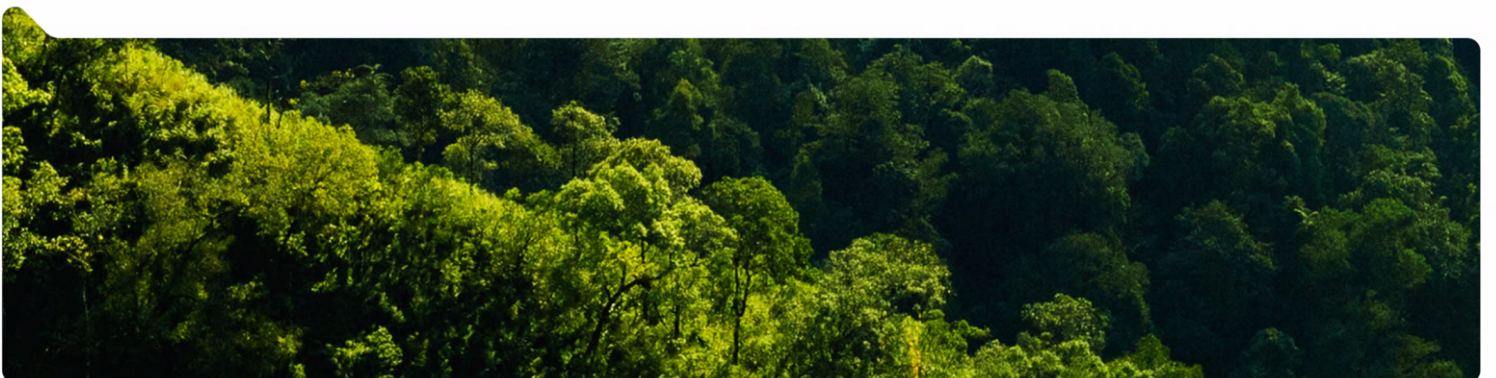


Voortgang Thematische Dialogen juni - december 2023

Dutch Engagement Network



Opgesteld voor:
Dutch Engagement Network

Inhoudsopgave

	Managementsamenvatting	04
1.	Thematische dialoog	05
2.	Toelichting voortgang thema's	07
3.	Water in de toeleveringsketen	09
4.	Afval & Circulaire Economie	19
5.	Lijst van ondernemingen	29
6.	Afkortingenlijst	30

Managementsamenvatting

Overzicht engagementprogramma

Het Dutch Engagement Network (hierna: DEN) is een samenwerking tussen Nederlandse pensioenfondsen om gezamenlijk engagement te voeren en engagement te versterken. Op dit moment bestaat DEN uit pensioenfondsen Detailhandel, Pensioenfondsen Horeca & Catering en Ahold Delhaize Pensioen. 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 tweede halfjaar van 2023 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 H2 2019. Het tweede thema Afval & Circulaire economie is in het eerste halfjaar van 2022 door DEN geselecteerd en van start gegaan.

We doen gedegen onderzoek om de bedrijven te selecteren waarmee de dialoog het meest kansrijk is en om de dialoog goed voor te bereiden. De ondernemingen zijn verspreid over verschillende regio's en markten. De focus van het programma ligt op de ontwikkelde markten. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen Europa, Verenigde Staten en Wereld overig. Figuur 1 geeft de regionale verdeling weer van ondernemingen in het thematische engagementprogramma.

TABEL 1 ENGAGEMENTTHEMA'S

Thema	Gestart	Sectoren/ketens	Aantal dialogen
Water in de toeleveringsketen	Q2 2019	Logistieke sector	5
Afval & Circulaire economie	Q1 2022	Metalen en mijnbouw- en halfgeleiderindustrie	5

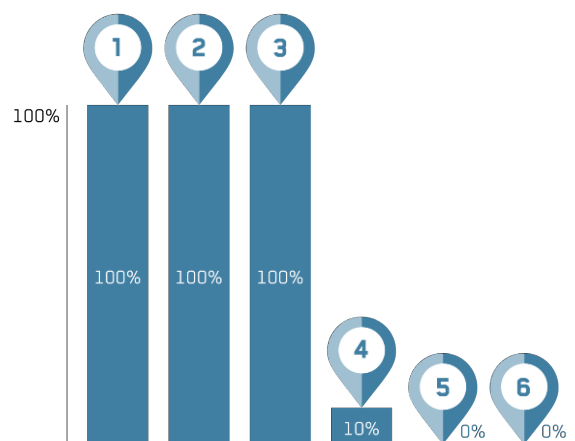
Voortgang wordt gerapporteerd aan de hand van mijlpalen. Deze worden geïntroduceerd in hoofdstuk 2. Ten aanzien van de bedrijven die zijn geselecteerd voor het thematische engagementprogramma is:

- Voor 100% is de 1ste mijlpaal bereikt, namelijk het voorbereidend onderzoek afgerond;

- Voor 100% is de 2de mijlpaal bereikt, namelijk een initiërende brief of e-mail uitgestuurd om het contact tot stand te brengen;
- Ten aanzien van de 3de mijlpaal is door 100% van de ondernemingen positief op onze vraag gereageerd. De dialoog is gaande;
- Voor 10% is de 4de mijlpaal bereikt, namelijk de toezegging van de onderneming;
- Voor 0% is de 5de mijlpaal bereikt, wat betekent dat er een aanpassing is geweest in het beleid en proces.
- Voor 0% is de 6de mijlpaal bereikt, er zijn dit halfjaar geen dialogen afgesloten.

Vanwege de wisseling van een aantal ondernemingen hebben veel ondernemingen nog niet mijlpaal 4 en de daaropvolgende mijlpalen behaald. Toezeggingen met betrekking tot beleidsaanpassingen en de implementatie daarvan verwachten we in de tweede helft van het engagementtraject.

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 en proces
6. Het afronden van de dialoog

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 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 wensen van de leden van DEN. Ook sluiten we waar mogelijk ook 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				
Afval & Circulaire economie				

Engagementproces

Ons thematisch engagementproces kent zes 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 via 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.

Communicatie

Over de omvang, doelstellingen en voortgang van de dialogen rapporteren wij op halfjaarbasis in dit verslag. Daarnaast lichten wij indien gewenst mondeling de voortgang van de dialogen toe.

Evaluatie

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

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 prominenter 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. Om conflicten te voorkomen is daarom een actieve rol van ondernemingen 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. Introductie thema

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 (KPIs)?
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 belangrijke thema. Specifiek voor de toeleveringsketens van ondernemingen zijn de onderstaande (sub)doelen van de SDG's relevant.

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 om een 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.

¹ <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2019>

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 aan te nemen en duurzaamheidsinformatie te integreren in hun rapporteringscyclus.

SDG Leven in het Water

13.1 De veerkracht en het aanpassingsvermogen versterken van met klimaat in verband te brengen gevaren en natuurrampen in alle landen

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 ronddrijvend afval en voedingsstoffen.

Per onderneming die bij de start van dit engagement thema zijn 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.

Geselecteerde sectoren & bedrijven

CDP, dat zich richt op zowel CO₂-uitstoot als het watergebruik van ondernemingen, heeft recent een studie uitgebracht waarin het diverse ondernemingen en hun

toeleveringsketen onderzoekt op hun watergebruik en het management daarvan². 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 90 procent van het watergebruik wereldwijd en daarmee zowel de agrarische sector, dranken- en voedingsproducenten en kledingindustrie een grote rol spelen³;
- 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;

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	Vaststelling in H1 2024
Puma	Duitsland	Kleding-industrie	Vaststelling in H1 2024
Brown-Forman Corporation	Verenigde Staten	Alcoholische dranken	Vaststelling in H1 2024

² Treading Water: Corporate Responses to Rising Water Challenges, Carbon Disclosure Project, 2018

³ Food Products Industry Report, MSCI, 2019

- 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 ondernemingen dit halfjaar opgestart.

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. We zijn daarom bij onze screening uitgegaan van de portefeuilles van de huidige leden van DEN en hebben tevens gekeken naar de 'MSCI World index', in verband met mogelijke nieuwe leden;
- 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

DEN heeft in het tweede halfjaar van 2023 engagement contact gehad met Treasury Wine Estates, Puma en Campari Group. Hieronder geven wij een overzicht van de inhoud van deze contacten en de uitkomsten.

Campari

In de eerste helft van 2023 hebben we in samenwerking met andere beleggers een brief opgesteld en hebben we deelgenomen aan de aandeelhoudersvergadering van de onderneming. Dat was een goede gelegenheid om het bestuur kritisch te bevragen op dit thema en direct met hen hierover het gesprek aan te gaan. In september heeft een vervolgggesprek plaatsgevonden. De afdronk daarvan was positief; het ziet er naar 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. Het is wel nog onduidelijk of dat al volgend jaar zal zijn of in 2025. 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 wat zaken in gang hebben gezet binnen de onderneming.

Treasury Wine Estates

We hebben in de eerste helft van 2023 een mailwisseling gehad met de onderneming en schriftelijke input op de strategie geleverd, inclusief aanbevelingen om het beleid te verbeteren. Maar buiten het schriftelijke contact ging de

onderneming niet in op de meerdere verzoeken voor een digitaal gesprek in de tweede helft van 2023. We gaan daarom de samenwerking met andere investeerders zoeken om ook een digitaal gesprek op gang te brengen.

Puma

In de eerste helft van 2023 ontvingen we van Puma uitgebreide schriftelijk antwoorden op onze vragen. Puma stelde dat het de waterrisico's in haar ketens in kaart gaat brengen. In de meest recente rapportage van de onderneming zagen we dat de onderneming extra stappen gaat zetten om de fysieke risico's van klimaatverandering, inclusief water, in kaart te 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 en de onderneming heeft laten weten deze begin 2024 te beantwoorden.

Vervolg

In 2024 zullen we onze prioritaire doelstellingen voor Treasury Wine Estates, Brown-Forman Corporation en Puma vaststellen. We zullen ons in eerste instantie richten op een gesprek met Treasury Wine Estates, eventueel in samenwerking met andere investeerders. Daarnaast zullen we van Puma schriftelijke antwoorden opvangen op onze vragen en hierover het gesprek aangaan. Daarnaast zal een gesprek met Kraft Heinz plaatsvinden over hun voortgang op het thema water, mogelijk in samenwerking met andere investeerders. Vanzelfsprekend zullen we ook monitoren of Campari de voorzichtig toegezegde stappen in praktijk zal brengen.

3.2. Voortgang thema

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 december laat het thema onderstaande voortgang op mijlpalen zien.

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

* Score CDP Water 2022

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	Impact doelstelling behaald*
							Impact doelstelling niet behaald**
							Dialoog onsuccesvol

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

** 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 gedeeld 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 de ene toezegging veel meer gewicht in de schaal leggen dan een anderen.

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 EVALUATIE

Toelichting		Doelstellingen			
KPI	Beschrijving	Doel	Wanneer?	Gerealiseerd?	Behaald?
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 engagements 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	80% na 4,4 jaar	nee
Impact	In deze KPI geven we aan of engagement inderdaad tot stappen van de onderneming heeft geleid, op basis van de vooraf gestelde doelen	60% van de bedrijven één of meerdere stappen gezet op de geformuleerde doelstellingen	Na 3 jaar	20% na 4,4 jaar ¹	nee

¹ De engagements met The Kraft Heinz Company en Davide Campari-Milano S.P.A. lopen vanaf 2019, de andere engagements vanaf 2023.

3.4. Individuele casussen

BROWN-FORMAN | WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN

ALCOHOLISCH DRANKEN VERENIGDE STATEN	WATER
ESG SCORE MSCI: AA	AANVANG 31-1-2023
CDP WATER: NOT SCORED	MIJLPAAL 3

Relevantie en doelstelling	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.
Voortgang	In maart 2023 hadden we een eerste gesprek met Brown-Forman. Aangezien dit een nieuwe onderneming in het DEN-programma is, 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.
Vervolg	In 2024 gaan we het tweede gesprek met de onderneming voeren.

ALCOHOLISCH DRANKEN ITALIË / NEDERLAND	WATER
ESG SCORE MSCI: A	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: F / NO RESPONSE	MIJLPAAL 4

Relevantie en doelstelling	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Interessant is dat Davide Campari formeel een Nederlandse NV is geworden en vanaf 2021 haar Algemene Vergadering van Aandeelhouders (AVA) in Nederland organiseert.</p>
Voortgang	<p>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.</p> <p>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. De onderneming lijkt echter nu wel open te staan om de dialoog dit najaar te vervolgen.</p> <p>In maart 2021 vond een tweede gesprek plaats met Campari. Het was een open gesprek waarin gesproken is over de laatste ontwikkelingen binnen Campari en de verbeterpunten die DEN ziet bij de onderneming. Zo missen wij een gedegen analyse van de waterrisico's en de onderneming heeft onvoldoende oog voor de aanpak van waterrisico's in haar productieketens. Daarom 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 werken aan vervolgstappen om meer druk uit te oefenen richting de aandeelhoudersvergadering van Campari in 2022.</p> <p>Ook na de aandeelhoudersvergadering 2022, zien we dat de onderneming 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 en direct met hen hierover het gesprek aan te gaan. Zo hebben we aangegeven dat we zowel een goede analyse verwachten van de waterrisico's in de keten als deelname aan CDP Water. Aangezien we aanwezig waren 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.</p> <p>In september heeft een vervolggelukkig gesprek 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. Het is wel nog onduidelijk of dat al volgend jaar zal zijn of in 2025. 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 wat zaken in gang hebben gezet binnen de onderneming.</p>
Vervolg	In 2024 zullen we monitoren of Campari de voorzichtig toegezegde stappen in praktijk zal brengen.

VOEDINGSINDUSTRIE VERENIGDE STATEN	WATER
ESG SCORE MSCI: BBB	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: B-	MIJLPAAL 3
Relevantie en doelstelling	<p>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.</p> <p>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.</p>
Voortgang	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>In dit gesprek spraken we in 2022 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 KraftHeinz aan haar waterbeleid te vertalen naar de verschillende markten waar het wereldwijd actief is en is de onderneming lid geworden van het CEO Water Mandate, een platform van ondernemingen die samenwerken op het gebied van watergebruik en rapportage hierover. Er lijkt daarmee voortuitgang te zijn, maar we vonden het nog te vroeg om voortgang op de mijlpalen te rapporteren.</p> <p>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.</p>
Vervolg	We plannen een nieuw gesprek in begin 2024.

PUMA | WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN

KLEDING DUITSLAND	WATER
ESG SCORE MSCI: AAA	AANVANG 30-1-2023
CDP WATER: B-	MIJLPAAL 3
Relevantie en doelstelling	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.
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 water efficiëntie in kaart brengt. Puma was daarnaast ook open dat het nog stappen te zetten heeft, bijvoorbeeld 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 en de onderneming heeft laten weten deze begin 2024 te beantwoorden.
Vervolg	We plannen een gesprek met Puma naar aanleiding van de antwoorden die we op onze vragen hebben ontvangen.

TREASURY WINE ESTATES | WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN

ALCOHOLISCH DRANKEN AUSTRALIË	WATER
ESG SCORE MSCI: A	AANVANG 27-1-2023
CDP WATER: F / NO RESPONSE	MIJLPAAL 3
Relevantie en doelstelling	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.
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.
Vervolg	We zetten extra stappen om een virtueel gesprek tot stand te brengen begin 2024. Hierbij zullen we ook de samenwerking zoeken met andere investeerders.



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 het geproduceerde plastics op de vuilnisbelt of in het milieu terecht⁴⁵. Niet alleen hebben deze afvalstromen een grote impact op het milieu, maar ze leiden ook tot het verlies van waardevolle grondstoffen en kosten. 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 dringen⁶. 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. Introductie thema

Doelstellingen

TABEL 4.1.1 DOELSTELLINGEN AFVAL & CIRCULAIRE ECONOMIE

Doelstelling	Toelichting
Governance & Beleid	<p>Erkent de onderneming het probleem en heeft de onderneming beleid en doelstellingen op onderdelen van het thema:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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	<p>De onderneming monitort de afvalstromen en rapporteert over haar afvalstromen. Van belang zijn hierbij:</p> <ul style="list-style-type: none">• Inkomende stromen (hoeveelheid gebruikt plastic, verpakkingsmateriaal, voeding) en uitgaande stromen (hoeveel van het afval wordt ingezameld door de onderneming, hoeveel procent wordt gerecycled en hoeveel belandt in het milieu of vuilnisbelten);• Het toepassen van LCAs ('Life Cycle Assessment') van gebruikte producten en hierop te sturen. <p>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.</p>
Samenwerking in de keten	<p>De onderneming werkt aantoonbaar samen met:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sectorgenoten;• Haar toeleveranciers en klanten;• De verwerkers van haar reststromen;• Stakeholders zoals ngo's en kenniscentra.
Transparantie	<p>De onderneming is transparant en rapporteert over haar:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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 terecht komen.

⁴ <https://www.unep.org/thinkeatsave/get-informed/worldwide-food-waste>

⁵ <https://www.unep.org/interactive/pollution-to-solution/>

⁶ <https://news.un.org/en/story/2022/03/1113142>

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 komen tot een vanuit milieuvriendelijk beheer van chemicaliën en van alle afval gedurende hun hele levenscyclus, in overeenstemming met afgesproken nationale kaderovereenkomsten, en de uitstoot aanzienlijk beperken in lucht, water en bodem om hun negatieve invloeden op de menselijke gezondheid en het milieu zoveel mogelijk te beperken.

12.5 Tegen 2030 de afvalproductie aanzienlijk beperken via preventie, vermindering, recyclage 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 rapporteringscyclus.

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 ronddrijvend 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 het 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 tweede helft van 2023 spraken we met Chipotle, Restaurant Brands International en GFL Environmental.

GFL Environmental

In december vond het tweede gesprek met GFL Environmental plaats. De afvalverwerker vertelde meer over de 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 recyclen 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 voortgang wordt geboekt qua recyclen, omdat de onderneming aangaf dat er grote verschillen zitten tussen de regio's waarin het actief is.

Chipotle

In september vond ons eerste 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 materiele 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 managers van hun restaurants alleen bonussen geven voor 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.

Restaurant Brands International

In december 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 gewenst 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 de hoeveelheden plastics kan verminderen.

Vervolg

In de eerste helft van 2024 zullen we ons eerst richten op het inplannen van het tweede gesprek met Avery Dennison en Yum Brands. Deze laatste onderneming bleek niet responsief

op onze verzoeken voor een gesprek in de laatste maanden. Daarna maken we de balans op, wordt geanalyseerd hoe we bij elke onderneming het meeste resultaat kunnen halen en starten we de derde ronde gesprekken.

4.2. Voortgang thema

Per eind december 2022 laat het thema onderstaande voortgang op mijlpalen zien.

Onderneming	Land	Sector	ESG datapunt*	1	2	3	4	5	6
1 Avery Dennison Corporation	Verenigde Staten	Verpakkingsmaterialen	6.6						
2 Chipotle Mexican Grill, Inc.	Verenigde Staten	Fastfood	3.7						
3 GFL Environmental	Canada	Afvalverwerking	3.3						
4 Restaurant Brands International Inc	Canada	Fastfood	5.5						
5 Yum! Brands, Inc.	Verenigde Staten	Fastfood	4.0						

* MSCI 'waste' 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	Beleidswijziging doorgevoerd	Impact doelstelling behaald*
							Impact doelstelling niet behaald**
							Dialoog onsuccesvol

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

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


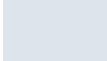


4.3. Tussentijdse evaluatie

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 geïdentificeerd 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 de ene toezegging veel meer gewicht in de schaal leggen dan een anderen.

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?
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 engagements 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	80% na 1,7 jaar	nee
Impact	In deze KPI geven we aan of engagement inderdaad tot stappen van de onderneming heeft geleid, op basis van de vooraf gestelde doelen	60% van de bedrijven één of meerdere stappen gezet op de geformuleerde doelstellingen	Na 3 jaar	0% na 1,7 jaar	nee

4.4. Individuele casussen

EVEREY DENNISON | AFVAL & CIRCULAIRE ECONOMIE

VERPAKKINGEN VERENIGDE STATEN	MILIEU
ESG SCORE MSCI: BBB	AANVANG 2-12-2022
MSCI SCORE AFVAL & VERPAKKING: 6.6	MIJLPAAL 3
Relevantie en doelstelling	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 terecht komt.
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 voor haar eigen impact doelen 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. Met name rondom voeding kan de onderneming producten op dit vlak leveren. Omdat dit zowel een positieve als financiële positieve 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.
Vervolg	In 2024 richten we ons op het inplannen van het tweede gesprek en evalueren we de voortgang.

RESTAURANTS VERENIGDE STATEN	MILIEU
ESG SCORE MSCI: BBB	AANVANG 20-5-2022
MSCI SCORE AFVAL & VERPAKKING: 4.4	MIJLPAAL 3

Relevantie en doelstelling	<p>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.</p>
Voortgang	<p>In mei 2022 hebben we 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 de 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 ommissie 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.</p> <p>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 materiele 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.</p> <p>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 managers van hun restaurants alleen bonussen geven voor 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.</p>
Vervolg	<p>Na afronding van de tweede serie gesprekken op dit thema maken we de balans op en stellen we bedrijfsspecifieke doelen op. Op basis hiervan gaan we een vervolgesprek inplannen.</p>

AFVALVERWERKING CANADA	MILIEU
ESG SCORE MSCI: B	AANVANG 15-12-2022
MSCI SCORE EMMISSIES & AFVAL : 3.3	MIJLPAAL 3

Relevantie en doelstelling	<p>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.</p>
Voortgang	<p>Wij hebben de onderneming in december 2022 een brief gestuurd om de dialoog te initiëren. In januari 2023 vond het eerste gesprek plaatsgevonden. In dit gesprek heeft GFL Environmental meer verteld over haar nieuwe doelstellingen om een groter deel van het recyclebaar afval te gaan recyclen. De onderneming benoemde wel dat de verschillende lokale regelgeving in Canada en de Verenigde Staten wel 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 vervolggesprek.</p> <p>In december 2023 vond het tweede gesprek met GFL Environmental plaats. De afvalverwerker vertelde meer over de 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 recyclen 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 voortgang wordt geboekt qua recyclen, omdat de onderneming aangaf dat er grote verschillen zitten tussen de regio's waarin het actief is.</p>
Vervolg	<p>Na afronding van de tweede serie gesprekken op dit thema maken we de balans op en stellen we bedrijfsspecifieke doelen op. Op basis hiervan gaan we een vervolggesprek inplannen.</p>

RESTAURANTS CANADA	MILIEU
ESG SCORE MSCI BB	AANVANG 18-5-2022
MSCI SCORE AFVAL & VERPAKKING: 5.5	MIJLPAAL 3

Relevantie en doelstelling	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.
Voortgang	<p>Het kostte enige moeite om het eerste gesprek met Restaurant Brands International (RBI) in september 2022 tot stand te brengen. Bij dit 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.</p> <p>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.</p> <p>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 de hoeveelheden plastics kan verminderen.</p>
Vervolg	Na afronding van de tweede serie gesprekken op dit thema maken we de balans op en stellen we bedrijfsspecifieke doelen op. Op basis hiervan gaan we een vervolgesprek inplannen.

RESTAURANTS VERENIGDE STATEN	MILIEU
ESG SCORE MSCI: BBB	AANVANG 25-5-2022
MSCI SCORE AFVAL & VERPAKKING: 3.7	MIJLPAAL 3

Relevantie en doelstelling	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.
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 kan immers composteerbaar of recyclebaar materiaal gebruiken, 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.
Vervolg	Ook na meerdere verzoeken hield de onderneming de boot af voor een tweede gesprek in 2023. In 2024 zullen extra stappen zetten om alsnog een vervolgsprek in te plannen.

5. Lijst van ondernemingen

Onderneming	Sector	Land van herkomst	Engagement omschrijving
1 Avery Dennison Corporation	Verpakkingsmaterialen	Verenigde Staten	DEN Afval en Circulaire Economie
2 Brown-Forman Corporation	Dranken	Verenigde Staten	Water in de toeleveringsketen
3 Chipotle Mexican Grill, Inc.	Hotels, restuarants en vrije tijd	Verenigde Staten	DEN Afval en Circulaire Economie
4 Davide Campari-Milano S.P.A.	Dranken	Italië	Water in de toeleveringsketen
5 GFL Environmental	Commerciële Diensten & Leveringen	Canada	DEN Afval en Circulaire Economie
6 Kraft Heinz Company	Voedselproducten	Verenigde Staten	Water in de toeleveringsketen
7 Puma SE	Textiel, kleding en luxeproducten	Duitsland	Water in de toeleveringsketen
8 Restaurant Brands International Inc	Hotels, restuarants en vrije tijd	Canada	DEN Afval en Circulaire Economie
9 Treasury Wine Estates Limited	Dranken	Australië	Water in de toeleveringsketen
10 Yum! Brands, Inc.	Hotels, restuarants en vrije tijd	Verenigde Staten	DEN 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 milieureportage 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 niveaus 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 of en 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 dat ondernemingen deze SBT's onderdeel maken van hun korte- of langetermijn 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.
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 Stabiliteit. 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.