



Voortgang Thematische Dialogen juli - december 2022

Dutch Engagement Network



Opgesteld voor:
Dutch Engagement Network

Inhoudsopgave

	Managementsamenvatting	04
1.	Thematische dialoog	06
2.	Toelichting voortgang thema's	09
3.	Water in de toeleveringsketen	11
4.	Afval & Circulaire Economie	20
5.	Lijst van ondernemingen	31
6.	Afkortingenlijst	32

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 2022 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.

TABEL 1 AANTAL DIALOGEN NAAR THEMA

Thema	%
Water in de toeleveringsketen	62%
Afval & Circulaire economie	38%

De ondernemingen zijn verspreid over verschillende regio's en markten. Van de lopende engagements zijn twee ondernemingen gevestigd in Canada, twee in Europa en vijf in de Verenigde Staten. In totaal is er 50 keer inhoudelijk contact geweest met de ondernemingen die zijn opgenomen in het engagementprogramma.

Hieronder vindt u een geaggregeerd overzicht van alle lopende thematische engagements. In de thematische hoofdstukken wordt voor elk thema nader ingegaan op de doelstellingen, gesprekken en uitkomsten.

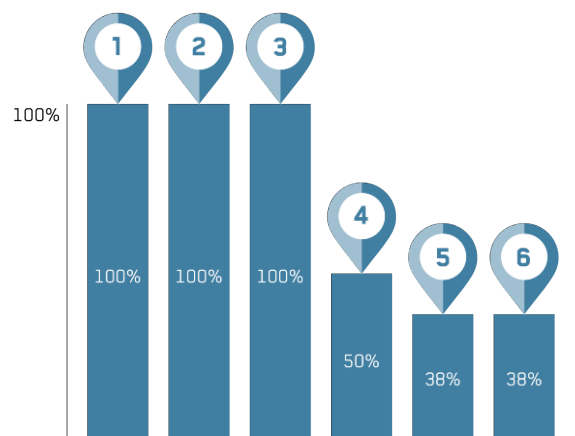
Voortgang wordt gerapporteerd aan de hand van mijlpalen. Deze worden geïntroduceerd in hoofdstuk 2.

Ten aanzien van de bedrijven die zijn geselecteerd voor het thematische engagementprogramma is:

- Voor 100% is de eerste mijlpaal bereikt, namelijk het voorbereidend onderzoek afgerond;
- Voor 100% is de tweede mijlpaal bereikt, namelijk een initiërende brief of e-mail uitgestuurd om het contact tot stand te brengen;
- Ten aanzien van de derde mijlpaal is door 100% van de ondernemingen positief op onze vraag gereageerd. De dialoog is gaande;
- Voor 50% is de vierde mijlpaal bereikt, namelijk de toezegging van de onderneming;
- Voor 38% is de vijfde mijlpaal bereikt, wat betekent dat er een aanpassing is geweest in het beleid en proces;
- Voor 38% is de zesde mijlpaal bereikt, wat betekent de dialoog wordt afgerond.

Vanwege de korte looptijd van het tweede engagementthema 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 zijn 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 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		



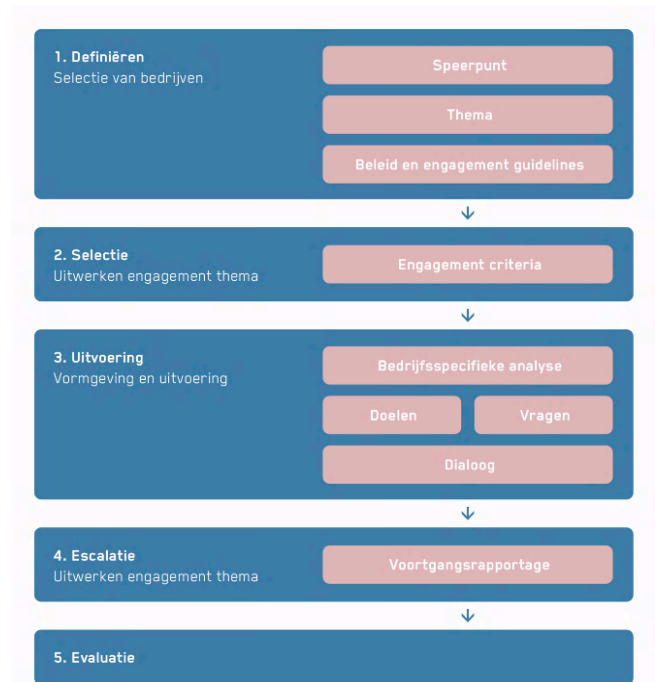
Sustainable Development Goals (SDGs)

Binnen het engagementprogramma -op het niveau van individuele thema's- stellen wij doelen op. Wij hechten er belang aan om onze doelstellingen daar waar mogelijk en relevant te koppelen aan de SDGs. Deze duurzame ontwikkelingsdoelstellingen zijn in 2015 door de VN vastgesteld en hebben als doel om in 2030 belangrijke mondiale kwesties op 17 uiteenlopende aandachtsgebieden te hebben opgelost. De kwesties variëren van armoedebestrijding tot klimaatverandering en van duurzame consumptie tot gendergelijkheid. Voortgang op de verschillende SDGs wordt gemeten aan de hand van 169 onderliggende doelstellingen. Deze doelstellingen worden elk weer gemeten op basis van 232 vooraf vastgestelde indicatoren. Het idee achter de SDGs is dat verschillende actoren in de samenleving binnen de eigen invloedssfeer bijdragen aan behalen van de doelen. Nationale staten hebben in veel gevallen een belangrijke bijdrage te leveren, maar ook het bedrijfsleven en institutionele beleggers kunnen binnen de eigen invloedssfeer een bijdrage leveren aan het behalen van de doelstellingen.

Engagementproces

Ons thematisch engagementproces kent vijf fases, zoals weergegeven in figuur 1.1. Deze zullen we verder toelichten.

FIGUUR 1.1 PROCES THEMATISCH ENGAGEMENT



Definiëren

DEN identificeert in samenspraak met Achmea IM mogelijke engagementthema's. Achmea IM richt zich hierbij op de metathema's "Water" en "Afval" die DEN heeft geselecteerd. Dit leidt tot een engagement long-list die potentiële thema's bevat voor opname in het engagementprogramma. 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 met oog voor een goede verdeling van thema's over de speerpunten kunnen thema's op de short-list komen. Op basis van klantwensen en de inhoudelijke analyses van ondernemingen in de beleggingsportefeuilles maken wij een selectie van subthema's en 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. De start van de dialoog verloopt veelal via brief of email. Hierin introduceren wij onszelf en onze klanten, alsmede het onderwerp dat wij zullen bespreken. Het vervolg van de

dialogoog 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

Wij evalueren de dialogen, doelen en de samenstelling van het engagementprogramma elk halfjaar. Op basis daarvan stellen wij 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 DEN heeft 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.	Uitgevoerd / in uitvoering
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.	Geïnitieerd
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.	Dialoog loopt / onderneming niet open
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).	Positieve toezegging / neutrale toezegging
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.	Volledig aangepast / deels aangepast
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.	Succesvol afgerond / deels succesvol afgerond

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. Een ander voorbeeld is de 15.000 liter water die nodig is voor de productie van een kilo rundvlees, bijvoorbeeld voor de teelt van veevoer, drinkwater voor de runderen en het verwerkingsproces. Aangezien water ook een basisbehoefte is en een belangrijke randvoorwaarde voor natuur, is de mate waarop ondernemingen omspringen met water ook maatschappelijk zeer relevant. De beschikbaarheid van water staat op veel plekken wereldwijd onder druk door een toenemende vraag, klimaatverandering en watervervuiling.

3.1. Introductie thema

Achtergrond thema

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 om samen met andere belanghebbenden de problematiek in kaart te brengen, rekening te houden met waterschaarste bij locatiekeuzes en het gebruik van water terug te dringen.

Belangrijk onderwerp binnen de SDGs

Ook in de SDGs is goede omgang met water een belangrijke thema. Specifiek voor de toeleveringsketens van ondernemingen zijn de onderstaande (sub)doelen van de SDGs 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

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.

Voor welke sectoren is dit thema relevant?

Het Carbon Disclosure Project (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 DEN ervoor om zich met name te richten op de kledingindustrie en de Agro & Food sectoren. De redenen hiervoor zijn dat:

- De landbouw sector, inclusief het verbouwen van katoen, verantwoordelijk is voor 90% 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;

- Deze sectoren een groot aantal ondernemingen omvat die ook aanwezig zijn in de beleggingsportefeuilles van de leden van DEN.

Doelstellingen

We voeren de dialoog met ondernemingen binnen toeleveringsketens die zowel een groot watergebruik hebben als actief zijn in regio's die kwetsbaar zijn voor watertekorten. Onderwerpen en doelen die besproken worden zijn:

- **Governance:** is de governance van water management effectief belegd binnen de organisatie en vertaald in Key Performance Indicators (KPIs)?
- **Monitoring:** Monitort de onderneming het watergebruik binnen de onderneming en de toeleveringsketens?
- **Implementatie:** 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.
- **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?

Per onderneming zijn deze doelen vertaald naar zogenaamde prioritaire doelstellingen. Dat zijn de doelstellingen waar we ons in de komende periode per onderneming op gaan richten.

Geselecteerde sectoren & bedrijven

Op basis van de volgende uitgangspunten zijn er vijf ondernemingen geselecteerd voor engagement:

- 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 en vergelijkingen tussen ondernemingen mogelijk zijn.

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

³ Food Products Industry Report, MSCI, 2019

Op basis van deze selectie staan in de tabel de vijf ondernemingen en bijbehorende prioritaire doelstellingen die door DEN zijn geselecteerd.

TABEL 3.1.1 GESELECTEERDE BEDRIJVEN

Naam onderneming	Land	Sector	Prioritaire doelstellingen
The Kraft Heinz Company	US	Voedingsindustrie	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.	IT	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.
Hormel Foods Corporation	US	Voedingsindustrie	Governance: Watergebruik in de keten een volwassen thema te maken binnen de duurzaamheidsstrategie, o.a. door de onderneming doelen voor watergebruik in de keten vast te laten stellen. Governance: Watergebruik (en ESG in het algemeen) krijgt een gedegen plek in het remuneratiebeleid van het bestuur. Transparantie: De onderneming rapporteert uitgebreider over het watergebruik in de keten. Bijvoorbeeld door tenminste één materiële toeleveringsketen en het daarbij horende watergebruik op te laten nemen in de rapportage.
Nestlé S.A.	CH	Voedingsindustrie	Governance: Stellen van nieuwe doelen voor watergebruik in de keten en deze een plek te geven in het remuneratiebeleid van het bestuur. Implementatie: Uitbreiden van de plannen van aanpak op watergebied naar andere toeleveringsketens binnen de onderneming. Transparantie: Rapporteren over de uitkomsten van het onderzoek dat de onderneming heeft uitgevoerd naar het watergebruik binnen haar productieketens.
LVMH	FR	Kleding en luxe goederen	Governance: In het waterbeleid worden doelen gesteld voor de meest materiële ketens en wordt ingezet op het effectiever delen van kennis, aanpak en doelstellingen tussen de verschillende bedrijfsonderdelen Samenwerking: De onderneming zoekt aantoonbaar de samenwerking op watergebied met relevante partijen. Transparantie: In de rapportage dient inzicht te worden gegeven in welke ketens en/of geografische gebieden er de meeste risico's liggen op het vlak van watergebruik.

Voortgang

DEN heeft in het tweede halfjaar van 2022 engagement gesprekken gevoerd met Campari en Hormel Foods. Daarnaast hebben we per e-mail contact gehouden met Nestlé over hun nieuwe doelstellingen op het thema water. Met LVMH hebben we de engagement al in H1 2022 afgesloten en zijn geen nieuwe stappen in H2 2022 gezet. In deze rapportage is echter is wel een profiel opgenomen van de onderneming en de stappen die de afgelopen jaren bij deze onderneming zijn gezet.

Campari

We zien dat Campari achterloopt op het gebied van water management en dat de onderneming, ondanks eerdere gesprekken en vragen op de aandeelhoudersvergadering van 2021 en 2022, onvoldoende stappen zet. In een gesprek na de aandeelhoudersvergadering, heeft de onderneming wel de toezegging gedaan om als eerste stap aan CDP Klimaat en daaropvolgend CDP Water deel te gaan nemen. We hebben daarnaast Campari aangeboden om als investeerders een presentatie te geven aan het bestuur. Hoewel Campari hier eerst positief tegenover leek te staan, sloeg de onderneming uiteindelijk dit aanbod af. Aangezien door de virtuele aandeelhoudersvergaderingen in 2021 en 2022 het niet

mogelijk was om vragen te stellen op de aandeelhoudersvergadering, zetten we deze engagement nog een halfjaar door. Zo kunnen we op de aankomende aandeelhoudersvergadering, die zeer waarschijnlijk fysiek in Nederland zal plaatsvinden, de dialoog direct aangaan met het bestuur.

Hormel Foods

Hormel Foods heeft in 2021 nieuwe ESG-doelstellingen gepubliceerd. Het thema water heeft in de doelstellingen een stevigere plek gekregen. In het najaar van 2022 hebben we Hormel Foods een brief gestuurd over hoe de onderneming haar ESG-doelstellingen, zoals water, een plek kan geven in haar beloningsbeleid. In een gesprek dat hierover plaatsvond met de onderneming heeft Hormel Foods laten weten inderdaad een deel van haar ESG-doelstellingen in haar beloningsbeleid een plek te gaan geven. In eerste instantie zal de onderneming zich richten op klimaat en diversiteit. Specifieke waterdoelstellingen worden bij een volgende evaluatie overwogen. Aangezien ESG-doelstellingen nu voor het eerst een plek krijgen in het beloningsbeleid, zien we dit als een extra stap vooruit. Ook heeft de onderneming haar doelstellingen op het thema water aangescherpt. We sluiten we deze engagement dan ook positief af.

Nestlé

Met Nestlé hadden we in de tweede helft van 2022 geen formeel gesprek, maar hebben we via e-mail contact gehouden over het zetten van nieuwe doelstellingen op het thema water voor de toeleveringsketens. Nestlé heeft deze stap gezet in de tweede helft van 2022. De onderneming heeft als doel gesteld haar agrarische toeleveringsketens duurzaam te maken. Hierbij wordt gekeken naar meerdere aspecten, van bodemkwaliteit, CO₂-uitstoot tot watergebruik. Voor water is de ambitie binnen deze aanpak om niet meer water te gebruiken dan het watersysteem aan kan. Deze doelstellingen worden de komende jaren vertaald naar de praktijk en naar de agrarische toeleveranciers. Voor agrarische grondstoffen is het doel in 2025 20% van de ingekochte producten aan de nieuwe doelen voor de agrarische toeleveringsketen te laten voldoen en in 2050 50%. Als eerste stap gaat Nestlé in 2023 rapporteren over de voortgang bij de volgende grondstoffen; zuivelproducten, koffie en graan dat gebruikt wordt voor babyvoeding. Ook in een e-mail richting DEN heeft de Nestlé deze stappen bevestigd. We sluiten deze engagement dan ook met succes af.

Introductie nieuwe engagements

Vanwege het afsluiten van de engagements met Nestlé, LVMH en Hormel Foods heeft DEN ook 3 nieuwe bedrijven geselecteerd waarmee de engagement in 2023 van start zal gaan. Namelijk Treasury Wine estates, Puma en Brown-Forman Corporation, die we hieronder kort introduceren:

Treasury Wine estates

Treasury Wine 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 onder andere 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. Dit blijkt ook uit de lage CDP Water score (F).

Puma

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.

Brown-Forman Corporation

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 ESG rating haalt, doet de onderneming niet mee aan CDP Water. Ook in het duurzaamheidsverslag blijkt dat watergebruik in de keten een onderbelicht onderwerp is.

Vervolg

In de eerste helft van 2023 gaan we de brieven uitsturen naar de nieuwe geselecteerde bedrijven en starten we met hen de engagement. Daarnaast gaan we met Campari Group de dialoog op de aandeelhoudersvergadering aan en wordt een nieuw gesprek ingepland met Kraft Heinz.

3.2. Voortgang thema

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

	Onderneming	Land	Mijlpaal					
			1.	2.	3.	4.	5.	6.
1	Davide Campari-Milano S.P.A.	Italië						
2	Hormel Foods Corporation	Verenigde Staten						
3	Kraft Heinz Company	Verenigde Staten						
4	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE	Frankrijk						
5	Nestlé S.A.	Zwitserland						

Symbool	1. Analyse van het bedrijf	2. Initiëren dialoog	3. Voeren dialoog	4. Toezegging bedrijf	5. Aanpassen beleid	6. Afronding dialoog
	Afgerond	Brief verzonden en ontvangst bevestigd	Gesprekken ingepland of gevoerd	Voorstel beleidswijziging beoordeeld en akkoord	Beleidswijziging doorgevoerd	Dialoog succesvol afgerond
	Gestart	Brief verzonden	Gesprekken nog niet ingepland	Voorstel beleidswijziging beoordeeld en nog niet akkoord	Beleidswijziging wordt doorgevoerd	Dialoog onsuccesvol afgerond
			Gesprek afgewezen	Voorstel beleidswijziging nog niet beoordeeld	Beleidswijziging wordt niet doorgevoerd	Dialoog tussentijds beëindigd
	Statuswijziging in rapportageperiode					
	Statuswijziging in rapportageperiode					


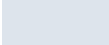


3.3. Tussentijdse evaluatie

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

In de evaluatie gebruiken we vier kleurcodes die we hieronder kost 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.	<i>Na 1 jaar</i>	<i>100%</i>	ja
		Voor 100% van de bedrijven is de brief met doelstellingen verzonden.	<i>Na 1 jaar</i>	<i>100%</i>	ja
		Voor 90% van de bedrijven zijn minimaal 3 gesprekken gevoerd (niet alle bedrijven blijken ook na meerdere pogingen responsief).	<i>Na 3 jaar</i>	<i>100%</i>	ja
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	<i>Na 3 jaar</i>	<i>80% na 3,4 jaar</i>	ja

3.4. Individuele casussen

HORMEL FOODS | WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN

VOEDINGSINDUSTRIE VERENIGDE STATEN	WATER
ESG SCORE MSCI AA	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: B-	MIJLPAAL 5

Relevantie en doelstelling	<p>Hormel Foods is een voedingsproducent uit de Verenigde Staten. De onderneming is met name actief op het gebied van de verwerking van vlees. Zo is de onderneming de uitvinder van Spam. De onderneming is echter ook de producent van andere voedingsmiddelen. Zo kocht de onderneming in 2013 het pindakaasmerk Skippy van Unilever.</p> <p>Met name via de toeleveringsketen voor haar vleesproducten heeft de onderneming een grote watervoetafdruk. Daarnaast heeft de onderneming een grote blootstelling aan waterrisico's, aangezien een belangrijk deel van haar productieketens in het droge midwesten van de Verenigde Staten zijn gelegen. De onderneming heeft voor haar eigen productielocaties reductie doelen voor watergebruik en het heeft een onderzoek gedaan naar de waterrisico's voor haar toeleveranciers. Uit onze analyse blijkt echter dat de onderneming deze inzichten nog moet omzetten naar concrete acties voor zichzelf en haar toeleveranciers.</p>
Voortgang	<p>Na de afronding van ons vooronderzoek hebben we in november 2019 de brief naar Hormel Foods verstuurd om de engagement te initiëren. Het heeft enige tijd en diverse e-mail en telefoongesprekken geduurd voordat er een dialoog tot stand kwam in april 2020. Deze dialoog was echter open en constructief. De onderneming bleek actiever op het onderwerp dan uit de rapportages was op te maken en stond open voor suggesties vanuit onze kant. Interessant is dat de onderneming werkt aan nieuwe doelen op het gebied van water. Op uitnodiging van Hormel Foods hebben we na het gesprek een aantal suggesties gedaan om het beleid te verbeteren. Zo hebben we voorgesteld om doelen te stellen om het gebruik van water in de toeleveringsketen te verminderen. Daarnaast hebben we de onderneming geadviseerd haar samenwerking met belanghebbenden en agrariërs in één stroomgebied ook te vertalen naar andere stroomgebieden en ook actief de samenwerking te zoeken via diverse internationale initiatieven, zoals het CEO Water Mandate.</p> <p>Het tweede gesprek met Hormel Foods vond plaats op 5 oktober 2020. Tijdens dit gesprek heeft Hormel Foods meer verteld over het nieuwe waterbeleid dat in ontwikkeling is. De onderneming wil hierbij ambitieuzere doelen stellen op het gebied van zowel waterkwaliteit als kwantiteit. Tijdens het gesprek bleef helaas onduidelijk in hoeverre deze doelen ook vertaald worden naar hun toeleveringsketens. Positief was dat de onderneming voornemens is om zich meer te richten op een aanpak in haar 6 belangrijkste stroomgebieden. Een suggestie die we ook in het eerste gesprek hadden gedaan.</p> <p>Dit voornemen is in 2021 ook daadwerkelijk in het beleid verankert onder de vlag "20 by 30 challenge". Zo breidt Hormel het werk met haar agrarische toeleveranciers uit voor onder andere water management van één naar zes stroomgebieden. Deze stap was een wens vanuit DEN die we ook met hen bespraken. Daarnaast stelt de onderneming voor het eerst ook doelen op het gebied van waterkwaliteit bij haar eigen productielocaties. De nieuwe doelen riepen echter ook vragen op, namelijk (1) welke stappen Hormel in de praktijk gaat zetten om deze doelen te halen, (2) welk tijdspad hier bij hoort en (3) of het bestuur hierop afgerekend wordt. Hormel heeft in de dialoog aangegeven hierover meer te rapporteren in het duurzaamheidsrapport. In het duurzaamheidsrapport van september 2021 werd dat echter nog onvoldoende gedaan. We hebben daarom bij Hormel gevraagd voor een nieuw engagement gesprek in het de eerste helft van 2022.</p> <p>We hebben in ons gesprek in de eerste helft van 2022 de onderneming gevraagd waarom het nog niet over de voortgang rapporteerde in haar laatste jaarverslag. Hormel Foods liet weten dat dit in de aankomende rapportage wel het geval zal zijn. De onderneming liet daarnaast weten dat het binnenkort een label lanceert, wat de doelstelling heeft een positieve impact te hebben op water, klimaat en biodiversiteit. Onder andere door de bodemkwaliteit, CO2-vastlegging en watervasthoudend vermogen te monitoren door de keten heen. We hebben Hormel gevraagd of ze de lessen hieruit ook breder in de organisatie gaan toepassen. Het antwoord was positief, maar nog niet concreet. In ons gesprek hebben we daarnaast gesproken over ESG-thema's, zoals water, een plek kunnen krijgen in het beloningsbeleid.</p> <p>In het najaar van 2022 hebben we Hormel Foods een brief gestuurd met concrete handreikingen voor het integreren van ESG doelstellingen in het beloningsbeleid. Dit aangezien de evaluatie van het beloningsbeleid in het najaar van 2022 plaatsvond. In een gesprek dat hierover plaatsvond met de onderneming heeft Hormel Foods laten weten inderdaad een deel van haar ESG-doelstellingen in haar beloningsbeleid een plek te geven. In eerste instantie zal de onderneming zich richten op klimaat en diversiteit. Specifieke waterdoelstellingen worden bij een volgende evaluatie overwogen. Aangezien ESG-doelstellingen nu voor het eerst een plek krijgen in het beloningsbeleid, zien we dit toch als een extra stap vooruit.</p>
Conclusie	<p>We hebben een open en constructieve dialoog gehad met Hormel Foods. De doelstellingen op het gebied van water zijn aangescherpt en ook in de praktijk zet de onderneming stappen. Zo heeft het in de belangrijkste stroomgebieden projecten opgezet en werkt het samen met toeleveranciers om het watergebruik te verminderen. Hoewel het thema Water nog geen plek heeft gekregen in het beloningsbeleid, gebeurt dit voor de ESG doelstellingen Klimaat en Biodiversiteit wel voor de eerste keer. We sluiten deze engagement dan ook positief af.</p>

KLEDING EN LUXE GOEDEREN FRANKRIJK	WATER
ESG SCORE MSCI AA	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: A	MIJLPAAL 5
Relevantie en doelstelling	<p>Louis Vuitton Moët Hennessy (ofwel LVMH) is een Franse producent van luxe producten zoals kleding, cognac, lederwaren en champagne. De onderneming heeft ook wereldwijd eigen winkels en verkoopkanalen. Watergebruik is bij verschillende toeleveringsketens van de onderneming een relevant thema, bijvoorbeeld bij de productie van leer, katoen en wijn. Hoewel de onderneming doelstellingen heeft op het gebied van water, ontbrak bij de start van onze engagement een sterk corporate beleid rondom water (en uitvoering). Dit blijkt tevens uit de op dat moment lage CDP Water Score (C).</p>
Voortgang	<p>Met LVMH hebben we in 2019 een eerste gesprek gehad, in samenwerking met andere investeerders die actief zijn in de PRI werkgroep rondom watergebruik. In deze call heeft LVMH toegelicht welke risico's zij zien en welke stappen ze zetten.</p> <p>LVMH erkende dat water een belangrijk thema is voor de verschillende productieketens van de onderneming. Zo benoemde de onderneming de problematiek rondom een aantal wijnbouwgebieden. Ook voorziet de onderneming risico's voor de toeleveringsketens van katoen en wol. Specifiek voor wol noemde de onderneming de risico's op branden in Australië.</p> <p>De onderneming kon voorbeelden geven van hoe het binnen een aantal ketens actief is op het thema water. Het was echter lastig om een overkoepelend beleid, en rapportage daarover, te identificeren. Een belangrijke reden hiervoor is dat de onderneming is onderverdeeld in zogenaamde "huizen" die zich met verschillende producten bezig houden. Dat maakt het lastig om een overkoepelend beleid op water te voeren en ook van elkaar te leren. Dit is een relevant thema voor het vervolg van deze dialoog.</p> <p>Op 17 november 2020 heeft het tweede gesprek met de onderneming plaatsgevonden. De onderneming heeft hierbij meer verteld over het nieuwe duurzaamheidsbeleid voor de jaren na 2020. LVMH wil in dit beleid op de thema's klimaat en biodiversiteit nieuwe doelen stellen, onder andere op basis van een analyse van het watergebruik in de keten. Ook wil de onderneming een actievere rol gaan spelen in haar toeleveringsketens en transparanter hierover zijn, ook op het gebied van watergebruik.</p> <p>LVMH heeft begin 2021 haar nieuwe duurzaamheidsbeleid daadwerkelijk gepubliceerd. De nadruk ligt in dit beleid met name op het gebied van klimaat en biodiversiteit, maar in de uitwerking daarvan is een zeer gedegen koppeling gemaakt met watergebruik. Zo rapporteert het haar watergebruik voor zowel de eigen productie als haar toeleveringsketen. De stappen die LVMH in haar beleid heeft gemaakt werden bevestigd in het gesprek dat we in november 2021 hadden met de onderneming. De onderneming ziet het nieuwe beleid duidelijk niet als een eindpunt, maar als startpunt om haar waterverbruik in haar productieketens te reduceren, zeker in gebieden waar waterschaarste heerst.</p>
Conclusie	<p>We zien dat LVMH een uniform beleid, over de diverse bedrijfsonderdelen heen, heeft vastgesteld waarin water een belangrijke rol speelt. Ook de doelstellingen en rapportage over watergebruik in de keten zijn best-practices. We sloten deze engagement dan ook positief af in de eerste helft van 2022.</p>

VOEDINGSPRODUCTEN ZWITSERLAND	WATER
ESG SCORE MSCI AA	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: B	MIJLPAAL 5

Relevantie en doelstelling	<p>Nestlé is wereldwijd de grootste producent van voedingsmiddelen. De onderneming is gevestigd in Zwitserland en wereldwijd actief. De onderneming is onder andere actief op het gebied van koffie, chocolade, babyvoeding, bronwater, specerijen en diervoeding. De onderneming erkent dat toegang tot water nu en in de toekomst van belang is. De onderneming heeft dan ook doelen en programma's op dit thema. De doelen liepen echter tot 2020. Daarom gaan we het gesprek aan met de onderneming over hoe deze doelen richting de toekomst aangescherpt kunnen worden.</p>
Voortgang	<p>Met Nestlé hebben we in 2019 een eerste initiërend gesprek gehad. De onderneming vertelde in dit gesprek meer over de manier waarop zij met het watergebruik in haar productieketen omgaat. Het gesprek had een positieve afdrank en de onderneming is actief met dit onderwerp aan de slag gegaan. Zo werkt de onderneming actief aan het doorvoeren van de aanbevelingen van de Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD). De onderneming kon in het gesprek echter nog niet aangeven of en hoe zich dat zal vertalen naar het thema water in de verschillende ketens en stroomgebieden waarin het actief is. We zouden het als belangrijke stap zien als Nestlé zou rapporteren over de impact die het heeft in de diverse stroomgebieden waar het actief is. Juist omdat de locatie van watergebruik van groot belang is op dit thema, zou dit de rapportage van Nestlé versterken.</p> <p>In de eerste helft van 2020 hebben we een tweede gesprek gehad met de onderneming. Het hoofdonderwerp was het ontwikkelen van nieuwe doelen op het gebied van watergebruik, aangezien de huidige doelen in 2020 aflopen. We hebben de onderneming hierbij gevraagd om meer te rapporteren over de regio's waar de onderneming de grootste risico's ziet op het gebied van watergebruik en daarop te gaan sturen. De onderneming stond open voor onze suggesties en heeft toegezegd om de concept-doelen met ons en andere investeerders te delen en te bespreken.</p> <p>In 2021 zagen we dat onderneming enkele nieuwe doelstellingen op het gebied van water heeft gezet, echter wel maar voor delen van haar activiteiten. We hebben Nestlé daarom tijdens een gesprek in november 2021 opgeroepen om ook voor haar toeleveringsketens ambitieuzere waterdoelen te stellen en ook transparanter te zijn over haar waterrisico's en impact. De onderneming stond hiervoor open en liet weten dat hier intern over gesproken werd. Nestlé liet echter nog in het midden of het deze doelen ook daadwerkelijk in 2022 zal publiceren.</p> <p>In de eerste helft van 2022 konden we inbreng leveren bij een informeel ronde tafelgesprek met de voorzitter van de Raad van Bestuur van Nestle. We hebben tijdens dit gesprek ook gevraagd om de doelen op het gebied van water uit te breiden naar de toeleveringsketens van Nestlé.</p> <p>Met Nestlé hadden we in de tweede helft van 2022 geen formeel gesprek, maar hebben we via e-mail contact gehouden om nieuwe doelen te stellen op het gebied van water voor de toeleveringsketens. Nestlé heeft inderdaad deze stap gezet. De onderneming heeft als doel gesteld haar agrarische toeleveringsketens duurzaam te maken. Hierbij wordt gekeken naar meerdere aspecten, van bodemkwaliteit, CO2 uitstoot tot watergebruik. Voor water is de ambitie binnen deze aanpak om niet meer water gebruiken dan het watersysteem aan kan. Deze doelstellingen worden de komende jaren vertaald naar de praktijk en naar de agrarische toeleveranciers. Voor agrarische grondstoffen is het doel in 2025 20% van de ingekochte producten hieraan te laten voldoen en in 2050 50%. Als eerste stap gaat Nestlé in 2023 rapporteren over de voortgang bij de volgende grondstoffen; zuivelproducten, koffie en graan dat gebruikt wordt voor babyvoeding. Ook in een e-mail richting DEN heeft de Nestlé deze stappen bevestigd.</p>
Conclusie	<p>De nieuwe doelen voor watergebruik in de toeleveringsketen waren een belangrijke doelstelling in onze engagement. We sluiten deze engagement dan ook met succes af.</p>

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% van het geproduceerde plastics op de vuilnisbelt of het milieu terecht⁴ ⁵. Niet alleen hebben deze afvalstromen een grote impact op het milieu, maar ze leiden ook tot het verlies van waardevolle grondstoffen en kosten.

4.1. Introductie thema

Achtergrond van thema

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 Sustainable Development Goals (SDGs). 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.

Belangrijk onderwerp binnen de SDGs

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

Voor welke sectoren is dit thema relevant?

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

- Deze ondernemingen in diverse landen actief zijn, ook in landen waar de regelgeving minder streng is;

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>

- De restaurantsector te maken heeft met meerdere typen 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.

Welke ondernemingen zijn geselecteerd voor engagement?

Om focus aan te brengen in ons engagement programma hebben we vijf ondernemingen geselecteerd op basis van de volgende uitgangspunten:

- 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.

TABEL 4.1.1 GESELECTEERDE ONDERNEMINGEN

Naam Onderneming	Land	Sector	ESG Rating	MSCI Score op afval management (gemiddelde sector 3,8)
Avery Dennison Corporation	US	Containers & Packaging	BBB	6,6 (Packaging Material & Waste)
GFL Environmental	CA	Commercial Services & Supplies	B	3,3 (Toxic emissions & waste)
Restaurant Brands International Inc	CA	Hospitality sector	BB	5,5
Yum! Brands Inc.	US	Hospitality sector	BBB	3,7
Chipotle Mexican Grill Inc	US	Hospitality sector	BBB	4,0

Doelstellingen

Er zijn verschillende stappen die ondernemingen op het thema kunnen zetten. Het zetten van één of meer van onderstaande stappen is daarom de hoofddoelstelling van het engagementtraject. Op basis van de eerste gesprekken worden per onderneming de doelstellingen verder gedetailleerd.

Governance: Erkent de onderneming het probleem en heeft de onderneming beleid en doelstellingen op onderdelen van het thema. Denk bijvoorbeeld aan:

- Beleid en doelstellingen rondom wegwerpplastic;
- Beleid en doelstellingen op de inzameling en verwerking van afval en gebruik van reststromen;
- Beleid en doelstellingen adresseren zowel eigen vestigingen als franchisenemers en alle markten waarin de onderneming actief is.

Monitoring: De onderneming monitort de afvalstromen en rapporteert over haar afvalstromen. Van belang zijn hierbij:

- Zowel inkomende stromen (hoeveelheid gebruikt plastic, verpakkingsmateriaal, voeding) als 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.

Implementatie: De onderneming toont aan dat er in de praktijk 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.

Samenwerking in de keten: De onderneming werkt aantoonbaar samen met:

- Sectorgenoten;
- Haar toeleveranciers;
- De verwerkers van haar reststromen;
- Stakeholders zoals NGOs 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 eventuele franchisenemers);
- Reststromen en de mate waarin deze worden hergebruikt, verwerkt of in het milieu terecht komen.

Voortgang

In de tweede helft van 2022 hebben we met alle drie de restaurantketens; Restaurants Brands International, Yum Brands en Chipotle Mexican Grill gesprekken gevoerd. Daarnaast hebben we de ondernemingen GFL Environmental en Avery Dennisons aan dit programma toegevoegd.

Restaurant Brands International

Het kostte enige moeite om het 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, maken 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 vertelde de onderneming 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. Ze lieten weten graag het gesprek begin 2023 voort te zetten en lijken open te staan voor onze feedback.

Yum! Brands

Yum! Brands is onder meer de eigenaar van de ketens Pizza Hut en Taco Bell. Bij de onderneming 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 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. De onderneming is in vele landen actief, maar gaf 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 onze gesprek hebben we Yum! Brands nog een mail nagestuurd met onze aanbevelingen en suggesties, aangezien ze op dit moment hun duurzaamheidsstrategie evalueren.

Chipotle

Bij Chipotle staat afval in de materialiteitsanalyse, echter staat dit thema wel relatief laag in de prioritering. Chipotle liet als reactie op onze vragen hierover weten dat ze binnenkort een nieuwe materialiteitsanalyse publiceren. Het is zeer waarschijnlijk dat het onderwerp afval, maar ook andere onderwerpen zoals klimaat, dan een hogere prioriteit gaat krijgen. Chipotle geeft op dit moment 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.

GFL Environmental

GFL Environmental is een Canadese onderneming en is in zowel Canada als de Verenigde Staten actief. De onderneming heeft 450 hubs voor het verzamelen van afval en 90 vuilnisbelten. Qua duurzaamheidsbeleid lijkt de onderneming minder ver te zijn dan haar sectorgenoten. De onderneming heeft weliswaar een duurzaamheidsverslag en rapporteert ook een aantal cijfers wat betreft recycling, maar lijkt hierop geen heldere doelstellingen of strategie te hebben. Wij hebben de onderneming in december 2022 een brief gestuurd om de engagement te initiëren.

Avery Dennison

Avery Dennison is een Amerikaanse onderneming die verschillende type voor verpakkingen label, wrappings en inventaris oplossingen biedt voor een breed scala aan sectoren. De onderneming heeft daarmee in potentie een belangrijke sleutel in handen om restaurants en afvalverwerkers te faciliteren hun afvalstromen te verminderen. Wij sturen begin 2023 een brief om deze engagement op te starten.

Vervolg

In de eerste helft van 2023 richten we ons op de eerste gesprekken met GFL Environmental en Avery Dennison. Daarna gaan we de eerste ronde gesprekken evalueren en de doelstellingen per onderneming verfijnen. Dit zal de basis vormen voor de tweede ronde gesprekken.

4.2. Voortgang thema

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

	Onderneming	Land	Mijlpaal					
			1.	2.	3.	4.	5.	6.
1	Chipotle Mexican Grill, Inc.	Verenigde Staten						
2	Restaurant Brands International Inc	Canada						
3	Yum! Brands, Inc.	Verenigde Staten						
4	GFL Environmental	Canada						
5	Avery Dennison Corporation	Verenigde Staten						

Symbool	1. Analyse van het bedrijf	2. Initiëren dialoog	3. Voeren dialoog	4. Toezegging bedrijf	5. Aanpassen beleid	6. Afronding dialoog
	Afgerond	Brief verzonden en ontvangst bevestigd	Gesprekken ingepland of gevoerd	Voorstel beleidswijziging beoordeeld en akkoord	Beleidswijziging doorgevoerd	Dialoog succesvol afgerond
	Gestart	Brief verzonden	Gesprekken nog niet ingepland	Voorstel beleidswijziging beoordeeld en nog niet akkoord	Beleidswijziging wordt doorgevoerd	Dialoog onsuccesvol afgerond
			Gesprek afgewezen	Voorstel beleidswijziging nog niet beoordeeld	Beleidswijziging wordt niet doorgevoerd	Dialoog tussentijds beëindigd
	Statuswijziging in rapportageperiode					
	Statuswijziging in rapportageperiode					

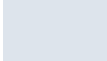


4.3. Tussentijdse evaluatie

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 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 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	33% na 0,7 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 0,7 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 1

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 gaan begin 2023 het engagement initiëren door middel van een eerste brief, inclusief verzoek voor een engagementgesprek. Een belangrijk thema in onze brief en gesprekken zal zijn hoe de onderneming haar klanten faciliteert om de transitie naar een circulaire economie te maken.
Vervolg	We zullen de engagement met Avery Dennison in H1 2023 initiëren en tevens inzetten op een eerste gesprek in deze periode.

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 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.</p> <p>Chipotle geeft op dit moment 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 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.</p>
Vervolg	<p>Na afronding van de eerste 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 EMISSIES & AFVAL : 3.3	MIJLPAAL 2

Relevantie en doelstelling	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.
Voortgang	Op 15 december 2022 hebben wij een brief gestuurd naar GFL Environmental om de engagement te starten. De onderneming heeft hier positief op gereageerd en in januari 2023 zal het eerste gesprek plaatsvinden.
Vervolg	De onderneming heeft laten weten met ons in januari 2023 het gesprek aan te willen gaan. Op basis van dit gesprek en de evaluatie van de eerste ronde gesprekken, zullen wij onze doelstellingen voor de onderneming verfijnen en een tweede gesprek plannen.

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

Relevantie en doelstelling	<p>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.</p>
Voortgang	<p>Het kostte enige moeite om het 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.</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.</p> <p>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. Ze lieten weten graag het gesprek begin 2023 voort te zetten en lijken open te staan voor onze feedback.</p>
Vervolg	<p>Na afronding van de eerste 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>

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	Na afronding van de eerste serie gesprekken op dit thema maken we de balans op en stellen we bedrijfsspecifieke doelen op. Op basis hiervan gaan we een vervolgesprek inplannen.

5. Lijst van ondernemingen

	Onderneming	Sector	Land van herkomst	Engagement omschrijving
1	Avery Dennison Corporation	Duurzame consumptiegoederen	Verenigde Staten	DEN: Afval & Circulaire Economie
2	Chipotle Mexican Grill, Inc.	Duurzame consumptiegoederen	Verenigde Staten	DEN: Afval & Circulaire Economie
3	Davide Campari-Milano S.P.A.	Niet-duurzame consumptiegoederen	Italië	Water in de toeleveringsketen
4	GFL Environmental	Nutsbedrijven	Canada	DEN: Afval & Circulaire Economie
5	Hormel Foods Corporation	Niet-duurzame consumptiegoederen	Verenigde Staten	Water in de toeleveringsketen
6	Kraft Heinz Company	Niet-duurzame consumptiegoederen	Verenigde Staten	Water in de toeleveringsketen
7	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE	Duurzame consumptiegoederen	Frankrijk	Water in de toeleveringsketen
8	Nestlé S.A.	Niet-duurzame consumptiegoederen	Zwitserland	Water in de toeleveringsketen
9	Restaurant Brands International Inc	Duurzame consumptiegoederen	Canada	DEN: Afval & Circulaire Economie
10	Yum! Brands, Inc.	Duurzame consumptiegoederen	Verenigde Staten	DEN: Afval & 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.