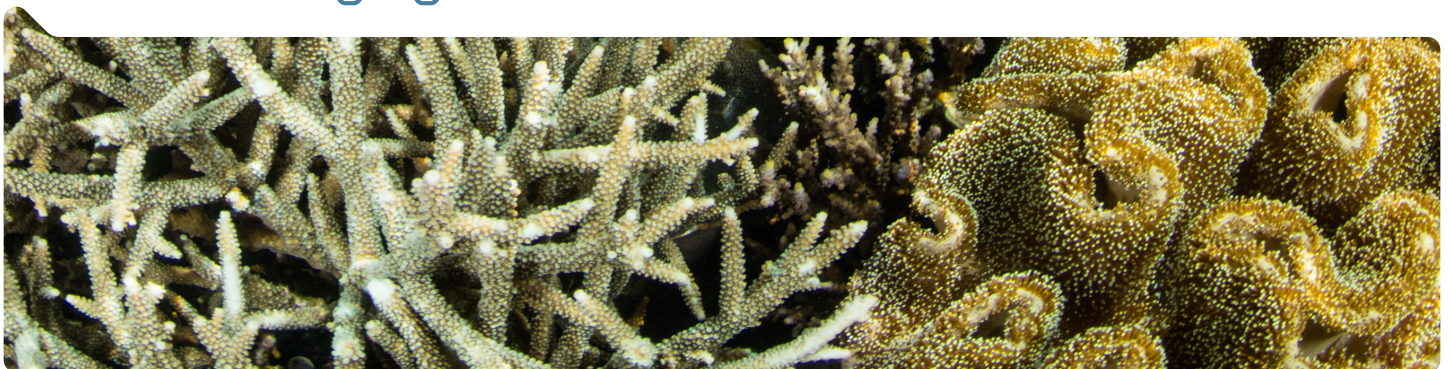




Voortgang Thematische Dialogen juli - december 2021

Dutch Engagement Network



Opgesteld voor:
Dutch Engagement Network (DEN)

Inhoudsopgave

	Managementsamenvatting	04
1.	Thematische dialoog	07
2.	Voortgang thema's	09
	3.4. Individuele profielen	17
4.	Lijst van ondernemingen	22
5.	Afkortingenlijst	23

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, per 1 juli 2021, Ahold Delhaize Pensioenfondsen. 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. DEN richt zich hierbij op het thema "Water". In het tweede halfjaar van 2021 bestaat het engagementprogramma uit één engagementthema, namelijk 'Water in de toeleveringsketen'. DEN onderzoekt echter het opstarten van een tweede engagementthema op het gebied van afval en circulaire economie.

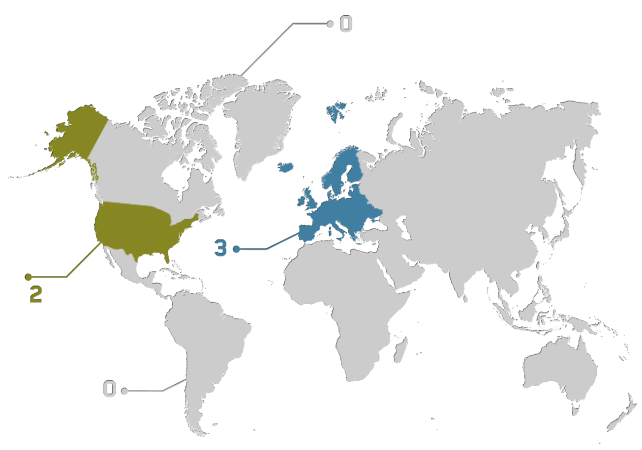
We doen gedegen onderzoek om de bedrijven te selecteren waarmee de dialoog het meest kansrijk is en om de dialoog goed voor te bereiden.

TABEL 1 AANTAL DIALOGEN NAAR THEMA

Thema	%
Water in de toeleveringsketen	100%

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 toont de regionale verdeling van ondernemingen in het thematische engagementprogramma.

FIGUUR 1 REGIOVERDELING



In het afgelopen halfjaar is 31 keer inhoudelijk contact geweest met de 5 ondernemingen; Homel Foods, Kraft Heinz, Nestlé, LVMH en Davide-Campari. Daarnaast is veel tijd gestoken in het doen van onderzoek en bedrijfs- en sectoranalyses.

Hieronder vindt u een geaggregeerd overzicht over alle lopende thematische engagements. In de thematische hoofdstukken wordt voor elk thema afzonderlijk gedetailleerder ingegaan op de doelstellingen, de gesprekken en de uitkomsten per thema. Deze hoofdstukken bevatten ook specifieke profielen van ondernemingen met meer gedetailleerde achtergrondinformatie.

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

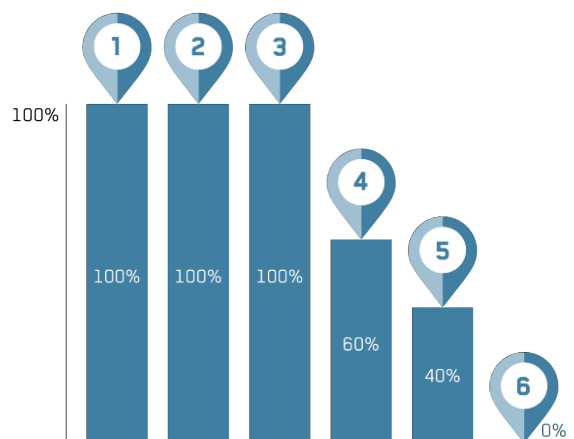
Ten aanzien van de bedrijven die zijn geselecteerd voor het thematische engagementprogramma is:

- voor 100% de eerste mijlpaal bereikt, namelijk het voorbereidend onderzoek afgerond.
- voor 100% 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 door 100% van de ondernemingen positief op onze vraag gereageerd. De dialoog is gaande.
- voor 60% de vierde mijlpaal bereikt, namelijk de toezegging van de onderneming.
- voor 40%¹ de vijfde mijlpaal bereikt, wat betekent dat er een aanpassing is geweest in het beleid & proces.

Samenvattend zien we bij LVMH en Hormel goede voortgang. Bij Nestlé zijn de gesprekken constructief, maar moeten we nog zien of dit zich vertaalt in toezeggingen en concrete stappen. Bij Kraft Heinz hopen we meer inzicht te krijgen in de voortgang in de eerste helft van 2022. Bij Davide-Campari zien we dat er, ondanks onze gesprekken, nog stappen nodig zijn en zullen we in de eerste helft van 2022 de druk opvoeren.

FIGUUR 2



	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	Nestle S.A.	Zwitserland	🚩	🚩	🚩	🚩		

Symbol	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	
🚩			Gesprek afgewezen	Voorstel beleidswijziging nog niet beoordeeld	Beleidswijziging wordt niet doorgevoerd	Dialoog tussentijds beëindigd
🚩	Statuswijziging in rapportageperiode					
🚩	Statuswijziging in rapportageperiode					

¹ Bij de berekening van dit percentage wordt gekeken naar zowel mijlpaal 4 en 5. In onze kwalitatieve duiding geven we meer inzicht in de mate van impact van de toezeggingen en de mate waarin deze al in de praktijk zijn gebracht door de onderneming.



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 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		
		

SDG's

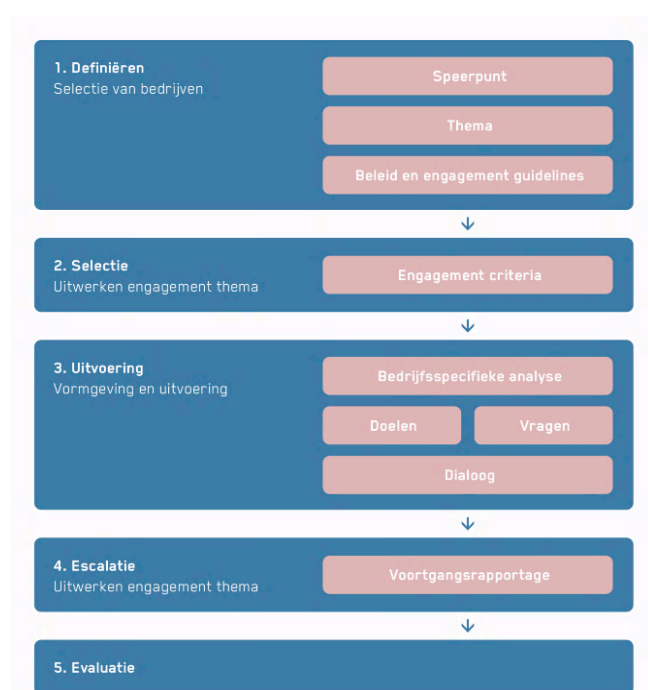
Binnen het engagementprogramma -op het niveau van individuele thema's- stellen wij doelen op. Wij hechten er belang aan om onze doelstellingen daar waar mogelijk en relevant te koppelen aan de Sustainable Development Goals. Deze duurzame ontwikkelingsdoelstellingen zijn in 2015 door de VN vastgesteld 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 SDG's 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 SDG's 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 zes 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 ESGanalyses 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 5 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 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

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. 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 conflicten². 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 Sustainable Development Goals

Ook in de SDG's is goede omgang met water een belangrijke thema. Specifiek voor de toeleveringsketens van ondernemingen zijn er een aantal relevante onderliggende doelen;

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.

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**.

² <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2019>

SDG Leven in het Water

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

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 daarvan³. 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% van het watergebruik wereldwijd en daarmee zowel de agrarische sector, dranken- en voedingsproducenten en kledingindustrie een grote rol spelen⁴;
- 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.

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

³ Treading Water: Corporate Responses to Rising Water Challenges, Carbon Disclosure Project, 2018

⁴ Food Products Industry Report, MSCI, 2019

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	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	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 2021 engagement gesprekken gevoerd met Campari, Nestlé en LVMH.

In november 2021 vond het derde gesprek plaats met Campari. We zien dat Campari achterloopt op het gebied van water management en ondanks eerdere gesprekken en vragen op de aandeelhoudersvergadering onvoldoende stappen zet. We hebben deze boodschap tijdens het gesprek overgebracht en werken aan vervolgstappen om meer druk uit te oefenen richting de aandeelhoudersvergadering van Campari in 2022.

LVMH heeft begin 2021 haar nieuwe duurzaamheidsbeleid 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 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.

Met Nestlé hebben in november gesproken. Nestlé heeft verschillende nieuwe duurzaamheidsdoelstellingen gepubliceerd, aangezien de meeste doelen in 2020 afliepen. Ook op watergebied heeft de onderneming enkele nieuwe doelstellingen gezet, echter wel maar voor delen van haar activiteiten. We hebben Nestlé opgeroepen om ook voor haar toeleveringsketens ambitieuze 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.

Vervolgstappen

We zullen met de ondernemingen in de eerste helft van 2022 vervolgesprekken inplannen.

Kraft Heinz hebben we afgelopen halfjaar zes maal benaderd voor een gesprek. Hierop is na meerdere herinneringen positief geantwoord, maar tot op heden heeft de onderneming nog geen datum voorgesteld. We blijven hier ook in 2022 achteraan zitten om zo snel mogelijk een vervolgesprek in te plannen.

Daarnaast zullen we voor Campari kijken of we, bijvoorbeeld in samenwerking met andere investeerders, onze dialoog

meer kracht bij kunnen zetten richting de
aandeelhoudersvergadering.

Aangezien LVMH duidelijke stappen heeft gezet, zal DEN
bespreken of we de engagement met de onderneming zullen
afronden en een andere onderneming in plaats van LVMH in
het engagement programma zullen opnemen.

3.2. Voortgang thema

Per eind december 2021 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	
			Gesprek afgewezen	Voorstel beleidswijziging nog niet beoordeeld	Beleidswijziging wordt niet doorgevoerd	Dialoog tussentijds beëindigd
	Statuswijziging in rapportageperiode					
	Statuswijziging in rapportageperiode					

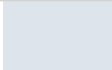
3.3. Tussentijdse evaluatie

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. De resultaten worden 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. Deze kwalitatieve duiding vindt jaarlijks plaats in het rapport over het tweede halfjaar.

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% na 1,8 jaar	ja
		Voor 100% van de bedrijven is de brief met doelstellingen verzonden.	Na 1 jaar	100% na 1,8 jaar	ja
		Voor 90% van de bedrijven zijn minimaal 3 gesprekken gevoerd (niet alle bedrijven blijken ook na meerdere pogingen responsief).	Na 3 jaar	100% na 1,8 jaar	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	Na 3 jaar	60% na 1,8 jaar	ja

3.4. Individuele profielen

HORMEL FOODS | WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN

VOEDINGSINDUSTRIE VERENIGDE STATEN	WATER
ESG SCORE MSCI AA	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: B-	MIJLPAAL 4
Relevantie en doelstelling	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. 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 heeft een onderzoek gedaan naar de waterrisico's voor de toeleveranciers van de onderneming. Uit onze analyse blijkt echter dat de onderneming deze inzichten uit deze analyse wel nog om moet zetten in concrete acties voor zichzelf en haar toeleveranciers.
Voortgang	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 en 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. 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 nu in ontwikkeling is. De onderneming wil hierbij ambitieuzere doelen stellen op het gebied van zowel waterkwaliteit als kwantiteit. Tijdens het gesprek bleef helaas wel onduidelijk in hoeverre deze doelen ook vertaald worden naar hun toeleveringsketens. Positief was in ieder geval dat de onderneming voornemens was om zich meer te richten op een aanpak in de 6 belangrijkste stroomgebieden voor de onderneming. Een suggestie die we ook in het eerste gesprek hadden gedaan. 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 op het gebied van onder andere water management uit van één naar zes stroomgebieden. Deze stap was een wens vanuit DEN die we ook met hen bespraken in onze engagement gesprekken. Daarnaast stelt de onderneming voor het eerst ook doelen op het gebied van waterkwaliteit bij haar eigen productielocaties. De nieuwe doelen riepen echter ook een aantal 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 dat in september 2021 werd dat echter nog onvoldoende gedaan. We hebben daarom bij Hormel gevraagd voor een nieuw engagement gesprek.
Vervolg	Hormel Foods heeft ons laten weten dat ze graag in maart 2022 weer het gesprek met DEN aangaan.

MSCI SECTOR-ANALYSE

Onderneming	Kwaliteit Water Management (1-10)
LVMH	5.7
Nestlé	5.6
The Kraft Heinz Company	4.7
Hormel Foods	4.2
Davide Campari-Milano S.P.A.	2.8

KLEDING EN LUXE GOEDEREN FRANKRIJK	WATER
ESG SCORE MSCI A	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: A-	MIJLPAAL 5

Relevantie en doelstelling	Louis Vuitton Moët Hennessy (ofwel LVMH) is een Franse producent van luxeproducten 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 water beleid (en uitvoering). Dit blijkt tevens uit de op dat moment lage CDP Water Score (C).
Voortgang	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 nu zetten. 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. 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. 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 waar de onderneming nu aan werkt. LVMH wil in dit beleid onder andere op de thema's als 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 hier transparanter over zijn, ook op het gebied van watergebruik. 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.
Vervolg	DEN zal de implementatie van het duurzaamheidsbeleid van LVMH in 2022 kritisch volgen en besluiten of deze engagement wordt afgesloten.

MSCI SECTOR-ANALYSE

Onderneming	Kwaliteit Water Management (1-10)
LVMH	5.7
Nestlé	5.6
The Kraft Heinz Company	4.7
Hormel Foods	4.2
Davide Campari-Milano S.P.A.	2.8

VOEDINGSINDUSTRIE VERENIGDE STATEN	WATER
ESG SCORE MSCI: BBB	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: B-	MIJLPAAL 3

Relevantie en doelstelling	Kraft Heinz is een grote voedingsproducent uit de Verenigde Staten. De onderneming is wereldwijd actief, zowel qua verkoop van haar producten als haar productieketens. In Nederland is de onderneming o.a. bekend van merken als De Ruijter, Brinta, Honig, Roosvicee en Heinz tomatenketchup. Het onderwerp water staat op de radar van de onderneming. Zo wordt het onderwerp prominent genoemd in haar materialiteitsanalyse. De onderneming kan echter nog verschillende stappen zetten op het thema. Zo kan Kraft Heinz met name het watergebruik in haar toeleveringsketens beter in kaart brengen, doelen opstellen en meer actie ondernemen op het thema.
Voortgang	Na de afronding van ons vooronderzoek hebben we in november 2019 de brief naar Kraft Heinz verstuurd om de engagement te initiëren. We hebben Kraft Heinz hierna diverse malen benaderd voor een gesprek. Uiteindelijk heeft de onderneming gereageerd dat het met ons in gesprek wil. Dit gesprek heeft plaatsgevonden op 29 september 2020, net nadat de onderneming via een webinar voor institutionele beleggers haar nieuwe strategie heeft gepresenteerd. Ondanks dat het een relatief kort gesprek was, was de sfeer open en constructief en daarmee hopelijk een goede basis voor een vervolg. Tijdens het gesprek heeft Kraft Heinz meer verteld over de manier waarop ze haar watergebruik analyseert en aanpakt. De onderneming heeft een aantal projecten lopen op het gebied van watergebruik in haar toeleveringsketen. Echter, er lijkt hier nog geen gestructureerde aanpak te zijn en het ambitieniveau van de nieuwe doelstellingen kan hoger. Positief is wel dat Kraft Heinz recent lid is geworden van het CEO Water Mandate, waarin ondernemingen samenwerken om hun watermanagement en transparantie daarover te vergroten. We hebben in de tweede helft van 2021 Kraft Heinz meerder malen benaderd voor een gesprek. Daar is na enig aandringen een positieve reactie op gekomen, de onderneming heeft echter nog geen data voorgesteld voor een gesprek.
Vervolg	We zullen blijven aandringen op een gesprek in de eerste helft van 2022.

MSCI SECTOR-ANALYSE

Onderneming	Kwaliteit Water Management (1-10)
LVMH	5.7
Nestlé	5.6
The Kraft Heinz Company	4.7
Hormel Foods	4.2
Davide Campari-Milano S.P.A.	2.8

VOEDINGSPRODUCTEN ZWITSERLAND	WATER
ESG SCORE MSCI AA	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: B	MIJLPAAL 3

Relevantie en doelstelling	Nestlé is wereldwijd de grootste producent van voedingsmiddelen. De onderneming is gevestigd in Zwitserland en wereldwijd actief. De onderneming is o.a. 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 maar tot 2020, en daarom gaan we als DEN gesprek aan met de onderneming over hoe deze doelen richting de toekomst aangescherpt kunnen worden.
Voortgang	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. 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, en andere ondernemingen, versterken. 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 daar op te 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. 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 in november 2021 opgeroepen om ook voor haar toeleveringsketens ambitieuze 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.
Vervolg	In 2022 zullen wij monitoren of Nestlé inderdaad nieuwe doelen op het gebied van water zal publiceren en hierover het gesprek aangaan.

MSCI SECTOR-ANALYSE

Onderneming	Kwaliteit Water Management (1-10)
LVMH	5.7
Nestlé	5.6
The Kraft Heinz Company	4.7
Hormel Foods	4.2
Davide Campari-Milano S.P.A.	2.8

ALCOHOLISCH DRANKEN ITALIË / NEDERLAND	WATER
ESG SCORE MSCI: A	AANVANG 6-11-2019
CDP WATER: F / NO RESPONSE	MIJLPAAL 3

Relevantie en doelstelling	Davide Campari is een Italiaanse producent van, met name, alcoholische dranken. Gevoerde merken zijn o.a. Grand Marnier, Aperol, Crodino en Campari. De onderneming is wereldwijd actief en heeft productielocaties in o.a. Brazilië, Zuid-Afrika, Jamaica, de Verenigde Staten en Italië. De onderneming neemt stappen op het thema water, maar dit is met name gericht op het terugbrengen van watergebruik bij haar eigen productielocaties en minder op de toeleveringsketen. De doelstelling is daarom met name om het beleid en uitvoering op dit specifieke onderwerp te verbeteren. Bijvoorbeeld door het uitvoeren van een analyse op waterrisico's, inclusief de impact van klimaatverandering, en dit om te zetten in stappen om deze risico's aan te pakken. Interessant is dat Davide Campari formeel een Nederlandse NV is geworden en vanaf 2021 haar Algemene Vergadering van Aandeelhouders (AVA) in Nederland organiseert.
Voortgang	Na de afronding van ons vooronderzoek hebben we in november 2019 de brief naar Davide Campari verstuurd om de engagement te initiëren. Hierna hebben we diverse malen e-mails gestuurd en telefonisch contact opgenomen, maar de onderneming was in eerste instantie niet responsief. Uiteindelijk is het toch gelukt contact te leggen en in mei 2020 heeft een eerste gesprek plaatsgevonden met de onderneming. Het was een open gesprek, maar ook werd bevestigd dat het Davide Campari nog verschillende stappen te zetten heeft. Zo stelt de onderneming dat haar productielocaties niet kwetsbaar zijn voor watertekorten, maar bleef de onderbouwing daarvan vaag. Ook lijkt er weinig inzicht te zijn in de kwetsbaarheden in de toeleveringsketen. De onderneming gaf als redenen voor haar relatief lage ambitie aan dat dit voor een deel veroorzaakt werd door haar grootte en de stand van verantwoord ondernemen op de Italiaanse markt. De onderneming lijkt echter nu wel open te staan om de dialoog dit najaar te vervolgen. 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 productieketen. 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.
Vervolg	We zullen in de eerste helft van 2022 de druk richting Campari opvoeren om hun waterbeleid, uitvoering en transparantie te verbeteren.

MSCI SECTOR-ANALYSE

Onderneming	Kwaliteit Water Management (1-10)
LVMH	5.7
Nestlé	5.6
The Kraft Heinz Company	4.7
Hormel Foods	4.2
Davide Campari-Milano S.P.A.	2.8

4. Lijst van ondernemingen

	Onderneming	Sector	Land van herkomst	Engagement omschrijving
1	Davide Campari-Milano S.P.A.	Niet-duurzame consumptiegoederen	Italië	Water in de toeleveringsketen
2	Hormel Foods Corporation	Niet-duurzame consumptiegoederen	Verenigde Staten	Water in de toeleveringsketen
3	Kraft Heinz Company	Niet-duurzame consumptiegoederen	Verenigde Staten	Water in de toeleveringsketen
4	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE	Duurzame consumptiegoederen	Frankrijk	Water in de toeleveringsketen
5	Nestle S.A.	Niet-duurzame consumptiegoederen	Zwitserland	Water in de toeleveringsketen

5. Afkortingenlijst

Afkorting	Uitgeschreven afkorting	Toelichting
AVA	Algemene Vergaderingen van Aandeelhouders	Stemmen op de AVA is voor actieve aandeelhouders een manier om de corporate governance of de activiteiten van een onderneming te beïnvloeden. De resultaten van stemmingen tijdens AVA's worden openbaar gemaakt. Als aandeelhouders tegen een voorstel stemmen, moet een onderneming maatregelen nemen.
CCS	Carbon capture and storage	CCS houdt in dat bij de verbranding van fossiele brandstoffen koolstofdioxide wordt afgevangen en vervolgens ondergronds geïnjecteerd en opgeslagen. Op die manier wordt voorkomen dat dit vervuilende broeikasgas de atmosfeer binnendringt.
CDP	Carbon Disclosure Project	De CDP is een organisatie die bedrijven en steden ondersteunt om de milieu-impact van grote bedrijven bekend te maken. Het doel is om van milieuraportage en risicobeheer een bedrijfsnorm te maken en openbaarmaking, inzicht en actie naar een duurzame economie te stimuleren.
CHRB	Corporate Human Rights Benchmark	In 2017 opgerichte benchmark vergelijkt zo'n 100 bedrijven op hun mensenrechtenbeleid.
ESG	Environmental Social Governance	Criteria op het gebied van milieu, maatschappij en ondernemingsbestuur die worden gebruikt binnen verantwoord beleggen om ondernemingen te analyseren en beoordelen.
GRI	Global Reporting Initiative	GRI is een internationale organisatie die richtlijnen voor duurzaamheidsverslaggeving opstelt. In een duurzaamheidsverslag communiceert een organisatie publiekelijk over haar economische, milieu- en sociale prestaties.
ICCR	Interfaith Center on Corporate Responsibility	ICCR is een coalitie van geloof- en waarden gedreven investeerders die betrokken aandeelhouderschap en 'engagement' met ondernemingen zien als een krachtige katalysator voor verandering.
KPI	Key Performance Indicators	Key Performance Indicators (KPI's) zijn meetbare indicatoren die aantonen hoe de onderneming presteert en of het organisatorische doelstellingen gaat halen. Organisaties gebruiken KPI's op alle 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 Stabielheid. Ondernemingen kunnen deze aanbevelingen gebruiken om investeerders, kredietverstrekkers, verzekeraars en andere belanghebbenden van relevante informatie te voorzien.
TPI	Transition Pathway Initiative	Een initiatief van investeerders die de transitie naar een koolstofarme economie monitoren.

Colofon

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

Disclaimer

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