



Voortgang Thematische Dialogen januari- juni 2026

Dutch Engagement Network

Opgesteld voor:

Dutch Engagement Network

Inhoudsopgave

	Managementsamenvatting	04
1.	Thematische dialoog	06
2.	Toelichting voortgang thema's	08
3.	Water in de toeleveringsketen	10
4.	Afval & Circulaire Economie	23
5.	Lijst van ondernemingen	35
6.	Afkortingenlijst	36

Managementsamenvatting

Overzicht engagementprogramma

Het Dutch Engagement Network (hierna: DEN) is een samenwerking tussen Nederlandse pensioenfondsen om gezamenlijk engagement te voeren en engagement te versterken. In de tweede helft van 2025 bestond DEN uit Pensioenfonds Detailhandel, Pensioenfonds Horeca & Catering en Ahold Delhaize Pensioen. Per 2026 is ook BPL Pensioen aangesloten bij DEN. Het engagementprogramma van DEN is gericht op het verhogen van sociale, milieu en governance standaarden in sectoren, ketens of bij individuele ondernemingen die zich in het beleggingsuniversum bevinden. In het eerste halfjaar van 2026 bestaat het engagementprogramma uit twee engagementthema's, namelijk Water in de toeleveringsketen en Afval & Circulaire economie. Het eerste thema Water in de toeleveringsketen loopt vanaf november 2019. Het tweede thema Afval & Circulaire economie is in het eerste halfjaar van 2022 van start gegaan (zie tabel 1). In de tweede helft van 2026 worden de twee thema's geëvalueerd.

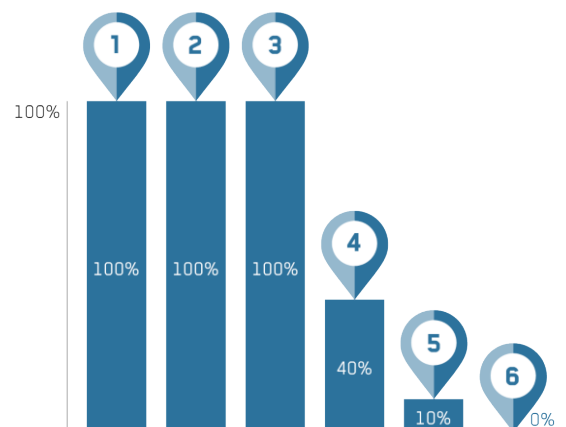
Elk engagement thema beginnen we met gedegen onderzoek om kennis op te bouwen over het thema en te zien hoe bedrijven het thema adresseren in hun beleid en activiteiten. Ook de selectie van bedrijven waarmee de dialoog het meest relevant en kansrijk is en het in kaart brengen of - en hoe deze bedrijven het thema al op de agenda hebben vergt onderzoek.

TABEL 1 ENGAGEMENTTHEMA'S

Thema	Gestart	Aantal dialogen
Water in de toeleveringsketen	Q2 2019	5
Afval & Circulaire economie	Q1 2022	5

Voortgang wordt gerapporteerd aan de hand van mijlpalen. Deze worden geïntroduceerd in hoofdstuk 2. De voortgang van het DEN engagementprogramma is als volgt:

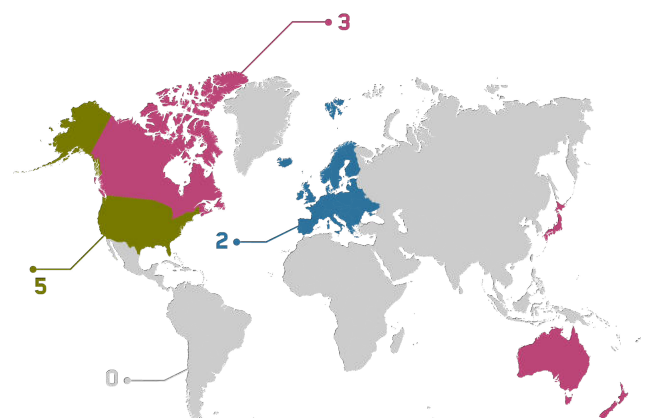
Figuur 1 MIJLPAALVERDELING



1. Analyse van het bedrijf 2. Het initiëren van de dialoog 3. Het voeren van de dialoog 4. De toezegging van de onderneming 5. Het aanpassen van het beleid 6. Het afronden van de dialoog

De wereldkaart geeft de regionale verdeling weer van ondernemingen in het engagementprogramma. Er wordt onderscheid gemaakt tussen Europa, Verenigde Staten en Wereld overig (Japan, Australië, Canada, Nieuw-Zeeland).

Figuur 2 REGIOVERDELING



UITGELICHT: Dialoog met Campari Group leidt tot verbeteringen in waterstrategie



Thema: Water in de toeleveringsketen

Campari Group is een wereldwijd actieve producent van alcoholische dranken, met bekende merken als Campari, Aperol en Grand Marnier. De onderneming heeft productielocaties in onder meer Italië, de Verenigde Staten, Brazilië en Jamaica. Water is een materieel thema voor Campari, maar bij de start van onze engagement lag de focus vooral op watergebruik binnen de eigen productielocaties. Er was daarbij beperkt inzicht in waterrisico's in de toeleveringsketen.

Na ons vooronderzoek zijn wij in 2019 de engagement met Campari gestart. De onderneming was in eerste instantie weinig responsief en kende een relatief lage ambitie op het gebied van watermanagement. In gesprekken en via vragen tijdens de aandeelhoudersvergadering hebben wij herhaaldelijk aangedrongen op een structurele analyse van waterrisico's, inclusief risico's in de toeleveringsketen en de impact van klimaatverandering. Ook hebben wij de onderneming gestimuleerd om deel te nemen aan CDP Water om de transparantie te vergroten.

Deze consistente dialoog heeft uiteindelijk geleid tot duidelijke voortgang. Sinds 2023 werkt Campari actief aan het in kaart brengen van waterrisico's in de toeleveringsketen en heeft de onderneming bevestigd deel te nemen aan CDP Water. In gesprekken in 2024 en 2025 werd verdere vooruitgang zichtbaar, onder meer door verbeterde dataverzameling, samenwerking met CDP en meer aandacht voor best practices.

Campari laat daarmee zien hoe langdurige en consistente engagement kan bijdragen aan beter beleid, grotere transparantie en een meer strategische benadering van waterrisico's.

1. Thematische dialoog

Het aangaan van de dialoog met ondernemingen in de beleggingsportefeuille is een belangrijk instrument om financiële-, sociale en milieu risico's te beheersen, kansen te benutten en daarnaast positieve maatschappelijke impact te behalen. Daarom heeft de thematische dialoog een centrale plek binnen het MVB-beleid. De thematische dialoog wordt gericht op het beheersen van risico's en het benutten van kansen op specifieke thematiek die binnen een sector of een keten speelt. Beter beleid, transparantie en optimalisatie van bedrijfsprocessen worden rondom specifieke thema's centraal gesteld.

Wat maakt engagement effectief?

Uit onderzoek blijkt dat meerdere factoren bepalend zijn voor het effectief uitvoeren van engagement. De resultaten uit deze onderzoeken zijn geïntegreerd in de engagementstrategie:

Een gedegen voorbereiding is cruciaal voor een effectieve dialoog

Een gedegen vooronderzoek en voorbereiding per onderneming is het vertrekpunt van ons proces. Daarnaast wordt er voor een beperkt aantal thema's gekozen. Deze focus verhoogt de effectiviteit van de inzet.

Een goede relatie met het bedrijf maakt de dialoog effectiever

Relatiebeheer vraagt geduld. Daarom nemen we de tijd en duurt een dialoog ongeveer drie jaar, vanaf het eerste onderzoek, tot de laatste gesprekken en evaluatie van het resultaat. Daarnaast houden we bij de selectie van de ondernemingen ook rekening met de openheid van een onderneming en eventuele cultuurverschillen.

Maak de verbinding met financiële materialiteit en actuele thema's binnen de onderneming

Bij de voorbereiding van de dialoog onderzoeken we niet alleen hoe een onderneming presteert op het thema van de dialoog maar onderzoeken we ook hoe de onderneming er financieel voorstaat en hoe 'materieel' het onderwerp van de dialoog is voor de onderneming. Met die 'materialiteit' onderstrepen we het belang van het betreffende thema voor ons als belegger en laten we de onderneming zien dat verbeteringen ook kunnen bijdragen aan het succes van de onderneming.

Doelstellingen sluiten zoveel mogelijk aan

De hoofddoelstelling van dialogen sluiten zoveel mogelijk aan bij de wensen van de leden van DEN. Ook sluiten we waar mogelijk aan bij de Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties (VN).

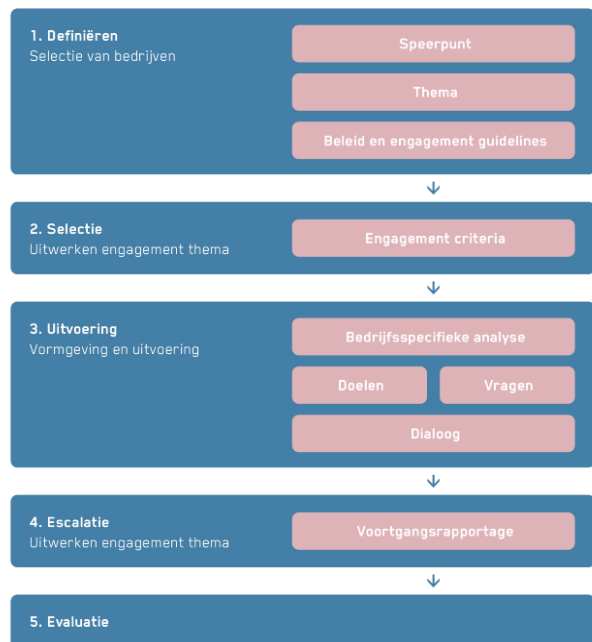
TABEL 1.1 LOPENDE ENGAGEMENT THEMA'S

Thema				
Water in de toeleveringsketen	6	12	13	14
	SCHOON WATER EN SANITAIR	VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE	KLIMAATACHTIE	LEVEN IN HET WATER
Afval & Circulaire economie	11	12	14	
	SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE	LEVEN IN HET WATER	

Engagementproces

Ons thematisch engagementproces kent vijf fases, zoals weergegeven in figuur 1.1.

Figuur 1.1 Proces thematisch engagement



Definiëren

Op basis van de voorkeuren van DEN identificeert het MVB-team van Achmea IM mogelijke engagementthema's. Dit leidt tot een engagement long-list die potentiële thema's bevat voor opname in het engagementprogramma van DEN. Belangrijke input voor definiëring van thema's zijn ESG-analyses van onze beleggers en externe onderzoeksbureaus, actuele en relevante maatschappelijke thema's en wetenschappelijke onderzoeken.

Selectie

Op basis van verder vooronderzoek en een bespreking met de leden van DEN, kunnen thema's op de shortlist komen. Op basis van inhoudelijke analyses van ondernemingen in de beleggingsportefeuilles maken wij een selectie van ondernemingen die in het programma worden opgenomen. Hierbij identificeren wij met name ondernemingen die nog stappen kunnen maken om te voldoen aan best-practices die in de sector of keten gelden en ondernemingen waarvan we verwachten dat ze open staan voor engagement.

Uitvoering

Het MVB team van Achmea IM start de dialogen en voert ze uit in samenwerking met de leden van DEN. De start van de dialoog verloopt veelal per brief of email. Hierin introduceert DEN zichzelf, alsmede het onderwerp dat wij zullen bespreken. Het vervolg van de dialoog bestaat doorgaans uit meerdere conference calls of bezoeken aan de onderneming.

Escalatie

Indien een onderneming niet (goed) reageert proberen we via andere wegen het contact tot stand te brengen en escaleren wij indien noodzakelijk. Bijvoorbeeld door samen te werken met andere investeerders, het stembeleid aan te passen of een aandeelhoudersresolutie te overwegen.

Evaluatie

DEN evalueert elk halfjaar de dialogen, doelen en de samenstelling van het engagementprogramma. Op basis daarvan stelt DEN ondernemingsdoelstellingen scherper wanneer wenselijk en kunnen de selecties wijzigen afhankelijk van de voortgang. Elk engagementprogramma wordt bij afronding nadrukkelijk geëvalueerd.

Communicatie

Over de omvang, doelstellingen en voortgang van de dialogen rapporteren wij op halfjaarbasis in dit verslag. Daarnaast bespreken de leden van DEN periodiek de voortgang met Achmea IM.

Reikwijdte van engagementbeleid

Beleggers kunnen bedrijven financieren als aandeelhouder en als obligatiehouder. Wij vinden het dan ook relevant om de mogelijkheid te hebben ondernemingen vanuit beide perspectieven aan te kunnen spreken. Dat betekent dat we zowel beoordelen welke aandelenholdings als bedrijfsobligatieholdings er zijn in de onderneming. Mede op basis van deze analyse komen ondernemingen in aanmerking voor opname in het engagementprogramma.

2. Toelichting voortgang thema's

Om doelgericht en gestructureerd te werk te gaan worden alle thematische engagement mijlpalen gebruikt voor het meten en het rapporteren van de voortgang. Tabel 2.1 toont een gedetailleerd overzicht. Deze mijlpalen geven aan welke voortgang er per thema en per onderneming is geboekt.

TABEL 2.1 STAPPEN DIALOOG¹

	Mijlpaal	Uitleg	Indicator
1	Analyse van het bedrijf	Bij het opstarten van een nieuwe thematische dialoog wordt bepaald welke ondernemingen in het programma worden opgenomen. Per onderneming wordt een nulmeting uitgevoerd op basis van publieke informatie en ESG-analyses in relatie tot het thema. De nulmeting geeft aan in welke fase de onderneming zich bevindt ten aanzien van het thema.	Afgerond
2	Initiëren dialoog	Wij initiëren de dialoog veelal door een inleidende brief of e-mail te sturen, wanneer nodig gevolgd door een follow-up telefoongesprek. Dit vormt de start van een meerjarig dialoogtraject.	Brief verzonden
3	Voeren van dialoog	Wanneer de onderneming bevestigt dat zij in gesprek willen wordt er een bijeenkomst of een telefonische vergadering opgezet. Tijdens het eerste gesprek worden o.a. de bevindingen van het vooronderzoek voorgelegd en de stappen die de onderneming op dit thema zet besproken.	Gesprekken gevoerd
4	Toezegging onderneming	De wijze waarop de onderneming aangeeft zich in te willen spannen om zaken verder te onderzoeken, ontwikkelen en uitvoeren documenteren wij als toezeggingen. Deze kunnen kwalitatief hoogwaardig zijn (positief), of nog niet volledig voldoen aan de door ons gestelde ambities (neutraal), of kunnen uitblijven (geen toezegging).	Toezegging beleidswijziging
5	Aanpassen beleid & proces	De mate waarin de gedane toezeggingen daadwerkelijk worden vertaald in stappen door de onderneming. Bijvoorbeeld door het beleid te vernieuwen, zaken te onderzoeken of processen aan te passen.	Beleidswijziging doorgevoerd
6	Afronden dialoog	Wanneer de onderneming aantoonbaar de gewenste stappen heeft gezet ten aanzien van de doelstellingen kan de dialoog worden afgesloten. Indien dit niet het geval is binnen de gestelde termijn voor het engagementtraject wordt de dialoog niet succesvol afgerond.	Impact doelstelling behaald / Impact doelstelling niet behaald / Dialoog onsuccesvol

¹ Bron: Achmea Investment Management



3. Water in de toeleveringsketen

Water speelt nu en in de toekomst een belangrijke rol in diverse toeleveringsketens. Denk bijvoorbeeld aan de 8.000 liter water die nodig is voor het produceren van een spijkerbroek, onder andere voor de teelt van katoen. Aangezien water ook een basisbehoefte voor de mens is en een belangrijke randvoorwaarde voor natuur, is de manier waarop ondernemingen omspringen met water ook maatschappelijk zeer relevant. De beschikbaarheid van water staat echter op veel plekken wereldwijd onder druk door een toenemende vraag, maar ook door klimaatverandering en watervervuiling. Water is dan ook door het 'World Economic Forum' aangewezen als een belangrijk risico en een steeds prominentere bron van conflicten¹. Immers, bij een toenemende vraag naar water voor drinkwater, industriële processen en natuur komt er een punt dat er onvoldoende water van goede kwaliteit beschikbaar is om aan deze vraag te voldoen. Een actieve rol van ondernemingen is daarom nodig. Bijvoorbeeld door samen met andere belanghebbenden de problematiek in kaart te brengen, rekening te houden met waterschaarste bij locatiekeuzes en het watergebruik te verminderen.

3.1. Overzicht

Doelstellingen

In de onderstaande tabel staan de algemene doelstellingen vermeld.

TABEL 3.1.1 DOELSTELLINGEN WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN

Doelstelling	Toelichting
Governance	Is de governance van water management effectief belegd binnen de organisatie en vertaald in Key Performance Indicators?
Beleid	De onderneming heeft gedegen beleid ontwikkeld op het thema water waarin zowel watergebruik binnen de eigen onderneming als in de toeleveringsketen wordt geadresseerd.
Implementatie & monitoring	Welke concrete stappen zet de onderneming om het watergebruik te verminderen? Denk aan het inzetten van nieuwe technieken, andere productiemethodes of het hergebruik van water. Monitort de onderneming het watergebruik binnen de onderneming en de toeleveringsketens?
Samenwerking in de keten	Werkt de onderneming samen met a) andere ondernemingen in de toeleveringsketens en b) met ondernemingen en andere stakeholders die mede gebruik maken van dezelfde waterbronnen als de onderneming?

Transparantie Is de onderneming transparant en rapporteert het over dit onderwerp?

Water is een belangrijk onderwerp binnen de SDG's

Ook in de SDG's is goede omgang met water een belangrijk thema. Specifiek voor de toeleveringsketens van ondernemingen zijn de onderstaande (sub)doelen van de SDG's relevant.

SDG Verantwoorde consumptie en productie

12.2 Tegen 2030 het duurzame beheer en het efficiënte gebruik van natuurlijke hulpbronnen realiseren.

12.6 Bedrijven aanmoedigen, in het bijzonder grote en transnationale bedrijven, om duurzame praktijken toe te passen en duurzaamheidsinformatie te integreren in hun rapportagecyclus.

SDG Leven in het Water

13.1 De veerkracht en het aanpassingsvermogen versterken van klimaat-gerelateerde gevaren en natuurrampen in alle landen.

¹ Global Risks Report 2023, World Economic Forum

SDG Klimaatactie

14.1 Tegen 2025 de vervuiling van de zee voorkomen en in aanzienlijke mate verminderen, in het bijzonder als gevolg van activiteiten op het land, met inbegrip van vervuiling door rondrijvend afval en voedingsstoffen.

SDG Schoon Water & Sanitair

6.3 Tegen 2030 de waterkwaliteit verbeteren door verontreiniging te beperken, de lozing van gevaarlijke chemicaliën en materialen een halt toe te roepen en de uitstoot ervan tot een minimum te beperken waarbij ook het aandeel van onbehandeld afvalwater wordt gehalveerd en recyclage en veilige hergebruik wereldwijd aanzienlijk worden verhoogd.

6.4 Tegen 2030 in aanzienlijke mate de efficiëntie van het watergebruik verhogen in alle sectoren en het duurzaam winnen en verschaffen van zoetwater garanderen. Dit heeft als doel antwoord te bieden op de waterschaarste en om het aantal mensen dat af te rekenen heeft met waterschaarste, aanzienlijk te verminderen.

6.5 Tegen 2030 het geïntegreerde beheer van de waterhulpbronnen implementeren op alle niveaus, ook via gerichte grensoverschrijdende samenwerking.

6.6 Tegen 2020 de op water gebaseerde ecosystemen beschermen en herstellen, met inbegrip van bergen, bossen, moerassen, rivieren, grondwaterlagen en meren.

Per onderneming die bij de start van dit engagement thema is geselecteerd, zijn deze doelen vertaald naar zogenaamde prioritaire doelstellingen. Dat zijn de doelstellingen waar we ons in de komende periode per onderneming op gaan richten. Voor de nieuwe ondernemingen worden deze na de eerste gesprekken opgesteld. Meer hierover is te vinden in de tabel hieronder.

TABEL 3.1.2 GESELECTEERDE ONDERNEMINGEN EN PRIORITAIRE DOELSTELLINGEN

Naam onderneming	Land	Sector	Prioritaire doelstellingen
The Kraft Heinz Company	Verenigde Staten	Voedings-industrie	Governance: Watergebruik in de keten een volwassen thema te maken binnen de CSR strategie, o.a. door de onderneming doelen voor watergebruik in de keten vast te laten stellen. Monitoring: De onderneming brengt de waterrisico's in de toeleveringsketens in kaart.
Davide Campari-Milano S.P.A.	Italië	Alcoholische dranken	Monitoring: De onderneming brengt de waterrisico's in de toeleveringsketens in kaart. Transparantie: De onderneming deel te laten nemen aan het CDP om op deze manier zowel voor de onderneming, investeerders als andere stakeholders inzichtelijk te maken op welke vlakken de onderneming kan verbeteren.
Treasury Wine Estates	Australië	Alcoholische dranken	Governance: Doelstellingen voor de watergebruik in de keten. Transparantie: Verbeteren transparantie over waterrisico's in de stroomgebieden waar de onderneming actief is.
Puma	Duitsland	Kleding-industrie	Transparantie: Beter inzicht in de locaties van de productieketens en de bijbehorende waterrisico's. Implementatie: In kaart brengen water governance & lokale stakeholders.
Brown-Forman Corporation	Verenigde Staten	Alcoholische dranken	Implementatie: Doorvoeren 2030 doelstellingen en op koers blijven voor het halen van deze doelstellingen.

Geselecteerde sectoren & bedrijven

CDP, dat zich richt op zowel CO₂-uitstoot als het watergebruik van ondernemingen, heeft recent een studie uitgebracht waarin het de relevantie van watergebruik en het management daarvan voor ondernemingen en hun toeleveringsketen in kaart brengt². Uit dit onderzoek blijkt dat het thema voor een groot aantal sectoren relevant is, nu en in de toekomst.

Sectoren waarvoor het thema water relevant is volgens het CDP

- Kledingindustrie
- Biotechnologie, gezondheidszorg en de farmaceutische sector
- Agro & Food
- Infrastructuur
- Horeca
- Fossiele energie
- Mijnbouw
- Industriële productie
- Grondstoffen, onder andere bosbouw en cement
- Nutsbedrijven
- Retail

Om focus aan te brengen kiest het 'Dutch Engagement Network' (DEN) ervoor om zich met name te richten op de kledingindustrie en de Agro, Food en Beverage sectoren. De redenen hiervoor zijn dat:

- De landbouw sector, inclusief het verbouwen van katoen, verantwoordelijk is voor een groot deel van het watergebruik wereldwijd en daarmee zowel de agrarische sector, dranken- en voedingsproducenten en kledingindustrie een grote rol spelen^{3,4,5};
- Deze sectoren wereldwijd actief zijn, ook in gebieden waar waterschaarste heerst. Dit zorgt ervoor dat de omgang van deze sectoren met water grote invloed heeft op de beschikbaarheid van water voor o.a. drinkwater en biodiversiteit;
- Deze sectoren een groot aantal ondernemingen omvat die ook aanwezig zijn in de beleggingsportefeuilles van de leden van DEN.

Aan het begin van dit engagementtraject zijn 5 ondernemingen geselecteerd uit de bovenstaande sectoren. In H2 2023 is engagement voor 3 ondernemingen succesvol afgesloten en is in plaats daarvan engagement met 3 andere ondernemingen gestart.

De ondernemingen zijn geselecteerd voor engagement op basis van de volgende uitgangspunten:

- De onderneming komt voor in de beleggingsportefeuille van de leden van DEN via aandelen en/of corporate bonds.
- Op basis van data van het CDP, MSCI en kwalitatieve analyse blijkt dat de onderneming stappen kan zetten op het thema;
- Het is waarschijnlijk dat engagement met de desbetreffende onderneming effectief kan zijn;
- De combinatie van geselecteerde ondernemingen heeft een goede geografische spreiding, maar is qua kernactiviteiten dusdanig gelijksoortig dat er voldoende synergie is, bijvoorbeeld omdat 'best practices' voor alle ondernemingen relevant zijn.

Voortgang

In de eerste helft van 2026 voerde DEN engagementgesprekken met Kraft Heinz, Brown-Forman en Puma. De dialogen waren overwegend constructief. Campari boekte de meeste vooruitgang: de onderneming behaalde een A-score bij CDP en haalde haar waterintensiteitsdoelstelling voor 2025. Bij Kraft Heinz werd de voortgang sterk bepaald door de strategische onzekerheid rondom de gepauzeerde opsplitsing van het bedrijf.

Kraft Heinz

Aanvankelijk stond de dialoog met Kraft Heinz in het teken van de aangekondigde opsplitsing van het bedrijf in twee afzonderlijke beursgenoteerde ondernemingen. Tijdens ons engagementgesprek in januari bevestigde het bedrijf dat de opsplitsing naar verwachting in de tweede helft van 2026 (H2 2026) zou plaatsvinden. Op 11 februari 2026 kondigde de nieuwe CEO Steve Cahillane echter aan dat het werk aan de opsplitsing wordt gepauzeerd, zonder dat daar een einddatum aan verbonden is. Het bedrijf kiest ervoor om eerst de operationele prestaties te stabiliseren en de groei te herstellen. Daardoor bleef het management terughoudend met het vastleggen van nieuwe, toekomstgerichte duurzaamheids- en waterdoelstellingen totdat de nieuwe organisatiestructuren zijn vastgesteld. In het kader van ons engagement hebben wij de brief vanuit CERES, die werd opgesteld in het kader van de Valuing Water Finance Initiative gedeeld met de onderneming. Daarin worden concrete verwachtingen uiteengezet ten aanzien van waterrisicobeheer, transparantie en doelstellingen op het gebied van water. Ondanks de overgangssituatie heeft Kraft Heinz aangegeven dat water een relevant thema blijft binnen de duurzaamheidsagenda. Het bedrijf meldde dat een uitgebreide klimaat- en natuurrisicobeoordeling van de volledige waardeketen vrijwel was afgerond en dat deze analyse een belangrijke basis zal vormen voor toekomstige programma's en prioriteiten op het gebied

² High and Dry: How Water Issues Are Stranding Assets, Carbon Disclosure Project, 2022

³ Food Products Industry Report, MSCI, 2019

⁴ Bridging The Gaps In ESG Water Data To Create Opportunities, WWF, Deltaris & Achmea IM, 2022

⁵ <https://www.worldbank.org/en/topic/water-in-agriculture>

van water en natuur in beide toekomstige bedrijven. Ook werd aangegeven dat de materialiteitsanalyse en de natuurrisicobeoordeling hebben geleid tot meer aandacht voor water binnen de organisatie. Op governancegebied rapporteerde Kraft Heinz vooruitgang. Het bedrijf heeft de informatievoorziening richting het executive management versterkt door een duurzaamheidswerkgroep op directieniveau in te richten. Volgens het management heeft dit geleid tot een aanzienlijke verbetering van de bestuurlijke aandacht voor duurzaamheid ten opzichte van anderhalf jaar geleden. Daarnaast verwacht het bedrijf deze governancestructuur ook na een eventuele toekomstige opsplitsing voort te zetten. Tegelijkertijd bleef de daadwerkelijke voortgang op waterbeheer beperkt zichtbaar. In de voorbereiding van het engagement werd vastgesteld dat de rapportage over water nog beperkt is en dat eerdere doelstellingen voor waterintensiteitsreductie achterbleven bij de oorspronkelijke ambitie. Ook bleef er onzekerheid bestaan over nieuwe waterdoelen, waterbeleid en de wijze waarop risico's in de toeleveringsketen worden aangepakt en gepubliceerd. Voor de tweede helft van 2026 verwachten wij meer duidelijkheid zodra de strategische koers van het bedrijf verder is bepaald en de klimaat- en natuurrisicobeoordeling is afgerond. Kraft Heinz gaf aan naar verwachting pas in augustus of september meer inhoudelijke informatie te kunnen delen over toekomstige doelen, risicobeheer en rapportages.

Davide Campari-Milano

Campari heeft de afgelopen jaren zichtbare stappen gezet op het gebied van waterbeheer, mede als gevolg van de dialoog met DEN. Op het punt van transparantie is de meeste vooruitgang geboekt: de onderneming rapporteert inmiddels structureel via CDP Water Security en behaalde voor het tweede opeenvolgende jaar een A-score (Leadership). Daarmee biedt Campari investeerders en stakeholders aanzienlijk meer inzicht in haar waterprestaties, -risico's en verbeterpunten dan enkele jaren geleden het geval was. Ook op het gebied van beleid en uitvoering is vooruitgang zichtbaar, want Campari werkt aan een gefaseerde water-risicoanalyse die verder reikt dan de eigen productielocaties en expliciet hotspots in de toeleveringsketen betreft. De onderneming heeft haar waterintensiteitsdoelstelling voor 2025 gehaald. Wat betreft de publicatie van de ketenanalyse beschrijft Campari de aanpak en methodiek, maar ontbreekt nog wel een volledige, kwantitatieve rapportage van de geïdentificeerde risico's per grondstof of leveranciersregio. Tot slot is er nog geen aantoonbare koppeling tussen waterdoelstellingen en de beloning van bestuurders of senior management vastgesteld in de publieke rapportages. Gezien de positieve algehele voortgang kan worden overwogen om deze dialoog af te sluiten en een andere onderneming te selecteren voor engagement.

Brown-Forman

Brown-Forman heeft zich gecommitteerd aan waterbalans in alle hoog-risico stroomgebieden voor 2030: het nettoverbruik in een stroomgebied wordt gecompenseerd door herstelprojecten die ten minste evenveel water teruggeven aan hetzelfde stroomgebied. Tijdens de engagementcall van juni werd duidelijk dat de onderneming op dit thema vooruitgang boekt, maar dat de resultaten voor investeerders nog niet extern toetsbaar zijn. De onderneming heeft Mexico geïdentificeerd als het primaire hoog-risico stroomgebied en werkt daar actief aan herstelprojecten die water terugleveren in het stroomgebied rond Casa Herradura. Tegelijkertijd berekent Brown-Forman het waterverbruik voor alle productiefaciliteiten wereldwijd, via een methodiek die aansluit bij internationale standaarden: onttrekking minus lozing, gecorrigeerd voor verdamping en water dat in het eindproduct terecht komt. Dat is een goede basis. Wat nog ontbreekt, is externe zichtbaarheid op de resultaten. Zodra de herstelprojecten in Mexico zijn geverifieerd, wil de onderneming de teruggebrachte volumes afzetten tegen haar eigen consumptiecijfers en dit rapporteren als percentage van het totale waterverbruik. Brown-Forman gaf aan hierover waarschijnlijk voor het einde van boekjaar 2026 te kunnen communiceren. Een formele toezegging is dit echter niet. Daarbij valt op dat de samenwerking met watermeetplatform Waterplan inmiddels drie jaar loopt. Het uitblijven van publieke kwantitatieve resultaten is in dat licht niet langer puur een kwestie van aanlooptijd, het was ook een bewuste keuze om data nog niet extern te delen. Voor investeerders die de 2030-doelstelling willen toetsen, is juist die onderliggende data essentieel: niet alleen percentages, maar ook absolute volumes per stroomgebied. Al met al laat Brown-Forman een constructieve voortgang zien. De methodiek is op orde, het primaire risicogebied is geïdentificeerd en verificatie is in gang gezet. De werkelijke toets komt bij de publicatie van concrete cijfers. Die publicatie vormt het centrale aandachtspunt voor de volgende ronde van gesprekken.

Puma

De dialoog met Puma in 2026 is constructief en inhoudelijk. De nadruk ligt op inzicht verkrijgen in watergerelateerde risico's binnen de waardeketen. Tijdens de engagementgesprekken, waaronder ook de call van juni 2026, bespreekt Puma water risk mapping om hoogrisicogebieden in met name de textiel- en leerketen te identificeren. De belangrijkste doelstellingen binnen deze dialoog richten zich op transparantie en implementatie. Op het gebied van transparantie is er duidelijke voortgang zichtbaar, Puma werkt actief aan het verkrijgen van beter inzicht in ketenlocaties en bijbehorende waterrisico's. Deze doelstelling kan daarmee als deels behaald en in ontwikkeling worden beschouwd. Voor implementatie geldt dat de voortgang beperkter is. Hoewel Puma aandacht heeft voor lokale context en stakeholders, bevindt de onderneming zich nog in de voorbereidende fase en

zijn concrete maatregelen en operationele programma's nog niet uitgewerkt. Wel werkt Puma toe naar de ontwikkeling van context-specifieke (en mogelijk science-based) waterdoelstellingen richting 2030. Voor het vervolg van de dialoog ligt de focus op het vertalen van risico-inzicht naar concrete doelstellingen, het vergroten van de externe transparantie (bijv. over geografische detailinformatie) en het operationaliseren van waterstewardship via lokale initiatieven en samenwerking in risicogebieden.

Vervolg

Bij Campari is de dialoog tot een punt gekomen waarop afsluiting overwogen kan worden. Bij Kraft Heinz wachten wij op meer duidelijkheid over toekomstige waterdoelen, die het bedrijf naar verwachting pas later in 2026 kan bieden. Bij Brown-Forman staat de publicatie van concrete resultaten van de herstelprojecten in Mexico centraal in de volgende gespreksronde. De dialoog met Puma richt zich op het vertalen van waterrisico-inzichten naar context-specifieke doelstellingen en concrete stewardship-initiatieven in hoogrisicogebieden.

3.2. Mijlpalen

De engagements met The Kraft Heinz Company en Davide Campari-Milano S.P.A. lopen vanaf 2019, de andere engagements vanaf 2023. Per eind juni 2026 laat het thema onderstaande voortgang op mijlpalen zien.

Onderneming	Land	Sector	ESG datapunt ¹	1	2	3	4	5	6
1 Kraft Heinz Company	Verenigde Staten	Voedingsindustrie	B						
2 Davide Campari-Milano S.P.A.	Italië	Alcoholische dranken	A-						
3 Brown-Forman Corporation	Verenigde Staten	Alcoholische dranken	N.B.						
4 Puma SE	Duitsland	Kledingindustrie	A						
5 Treasury Wine Estates Limited	Australië	Alcoholische dranken	N.B.						

¹ CDP Water Score

Symbool status ongewijzigd	Symbool statuswijziging	1. Analyse van het bedrijf	2. Initiëren dialoog	3. Voeren dialoog	4. Toezegging bedrijf	5. Aanpassen beleid	6. Afronding dialoog
		Afgerond	Brief verzonden	Gesprekken gevoerd	Toezegging beleidswijziging doorgevoerd	Beleidswijziging doorgevoerd	Engagement doelstelling behaald ¹
							Engagement doelstelling deels behaald ²
							Dialoog onsuccesvol

¹ De onderneming heeft één of meerdere stappen gezet op de geformuleerde engagementdoelstellingen (mijlpaal 4 of 5)

² De onderneming heeft één of meerdere stappen gezet op het thema, maar deze stappen voldoen niet aan de geformuleerde engagementdoelstellingen

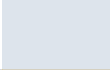
3.3. Tussentijdse evaluatie

De evaluatie van het thema wordt aan de hand van drie onderdelen uitgevoerd.

1. Er wordt inzicht gegeven in de procesvoortgang. Heeft Achmea IM voldaan aan haar inspanningsverplichting? Is er vooronderzoek uitgevoerd, is het engagement geïnitieerd en hoeveel contacten hebben er plaatsgevonden?
2. Er wordt inzicht gegeven in de effectiviteit van engagement. Hebben bedrijven ook daadwerkelijk gewenste wijzigingen zoals vooraf gedefinieerd in beleid en activiteiten doorgevoerd?
3. Bij het afsluiten van de engagement worden resultaten geduid aan de hand van een korte kwalitatieve beschrijving. Zo is bij engagement niet altijd een causaal verband te leggen tussen een engagementgesprek en beleidswijzigingen of kan er verschil zitten tussen hoeveel gewicht specifieke toezeggingen in de schaal leggen.

In de evaluatie gebruiken we vier kleurcodes die we hieronder kort toelichten:

TABEL 3.3.1 TOELICHTING KLEURCODES

Betekenis	Kleurcode
Doelstelling is behaald in de gestelde termijn	
Doelstelling is nog niet behaald, maar op schema om deze binnen de gestelde tijd te behalen	
Doelstelling is nog niet behaald en niet op schema om deze binnen de gestelde tijd te behalen	
Doelstelling niet behaald in de gestelde tijd	

TABEL 3.3.2 EVALUATIE¹

Toelichting		Doelstellingen			
KPI	Beschrijving	Doel	Wanneer?	Gerealiseerd?	Behaald?
1. Proces	Op basis van onze mijlpalen geven we een overzicht van de gezette stappen door Achmea IM. Deze KPI geeft daarmee inzicht of het proces voor de diverse engagement succesvol wordt doorlopen; van het voorbereidend onderzoek, het verzenden van de brieven tot de aantallen gesprekken die gevoerd zijn	Voor 100% van de bedrijven is het vooronderzoek afgerond.	Na 1 jaar	100%	ja
		Voor 100% van de bedrijven is de brief met doelstellingen verzonden.	Na 1 jaar	100%	ja
		Voor 90% van de bedrijven zijn minimaal 3 gesprekken gevoerd (niet alle bedrijven blijken ook na meerdere pogingen responsief).	Na 3 jaar	100%	ja
2. Impact	In deze KPI geven we aan of engagement inderdaad tot stappen van het bedrijf heeft geleid, op basis van de vooraf gestelde doelen	Binnen 1 thema heeft 60% van de bedrijven één of meerdere stappen gezet op de geformuleerde doelstellingen	Na 3 jaar	60%	ja

¹ De evaluatie heeft alleen betrekking op in de rapportageperiode actieve dialogen. Voor alle afgesloten dialogen zijn de KPI's 100% gerealiseerd.

3.4. Profielen

THE KRAFT HEINZ COMPANY | WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN

VOEDINGSINDUSTRIE VERENIGDE STATEN	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: B	MIJLPAAL: TOEZEGGING BEDRIJF
Achtergrond	Kraft Heinz is een grote voedingsproducent uit de Verenigde Staten. De onderneming is wereldwijd actief, zowel qua verkoop van haar producten als haar productieketens. In Nederland is de onderneming o.a. bekend van merken als De Ruijter, Brinta, Honig, Roosvicee en Heinz tomatenketchup. Het onderwerp water staat op de radar van de onderneming. Zo wordt het onderwerp prominent genoemd in haar materialiteitsanalyse. De onderneming kan echter nog verschillende stappen zetten op het thema. Zo kan Kraft Heinz met name het watergebruik in haar toeleveringsketens beter in kaart brengen, doelen opstellen en meer actie ondernemen op het thema.
Totale voortgang	Na de afronding van ons vooronderzoek hebben we in november 2019 de brief naar Kraft Heinz verstuurd om de engagement te initiëren. We hebben Kraft Heinz hierna diverse malen benaderd voor een gesprek. Uiteindelijk heeft de onderneming gereageerd dat het met ons in gesprek wil. Dit gesprek heeft plaatsgevonden op 29 september 2020, net nadat de onderneming via een webinar voor institutionele beleggers haar nieuwe strategie heeft gepresenteerd. Ondanks dat het een relatief kort gesprek was, was de sfeer open en constructief en daarmee hopelijk een goede basis voor een vervolg. Tijdens het gesprek heeft Kraft Heinz meer verteld over de manier waarop ze haar watergebruik analyseert en aanpakt. De onderneming heeft een aantal projecten lopen op het gebied van watergebruik in haar toeleveringsketen. Echter, er lijkt hier nog geen gestructureerde aanpak te zijn en het ambitieniveau van de nieuwe doelstellingen kan hoger. Positief is wel dat Kraft Heinz recent lid is geworden van het CEO Water Mandate, waarin ondernemingen samenwerken om hun watermanagement en transparantie daarover te vergroten. We hebben in de tweede helft van 2021 Kraft Heinz meerder malen benaderd voor een gesprek. Daar is na enig aandringen een positieve reactie op gekomen, en het gesprek is in 2022 ingepland. In dit gesprek spraken we over de score van de onderneming op CDP Water. We zien goede voortgang op de doelen die Kraft Heinz voor haar eigen activiteiten zet. De onderneming stelt echter nog geen formele doelen voor het watergebruik in haar toeleveringsketen. Dat betekent niet dat er niks gebeurt. Zo werkt de onderneming aan het verminderen van het watergebruik bij de teelt van tarwe en tomaten. Ook gaf Kraft Heinz aan haar waterbeleid te vertalen naar de verschillende markten waar het wereldwijd actief is. Er lijkt daarmee voortuitgang te zijn, maar we vonden het nog te vroeg om voortgang op de mijlpalen te rapporteren. In ons gesprek dat begin 2023 met Kraft Heinz plaatsvond, hebben we met name gesproken over de stappen die Kraft Heinz kan zetten in de toeleveringsketen. Dat was een actueel thema, aangezien er op de aandeelhoudersvergadering ook een resolutie was ingediend die Kraft Heinz oproep om de waterrisico's in haar toeleveringsketen in kaart te brengen. We gaven aan dat we dit een logische resolutie vonden en stappen op dit thema op prijs stellen. Kraft Heinz gaf aan dat het haar beleid wil aanscherpen, maar dat de resolutie te vroeg kwam. Ook stelde de onderneming dat het stappen heeft gezet om haar toeleveranciers beter op water, en andere ESG-thema's, te screenen. Met Kraft Heinz hadden we in juni 2024 een vervolggesprek. Dit gesprek vond plaats in samenwerking met het Valuing Water Finance Initiative. Dit is een samenwerkingsverband van institutionele beleggers die gezamenlijk engagement voeren met een brede groep aan ondernemingen op het thema water. Door samen op te trekken kan de dialoog kracht worden bijgezet en kunnen investeerders gebruik maken van elkaars expertise. Positief in het gesprek was dat Kraft Heinz ons liet weten dit najaar een nieuwe waterstrategie te lanceren. In deze strategie zullen de waterrisico's in de keten worden geanalyseerd en zal dit worden vertaald naar doelen en acties. Aangezien dit ook één van de doelstellingen van onze engagement is, noteren we positieve voortgang. In maart 2025 vond opnieuw een gesprek met de onderneming plaats, waarin zij aangaf een volledig nieuw ESG-team te hebben dat bereid is om snel stappen vooruit te zetten. Men gaf aan bezig te zijn met een klimaat- en natuurrisicobeoordeling van de toeleveringsketen. Eerder was de indruk gewekt dat de onderneming al verder was in dit proces. Verder werd bekend dat Kraft Heinz voortaan als twee separate ondernemingen wordt voortgezet, wat tot verdere vertraging in

de ontwikkeling van de waterstrategie zou gaan leiden. Op basis van de nieuwe jaarrapportages en met nieuwe input vanuit de Valuing Water Finance Initiative benchmark volgt een gesprek aan het begin van het nieuwe jaar. We zullen de nieuwe waterstrategie analyseren wanneer deze beschikbaar wordt.

DAVIDE CAMPARI | WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN

ALCOHOLISCH DRANKEN ITALIË / NEDERLAND	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: A-	MIJLPAAL: AANPASSEN BELEID
Achtergrond	Davide Campari is een Italiaanse producent van, met name, alcoholische dranken. Gevoerde merken zijn o.a. Grand Marnier, Aperol, Crodino en Campari. De onderneming is wereldwijd actief en heeft productielocaties in o.a. Brazilië, Zuid-Afrika, Jamaica, de Verenigde Staten en Italië. De onderneming neemt stappen op het thema water, maar dit is met name gericht op het terugbrengen van watergebruik bij haar eigen productielocaties en minder op de toeleveringsketen. De doelstelling is daarom met name om het beleid en uitvoering op dit specifieke onderwerp te verbeteren. Bijvoorbeeld door het uitvoeren van een analyse op waterrisico's, inclusief de impact van klimaatverandering, en dit om te zetten in stappen om deze risico's aan te pakken. Interessant is dat Davide Campari formeel een Nederlandse NV is geworden.
Totale voortgang	Na de afronding van ons vooronderzoek hebben we in november 2019 de brief naar Davide Campari verstuurd om de engagement te initiëren. Hierna hebben we diverse malen e-mails gestuurd en telefonisch contact opgenomen, maar de onderneming was in eerste instantie niet responsief. Uiteindelijk is het toch gelukt contact te leggen en in mei 2020 heeft een eerste gesprek plaatsgevonden met de onderneming. Het was een open gesprek, maar ook werd bevestigd dat het Davide Campari nog verschillende stappen te zetten heeft. Zo stelt de onderneming dat haar productielocaties niet kwetsbaar zijn voor watertekorten, maar bleef de onderbouwing daarvan vaag. Ook lijkt er weinig inzicht te zijn in de kwetsbaarheden in de toeleveringsketen. De onderneming gaf als redenen voor haar relatief lage ambitie aan dat dit voor een deel veroorzaakt werd door haar grootte en de stand van verantwoord ondernemen op de Italiaanse markt. In maart 2021 vond een tweede gesprek plaats met Campari waarin werd gesproken over de laatste ontwikkelingen binnen Campari en de verbeterpunten die DEN ziet bij de onderneming. Ook heeft DEN vragen gesteld op de aandeelhoudersvergadering van de onderneming. In reactie op deze vragen heeft het bestuur gemeld dat het in 2021 onderzoek zal doen naar de waterrisico's bij haar productielocaties en hierover zal rapporteren. Op onze vraag over deelname aan CDP Water reageerde de onderneming dat dit waarschijnlijk niet in 2021 aan de orde zal zijn, maar mogelijk wel de jaren hierna. In november 2021 vond een derde gesprek plaats met Campari. Als DEN hebben we hierin de boodschap overgebracht dat we zien dat Campari achterloopt op het gebied van water management en ondanks eerdere gesprekken en vragen op de aandeelhoudersvergadering onvoldoende stappen zet. We hebben daarom in samenwerking met andere beleggers een brief opgesteld en hebben deelgenomen aan de aandeelhoudersvergadering van de onderneming. Aangezien Campari formeel een Nederlandse NV is, vond deze in Nederland plaats. Dat was een goede gelegenheid om het bestuur kritisch te bevragen op dit thema. We hebben aangegeven dat we zowel een goede analyse verwachten van de waterrisico's in de keten als deelname aan CDP Water. Op de aandeelhoudersvergadering waren we in staat om door te vragen op de eerste reactie die de onderneming gaf en ook aan te geven dat Campari op dit vlak achterloopt bij haar branchegenoten. In september 2023 heeft een vervolgesprek plaatsgevonden. De afdrank daarvan was positief; het ziet ernaar uit dat Campari mee gaat doen aan CDP water en zo transparanter gaat worden over wat de onderneming wel en niet doet in vergelijking met andere ondernemingen. Ook lijkt Campari stappen te gaan zetten om de waterrisico's in de keten in kaart te gaan brengen. Het lijkt daarmee of onze vragen op de aandeelhoudersvergadering en onze brief uiteindelijk zaken in gang hebben gezet binnen de onderneming. In april 2024 hebben we wederom contact opgenomen voor een gesprek. Dit gesprek was positief en Campari heeft bevestigd deel te gaan nemen aan CDP Water en dat wordt gewerkt aan een nieuwe risicoanalyse op het thema water waarin ook de toeleveringsketen wordt meegenomen. Positieve stappen.

In september 2024 hadden we een vervolgggesprek met Campari Group in samenwerking met andere investeerders die actief zijn in het Valuing Water Finance Initiative: een coalitie van investeerders die samenwerkt op het thema water. We hebben goede voortgang kunnen noteren. Zo werkt Campari Group nu aan het in kaart brengen van waterrisico's in de keten. Daarnaast heeft Campari Group gemeld dat het is gestart met het deelnemen aan CDP Water. Beide stappen waren doelstellingen voor onze engagement waar we de afgelopen jaren niet alleen in gesprekken, maar ook via brieven en via de aandeelhoudersvergadering consistent aandacht voor hebben gevraagd. We noteren dan ook positieve voortgang.

Ook ons gesprek met de onderneming in het eerste kwartaal van 2025 verliep positief, omdat Campari inmiddels meewerkt aan de analyses van CDP Water en verder werkt aan het in kaart brengen van waterrisico's in de keten. We hebben naar aanleiding van onze dialoog enkele voorbeelden van goede doelstellingen en rapportages gedeeld met Campari en onze suggestie om de link tussen waterstrategie en beloning te maken. In 2026 zullen we volgen of Campari haar analyse van de waterrisico's in haar keten zal publiceren.

Campari heeft de afgelopen jaren zichtbare stappen gezet op het gebied van waterbeheer, mede als gevolg van de dialoog met DEN. Op het punt van transparantie is de meeste vooruitgang geboekt: de onderneming rapporteert inmiddels structureel via CDP Water Security en behaalde voor het tweede opeenvolgende jaar een A-score (Leadership). Daarmee biedt Campari investeerders en stakeholders aanzienlijk meer inzicht in haar waterprestaties, -risico's en verbeterpunten dan enkele jaren geleden het geval was. Ook op het gebied van beleid en uitvoering is vooruitgang zichtbaar, want Campari werkt aan een gefaseerde water-risicoanalyse die verder reikt dan de eigen productielocaties en expliciet hotspots in de toeleveringsketen betreft. De onderneming heeft haar waterintensiteitsdoelstelling voor 2025 gehaald. Wat betreft de publicatie van de ketenanalyse beschrijft Campari de aanpak en methodiek, maar ontbreekt nog wel een volledige, kwantitatieve rapportage van de geïdentificeerde risico's per grondstof of leveranciersregio. Tot slot is er nog geen aantoonbare koppeling tussen waterdoelstellingen en de beloning van bestuurders of senior management vastgesteld in de publieke rapportages. Gezien de positieve algehele voortgang kan worden overwogen om deze dialoog af te sluiten en een andere onderneming te selecteren voor engagement.

PUMA | WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN

KLEDING DUITSLAND	AANVANG 30-1-2023
CDP WATER: A	MIJLPAAL: VOEREN DIALOOG
Achtergrond	Puma is een Duitse fabrikant van kleding, schoenen en sportartikelen. De onderneming staat bekend als een voorloper op ESG-gebied en als een bedrijf dat open staat voor engagement. Juist door het gebruik van leer, katoen en het gebruik van verf in het productieproces is het onderwerp Water zeker van belang voor het bedrijf. Toch behaalt de onderneming een B- op de CDP Water score en lijkt hier verbetering mogelijk.
Totale voortgang	We hebben Puma als start van onze engagement, begin 2023 een brief gestuurd. Daarop hebben we uitgebreid schriftelijk antwoord ontvangen. Puma gaat in deze brief in op hoe zij de waterrisico's in haar ketens in kaart brengt. Puma gebruikt onder andere een methode van het Wereldnatuurfonds voor, het zogenaamde Water Risk Filter. Ook benoemde Puma dat het de prestaties van haar toeleveranciers op het gebied van waterefficiëntie in kaart brengt. Puma was daarnaast ook open over het feit dat het nog stappen te zetten heeft, bijvoorbeeld in het samenwerken met toeleveranciers om watergebruik ook daadwerkelijk te verminderen en om meer samen te werken met lokale stakeholders op de plekken waar veel water gebruikt wordt. In de tweede helft van 2023 zagen we in de meest recente rapportage van de onderneming dat de onderneming extra stappen gaat zetten om de fysieke risico's van klimaatverandering, inclusief water, in kaart gaat brengen, een nieuwe materialiteitsanalyse gaat uitvoeren en aan de slag gaat met een beter waterbeheer in de landen waar haar toeleveranciers zitten. We hebben hier een aantal vragen over gesteld aan de onderneming. Hoewel de onderneming onze vragen over waterrisicobeheer goed inhoudelijk beantwoordde, zijn we blijven aandringen op een gesprek. Dat gesprek heeft uiteindelijk in april 2024 plaatsgevonden op het hoofdkwartier van de onderneming in Duitsland en was zeer open. Dit goede en inhoudelijke gesprek was mogelijk, aangezien Puma op dit thema ook duidelijk verder is dan de andere ondernemingen binnen dit engagementthema.

	We hebben in het gesprek aangedrongen om meer en beter te rapporteren over welke geografische delen van de toeleveringsketen het meest kritisch zijn wat betreft waterrisico's. Zo is Zuidoost Azië een belangrijke regio voor de productieketens van Puma, en staat zowel de waterbeschikbaarheid als de kwaliteit van het water in deze regio onder druk. Meer inzicht en transparantie over de meest cruciale locaties, is daarmee ook een goed startpunt om deze gebieden te prioriteren binnen de waterstrategie. Puma liet weten te onderzoeken hoe ze dit voor de volgende rapportageperiode kunnen verbeteren. In juni 2025 vond het derde gesprek plaats met een afvaardiging van Puma. In ons gesprek hebben we met name gesproken over het nieuwe CSRD-rapport. Puma heeft het CSRD-rapport gedegen aangepakt, en ook op het thema water is de transparantie vergroot. Ook positief is dat de onderneming nu meer actie onderneemt en rapporteert over water governance in de belangrijkste stroomgebieden. Tevens werkt de onderneming aan een meer context-gebaseerde aanpak van haar doelstellingen op het gebied van water. We plannen een vervolggesprek, waarbij we met name in zullen gaan op de rapportages van de onderneming op het thema water. De dialoog met Puma in 2026 is constructief en inhoudelijk. De nadruk ligt op inzicht verkrijgen in watergerelateerde risico's binnen de waardeketen. Tijdens de engagementgesprekken, waaronder ook de call van juni 2026, bespreekt Puma water risk mapping om hoogrisicogebieden in met name de textiel- en leerketen te identificeren. De belangrijkste doelstellingen binnen deze dialoog richten zich op transparantie en implementatie. Op het gebied van transparantie is er duidelijke voortgang zichtbaar, Puma werkt actief aan het verkrijgen van beter inzicht in ketenlocaties en bijbehorende waterrisico's. Deze doelstelling kan daarmee als deels behaald en in ontwikkeling worden beschouwd. Voor implementatie geldt dat de voortgang beperkter is. Hoewel Puma aandacht heeft voor lokale context en stakeholders, bevindt de onderneming zich nog in de voorbereidende fase en zijn concrete maatregelen en operationele programma's nog niet uitgewerkt. Wel werkt Puma toe naar de ontwikkeling van context-specifieke (en mogelijk science-based) waterdoelstellingen richting 2030. Voor het vervolg van de dialoog ligt de focus op het vertalen van risico-inzicht naar concrete doelstellingen, het vergroten van de externe transparantie (bijv. over geografische detailinformatie) en het operationaliseren van waterstewardship via lokale initiatieven en samenwerking in risicogebieden.
--	---

BROWN-FORMAN | WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN

ALCOHOLISCH DRANKEN VERENIGDE STATEN	AANVANG 31-1-2023
CDP WATER: N.B.	MIJLPAAL: TOEZEGGING BEDRIJF
Achtergrond	Brown-Forman is een Amerikaanse producent van dranken. Het bedrijf is onder andere bekend van de merken Jack Daniel's en Southern Comfort. Hoewel het bedrijf een relatief hoge MSCI score haalt, heeft de onderneming geen publieke CDP Water score. Ook in het duurzaamheidsverslag blijkt dat watergebruik in de keten een onderbelicht onderwerp is.
Totale voortgang	In maart 2023 hadden we een eerste gesprek met Brown-Forman. Dit was het met name een verkennend gesprek. De onderneming erkent het belang van water en heeft al een doelstelling gezet om in 2030 het watergebruik in balans te hebben met de draagkracht van de belangrijkste stroomgebieden waar de onderneming actief is. Een belangrijke vraag is wel hoe de onderneming dit gaat bereiken. Er lijken losse initiatieven te zijn, maar nog geen uitgewerkte strategie. De onderneming stelt onder andere in CDP Water dat het binnen 2 jaar deze strategie wel wil gaan ontwikkelen. Onze engagement vindt daarmee op een goed moment plaats en de onderneming stond open voor feedback. We hebben aangeboden dat ze ook in de tussentijd contact op kunnen nemen voor vragen of feedback, onder andere over hun duurzaamheidsrapportage. Met Brown-Forman hadden we in de eerste helft van 2024 ons tweede gesprek. De onderneming, bekend van o.a. Jack Daniel's whisky, heeft het thema water al op de agenda staat. De onderneming heeft ook al een ambitieus doel gesteld om in 2030 in de voor haar belangrijkste stroomgebieden op een duurzame manier water te gebruiken. De uitdaging voor de onderneming ligt erin om dit uitdagende doel ook daadwerkelijk te bereiken. De onderneming vertelde in het gesprek dat het voortgang maakt. Zo heeft de onderneming de waterrisico's in deze stroomgebieden in beeld gebracht. Eén van de uitkomsten hiervan was dat de locatie in Mexico vanuit wateroogpunt in een kwetsbaar gebied ligt. Voor de onderneming zal deze risicoanalyse het startpunt zijn om projecten te starten in de kwetsbare stroomgebieden om het watersysteem

	te versterken, haar eigen impact te verminderen en met leveranciers in deze gebieden samen te gaan werken. In ons derde gesprek in april van 2025 zijn we ingegaan op de voortgang van de huidige doelstellingen op het gebied van water. Brown-Forman zet goede stappen vooruit en heeft op haar meest kwetsbare locatie op het gebied van waterschaarste, een stroomgebied in Mexico, in kaart gebracht hoe het haar watergebruik via diverse projecten kan compenseren. Ook werkt de onderneming aan betere landbouwpraktijken in de VS in samenwerking met andere destilleerders. Daarbij zijn wel nog stappen te zetten om dit project minder vrijblijvend te maken en ook boeren te ondersteunen bij het invoeren van deze nieuwe praktijken. Daarnaast hebben we ook gesproken over hoe de onderneming het thema water een betere plek kan geven in het beloningsbeleid. In 2026 zetten we de dialoog met de onderneming voort.
--	--

TREASURY WINE ESTATES| WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN

ALCOHOLISCH DRANKEN AUSTRALIË	AANVANG 27-1-2023
CDP WATER: N.B.	MIJLPAAL: VOEREN DIALOOG
Achtergrond	Treasury Wines Estates is een van oorsprong Australische producent van wijnen. Op dit moment is het één van de grootste producenten van wijnen wereldwijd. Het bedrijf heeft wijnteelt en productielocaties in o.a. Australië, Bordeaux, Californië en Italië. Daarnaast koopt het ook wijn in van lokale bedrijven. Het bedrijf erkent water als een belangrijk thema, maar lijkt duidelijk nog stappen te kunnen zetten. Ook neemt de onderneming niet deel aan CDP Water, waardoor er weinig transparantie is op dit onderwerp.
Totale voortgang	Na onze startbrief in januari 2023 hield de onderneming een gesprek op de korte termijn af. Wel gaf de onderneming aan nu te werken aan een vernieuwde strategie op het thema water en dat input hier welkom was. We hebben daarom schriftelijke input geleverd, inclusief aanbevelingen om het beleid te verbeteren. Zo hebben we de aanbeveling gedaan doelen te stellen voor watergebruik in stroomgebieden met waterschaarste, en daarnaast ook aandacht te besteden aan waterkwaliteit. In de tweede helft van 2023 ging de onderneming niet in op de meerdere verzoeken, zowel telefonisch als per e-mail, om ook een virtueel gesprek in te plannen in de tweede helft van 2023. We gaan daarom de samenwerking met andere investeerders zoeken om dit gesprek toch te laten plaatsvinden. In september 2024 heeft de onderneming toch positief gereageerd op onze herhaalde verzoeken voor een gesprek. Dat gesprek heeft uiteindelijk eind oktober 2024 plaatsgevonden en was open en constructief. Treasury Wine Estates is wereldwijd actief in de wijnbouw en is daarom zeer afhankelijk van de toegang tot voldoende en schoon water. De onderneming erkent deze problematiek en voert op dit moment verschillende onderzoeken uit naar de mogelijke gevolgen van klimaatverandering voor haar activiteiten. De belangrijkste uitdaging voor de onderneming is de vertaling van de conclusies uit deze onderzoeken naar strategie en doelstellingen. Op dit moment neemt de onderneming al actie op enkele locaties, zoals Australië, waar slimme watermeters worden geïnstalleerd, maar er is geen concern brede aanpak voor alle locaties waar de onderneming actief is. Ook hebben we onderneming gevraagd beter te rapporteren over de belangrijkste locaties en de bijbehorende waterrisico's waar de onderneming actief is. We hebben daarom gesproken over hoe andere ondernemingen dit nu aanpakken en welke voorbeelden voor Treasury Wine Estates relevant zijn. Op verzoek van de onderneming, hebben we na het gesprek een uitgebreide mail gestuurd waarin we verschillende goede voorbeelden voor andere ondernemingen hebben beschreven. Treasury Wine Estates heeft toegezegd deze voorbeelden mee te nemen in de nieuw te ontwikkelen strategie en graag hierover in 2025 in gesprek te blijven. In 2025 hebben wij contact gelegd met de onderneming naar aanleiding van de jaarlijkse rapportage en daarbij ingezet op enkele onderwerpen. We hebben de onderneming gevraagd om een complete waterstrategie te maken die duidelijke besparingsdoelen stelt voor 2030 en 2050. Het bedrijf zou ervoor moeten zorgen dat lokale gemeenschappen toegang houden tot water en dat het bestuur regelmatig waterrisico's bespreekt en beoordeelt. Daarnaast willen we graag weten waarom waterhergebruik slechts op 1% van de locaties werkt en hoe dit mogelijk naar meer plaatsen kan worden uitgebreid. Waterrisico's bij leveranciers moeten worden gevolgd en in kaart gebracht. We zullen in het nieuwe jaar het gesprek voortzetten en zullen met name ingaan op hoe de onderneming onze aanbevelingen een plek geeft in haar nieuwe strategie.



4. Afval & Circulaire Economie

De huidige inrichting van onze economie leidt tot grote afvalstromen, waaronder afvalstromen gekoppeld aan de productie en gebruik van voedsel, plastics en elektronica. Zo wordt 1/3 van het geproduceerde voedsel wereldwijd verspild en komt uiteindelijk 76 procent van de geproduceerde plastics op de vuilnisbelt of in het milieu terecht^{6,7}. Niet alleen hebben deze afvalstromen een grote impact op het milieu, maar ze leiden ook tot kosten en het verlies van waardevolle grondstoffen. Ondernemingen die in staat zijn om efficiënter om te gaan met grondstoffen, door producten een langere levensduur te geven en over te stappen op circulaire businessmodellen, dragen bij aan het bereiken van de SDG's. Daarnaast zijn ze beter voorbereid op stijgende grondstofprijzen en op aankomende wet- en regelgeving. Zo werken VN-lidstaten aan een internationaal verdrag om plasticvervuiling fors terug te dringen⁸. Binnen dit engagement thema gaan we daarom het gesprek aan met ondernemingen die in hun productieketens zowel maatschappelijke als economische kansen laten liggen, wat betreft het verminderen van afvalstromen en het toewerken naar een circulaire economie.

4.1. Overzicht

Doelstellingen

In de onderstaande tabel staan de algemene doelstellingen vermeld.

TABEL 4.1.1 DOELSTELLINGEN AFVAL & CIRCULAIRE ECONOMIE

Doelstelling	Toelichting
Governance & Beleid	Erkent de onderneming het probleem en heeft de onderneming beleid en doelstellingen op onderdelen van het thema: • Beleid en doelstellingen rondom wegwerpplastic; • Beleid en doelstellingen op de inzameling en verwerking van afval en gebruik van reststromen; • Beleid en doelstellingen adresseren, wanneer relevant, de eigen onderneming, franchisenemers, klanten en alle markten waarin de onderneming actief is.
Implementatie & monitoring	De onderneming monitort de afvalstromen en rapporteert over haar afvalstromen. Van belang zijn hierbij: • Inkomende stromen (hoeveelheid gebruikt plastic, verpakkingsmateriaal, voeding) en uitgaande stromen (hoeveel van het afval wordt ingezameld door de onderneming, hoeveel procent wordt recycled en hoeveel belandt in het milieu of vuilnisbelten); • Het toepassen van LCAs ('Life Cycle Assessment') van gebruikte producten en hierop te sturen. De onderneming toont aan dat er stappen zijn gezet om de milieu impact te verlagen en hergebruik te stimuleren. Deze stappen zorgen ervoor dat afvalstromen aantoonbaar worden verminderd en reststromen een duurzame bestemming vinden.

⁶ <https://www.unep.org/thinkeatsave/get-informed/worldwide-food-waste>

⁷ <https://www.unep.org/interactive/pollution-to-solution/>

⁸ <https://news.un.org/en/story/2022/03/1113142>

Doelstelling	Toelichting
Samenwerking in de keten	De onderneming werkt aantoonbaar samen met: • Sectorgenoten; • Haar toeleveranciers en klanten; • De verwerkers van haar reststromen; • Stakeholders zoals ngo's en kenniscentra.
Transparantie	De onderneming is transparant en rapporteert over haar: • Beleid op dit onderwerp; • Haar doelstellingen en in hoeverre deze worden bereikt (inclusief alle markten waarin de onderneming actief is en franchisenemers); • Reststromen en de mate waarin deze worden hergebruikt, verwerkt of in het milieu terechtkomen.

Ook in de SDG's is goede omgang met afval en de circulaire economie een belangrijk thema. Specifiek voor dit thema zijn de onderstaande (sub)doelen van de SDG's relevant.

SDG Duurzame steden en gemeenschappen

11.6 Tegen 2030 de nadelige milieu-impact van steden per capita reduceren, ook door bijzondere aandacht te besteden aan de luchtkwaliteit en aan het gemeentelijk en ander afvalbeheer.

SDG Verantwoorde consumptie en productie

12.2 Tegen 2030 het duurzame beheer en het efficiënte gebruik van natuurlijke hulpbronnen realiseren.

12.3 Tegen 2030 de voedselverspilling in winkels en bij consumenten per capita halveren en voedselverlies reduceren in de productie- en bevoorradingsketens, met inbegrip van verliezen na de oogst.

12.4 Tegen 2020 dient te worden toegewerkt naar milieuvriendelijk beheer van chemicaliën en afval gedurende hun volledige levenscyclus, in overeenstemming met nationale kaderafspraken, en dient de uitstoot naar lucht, water en bodem aanzienlijk te worden verminderd om negatieve effecten op mens en milieu zoveel mogelijk te beperken.

12.5 Tegen 2030 de afvalproductie aanzienlijk beperken via preventie, vermindering, recycling en hergebruik.

12.6 Bedrijven aanmoedigen, in het bijzonder grote en transnationale bedrijven, om duurzame praktijken aan te nemen en duurzaamheidsinformatie te integreren in hun rapportagecyclus.

SDG Leven in het Water

14.1 Tegen 2025 de vervuiling van de zee voorkomen en in aanzienlijke mate verminderen, in het bijzonder als gevolg van activiteiten op het land, met inbegrip van vervuiling door rondrijvend afval en voedingsstoffen.

Geselecteerde sectoren en ondernemingen

DEN is in de eerste helft van 2022 van start gegaan met de engagementgesprekken met drie restaurantketens. De redenen hiervoor zijn dat:

- Deze ondernemingen in diverse landen actief zijn, ook in landen waar de regelgeving minder streng is;
- De restaurantsector te maken heeft met meerdere type afvalstromen en ketens. Denk bijvoorbeeld aan het verminderen van verpakkingen, plastic of het voorkomen van voedselverspilling;
- Deze ondernemingen grote afnemers zijn en daardoor een invloedrijke positie hebben in de toeleveringsketen. Zo hebben restaurantketens invloed op zowel de leveranciers van verpakkingsmateriaal, als ondernemingen die afvalstromen verwerken;
- De ondernemingen direct leveren aan consumenten, waarmee hun reputatie op het thema duurzaamheid ook financieel materieel is;
- Deze sector een groot aantal ondernemingen omvat, die ook aanwezig zijn in de beleggingsportefeuilles van de leden van DEN.

Additioneel aan de drie restaurantketens zijn in de tweede helft van 2022 een afvalverwerker en een verpakkingsproducent in het engagementtraject opgenomen. Door het toevoegen van deze ondernemingen krijgen we beter inzicht in de obstakels en mogelijkheden om zowel deze bedrijven, als de restaurantketens stappen te laten zetten.

De ondernemingen zijn daarnaast geselecteerd op de volgende criteria:

- De onderneming komt voor in de beleggingsportefeuilles van de leden van DEN via aandelen en/of corporate bonds;
- Op basis van data van MSCI en onze eigen analyse blijkt dat de onderneming stappen kan zetten op het thema;
- Op basis van onze analyse is het waarschijnlijk dat engagement met de desbetreffende onderneming effectief kan zijn;
- De combinatie van geselecteerde ondernemingen heeft geografische spreiding, maar is qua kernactiviteiten dusdanig gelijksoortig dat er voldoende synergie is, bijvoorbeeld omdat 'best practices' voor alle ondernemingen relevant zijn en vergelijkingen tussen de ondernemingen mogelijk zijn.

Voortgang

In de eerste helft van 2026 sprak DEN met Restaurant Brands International, Chipotle en Yum! Brands naar aanleiding van vragen die wij tijdens de aandeelhoudersvergaderingen van 2025 stelden.

Chipotle

In april vond een engagementgesprek plaats met Chipotle, waarin wij voortbouwden op eerdere vragen die wij tijdens de aandeelhoudersvergadering van 2025 hebben gesteld. Wij vroegen de onderneming tijdens deze AVA een strategie te ontwikkelen voor afval van afhaal- en bezorgmaaltijden en duurzaamheidsgerelateerde prestatieprikkels voor restaurantmanagers te ontwikkelen. In april bespraken we de voortgang op de 2025-doelstellingen voor afval en verpakkingen en gingen in op de vervolgfase van de strategie na 2025. Wij onderschreven de focus van de onderneming op afvaldiversie als een goed stuurbare indicator, maar benadrukten tegelijkertijd het belang van blijvende transparantie over de absolute omvang van afvalstromen. Wij herhaalden onze verwachting ten aanzien van aanvullende meer materiaal- of intensiteitsgerelateerde doelen, bijvoorbeeld voor verpakkingen van afhaal- en bezorgmaaltijden, maar de onderneming gaf aan daar nu niet voor te kiezen. De onderneming gaf aan mogelijkheden te onderzoeken om restaurantmanagers sterker te stimuleren op afvalreductie, recycling en energie-efficiëntie, onder meer via niet-financiële prikkels. Wij zullen de verdere uitwerking hiervan blijven volgen.

Restaurant Brands International

In april vond een engagementgesprek plaats met Restaurant Brands International (RBI), waarin wij vervolg gaven aan vragen die wij tijdens de aandeelhoudersvergadering van 2025 hebben gesteld. Wij vroegen de onderneming toen een strategie te ontwikkelen voor afval van afhaal- en bezorgmaaltijden en voor alle markten en merken afvalstromen te rapporteren en doelstellingen te formuleren. RBI gaf aan tegen uitdagingen aan te lopen bij het ontwikkelen van consistente, bedrijfsbrede metrics, vanwege verschillen in definities en afvalinfrastructuur

tussen landen. Tegelijkertijd gaf de onderneming aan transparantie te willen behouden door voortgang op merk- en marktniveau te rapporteren, zodat beter kan worden aangesloten bij lokale omstandigheden en beschikbare afvalinfrastructuur. Wij gaven aan dergelijke aanpak, zoals bijvoorbeeld de doelstelling van RBI om het gebruik van virgin plastic met 10% te reduceren in de VS en Canada, juist te waarderen. Wij benadrukten dat een merk- en marktspecifieke aanpak waardevol kan zijn, mits deze wordt ondersteund door duidelijke doelstellingen en een onderbouwde strategie voor verdere reductie van virgin plastics. Tot slot gingen wij in op herbruikbare verpakkingsopties voor afhaal- en bezorgmaaltijden. RBI gaf aan dat grootschalige toepassing in Noord-Amerikaanse steden momenteel beperkt haalbaar is, maar dat pilots in meer gesloten omgevingen, zoals universiteiten en ziekenhuizen, kansrijker zijn. Wij zullen de verdere ontwikkeling van rapportage en initiatieven blijven volgen.

Yum! Brands

In mei spraken we voor de derde keer met Yum! Brands. Yum! gaf aan voortgang te boeken via pilots en concrete verpakkingsaanpassingen. Zo noemde Yum! Het voorbeeld van de pilot met herbruikbare bekertjes in Petaluma. In deze stad in Californië, Verenigde Staten, werkten koffie- en fastfoodketens en producenten samen aan de introductie van herbruikbare bekertjes. Een belangrijke les is dat hergebruik van verpakkingen vooral kansrijk is in 'high-density' omgevingen, zoals bij grote stadions en evenementen. Daarnaast voerde Yum! in de VS en Europa waste assessments uit om het post-consumer afvalprofiel beter in kaart te brengen. Ook lopen verpakkingsprojecten, waaronder de Pizza Hut-wings-verpakking met meer gerecycled materiaal, betere recyclebaarheid en minder gebruik van nieuw plastic. Vooruitkijkend ligt de nadruk bij Yum! op naleving van nieuwe verpakkings- en afvalwetgeving, zoals EPA-regels (uitgebreide producentenverantwoordelijkheid) in de VS en nieuwe Europese verpakkingsregels. De onderneming verwacht toekomstige verpakkingsdoelstellingen sterker te koppelen aan veranderende wet- en regelgeving en onderzoekt daarbij mogelijkheden om het gebruik van beter recyclebare materialen verder te vergroten. Hoewel we zien dat Yum! werkt aan verduurzaming van verpakkingen willen we in een volgend gesprek nogmaals aandringen op het stellen van meer concrete doelen.

Vervolg

In de tweede helft van 2026 streven wij ernaar deel te nemen aan de stakeholderanalyse die Avery Dennison heeft aangekondigd ter voorbereiding op de nieuwe duurzaamheidsdoelstellingen voor 2035. Daarnaast zullen wij het gesprek met GFL voortzetten en bij de overige ondernemingen opvolging geven aan eerder besproken onderwerpen. Daarbij beoordelen wij of nieuwe toezeggingen zijn gedaan, beleid is aangepast

of aanvullende rapportage beschikbaar is gekomen. Tot slot zal een evaluatie plaatsvinden van het DEN-engagementprogramma Afval en Circulaire Economie, waarbij wordt gekeken naar de behaalde resultaten en mogelijke vervolgstappen.

4.2. Mijlpalen

Per eind juni 2026 laat het thema onderstaande voortgang op mijlpalen zien.

Onderneming	Land	Sector	ESG datapunt ¹	1	2	3	4	5	6
1 Chipotle Mexican Grill, Inc.	Verenigde Staten	Fastfood	3,4						
2 Restaurant Brands International Inc	Canada	Fastfood	5,6						
3 Yum! Brands, Inc.	Verenigde Staten	Fastfood	4,9						
4 GFL Environmental	Canada	Afvalverwerking	3,7						
5 Avery Dennison Corporation	Verenigde Staten	Verpakkingsmaterialen	4,7						

¹ MSCI SCORE AFVAL & VERPAKKING / EMMISSIES & AFVAL

Symbool status ongewijzigd	Symbool statuswijziging	1. Analyse van het bedrijf	2. Initiëren dialoog	3. Voeren dialoog	4. Toezegging bedrijf	5. Aanpassen beleid	6. Afronding dialoog
		Afgerond	Brief verzonden	Gesprekken gevoerd	Toezegging beleidswijziging	Beleidswijziging doorgevoerd	Engagement doelstelling behaald ¹
							Engagement doelstelling deels behaald ²
							Dialoog onsuccesvol

¹ De onderneming heeft één of meerdere stappen gezet op de geformuleerde engagementdoelstellingen (mijlpaal 4 of 5)

² De onderneming heeft één of meerdere stappen gezet op het thema, maar deze stappen voldoen niet aan de geformuleerde engagementdoelstellingen

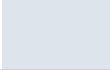
4.3. Tussentijdse evaluatie

De evaluatie van het thema wordt aan de hand van drie onderdelen uitgevoerd.

1. Er wordt inzicht gegeven in de procesvoortgang. Heeft Achmea IM voldaan aan haar inspanningsverplichting? Is er vooronderzoek uitgevoerd, is het engagement geïnitieerd en hoeveel contacten hebben er plaatsgevonden?
2. Er wordt inzicht gegeven in de effectiviteit van engagement. Hebben bedrijven ook daadwerkelijk gewenste wijzigingen zoals vooraf gedefinieerd in beleid en activiteiten doorgevoerd?
3. Bij het afsluiten van de engagement worden resultaten geduid aan de hand van een korte kwalitatieve beschrijving. Zo is bij engagement niet altijd een causaal verband te leggen tussen een engagementgesprek en beleidswijzigingen of kan er verschil zitten tussen hoeveel gewicht specifieke toezeggingen in de schaal leggen.

In de evaluatie gebruiken we vier kleurcodes die we hieronder kort toelichten:

TABEL 4.3.1 TOELICHTING KLEURCODES

Betekenis	Kleurcode
Doelstelling is behaald in de gestelde termijn	
Doelstelling is nog niet behaald, maar op schema om deze binnen de gestelde tijd te behalen	
Doelstelling is nog niet behaald en niet op schema om deze binnen de gestelde tijd te behalen	
Doelstelling niet behaald in de gestelde tijd	

TABEL 4.3.2 EVALUATIE

Toelichting		Doelstellingen			
KPI	Beschrijving	Doel	Wanneer?	Gerealiseerd?	Behaald?
1. Proces	Op basis van onze mijlpalen geven we een overzicht van de gezette stappen door Achmea IM. Deze KPI geeft daarmee inzicht of het proces voor de diverse engagement succesvol wordt doorlopen; van het voorbereidend onderzoek, het verzenden van de brieven tot de aantallen gesprekken die gevoerd zijn	Voor 100% van de bedrijven is het vooronderzoek afgerond.	Na 1 jaar	100%	ja
		Voor 100% van de bedrijven is de brief met doelstellingen verzonden.	Na 1 jaar	100%	ja
		Voor 90% van de bedrijven zijn minimaal 3 gesprekken gevoerd (niet alle bedrijven blijken ook na meerdere pogingen responsief).	Na 3 jaar	100%	ja
2. Impact	In deze KPI geven we aan of engagement inderdaad tot stappen van het bedrijf heeft geleid, op basis van de vooraf gestelde doelen	Binnen 1 thema heeft 60% van de bedrijven één of meerdere stappen gezet op de geformuleerde doelstellingen	Na 3 jaar	20%	nee

Omdat 4 van de 5 ondernemingen na 3 jaar nog geen concrete stappen hebben gezet op de geformuleerde doelstellingen, hebben we in de eerste helft van 2025 vragen gesteld op de aandeelhoudersvergaderingen van Restaurant Brands International, Yum! Brands en Chipotle. Eind 2026 bekijken we nogmaals of er dit jaar meer voortgang is.

4.4. Profielen

VERY DENNISON | AFVAL & CIRCULAIRE ECONOMIE

VERPAKKINGEN VERENIGDE STATEN	AANVANG 2-12-2022
MSCI SCORE AFVAL & VERPAKKING: 4.7	MIJLPAAL: VOEREN DIALOOG
Achtergrond	Avery Dennison is een Amerikaans bedrijf dat verschillende type verpakkingen aanbiedt, zoals labels, wrappings en inventaris oplossingen voor een breed scala aan sectoren. De onderneming heeft daarmee in potentie een belangrijke sleutel in handen om de afvalstromen in productieketens te verminderen en recycling te stimuleren, ook bij restaurantketens en afvalverwerkers. De onderneming heeft al een aantal doelstellingen opgesteld rondom het onderwerp Afval. Zo wil de onderneming haar labels voor 100% uit recyclebaar materiaal produceren in 2030 en wil de onderneming ervoor zorgen dat in 2030 maximaal 5% van haar afvalstromen op de vuilnisbelt terechtkomt.
Totale voortgang	Wij stuurden begin 2023 een brief om deze dialoog op te starten. Het eerste engagementgesprek vond plaats in mei 2023. In het gesprek vertelde de onderneming dat het recent haar strategie heeft vernieuwd, ook op basis van feedback van klanten en andere stakeholders. De onderneming heeft als doel gesteld om de hoeveelheid afval dat naar vuilnisbelten gaat met 95 procent te verminderen in 2025. De onderneming ziet daarnaast voor zichzelf een belangrijke rol om diensten te leveren om afvalstromen bij klanten te verminderen. Avery Dennison is immers als producent van labels en wrappings sterk gepositioneerd om klanten hierbij te ondersteunen. Met name rondom voeding kan de onderneming producten op dit vlak leveren. Omdat dit zowel een positieve impact op afval als een positieve financiële impact heeft staat dit nu ook op de agenda van het bestuur. We hebben de suggestie gedaan om hier ook doelstellingen voor te formuleren. De onderneming reageerde daarop dat dit inderdaad onderwerp van gesprek is. In ons tweede gesprek in de eerste helft van 2024 hebben we eerst een overzicht gegeven van de ontwikkelingen die wij in de sector zien om afval te reduceren en een circulaire economie te stimuleren. Daarna hebben we gesproken over de huidige doelstellingen van de onderneming. De onderneming ligt op koers om haar doelstellingen op het gebied van afvalreductie en CO2-emissies te halen. Toch ziet de onderneming wel dat het laaghangend fruit om deze doelstellingen te halen nu wel geplukt is, en dat volgende stappen moeilijker zullen zijn. Toch wil de onderneming doorzetten op deze doelstellingen omdat er veel commerciële kansen voor de onderneming liggen. Parallel is de onderneming al gestart met het opstellen van nieuwe duurzaamheidsdoelen voor 2035. Avery Dennison heeft ons uitgenodigd om hiervoor input te leveren. Daarnaast hebben we de onderneming ook opgeroepen om haar lobbyactiviteiten in te zetten om haar duurzaamheidsdoelstellingen te bereiken. In februari 2025 spraken we voor de derde keer met Avery Dennison. De onderneming boekt goede vooruitgang op haar doelen voor 2025 en 2030 en lijkt deze te gaan halen. Zo gaat slechts 9% van de afvalstromen van de onderneming naar de vuilstort, en wordt 68% gerecycled. Wel ziet de onderneming obstakels in de infrastructuur om afval te verwerken in Europa, wat het lastiger maakt in Europa haar doelstellingen te behalen. De onderneming ziet de politieke omgeving voor duurzaamheidsdoelstellingen veranderen, zowel in de VS als in Europa, maar houdt desalniettemin vast aan haar strategie. Een belangrijke reden hiervoor is dat de onderneming ziet dat de inzet op duurzaamheid haar commercieel voordeel oplevert. Daarom werkt de onderneming aan nieuwe doelstellingen voor 2035 en wordt hiervoor een stakeholder analyse uitgevoerd. De onderneming heeft toegezegd met ons contact op te nemen om zo het perspectief van beleggers hierin een goede plek te geven. In het voorjaar van 2026 bevestigde de onderneming dat de stakeholder analyse nog op de planning staat en dat we daarover nog bericht zullen ontvangen.

RESTAURANTS |
VERENIGDE STATEN

AANVANG 20-5-2022

MSCI SCORE AFVAL &
VERPAKKING: 3.4

MIJLPAAL: TOEZEGGING BEDRIJF

Achtergrond	Chipotle is de eigenaar van ongeveer 2.500 restaurants, met name gevestigd in de Verenigde Staten. De onderneming erkent afval als een probleem in haar materialiteitsanalyse, maar verrassend genoeg met een mindere prioriteit dan haar sectorgenoten. Toch geeft de onderneming als één van de weinige ondernemingen inzicht in de opbouw van de afvalstromen van haar vestigingen en waar deze afvalstromen terecht komen. Op dit specifieke onderwerp is de onderneming een best-practice. Uit deze gegevens blijkt echter dat nog stappen nodig zijn, aangezien van de afvalstromen 49% op de vuilnisbelt terecht komt, 49% wordt gerecycled en slechts 2% wordt gecomposteerd.
Totale voortgang	In mei 2022 hebben we de eerste brief verstuurd. De onderneming liet snel weten open te staan voor een gesprek. In ons eerste gesprek in 2022 hebben we benoemd dat we verbaasd waren dat het onderwerp afval & circulaire economie relatief laag in de materialiteitsanalyse staan. Chipotle liet, als reactie op onze vragen, weten dat ze binnenkort een nieuwe materialiteitsanalyse publiceren. Het is zeer waarschijnlijk dat dit onderwerp, maar ook andere onderwerpen zoals klimaat, dan een hogere prioriteit gaat krijgen. Chipotle gaf in 2022 inzicht in haar afvalstromen en is daarmee een interessante best-practice. Opvallend was wel dat Chipotle in reactie op onze vragen aangaf dat het afval van afhaalmaaltijden niet is opgenomen in de statistieken. Dit is echter tussen de 30-40% van de omzet en daarmee materieel. Dit is dus bij Chipotle (en waarschijnlijk andere bedrijven) een belangrijke omissie in hun huidige rapportage en doelstellingen. Ook gaf Chipotle aan dat composteerbaar materiaal soms niet separaat ingezameld werd, omdat dat betekende dat een afvalverwerker een grote afstand om zou moeten rijden en daardoor geen duurzaamheidswinst behaald zou worden. Chipotle heeft op dit moment ESG-doelstellingen in het beloningsbeleid, maar nog geen link met afval. Ze zijn het beloningsbeleid op dit moment aan het herzien, dus mogelijk wordt deze link nog toegevoegd. In september 2023 vond ons tweede gesprek met Chipotle plaats. Chipotle heeft recent haar nieuwe materialiteitsanalyse laten uitvoeren. Vrij verrassend kwamen andere thema's dan afval hier als meer materieel naar voren. Dit in tegenstelling tot sector-genoot YumBrands waar afval als één van de meest materiële thema's werd gezien. Chipotle liet in het gesprek weten wel actief met het thema aan de slag te (blijven) gaan. Een voorbeeld daarvan is dat ze dit jaar als doel hebben gesteld om in minstens 235 restaurants compostering te gaan toepassen. Doelen op het gebied van afval zijn nu ook in het beloningsbeleid geïntegreerd. Een belangrijke suggestie die we uitgebreid hebben besproken is om meer te gaan rapporteren en sturen op afval veroorzaakt door afhaalmaaltijden. Dit beslaat tussen de 30 en 40 procent van hun omzet, maar wordt nu niet meegenomen in de rapportages en aanpak van Chipotle. Een andere aanbeveling was om goed hun sectorgenoten in het oog te houden om te zien welke stappen zij (gaan) zetten. Met name de sectorgenoten die actief zijn in Europa en daar vanwege de strengere regelgeving stappen moeten gaan zetten. Ook noemde Chipotle dat zij op dit moment de bonussen van locatiemanagers van hun restaurants alleen koppelt aan puur financiële doelen. Om ook energiebesparing en afvalvermindering hier een plek in te geven vonden ze een interessante suggestie. De onderneming gaat onderzoeken of dit mogelijk is en hoe dit geïmplementeerd kan worden. In oktober 2024 hadden we een derde gesprek met Chipotle. De onderneming gaf een update over hun huidige strategie rondom afval en de voortgang op hun doelstellingen. Op dit moment komt 48% van het afval niet op de vuilstort terecht. Bijvoorbeeld omdat het gerecycled of gecomposteerd wordt. De onderneming laat daarmee nauwelijks verbetering zien ten opzicht van de voorgaande jaren. Volgens de onderneming komt dit door de snelle groei van de onderneming, ook op plekken waar recylen lastiger is omdat de ophaalmogelijkheden van afval beperkter zijn. We hebben de onderneming aangespoord om meer stappen te zetten en om actiever met afvalverwerkers de samenwerking aan te gaan. Het gesprek richtte zich ook op doelen voor het verminderen van afval en het verbeteren van verpakkingsmaterialen voor de periode na 2025. Chipotle is bezig met het verkennen van composteerbare verpakkingen en het verminderen van plastic gebruik. We hebben de onderneming daarnaast wederom aangespoord om ook de beloning van locatiemanagers afhankelijk te maken van het resultaat wat betreft het reduceren van afval en energiegebruik. Ook hebben we de onderneming verzocht te meten hoeveel afval afhaalmaaltijden veroorzaken en hier reductiedoelen voor te formuleren.

Voorafgaand aan de aandeelhoudersvergadering van Chipotle in juni 2025 hebben wij twee vragen ingediend. In de eerste vraag verzochten wij de onderneming om afvalstromen van afhaalmaaltijden expliciet te integreren in haar duurzaamheidsstrategie en rapportage. Daarnaast vroegen wij om duurzaamheidsdoelstellingen voor restaurantmanagers in te voeren, zodat zij worden gestimuleerd om meer aandacht te besteden aan het terugdringen van energieverbruik en afvalstromen.

De raad van bestuur heeft deze vragen aan het einde van de aandeelhoudersvergadering beantwoord. De onderneming erkende de relevantie van afvalstromen die samenhangen met afhaalmaaltijden, maar gaf aan dit onderwerp al voldoende te adresseren via haar doelstelling om een groter deel van de verpakkingen recyclebaar te maken. Op de vraag over duurzaamheidsdoelstellingen voor restaurantmanagers reageerde de onderneming positief en gaf zij aan de mogelijkheden hiervoor verder te onderzoeken. Wij beschouwen deze reactie als een positieve ontwikkeling, mede omdat de onderneming daarnaast goede voortgang boekt op haar doelstellingen om het recyclingpercentage van afval te verhogen en het aandeel afbreekbare verpakkingen te vergroten.

In april 2026 vond een vierde gesprek plaats met Chipotle. Tijdens dit gesprek spraken wij over mogelijkheden om verpakkingen voor afhaal- en bezorgmaaltijden verder te verduurzamen of terug te dringen, bijvoorbeeld via prestatieprikkels voor restaurantmanagers. Daarnaast herhaalden wij onze verwachting dat de onderneming aanvullende doelstellingen ontwikkelt voor het terugdringen van materiaalgebruik. De onderneming gaf aan daar op dit moment niet voor te kiezen. Ook kwamen wij terug op onze eerdere aanbeveling om restaurantmanagers sterker te stimuleren op het gebied van afvalreductie, recycling en energie-efficiëntie. De onderneming gaf aan dit actief te overwegen, onder meer via niet-financiële prikkels. Wij waarderen deze bereidheid en zullen de verdere uitwerking en rapportage hierover blijven monitoren.

GFL ENVIRONMENTAL | AFVAL & CIRCULAIRE ECONOMIE

AFVALVERWERKING CANADA	AANVANG 15-12-2022
MSCI SCORE EMISSIES & AFVAL : 3.7	MIJLPAAL: VOEREN DIALOOG
Achtergrond	GFL Environmental is een Canadees bedrijf en is in zowel Canada als de Verenigde Staten actief. De onderneming heeft 450 hubs voor het verzamelen van afval en 90 vuilnisbelten en maakt een snelle groei door. Qua duurzaamheidsbeleid lijkt de onderneming minder ver te zijn dan haar sectorgenoten. De onderneming heeft weliswaar een duurzaamheidsverslag, benoemt een circulaire economie in haar materialiteitsanalyse en rapporteert ook een aantal cijfers wat betreft recycling, maar het is onduidelijk hoe de onderneming inspeelt op de verschillen tussen landen, regio's en regelgeving waar de onderneming actief is. Ook willen we met de onderneming bespreken wat het kan doen om haar klanten te ondersteunen om toe te werken naar het verminderen van afvalstromen en de transitie naar een circulaire economie.
Totale voortgang	Wij hebben de onderneming in december 2022 een brief gestuurd om de dialoog te initiëren. In januari 2023 vond het eerste gesprek plaats. In dit gesprek heeft GFL Environmental meer verteld over haar nieuwe doelstellingen om een groter deel van het recyclebaar afval te gaan recycleren. De onderneming benoemde wel dat de verschillende lokale regelgeving in Canada en de Verenigde Staten een belemmerende factor was om dit voor de hele onderneming op dezelfde manier door te voeren. De onderneming vertelde tevens dat het verminderen van afvalstromen en het stimuleren van recycling bij veel klanten op de radar stond. De onderneming heeft hier echter nog geen strategie of doelstellingen voor ontwikkeld. Dit is daarmee een belangrijk onderwerp voor een vervolgesprek. In december 2023 vond het tweede gesprek met GFL Environmental plaats. De afvalverwerker vertelde meer over de Totale voortgang om meer materialen te hergebruiken. De onderneming is zowel in Canada als de Verenigde Staten actief en ziet in Canada betere mogelijkheden om stappen te zetten om te recycleren vanwege betere regelgeving. De onderneming ligt op schema om haar doelstellingen qua recycling voor de hele onderneming te halen. Daarnaast ziet de onderneming, als recycler, een kans om op de langere termijn een leverancier te worden voor grondstoffen voor plasticproductie. We zijn in het gesprek daarnaast dieper ingegaan op hoe de onderneming nauwer kan samenwerken met klanten om duurzamere verwerking van afval mogelijk te maken, bijvoorbeeld in relatie tot gft-afval. We zien dat de onderneming hier nog een

meer gestructureerde strategie op kan ontwikkelen. Ook hebben we de onderneming gevraagd specifiek te rapporteren in welke regio(s) er wel of geen Totale voortgang wordt geboekt qua recyclen, omdat de onderneming aangaf dat er grote verschillen zitten tussen de regio's waarin het actief is.

Ons derde gesprek met GFL Environmental vond in december 2024 plaats. We hebben in dit gesprek de Totale voortgang van de onderneming besproken wat betreft het percentage gerecycled materiaal. Op basis van de laatste cijfers leek er weinig voortgang gerealiseerd te zijn. GFL Environmental vertelde dat dit te maken heeft met de verkoop van enkele locaties waar veel gerecycled wordt. Maar er zijn ook nieuwe recyclinglocaties in gebruik genomen en GFL is optimistisch dat de gestelde doelen gewoon behaald zullen worden. Daarnaast werkt de onderneming aan aangescherpte klimaatdoelen die het binnenkort zal publiceren. Ook de rol van lobby en samenwerking met brancheorganisaties om duurzaamheid te bevorderen kwamen ter sprake. We hebben GFL gevraagd actiever lobby in te zetten voor haar duurzaamheidsdoelen en hierover te rapporteren. Tot slot hebben we met de onderneming gesproken over haar lange-termijn visie op recycling, ook wat betreft de wens van veel landen om onafhankelijker te worden wat betreft grondstoffen. De onderneming ziet dat deze discussie met name speelt in Canada, en probeert hier al op in te spelen. Bijvoorbeeld bij aanbestedingen, maar ook door het inzetten van kunstmatige intelligentie om recycling effectiever en winstgevender te maken.

Ons vierde gesprek met GFL Environmental vond plaats in december 2025. GFL gaf tijdens het gesprek uitgebreid inzicht in de manier waarop de onderneming haar strategie verder operationaliseert en de koppeling maakt tussen emissiereductie, investeringsprioriteiten en het verbeteren van recycling-resultaten. De onderneming ligt op koers voor het doel om in 2030 40% meer recyclables te herstellen en ziet verdere versnelling na 2025, mede gedreven door Canadese ERP-wetgeving die producten verantwoordelijk maakt voor de volledige levenscyclus van hun producten en de optimalisatie en uitbereiding van GFL's afvalverwerkingsinstallaties. Ook spraken we uitgebreid over methaanreductie. GFL beschikt over een groeiend aantal stortplaatsen waar gas wordt afgevangen, dat in veel gevallen historisch werd gefakkeld. Door dit gas op te waarden tot hernieuwbare brandstof kan het bedrijf enerzijds de methaanemissies substantieel terugdringen en anderzijds een aantrekkelijke commerciële propositie ontwikkelen. Na de publicatie van het duurzaamheidsrapport voor 2024 in de weken na ons gesprek, gaven wij per e-mail feedback en verzochten we onder andere om regionale uitsplitsing op de voortgang op de afvaldoelstellingen. Ook herhaalden we het belang van additionele, niet-financiële KPI's die de ketenimpact (klantondersteuning, EPR-uitvoering) zichtbaar maken.

RESTAURANTS BRANDS INTERNATIONAL | AFVAL & CIRCULAIRE ECONOMIE

RESTAURANTS CANADA	AANVANG 18-5-2022
MSCI SCORE AFVAL & VERPAKKING: 5.6	MIJLPAAL: VOEREN DIALOOG

Achtergrond	Restaurants Brands International is één van grootste uitbaters van fastfoodrestaurants en is eigenaar van bijvoorbeeld Burger King, Popeyes en Tim Hortons. De onderneming heeft meer dan 28.000 vestigingen in meer dan 100 landen wereldwijd. De onderneming onderkent haar rol op het onderwerp en heeft al een aantal beleidsdoelstellingen om het gebruik van wegwerpplastic te verminderen. De onderneming heeft echter a) nog stappen te zetten op het thema circulariteit, b) geeft nog geen inzicht in al haar afvalstromen en c) het is onduidelijk hoe haar doelstellingen worden vertaald en behaald in de diverse markten waar de onderneming actief is.
Totale voortgang	Het kostte enige moeite om het eerste gesprek met Restaurant Brands International (RBI) tot stand te brengen, maar bij ons eerste gesprek was uiteindelijk een goede delegatie vanuit het bedrijf aanwezig. De afdelingen investor relations, duurzaamheid en corporate governance waren vertegenwoordigd. RBI is een onderneming dat wereldwijd actief is met onder andere merken als Burger King, Popeyes en Tim Hortons. Daarbij werken ze veel met franchisenemers. Verschillende wet- en regelgeving en de bepalende rol die franchisenemers spelen in de keten van RBI, maakt de aanpak van afval lastig. In vergelijking met onder meer Yum! Brands en Chipotle lijkt de onderneming minder ver te zijn op het thema afval. In het gesprek vertelden ze over een aantal interessante projecten in Canada om meer te recyclen, maar op de meeste deelonderwerpen is er nog geen concern-brede aanpak. Ook qua transparantie loopt RBI achter op sectorgenoten. Zo is onduidelijk hoeveel afval wordt geproduceerd, hoeveel wordt gerecycled en hoeveel uiteindelijk in het milieu of op de vuilnisbelt terecht komt. Qua governance liet RBI weten dat ze sinds kort een ESG-commissie hebben in het bestuur, die een grotere rol op het thema Afval gaat spelen. Het

zou ook geïntegreerd zijn in het beloningsbeleid, maar het bleef nog onduidelijk hoe dat precies gebeurt. Samenvattend lijkt RBI achter te lopen ten opzichte van sectorgenoten.

In december 2023 vond ons tweede gesprek plaats met Restaurant Brands International. In dit gesprek vertelde de onderneming meer over de verschillende pilots die worden uitgevoerd binnen de onderneming. Dit is met name relevant bij de Europese vestigingen vanwege de strengere Europese regelgeving op het gebied van afval en hergebruik. Dat blijkt echter niet eenvoudig en de onderneming ziet dat de pilots nog niet tot het gewenste hergebruik leiden. Vanzelfsprekend is een eerste stap om hieruit lessen te trekken en een betere aanpak te ontwikkelen. Echter, we missen nog steeds een overtuigende strategie bij de onderneming om deze pilots uiteindelijk op te schalen naar de verschillende landen en diverse restaurantketens waar zij actief is. Ook is de impact van afvalstromen door afhaalmaaltijden nog onvoldoende geadresseerd. De onderneming stelt dat zij geen zicht kan heeft op deze afvalstromen, maar andere ondernemingen laten wel degelijk zien dat actie mogelijk is. Wel positief is dat de onderneming voorbeelden kon laten zien van hoe zij samenwerkt met leveranciers van verpakkingsmaterialen, en zo het gebruik van plastics kan verminderen.

In februari 2025 hadden we weer een gesprek met RBI. We hebben gesproken over de CSRD-rapportages en de dubbele materialiteitsanalyse die RBI uitvoert. De onderneming liet weten nog te worstelen met de aankomende wijzigingen in de CSRD-regelgeving en wat dit voor haar en voor haar franchisenemers betekent. Achter de schermen zet de onderneming wel stappen om ESG-data vanuit de onderneming en haar toeleveringsketen beter in kaart te brengen. Die data heeft RBI nodig voor de eerste CSRD-rapportage. Daarna hebben we RBI verzocht wereldwijde doelstellingen op afvalreductie te formuleren en ook een aanpak voor de beperking van afval bij afhaalmaaltijden te ontwikkelen. De onderneming is hierover in gesprek met sectorgenoten om te kijken hoe zo'n aanpak eruit kan zien. RBI deed op dit punt echter nog geen toezegging. Daarom hebben we ook bij de aandeelhoudersvergadering van RBI vragen gesteld over het meten, rapporteren en het stellen van doelen voor reductie van afval bij afhaalmaaltijden. De onderneming heeft in reactie daarop toegezegd een gesprek te plannen om dit uitgebreider met ons te bespreken.

In april 2026 vond een vierde gesprek plaats met Restaurant Brands International (RBI) over punten die we ook op de aandeelhoudersvergadering van 2025 benoemden. Centraal stonden een strategie om afval van afhaal- en bezorgmaaltijden te reduceren en ons verzoek om voor alle markten en merken afvalstromen te rapporteren en reductiedoelen te formuleren. RBI gaf aan dat consistente rapportage lastig is door verschillen in definities en afvalinfrastructuur tussen landen. Tegelijk wil het bedrijf transparant blijven door voortgang vooral op merk- en marktniveau te rapporteren. Wij waardeerden de centrale doelstelling om het gebruik van virgin plastic in de VS en Canada met 10% te verminderen en benadrukten dat per markt en merk een passende, onderbouwde strategie nodig is. Ook bespraken we herbruikbare verpakkingen voor afhaal- en bezorgmaaltijden. RBI acht grootschalige toepassing in Noord-Amerikaanse steden momenteel beperkt haalbaar, maar ziet kansen voor pilots in gesloten omgevingen, zoals universiteiten en ziekenhuizen. Wij blijven rapportage en initiatieven volgen.

YUM! BRANDS | AFVAL & CIRCULAIRE ECONOMIE

RESTAURANTS VERENIGDE STATEN	AANVANG 25-5-2022
MSCI SCORE AFVAL & VERPAKKING: 4.9	MIJLPAAL: VOEREN DIALOOG
Achtergrond	Yum! Brands is de uitbater van ketens als Pizza Hut, Taco Bell en KFC. De onderneming heeft 53.000 vestigingen in 153 landen. De onderneming benoemt voedselverspilling en afval als prioritaire ESG thema's en heeft al diverse doelen gesteld. Van het verminderen van voedselverspilling met 50% in 2030 tot doelstellingen om plastic te gebruiken dat of hergebruikt, gecomposteerd of recycled kan worden. Toch zijn er nog diverse vragen die open staan, aangezien niet elke keten doelen lijkt te hebben en het onduidelijk is of doelstellingen alleen op de Verenigde Staten gericht zijn, of ook gelden voor andere markten en al haar franchisenemers.
Totale voortgang	In mei 2022 hebben we onze eerste brief verzonden en in de tweede helft van 2022 vond het eerste gesprek plaats. Bij Yum! Brands staat het thema afval hoog in de materialiteitsanalyse. Opvallend was echter dat Yum! Brands nog geen inzicht geeft in waar hun afval uiteindelijk terecht

komt. Je kunt immers composteerbaar of recyclebaar materiaal gebruiken, maar als dat niet separaat wordt ingezameld kan het alsnog in een vuilverbrander verdwijnen. Yum! Brands gaf in ons gesprek aan dat ze zeer afhankelijk zijn van toeleveranciers van verpakkingsmateriaal, hun franchisenemers en afvalverwerkers. Yum! Brands gaf aan dat toenemende regelgeving een belangrijke drijfveer is, maar soms ook een obstakel. Zij zijn in vele landen actief, maar gaven aan dat onder andere in de Verenigde Staten de vele verschillende regelgeving het lastig maakt om recyclebaar materiaal te ontwikkelen en te standaardiseren. Wat recyclebaar is in één gemeente, is mogelijk niet recyclebaar in een naburige gemeente. Naar aanleiding van ons gesprek hebben we Yum! Brands nog een mail nagestuurd met onze aanbevelingen en suggesties, aangezien de onderneming op dit moment haar duurzaamheidsstrategie evalueert.

Yum Brands hield enige tijd onze verzoeken voor een vervolgesprek af. Uiteindelijk lukte het toch om een nieuw gesprek in te plannen in de eerste helft van 2024. Dit gesprek was echter wel open en constructief. De onderneming vertelde meer over haar doelstellingen om het gebruik van plastics te reduceren. O.a. door verpakkingen herbruikbaar, afbreekbaar en beter geschikt voor recycling te maken. De onderneming probeert hier zoveel mogelijk samen te werken met andere ondernemingen en samenwerkingsverbanden, zoals de Ellen Mc Arthur Foundation. Ook strengere Europese regelgeving rondom verpakkingen is een belangrijke stimulans om zaken in gang te zetten. De huidige doelstellingen lopen tot 2025. De onderneming liet weten dat het halen van deze doelstellingen een uitdaging is. Aangezien 2025 snel dichterbij komt hebben we ook gesproken over de doelstellingen na 2025. De onderneming voert nu een zogenaamde materialiteitsanalyse uit waarin de belangrijkste duurzaamheidsthema's voor de onderneming worden geïdentificeerd. De onderneming wilde nog niet op de uitkomsten vooruit lopen, maar liet wel weten dat afval en circulariteit ook hierin opgenomen zullen worden. We hebben er bij de onderneming op aangedrongen om de reductie van afvalstromen rondom afhaalmaaltijden nu wel op te nemen in de doelstellingen en hier een strategie voor te ontwikkelen.

Ook bij de aandeelhoudersvergadering van Yum! Brands hebben we vragen gesteld over het meten, rapporteren en het stellen van doelen voor de reductie van afval bij afhaalmaaltijden. We hebben hier nog geen reactie van de onderneming op ontvangen en zullen dit begin 2026 opvolgen.

In mei 2026 spraken we voor de derde keer met Yum! Brands. Yum! gaf aan voortgang te boeken via pilots en concrete verpakkingsaanpassingen, zoals de Petaluma-pilot met herbruikbare bekertjes. In de stad in Californië, Verenigde Staten, werkten koffie- en fastfoodketens en producenten voor deze pilot samen aan de introductie van herbruikbare bekertjes. Een belangrijke les is dat hergebruik van verpakkingen vooral kansrijk is in 'high-density' omgevingen, zoals bij grote stadions en evenementen. Daarnaast voerde Yum! in de VS en Europa waste assessments uit om het post-consumer afvalprofiel beter in kaart te brengen. Ook lopen verpakkingsprojecten, waaronder de Pizza Hut-wings-verpakking met meer gerecycled materiaal, betere recyclebaarheid en minder gebruik van nieuw plastic. Vooruitkijkend ligt de nadruk bij Yum! op naleving van nieuwe verpakkings- en afvalwetgeving, zoals EPR-regels (uitgebreide producentenverantwoordelijkheid) in de VS en nieuwe Europese verpakkingsregels. De onderneming verwacht toekomstige verpakkingsdoelstellingen sterker te koppelen aan veranderende wet- en regelgeving en onderzoekt daarbij mogelijkheden om het gebruik van beter recyclebare materialen verder te vergroten. Hoewel we zien dat Yum! werkt aan verduurzaming van verpakkingen willen we in een volgend gesprek nogmaals aandringen op het stellen van meer concrete doelen.

5. Lijst van ondernemingen

	Onderneming	Sector	Land van herkomst	Engagement omschrijving
1	Avery Dennison Corporation	Verpakkingsmaterialen	Verenigde Staten	Afval en Circulaire Economie
2	Brown-Forman Corporation	Alcoholische dranken	Verenigde Staten	Water in de toeleveringsketen
3	Chipotle Mexican Grill, Inc.	Fastfood	Verenigde Staten	Afval en Circulaire Economie
4	Davide Campari-Milano S.P.A.	Alcoholische dranken	Italië	Water in de toeleveringsketen
5	GFL Environmental	Afvalverwerking	Canada	Afval en Circulaire Economie
6	Kraft Heinz Company	Voedingsindustrie	Verenigde Staten	Water in de toeleveringsketen
7	Puma SE	Kledingindustrie	Duitsland	Water in de toeleveringsketen
8	Restaurant Brands International Inc	Fastfood	Canada	Afval en Circulaire Economie
9	Treasury Wine Estates Limited	Alcoholische dranken	Australië	Water in de toeleveringsketen
10	Yum! Brands, Inc.	Fastfood	Verenigde Staten	Afval en Circulaire Economie

6. Afkortingenlijst

Afkorting	Uitgeschreven afkorting	Toelichting
AVA	Algemene Vergaderingen van Aandeelhouders	Stemmen op de AVA is voor actieve aandeelhouders een manier om de corporate governance of de activiteiten van een onderneming te beïnvloeden. De resultaten van stemmingen tijdens AVA's worden openbaar gemaakt. Als aandeelhouders tegen een voorstel stemmen, moet een onderneming maatregelen nemen.
CCS	Carbon capture and storage	CCS houdt in dat bij de verbranding van fossiele brandstoffen koolstofdioxide wordt afgevangen en vervolgens ondergronds geïnjecteerd en opgeslagen. Op die manier wordt voorkomen dat dit vervuilende broeikasgas de atmosfeer binnendringt.
CDP	Carbon Disclosure Project	De CDP is een organisatie die bedrijven en steden ondersteunt om de milieu-impact van grote bedrijven bekend te maken. Het doel is om van milieuraportage en risicobeheer een bedrijfsnorm te maken en openbaarmaking, inzicht en actie naar een duurzame economie te stimuleren.
CHRB	Corporate Human Rights Benchmark	In 2017 opgerichte benchmark vergelijkt zo'n 100 bedrijven op hun mensenrechtenbeleid.
ESG	Environmental Social Governance	Criteria op het gebied van milieu, maatschappij en ondernemingsbestuur die worden gebruikt binnen verantwoord beleggen om ondernemingen te analyseren en beoordelen.
GRI	Global Reporting Initiative	GRI is een internationale organisatie die richtlijnen voor duurzaamheidsverslaggeving opstelt. In een duurzaamheidsverslag communiceert een organisatie publiekelijk over haar economische, milieu- en sociale prestaties.
ICCR	Interfaith Center on Corporate Responsibility	ICCR is een coalitie van geloof- en waarden gedreven investeerders die betrokken aandeelhouderschap en 'engagement' met ondernemingen zien als een krachtige katalysator voor verandering.
KPI	Key Performance Indicators	Key Performance Indicators (KPI's) zijn meetbare indicatoren die aantonen hoe de onderneming presteert en of het organisatorische doelstellingen gaat halen. Organisaties gebruiken KPI's op alle niveau's van de organisatie om prestaties en resultaten te evalueren. KPI's helpen de aandacht te richten op zaken die belangrijk zijn.
OESO Richtlijnen	Richtlijnen van de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling	De OECD Guidelines for Multinational Enterprises zijn één van de belangrijkste internationaal erkende richtlijnen voor Corporate Social Responsibility, alle 34 OECD lidstaten en 10 andere landen hebben deze richtlijnen geaccepteerd. De OESO-richtlijnen bieden handvatten voor bedrijven om met kwesties om te gaan zoals ketenverantwoordelijkheid, mensenrechten, kinderarbeid, milieu en corruptie.
PRI	Principles for Responsible Investing	Mondiale vereniging van pensioenfondsen, vermogensbeheerders en ondernemingen die verantwoord beleggen willen bevorderen.
SBT's	Science Based Targets	SBT's zijn de wetenschappelijke kaders of doelstellingen, die nodig zijn om een transitie naar een koolstofarme economie te maken, waarin binnen de 2 graden opwarming van de aarde wordt gebleven. De ambitie van de doelstellingen is dat ondernemingen deze SBT's onderdeel maken van hun korte- of lange termijn klimaatstrategie.
SDG	Sustainable Development Goal	Een reeks duurzame ontwikkelingsdoelstellingen, in 2015 opgesteld door de Verenigde Naties ter vervanging van de Millenniumdoelstellingen. 193 landen hebben samen afgesproken de 17 Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen te realiseren vóór 2030. De doelen zijn gericht op het aanpakken van maatschappelijke en milieu-uitdagingen, zoals klimaatverandering, het stimuleren van schone energie, extreme armoede, gendergelijkheid en duurzame landbouw. De doelen doen een beroep op zowel de publieke als de private sector om nauw samen te werken met de overheden van de landen die hebben ondertekend.

Afkorting	Uitgeschreven afkorting	Toelichting
TCFD	Task Force on Climate-related Financial Disclosures	TCFD is een vrijwillige en consistente rapportagemethode voor ondernemingen over klimaatgerelateerde financiële risico's. De taskforce structureert haar aanbevelingen rond vier thema's: bestuur, strategie, risicobeheer en doelstellingen. TCFD is ontwikkeld door de Raad voor Financiële Stabielheid. Ondernemingen kunnen deze aanbevelingen gebruiken om investeerders, kredietverstrekkers, verzekeraars en andere belanghebbenden van relevante informatie te voorzien.
TPI	Transition Pathway Initiative	Een initiatief van investeerders die de transitie naar een koolstofarme economie monitoren.

Colofon

Deze Voortgangsrapportage Thematische dialogen is een uitgave van Achmea Investment Management.

Disclaimer

Achmea Investment Management B.V. ('Achmea IM') heeft de informatie in dit document met zorg samengesteld. De informatie is alleen bestemd voor gekwalificeerde beleggers en/of professionele beleggers zoals bedoeld in de Wet op het financieel toezicht (Wft). Dit document is of bevat (i) geen aanbod of uitnodiging om financiële instrumenten te kopen, te verkopen of te verhandelen, (ii) geen beleggingsaanbeveling of beleggingsadvies, (iii) geen juridisch, fiscaal of ander advies. Achmea IM raadt u af een (beleggings)beslissing uitsluitend te baseren op de informatie in dit document. Raadpleeg in voorkomende gevallen een juridisch, fiscaal of andere adviseur. Achmea IM is niet aansprakelijk voor schade die het gevolg is van zo'n (beleggings)beslissing. De informatie in dit document is (mede) gebaseerd op informatie die Achmea IM van betrouwbaar geachte informatiebronnen heeft verkregen. Achmea IM garandeert niet de betrouwbaarheid van die bronnen en de juistheid en volledigheid van de van die bronnen verkregen informatie. De informatie in dit document is puur informatief en u kunt daaraan geen rechten ontleen. Alle informatie is een momentopname, tenzij uitdrukkelijk anders is aangegeven. Het verstrekken van dit document na de oorspronkelijke publicatiedatum is geen garantie dat de hierin opgenomen informatie op die latere datum nog juist en volledig is. Achmea IM heeft het recht om deze informatie zonder aankondiging te wijzigen. Het noemen van rendementen op beleggingen in dit document dient uitsluitend als uitleg en toelichting. Achmea IM spreekt daarmee geen verwachting uit over het rendement of koersverloop van die beleggingen. De waarde van uw belegging kan fluctueren en in het verleden behaalde resultaten bieden geen garantie voor de toekomst. U mag de informatie in dit document alleen voor eigen persoonlijk gebruik kopiëren. U mag de informatie niet overnemen, vermenigvuldigen, distribueren of openbaren zonder schriftelijke toestemming van Achmea IM. Alle informatie (teksten, foto's, illustraties, grafisch materiaal, handelsnamen, logo's, woord en beeldmerken) blijft eigendom van of in licentie bij Achmea IM en wordt beschermd door auteursrecht, merkenrecht en/of intellectueel eigendomsrecht. Er worden geen rechten of licenties overgedragen bij gebruik van of toegang tot deze informatie. Achmea Investment Management B.V., statutair gevestigd te Zeist (KvK 18059537), beschikt over een vergunning als beheerder van beleggingsinstellingen zoals bedoeld in de Wet op het financieel toezicht. Achmea Investment Management B.V. is ingeschreven in het register van de Stichting Autoriteit Financiële Markten onder nummer 15001209.