

Mnenje Evropskega ekonomsko-socialnega odbora – Ustrezen okvir za preglednost podjetij**(mnenje na lastno pobudo)**

(2017/C 075/03)

Poročevalka: **Vladimíra DRBALOVÁ**

Sklep plenarne skupščine	21. 1. 2016
Pravna podlaga	člen 29(2) poslovnika mnenje na lastno pobudo
Pristojnost	strokovna skupina za ekonomsko in monetarno unijo ter ekonomsko in socialno kohezijo
Datum sprejetja mnenja strokovne skupine	29. 11. 2016
Datum sprejetja mnenja na plenarnem zasedanju	14. 12. 2016
Plenarno zasedanje št.	521
Rezultat glasovanja (za/proti/vzdržani)	219/3/14

1. Sklepi in priporočila

1.1 Odbor meni, da je preglednost podjetij ključna, ter podpira vse pobude za spodbujanje dolgoročno trajnostnega in predvidljivega podjetništva. Preglednost je pomembna za vse deležnike, pa tudi za sama podjetja, za izboljšanje njihovega ugleda in okrepitev zaupanja delavcev, potrošnikov in vlagateljev.

1.2 Odbor priznava, da večina podjetij, ki poslujejo v EU, deluje pregledno. Kljub temu pa so številni nedavni škandali pokazali, da je treba preglednost izboljšati, tako da bi na splošno postala del trajnostnih strategij podjetij. Vlagatelji in delničarji vse bolj pozorno spremljajo ne samo kazalnike donosnosti podjetij, temveč tudi kazalnike kakovosti, povezane z družbeno odgovornostjo podjetij⁽¹⁾, ki prispevajo k zmanjšanju socialnih tveganj in zagotavljanju trajnostnega razvoja podjetij. Zaradi potreb podjetij in drugih deležnikov morajo biti informacije ustrezne, njihovo zbiranje pa stroškovno učinkovito.

1.3 Odbor ugotavlja, da bi morale vlade držav članic podjetja motivirati in spodbujati, da bi v preglednosti videla prednost, saj je tudi dobra priložnost za poslovanje, ter jih podpirati pri izpolnjevanju teh zahtev.

1.4 Odbor meni, da si je treba prizadevati, da so informacije, ki jih predložijo podjetja, uporabne in obsežne, pa tudi kakovostne in verodostojne. Pri izboljševanju preglednosti bi se bilo treba osredotočiti na dosežene rezultate ter postopek poročanja in razkritja informacij. Poročanje bi moralo zagotavljati informacije o pretekli uspešnosti, hkrati pa biti usmerjeno v prihodnost.

1.5 Odbor priporoča, da Komisija določi naslednje korake, da bodo podjetja lahko izpolnila zahteve glede preglednosti in ostala konkurenčna na svetovni ravni.

1.6 EESO se na splošno zaveda, da mala in srednja podjetja delujejo v različnih pogojih. Zato bi pravila zanje morala biti poenostavljena, da bi lahko poročala na ustrežnejši način in bi s tem zagotovili popolno preglednost. EESO pozdravlja projekt krepitev zmogljivosti, ki bi MSP pomagal premagati te izzive.

⁽¹⁾ COM(2011) 681 final.

1.7 Po mnenju Odbora se bodo morale vse nadaljnje pobude za razkritje informacij osredotočiti na informacije, ki jih deležniki dejansko potrebujejo, med drugim skupni nabor kazalnikov, hkrati pa je treba upoštevati naravo podjetja in sektorja, v katerem deluje.

1.8 Odbor poudarja, da politika podjetja na področju družbene odgovornosti in preglednosti brez zavezanosti zaposlenih ni učinkovita, zato bi morali biti ti vključeni v posvetovanja socialnih partnerjev.

1.9 Število zainteresiranih za poročila podjetij narašča in vse več skupin deležnikov se zanima za vse več vidikov poslovanja. Po mnenju Odbora je zato treba oceniti sedanji model poročanja in zagotoviti, da bo ustrezal svojemu namenu.

2. Splošno ozadje

2.1 Komisija je leta 2010 objavila **sporočilo s 50 predlogi za izboljšanje notranjega trga**. V njem je navedeno, da morajo tudi podjetja sodelovati pri teh skupnih prizadevanjih tako, da pokažejo ustrezno odgovornost in preglednost v odnosu do svojih delavcev in delničarjev ter družbe na splošno. Komisija je poudarila, da bi bilo njihovo upravljanje mogoče še dodatno izboljšati, zlasti v zvezi s sestavo in raznolikostjo upravnih odborov, vključno z zastopanostjo žensk, da se okrepijo zaposlovanje, podjetniški duh in trgovina⁽²⁾. Ugotovljeno je bilo, da podjetniška etika in vrednote prispevajo k okrevanju gospodarstva.

2.2 Komisija je leta 2011 objavila **obnovljeno strategijo EU za družbeno odgovornost podjetij za obdobje 2011–2014**⁽³⁾, v kateri je predlagala novo opredelitev družbene odgovornosti kot „odgovornosti podjetij za njihove učinke na družbo“. Eden od sestavnih delov strategije je bil akcijski načrt za združitev finančnega in družbenega poročanja.

2.3 Odbor je leta 2012 sprejel mnenje o obnovljeni strategiji EU za družbeno odgovornost podjetij⁽⁴⁾, v katerem je poudaril, da je politična pobuda za družbeno odgovornost podjetij v težavnih gospodarskih in političnih razmerah priložnost za pozitivno sodelovanje s poslovno skupnostjo. Pomembno je prepoznati različne motive za dejavnosti družbene odgovornosti podjetij. Sporočilo navaja različne koristi, ki bi jih bilo treba ob primerih dobre prakse v večji meri promovirati, da bi podjetja obveščali in spodbujali k odločnejšim zavezam na področju družbene odgovornosti podjetij.

2.4 Odbor je v zadnjih letih pripravil še številna druga mnenja, ki jih omenja v tem mnenju. V njih je poudarjen pomen družbene odgovornosti podjetij, preglednosti njihovega delovanja, razkrivanja nefinančnih informacij in vključevanja ustreznih deležnikov – vlagateljev, potrošnikov, zaposlenih in njihovih sindikalnih zastopnikov, nevladnih organizacij – v ta proces. V tem mnenju se želi Odbor osredotočiti na ustrezen okvir celotnega procesa.

3. Za socialno odgovorna in pregledna podjetja

3.1 Gospodarska kriza leta 2008 in njene socialne posledice so nekoliko omajale zaupanje državljanov v podjetja. Javnost in vlagatelji so postali bolj pozorni na socialno in etično delovanje podjetij. Zdaj je tudi več skupin deležnikov, ki jih zanima več vidikov podjetništva.

3.2 Vlagatelji želijo preglednost in nadzor nad svojimi naložbami ter želijo vedeti, kako njihov denar vpliva na okolje in družbo v negativnem ali pozitivnem smislu. Najpomembnejši viri nefinančnih informacij za vlagatelje so poročila o trajnosti/družbeni odgovornosti podjetij in letna poročila. Kvalitativne politične izjave so pomembne za oceno finančne nagrade, vendar se za bistvene štejejo kvantitativni ključni kazalniki uspešnosti.

⁽²⁾ COM(2010) 608 final.

⁽³⁾ COM(2011) 681 final.

⁽⁴⁾ UL C 229, 31.7.2012, str. 77.

3.3 Delavci so prve žrtve podjetij, ki se ne menijo za predpise, in nepreglednosti njihovega delovanja. In vendar imajo ravno zaposleni ključno vlogo pri razvoju podjetja: od tega so odvisni varnost njihove zaposlitve, njihova plača, zdravje in delovni pogoji. Imajo pravico, da zahtevajo preglednost, obveščenost in sodelovanje pri sprejemanju odločitev o finančnih razmerah ter socialni, okoljski in gospodarski politiki svojih podjetij.

3.4 Potrošniki si želijo preglednost in jo na področjih, ki so zanje pomembna, tudi pričakujejo. Z vidika odnosov z drugimi deležniki (delavci, državljani in potrošniki) je v velikem interesu podjetij, da sprejmejo politiko preglednega delovanja. Pogosto to preprosto pomeni seznanitev potrošnikov z dejstvi in pomoč pri premišljenem odločanju o nakupih. Taka podjetja so na koncu nagrajena z zvestobo bolje obveščenih strank ⁽⁵⁾. V zvezi s tem je prehrabna industrija zelo občutljivo področje. Najnovejša raziskava Centra za integriteto živil (Centre for Food Integrity – CFI) ⁽⁶⁾ dokazuje, da večja preglednost pomeni večje zaupanje potrošnikov v živila, in opisuje jasno pot za uresničitev tega.

3.5 Z globalizacijo se povečuje število poslovnih partnerjev in deležnikov, ki jih zanima več informacij o širših vidikih podjetništva v številnih državah.

3.6 Preglednost krepi zaupanje, podjetja pa potrebujejo zaupanje družbe. Pričakovanja državljanov se pogosto razlikujejo od njihove predstave o ravnanju podjetij. Ta razlika je deloma posledica neodgovornega ravnanja nekaterih podjetij, pa tudi pretiravanja nekaterih podjetij pri poudarjanju lastnih zaslug na okoljskem in socialnem področju. V nekaterih primerih je vzrok tudi nezadostna seznanjenost javnosti z dosežki podjetij in omejitvami, ki jih zavezujejo.

3.7 To je bil razlog za sklop delavnic o preglednosti podjetij, ki jih je Evropska komisija začela leta 2009. Evropska podjetja so te delavnice pozitivno sprejela kot koristno pobudo v ravno pravem času – sredi krize, ko bi lahko preglednost in družbena odgovornost podjetij na splošno prispevali k povrnitvi zaupanja javnosti v podjetništvo, ki se je zaradi aktualne gospodarske krize nekoliko zmanjšalo. Ta pobuda je bila namenjena različnim skupinam deležnikov (delodajalcem, sindikatom, nevladnim organizacijam, medijem). Raziskava naj bi Komisiji služila kot izhodišče za sprejetje nadaljnjih ukrepov.

3.7.1 Pobuda je prinesla naslednje ugotovitve:

- Številna podjetja že dosegajo pozitivne rezultate na področju preglednosti. Družbena odgovornost podjetij je zdaj vključena v poslovne strategije podjetij.
- Dostop do informacij je pomemben za različne deležnike, vendar ti potrebujejo različne vrste informacij za različne namene. V različnih sektorjih veljajo različni pogoji in v ospredju so različne potrebe.
- Mnenja se razlikujejo zlasti glede ključnih kazalnikov uspešnosti. Večina drugih deležnikov v državah članicah daje prednost jasnemu osnovnemu naboru kazalnikov, vključno z vprašanji na področju dela in okolja. Podjetja so mnenja, da je potrebna prožnost, saj enoten model za vse ni ustrezna rešitev.
- Ključno vprašanje za MSP so zmogljivosti za zagotavljanje informacij. Ko je vključenih veliko različnih deležnikov, vsak od njih pa zahteva različne informacije in ima različna pričakovanja, je lahko upravno breme za podjetja veliko.
- Pri razvoju preglednosti se je treba osredotočiti na dosežene rezultate, pa tudi na postopek poročanja in razkritja informacij. Družbena odgovornost podjetij bi bilo treba vključiti v poslovne strategije in celovito poročanje je eden od načinov za to.

⁽⁵⁾ <https://www.visioncritical.com/5-brands-employed-transparency-marketing- and won/>.

⁽⁶⁾ *A clear view of transparency and how it builds consumer trust* (Jasen pogled na preglednost in njeno krepitev zaupanja potrošnikov), raziskava o zaupanju potrošnikov iz leta 2015, Center za integriteto živil.

— Preglednost in praksa objavljana poročil o družbeni odgovornosti podjetij sta dodatni adut za podjetja in njihove zaposlene, za uporabnike njihovih proizvodov in storitev – ki so potrošniki in državljani – ter za vlagatelje.

4. Komisija stopnjuje zahteve glede preglednosti in nefinančnega poročanja

4.1 V strategiji EU za družbeno odgovornost podjetij Komisija navaja, da bi se lahko z razkritjem socialnih in okoljskih informacij podjetij, vključno z informacijami o vplivu na podnebje, izboljšalo njihovo sodelovanje z deležniki in prepoznavanje večjih tveganj za trajnost. To je pomemben sestavni del odgovornosti, ki lahko prispeva k povečanju zaupanja javnosti v podjetja. Zaradi potreb podjetij in drugih deležnikov morajo biti informacije ustrezne.

4.1.1 Komisija tudi priznava, da vedno več podjetij razkriva socialne in okoljske informacije, pri čemer mala in srednja podjetja tovrstne informacije pogosto razkrivajo neformalno in prostovoljno. Po ocenah enega vira približno 2 500 evropskih podjetij objavlja poročila o družbeni odgovornosti ali trajnosti, kar uvršča Evropsko unijo na prvo mesto na svetu na tem področju ⁽⁷⁾.

4.2 Komisija je leta 2013 na pobudo Evropskega parlamenta predložila zakonodajni predlog o **preglednosti socialnih in okoljskih informacij, ki jih dajejo na voljo podjetja v vseh sektorjih** ⁽⁸⁾. Ta sprememba „računovodskih direktiv“ naj bi za nekatera velika podjetja (trenutno približno 6 000 podjetij in subjektov v EU) uvedla obveznost razkrivanja pomembnih nefinančnih informacij in informacij o raznolikosti v njihovih letnih poročilih.

4.2.1 V nekaterih državah poteka prenos te direktive v nacionalno zakonodajo po posvetovanju s podjetji, da bi se pri uporabi izkoristila prožnost direktive, preprečilo prekoračenje njenih okvirov ter zagotovili pravna varnost in skladnost z resničnimi potrebami podjetij. EESO je pripravil mnenje ⁽⁹⁾ o tem vprašanju, v katerem poudarja pravico do uporabe tega prožnega in ustreznega instrumenta za izboljšanje komuniciranja z delničarji, vlagatelji, delavci in drugimi deležniki ter pozdravlja dejstvo, da je ta predlog usmerjen samo na velika podjetja.

4.2.2 Komisija na podlagi ugotovitev javnega posvetovanja pripravlja nezavezujoče smernice o nefinančnem poročanju. Za lažje nadaljnje posvetovanje z deležniki ⁽¹⁰⁾ je Komisija predložila dokument, ki ponazarja ozadje in navaja ključna načela razkrivanja nefinančnih informacij. Posredovane nefinančne informacije morajo biti pomembne, zanesljive, uravnotežene in razumljive, obsežne in natančne, strateške, usmerjene naprej in v deležnike, kvalitativne in kvantitativne, dosledne ter se nanašati na določeno podjetje/sector.

4.3 V skladu s strategijo Evropa 2020, ki se zavzema za izboljšanje poslovnega okolja v Evropi, je Komisija leta 2014 objavila **predlog direktive glede ustvarjanja sodobnega in učinkovitega okvira korporativnega upravljanja za evropska podjetja, vlagatelje in zaposlene** ⁽¹¹⁾, ki mora biti prilagojen potrebam današnje družbe in spreminjajočim se gospodarskim razmeram.

4.3.1 Ta predlog naj bi prispeval k dolgoročni vzdržnosti podjetij v EU in ustvaril dolgoročnejšo perspektivo delničarjev ter tako izboljšal pogoje poslovanja v EU za podjetja, ki kotirajo na borzah. Odbor je v svojem mnenju ⁽¹²⁾ poudaril, da bo predlog pomagal pri doseganju stabilnejšega, trajnostnega korporativnega upravljanja in naložbenega okolja v Evropi, poleg tega pa ugotovil, da Komisija v svoji oceni učinka navaja, da bodo njegovi predlogi povzročili le rahlo povečanje upravnega bremena družb, ki kotirajo na borzi. To ravnovesje bo treba med oceno direktive nujno preučiti.

4.4 Komisija je oktobra 2015 objavila novo strategijo z naslovom Trgovina za vse – Za odgovornejšo trgovinsko in naložbeno politiko, v kateri je opisana vizija usmeritve politike EU, ki odraža potrebo po odgovornejši in preglednejši trgovinski politiki.

⁽⁷⁾ CorporateRegister.com.

⁽⁸⁾ COM(2013) 207 final.

⁽⁹⁾ UL C 327, 12.11.2013, str. 47.

⁽¹⁰⁾ Delavnica z deležniki o nezavezujočih smernicah glede razkrivanja nefinančnih informacij, ki jo je 27. septembra 2016 v Bruslju organizirala Evropska komisija/GD FISMA.

⁽¹¹⁾ COM(2014) 213 final.

⁽¹²⁾ UL C 451, 16.12.2014, str. 87.

4.4.1 Komisija je v poglavju o trgovinski in naložbeni politiki, ki temelji na vrednotah, zapisala, da bo okrepila pravice potrošnikov z izboljšanjem pobud za družbeno odgovornost podjetij in primerno skrbnost v celotni proizvodni verigi s poudarkom na spoštovanju človekovih pravic ter okoljskih in socialnih vidikov vrednostnih verig, vključno s pravicami delavcev. Komisija si prizadeva za krepitev razsežnosti trajnostnega razvoja v sporazumih o prosti trgovini.

4.4.2 V svojem mnenju⁽¹³⁾, osredotočenem na dostojno delo v okviru globalnih oskrbovalnih verig, Odbor navaja, da ima EESO „veliko izkušenj na področju trajnosti, s sodelovanjem pri izvajanju in spremljanju namenskih poglavij sporazuma o prosti trgovini in sodelovanjem v številnih odborih civilne družbe, ki mu omogočajo, da predlaga pravilno ravnovesje med nujnimi zakonskimi zahtevami na področju človekovih pravic in pravic delavcev, preglednosti in boja proti korupciji ter nujno prožnostjo multinacionalnih podjetij za organizacijo in razvoj njihovih globalnih oskrbovalnih verig na učinkovit način, ki ustreza lokalnim razmeram“.

4.4.3 Višji standardi za objavljanje poročil o nefinančnih zadevah utegnejo biti pomembno vprašanje v trgovinski politiki. Urejanje na svetovni ravni, vključno s trgovinskimi sporazumi, bi moralo okrepiti preglednost objavljanja nefinančnih informacij v državah, kot so Združene države Amerike in Kitajska, da se evropskim podjetjem zagotovijo enaki konkurenčni pogoji.

4.4.4 Evropska komisija namerava okrepiti pobude za spodbujanje predvsem večnacionalnih podjetij, da poročajo o primerni skrbnosti, **ambicioznejši načrt glede pridobivanja mineralov na območjih, prizadetih zaradi konfliktov**⁽¹⁴⁾, iskanje novih odgovornih partnerstev v vrednostni verigi in objavo seznama poročil podjetij o odgovorni vrednostni verigi.

4.4.5 Kar zadeva zahteve Komisije glede etične trgovine ter spodbujanja in varstva človekovih pravic, se lahko pričakujejo tudi nove zahteve za podjetja zaradi izvajanja akcijskega načrta EU za človekove pravice za obdobje 2015–2018⁽¹⁵⁾. Svet za zunanje zadeve v svojih sklepih (iz junija 2016) poudarja ključno vlogo, ki jo ima preglednost poslovanja pri omogočanju trgov, da prepoznajo, spodbujajo in nagrajujejo spoštovanje človekovih pravic.

4.5 Komisija je januarja 2016 predstavila **sveženj proti izogibanju davkom**, ki naj bi zagotovil učinkovito obdavčenje in večjo preglednost na področju obdavčitve.

4.5.1 Eno izmed področij, ki je pod še posebno budnim nadzorom ter **zadeva večnacionalna podjetja in skupine, je poročanje po posameznih državah** (in sicer obveznost sestaviti in posredovati davčni upravi poročilo o transakcijah znotraj skupine, ki zajema podatke o prihodkih, dobičku, plačanemu davku od dohodka podjetij itd.). V tej fazi sveženj zajema izmenjavo informacij med različnimi davčnimi upravami držav članic.

4.6 Komisija je v začetku aprila 2016⁽¹⁶⁾ predlagala, naj večnacionalna podjetja objavijo posebno poročilo o davku, ki ga plačajo od dohodka pravnih oseb, ter druge davčne informacije. Večnacionalna podjetja, katerih promet presega 750 milijonov EUR, morajo ne glede na to, ali imajo sedež v EU ali zunaj nje, izpolniti te dodatne zahteve glede preglednosti. Ta obveznost velja tudi za njihove podružnice in odvisna podjetja. Odbor je v zvezi s tem ravno sprejel mnenje o boju proti izogibanju davkom⁽¹⁷⁾, v katerem spodbuja Komisijo, naj bo v zahtevah po davčni preglednosti podjetij bolj ambiciozna in zniža prag 750 milijonov EUR prometa ali pa določi časovni okvir za njegovo postopno znižanje.

4.6.1 Vendar pa bi Komisija morala upoštevati načela notranjega trga EU in konkurenčnosti Unije. Enostranske zahteve v okviru EU lahko povzročijo nepričakovane posledice, če bodo podjetja zunaj Unije oproščena teh obveznosti. Zato bi morala ta obveznost veljati tudi za podjetja zunaj EU, kar bi dosegli s pogajanjem o mednarodnih trgovinskih sporazumih.

⁽¹³⁾ UL C 303, 19.8.2016, str. 17.

⁽¹⁴⁾ JOIN(2014) 8 final.

⁽¹⁵⁾ SWD(2015) 144 final.

⁽¹⁶⁾ COM(2016) 198 final.

⁽¹⁷⁾ UL C 487, 28.12.2016, str. 62.

4.7 Evropska komisija sodeluje z drugimi mednarodnimi organizacijami, kot so Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (OECD), Mednarodna organizacija dela (MOD), Svetovna zdravstvena organizacija (SZO) in Svetovna banka, ter krepi sinergije z njihovimi instrumenti za dobro poslovanje in upravljanje gospodarskih družb ter preglednost in odgovornost podjetij⁽¹⁸⁾. Ti instrumenti se redno revidirajo in omogočajo podlago za zahteve glede odgovornosti in preglednosti podjetij v zvezi z njihovo socialno in okoljsko politiko ter politiko človekovih pravic. Spodbujajo tudi preprečevanje tveganj ter analizo in opredelitev ukrepov na podlagi previdnostnega načela. Ti instrumenti so v prvi vrsti namenjeni večnacionalnim podjetjem, prav tako pa bi se morali uporabljati kot priporočilo za podjetja na nacionalni ravni. Vsakršna revizija teh instrumentov bi se morala osredotočiti zlasti na njihovo boljše izvajanje.

4.8 Okrepljene zahteve na svetovni in evropski ravni glede preglednosti podjetij so bile prenesene na raven podjetij, ki delujejo v državah članicah. Vloga Evropske komisije bi morala biti usmerjati in usklajevati politike držav članic EU, da se zmanjša tveganje različnih pristopov⁽¹⁹⁾.

4.8.1 Strategija Evropske komisije na področju odgovornega podjetništva in njena priporočila državam članicam na nacionalni ravni pogosto ustvarijo vtis, da lahko samo država upravlja in nadzira odgovorno podjetništvo in preglednost.

4.8.2 Podjetja priznavajo, da so sama gonilna sila preglednega in odgovornega ravnanja. To je bilo priznано tudi v sporočilu Komisije z naslovom Izvajanje partnerstva za rast in delovna mesta: Evropa – središče odličnosti za družbeno odgovornost podjetij⁽²⁰⁾.

4.8.3 Glavna odgovornost vsakega podjetja je ustvarjanje vrednosti ne le za svoje delničarje, temveč tudi za zaposlene, okolje in skupnost, pa tudi ustvarjanje in ohranjanje delovnih mest. Tudi države članice bi morale ustvariti razmere, ki spodbujajo podjetja in podpirajo njihova prizadevanja za odgovornost in preglednost.

5. Iskanje ustreznega okvira za poročanje podjetij

5.1 Odbor priznava, da je nefinančno poročanje zelo pomembno za poročanje podjetij, saj pomaga pri oblikovanju popolne slike podjetništva.

5.2 Regulativno okolje poslovanja za podjetja postaja vse bolj zapleteno. Za boljše obravnavanje potreb deležnikov je treba vzpostaviti ustrezen okvir za poročanje podjetij, hkrati pa se je treba izogniti nepotrebnim upravnim in finančnim obremenitvam. Družbeno odgovornost podjetij in preglednost bi bilo treba spodbujati in izkoristiti tudi kot priložnost za podjetja, da se izognejo socialnemu tveganju in zagotovijo lasten trajnostni razvoj.

5.3 V zadnjem desetletju se povečuje poudarek na različnih vidikih nefinančnih informacij. Za razkrivanje socialnih in okoljskih informacij obstaja več mednarodnih okvirov, vključno s pobudo za globalno poročanje.

5.4 Zastavlja se vprašanje, *ali se lahko vsem potrebam teh deležnikov zadosti z enim poročilom ali nizom poročil?* Je potreben skupek poročil ali koncept enotnega obsežnega poročila, kot je na primer koncept „core&more“⁽²¹⁾, ki ga je predlagalo Evropsko združenje računovodij (FEE) leta 2015?

5.5 Razprave o prihodnjem poročanju podjetij morajo upoštevati različne potrebe po informacijah različnih skupin deležnikov glede na velikost in naravo subjekta, ki poroča.

⁽¹⁸⁾ Primer so vodilna načela OECD za večnacionalna podjetja ali tristranska izjava MOD o večnacionalnih podjetjih in socialni politiki.

⁽¹⁹⁾ COM(2011) 681 final.

⁽²⁰⁾ COM(2006) 136 final.

⁽²¹⁾ *The future for corporate reporting – creating the dynamic for change* (Prihodnost poročanja podjetij – ustvarjanje dinamike za spremembo), FEE, oktober 2015.

5.6 Evropski ekonomsko-socialni odbor v mnenju o razkritju nefinančnih informacij opozarja, „da bi bilo treba Komisijo pozvati, naj predlaga ali omogoči proces, v katerega bo vključenih ‚več akterjev‘⁽²²⁾, da bi se bolje opredelila glavna načela in referenčni standardi, ki bodo olajšali primerjavo in – dolgoročno gledano – uskladitev“.

5.6.1 V zvezi s tem je Odbor že poudaril potrebo po korektivnih ukrepih zoper izkrivljanje podjetniških vrednot s kratkoročnim razmišljanjem. V svojem mnenju o *vključevanju delavcev*⁽²³⁾ je opozoril, da „je treba opredeliti načine, kako lahko politika EU preusmeri prevladujočo težnjo, da se enostransko zagotavlja preglednost podjetij v interesu delničarjev, v širše razumevanje podjetja kot *trajnostnega podjetja*, kar koristi njegovemu dolgoročnemu razvoju“.

5.7 Četudi bo prihodnost trajnostnega poslovanja tesno povezana s socialnim okoljem in spoštovanjem potrošnikov, bi se morale vse nadaljnje pobude za razkritje informacij osredotočiti na dejanske potrebe deležnikov.

V Bruslju, 14. decembra 2016

Predsednik
Evropskega ekonomsko-socialnega odbora
Georges DASSIS

⁽²²⁾ UL C 327, 12.11.2013, str. 47.

⁽²³⁾ UL C 161, 6.6.2013, str. 35.