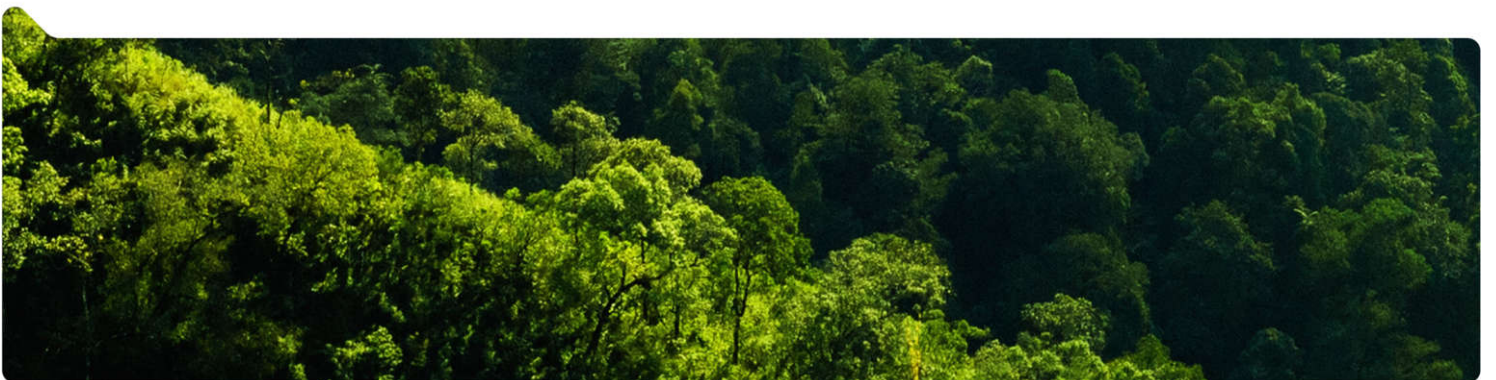


# Voortgang Thematische Dialogen januari- juni 2024

Dutch Engagement Network



**Opgesteld voor:**  
Dutch Engagement Network

# Inhoudsopgave

|    |  |           |
|----|--|-----------|
|    | <b>Managementsamenvatting</b>          | <b>04</b> |
| 1. | <b>Thematische dialoog</b>             | <b>07</b> |
| 2. | <b>Toelichting voortgang thema's</b>   | <b>09</b> |
| 3. | <b>Water in de toeleveringsketen</b>   | <b>11</b> |
| 4. | <b>Afval &amp; Circulaire Economie</b> | <b>17</b> |
| 5. | <b>Lijst van ondernemingen</b>         | <b>22</b> |
| 6. | <b>Afkortingenlijst</b>                | <b>23</b> |

# 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 eerste halfjaar van 2024 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 van start gegaan (zie tabel 1).

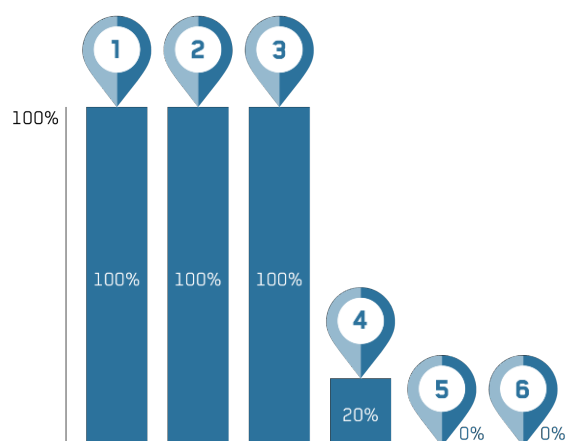
We doen gedegen onderzoek om de bedrijven te selecteren waarmee de dialoog het meest kansrijk is en om de dialoog goed voor te bereiden.

TABEL 1 ENGAGEMENTTHEMA'S

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

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

FIGUUR 1 MIJLPAALVERDELING



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

DEN heeft in 2023 bij verschillende ondernemingen de dialoog succesvol afgesloten. Hiervoor in de plaats zijn nieuwe ondernemingen geselecteerd. Met deze nieuwe ondernemingen loopt de engagement nog relatief kort. De ervaring leert dat toezeggingen (mijlpaal 4) en implementatie van deze toezeggingen (mijlpaal 5) pas later in het engagement traject worden behaald.

**TABEL 2 VOORTGANG WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN**

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

<sup>1</sup> MSCI ESG score

| Symbol status ongewijzigd | Symbol statuswijziging | 1. Analyse van het bedrijf | 2. Initiëren dialoog | 3. Voeren dialoog  | 4. Toezegging bedrijf       | 5. Aanpassen beleid          | 6. Afronding dialoog                          |
|---------------------------|------------------------|----------------------------|----------------------|--------------------|-----------------------------|------------------------------|---|
|                           |                        | Afgerond                   | Brief verzonden      | Gesprekken gevoerd | Toezegging beleidswijziging | Beleidswijziging doorgevoerd | Impact doelstelling behaald <sup>1</sup>      |
|                           |                        |                            |                      |                    |                             |                              | Impact doelstelling niet behaald <sup>2</sup> |
|                           |                        |                            |                      |                    |                             |                              | Dialoog onsuccesvol                           |

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

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

**TABEL 3 EVALUATIE WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN**

| Toelichting   |  | Doelstellingen  |           |                  |          |
|---------------|--|---|-----------|------------------|----------|
| KPI           | Beschrijving   | Doel  | Wanneer?  | Gerealiseerd?    | Behaald? |
| <b>Proces</b> | 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 inhoudelijke contactmomenten geweest (niet alle bedrijven blijken ook na meerdere pogingen responsief). | Na 3 jaar | 100%             | ja       |
| <b>Impact</b> | 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 | 40% <sup>1</sup> | nee      |

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

**TABEL 4 VOORTGANG AFVAL & CIRCULAIRE ECONOMIE**

| Onderneming                           | Land             | Sector                            | ESG datapunt <sup>1</sup> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---------------------------------------|------------------|-----------------------------------|---------------------------|---|---|---|---|---|---|
| 1 Avery Dennison Corporation          | Verenigde Staten | Verpakkingsmaterialen             | 6.6                       |   |   |   |   |   |   |
| 2 Chipotle Mexican Grill, Inc.        | Verenigde Staten | Hotels, restaurants en vrije tijd | 3.7                       |   |   |   |   |   |   |
| 3 GFL Environmental                   | Canada           | Commerciële Diensten & Leveringen | 3.3                       |   |   |   |   |   |   |
| 4 Restaurant Brands International Inc | Canada           | Hotels, restaurants en vrije tijd | 5.5                       |   |   |   |   |   |   |
| 5 Yum! Brands, Inc.                   | Verenigde Staten | Hotels, restaurants en vrije tijd | 4.0                       |   |   |   |   |   |   |

<sup>1</sup> MSCI 'waste' score

| Symbool status ongewijzigd | Symbool statuswijziging | 1. Analyse van het bedrijf | 2. Initiëren dialoog | 3. Voeren dialoog  | 4. Toezegging bedrijf       | 5. Aanpassen beleid          | 6. Afronding dialoog                          |
|----------------------------|-------------------------|----------------------------|----------------------|--------------------|-----------------------------|------------------------------|---|
|                            |                         | Afgerond                   | Brief verzonden      | Gesprekken gevoerd | Toezegging beleidswijziging | Beleidswijziging doorgevoerd | Impact doelstelling behaald <sup>1</sup>      |
|                            |                         |                            |                      |                    |                             |                              | Impact doelstelling niet behaald <sup>2</sup> |
|                            |                         |                            |                      |                    |                             |                              | Dialoog onsuccesvol                           |

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

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

**TABEL 5 EVALUATIE AFVAL & CIRCULAIRE ECONOMIE**

| Toelichting   |  | Doelstellingen  |           |                |          |
|---------------|--|---|-----------|----------------|----------|
| KPI           | Beschrijving   | Doel  | Wanneer?  | Gerealiseerd?  | Behaald? |
| <b>Proces</b> | 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 inhoudelijke contactmomenten geweest (niet alle bedrijven blijken ook na meerdere pogingen responsief). | Na 3 jaar | 100%           | ja       |
| <b>Impact</b> | 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 2,2 jaar | nee      |

# 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 aan bij de Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties (VN).

TABEL 1.1 LOPENDE ENGAGEMENT THEMA'S

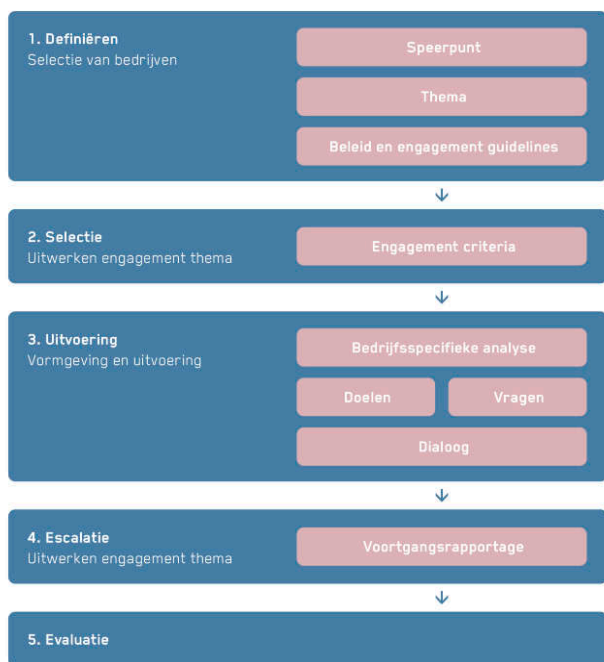
| Thema                         |  |   |   |   |
|-------------------------------|--|---|---|---|
| Water in de toeleveringsketen |  |  |  |  |
| Afval & Circulaire economie   |  |  |  |   |



## Engagementproces

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

FIGUUR 1.1 PROCES THEMATISCH ENGAGEMENT



### Definiëren

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

### Selectie

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

### Uitvoering

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

### Escalatie

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

### Evaluatie

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

### Communicatie

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

### Reikwijdte van engagementbeleid

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



## 2. Toelichting voortgang thema's

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

TABEL 2.1 STAPPEN DIALOOG<sup>1</sup>

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

<sup>1</sup> Bron: Achmea Investment Management





# 3. Water in de toeleveringsketen

Water speelt nu en in de toekomst een belangrijke rol in diverse toeleveringsketens. Denk bijvoorbeeld aan de 8.000 liter water die nodig is voor het produceren van een spijkerbroek, onder andere voor de teelt van katoen. Aangezien water ook een basisbehoefte voor de mens is en een belangrijke randvoorwaarde voor natuur, is de manier waarop ondernemingen omspringen met water ook maatschappelijk zeer relevant. De beschikbaarheid van water staat echter op veel plekken wereldwijd onder druk door een toenemende vraag, maar ook door klimaatverandering en watervervuiling. Water is dan ook door het 'World Economic Forum' aangewezen als een belangrijk risico en een steeds prominenter bron van conflicten<sup>1</sup>. Immers, bij een toenemende vraag naar water voor drinkwater, industriële processen en natuur komt er een punt dat er onvoldoende water van goede kwaliteit beschikbaar is om aan deze vraag te voldoen. Om conflicten te voorkomen is daarom een actieve rol van ondernemingen nodig. Bijvoorbeeld door samen met andere belanghebbenden de problematiek in kaart te brengen, rekening te houden met waterschaarste bij locatiekeuzes en het watergebruik te verminderen.

## 3.1. Introductie thema

### Doelstellingen

In de onderstaande tabel staan de algemene doelstellingen vermeld.

**TABEL 3.1.1 DOELSTELLINGEN WATER IN DE TOELEVERINGSKETEN**

| Doelstelling                          | Toelichting  |
|---------------------------------------|--|
| <b>Governance</b>                     | Is de governance van water management effectief belegd binnen de organisatie en vertaald in Key Performance Indicators?  |
| <b>Beleid</b>                         | De onderneming heeft gedegen beleid ontwikkeld op het thema water waarin zowel watergebruik binnen de eigen onderneming als in de toeleveringsketen wordt geadresseerd.  |
| <b>Implementatie &amp; monitoring</b> | 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.<br><br>Monitort de onderneming het watergebruik binnen de onderneming en de toeleveringsketens? |
| <b>Samenwerking in de keten</b>       | 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?  |
| <b>Transparantie</b>                  | Is de onderneming transparant en rapporteert het over dit onderwerp?   |

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

### SDG Schoon Water & Sanitair

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

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

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

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

<sup>1</sup> Global Risks Report 2023, World Economic Forum

### SDG Verantwoorde consumptie en productie

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

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

### SDG Leven in het Water

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

### SDG Klimaatactie

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

### Geselecteerde sectoren & bedrijven

CDP, dat zich richt op zowel CO<sub>2</sub>-uitstoot als het watergebruik van ondernemingen, heeft recent een studie uitgebracht waarin het de relevantie van watergebruik en het management daarvan voor ondernemingen en hun toeleveringsketen in kaart brengt<sup>2</sup>. 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

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

TABEL 3.1.2 GESELECTEERDE ONDERNEMINGEN EN PRIORITAIRE DOELSTELLINGEN

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

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

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

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

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

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

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

## Voortgang

DEN heeft in het eerste halfjaar van 2024 engagement contact gehad met Puma, Brown-Forman Corporation en Campari Group. Daarnaast hebben we mogelijke samenwerkingen verkend om de engagement met Treasury Wine Estates vlot te trekken. Hieronder geven wij een overzicht van de inhoud van deze contacten en de uitkomsten.

### Campari Group

In 2023 hebben we verscheidene acties ondernomen om Campari stappen te laten zetten op het thema water. In april 2024 hebben we wederom contact opgenomen om te horen wat de voortgang is op dit thema. Dit gesprek was positief en Campari heeft toegezegd deel te gaan nemen aan CDP Water,

een openbare benchmark over hoe ondernemingen omgaan met water. Dit zal mogelijk al dit jaar gerealiseerd worden. Ook wordt er gewerkt aan een nieuwe risicoanalyse op het thema water, waar voor het eerst ook de toeleveringsketen wordt meegenomen. Positieve stappen, en we zien dat onze acties hun vruchten aan het afwerpen zijn.

### Treasury Wine Estates

Na onze startbrief blijft het contact met de onderneming moeizaam. We hebben vorig jaar schriftelijke input geleverd op de strategie, maar de onderneming houdt onze verzoeken voor een gesprek af. We hebben daarom contact gezocht met Australische beleggers om samen op te trekken op dit thema en onze vragen met hen gedeeld. We hopen daarmee het thema gezamenlijk op de agenda te kunnen zetten bij de onderneming. Bijvoorbeeld op de aankomende aandeelhoudersvergadering die dit najaar zal plaatsvinden.

### Kraft Heinz

Met Kraft Heinz hadden we in juni een gesprek. Dit gesprek vond plaats in samenwerking met het Valuing Water Finance Initiative. Dit is een samenwerkingsverband van institutionele beleggers die gezamenlijk engagement voeren met een brede groep aan ondernemingen op het thema water. Door samen op te trekken kan de dialoog kracht worden bijgezet en kunnen investeerders gebruik maken van elkaars expertise. Positief in het gesprek was dat Kraft Heinz ons liet weten dit najaar een nieuwe waterstrategie te lanceren. In deze strategie zullen de waterrisico's in de keten worden geanalyseerd en zal dit worden vertaald naar doelen en acties. Aangezien dit ook één van de doelstellingen van onze engagement is, noteren we positieve voortgang. We zullen dit najaar de nieuwe waterstrategie analyseren en op basis daarvan een vervolggesprek inplannen.

### Puma

De contacten met Puma verliepen tot nu toe voornamelijk schriftelijk. Hoewel de onderneming onze vragen over waterrisicobeheer goed inhoudelijk beantwoordde, zijn we blijven aandringen op een gesprek. Dat gesprek heeft uiteindelijk plaatsgevonden op het hoofdkwartier van de onderneming in Duitsland en was zeer open. Dit goede en inhoudelijke gesprek was mogelijk, aangezien Puma op dit thema ook duidelijk verder is dan de andere ondernemingen binnen dit engagementthema. We hebben in het gesprek aangedrongen om meer en beter te rapporteren over welke geografische delen van de toeleveringsketen het meest kritisch zijn wat betreft waterrisico's. Zo is Zuidoost Azië een belangrijke regio voor de productieketens van Puma, en staat zowel de waterbeschikbaarheid als de kwaliteit van het water in deze regio onder druk. Meer inzicht en transparantie over de meest cruciale locaties, is daarmee ook een goed startpunt om deze gebieden te prioriteren binnen de waterstrategie. Puma liet weten te onderzoeken hoe ze dit voor de volgende rapportageperiode kunnen verbeteren.

<sup>3</sup> Food Products Industry Report, MSCI, 2019

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

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

### Brown-Forman Corporation

Met Brown-Forman hadden we ons tweede gesprek. De onderneming, bekend van o.a. Jack Daniel's whisky, heeft het thema water al op de agenda staan. De onderneming heeft ook al een ambitieus doel gesteld om in 2030 in de voor haar belangrijkste stroomgebieden op een duurzame manier water te gebruiken. De uitdaging voor de onderneming ligt erin om dit uitdagende doel ook daadwerkelijk te bereiken. De onderneming vertelde in het gesprek dat het voortgang maakt. Zo heeft de onderneming de waterrisico's in deze stroomgebieden in beeld gebracht. Eén van de uitkomsten hiervan was dat de locatie in Mexico vanuit wateroogpunt in een kwetsbaar gebied ligt. Voor de onderneming zal deze risicoanalyse het startpunt zijn om projecten te starten in de kwetsbare stroomgebieden om het watersysteem te versterken, haar eigen impact te verminderen en met leveranciers in deze gebieden samen te gaan werken.

### Vervolg

In de tweede helft van 2024 zullen we ons in eerste instantie richten op de engagement met Treasury Wine Estates. We richten ons op het organiseren van een gesprek, of op het stellen van vragen op de aandeelhoudersvergadering. Daarnaast zullen we volgen of Campari Group inderdaad gaat deelnemen aan CDP Water en over de resultaten het gesprek aangaan. Ook bij Kraft Heinz zullen we monitoren of de nieuwe waterstrategie gepubliceerd wordt en wat de inhoud daarvan zal zijn.

## 3.2. Voortgang thema

De engagements met The Kraft Heinz Company en Davide Campari-Milano S.P.A. lopen vanaf 2019, de andere engagements vanaf 2023. Per eind juni 2024 laat het thema onderstaande voortgang op mijlpalen zien.

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

<sup>1</sup> MSCI ESG score

| Symbol status ongewijzigd | Symbol statuswijziging | 1. Analyse van het bedrijf | 2. Initiëren dialoog | 3. Voeren dialoog  | 4. Toezegging bedrijf       | 5. Aanpassen beleid          | 6. Afronding dialoog                          |
|---------------------------|------------------------|----------------------------|----------------------|--------------------|-----------------------------|------------------------------|---|
|                           |                        | Afgerond                   | Brief verzonden      | Gesprekken gevoerd | Toezegging beleidswijziging | Beleidswijziging doorgevoerd | Impact doelstelling behaald <sup>1</sup>      |
|                           |                        |                            |                      |                    |                             |                              | Impact doelstelling niet behaald <sup>2</sup> |
|                           |                        |                            |                      |                    |                             |                              | Dialoog onsuccesvol                           |

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

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




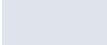


### 3.3. Tussentijdse evaluatie

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

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

In de evaluatie gebruiken we vier kleurcodes die we hieronder 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? |
| <b>Proces</b> | 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 inhoudelijke contactmomenten geweest (niet alle bedrijven blijken ook na meerdere pogingen responsief). | Na 3 jaar | 100%             | ja       |
| <b>Impact</b> | 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 | 40% <sup>1</sup> | nee      |

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

# 4. Afval & Circulaire Economie

De huidige inrichting van onze economie leidt tot grote afvalstromen, waaronder afvalstromen gekoppeld aan de productie en gebruik van voedsel, plastics en elektronica. Zo wordt 1/3 van het geproduceerde voedsel wereldwijd verspild en komt uiteindelijk 76 procent van de geproduceerde plastics op de vuilnisbelt of in het milieu terecht<sup>6,7</sup>. Niet alleen hebben deze afvalstromen een grote impact op het milieu, maar ze leiden ook tot kosten en het verlies van waardevolle grondstoffen. Ondernemingen die in staat zijn om efficiënter om te gaan met grondstoffen, door producten een langere levensduur te geven en over te stappen op circulaire businessmodellen, dragen bij aan het bereiken van de SDG's. Daarnaast zijn ze beter voorbereid op stijgende grondstofprijzen en op aankomende wet- en regelgeving. Zo werken VN-lidstaten aan een internationaal verdrag om plasticvervuiling fors terug te dringen<sup>8</sup>. Binnen dit engagement thema gaan we daarom het gesprek aan met ondernemingen die in hun productieketens zowel maatschappelijke als economische kansen laten liggen, wat betreft het verminderen van afvalstromen en het toewerken naar een circulaire economie.

## 4.1. Introductie thema

### Doelstellingen

**TABEL 4.1.1 DOELSTELLINGEN AFVAL & CIRCULAIRE ECONOMIE**

| Doelstelling               | Toelichting   |
|----------------------------|---|
| Governance & Beleid        | <p>Erkent de onderneming het probleem en heeft de onderneming beleid en doelstellingen op onderdelen van het thema:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Beleid en doelstellingen rondom wegwerpplastic;</li><li>• Beleid en doelstellingen op de inzameling en verwerking van afval en gebruik van reststromen;</li><li>• Beleid en doelstellingen adresseren, wanneer relevant, de eigen onderneming, franchisenemers, klanten en alle markten waarin de onderneming actief is.</li></ul>  |
| Implementatie & monitoring | <p>De onderneming monitort de afvalstromen en rapporteert over haar afvalstromen. Van belang zijn hierbij:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Inkomende stromen (hoeveelheid gebruikt plastic, verpakkingsmateriaal, voeding) en uitgaande stromen (hoeveel van het afval wordt ingezameld door de onderneming, hoeveel procent wordt gerecycled en hoeveel belandt in het milieu of vuilnisbelten);</li><li>• Het toepassen van LCAs ('Life Cycle Assessment') van gebruikte producten en hierop te sturen.</li></ul> <p>De onderneming toont aan dat er stappen zijn gezet om de milieu impact te verlagen en hergebruik te stimuleren. Deze stappen zorgen ervoor dat afvalstromen aantoonbaar worden verminderd en reststromen een duurzame bestemming vinden.</p> |
| Samenwerking in de keten   | <p>De onderneming werkt aantoonbaar samen met:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sectorgenoten;</li><li>• Haar toeleveranciers en klanten;</li><li>• De verwerkers van haar reststromen;</li><li>• Stakeholders zoals ngo's en kenniscentra.</li></ul>  |
| Transparantie              | <p>De onderneming is transparant en rapporteert over haar:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Beleid op dit onderwerp;</li><li>• Haar doelstellingen en in hoeverre deze worden bereikt (inclusief alle markten waarin de onderneming actief is en franchisenemers);</li><li>• Reststromen en de mate waarin deze worden hergebruikt, verwerkt of in het milieu terecht komen.</li></ul>   |

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

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

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

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

### SDG Duurzame steden en gemeenschappen

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

### SDG Verantwoorde consumptie en productie

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

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

12.4 Tegen 2020 komen tot een vanuit milieuvriendelijk beheer van chemicaliën en van alle afval gedurende hun hele levenscyclus, in overeenstemming met afgesproken nationale kaderovereenkomsten, en de uitstoot aanzienlijk beperken in lucht, water en bodem om hun negatieve invloeden op de menselijke gezondheid en het milieu zoveel mogelijk te beperken.

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

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

### SDG Leven in het Water

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

### Geselecteerde sectoren en ondernemingen

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

- Deze ondernemingen in diverse landen actief zijn, ook in landen waar de regelgeving minder streng is;
- De restaurantsector te maken heeft met meerdere type afvalstromen en ketens. Denk bijvoorbeeld aan het verminderen van verpakkingen, plastic of het voorkomen van voedselverspilling;

- Deze ondernemingen grote afnemers zijn en daardoor een invloedrijke positie hebben in de toeleveringsketen. Zo hebben restaurantketens invloed op zowel de leveranciers van verpakkingsmateriaal, als ondernemingen die afvalstromen verwerken;
- De ondernemingen direct leveren aan consumenten, waarmee hun reputatie op het thema duurzaamheid ook financieel materieel is;
- Deze sector een groot aantal ondernemingen omvat, die ook aanwezig zijn in de beleggingsportefeuilles van de leden van DEN.

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

De ondernemingen zijn daarnaast geselecteerd op de volgende criteria:

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

### Voortgang

In de eerste helft van 2024 spraken we met Yum Brands en Avery Dennison.

#### Yum Brands

Yum Brands hield enige tijd onze verzoeken voor een vervolgesprek af. Uiteindelijk lukte het toch om een nieuw gesprek in te plannen. Dit gesprek was echter wel open en constructief. De onderneming vertelde meer over haar doelstellingen om het gebruik van plastics te reduceren. O.a. door verpakkingen herbruikbaar, afbreekbaar en beter geschikt voor recycling te maken. De onderneming probeert hier zoveel mogelijk samen te werken met andere ondernemingen en samenwerkingsverbanden, zoals de Ellen Mc Arthur Foundation. Ook strengere Europese regelgeving rondom verpakkingen is een belangrijke stimulans om zaken in gang te zetten.

De huidige doelstellingen lopen tot 2025. De onderneming liet weten dat het halen van deze doelstellingen een uitdaging is, en dat het in juni een update zou publiceren. Bij het moment van schrijven van deze rapportage,

was deze update nog niet beschikbaar. Aangezien 2025 snel dichterbij komt hebben we ook gesproken over de doelstellingen na 2025. De onderneming voert nu een zogenaamde materialiteitsanalyse uit waarin de belangrijkste duurzaamheidsthema's voor de onderneming worden geïdentificeerd. De onderneming wilde nog niet op de uitkomsten vooruit lopen, maar liet wel weten dat afval en circulariteit ook hierin opgenomen zullen worden. We hebben er bij de onderneming op aangedrongen om de reductie van afvalstromen rondom afhaalmaaltijden nu wel op te nemen in de doelstellingen en hier een strategie voor te ontwikkelen.

#### Avery Dennison

Avery Dennison is als producent van labels en wrappings sterk geïntegreerd om klanten te ondersteunen naar een circulaire economie. In ons tweede gesprek hebben we eerst een overzicht gegeven van de ontwikkelingen die wij in de sector zien om afval te reduceren en een circulaire economie te stimuleren. Daarna hebben we gesproken over de huidige doelstellingen van de onderneming. De onderneming ligt op koers om haar doelstellingen op het gebied van afvalreductie en CO<sub>2</sub>-emissies te halen. Toch ziet de onderneming wel dat het laaghangend fruit om deze doelstellingen te halen nu wel geplukt is, en dat volgende stappen moeilijker zullen zijn. Toch wil de onderneming doorzetten op deze doelstellingen omdat er veel commerciële kansen voor de onderneming liggen. Parallel is de onderneming al gestart met het opstellen van nieuwe duurzaamheidsdoelen voor 2035. Avery Dennison heeft ons uitgenodigd om hiervoor input te leveren. Daarnaast hebben we de onderneming ook opgeroepen om haar lobbyactiviteiten in te zetten om haar duurzaamheidsdoelstellingen te bereiken.

#### Vervolg

In de tweede helft van 2024 richten we ons op de stappen die met name Chipotle, Restaurant Brands International en Yum Brands kunnen zetten om afvalstromen in relatie tot afhaalmaaltijden meer nadruk te geven in de strategie en doelstellingen. We zullen goede voorbeelden inventariseren en stappen zetten om samen met andere investeerders dit thema steviger op de agenda te zetten.

## 4.2. Voortgang thema

Per eind juni 2024 laat het thema onderstaande voortgang op mijlpalen zien.

| Onderneming                           | Land             | Sector                            | ESG datapunt <sup>1</sup> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---------------------------------------|------------------|-----------------------------------|---------------------------|---|---|---|---|---|---|
| 1 Avery Dennison Corporation          | Verenigde Staten | Verpakkingsmaterialen             | 6.6                       |   |   |   |   |   |   |
| 2 Chipotle Mexican Grill, Inc.        | Verenigde Staten | Hotels, restaurants en vrije tijd | 3.7                       |   |   |   |   |   |   |
| 3 GFL Environmental                   | Canada           | Commerciële Diensten & Leveringen | 3.3                       |   |   |   |   |   |   |
| 4 Restaurant Brands International Inc | Canada           | Hotels, restaurants en vrije tijd | 5.5                       |   |   |   |   |   |   |
| 5 Yum! Brands, Inc.                   | Verenigde Staten | Hotels, restaurants en vrije tijd | 4.0                       |   |   |   |   |   |   |

<sup>1</sup> MSCI 'waste' score

| Symbool status ongewijzigd | Symbool statuswijziging | 1. Analyse van het bedrijf | 2. Initiëren dialoog | 3. Voeren dialoog  | 4. Toezegging bedrijf       | 5. Aanpassen beleid          | 6. Afronding dialoog                          |
|----------------------------|-------------------------|----------------------------|----------------------|--------------------|-----------------------------|------------------------------|---|
|                            |                         | Afgerond                   | Brief verzonden      | Gesprekken gevoerd | Toezegging beleidswijziging | Beleidswijziging doorgevoerd | Impact doelstelling behaald <sup>1</sup>      |
|                            |                         |                            |                      |                    |                             |                              | Impact doelstelling niet behaald <sup>2</sup> |
|                            |                         |                            |                      |                    |                             |                              | Dialoog onsuccesvol                           |

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

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


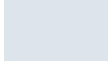


### 4.3. Tussentijdse evaluatie

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

1. Er wordt inzicht gegeven in de procesvoortgang. Heeft Achmea IM voldaan aan haar inspanningsverplichting? Is er vooronderzoek uitgevoerd, is het engagement geïnitieerd en hoeveel contacten hebben er plaatsgevonden?
2. Er wordt inzicht gegeven in de effectiviteit van engagement. Hebben bedrijven ook daadwerkelijk gewenste wijzigingen zoals vooraf gedefinieerd in beleid en activiteiten doorgevoerd?
3. Bij het afsluiten van de engagement worden resultaten 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 er verschil zitten tussen hoeveel gewicht specifieke toezeggingen in de schaal leggen.

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

**TABEL 4.3.1 TOELICHTING KLEURCODES**

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

**TABEL 4.3.2 EVALUATIE**

| Toelichting   |  | Doelstellingen  |           |                |          |
|---------------|--|---|-----------|----------------|----------|
| KPI           | Beschrijving   | Doel  | Wanneer?  | Gerealiseerd?  | Behaald? |
| <b>Proces</b> | 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 inhoudelijke contactmomenten geweest (niet alle bedrijven blijken ook na meerdere pogingen responsief). | Na 3 jaar | 100%           | ja       |
| <b>Impact</b> | 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 2,2 jaar | nee      |

## 5. Lijst van ondernemingen

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



## 6. Afkortingenlijst

| Afkorting        | Uitgeschreven afkorting  | Toelichting   |
|------------------|--|---|
| AVA              | Algemene Vergaderingen van Aandeelhouders                                    | Stemmen op de AVA is voor actieve aandeelhouders een manier om de corporate governance of de activiteiten van een onderneming te beïnvloeden. De resultaten van stemmingen tijdens AVA's worden openbaar gemaakt. Als aandeelhouders tegen een voorstel stemmen, moet een onderneming maatregelen nemen.  |
| CCS              | Carbon capture and storage   | CCS houdt in dat bij de verbranding van fossiele brandstoffen koolstofdioxide wordt afgevangen en vervolgens ondergronds geïnjecteerd en opgeslagen. Op die manier wordt voorkomen dat dit vervuilende broeikasgas de atmosfeer binnendringt.   |
| CDP              | Carbon Disclosure Project  | De CDP is een organisatie die bedrijven en steden ondersteunt om de milieu-impact van grote bedrijven bekend te maken. Het doel is om van 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 lange termijn klimaatstrategie.  |
| SDG              | Sustainable Development Goal   | Een reeks duurzame ontwikkelingsdoelstellingen, in 2015 opgesteld door de Verenigde Naties ter vervanging van de Millenniumdoelstellingen. 193 landen hebben samen afgesproken de 17 Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen te realiseren vóór 2030. De doelen zijn gericht op het aanpakken van maatschappelijke en milieu-uitdagingen, zoals klimaatverandering, het stimuleren van schone energie, extreme armoede, gendergelijkheid en duurzame landbouw. De doelen doen een beroep op zowel de publieke als de private sector om nauw samen te werken met de overheden van de landen die hebben ondertekend. |
| 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.