDR-regels aangescherpt

TEKST **ADFIZ**

Voor de komst van de SFDR was je bij advies over beleggingsproducten alleen verplicht om de risicobereidheid en beleggingsvoorkeuren van je klant uit te vragen. Als je klant duurzaamheid belangrijk vond of het daar met je over wilde hebben waren daar geen regels aan verbonden, terwijl duurzaamheid wel steeds hoger op de maatschappelijke agenda kwam te staan. Om daar iets aan te doen, duurzaam beleggen te stimuleren en klanten meer inzicht te geven in beleggingsstromen is in maart 2021 de SFDR geïntroduceerd. De SFDR verplichtte de financiële sector om transparanter te zijn over de duurzaamheid van beleggingen.

Voor jou als adviseur betekende dat onder andere dat je via je website transparant maakt hoe je rekening houdt met duurzaamheidsrisico's en deze integreert in je dienstverlening. Ook heeft de SFDR gevolgen voor de precontractuele informatie die je aan de klant verstrekt en de productinformatie die je van aanbieders ontvangt. Maar verder is de SFDR nu nog vooral gericht op de aanbiederszijde. Zij moeten bij hun producten informatie bieden over de impact van duurzaamheidsrisico's op de waarde van de beleggingen en op de impact van de beleggingen op *duurzaamheidsfactoren* (meer hierover: [adfiz.nl/dossiers/sfdr](https://www.adfiz.nl/dossiers/sfdr)).

RICHTLIJNEN

Met de aanscherpingen en aanvullingen van 2 augustus 2022 komt daar enige verandering in. Vanaf dan moet je je klant specifiek vragen naar zijn duurzaamheidswensen en -voorkeuren. Iets wat je in de praktijk waarschijnlijk ook al deed. Immers, als je het met je klant hebt over hoe duurzaam hij wil beleggen, kun je haast niet om zijn duurzaamheidswensen en -voorkeuren heen. Daarbij spelen de volgende zaken:

Door Eiopa (de Europese AFM) is een aantal richtlijnen (guidelines) geformuleerd voor de uitvraag van deze duurzaamheidsvoorkeuren, om-

dat dat voor een klant doorgaans lastig is om te bepalen. Hierbij kun je denken aan de volgende zaken: inventariseer eerst de persoonlijke omstandigheden en beleggingsvoorkeuren van de klant voordat je naar de duurzaamheidsvoorkeuren vraagt. Op die manier moet voorkomen worden dat de klant kiest voor een product dat past bij zijn duurzaamheidsvoorkeuren, maar niet bij de financiële situatie. Vraag de klant of zijn duurzaamheidsvoorkeuren van toepassing zijn op alle beleggingsproducten of enkel producten die geen staatsobligatie zijn. Stel met de klant vast hoe groen de beleggingen moeten zijn. Op dit moment bestaan er grijze, groene en donkergroene producten. Dit kun je vaststellen door bij de klant te vragen welk percentage van de investeringen minimaal duurzame investeringen moeten zijn.

Op basis van de voorkeuren die je bij klant hebt geïnventariseerd, bepaal jij vervolgens welke producten daarbij aansluiten en neem je dat mee in je advies aan de klant.

Om te weten welke duurzaamheidskenmerken een product heeft en te kunnen bepalen welke producten aansluiten op de voorkeuren van de klant, is van belang dat de juiste informatie beschikbaar is. Onderdeel van de regels is dat aanbieders van producten bij hun productinformatie duidelijk maken wat de duurzaamheidskenmerken zijn van het product. Europa heeft daarvoor specifieke regels opgesteld (taxonomie) gericht op aanbieders en een format gemaakt voor hoe aanbieders deze informatie aan de klant duidelijk moeten maken. ■

'Klant specifiek vragen naar duurzaamheidswensen'