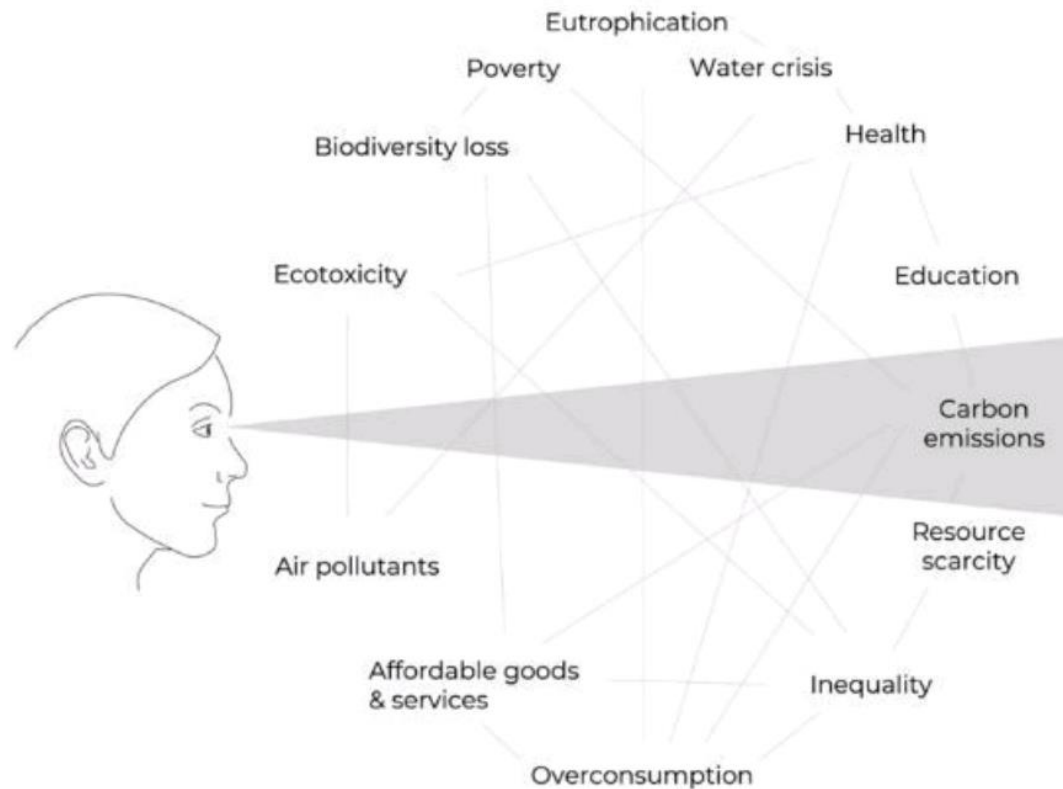




# Gezondheid: Een onderbelicht ESG-thema?

12 juni 2023

# Agenda



Sustainability transition

- Gezondheid is meer dan we denken!
- Wat kun je doen op dit thema?
- Case-study: Fastfood

# Gezondheid als ESG thema

- Staat voldoende op de agenda!
- We hebben alle onderdelen in het oog!
- We hebben voldoende inzicht!
- We gebruiken onze invloed voldoende!



# Waaruit bestaat Gezondheid?

1

Goede en toegankelijke  
gezondheidszorg

2

Gezonde  
samenleving

3

Gezonde  
leefomgeving

1

## Goede en toegankelijke gezondheidszorg



930.000.000

Wereldwijd lopen ongeveer 930 miljoen mensen het risico in armoede te vervallen doordat zij 10% of meer van hun huishoudbudget aan gezondheidszorg uitgeven.



OP NAAR 2030!

Nu de eerstelijnsgezondheidszorg opvoeren kan tegen 2030 60 miljoen levens redden in lage- en middeninkomenslanden. Dan kan de gemiddelde levensverwachting daar met 3,7 jaar worden verhoogd.



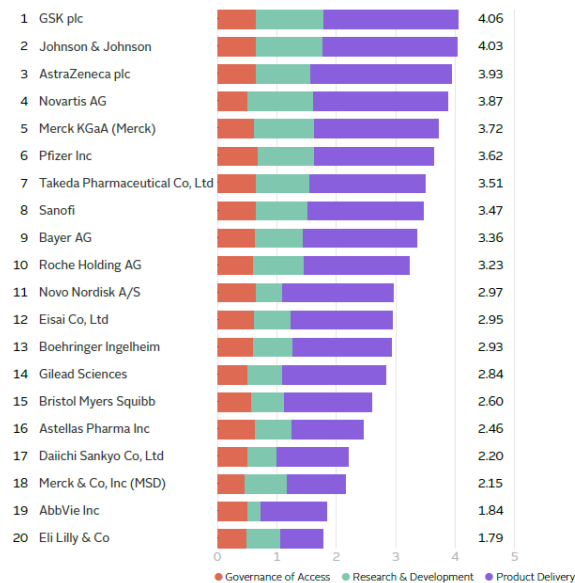
Verzuim -27%

Kosten -26%

Onderzoek toont aan: initiatieven aangaande gezondheid op het werk kunnen het ziekteverzuim met 27% terugdringen. En de ziektekosten voor bedrijven met 26%.

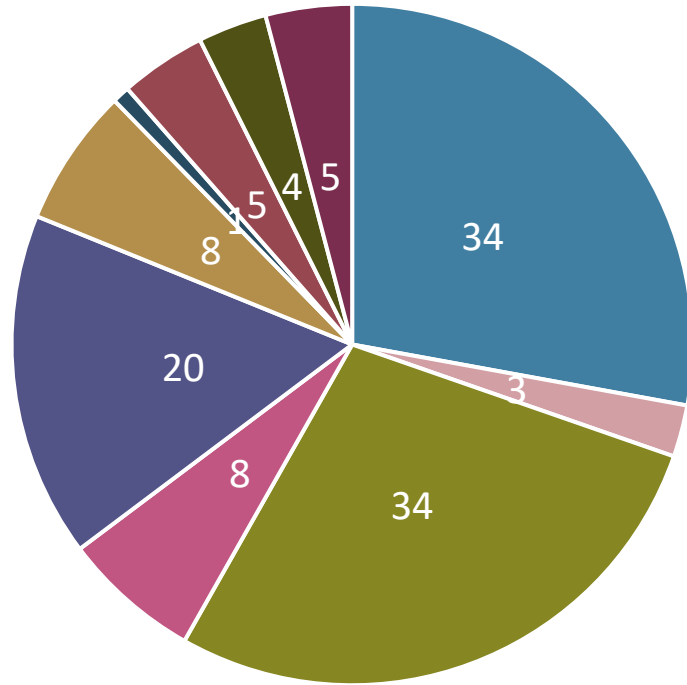
## access to medicine FOUNDATION

2022 ACCESS TO MEDICINE INDEX – OVERALL RANKING



# Gezondheidssector en ondernemingen

MSCI World Index



- Pharmaceuticals
- Health Care Services
- Health Care Technologies
- Managed Health Care
- Drug Retail
- Life Sciences Tools & Services
- Health care distributors
- Health Care Equipment
- Health Care Supplies
- Health Care REITs



## Gezonde samenleving



1 op 9

Wereldwijd zijn 1 op de 9 mensen ondervoed.



8.000.000

Er overlijden meer dan 8 miljoen mensen per jaar aan roken.



650.000.000

650 miljoen mensen hebben obesitas. Daarvan overlijden jaarlijks 11 miljoen mensen.

11.000.000 p/jr

Bepaalde beroepsrisico's, zoals letsel, lawaai, kankerverwekkende stoffen, deeltjes in de lucht en ergonomische risico's, zijn verantwoordelijk voor een aanzienlijk deel van de last van chronische ziekten.



Denk bijvoorbeeld aan rugpijn, kanker, depressies, longaandoeningen. Naast de maatschappelijk schade leidt dit, naar schatting, tot een economisch verlies van 4 tot 6% van het BBP.



ACCESS TO NUTRITION INITIATIVE



RESPONSIBLE SERVICE OF ALCOHOL



TOBACCO FREE Portfolios



Healthy markets need healthy people and communities



The CCLA Corporate Mental Health Benchmark Global 100 is available now

CCLA GOOD INVESTMENT

3

## Gezonde leefomgeving

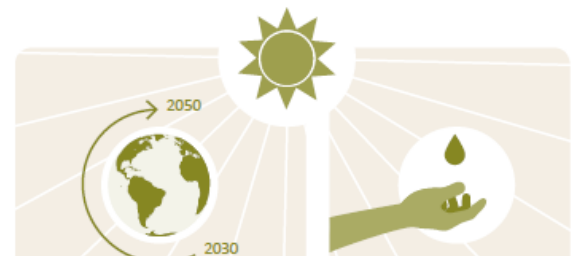


99%

De WHO stelt: 99% van de mensen op aarde ademt ongezonde lucht in.

7.000.000

Dit leidt tot 7 miljoen doden per jaar.



+250.000  
† p/jr

Tussen 2030 en 2050 zal klimaatverandering naar verwachting ongeveer 250.000 extra sterfgevallen per jaar veroorzaken.

Dit is het gevolg van ondervoeding, malaria, diarree en hittestress.

2.000.000.000

Meer dan 2 miljard mensen leven in landen met watertekorten. Dit zal in sommige regio's naar verwachting nog verergeren als gevolg van klimaatverandering en bevolkingsgroei.



Klimaat

NOS Nieuws • Gisteren, 15:07

### 'Klimaatverandering kan desastreuze gezondheidseffecten hebben'

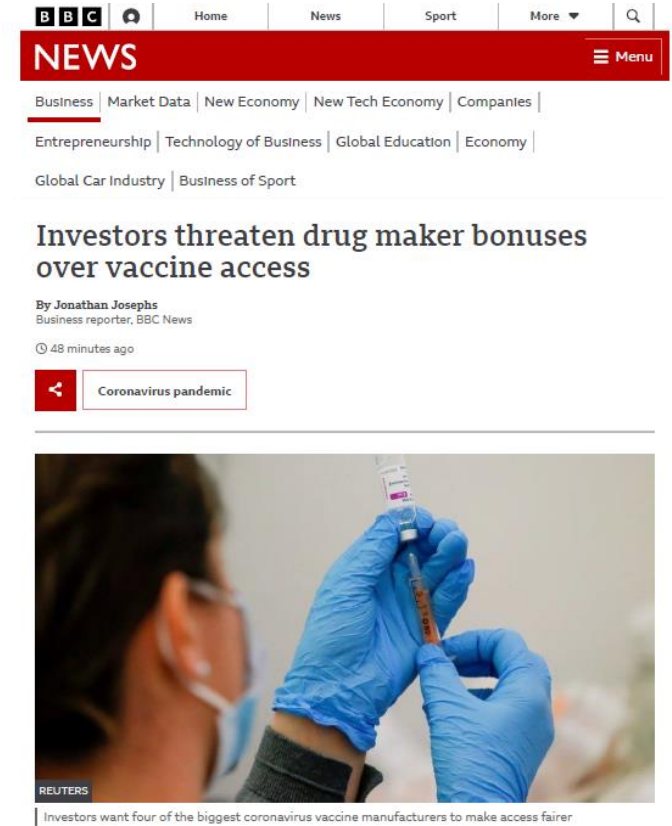
Dat klimaatverandering kan leiden tot bijvoorbeeld bosbranden en overstromingen, weten veel mensen inmiddels wel. Maar hierdoor kunnen mensen aan het eind van deze eeuw ook te maken krijgen met ernstige gezondheidsproblemen, staat in een [nieuw rapport](#) van de Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen (KNAW).



# Wat kun je als belegger?

- Voorkeuren
- Beleggingsportefeuille
  
- Engagement
  - Voedingsfabrikanten
  - Gezondheidszorg
  - Fastfood
  - Arbeidsomstandigheden
  - Engagement met overheden
  
- Stemmen & Resoluties
  - Farmaceuten
  - Goede Voeding
  - Normschenders

- Uitsluiten,
  - Bijvoorbeeld de tabakssector
  - Normatieve normschenders, o.a. milieuvvervuilers
  - Achterblijvers
  
- Impact Investments
  - Zorgvastgoed
  - Gezondheidszorg



**FCTC**  
WHO FRAMEWORK CONVENTION  
ON TOBACCO CONTROL

Is Gezondheid een thema bij u?

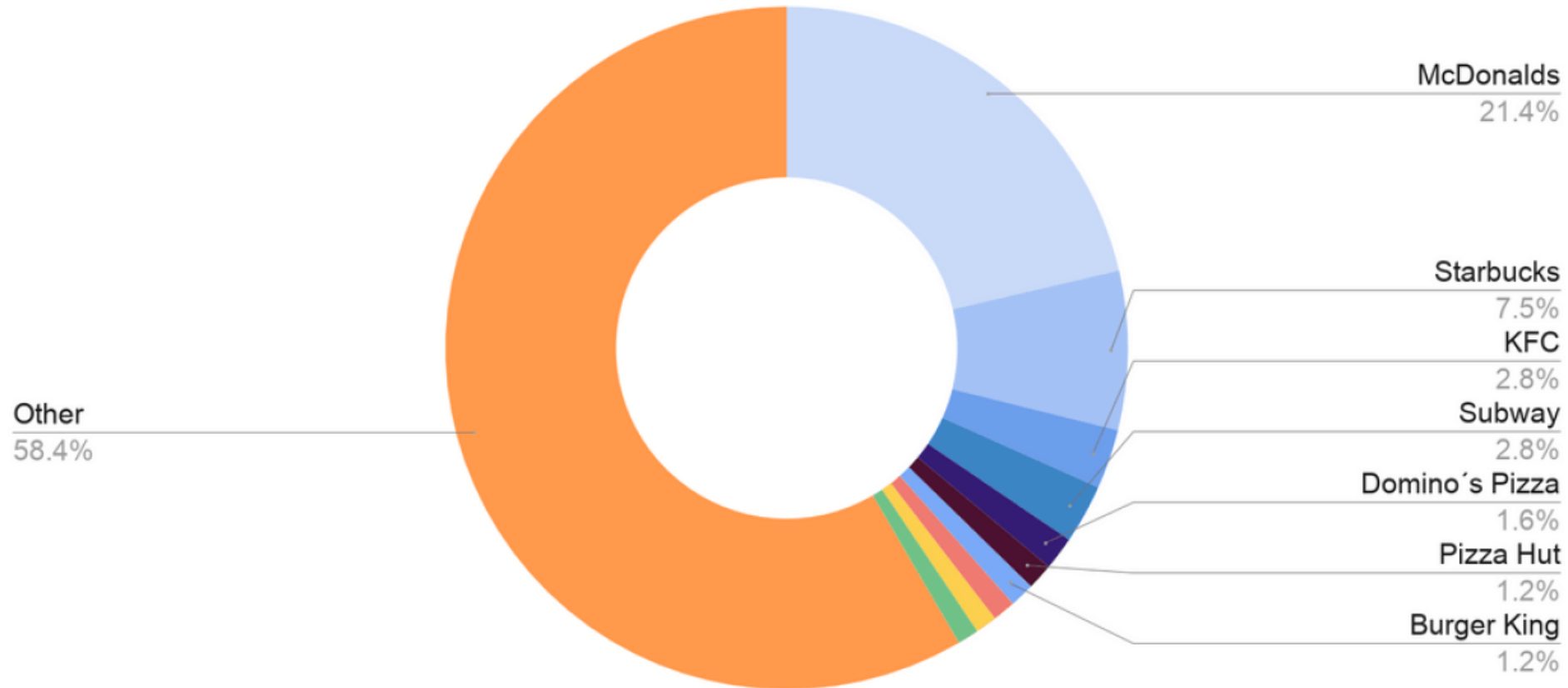
# Fastfood



- Snel
- Overal
- Goedkoop
- Ongezond?



# Wat zijn belangrijke spelers op deze markt?

Figure 2: Global fast food market share



Bron: Putting Health Back on the Menu, ShareAction

# Welke stappen zijn nodig?

Health and nutrition strategy with KPIs	
 <b>Healthier menu interventions</b>	 <b>Healthier sales interventions</b>
Reformulation of current menu items and healthier meal combinations	Responsible marketing to policy (children and adults)
Reduced portion sizes	Focus marketing on healthier options
Healthier ranges	Focus pricing and promotion activities on healthier items
Adopt a nutrient profiling model	Clear labelling and nutritional information

Bron: *Putting Health Back on the Menu, ShareAction*

Score	Companies
» A (80-100%)	None
» B (60-79%)	None
» C (40-59%)	McDonald's (52%) Greggs (49%)
» D (20-39%)	Costa Coffee (32%) Burger King (27%) Pizza Hut (22%) KFC (21%) Yum! Brands (20%) Dominos (20%)
» E (<20%)	Coca Cola (11%) Restaurant Brands International (8%)

Bron: Putting Health Back on the Menu, ShareAction

[ABOUT US](#)[JOIN OUR TEAM](#)[STEWARDSHIP](#)[NEWSROOM](#)[INVESTORS](#)[SERVICES](#)[FIND A STORE](#)[CONTACT US](#)

## LEVERAGE THE POWER OF DOMINO'S IN YOUR SCHOOL

Hear from a happy food service director currently using Domino's Smart Slice to feed over 22,000 students in her district. Click on the image below to watch the video.

[CONTACT US](#)

### School Lunch

[Smart Slice Home](#)[Video Series](#)[Nutrition](#)[Testimonial](#)[Smart Rewards](#)[Partners](#)




## NUTRITIONAL CONTENT

(1) Percentage of meal options consistent with national dietary guidelines and (2) revenue from these options	FB-RN-260a.1	All nutrition information, allergen, and ingredient lists for all Domino's menu items is available at: <a href="https://www.dominos.com/en/pages/content/nutritional/nutrition">https://www.dominos.com/en/pages/content/nutritional/nutrition</a> .
(1) Percentage of children's meal options consistent with national dietary guidelines for children and (2) revenue from these options	FB-RN-260a.2	Our only product developed with children's nutrition in mind is the school lunch pizza, which is compliant with the USDA National School Lunch Program. Our school lunch program is targeted to school lunch directors who are responsible for choosing meal options for their schools, not directly to children. More information about our school lunch program is available at <a href="https://biz.dominos.com/school-lunch/">https://biz.dominos.com/school-lunch/</a> .
Number of advertising impressions made on children, percentage promoting products that meet national dietary guidelines for children	FB-RN-260a.3	We do not target children in our advertising. <a href="#">Media and Advertising</a>



# A Long-Standing Commitment to Serving Safe, Quality Food

**How our food is produced and where it comes from matters to our customers, our communities and our shared environment. We provide a variety of choices and bring families together to share moments and create lasting memories. Additionally, we embed strict food safety standards to ensure we're preparing food and beverages customers can trust.**

-  [Nutrition & Marketing Practices](#)
-  [Food Safety](#)
-  [Global Happy Meal Goals 2020 Progress Report \(pdf\)](#) (28.2MB)

### Embedding Food Safety Standards Right Back to the Farm

Food safety is embedded in everything we do, from sourcing, menu development, packaging and distribution to the running of our restaurants.

In 2021, we made notable progress in ensuring standards were upheld, including:

- **2,000+ farmers trained** on McDonald's Good Agricultural Practices standards, which cover food safety as well as topics such as soil health, water use and land management.
- **2,077 third-party audits performed** according to our Supplier Quality Management System (SQMS).
- **46,241 restaurant food safety audits conducted.**

- **93% of audited suppliers met SQMS standards.** Where needed, we request corrective action plans, set timelines and perform verification to prevent noncompliance.

During the year, the McDonald's Global Food Safety Advisory Council advised on topics including Produce Safety standards and Restaurant Food Safety practices, driving continuous improvement. Additionally, we worked with suppliers and other stakeholders to update our SQMS standards, including improving food safety culture assessments.

### Our Global Happy Meal Nutrition Goals

We're focused on evolving the Happy Meal and making balanced meals more accessible. McDonald's will continue to approach this responsibly, offering balanced options and promoting menu items that contribute to recommended food groups, such as fruits, vegetables and low-fat dairy.

In 2018, we announced five Global Happy Meal Nutrition Goals to be achieved by the end of 2022. We continued to make progress toward them throughout 2021 and **plan to publish our final performance report in 2023.**

### Progress So Far

**8 out of 20 major markets offer balanced meals**

**12 major markets have met our goal on simplifying ingredients**

**16 out of 20 major markets sold an increased share of Happy Meal items containing recommended food groups in 2019 versus 2018**

**12 major markets have met our goal on Happy Meal nutrition transparency**

**100% of ads shown to children in 2019 featured water, milk or juice as the Happy Meal beverage and fruits, vegetables or dairy as Happy Meal side**



### Our Focus on Nutrition and Responsible Marketing

McDonald's aims to help consumers make informed nutrition choices. We deliver nutrition labeling, calories on menu boards, mobile apps, kiosks, online nutrition calculators and defined marketing goals.

Working toward our Happy Meal Nutrition Goals, our internal, cross-functional network shares nutrition best practices across the Company. Externally, we participate in various pledges to drive industry-wide practices and are proud of our long history as an industry leader in responsible marketing to children, guided by our Global Marketing to Children Guidelines.



# Yum Brands

KFC, Pizza Hut, Taco Bell

## FOOD

### Balanced Choices Across Our Portfolio

Yum! strives to offer choice on our menus and evolve our offerings in ways that matter most to our consumers. We pay close attention to consumer trends regarding nutrients or ingredients to add or limit in our menu items, and we strive to provide options that meet a wide range of consumer values, lifestyle choices and dietary needs.

In 2021, we announced a global strategic partnership with Beyond Meat, Inc. Through this partnership, we're leveraging our brands' industry-leading research and development capabilities to co-create new plant-based protein menu items.

Some of these changes result in new menu items designed to catch consumers' attention. Other changes are made more quietly designed to improve our food's nutritional profile without compromising delicious taste.

Here are a few highlights:



#### Plant-based proteins

Pizza Hut has made Beyond Pepperoni a permanent menu item in some markets.



#### Balanced options

By 2030, we intend to represent 50% of menu food offerings to be consistent with Yum! global nutrition criteria for meal options. As of 2021, our brands were 64% of the way there, putting us on track to meet the goal.



#### Clean labeling

We continue our efforts to remove artificial colors, artificial flavors and PHOs from core food ingredients globally by 2025.



#### Better beverages

In the U.S., Taco Bell aims to meet its 2022 goal of offering at least 50% of its medium (20 fl oz) fountain beverages at 100 calories or less and 20 grams of sugar or less.

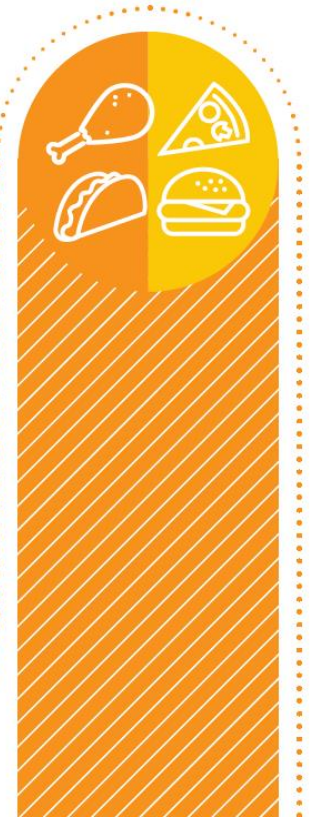
#### Plant-based cheeses

Offered at a growing number of Pizza Hut restaurants including in Portugal, Spain and the U.K.



#### Sodium reduction

In 2021, the U.S. Federal Drug Administration (FDA) released its voluntary guidance for sodium reduction for the food industry, and after conducting an analysis we found that, on average, 75% of our individual products in the U.S. meet its upper bound sodium concentration targets.



# Vragen

- Denkt u dat fastfood verantwoord kan worden?
- Overweegt u stappen op dit thema?



Bedankt voor uw aandacht!

12 juni 2023

# Disclaimer

Achmea Investment Management B.V. ("**Achmea IM**") heeft de informatie in dit document met zorg samengesteld. Deze 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 (in de zin van 1:1 Wft), (ii) geen beleggingsaanbeveling of beleggingsadvies (in de zin van 1:1 Wft), en (iii) geen juridisch of fiscaal advies. Raadpleeg in voorkomende gevallen een juridisch of fiscaal adviseur. Achmea IM raadt u af een (beleggings)beslissing uitsluitend te baseren op de in dit document opgenomen informatie. Achmea IM is niet aansprakelijk voor schade die het gevolg is van een dergelijke (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 ontlenen. 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. De informatie in dit document is gebaseerd op door Achmea IM gemaakte aannames. Het is mogelijk dat andere aannames worden gemaakt dan de door Achmea IM gemaakte aannames. De door Achmea IM getrokken conclusies zijn daarom niet noodzakelijkerwijs juist en/of volledig.

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.

Uitgegeven door: Achmea Investment Management B.V., statutair gevestigd te Zeist en kantoorhoudende te Zeist (Handelsregister nr. 18059537). Achmea IM is geregistreerd bij de Autoriteit Financiële Markten ("**AFM**") in Amsterdam als een beheerder van beleggingsinstellingen als bedoeld in artikel 2:65a Wft en is onder deze vergunning bevoegd tot het verlenen van de beleggingsdiensten als opgenomen in het door de AFM gehouden register.