



***Due diligence  
rapportage 2021***

**JUMBO**

# Inhoud

<b>1.</b>	<b>Introductie: ons due diligence proces</b>	<b>3</b>
1.1	Due diligence proces	3
<b>2.</b>	<b>Rapportage 2021</b>	<b>4</b>
2.1.	Governance	4
	Verantwoordelijkheid en organisatorische inbedding	4
	Werkwijze CFT	5
	Trainingen	5
	Leverancierscommunicatie: Code of Conduct	5
	MVO Meerjarenplan 2025 en aanscherpen mensenrechtenbeleid in 2021	5
2.2.	Focus bepalen	6
	Risicoanalyse: methodologie	6
	Risicoproducten 2021	7
	Informatie vanuit de ketens	7
	Transparantie leveranciers	8
	Tilapia	9
	Sinaasappelen uit Egypte	9
	Koffie uit Rwanda	10
2.3.	Aanpak van issues	11
	Van analyse naar actie	11
	Impact assessments, samenwerking en verbeterinitiatieven	11
	Thema's	16
	Stakeholders, kennispartners en andere samenwerking	18
	Monitoring van voortgang en resultaten	18
2.4	Communicatie en rapportage	19
2.5	Klachtenmechanisme	20
<b>3.</b>	<b>Focus voor 2022</b>	<b>21</b>

# 1. Introductie: ons due diligence proces

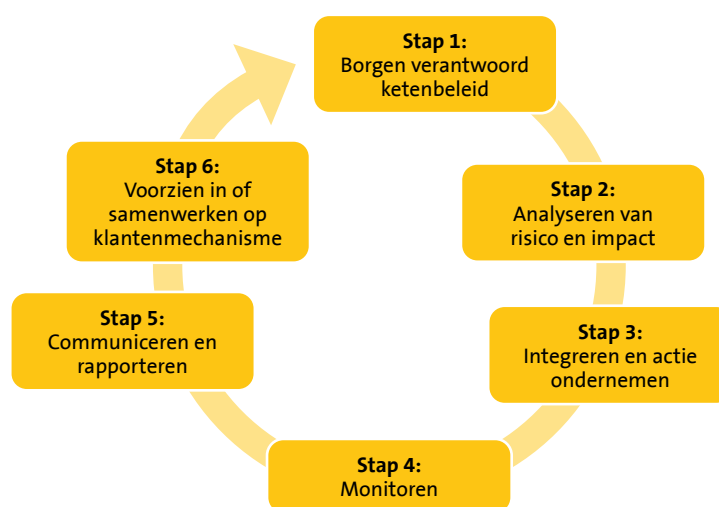
Als familiebedrijf en toonaangevende supermarktorganisatie staan we midden in de samenleving. We voelen ons verantwoordelijk voor de wereld om ons heen, voor deze en toekomstige generaties. Daarom vinden we het belangrijk dat de producten die we verkopen zijn geproduceerd met aandacht voor mens, dier en milieu.

Jumbo doet direct en indirect zaken met bedrijven in productieketens over de hele wereld. We realiseren ons dat we verantwoordelijkheid hebben voor hoe voedingsmiddelen worden geproduceerd en de impact daarvan op mens, dier en milieu. Gebaseerd op ons mensenrechtenbeleid hebben we sinds 2019 een due diligence proces opgezet naast bestaande monitoringsystemen. Hiermee brengen we mogelijk negatieve effecten op mens, dier en milieu als gevolg van de productie van Jumbo huiskartikelen in kaart en nemen zo gericht actie ter voorkoming en vermindering van deze negatieve effecten.

In de jaarlijkse due diligence risicoanalyse beoordelen wij naast potentiële negatieve effecten op mensenrechten ook effecten op het gebied van dierenwelzijn, klimaat, biodiversiteit en milieu. De focus in dit rapport ligt op de risico's en onze inspanningen in 2021 op het gebied van mensenrechten. Op [jumborapportage.com](http://jumborapportage.com) is meer te lezen over onze activiteiten op de thema's dierenwelzijn en duurzame keten, waaronder klimaat, biodiversiteit en milieu vallen. Dit due diligence rapport sluit af met ons actieplan voor 2022 om nog minder negatieve impact te veroorzaken en waar mogelijk positieve impact te creëren.

## 1.1 Due diligence proces

Ons due diligence proces is in lijn met de 'Guiding Principles on Business and Human Rights' van de Verenigde Naties (UNGP) en de OESO-richtlijnen voor multinationale ondernemingen<sup>1</sup>. Due diligence is een continu proces waarmee we onze inzichten in de productieketens en de impact van ons assortiment op mens, dier en milieu voortdurend verbeteren. Het is ons doel om samen met leveranciers, andere retailorganisaties, NGO's en overige stakeholders meer positieve impact te creëren. Op basis van de internationale richtlijnen ten aanzien van due diligence hebben we de onderstaande stappen gedefinieerd voor ons proces. De voortgang die we gedurende 2021 hebben geboekt binnen elk van deze stappen komt in deze rapportage aan de orde.



Figuur 1 Het Jumbo due diligence proces (naar UNGP voorbeeld)

<sup>1</sup> <https://www.business-humanrights.org/en/un-guiding-principles> and <http://mneguidelines.oecd.org/guidelines/>

## 2. Rapportage 2021

Onze due diligence rapportage 2021 volgt net als onze rapportage over 2020 de structuur en aanbevelingen van het reporting framework van de UNGP<sup>2</sup>.

### 2.1. Governance

Deze paragraaf betreft stap 1 van het due diligence proces: het borgen van verantwoord ketenbeleid in bedrijfsvoering, toeleveringsketens en relatiemanagement.

#### Verantwoordelijkheid en organisatorische inbedding

Sinds 2020 wordt de implementatie van het due diligence proces aangestuurd en gemonitord met behulp van zogeheten Cross Functional Teams (CFT). Voorheen was dit een kernteam en een stuurgroep maar in 2020 en 2021 is een meer geïntegreerde en effectievere structuur geïmplementeerd in de organisatie. Op dit moment zijn er drie CFT's die een rol hebben in het due diligence proces. Dit zijn het CFT Arbeidsomstandigheden in de keten, CFT Dierenwelzijn en CFT Duurzame keten. In deze CFT's zitten vertegenwoordigers van de afdelingen Inkoop, Assortimentsmanagement, Kwaliteit, Communicatie en MVO. Het CFT Arbeidsomstandigheden in de keten is verantwoordelijk voor het opstellen en aanpassen, implementeren en monitoren van ons due diligence beleid in de organisatie.

De CFT's rapporteren aan het Fit for Purpose team (F4P) MVO dat bestaat uit twee leden van de Raad van Bestuur en de Financieel Directeur, de Manager Corporate Communication & Sustainability en het MVO team. Het F4P MVO komt eens per kwartaal samen en monitort en bewaakt de voortgang van de MVO doelstellingen en neemt besluiten op MVO thema's, waaronder mensenrechten die door de CFT's worden aangedragen.

#### Werkwijze CFT

In de CFT's wordt eens per kwartaal de voortgang besproken van de (voorgenomen) acties in de diverse productieketens. In 2021 zijn de CFT's in verband met het coronavirus drie keer bijeengewees en één maal per e-mail op de hoogte gebracht van lopende projecten en andere activiteiten. Op basis van deze updates bepalen de CFT's prioriteiten voor verbeteracties.

In 2021 zijn voor alle productgroepen en afdelingen de key performance indicatoren (KPI's) aangescherpt op het gebied van arbeidsomstandigheden in de keten, dierenwelzijn en duurzaamheid. Deze KPI's zijn ook opgenomen in het meerjarenplan 2025. Alle betrokken functies en afdelingen bij Jumbo worden met ingang van 2021 op deze indicatoren gemonitord en beoordeeld.

Het F4P MVO is in het afgelopen jaar 12 keer bij elkaar geweest. Tijdens de meetings is het F4P MVO op de hoogte gebracht van de MVO KPI's voor het meerjarenplan 2025, zijn deze KPI's geaccordeerd door het F4P team, is de voortgang op de KPI's besproken, zijn grote vraagstukken op het gebied van MVO voorgelegd, waaronder vraagstukken op het gebied van arbeidsomstandigheden in de keten. Zo heeft het F4P MVO in mei 2021 besloten om vrouwenrechten beter te verankeren in het mensenrechtenbeleid. Ook zijn de voortgang en uitkomsten van diverse projecten en assessments besproken zoals: de meting van leefbaar inkomen in onze bananenketen, het DISCO convenant voor cacao, de ondertekening van het nieuwe SIFAV-convenant voor verduurzaming van de groente- en fruitketens en ons positieve impact project in de Mpanga koffieketen in Rwanda.

Naast het F4P MVO is ook het commercieel team betrokken geweest bij het opstellen en accorderen van de KPI's gekoppeld aan het MVO meerjarenplan. Ook zijn uitkomsten van de verschillende impact assessments en scans gedeeld met het commerciële team en het F4P MVO.

<sup>2</sup> <https://www.ungpreporting.org/framework-guidance/>

## **Trainingen**

In het eerste kwartaal van 2021 hebben al onze inkopers en assortimentsmanagers deel genomen aan trainingen over verantwoorde inkoop. Deze training is verplicht en is voor begin 2022 weer ingepland. De inkopers en assortimentsmanagers hebben in twee workshops kennis en concrete handvatten aangereikt gekregen om in gesprek te gaan met leveranciers over vermindering van eventuele risico's in de productieketens bovenop bestaande certificeringen.

Met verschillende inkopers en assortiment managers is een verdere verdieping gemaakt op de productieketens van verschillende risicoproducten en ingrediënten. Dit om meer inzicht te krijgen in 'salient issues' en hun 'root causes'. Er is geoefend hoe een inkoper of assortimentsmanager gericht in gesprek kunnen gaan met leveranciers, bijvoorbeeld over veelvoorkomende risico's in bepaalde landen van origine. Feedback van de trainees was dat zij nu beter inzien dat ze verder moeten kijken dan certificering alleen. Met name het Mpanga koffie impact project in Rwanda is een goed praktijkvoorbeeld van hoe het commerciële team kan bijdragen aan verduurzaming.

## **Leverancierscommunicatie: Code of Conduct**

Eind 2021 zijn de MVO inkoopvoorwaarden en de Code of Conduct aangescherpt en in lijn gebracht met het meerjarenplan 2025. Alle leveranciers zijn hierover geïnformeerd door onze inkopers; waar nodig bieden we extra training en begeleiding aan leveranciers en ook aan hun toeleveranciers om hen mee te nemen om te voldoen aan het beleid van Jumbo. De MVO inkoopvoorwaarden en de Code of Conduct zijn onderdeel van de contractuele relatie tussen de leveranciers en Jumbo, en is ter ondertekening aan zowel huisklemer- als merkleveranciers gestuurd. Per eind 2021 heeft 96% van de huisklemerleveranciers van Jumbo de Code of Conduct ondertekend of hebben zij ons geïnformeerd over hun eigen, maar zeer vergelijkbare Code of Conduct. De leveranciers die niet hebben getekend of hebben gereageerd zijn eind 2021 gecontacteerd hieraan om opvolging te geven.

In 2022 willen we ook dat de toeleveranciers van onze leveranciers die ons huisklemer produceren de Code of Conduct gaan ondertekenen. Uiteraard zal Jumbo bij vragen of behoefte deze toeleveranciers begeleiden en eventueel trainen.

## **MVO Meerjarenplan 2025 en aanscherpen mensenrechtenbeleid in 2021**

In 2021 is een MVO meerjarenplan opgesteld tot 2025. Voor de thema's arbeidsomstandigheden in de keten, dierenwelzijn en duurzame keten zijn KPI's bepaald en ambities die we in 2025 willen realiseren. De KPI's waarmee wij voortgang meten zijn gebaseerd op aangescherpte MVO inkoopvoorwaarden en op de Code of Conduct voor leveranciers. Daarnaast hebben wij ons mensenrechtenbeleid aangevuld met een nadere uitwerking van gendergelijkheid, vrouwenrechten, migrantenarbeid en laag/midden-risicolanden, rechten van smallholders (kleine boeren), klimaat, biodiversiteit, water en dierenwelzijn.

Naast de publicatie van ons aangescherpte mensenrechtenbeleid en bijbehorende nieuwe toezeggingen of afspraken hebben we ons aangesloten bij diverse (multi-stakeholder) duurzaamheidsinitiatieven en samenwerkingsverbanden. Deze hebben betrekking op specifieke sectoren of ketens met een complexe duurzaamheidsproblematiek, zoals cacao of tropische fruit en groenten. In paragraaf 2.3 gaan we verder in op onze bestaande en nieuwe samenwerkingen.

## 2.2. Focus bepalen

Dit hoofdstuk gaat in op stap 2 van het due diligence proces: analyseren van risico's en impact.

### Risicoanalyse: methodologie

In 2020 hebben wij onze risicoanalyse verder gesystematiseerd om een navolgbare afweging van risico's in verschillende product- en ingrediëntgroepen mogelijk te maken en prioriteiten te bepalen.



Figuur 2 Het Jumbo due diligence risicoanalysemodel

In 2021 hebben wij met de ketendata over leveranciers en producten die wij continu verzamelen en actualiseren de herkomst geïdentificeerd van onze risicoproducten en -grondstoffen. Op basis van die kennis voeren we geregeld een brede risico- en impactanalyse uit waarbij interne en externe informatiebronnen en stakeholders worden geraadpleegd. De informatie uit dit onderzoek en interne data-analyse wordt besproken in het CFT arbeidsomstandigheden in de keten (zie 2.1). Hier worden de benodigde acties bepaald met andere stakeholders, zoals leveranciers, sectororganisaties en convenanten, NGO's en overige stakeholders.

We kijken per risicoproduct/ingrediënt naar de hele keten en mogelijke risico's per schakel op het gebied van mens, dier en milieu. Hierbij wordt ook ketencontext, complexiteit van de ketens, samenhang tussen verschillende thema's (bijvoorbeeld klimaat, biodiversiteit, ontbossing en lokale gemeenschappen of gebruik van gewasbescherming en veiligheid medewerkers) meegenomen. Deze verschillende thema's zijn samengebracht en gekwantificeerd zodat er een initiële risicoscore toegekend kan worden per product/ingrediënt.

Behalve risico's die direct betrekking hebben op mens, dier en milieu, zijn er ook risico's met een meer algemeen karakter die inherent zijn aan de supply chain van het product of de grondstof. Deze zijn niet specifiek toe te wijzen aan mens, dier of milieu, maar hebben bijvoorbeeld te maken met de impact van klimaatverandering, uitputting van grondstoffen of overbevissing en de handelstructuur (zoals bij internationale 'bulk commodity trading' wat ketentransparantie moeilijk maakt).

Ook kwetsbaarheid voor fraude (bijvoorbeeld door hoge economische productwaarde of toegevoegde waarde door certificaat-claims als biologisch of Fairtrade) is een belangrijke additionele risico-indicator die wordt meegenomen. Ten slotte zijn ook actuele 'issues', zoals de impact van de Covid-pandemie, onderdeel van de risicoanalyse.

## Risicoproducten 2021

Op basis van de geactualiseerde risicoanalyse hebben we in 2021 de initiële prioriteitenlijst van risicoproducten behouden. Dit is weergegeven in het volgende overzicht.

<b>Groente/fruit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aardbeien</li> <li>• Ananas</li> <li>• Asperges</li> <li>• Avocado</li> <li>• Bananen</li> <li>• Champignons</li> <li>• Citrus (sinaasappels en mandarijnen)</li> <li>• Druiven</li> <li>• Mango</li> <li>• Sperziebonen</li> <li>• Tomaten</li> </ul>	<b>Specerijen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nootmuskaat</li> <li>• Peper</li> <li>• Vanille</li> </ul>	<b>Vlees/zuivel/eieren</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kip</li> <li>• Varken</li> <li>• Rund</li> <li>• Eieren</li> <li>• Zuivel</li> </ul>	<b>Vis, schelp- / schaaldieren</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wilde garnalen</li> <li>• Kweekgarnalen</li> <li>• Tilapia</li> <li>• Pangasius</li> <li>• Tonijn</li> <li>• Kweekzalm</li> </ul>
<b>Bloemen en planten</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozen</li> <li>• Bollenteelt</li> <li>• Overige herkomst Afrika</li> </ul>	<b>Tropische grondstoffen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Palmolie</li> <li>• Soja</li> <li>• Cacao</li> <li>• Koffie</li> <li>• Thee</li> <li>• Rijst</li> <li>• Katoen</li> <li>• Hout/papier/pulp</li> <li>• Rietsuiker</li> <li>• Kokos / kokosolie</li> </ul>	<b>Noten/zaden/peulvruchten</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hazelnoten</li> <li>• Cashew</li> <li>• Paranoten</li> <li>• Pijnboompitten</li> <li>• Pinda's</li> </ul>	<b>Dranken en sappen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tropische vruchtensappen</li> <li>• Wijn</li> </ul>

Tabel 1 Jumbo toplijst risicoproducten 2021

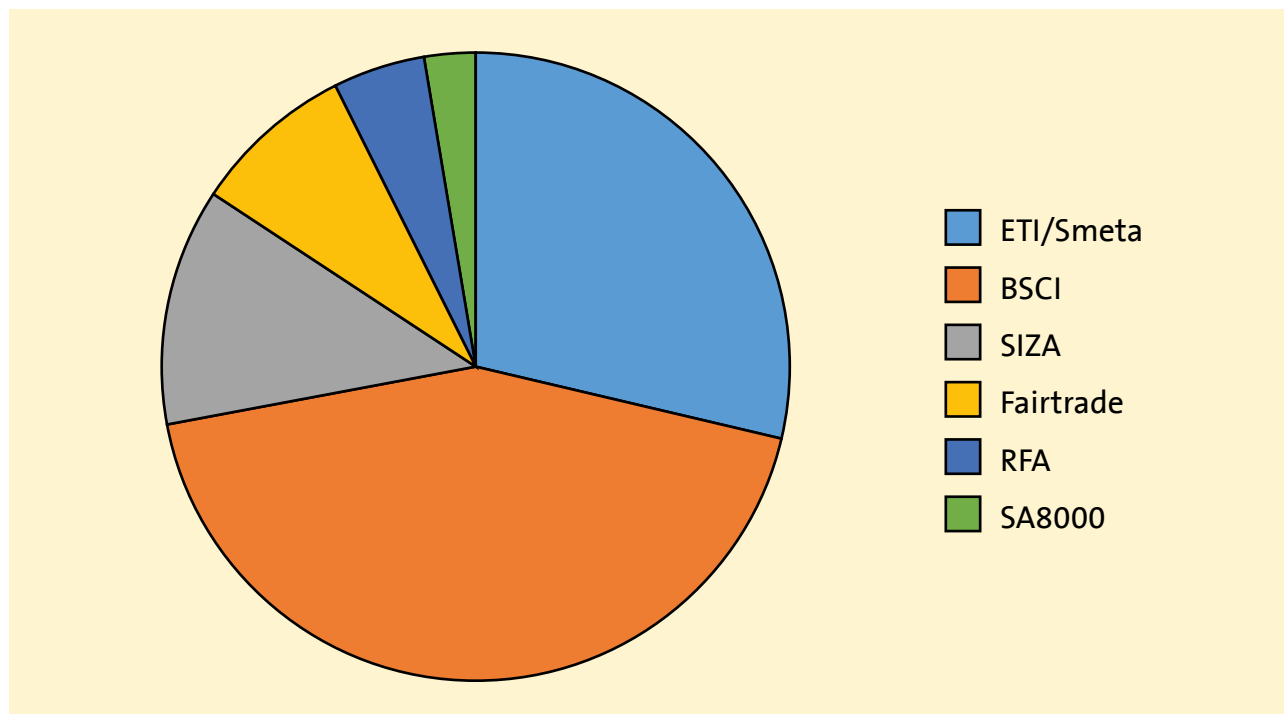
## Informatie vanuit de ketens

In 2021 is onze interne rapportage vanuit de leveranciers- en productdatabases verder verbeterd met dashboards op onder andere actuele productherkomst en -volume, certificeringen en voortgang op MVO KPI's. Deze data wordt geverifieerd en gebruikt voor onze jaarrapportage waar MVO deel van uitmaakt. Vanaf 2020 doen wij dit volgens een 'integrated reporting framework' gedurende het hele jaar.

Op het gebied van arbeidsomstandigheden wordt data verzameld en geanalyseerd over non-conformiteiten die tijdens sociale audits van standaarden zoals BSCI en SMETA worden gevonden. We hebben dit proces het afgelopen jaar versterkt, zodat inkopers betere informatie tot hun beschikking hebben over ernstige non-conformiteiten voordat zij dit gericht opnemen met de leverancier in kwestie. Dit wordt ook meegenomen in de training die zij krijgen (zie 2.1).

De helft van al onze leveranciers in hoog-risicolanden zijn gecertificeerd volgens de BSCI standaard. Een derde van onze leveranciers zelfs tegen ETI/Smeta waarbij de standaard of lat nog hoger wordt gelegd. Ook zien wij dat een groot deel van onze leveranciers voldoen aan meerdere social compliance standaarden, aangezien hun afnemers vaak verschillende vereisten hebben. Naast ETI/Smeta en BSCI gaat het hierbij vaak om de combinatie met Rainforest Alliance of Fairtrade.

De audits op deze standaarden leiden amper meer tot waarschuwingen op ernstige misstanden zoals kinder- of gedwongen arbeid. De meeste aandachtspunten die gesignaleerd worden, liggen op het vlak van persoonlijke veiligheid (bijv. brandveiligheid in een pakhuis of veilig gebruik van machines en apparatuur). We zien dat er aandachtspunten (of ‘non-conformities’) gemeld worden op specifieke thema’s, zoals op arbeidscondities van seizoenarbeiders en migranten. In 2022 gaan we dit thema dieper onderzoeken en hier concreet actie op ondernemen, bijvoorbeeld in de ketens van verwerkte tomaten, zwarte thee en perssinaasappels.



*Verhouding social compliance standaarden bij leveranciers in hoog risicolanden*

Bij 15% van onze leveranciers zijn tijdens de audits geen non-conformiteiten geconstateerd. De meeste non-conformiteiten zijn geconstateerd bij leveranciers uit China en Vietnam (veelal in de schaaldiersector) en Zuid Afrika. Deze bedrijven zijn allemaal ETI/Smeta of BSCI gecertificeerd dus wij hebben daarmee goed zicht op de geconstateerde non-conformiteiten en zorgen dat de leveranciers actief opvolging geven aan de afgesproken correctieve maatregelen.

Door de rapportages te monitoren kunnen wij actief opvolging blijven geven aan onze leveranciers en hen ook aansporen om hetzelfde te doen bij hun leveranciers, om hun productiepraktijken te verbeteren en goed aan de vereiste standaarden te gaan en blijven voldoen.

### **Transparantie leveranciers**

In de Jumbo leveranciersdatabase worden de gegevens van onze directe leveranciers en hun productielocaties actueel gehouden. Op de interactieve wereldkaart op onze website geven wij inzicht in de namen en adressen van alle contractleveranciers van ons huismerk.

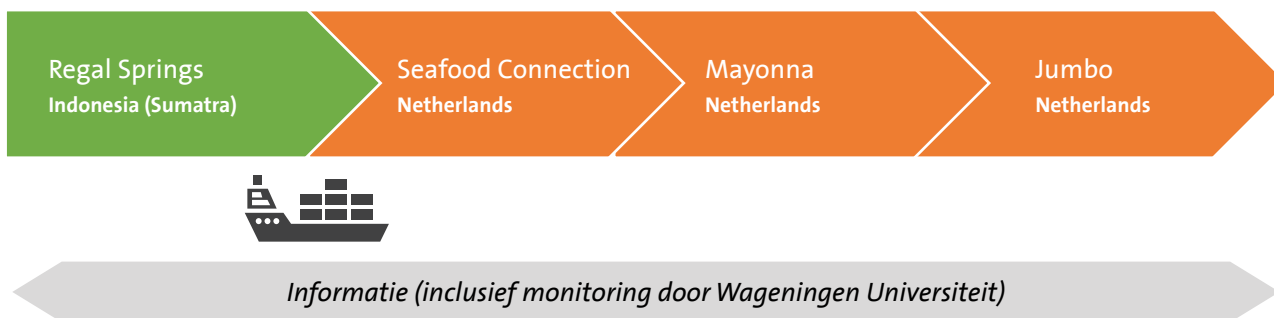
Voor producten met relatief hoge risico's maken wij de keten inzichtelijk tot aan de bron van het risico; bij de ketenpartij waar het risico optreedt of speelt. Om de mate van transparantie steeds verder te vergroten, doen wij extra inspanning, bijvoorbeeld door middel van impact assessments, social impact scans of andere ketenstudies en testen we technologie die ketentransparantie kan verbeteren.



Van vier risicoproducten hebben we de ketens geheel transparant weten te krijgen. In 2022 zullen we hierover gedetailleerd rapporteren: bananen uit Colombia, Ecuador, Costa Rica en Peru (leverancier: Dole), tilapia uit Indonesië, en 'specialty' koffie uit Rwanda. Nu volgt een tussenrapportage voor drie van deze ketens.

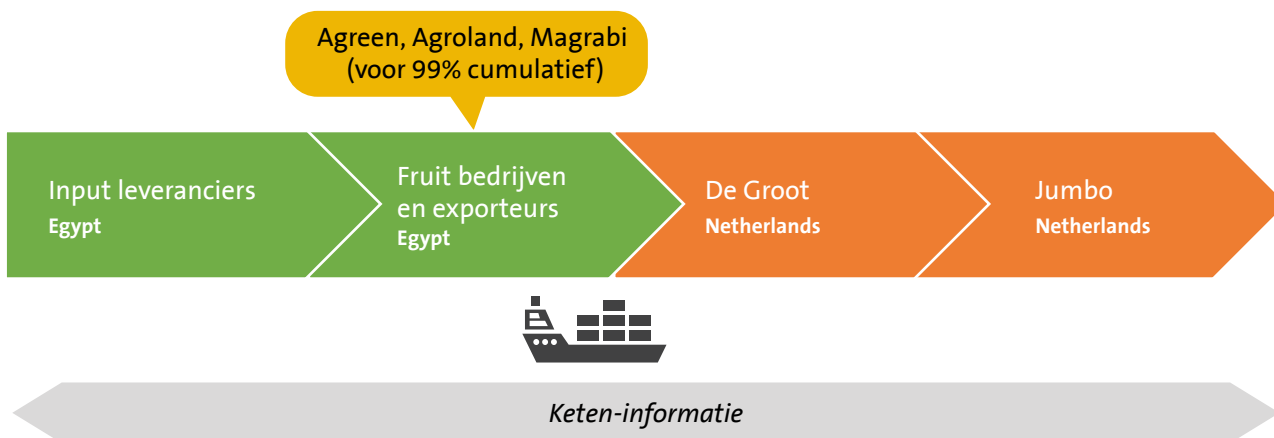
## Tilapia

De keten van onze tilapiafilets is transparant en te volgen op blockchain via <https://www.jumbo.com/inspiratie/vis/tilapia>. De tilapia worden verantwoord gekweekt door Regal Springs in het grote Tobameer op Sumatra. Wageningen Universiteit houdt daar de waterkwaliteit en andere impact op het lokale ecosysteem continu in de gaten. Als de tilapia volgroeid is, wordt deze gevangen, gefileerd en ingevroren. Regal Springs verscheept de tilapia dan van Indonesië naar Seafood Connection op Urk. De diepvriestilapia wordt vervolgens door Seafood Connection gedistribueerd aan Jumbo winkels en de tilapia voor het verse schap wordt eerst gekruid en verpakt door Mayonna B.V. voordat het in de Jumbo schappen komt. Deze keten is transparant voor de consument, maar ook voor de ketenpartners die alle relevante aspecten van voedselveiligheid, kwaliteit, tilapia-eigenschappen en impact op mensen en milieu nauwgezet volgen. In 2021 hebben wij samen met onze partners ook de herkomst en samenstelling van het visvoer boven water gekregen om ook dat aspect te kunnen waarborgen aan onze klanten.



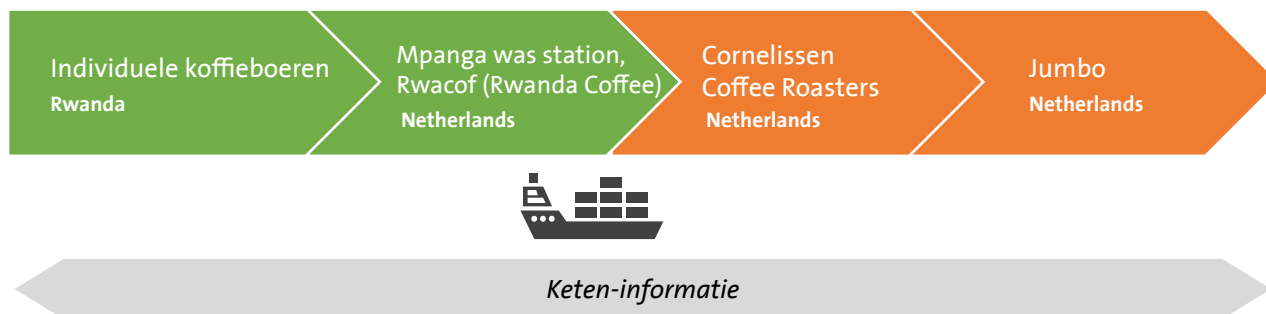
## Sinaasappelen uit Egypte

De keten van citrus (nu nog hoofdzakelijk perssinaasappels) vanuit Egypte is relatief kort en eenvoudig. We sourcen voor bijna 99% bij drie professionele bedrijven met grote boomgaarden en pakhuizen: Agroland, Agreeen en Magrabi. De import vanuit Egypte gaat de komende jaren mogelijk toenemen, vandaar dat wij in 2021 een impact assessment hebben laten uitvoeren naar de situatie van impact op mensen, maatschappij en milieu van deze citrusbedrijven. Zij gebruiken input van lokale leveranciers (van irrigatietechnieken tot meststoffen en van exportverpakkingen tot compostermachines). De sinaasappelen die wij verkopen in onze winkels wordt ingekocht door onze handelspartner voor groente en fruit de Groot fresh group B.V.



## Koffie uit Rwanda

Op basis van een impact assessment op onze koffieketens zijn we in 2021 een project gestart met een specifieke keten en een 'specialty' koffie vanuit Rwanda. In deze keten leveren 689 individuele koffieboeren hun vers geplukte koffie aan het Mpanga washing station van bedrijf Rwanda Coffee (Rwacof). Met behulp van een zogeheten True-code locatiepaspoort is inzichtelijk gemaakt welke koffieboeren Mpanga koffie verbouwen en hoeveel hectare landbouwgrond zij hiervoor ter beschikking hebben. Rwacof is deel van een groter internationaal handelsbedrijf in tropische grondstoffen, waaronder koffie, namelijk Sucafina. Rwacof doet de eerste verwerking van de koffie tot droge, groene koffieboon. Die worden vervolgens geïmporteerd en op kleine schaal gebrand waarbij mensen met afstand tot de arbeidsmarkt worden ingezet. Deze 'specialty' koffie wordt verpakt in papieren zakken. Het is een mooie range van koffie geworden met aantoonbaar positieve impact voor elk pak dat de consument koopt: met de verkoop van elke kilo Mpanga koffie gaat er een extra bijdrage van 62 cent naar de boeren. Deze extra premie wordt besteed aan middelen die de boeren zelf hebben aangegeven, zoals het kosteloos verstrekken van organische mest en goed gereedschap, en een bijdrage aan hun ziektekostenverzekering. [Voor meer informatie zie: Mpanga koffie: van en voor Rwandese boeren - Jumbo.](#)



### 2.3. Aanpak van issues

Dit hoofdstuk gaat in op stap 3 en 4 van het due diligence proces

- Stap 3: Integreren en actie ondernemen om negatieve gevolgen te stoppen, voorkomen of ondervangen
- Stap 4: Monitoren van implementatie en resultaten

#### Van analyse naar actie

Wij vergelijken informatie uit de risicoanalyse (zie 2.2.) met ons beleid; geluiden van stakeholders, adviezen van NGO's, bevindingen van de impact assessments en social impact scans worden allemaal meegewogen. Dit heeft in 2021 net als in 2020 geleid tot belangrijke aanscherpingen van onze MVO inkoopvoorwaarden en de Code of Conduct, maar ook tot ondertekening van diverse convenanten. Zo zijn aan de inkoopvoorwaarden en Code of Conduct eisen toegevoegd ten aanzien van onder andere de arbeids- en leefomstandigheden voor migranten- en seizoenarbeiders in laag- en midden-risicolanden, gendergelijkheid, kleine boeren, ontbossing, klimaat, watermanagement, biodiversiteit. Zo werken we met cacaoleveranciers aan een plan om de ambities van het cacaoconvenant (DISCO) te realiseren.

Daarnaast is met behulp van onze aangescherpte en geoptimaliseerde risicoanalyse door verschillende CFT's beoordeeld voor welke categorieën, specifieke producten en ingrediënten acties nodig zijn. Zo hebben wij in 2021 in samenwerking met externe specialisten impact assessments uitgevoerd voor citrus, koffie en tomaten. Voor koffie is er een impact action approach uit voortgekomen. In 2020 is ook een eerste social impact scan uitgevoerd op één van de twee bedrijven in Ivoorkust waar wij mango inkopen en in 2021 heeft de tweede scan daar plaatsgevonden.

Voor enkele ketens hebben we gekozen voor sectorale samenwerking. Met andere Nederlandse retailers werken we sinds 2020 aan het realiseren van een leefbaar loon voor de arbeiders in bananenketens. Voor cacao hebben we ons aangesloten bij het duurzaamheidsinitiatief van de Nederlandse cacaosector en handelspartners (DISCO). In de volgende paragrafen geven we meer informatie over deze impact assessments en samenwerkingsverbanden.

### **Impact assessments, samenwerking en verbeterinitiatieven**

Op basis van onze inkoopvoorwaarden verzamelen en verifiëren wij in samenwerking met ImpactBuying continu certificaten en auditrapporten van duurzaamheidsstandaarden. Deze vormen de basis van ons risicomanagement. Daarnaast is het voor hoog-risico productgroepen belangrijk om meer onderzoek te doen in de keten. Dat doen wij onder meer aan de hand van impact assessments en social impact scans, waarbij we onderzoeken of en hoe mogelijke negatieve impacts die voortkomt uit de risicoanalyse worden geminimaliseerd en wat de mogelijkheden zijn om positieve impact te creëren. Zowel het verminderen van negatieve impact als het stimuleren van positieve impact en lange termijn relaties met onze leveranciers en hun toeleveranciers vormen de basis voor vervolgactie. We hebben in 2021 de volgende onderzoeken uitgevoerd:

#### **Impact assessment koffie**

In samenwerking met ImpactBuying heeft een team van Jumbo in 2021 onderzoek gedaan in de bestaande koffieketen van Jumbo. De herkomst van onze huismerkkoffie is inzichtelijk gemaakt, alsmede de risico's die kenmerkend zijn voor deze herkomstgebieden, de uitdagingen in de ketens van de koffieleveranciers en de status van hun initiatieven op het gebied van transparantie en duurzaamheid. Daarnaast hebben we specifiek onderzocht in hoeverre de afdrachten (premiums) die Jumbo doet aan de vereiste certificeringen (Fairtrade en UTZ/Rainforest Alliance) ook aantoonbaar leiden tot verbeteringen voor de boer.

Op basis van deze impact assessment en de gesprekken met Fairtrade en UTZ/Rainforest Alliance hebben we als volgende stap besloten om te onderzoeken hoe we tot aantoonbare positieve impact komen ('impact action' approach). Uit een selectietraject en tender is de Mpanga 'speciality' koffie range uit Rwanda geselecteerd. De Mpanga 'impact action' koffie geeft antwoord op de vraag hoe boeren kunnen profiteren van een extra betaling die Jumbo doet bovenop de reguliere prijs en de premie voor certificering. Jumbo wil dit project benutten om ervaring op te doen en deze vervolgens aanwenden in de samenwerking met leveranciers in andere ketens. Bovendien verbeteren wij hiermee heel direct en aantoonbaar de productie- en leefomstandigheden van boeren in de keten.

#### **Human rights impact assessment in de keten van verwerkte tomaten uit Italië**

Uit informatie van NGO's, onderzoeksjournalisten en de media (Keuringsdienst van Waarde) is gebleken dat de tomatenpluk in Italië, en dan voornamelijk Zuid-Italië, gepaard kan gaan met ernstige misstanden voor de plukkers ten behoeve van verwerkte tomatenproducten. Italië is een land waar relatief veel (economische) vluchtelingen vanuit meerdere Afrikaanse landen aankomen na de oversteek vanuit Noord-Afrika. Aangekomen in Italië gaan deze mensen op zoek naar inkomen. Zo leveren de vluchtelingenstromen veel migrantenarbeid op. Een aanzienlijk deel van deze migranten registreert zich niet in Italië en is daarmee 'ongeregistreerd'. Deze mensen zijn een eenvoudige prooi voor lokale criminele netwerken en worden moedwillig en structureel uitgebuit. Zonder contract kunnen zij niet opkomen voor hun rechten.

Jumbo heeft in 2019 een due diligence risk scan uitgevoerd met ImpactBuying (voorheen SIM) onder leveranciers van tomaten in blik afkomstig uit Italië. Hieruit bleek dat er nog niet voldoende zicht is op de omstandigheden voor migrantenarbeiders die werkzaam zijn in de pluk conserventomaten voor het Jumbo huismerk. Omdat niet alleen Jumbo maar ook andere supermarktorganisaties te maken hebben met deze uitdagingen wordt dit in gezamenlijkheid vanuit het IMVO Convenant Voedingsmiddelen opgepakt. Onder de vlag van het CBL is in 2021 een gezamenlijke impact

assessment uitgevoerd waarbij veel verschillende stakeholders zijn geconsulteerd, onder andere lokale overheden, producenten, coöperaties, brancheorganisaties, vakbonden en standaarden. De hierboven beschreven situatie werd grotendeels bevestigd. Bovendien werd aangegeven dat de risico's onvoldoende afgedekt worden door huidige standaarden en audits. Wij volgen niet alleen de aanbevelingen van de assessment op in CBL-verband, wij hebben ook al proactief een actieplan opgesteld voor 2022 (zie 3: Focus voor 2022).

### **Impact assessment in de keten van citrus uit Egypte**

We halen een deel van onze (pers)sinaasappelen uit Egypte. Het aandeel van ons totale volume citrus uit dat land neemt toe en zal waarschijnlijk verder doorgroeien. Om meer inzicht te verkrijgen in de situatie van mensenrechten en milieubescherming is in 2021 een impact assessment uitgevoerd. De voornaamste risico's die in Egypte geproduceerde citrus met zich mee blijkt te brengen zijn op het gebied van 1. Arbeidsomstandigheden en contracten; 2. Gelijkwaardigheid van mannen en vrouwen; 3. Watergebruik; en 4. Gewasbescherming.

De inkoop van citrus in Egypte draagt bij aan een positieve sociale impact op lokale huishoudens door de werkgelegenheid onder fatsoenlijke voorwaarden. In het algemeen wordt water duurzaam gebruikt en wordt gepaste gewasbescherming toegepast. De Egyptische citrus producerende bedrijven maken gebruik van seizoenarbeiders voor de nodige arbeid in drukke periodes van het jaar. Bedrijven roepen vaak de diensten in van arbeidsagenten, die de seizoenarbeiders/sters rekruteren. Deze gang van zaken is niet echt illegaal, maar maakt gebruik van een maas in de wet. In deze constructie krijgt de arbeidsagent veel macht over zowel bedrijven als de arbeiders. Niet elke arbeidsagent buit dit uit, maar de mogelijkheid daartoe is aanwezig en financieel aantrekkelijk. Dit leidt potentieel tot inkomens- en bestaansonzekerheid voor seizoenarbeiders en hun gezinnen. De impact assessment adviseerde om vooral te blijven samenwerken met de drie leveranciers en de praktijk van inzet van seizoenarbeiders via arbeidsagenten nader te onderzoeken op de schaal van toepassing en de effecten op arbeiders/sters. Dit advies nemen wij over en verder onderzoek is opgenomen in het plan voor 2022.

### **IMVO convenant living wage bananen**

Onze bananen worden geteeld in Costa Rica, Ecuador, Colombia en Peru. Mensen die werken op bananenplantages verdienen vaak niet genoeg om in hun levensonderhoud te voorzien. Onder het IMVO Levensmiddelen convenant wordt dit met de participanten en hun leveranciers jaarlijks onderzocht en in kaart gebracht met behulp van de IDH Salary Matrix. Met onze leverancier Dole, waar we al jaren mee samenwerken, is gemeten wat het verschil is tussen het loon dat momenteel gangbaar is op plantages in de verschillende productielanden én het loonniveau dat als leefbaar loon is vastgesteld per productieland. Onder convenant is het streven van supermarkten om in 2025 het gat tussen gangbaar en leefbaar loon in de bananenteelt met 75% te hebben verkleind. Wij stellen ons ten doel om in 2025 het gat voor 100% te hebben gesloten voor onze volumes. Met andere Nederlandse supermarkten werken we aan een project om naar een leefbaar loon toe te werken in de bananensector. Door het verschil tussen het gangbare loon en het leefbare loonniveau te verkleinen, verbetert de levensstandaard van de arbeiders/sters. Op de bananenplantages is er vaak sprake van ongelijkheid in lonen tussen vrouwen en mannen voor gelijkwaardig werk. Ons project probeert ook dit onrecht aan te pakken.

### **Social impact scans mango**

Jumbo wilde meer te weten komen over de mango's in het assortiment die afkomstig zijn uit Ivoorkust. Hoewel deze een kleiner aandeel vertegenwoordigen dan de mango's uit Zuid-Afrika, Peru en Brazilië, bleek uit onze analyse dat de risico's op het gebied van mensenrechten in Ivoorkust het meest zorgelijk zijn en dat we ondanks de certificeringseisen nog onvoldoende weten over de situatie op de plantages. Uit eerder onderzoek uitgevoerd in samenwerking met Fairfood bleek dat in de mangoketen in Ivoorkust voornamelijk seizoenarbeiders werkzaam zijn. Jumbo heeft samen met Fairfood in 2020 en 2021 het Impact Institute de opdracht gegeven om tijdens het oogstseizoen een

impactscan uit te voeren op twee plantages. De impact scans leverde een aantal belangrijke inzichten op met betrekking tot veiligheid van werknemers, salaris (gat tot leefbaar loon) en arbeidscondities, en gendergelijkheid.

### **Opvolging social impact scans op rozenfarms in Kenia**

In samenwerking met Hivos en Impact Institute hebben we in 2020 social impact scans uitgevoerd op de twee farms in Kenia waarvan wij onze rozen afnemen. De onderzoeken waren gericht op het kwantificeren van negatieve sociale impacts zoals genderdiscriminatie, intimidatie van werknemers, onveilige werksituaties en te lage inkomens. Het onderzoek is uitgevoerd door Impact Institute in samenwerking met Ufhadili Trust. De data zijn door Ufhadili Trust verzameld met behulp van vragenlijsten die medewerkers van de rozenfarms hadden ingevuld. De resultaten van de scans laten zien dat er geen sprake is van (sexuele) intimidatie of van onvoldoende mogelijkheid tot representatie of lidmaatschap van een vakbond. Maatregelen die door de leveranciers in de afgelopen jaren zijn genomen met betrekking tot training van het management op deze onderwerpen hebben een duidelijk positief effect gehad. Wel is er nog sprake van genderongelijkheid op het vlak van beloning en inkomsten. Deze liggen weliswaar boven het minimumloon, maar zijn niet voldoende om in het levensonderhoud te voorzien (leefbaar loon).

In 2021 hebben wij samen met onze leverancier in kaart gebracht welke retailers nog meer afnemen van deze twee rozenfarms. Samen met Impact Institute hebben we een toelichting gegeven tijdens een Engelse retailbijeenkomst georganiseerd door Fairtrade UK. De aanpak van Jumbo en Impact Institute en de inzichten uit de social impact scans werden zeer positief ontvangen. Samen met de leverancier onderzoeken we potentiële samenwerking om aan een concreet plan met de met de Engelse afnemers te werken om te komen tot opvolging van de aanbevelingen waaronder een leefbaar loon. Door de coronapandemie is hierin echter wel vertraging opgelopen en wordt in 2022 verder gewerkt aan een concreet actieplan.

### **Impact assessment in de keten van kokos**

In 2021 zijn wij een impact assessment gestart naar kokosvet en -olie die ingrediënt vormen voor bakkerijproducten. Al snel liep dit initiatief dood, aangezien handelaren die kokosvet en -olie leveren aan bakkerijen (die op hun beurt weer Jumbo bevoorraden), geen gedetailleerde informatie wilden geven over hun bronnen van kokosvet en -olie, op het land van herkomst na. Deze ervaring heeft ons geleerd dat veel internationale grondstoffenketens ondoorzichtig zijn en dat de terughoudendheid met het geven van concurrentiegevoelige informatie een obstakel is voor meer ketentransparantie. Ook hebben wij door het onderzoek informatie verkregen over een nieuw multi-stakeholder initiatief in de kokossector, namelijk de Sustainable Coconut & Coconut oil Roundtable die onder leiding van o.a. Barry Callebaut, Nestlé, Unilever en Friesland Campina een 'Coconut Charter' hebben opgesteld ter verduurzaming van de handel in kokosvet en -olie. Wij zullen in 2022 beoordelen of deze Roundtable ook voor Jumbo van belang is om aan bij te dragen, al dan niet in samenwerking met andere CBL-leden. Het afgebroken initiatief op kokosvet en -olie is omgezet naar een impact assessment op biologische kokosolie uit de Filipijnen als eindproduct, die in 2022 zal worden uitgevoerd.

### **Cashew risico-onderzoek en impact plan**

In 2021 is verdiepend onderzoek gedaan naar de cashew-keten. Onder de vlag van het Sustainable Nut Initiative (SNI) heeft bureau BSR onderzocht welke impact er optreedt in de cashew-keten. Naast structurele armoede door lage inkomsten van cashew-boeren, zijn de arbeidscondities en lonen in de cashew-verwerking een risico. Jumbo is in CBL-verband samen met andere retailers en Sustainable Nut Initiative op basis van hun onderzoek in gesprek gegaan om samen tot een aanpak te komen om de root causes en saillant issues aan te pakken. Jumbo heeft zich ten doel gesteld om in 2022 een project uit te voeren waarbij cashew geproduceerd in Ivoorkust ook verwerkt worden in Ivoorkust.

Onnodige schakels in de keten en lange afstanden worden gereduceerd zodat de keten zo kort mogelijk wordt en de marges zoveel mogelijk terechtkomen bij de boeren en arbeiders die het zo hard nodig hebben.

### **Ketensamenwerking Nederlandse boeren en telers**

In 2020 en 2021 hebben we stappen gezet om onze ketensamenwerking met boeren en telers te verbeteren. Nederlandse boeren en telers zijn enorm belangrijk voor ons; zij zorgen voor volle schappen en mooie, verse, gezonde producten. Het verdienmodel van boeren en telers staat onder druk, veelal door toenemende eisen op het gebied van wet- en regelgeving. Daarom bouwt Jumbo aan een duurzame en toekomstbestendige keten samen met boeren en telers die aan Jumbo leveren. Het is belangrijk dat de boeren en telers een verdienvermogen hebben dat ruimte biedt voor de benodigde investeringen in innovatie en verdere verduurzaming. Om die reden zetten we ons in voor lange termijn samenwerkingen met onze boeren en telers, wat stabiliteit en financiële zekerheid met zich meebrengt en de mogelijkheid om te kunnen innoveren en verduurzamen. Jumbo maakt zich bovendien hard voor de verdere verduurzaming van haar assortiment, samen met deze boeren en telers. We rapporteren hierover in onder meer ons jaarverslag. We maken voor de verduurzaming veelal gebruik van openbare certificeringsschema's zoals Beter Leven keurmerk, PlanetProof, GLOBALG.A.P. of BSCI certificering. Bovendien werken we mee aan het onderzoek van ACM dat zich richt op de verduurzaming en margeverdeling in de keten van een groot aantal reguliere en biologische agriproducten. Boeren en telers worden bovendien betaald voor de inspanningen op het gebied van duurzaamheid en dierenwelzijn.

### **Fruit en groente: SIFAV 2025**

In 2021 heeft Jumbo zich gecommitteerd aan het nieuwe SIFAV convenant voor de periode 2021-2025. Samen met leveranciers zullen concrete projecten worden geformuleerd om tot realisatie van de doelstellingen te komen. De ambities van dit convenant betreffen zowel milieu- als sociale aspecten van groente- en fruitteelt en gaan verder dan het convenant in de afgelopen periode, dat zich vooral richtte op certificeringen en audits. Daarom is ook de implementatie van een robuust due diligence beleid volgens de OECD en VN richtlijnen onderdeel van de afspraken.

Doelstellingen op het gebied van milieu, door middel van samenwerking in de keten:

- milieuoetafdruk van prioritaire producten meten en verminderen tegen 2025, onder andere:
- 25% vermindering van de CO<sub>2</sub>-voetafdruk in drie prioritaire producten;
- 25% minder voedselverlies en afval bij drie prioritaire producten;
- vermindering van het watergebruik tot 'best practice' niveaus in drie gezamenlijk geselecteerde stroomgebieden;
- implementatie van waternormen (verificatie door derden) voor 70% van het volume uit landen met een hoog waterrisico.

Doelstellingen op het gebied van arbeidsomstandigheden en mensenrechten, door middel van samenwerking in de keten:

- implementatie van gezamenlijk goedgekeurde sociale verificatie door derden, tot ten minste 90% van het volume afkomstig uit landen met een hoog en gemiddeld risico in 2025;
- landen met een gemiddeld risico zijn toegevoegd aan de ambities van het convenant vanwege de risico's omtrent migrantenarbeiders;
- een eerste stap zetten in het bereiken van leefbare lonen of leefbare inkomens, door de hiaten in leefbare lonen en leefbare inkomens in een van de toeleveringsketens te analyseren en indien mogelijk ook een verbintenis aan te gaan om deze hiaten te verkleinen.

Vanaf 2022 rapporteren wij jaarlijks gezamenlijk en individueel over risico's en voortgang.

### **Bloemen en planten: FSI 2025**

In 2021 heeft Jumbo zich opnieuw aangesloten bij FSI, tenminste voor de periode tot 2025. De ambities van dit sector initiatief zijn gecentreerd rond drie pijlers: verantwoorde productie & handel, verantwoord gedrag en geïntegreerde rapportage. Het FSI governance framework biedt een alomvattende benadering van duurzaamheid in de toeleveringsketen met als doelstellingen:

- 90% verantwoord geproduceerde en verhandelde volumes in 2025;
- vermindering van de CO2-voetafdruk voor geselecteerde producten in 2025;
- vermindering van het verschil in leefbaar loon van werknemers op boerderijniveau in 2025;
- FSI-leden rapporteren over de voortgang en integreren due diligence-rapportage in 2025.

### **Cacao: DISCO covenant**

Jumbo heeft in 2021 het DISCO covenant ondertekend. Het Dutch Initiative on Sustainable Cocoa (DISCO) is een breed samenwerkingsverband in de sector met als oogmerk de situatie rond de productie van cacao structureel te verbeteren voor boeren en hun omgeving. De doelstellingen van het covenant betreffen leefbaar inkomen voor boeren, het uitsluiten van ontbossing en het inzetten van effectieve maatregelen tegen kinderarbeid. Bij Jumbo hebben wij deze doelstellingen vertaald naar onze inkoopvoorwaarden. Met onze leveranciers gaan we aan het werk in de ketens, waarbij we ook lokale en andere stakeholders betrekken. Vanuit het DISCO verband wordt aansluiting gezocht bij andere initiatieven in de cacaoketen, zodat we optimaal gebruik kunnen maken van de bestaande kennis.

In dit verband hebben wij en de andere retailers in 2021 gesprekken gevoerd met verschillende leveranciers en andere ketenpartijen om inzicht te krijgen in de verschillende (bedrijfseigen) cacaoprogramma's en in standaarden (zoals Fairtrade en Rainforest Alliance). Dit om te zien waar zij staan en waar raakpunten liggen met de ambities van het covenant. Jumbo werkt aan een concreet plan van aanpak voor haar eigen ketens van chocoladeproducten en start in 2022 met de uitvoering ervan (zie 3: Focus voor 2022).

### **Pijnboompitten transparantie en herkomst onderzoek**

In 2021 hebben wij ons gezamenlijk met onze pijnboompitten leverancier verdiept in de toeleveringsketens. Veel pitten komen uit China - maar ook uit Siberië - en worden verwerkt in China. Vooral bij de oogst van pijnboompitten zijn er veiligheidsrisico's voor arbeiders. Er is weinig zicht op de primaire productie van pijnboompitten en de leverancier is bereid om met Jumbo de keten verder transparant te maken teneinde zicht te krijgen op mogelijke risico's en issues op primair en verwerkingsniveau.

### **Wijn: sociaal project**

In de wijnsector in Zuid-Afrika bestaan issues met arbeidsomstandigheden, zoals geen vrijheid van vereniging, geen leefbaar inkomen en migrantenarbeid. Daarnaast leeft de gemeenschap vaak erg dicht op elkaar in arme omstandigheden, waardoor veel (huiselijk) geweld voorkomt. Het aandeel Zuid-Afrikaanse wijn in ons huismerkassortiment is beperkt maar we hebben in 2021 een productlijn daarin opgenomen die aantoonbaar positieve impact heeft op de lokale gemeenschap die de wijn produceert. '2Blossom' Fairtrade gecertificeerde wijnen zijn afkomstig uit een gebied waarin veel families afhankelijk zijn van de wijnbouw. Met de aanschaf van een fles wijn doneert de consument automatisch €0,50 aan de 2BLOSSOM Foundation. Deze bekostigt met deze donaties kinderopvang met creatieve activiteiten na schooltijd, waardoor de kinderen een veilige plek hebben om zich te ontwikkelen en te ontspannen.

## Thema's

### **Arbeidsomstandigheden: midden-risicolanden**

Uit de impact assessments in de ketens van verwerkte tomaten uit Italië als van citrus uit Egypte kwam naar voren dat de arbeidscondities van seizoenarbeiders (en migrantenarbeiders) niet voldoende worden afgedekt door huidige standaarden en/of certificering, vooral in midden-risicolanden. De risico's blijken zeer reëel en zorgelijk. Deze risico's worden ook naar voren gebracht binnen het SIFAV. Wij zullen in 2022 dan ook nader onderzoek doen naar migranten- en seizoenarbeid en vooral naar mogelijkheden om hun sociale en arbeidscondities afdoende te borgen.

### **Ontbossing en landconversie**

Jumbo heeft zich in 2021 expliciet uitgesproken over ontbossing en conversie. We willen bijdragen aan het tegengaan van ontbossing in gebieden waar veel van onze grondstoffen vandaan komen, met name in gebieden met een belangrijke natuurrijkdom.

#### **Ondertekening 'Open letter on the protection of the Amazon'**

Jumbo heeft net als andere wereldwijd opererende fabrikanten en retailers bij de Braziliaanse overheid erop aangedrongen om de bescherming van het Amazonegebied niet te ondermijnen. Samen is medio juli 2021 een nieuwe open brief ondertekend, gericht aan het Nationaal Congres van Brazilië. Daarin worden afgevaardigden en senatoren opgeroepen om tegen een nieuwe wet te stemmen die tot verdere vernietiging van het regenwoud in het Amazonegebied zou kunnen leiden.

#### **Jumbo ondersteunt verklaring EU-wetgeving om wereldwijde ontbossing aan te pakken**

Jumbo heeft een verklaring ondertekend waarin de Europese Commissie wordt opgeroepen een wet in het leven te roepen ter bescherming van bossen en natuurlijke ecosystemen. Dit doen wij samen met nog ruim 40 andere Europese bedrijven, waaronder retailers, fabrikanten en financiële instellingen. Het is noodzakelijk dat er EU-wetgeving ten aanzien van ontbossing komt, opdat uitsluitend duurzame grondstoffen en producten op de Europese markt komen. Wetgeving kan ook zorgen voor meer transparantie en traceerbaarheid van grondstoffen in de keten. Zo kan er gericht worden gewerkt aan een ontbossingsvrije en duurzame keten.

#### **Cerrado Manifesto**

In 2017 heeft het CBL namens alle Nederlandse supermarkten, waaronder Jumbo, het Cerrado Manifesto ondertekend. Dit is een reactie op een oproep van NGO's om in actie te komen tegen ontbossing en om het verlies van vegetatie in het Braziliaanse Cerrado-gebied te stoppen.

We realiseren ons dat vooral de productie van soja, palmolie en cacao gepaard kunnen gaan met ontbossing en conversie. Hieronder geven wij inzicht in wat Jumbo onderneemt met het oog op deze drie grondstoffen.

#### *Soja*

Soja is als ingrediënt verwerkt in veel verschillende huiskamerproducten. Daardoor varieert ook de herkomst. Voor producten van het Jumbo huiskamer komt de soja vooral uit Europese landen en uit Noord-Amerika die veelal aan een nationale good agricultural practice standaard voldoen. Voor andere herkomst geldt dat de soja gecertificeerd moet zijn volgens RTRS, Regional Credits of (Area) Mass Balance of Pro Terra. Jumbo is lid van de Round Table on Sustainable Soy (RTRS) en is via het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) zijn ondertekenaar van het Cerrado Manifest. Van onze producten met soja als ingrediënt voldoet in 2021 81% aan onze inkoopvoorwaarden om aan een certificering te voldoen. Voor de resterende 19% zijn we in actie om ervoor te zorgen dat in 2022 alle gebruikte soja voldoet aan deze vereisten.



Daarnaast vereist Jumbo dat soja gebruikt als voer in de keten voor rood vlees, kip, eieren en zuivel ook volgens RTRS, Regional Credits of (Area) Mass Balance of Pro Terra gecertificeerd is. Op dit moment inventariseren we in welke mate leveranciers in 2021 hieraan hebben voldaan. We stellen ons ten doel om voor 2025 alle soja die in ons huismerk en als veevoer wordt gebruikt aantoonbaar niet in verband gebracht kan worden met ontbossing of landconversie.

### *Palmolie*

Ook palmolie is als ingrediënt verwerkt in veel verschillende producten en is daardoor afkomstig uit veel verschillende landen. Voor producten van het Jumbo huismerk gaat het vooral om Papoea-Nieuw-Guinea, Maleisië en Indonesië. Jumbo is lid van de Round table on Sustainable Palm Oil (RSPO). Jumbo vereist sinds 2018 dat 100% van de palmolie in haar huismerkproducten gecertificeerd is volgens het 'Segregated' RSPO systeem en accepteert daarmee ook geen palmolie die in relatie gebracht kan worden met ontbossing en conversie. We hanteren hierbij de zogeheten 'cut off date' zoals gesteld door RSPO<sup>3</sup>.

Begin 2021 voldeed 95% van de in onze huismerkproducten verwerkte palmolie aan de vereisten van de RSPO. Voor de resterende 5% zijn we in actie om ervoor te zorgen dat in 2022 alle palmolie voldoet aan de vereisten van 'Segregated' RSPO.

### *Cacao*

Onze cacao komt voornamelijk uit Ghana en Ivoorkust. In 2020 hebben we het DISCO convenant ondertekend (Dutch Initiative on Sustainable Cocoa). De doelstellingen van dat convenant betreffen het realiseren van een leefbaar inkomen voor cacaoboeren, het uitsluiten van ontbossing in de cacaoketen en het inzetten van effectieve maatregelen tegen kinderarbeid. Onze inkoopvoorwaarden zijn dat alle cacao Rainforest (UTZ) of Fairtrade is gecertificeerd, waarmee het risico op kinderarbeid in de keten wordt verlaagd. Vanuit het DISCO verband wordt aansluiting gezocht bij andere initiatieven in de cacaoketen, zodat we optimaal gebruik kunnen maken van de bestaande kennis en relaties met lokale stakeholders. Onze doelstelling ten aanzien van ontbossing is dat in 2025 alle ontbossing en bosdegradatie door cacao gestopt is in de regio's waaruit Jumbo (in)direct haar cacao als grondstof betreft.

### **Vrouwenrechten**

Jumbo heeft in 2019 de Women's Empowerment Principles van de Verenigde Naties ondertekend. Dit zijn zeven principes die bedrijven aanmoedigen om vrouwenrechten te respecteren in de samenleving in het algemeen en op de werkvloer in het bijzonder. Vrouwen spelen een cruciale rol in de voedselvoorzieningsketens, maar hebben helaas nog altijd te maken met ongelijkheid en vrouwenrechtenschendingen. Met name in ontwikkelingslanden liggen de lonen van vrouwen vaak lager dan die van mannen, zij doen meer onbetaald werk en hebben minder toegang tot onderwijs en trainingen. Jumbo vindt het van groot belang dat vrouwen gelijkwaardig worden behandeld met gelijke kansen, zowel in onze eigen organisatie als in onze productieketens. We werken al een aantal jaren aan het verbeteren van gendergelijkheid in een aantal van onze toeleveringsketens, onder andere in de ketens voor bananen, rozen en mango. Deze ketens staan bekend vanwege hun hoge risico voor vrouwenrechten. In 2022 zullen wij ook de keten van zwarte thee hierop specifiek laten onderzoeken.

---

<sup>3</sup> Ontbossing of ontginning van land die sinds november 2005 heeft plaatsgevonden, heeft geen schade toegebracht aan primair bos of een gebied dat nodig is om bos met zogeheten HCV-status (High Conservation Value) te beschermen of verbeteren. Ontginning van land sinds 15 november 2018 heeft geen schade toegebracht aan bossen met HCV- of HCS-status (High Carbon Stock).

In alle impact assessments die wij doen besteden wij specifieke aandacht aan gendergelijkheid en vrouwenrechten. We hebben hiertoe in 2021 gewerkt aan kennis- en capaciteitsontwikkeling in ons eigen team, om beter te worden in het stellen van de juiste vragen tijdens ons due diligence proces (zie ook volgende paragraaf over kennispartners). Bij de analyse van sociale audit rapporten die leveranciers met ons delen, doen wij een verificatie van eventuele non-conformiteiten op gender discriminatie. Voor de komende jaren zijn vervolgstappen gepland om te kunnen volgen hoe onze prestaties intern en in de supply chain zijn op het gebied van diversiteit en gender inclusie. Tenslotte hebben wij toezeggingen gedaan voor de komende jaren omtrent assessments die zich focussen op vrouwenrechten en gendergelijkheid (o.a. de loonkloof tussen mannen en vrouwen) en zullen daarvoor samenwerking zoeken met vrouwenorganisaties en andere belanghebbenden.

## **Stakeholders, kennispartners en andere samenwerking**

Vaak is de problematiek waarmee wij te maken hebben groter of complexer dan wij als supermarktorganisatie kunnen managen. Denk bijvoorbeeld aan een risicovol ingrediënt dat in kleine hoeveelheden in veel verschillende producten is verwerkt en uit veel verschillende landen afkomstig is. Om deze problematiek het hoofd te bieden, zijn we aangesloten bij verschillende sector- of keteninitiatieven. Ook stakeholders buiten de directe ketenpartners nemen hieraan deel, zoals andere retailers, NGO's en standaardiseringsorganisaties.

Jumbo bouwt voort op langlopende lidmaatschappen van onder meer IMVO Convenant Voedingsmiddelen, Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), Round Table on Responsible Soy (RTRS), Rainforest Alliance Hazelnootenprogramma, Sustainable Forestry Initiative (SFI) en Floriculture Sustainability Initiative (FSI 2025), Dutch Initiative on Sustainable Cocoa (DISCO) en Sustainability Initiative Fruit and Vegetables (SIFAV). Daarnaast blijven we ook actief bijdragen aan andere samenwerkingen en initiatieven zoals het Dutch Retailers Commitment on Living Wage – Bananas en bekijken we mogelijke aansluiting bij initiatieven als Sustainable Rice Platform (SRP), Sustainable Nut Initiative (SNI), Sustainable Cocos Initiative (SCI), Sustainable Agriculture Initiative (SAI) indien wenselijk of zelfs noodzakelijk.

In het kader van onze ondertekening van de Women's Empowerment Principles en de aanvullingen met betrekking tot vrouwenrechten in ons beleid en Code of Conduct hebben wij in 2021 gewerkt aan het versterken van onze kennis en capaciteit op dit punt. Hiertoe hebben wij via het CBL expertise aangetrokken van Women Win. Zij hebben een workshop gegeven over hoe due diligence kan worden uitgevoerd met een 'gender-lens'. Wij zorgen dat de impact assessments en social impact scans die wij laten uitvoeren, het perspectief van gendergelijkwaardigheid altijd heel goed hebben geïntegreerd; ook hier leren wij zelf veel van, net als onder leveranciers en partners.

Externe kennis-support is ook aangetrokken om met de koffie-inkoper en assortimentsmanager het Mpanga 'impact action' project te ontwikkelen dat volgde op de impact assessment in Rwanda. In een met een training gecombineerde workshop door ImpactBuying is met dit commerciële team gewerkt aan 'het denken voorbij de contractleverancier en het product-label', om impact te genereren voor de lokale boeren.

## **Monitoring van voortgang en resultaten**

In samenwerking met ImpactBuying verzamelen en valideren wij data uit onze ketens en van onze producten. Dit is essentieel om onze acties te monitoren en de voortgang ten opzichte van de gestelde KPI's te meten. De datapunten in onze systemen breiden zich continu uit op basis van nieuwe initiatieven, bijvoorbeeld voor het monitoren van non-conformiteiten vanuit auditrapporten, watergebruik, inkomen, vrouwelijk ondernemerschap, teeltmethoden, etc. De systemen geven een terugkoppeling om de voortgang te kunnen volgen, risico's te monitoren en daarover te rapporteren.

Met betrekking tot arbeidsomstandigheden wordt door Jumbo in samenwerking met ImpactBuying extra analyse uitgevoerd op auditrapporten over social compliance. Escalaties volgen we op door in contact te treden met de leverancier en onderzoek te doen naar de status van de non-compliance en de verbeterplannen. Het beleid van Jumbo is om met de leverancier naar verbetering toe te werken. Alleen in hardnekkige of ernstige acute gevallen van non-compliance beëindigen we het contract met de leverancier. In 2021 is dit niet voorgekomen.

In 2020 en 2021 hebben we belangrijke stappen gezet in de rapportage op de daadwerkelijke herkomst van risicoproducten en -ingrediënten. We gebruiken deze informatie voor onze risicoanalyse en delen deze ook met het publiek via onze wereldkaart voor risicoproducten en -ingrediënten. Daarnaast hebben we intern dashboards ter beschikking gesteld waarmee de CFT's de status per productgroep op continue basis kunnen volgen, zowel de herkomst als de vereiste certificeringen volgens de inkoopvoorwaarden. Deze dashboards worden in 2022 weer verder aangevuld met meer KPI's uit het meerjarenplan 2025 als ook aan nieuwe inzichten uit de risicoanalyse en de nieuwe commitments die we zijn aangegaan. Daarnaast werken we aan dashboards voor elke categorie zodat alle assortimentsmanagers en inkopers gericht gemonitord kunnen worden op realisatie van de KPI's voor het assortiment.

De voortgang ten opzichte van de gestelde KPI's op de thema's arbeidsomstandigheden en mensenrechten, milieu en dierenwelzijn is te vinden de website [Jumborapportage.com](https://jumborapportage.com).

## 2.4 Communicatie en rapportage

Voor de terugkoppeling naar stakeholders over ons due diligence proces, onze risicoanalyse en verbeteracties gebruiken wij de website [Jumborapportage.com](https://jumborapportage.com). Zo kunnen wij hen continu informeren. Behalve de jaarlijkse due diligence rapportage staan op de website ook updates over specifieke initiatieven en projecten met betrekking tot productgroepen, zoals impact assessments en andere onderzoeken.

Naast de website onderhouden wij direct contact met onze stakeholders om hen op de hoogte te houden en vooral ook om hun perspectief en kennis mee te kunnen nemen in het proces. Zo hebben we regelmatig overleg met NGO's zoals Oxfam Novib, Fairfood, WNF, Hivos, Women Win, Dierenbescherming, Greenpeace en Wakker Dier.

Aan leveranciers is eind 2019 op de jaarlijkse leveranciersdag in het kader van onze due diligence beleid de Jumbo Code of Conduct gepresenteerd en toegelicht. Eind 2021 is deze weer aangescherpt en begin 2022 met alle leveranciers opnieuw gedeeld. Wij hebben de intentie om de leveranciers, naast de normale contactmomenten en de website, op een consistente manier te blijven informeren over ons due diligence proces en de voortgang op diverse onderwerpen.

De communicatie in onze eigen organisatie over het due diligence proces is de afgelopen drie jaar ook een belangrijk aandachtspunt geweest. Hierbij stond het informeren en betrekken van onze assortimentsmanagers en inkopers centraal. In 2021 waren er vanwege de coronapandemie minder fysieke plenaire informatiebijeenkomsten dan gewenst. Wel is er structureel overleg geweest met assortimentsmanagers en inkopers op productgroep- en categorieniveau, en daarnaast binnen de cross-functionele teams (CFT's).

Tenslotte is het belangrijk om te vermelden dat Jumbo op weg is naar 'integrated reporting' waarbij duurzaamheid, oftewel de niet-financiële rapportage, volledig wordt geïntegreerd met de (financiële) rapportage op bedrijfsniveau. In 2021 is hiertoe een impact dashboard ontwikkeld op basis van de voor de geïdentificeerde materiële thema's en vastgestelde KPI's. Hiervan zijn de MVO thema's ook onderdeel. Zie: [jumborapportage.com](https://jumborapportage.com).

## 2.5 Klachtenmechanisme

Jumbo heeft zich ten doel gesteld een klachtenmechanisme te implementeren in de keten, zodat wij adequaat informatie ontvangen over eventuele mensenrechtenschendingen en misstanden. Op basis hiervan kunnen wij bepalen wat we kunnen en moeten doen met onze leveranciers om schendingen en misstanden te minimaliseren en herhaling te voorkomen. Bovendien biedt een klachtenmechanisme een actuele monitor op risico's in de keten.

Wij zijn er in 2021 nog niet in geslaagd om een dergelijk werkbaar klachtenmechanisme te realiseren, wij willen dit aanpakken in samenwerking met andere supermarkten in het IMVO Convenant Voedingsmiddelen om kennis en kosten te kunnen delen. Wij blijven ons hard maken binnen CBL-verband om tot een gezamenlijk klachtenmechanisme te komen en streven er naar deze eind 2022 finaal te hebben. Belangrijk hierbij is dat klachtenprocedures vooral voor de meer kwetsbare groepen, zoals arbeiders, kleine boeren en vrouwen, gemakkelijk toegankelijk en begrijpelijk zijn en dat zij op meerdere manieren hun zorgen en klachten kenbaar kunnen maken.

In de eigen organisatie heeft Jumbo in 2018 de interne gedragscode 'Code Geel' en een 'speak-up' systeem geïntroduceerd. Hierover is meer informatie te vinden in ons Jaarverslag. Ook onderzoeken we in hoeverre we deze gedragscode en de kennis en ervaring die we met dit systeem hebben opgedaan kunnen doorvertalen naar een gezamenlijk klachtenmechanisme voor onze ketens en leveranciers.

### 3. Focus voor 2022

Op basis van de uitkomsten van de impact assessments en ons continue due diligence proces focussen we ons voor 2022 op:

1. Impact assessment op zwarte **thee** (met focus op **gender** relaties en **vrouwenrechten**).
2. Impact assessment op **kokosolie** uit de Filipijnen (met focus op **kleinschalige boeren**).
3. Plan van aanpak **cacao** en projectuitvoering met belangrijkste leveranciers, om zo de impact ambities van het DISCO-convenant te kunnen realiseren (geen **kinderarbeid**, geen **ontbossing** en **leefbaar inkomen** voor cacaoboeren).
4. Plan van aanpak **rozen** uit Kenia met focus op het verkrijgen van **leefbaar loon** voor arbeiders/sters op bloemenbedrijven (eventueel in samenwerking met FSI-leden).
5. Plan van aanpak **mango** uit Ivoorkust met focus op verbetering **genderrelaties** en verkrijgen van een **leefbaar loon** voor arbeiders/sters op plantages.
6. Projectuitvoering bananen gericht op het verkrijgen van een **leefbaar loon** gelijkwaardig voor arbeiders en arbeidsters op plantages (Colombia, Costa Rica, Ecuador en Peru).
7. Projectuitvoering **cashew** gericht op positieve impact door creatie van **toegevoegde waarde** in land van herkomst (Ivoorkust) en **directe handel** (onder IMVO Levensmiddelen convenant).
8. Opvolging op de bestaande toezegging om alle huismerkproducten op basis van **palmolie** te laten kwalificeren als 'segregated RSPO' die vrij is van **ontbossing** en conversie.
9. Opvolging op aanbevelingen van impact assessment **koffie** met focus op verbetering van **inkomen** van kleine koffieboeren.
10. Opvolging op aanbevelingen van impact assessment **verwerkte tomaten** vanuit Italië met focus op verbetering van positie van **seizoenarbeiders/sters** en **migrantenwerkers**.
11. Opvolging op aanbevelingen van impact assessment **citrus** vanuit Egypte met focus op verbetering van positie van **seizoenarbeiders/sters**.
12. Projecten ontwikkelen en starten met **groente- en fruitleveranciers** in het kader van de SIFAV-doelstellingen rond **water, leefbaar loon, carbon footprint** en **voedselverspilling**.
13. Regelmatig trainen van inkopers en assortimentsmanagers op specifieke risico's voor hun productgroepen met onderwerpen als social compliance en milieu-impact en instrumenten die hen ter beschikking staan om met leveranciers te werken aan verbetering en positieve impact.
14. Datasystemen blijven aanpassen aan de toenemende behoefte aan transparantie, analyse en rapportage.
15. Klachtenmechanisme toepassen in ketens in samenwerking met SER en andere retailers.
16. Inzet in CBL-verband en binnen multi-stakeholder samenwerkingsverbanden voor betere bescherming van de rechten van migranten- en seizoenarbeiders/sters, met name in midden-risicolanden.
17. In 2022 gaat Jumbo science based targets formuleren voor eigen organisatie (scope 1 en 2) en scope 3 (o.a. assortiment).
18. Jumbo gaat in 2022 de samenwerkingen en langetermijnafspraken verder verdiepen met haar boeren en telers voor meer stabiliteit in de keten.