

IMVO-risicomanagement in de supermarktbranche

Resultaten van het derde jaar IMVO-convenant Voedingsmiddelen



Inleiding

IMVO (Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen) staat hoog op de agenda van de supermarktbranche. Supermarkten hebben het afgelopen jaar, samen met ketenpartners, dan ook concrete resultaten geboekt op 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 is de supermarktbranche bezig met diverse projecten. Deze zijn voor een deel collectief uitgevoerd, zoals het Leefbaar Loon Bananenproject en de impact assessment naar de tomatenketen in Italië. Daarnaast werken supermarkten ook aantoonbaar individueel aan het beter integreren van IMVO-risicomanagement in de bedrijfsvoering.

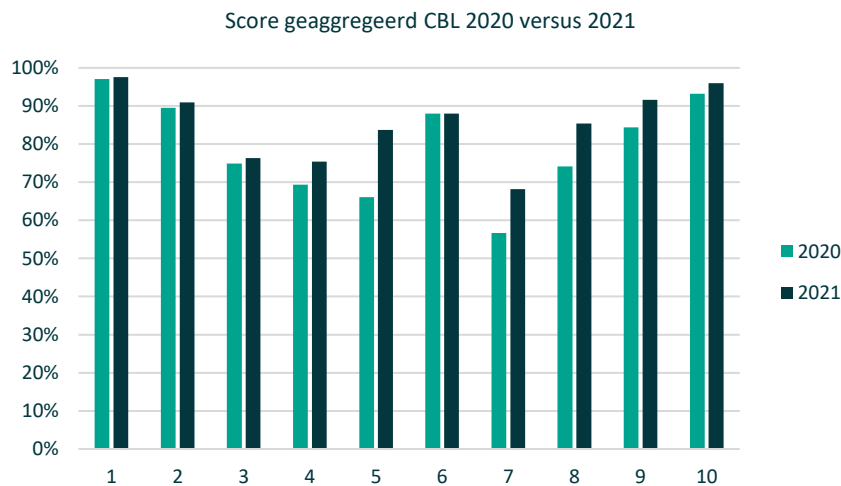
Uit de twee eerdere jaarrapportages van het IMVO-convenant Voedingsmiddelen, van 2019 en 2020, bleek al dat de supermarktbranche hard op weg is naar het voeren van IMVO-risicomanagementbeleid volgens de OESO-richtlijnen. In deze nieuwe rapportage laten wij zien waar supermarkten in 2021 staan, drie jaar na de ondertekening van het IMVO-convenant. Ook gaan we in op de diverse IMVO-projecten waar CBL-leden bij betrokken zijn.

1. Voortgang IMVO-convenant Voedingsmiddelen

Voor het derde jaar op rij hebben supermarkten inzichtelijk gemaakt op welke manieren ze bezig zijn met IMVO- risicomanagement. De eerder uitgevoerde metingen van 2019¹ en 2020² lieten zien waar aanvullende actie benodigd was. Tijdens de meest recente self-assessment, uitgevoerd in de periode juli-augustus 2021, werd duidelijk waar diverse CBL-leden (met een gezamenlijk marktaandeel van ca. 97 procent) vooruitgang hebben geboekt. De opzet en inhoud van de vragenlijst was gelijk aan die van de eerdere twee jaren, zodat de resultaten 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	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 9. Worden genomen acties geëvalueerd?
E. IMVO-risicomanagement communicatie	<ol style="list-style-type: none"> 10. Wordt openlijk gecommuniceerd over het IMVO-risicomanagement van het bedrijf?

De monitor laat zien dat de supermarktbranche in het derde jaar op bijna alle onderwerpen vooruitgang heeft geboekt.



¹ 2019: <https://www.cbl.nl/app/uploads/2019/04/Nulmeting-Monitoringtool-CBL.pdf>

² 2020: [IMVO-risicomanagement-binnen-de-supermarktbranche-FINAL-.pdf \(cbl.nl\)](#). De cijfers van het tweede jaar zijn gecorrigeerd voor enkele omissies geïdentificeerd na publicatie van de assessment resultaten.

2. Voortgang per thema

A. Beleid, verankering, toegang tot herstel

In 2020 lieten de supermarkten zien het IMVO-beleid op orde te hebben en dit grotendeels te hebben geïntegreerd in de bedrijfsvoering. De stijging van de scores in 2021 is te verklaren doordat enkele retailers de onderwerpen onderdeel van het IMVO-beleid hebben uitgebreid (een expliciete toevoeging van leefbaar loon en leefbaar inkomen). Ook bevat de evaluatie van leveranciers dit jaar bij meer retailers een toets op het duurzaamheidsbeleid. Tevens wordt in toenemende mate training gegeven aan toeleveranciers over duurzaamheidswensen van de betreffende supermarkt.

In vergelijking met vorig jaar schenken supermarkten nog meer aandacht aan de interne behandeling van klachten. Een belangrijk aandachtspunt voor supermarkten blijft echter het toepassen van een klachtenmechanisme en de daarbij horende toegang tot herstel voor externe belanghebbenden. De supermarktbranche is daarom samen met andere convenantpartijen bezig met een verkenning om te onderzoeken of een specifiek project gericht op het klachtenmechanisme kan worden ingericht.



Beleid, verankering, toegang tot herstel

98% (+1%)

1. IMVO-beleid

91% (+1%)

2. IMVO-integratie

76% (+1%)

3. Klachtenmechanisme

B. Identificatie, beoordeling en prioritering van risico's

De supermarktbranche heeft het afgelopen jaar verschillende acties ondernomen om de keten en de bijbehorende risico's nog beter in kaart te brengen. Zo hebben supermarkten nog meer inzicht in tweedelijnsproductielocaties gekregen, is er toenemend overzicht van processen ingezet voor productie en is de geografische herkomst van producten en grondstoffen in toenemende mate bekend.

De grootste stap die dit jaar is gezet, is het inzichtelijk maken van de risico's in de keten. Zowel per land, grondstof als producent. De focus ligt daarbij veelal op hoog-risicoproducten. Veel retailers zijn tevens bezig met risicoprioritering (naar ernst en waarschijnlijkheid), enkelen zijn nog bezig met de implementatie van dit beleid. Raadpleging van belanghebbenden in het traject van risico-identificatie, -beoordeling en -prioritering is voor alle supermarkten een belangrijke pijler.



Identificatie, beoordeling en prioritering van risico's

75% (+6%)

4. Overzicht keten

84% (+18%)

5. Inzicht risico's

88% (-)

6. Risicoprioritering

Supermarkten hebben diverse impact assessments uitgevoerd om de impact van bedrijfsactiviteiten en de bijbehorende risico's zo goed mogelijk te doorgronden. Eén van de impact assessments is uitgevoerd in de tomatenketen en vindt plaats in samenwerking met vakbond FNV. Partijen in het IMVO-convenant Voedingsmiddelen ondersteunen dit project. Het project is dan ook uitgevoerd onder de vlag van het IMVO-convenant.

Voorbeeld: Impact assessment in de tomatenketen

Het CBL en de FNV zijn bezig met onderzoek naar de productieketen van de ingeblikte tomatenhandel. Het onderzoek richt zich op Italië, een belangrijke leverancier van tomaten. Doel is om in kaart te krijgen welke specifieke risico's op schendingen van mensenrechten zich in de tomatenketen voordoen en welke verbeteringen nodig zijn. Daarbij worden aanbevelingen opgesteld hoe de Nederlandse deelnemers in de keten een positieve verandering in gang kunnen zetten.

Een belangrijk onderdeel van het onderzoek is het in kaart brengen van het aandeel van de Nederlandse producenten en afnemers in de Italiaanse tomatenketen. Op deze manier kan per onderdeel beter gekeken worden welke stappen kunnen worden gezet om de positie van werknemers te verbeteren. Het gaat onder andere om het onderzoeken van de rol die supermarkten, fabrikanten en organisaties die kwaliteitscertificaten uitreiken, hierin spelen.

De resultaten van het onderzoek worden in het najaar van 2021 verwacht.

Ook voeren individuele supermarkten impact assessments uit. Deze richten zich veelal op de impact van bedrijfsactiviteiten op mensenrechtenvraagstukken.

Voorbeeld: Human rights impact assessments door Lidl

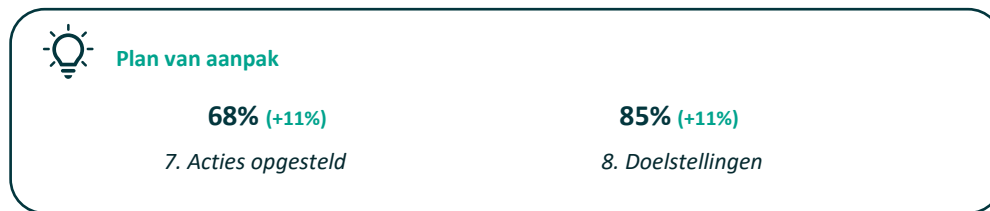
Als onderdeel van de due diligence-aanpak met betrekking tot mensenrechten legt Lidl zich toe op de uitvoering van *human rights impact assessments* (HRIA's). De HRIA's zijn gebaseerd op een systematisch proces om de impact van de bedrijfsactiviteiten op mensenrechtenkwesaties te identificeren, te prioriteren en aan te pakken. Dit omvat een directe betrokkenheid van belanghebbenden en rechthebbenden. Een belangrijk aspect van de aanpak is een tijdgebonden actieplan om ervoor te zorgen dat de negatieve effecten op mensenrechten die tijdens het proces zijn vastgesteld, effectief worden geminimaliseerd. Bij het maken van de HRIA zijn stakeholders en rechthebbenden altijd direct betrokken.

Lidl heeft twee HRIA's uitgevoerd en gepubliceerd: één gericht op de theeleveringsketen uit Kenia en één gericht op de toeleveringsketen voor bessen uit de Spaanse provincie Huelva. Een HRIA gericht op Zuid-Amerikaanse toeleveringsketen voor bananen volgt.

C. Plan van aanpak

Supermarkten hebben in het derde jaar van het IMVO-convenant laten zien vooruitgang te hebben geboekt in het opstellen van concrete plannen van aanpak met activiteiten om risico's te mitigeren. Enkele supermarkten die vorig jaar bezig waren met het implementeren van de plannen van aanpak hebben deze dit jaar afgerond. Andere supermarkten zijn momenteel nog bezig met deze implementatie. In vergelijking met vorig jaar werken supermarkten nog meer samen met toeleveranciers om deze plannen op te stellen en te finaliseren en zijn supermarkten beter bezig met het systematisch monitoren van de acties uit het plan van aanpak om te bepalen of deze tot het gewenste resultaat leiden. Deze monitoring en het behandelen en beoordelen van de opgestelde acties bevindt zich voor veel supermarkten nog in de implementatiefase. Hier is dan ook nog verbetering mogelijk.

Het afgelopen jaar hebben supermarkten de doelstellingen tevens verder geconcretiseerd naar aanleiding van de geïdentificeerde risico's en uitgesplitst naar de korte en lange termijn.



De plannen van aanpak en de hieruit voortkomende doelstellingen hebben bij supermarkten geleid tot diverse projecten. Hierbij kijken supermarkten continu hoe verbetering in ketens kan plaatsvinden, ook als deze al een duurzame standaard hebben. Een goed voorbeeld hiervan is de cacaoketen, waarbij alle eigen merkproducten cacao al enkele jaren Rainforest Alliance en Fairtrade-gecertificeerd zijn.

Voorbeeld: Dutch Initiatieve on Sustainable Cocoa (DISCO)

Om een volgende stap te zetten in het verduurzamen van de cacaoketen ondertekende het CBL in augustus 2020 samen met een aantal supermarkten, andere ketenpartijen, maatschappelijke organisaties en de overheid de Dutch Initiative on Sustainable Cocoa (DISCO). DISCO heeft als doel het verder verduurzamen van de cacaosector. Hierbij zijn drie doelstellingen gesteld:

- Het creëren van leefbaar inkomen voor families betrokken bij de cacao productie per 2030;
- Het tegengaan van ontbossing en bijdragen aan restauratie van land en bos per 2025;
- Het beëindigen van kinderarbeid in de keten per 2025.

Momenteel werken supermarkten samen met andere ondertekenaars aan het verder vormgeven van de afspraken.

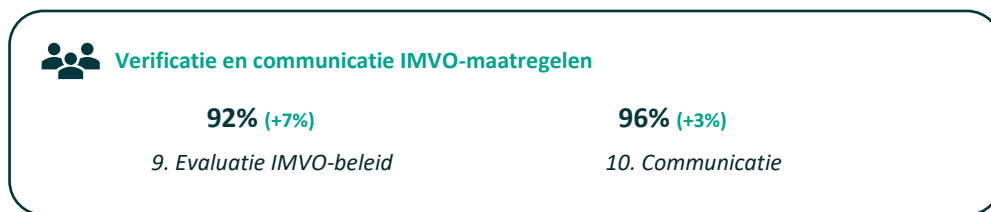
Om door de keten heen duurzaamheidsinspanningen te borgen spelen duurzaamheidskeurmerken en standaarden een belangrijke rol. Op deze manier kan monitoring en borging van vooruitgang plaatsvinden en kunnen alle ketenpartijen volgens dezelfde richtlijnen werken.

Voorbeeld: Standaarden ten behoeve van watermanagement door ALDI

Na het uitvoeren van hotspot-analyses in een aantal hoog risicogebieden waar hun groente en fruit geteeld worden, heeft ALDI samen met leveranciers en producenten een pilot project opgestart waarin werd gekeken in hoeverre de GlobalGAP Add On SPRING standaard kon helpen bij het monitoren van watergebruik, bescherming van waterbronnen en best practices in water management. Omdat bleek dat SPRING een behulpzame en werkbare tool voor producenten is heeft ALDI besloten om dit instrument vanaf 2022 verplicht te stellen voor alle groente en fruitproductie in gebieden waar waterschaarste dreigt. Hierdoor hebben leveranciers de tijd om zich met hun producenten goed voor te bereiden en eventuele aanpassingen in hun management door te voeren.

D.E. Verificatie en communicatie IMVO-risicomanagement

Het afgelopen jaar zijn meer supermarkten de effectiviteit van genomen IMVO-maatregelen gaan evalueren. De grootste vooruitgang is geboekt op het evalueren van maatregelen op producentenniveau, externe doelstellingen en acties. Veel supermarkten waren vorig jaar nog bezig met de implementatie van dit evaluatiebeleid, nu is dit bij bijna alle supermarkten ingeregeld. Naast doelstellingen evalueren supermarkten ook periodiek het IMVO-beleid en het inkoopbeleid. Hierbij houdt de branche rekening met maatschappelijke ontwikkelingen en speelt input van belanghebbenden, zoals leveranciers, maatschappelijke organisaties en werknemers, een belangrijke rol.



Net als in het tweede jaar van het IMVO-convenant hebben supermarkten dit jaar belemmeringen benoemd om IMVO-maatregelen in de keten door te voeren. De complexiteit van de handelsketen, de mogelijkheid om leveranciers verder in de keten te beïnvloeden en mededingingsregels waardoor samenwerking met andere retailers wordt gehinderd, zijn daarbij onder meer genoemd.

Communiceren over IMVO-risicomanagement blijft net als voorgaande jaren belangrijk. Zowel intern binnen de organisatie als extern richting ketenpartijen, maatschappelijke organisaties en consumenten vertellen supermarkten hun verhaal. In vergelijking met vorig jaar communiceert de branche nog beter over doelstellingen, activiteiten en resultaten, net als over beleid en betreffende risico's. Communicatie vindt op verschillende manieren plaats, bijvoorbeeld via (jaar)rapportages³, de website en op de winkelvloer.

³ Zie een overzicht van de (kwantitatieve) monitors waarin over en door supermarkten wordt gerapporteerd: <https://www.cbl.nl/onderwerpen/overzicht-monitors-en-afspraken/>

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

Leefbaar loon is ook voor het derde jaar binnen het IMVO-convenant voor de supermarktbranche een belangrijk focuspunt. Het Leefbaar Loon Bananenproject, dat in oktober 2019 is gestart en waarbij een groot gedeelte van de supermarktbranche samen met IDH werkt aan het bereiken van de doelstellingen, is nog steeds in volle gang. Begin 2021 is de nulmeting van het project opgeleverd waarna de komende jaren zal worden gewerkt aan het dichten van het geïdentificeerde leefbaar loon-gat.

Voorbeeld: Leefbaar Loon Bananenproject

In april 2020 hebben Nederlandse supermarkten in samenwerking met IDH de eerste rapportage gepubliceerd van het Leefbaar Loon Bananenproject. Binnen dit project is vastgelegd dat zij zich gezamenlijk inzetten voor een leefbaar loon voor arbeiders in de bananenteelt. In het eerste jaar werd het doel gezet om voor minimaal 33 procent van het assortiment het leefbaar loon-gat inzichtelijk te krijgen. Informatie van 117 bananenplantages is meegenomen in de nulmeting, goed voor zo'n 42 procent van de totale inkoop aan bananen door Nederlandse supermarkten. Het gestelde doel is dan ook ruim behaald. De analyses van het eerste jaar tonen aan dat het gemiddelde verschil tussen het huidige en het leefbaar loon in de bananensector negen procent is (het leefbaar loon-gat).

Na de uitgevoerde nulmeting zijn supermarkten aan de slag gegaan om het leefbaar loon-gat verder inzichtelijk te maken. In 2022 worden deze nieuwe resultaten gepubliceerd. In de toekomst wordt de samenwerking tussen de supermarkten en ketenpartijen verder geïntensiveerd om onderliggende oorzaken van het leefbaar loon-gat te identificeren en tot gezamenlijke oplossingen te komen. Daarbij zullen projecten worden opgestart om het leefbaar loon-gat te dichten.

Net als in het tweede jaar van het IMVO-convenant werken supermarkten ook dit jaar aan projecten om de inkomens van werknemers in productielanden te verbeteren. Hierbij werken supermarkten met leveranciers en partijen binnen en buiten het IMVO-convenant. Partijen buiten het IMVO-convenant spelen immers ook een belangrijke rol in het verbeteren van de positie van werknemers in de keten, bijvoorbeeld certificeringsorganisaties.

Voorbeeld: Leefbaar loon in de koffieketen bij Albert Heijn

Albert Heijn heeft met de Rainforest Alliance en Ahold Delhaize Coffee Company een pilotproject op leefbaar loon uitgevoerd bij twee koffieplantages in Kenia. Het doel was om beter te begrijpen wat het betalen van een leefbaar loon betekent voor de verschillende belanghebbenden in termen van impact en kosten. De exporteur van de plantages en een onderzoeksbureau waren ook bij het project betrokken. Er zijn een aantal resultaten bereikt:

- Leefbaar loon gat is in kaart gebracht op basis van de Anker methode en GLWC studies.
- Inzichtelijk gemaakt wat de plantages zelf kunnen doen om efficiënter te werken en daarmee kosten te besparen.
- Inzichtelijk gemaakt met welke factoren rekening gehouden moet worden bij de implementatie van een leefbaar loon.

Hoewel de bonen van deze koffieplantages niet bij het smaakprofiel van het huismerk Perla koffie blijken te passen, zet Albert Heijn het project wel door. Boeren kregen in 2020 een premie om een stap richting leefbaar loon te kunnen maken. Ook in 2021 krijgen ze deze premie.

Supermarkten zien het bewerkstellingen van een leefbaar loon vaak als één van de onderdelen om de keten te verduurzamen. Naast sociale elementen spelen namelijk ook klimaataspecten een rol, zoals het verminderen van de milieuoetafdruk van de keten.

Voorbeeld: Duurzame theeketen van Superunie

Superunie wil het voortouw blijven nemen op weg naar duurzame ketens. Producten uit hoogrisicolanden, zoals thee, hebben prioriteit. Voor een positieve impact op mens en milieu, werkt Superunie actief samen met haar leveranciers en is transparant over de gemaakte vorderingen. Zo zijn de theeplantages van haar theeleverancier Bogawantalawa als eerste ter wereld klimaatpositief. Ook leefbaar loon is een belangrijk thema in de theesector. Superunie is samen met Bogawantalawa, IDH en Fairtrade een project gestart om te bevestigen dat leefbaar loon wordt betaald aan de werknemers in de productieketen in Sri Lanka volgens de geldende benchmark. Naar verwachting zal eind 2021 duidelijk zijn of daadwerkelijk leefbaar loon wordt betaald aan theeplukkers en mensen in de theefabriek. Indien onverhoopt nog een verschil wordt vastgesteld tussen huidige en leefbaar loon, dan zal samen gekeken worden op welke wijze dit verschil wordt gedicht. Dit is een uniek traject in de Sri Lankaanse theesector.

Tevens zien supermarkten het bijdragen aan een leefbaar loon en leefbaar inkomen vaak in het bredere perspectief van het verbeteren van leefomstandigheden. Zo gaat het niet altijd enkel om extra financiële vergoeding, maar kan het ook gaan om niet-financiële hulpmiddelen en dekkingen. Op deze manier kijken supermarkten integraal naar het implementeren van IMVO-beleid.

Voorbeeld: Verbeteren van levensomstandigheden in de koffieketen van Jumbo

In 2021 heeft Jumbo Mpanga koffie in haar assortiment geïntroduceerd. Voor deze koffie zijn de bonen gebruikt van ruim zeshonderd kleinere boeren uit de vruchtbare groene heuvels van oostelijk Rwanda, tegen de grens van Tanzania. De lokale koffieboeren zijn aangesloten bij het Mpanga washing station, waar de Rainforest Alliance-gecertificeerde koffie wordt verwerkt. Voor iedere kilo Mpanga koffie die wordt verkocht, keert Jumbo een extra premie uit van 62 cent, waarmee de boeren de opbrengst van hun landbouwgrond kunnen verhogen en de levensomstandigheden van hun gezinnen kunnen verbeteren. Met behulp van zogeheten True-code.org locatiepaspoorten is nauwgezet in kaart gebracht van welke boeren de koffiebonen afkomstig zijn. De extra premie wordt besteed aan middelen waarvan de boeren zelf hebben aangegeven het meest mee geholpen te zijn, zoals de aanschaf van organische mest en goed gereedschap, en een bijdrage aan de ziektekostenverzekering.

4. Conclusie en vooruitblik

In het derde jaar van het IMVO-convenant Voedingsmiddelen heeft de supermarktbranche, net als voorgaande jaren, stappen gezet in de inrichting van IMVO-risicomanagement en het uitvoeren van projecten op het gebied van leefbaar loon en arbeidsomstandigheden. De grootste vooruitgang is geboekt in het identificeren van risico's op basis van de in kaart gebrachte keten en het vervolgens opstellen van acties en doelstellingen om deze risico's te mitigeren. Ook zijn supermarkten nog beter bezig met het evalueren van het IMVO-beleid. In lijn met vorig jaar scoort de branche hoog op de aanwezigheid en integratie van en communicatie over het IMVO-beleid. Naast de kwantitatieve vooruitgang laten de diverse projecten zien hoe supermarkten IMVO in de praktijk oppakken.

Uitdagingen blijven zichtbaar om de complexere ketens tot op productniveau in kaart te krijgen. De uitgevoerde impact assessment in de tomatenketen speelt hier op in en in de toekomst zullen supermarkten hier hard aan blijven werken. Daarnaast ligt er een opdracht om de plannen van aanpak om IMVO-risico's te mitigeren nog beter uit te werken door meer aandacht te besteden aan het uitdenken van de concrete impact van maatregelen, verbetering in het systematisch monitoren en deze periodiek te beoordelen. Ondanks dat hier in vergelijking met vorig jaar al stappen in zijn gezet (met een stijging van +11%) kunnen supermarkten hier nog winst behalen.

In het vierde jaar van het IMVO-convenant zullen supermarkten zich blijven inzetten om de geïdentificeerde aandachtspunten uit de self-assessment aan te pakken. Deze zullen naast individuele acties (bijvoorbeeld bij het opstellen van een plan van aanpak) ook collectief moeten worden opgepakt, met de inrichting van een klachtenmechanisme als concreet voorbeeld. Daarnaast zullen supermarkten blijven werken aan concrete projecten op individueel niveau, gezamenlijk met de branche en met andere convenantpartijen. Zo vindt afronding van de assessment in de tomatenketen dit convenantsjaar plaats, en worden in 2022 weer nieuwe resultaten van het Leefbaar Loon Bananenproject gepresenteerd.