

IMVO-risicomanagement in de supermarktbranche

Resultaten van het tweede jaar IMVO-convenant Voedingsmiddelen



Inleiding

Supermarkten hebben het afgelopen jaar nieuwe stappen gezet op het gebied van Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (IMVO). IMVO-beleid staat hoog op de agenda van de branche en supermarkten bereiken samen met ketenpartners concrete resultaten in verschillende projecten.

In juni 2018 ondertekende de supermarktbranche het IMVO-convenant Voedingsmiddelen. Samen met andere voedingsmiddelenbranches (FNLI, KNSV), de overheid, vakbonden en maatschappelijke organisaties heeft het CBL vastgelegd zich in te zetten voor de verbetering van het IMVO-risicomanagementbeleid, ofwel due diligence, volgens de OESO-richtlijnen. Door middel van due diligence kunnen bedrijven risico's in hun ketens identificeren en analyseren, een plan van aanpak ontwikkelen om risico's te voorkomen, te verminderen of te vermijden en hierover transparant communiceren. Daarnaast heeft de supermarktbranche zich gecommitteerd aan het opstarten van projecten gericht op het bereiken van leefbaar loon. Eind 2019 is het eerste leefbaar loon project gestart in de bananenketen.

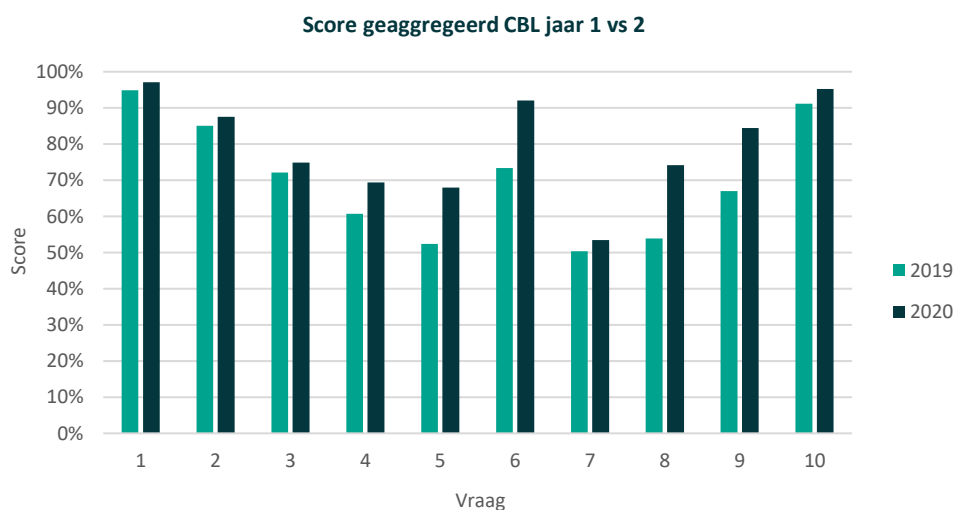
Uit de eerste jaarrapportage van het IMVO-convenant Voedingsmiddelen van 19 september 2019 bleek al dat de supermarktbranche hard op weg is naar het voeren van IMVO-risicomanagementbeleid volgens de OESO-richtlijnen. In deze nieuwe rapportage geven wij een beeld van waar supermarkten in juni 2020 staan, twee jaar na de ondertekening van het IMVO-convenant. Ook besteden we aandacht aan diverse projecten die CBL-leden uitvoeren op het gebied van IMVO.

1. Voortgang IMVO-convenant Voedingsmiddelen

De nulmeting uit 2019 heeft duidelijk inzichtelijk gemaakt op welke punten van IMVO-risicomanagement supermarkten aanvullende actie moeten ondernemen. Om de geboekte vooruitgang te meten, hebben diverse CBL-leden (met een gezamenlijk marktaandeel van ca. 97%) in juni 2020 de self-assessment ingevuld. De opzet en de inhoud van de vragenlijst was gelijk aan die van 2019, zodat de resultaten van beide jaren goed vergelijkbaar zijn. De vragenlijst bestaat uit 102 vragen, onderverdeeld over de thema's en essentiële vragen uit de OESO-richtlijnen.

Thema	Vraag
A. Beleid, verankering en toegang tot herstel	1. Heeft het bedrijf een IMVO-beleid? 2. Is het IMVO-beleid geïntegreerd in de bedrijfsvoering? 3. Is er een klachtenmechanisme aanwezig waar belanghebbenden die negatieve impact ervaren van de bedrijfsvoering terecht kunnen voor herstel en/of compensatie?
B. Identificeren, beoordelen en prioriteren van risico's	4. Heeft het bedrijf een actueel overzicht van de productieketens? 5. Zijn de risico's op negatieve impact inzichtelijk? 6. Zijn de geïdentificeerde risico's geprioriteerd?
C. Opstellen van een plan van aanpak	7. Zijn er voor de geïdentificeerde risico's strategieën/acties ontwikkeld om deze te mitigeren in de vorm van een Plan van Aanpak? 8. Zijn er doelstellingen geformuleerd om de risico's te mitigeren?
D. Verificatie van IMVO-risicomanagement	9. Worden genomen acties geëvalueerd?
E. IMVO-risicomanagement communicatie	10. Wordt openlijk gecommuniceerd over het IMVO-risicomanagement van het bedrijf?

De monitor laat zien dat de supermarktbranche in het tweede jaar van het convenant op elk van de tien onderwerpen vooruitgang heeft geboekt. ¹



¹ Zie <https://www.cbl.nl/app/uploads/2019/04/Nulmeting-Monitoringtool-CBL.pdf>. De cijfers van het eerste jaar zijn gecorrigeerd voor omissies in de nulmeting (het niet ingevuld hebben van een vraag), geïdentificeerd na publicatie van de assessment resultaten.

2. Voortgang per thema

A. Beleid, verankering, toegang tot herstel

In 2019 had het overgrote deel van de supermarktbranche al IMVO-beleid en hadden verreweg de meeste supermarkten dit beleid ook geïntegreerd in de bedrijfsvoering. In de huidige meting komt naar voren dat supermarkten het afgelopen jaar extra stappen hebben gezet op beide onderwerpen. Zo hebben meerdere retailers ervoor gezorgd dat de evaluatie van leveranciers een toets op het duurzaamheidsbeleid van de onderneming bevat.

Uit de nulmeting in 2019 bleek dat retailers een groot gedeelte van de klachtenmechanismen goed op orde hebben. Denk hierbij aan een klachtenmechanisme voor consumenten, bijvoorbeeld als een product niet voldoet aan de verwachtingen, en een klachtenmechanisme voor interne medewerkers. In het tweede jaar van het convenant is dit verder verbeterd. Veel supermarkten hebben procedures die ervoor zorgen dat klachten binnen een redelijke termijn worden behandeld en zo nodig worden opgelost.

Een belangrijk aandachtspunt blijft het inregelen van een klachtenmechanisme en de daarbij horende toegang tot herstel voor externe belanghebbenden. De supermarktbranche zal zich blijven inzetten om hier samen met convenantspartijen en andere stakeholders ontwikkeling in door te maken.



Beleid, verankering, toegang tot herstel

97% (+2%)

1. IMVO-beleid

88% (+2%)

2. IMVO-integratie

75% (+3%)

3. Klachtenmechanisme

B. Identificatie, beoordeling en prioritering van risico's

De supermarktbranche heeft het afgelopen jaar veel gedaan op het gebied van het identificeren, beoordelen en prioriteren van risico's. Zo hebben supermarkten nu meer inzicht in de keten en de bijbehorende risico's en besteden zij meer aandacht aan het prioriteren van de geïdentificeerde risico's.



Identificatie, beoordeling en prioritering van risico's

69% (+9%)

4. Overzicht keten

68% (+16%)

5. Inzicht risico's

92% (+19%)

6. Risicoprioritering

Om inzicht te krijgen in de keten werken supermarkten nauw samen met hun leveranciers. Sommige retailers hebben de eerstelijns- en de tweedelijnsproductielocaties inzichtelijk, andere werken nog aan het inzichtelijk krijgen van deze schakels. Het risicoprofiel van de keten bepaalt in veel gevallen in hoeverre supermarkten streven naar een volledig overzicht.

Voorbeeld: Tomatenketen van Superunie

Producten uit hoge risicolanden en producten die in de aandacht staan, zoals tomaten geteeld in Italië, hebben voor Superunie prioriteit. In het Zuiden van Italië werken veel migranten als seizoenarbeiders. Een klein deel van de tomaten wordt daar nog handmatig geplukt. Samen met leveranciers heeft Superunie informatie opgehaald om na te gaan of er in dit gedeelte van de keten wordt voldaan aan de gestelde voorwaarden op het gebied van sociale compliance. Dit geeft inzicht in de mate waarin geïdentificeerde risico's daadwerkelijk in de keten aanwezig zijn. Indien nodig kan vervolgens actie worden ondernomen om risico's tegen te gaan.

Op basis van onderzoek heeft Superunie geen aanwijzingen van uitbuiting van de seizoenarbeiders waarmee haar leveranciers SAC SPA (Casalasco Group) en Giaguaro SPA werken. Toch neemt Superunie de geluiden uit de markt serieus en blijft in gesprek met partners om eventuele sociale aandachtspunten te verbeteren.

Veel supermarkten hebben risicoanalyses opgesteld en zetten in op impact assessments. Ten opzichte van 2019 zijn de CBL-leden ook meer aan de slag gegaan met het prioriteren van de geïdentificeerde risico's op ernst en waarschijnlijkheid. De geprioriteerde risico's bieden input voor het ondernemen van concrete acties of het ontwikkelen van beleid.

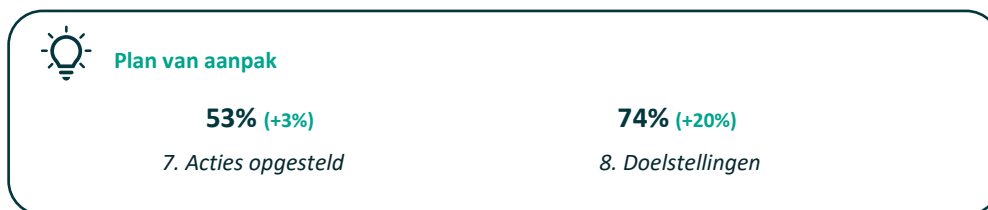
Voorbeeld: Mangoketen van Jumbo

Uit de risicoanalyse van Jumbo is gebleken dat de potentiële risico's binnen de mangoketen op het gebied van mensenrechten in Ivoorkust het meest zorgelijk zijn. Dit was voor de supermarkt aanleiding om deze keten door te lichten samen met Fairfood en leveranciers The Greenery en Special Fruit. Het draait om het aanpakken van mogelijke mensenrechtenissues en om het te actief bouwen aan een duurzame en toekomstbestendige keten waarin goed ondernemerschap wordt gestimuleerd.

Samen met ketenpartners heeft Fairfood in 2019 een verdiepende analyse uitgevoerd. Belangrijke resultaten van deze analyse zijn dat de lokale partners transparant zijn en al veel extra faciliteiten aan medewerkers aanbieden. Ook blijkt dat in de keten voornamelijk met seizoenarbeiders wordt gewerkt. Fairfood en Jumbo hebben vervolgens The Impact Institute de opdracht gegeven om in 2020 tijdens het oogstseizoen op de plantages een impactscan uit te voeren. Zo zullen er onder andere interviews gaan plaatsvinden met seizoenarbeiders. Hiermee wil de supermarkt de risico's nog beter inzichtelijk maken.

C. Plan van aanpak

Net als in de eerste jaar van het convenant blijkt het opstellen van een plan van aanpak met concrete acties om geïdentificeerde risico's te mitigeren de grootste uitdaging. Sommige retailers hebben een plan van aanpak, andere werken nog aan het uitbreiden of opstellen van het plan. Deze uitdaging is voornamelijk zichtbaar bij supermarkten die risico's nog niet volledig hebben geïdentificeerd.



Wel werken supermarkten meer samen met toeleveranciers om verbetering in de keten te bereiken. Deze toenemende samenwerking heeft mede geleid tot de hogere score. Het blijft een uitdaging om te monitoren of acties uit het plan van aanpak tot de gewenste verbeteringen leiden. Verschillende supermarkten werken op dit moment nog aan de implementatie van deze monitoring. De supermarktbranche heeft ook hard gewerkt aan het opstellen van korte- en langetermijndoelstellingen om risico's aan te pakken.

Voorbeeld: Klimaatneutrale banaan van PLUS

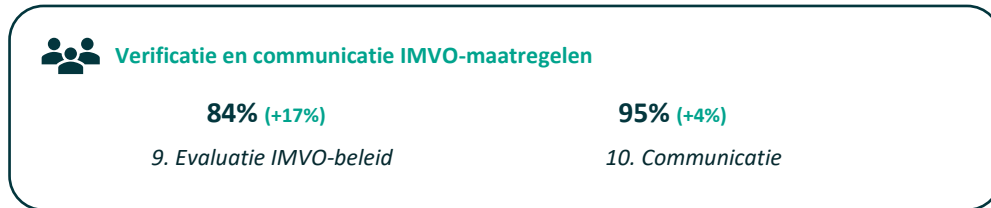
PLUS heeft met blockchaintechnologie de productieketen van de banaan inzichtelijk gemaakt. Via een QR-code op de banaan zien consumenten welke route bananen uit de regio Urabá in Colombia afleggen van plantage tot winkelmandje. De onverpakte bananen die de PLUS-supermarkten verkopen, zijn nu naast Fairtrade gecertificeerd ook gegarandeerd klimaatneutraal.

Bij iedere stap in de reis die de banaan maakt, zet PLUS zich samen met haar ketenpartners, bijvoorbeeld Maersk, in om de CO₂-uitstoot te verminderen. Daarnaast is gestart met de inzet van nieuwe rijpcellen waarmee een CO₂-besparing van 30% te realiseren is. De resterende uitstoot wordt gecompenseerd via duurzame energieprojecten. Dit gehele traject van meten, reduceren en compenseren van de CO₂-voetafdruk van de onverpakte bananen wordt jaarlijks geverifieerd volgens het keurmerk Klimaatneutraal Gegarandeerd.

Uit de impactbarometer van Max Havelaar komt naar voren dat PLUS door de verkoop van Fairtrade-bananen in 2019 bijna 600.000 dollar aan Fairtrade-premie heeft afgedragen aan boeren en arbeiders in de bananenketen. Deze premie is onder meer geïnvesteerd in schoolmaterialen en betere woningen voor arbeiders.

D.E. Verificatie en communicatie IMVO-risicomanagement

Binnen het tweede jaar van het IMVO-convenant zijn meer supermarkten de effectiviteit van genomen IMVO-maatregelen gaan evalueren. De voortgang van maatregelen wordt in veel gevallen op producentenniveau, op externe doelstellingen en op acties geëvalueerd. Naar aanleiding van feedback van belanghebbenden, impacts en risico's actualiseren supermarkten het IMVO-en inkoopbeleid indien nodig. Zij scherpen bijvoorbeeld bedrijfsprocessen en het monitoringsbeleid aan en zetten samenwerkingsprogramma's met leveranciers op.



Supermarkten benoemen ook een aantal belemmeringen om IMVO-maatregelen in de handelsketen door te voeren, zoals de complexiteit van de handelsketen, de mogelijkheid om leveranciers verder in de keten te beïnvloeden en concurrentiebeding waardoor samenwerking met andere retailers wordt gehinderd.

Supermarkten pakken communicatie over IMVO-risicomanagement voortvarend op, zowel intern als extern. Ten opzichte van vorig jaar overleggen alle supermarkten nu vaker, minstens meerdere malen per jaar, over een breed pallet aan IMVO-onderwerpen met belanghebbenden in de keten. Bijna alle supermarkten communiceren niet alleen over het beleid en de risico's, maar bieden ook transparantie over de doelstellingen, activiteiten en de resultaten. Zij doen dat op verschillende manieren, bijvoorbeeld via jaarrapportages en op de winkelvloer zelf.

Voorbeeld: Transparantie in de nootmuskaatketen door Coop

Verstegen Spices & Sauces, Fairfood en Coop zijn een samenwerking aangegaan om een transparante nootmuskaatketen te bevorderen via blockchaintechnologie. Consumenten komen op het informatieplatform terecht door de QR-code op de verpakking van de nootmuskaat te scannen.

Zowel de boer als de consument krijgt toegang tot belangrijke informatie. Consumenten kunnen bijvoorbeeld via de QR-code in een applicatie zien waar de nootmuskaat vandaan komt en of de prijsafspraken met die boeren zijn nagekomen. De boer krijgt zicht op verdere verwerking van zijn/haar product, zoals het kwaliteitslabel dat daar in een later stadium aan wordt toegekend. Daarnaast bevestigt de nootmuskaatboer bijvoorbeeld dat hij voor een bepaalde hoeveelheid en type kwaliteit een bepaalde prijs heeft gekregen. De informatie geeft naast transparantie voor de consument ook de mogelijkheid voor de ketenpartijen om gericht actie te ondernemen in de keten.

3. Leefbaar loon en versterking van de positie van werknemers in productielanden

Leefbaar loon is voor de supermarktbranche een belangrijk focuspunt binnen het IMVO-convenant. Concrete projecten geven hierbij de mogelijkheid om te handelen op de bevindingen uit het IMVO-ricicomagement. Het leefbaar loon bananenproject is het eerste concrete project dat binnen het IMVO-convenant is gestart en waar een groot gedeelte van de supermarktbranche gezamenlijk met IDH werkt aan het bereiken van de doelstellingen.

Voorbeeld: Leefbaar loon bananen project

In oktober 2019 hebben Nederlandse supermarkten, CBL en IDH de Leefbaar Loon Bananen overeenkomst getekend. In deze overeenkomst is vastgelegd dat zij zich gezamenlijk inzetten voor een leefbaar loon voor arbeiders in de bananenteelt. Een leefbaar loon is het loon dat nodig is in een specifiek gebied om minimaal in de basisbehoeften te voorzien. Dit omvat voedsel, water, woning, onderwijs, gezondheidszorg, vervoer en andere essentiële behoeften (inclusief reserves voor onvoorziene situaties). Door het verschil tussen het gangbare loon en het leefbare loon te verkleinen, verbetert de levensstandaard van werknemers.

Het project heeft de volgende doelstellingen:

- In de eerste fase (2019 tot 2020) wordt het gat tussen het leefbaar en huidige loon binnen de bananenketen in kaart gebracht.
- Vanaf 2021 wordt jaarlijks minimaal 10% van het gat gedicht;
- De supermarkten streven ernaar om in 2025 het verschil tussen het huidige loon en het leefbaar loon voor hun totale bananenassortiment gedicht te hebben met ten minste 75%.

Ook werken supermarkten op individuele basis met hun leveranciers aan het bereiken van een beter inkomen voor werknemers in productielanden. Aangezien IMVO zowel binnen als buiten het convenant leeft, werken supermarkten ook samen met partijen die geen onderdeel zijn van convenant. Deze partijen kunnen wel een belangrijke taak vervullen bij het uitvoeren van projecten gericht op een betere positie van werknemers in de keten en IMVO in brede zin.

Voorbeeld: Way to Go chocolade van Lidl

Lidl heeft een eigen duurzame 'Way to Go'-chocoladereep op de markt gebracht. Lidl koopt de cacao voor de 'Way to Go'-repen rechtstreeks van de boeren van de Fairtrade-gecertificeerde coöperatie Kuapa Kokoo in Ghana. Lidl betaalt een extra premie boven op de Fairtrade-premie aan Kuapa Kokoo, zodat deze boeren kunnen werken aan het verhogen van hun inkomen.

De extra premie die Lidl betaalt boven op de Fairtrade premie is de zogeheten 'income improvement premie'. Zo pakt de supermarktketen een grote uitdaging in de keten aan. Op dit moment is al alle chocolade bij Lidl reeds gecertificeerd met UTZ, Rainforest Alliance of Fairtrade. Met de introductie van 'Way to Go' laat de supermarkt zien dat ook stappen bovenop certificering mogelijk zijn, door met alle betrokken schakels in de keten nauw samen te werken. Met de premie wordt geïnvesteerd in verschillende projecten; zo kunnen boeren ook inkomsten verwerven uit andere activiteiten en hun cacao-opbrengst op duurzame wijze verhogen. Hierdoor worden cacao-boeren minder afhankelijk van de cacao-opbrengst alleen en versterken ze hun positie.

Bij projecten voor de versterking van de positie van de boeren in productielanden kijken supermarkten niet enkel naar het verhogen van het inkomen. Ook het opbouwen van een duurzame relatie door bijvoorbeeld langeretermijncontracten, het diversiveren van de vaardigheden van de boeren en het borgen van de arbeidsomstandigheden spelen veelal een belangrijke rol. Op deze manier werken supermarkten integraal aan een verantwoord IMVO-beleid.

Voorbeeld: Delicata chocolade van Albert Heijn

Albert Heijn heeft zich met het eigen chocolademerkt Delicata aangesloten bij het nieuwe 'Open Chain'-platform, opgezet door Tony's Chocolonely. Voor Delicata kopen zij voortaan UTZ-gecertificeerde cacao in volgens de vijf samenwerkingsprincipes van de Open Chain. Met deze werkwijze is een leefbaar inkomen voor cacao-boeren mogelijk. Sinds 2019 liggen deze repen in de schappen. Door de cacao-bonen direct in te kopen bij partnercoöperaties in Ghana en Ivoorkust is het bekend waar deze vandaan komen en onder welke omstandigheden deze zijn verbouwd. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een traceerbaarheidssysteem, Beantracker. Met de principes van Open Chain wordt bijgedragen aan een beter leven voor cacao-boeren, bijvoorbeeld:

- **Prijs en lange termijn.** Er wordt een hogere en eerlijke prijs betaald voor de cacao-bonen. Om te bepalen wat een eerlijke prijs is, wordt gebruik gemaakt van een onafhankelijke referentieprijs. Deze prijs wordt betaald boven op de UTZ-premie. In november 2019 heeft Albert Heijn de samenwerking met Socoopacdi, een lokale coöperatie van ongeveer 1.500 cacao-boeren in Ivoorkust, voor langere termijn vastgelegd. Met dit vooruitzicht kunnen boeren investeren in hun toekomst.
- **Sterke boeren.** Samenwerking vindt plaats met boeren en coöperaties om te professionaliseren, zodat zij bijvoorbeeld gezamenlijk meststoffen of nieuwe planten kunnen inkopen. Maar ook om kindervrij te waarborgen binnen de gemeenschap door middel van het CLMRS-programma. Boeren worden getraind op vakmanschap, zodat zij meer cacao en andere gewassen kunnen verbouwen op hun land om zo meer geld te verdienen. Tegelijkertijd wordt het milieu beschermd.

4. Conclusie en vooruitblik

In het tweede jaar van het IMVO-convenant Voedingsmiddelen heeft de supermarktbranche veel stappen gezet. Zowel op het gebied van het inrichten van IMVO-risicomanagement, als met het opstarten van het leefbaar loon bananen project. Vooral op het gebied van het verkrijgen van inzicht in de keten, het opstellen van doelstellingen naar aanleiding van geïdentificeerde risico's en het evalueren van het IMVO-beleid hebben supermarkten veel vooruitgang geboekt. Deze ontwikkelingen, samen met de basis van het hebben en integreren van IMVO-beleid en heldere communicatie daarover, laat zien dat IMVO leeft binnen de branche. De beschreven projecten laten zien dat supermarkten ook daadwerkelijk werken aan het in de praktijk brengen van het IMVO-beleid.

Een uitdaging voor supermarkten blijft de complexiteit van sommige ketens, die niet allemaal even snel transparant gemaakt kunnen worden. Voor sommige ketens blijft het dan ook een opgave om alle producten tot op productniveau in kaart te brengen. De risico-gebaseerde aanpak, waarbij de focus wordt bepaald door de geïdentificeerde risico's, is daarbij leidend. Het is belangrijk dat ook de complexere ketens inzichtelijk worden.

Supermarkten zullen in het derde jaar van het IMVO-convenant extra inzetten op de aandachtspunten uit het self-assessment. Hierbij wordt onder andere gewerkt aan de inrichting van klachtenmechanismen en de verbetering van het plan van aanpak. Ook zullen supermarkten blijven werken aan concrete projecten waarbij samenwerking met andere convenantspartijen van waarde is. Het leefbaar loon project dat t/m juni 2020 is opgestart wordt verder uitgerold. Zo worden volgens doelstelling eind 2020 de resultaten van het gat tussen het leefbaar en het huidige loon van medewerkers op de bananenplantages bekend, en streven supermarkten ernaar om vanaf 2021 minstens 10 procent van dit gat te dichten. Op deze manier zullen supermarkten blijven werken aan de twee doelstellingen in het convenant: het inregelen van IMVO-risicomanagement en het uitvoeren van concrete projecten met convenantpartijen. Dit alles met de OESO-richtlijnen als basis.