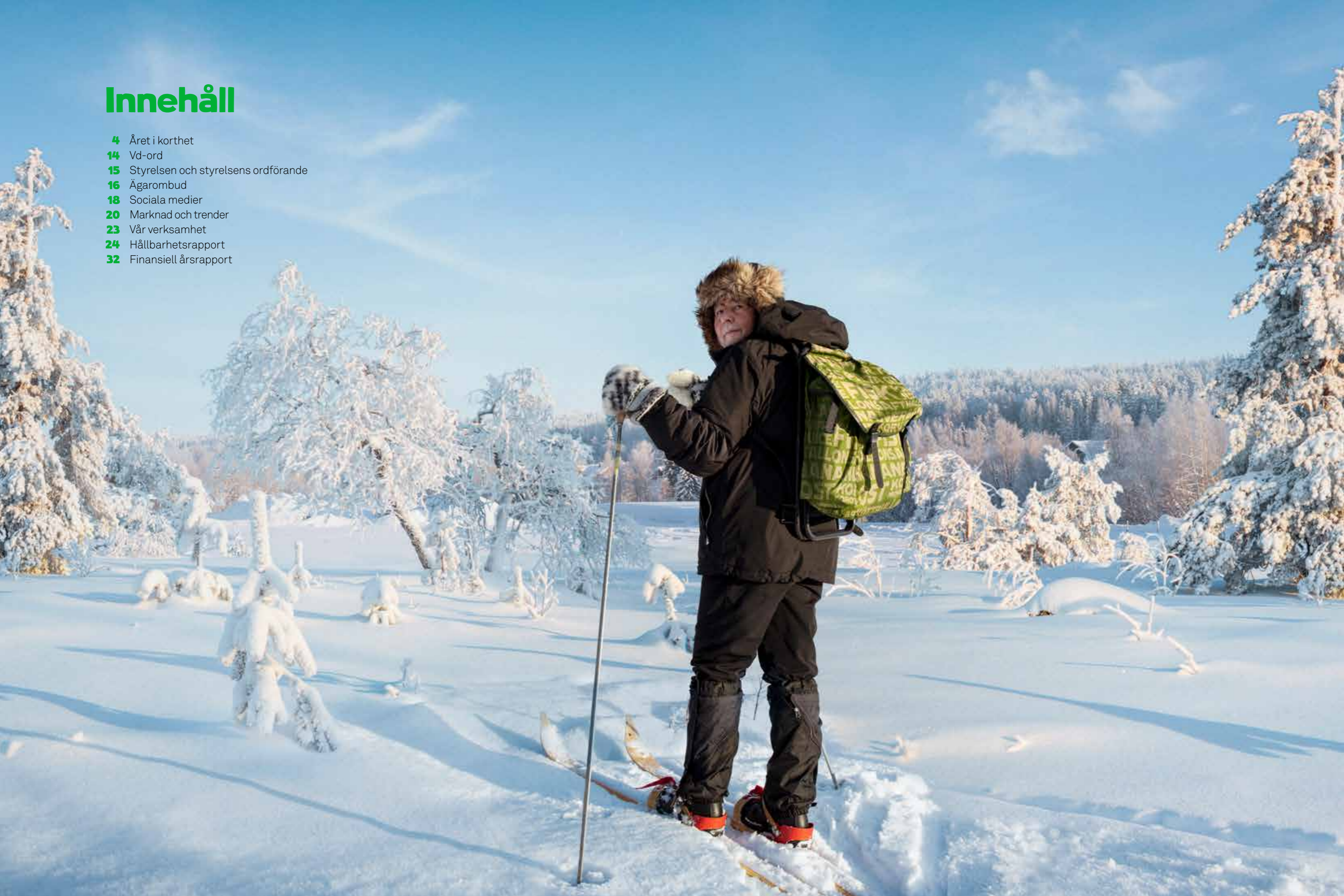


Coop Norrbotten
Årsrapport 2020



Innehåll

- 4** Året i korthet
- 14** Vd-ord
- 15** Styrelsen och styrelsens ordförande
- 16** Ägarombud
- 18** Sociala medier
- 20** Marknad och trender
- 23** Vår verksamhet
- 24** Hållbarhetsrapport
- 32** Finansiell årsrapport



Coop Norrbotten 2020 i korthet

(Förra årets siffror)

Omsättning

Omsättningen uppgick till 2 731 Mkr (2 669).

Årets resultat

Föreningens resultat efter finansiella poster 76,8 Mkr (266,2).

Antal medlemmar

Föreningen ägs av 141 829 medlemmar (138 261).

Antal förtroendevalda

56 ägarombud och ersättare.
21 valberedare för ägarombud.
3 valberedare för styrelsen.
Styrelsen består av 13 personer inkl 2 fackliga, 7 kvinnor och 6 män.

Personal

Antal tillsvidareanställda 2020 var 721, antal visstidsanställda var 432. Av dessa tillsvidareanställda var 76,7% kvinnor och 23,3% män. Av visstidsanställda var 70,8% kvinnor och 29,2% män.

Personalomsättningen uppgick under året till 7,76% (11,05%).

Sjukfrånvaron var under året 7,04% (under 2019 var den 5,25%).

Ledning

Av styrelsens ledamöter var 57,1% kvinnor och 42,9% män. Av ledningsgruppen var 20,0% kvinnor och 80,0% män.

25 år i Coop Norrbotten

På grund av covid-19 så flyttas all uppvaktning fram.

BUTIKER PER KOMMUN

Arjeplog

Coop Arjeplog

Arvidsjaur

Coop Arvidsjaur

Boden

Stora Coop Boden
Coop Sveafältet
Coop Harads

Gällivare

Stora Coop Gällivare
Coop Gällivare Centrum
Coop Gällivare Luleåvägen

Haparanda

Coop Haparanda

Jokkmokk

Coop Jokkmokk
Coop Vuollerim

Kalix

Stora Coop Kalix
Coop Sangis

Kiruna

Stora Coop Kiruna
Coop Föraregatan
Coop Katterjåkk
Coop Lappgatan
Coop Trädgårdsgatan
Coop Jukkasjärvi
Coop Svappavaara
Coop Vittangi

Luleå

Stora Coop Storheden med restaurang
Stora Coop Örnäset
Coop Bergnäset
Coop Björkskatan
Coop Mjölkudden
Coop Loet
Coop Råneå
Coop Varvet

Pajala

Coop Pajala

Piteå

Stora Coop Piteå
Coop Munksund
Coop Norra Ringen
Coop Rosvik
Coop Öjebyn

Älvsbyns

Coop Älvsbyn

Överkalix

Coop Överkalix

Övertorneå

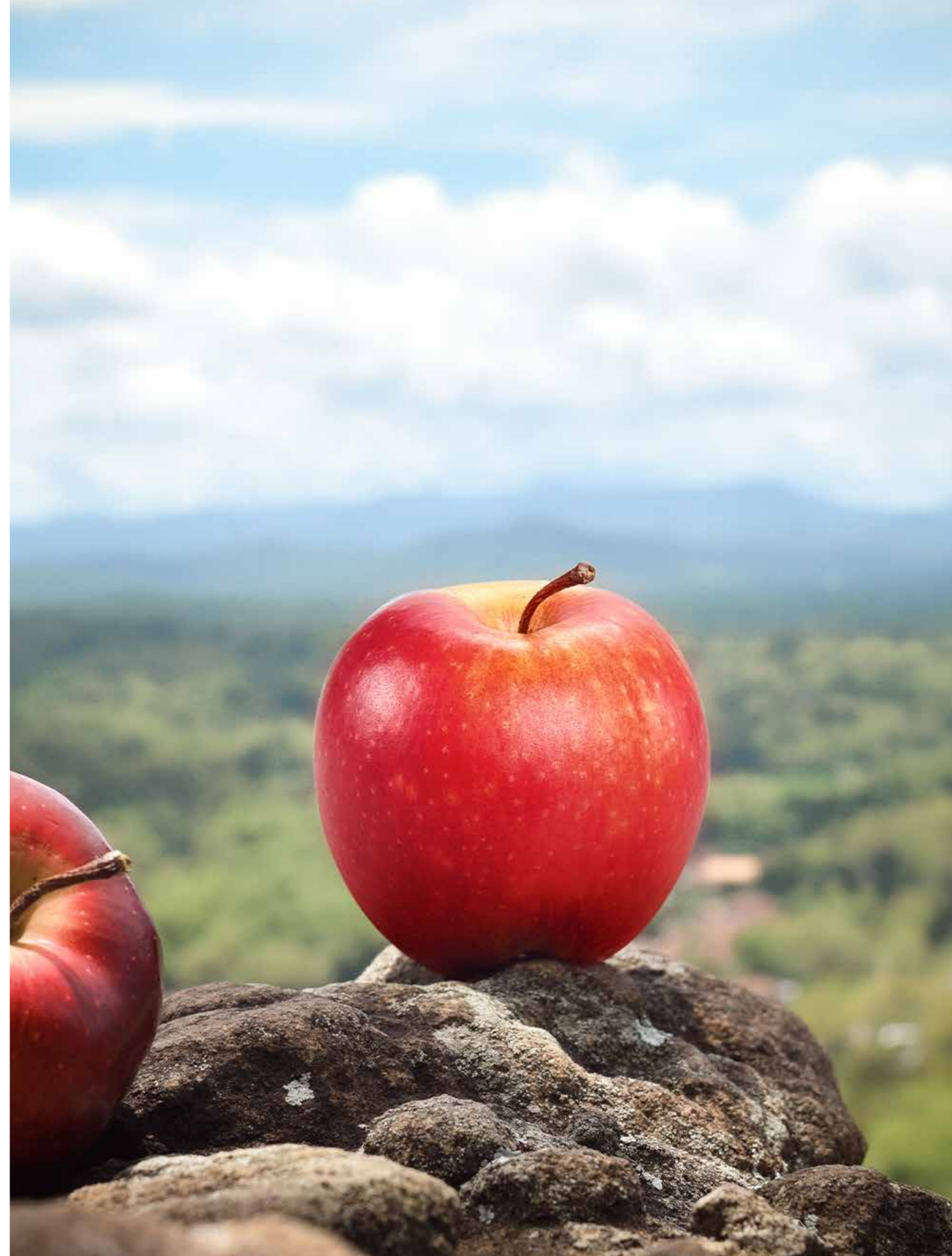
Coop Övertorneå

Norrbotten

Coop Online i Boden, Piteå,
Kiruna & Luleå

BOLIST-BUTIKER

Stora Coop Gällivare
Stora Coop Kalix
Stora Coop Kiruna
Stora Coop Storheden



COOP NORRBOTTENS MEDLEMMAR FICK TILLBAKA 54 MILJONER KRONOR

Över hälften av länets befolkning är medlemmar i Coop Norrbotten. Den åldersgrupp som har starkast tillväxt är 20-29-åringar.

ANTAL LOKALA LEVERANTÖRER

80 st **LOKAL MAT**

141 829
MEDLEMMAR

MARKNADSANDEL

41%

**MEDLEMSPROGRAMMET: COOP NORRBOTTENS
MEDLEMMAR NYTTJADE MEDLEMSPROGRAMMET TILL
ETT VÄRDE AV: 54 MILJONER KRONOR**

**KUNDLÖFTE:
PRISVÄRD,
HÅLLBAR
MATGLÄDJE**

**NÄRMARE HÄLFTEN AV
COOP NORRBOTTENS
FÄRSKVARUFÖRSÄLJNING
KOMMER FRÅN
LOKALA PRODUCENTER**

**OMSÄTTNING 2020
COOP NORRBOTTEN**
2 731 miljoner SEK

EGNA VARUMÄRKEN
19,5%

ANDEL
EKOLOGISKT

EKO
6%

**Handla
hemma för
Norrbotten**



Nya tider kräver nya lösningar. Under pandemin har vi fått möta upp kundernas behov av e-handel även på orter där vi tidigare inte haft e-handel. Samarbetet har sett olika ut på olika orter, men syftet har varit detsamma: att ställa upp för varandra.



COOP.SE - HÄMTA

Under 2020 har vi utökat antal butiker som erbjuder e-handel med möjligheten att hämta maten i butik. Vi erbjuder e-handel från Stora Coop i Boden, Luleå, Piteå och Kiruna och fler kommer under 2021.

**20-års
jubileum**



**FIRA FÖR
STORA COOP PITEÅ
VI FYLLER 20 ÅR
KOM IN OCH FIRA MED OSS!
21-27 SEPTEMBER**



**Årets
finalist**

Dagligvarugalan
2020

**ÅRETS
BRÖDAVDELNING**

Stora Coop Storheden, Luleå



Invigningar

**NYPREMIÄR FÖR
ARJEPLOG**

Torsdag 20 februari, klockan 10.

Kom och fira att vi nu har en större och fräschare butik med sallader, ny delikatessbutik, nya kyl- och frysdörrar och nylibrotärendegruva.

Vänta välkommen på nyremik!



ARJEPLOG

**NYPREMIÄR FÖR
STORA COOP
STORHEDEN
21 FEBRUARI, KL 10**



STORHEDEN

COOP NORRBOTTEN - STOLT VINNARE AV ÅRETS HÅLLBARHETSPRIS!



Coop Norrbotten vinner Hållbarhetspriset 2020 som delades ut på Luleå Business Awards i samarbete med Facebook.

– Vi är oerhört glada och stolta över att bli tilldelade detta pris, det bevisar att vårt hållbarhetsarbete i Norrbotten har gjort avtryck och är viktigt, säger Coop Norrbottens vd Peter Fjällborg.

Priset tilldelas det företag eller den verksamhet som arbetar strategiskt för hållbarhet och som visar handlingskraft i det konkreta genomförandet. Hållbarhet innebär långsiktighet, såväl miljömässigt som socialt och ekonomiskt, till exempel genom socialt ansvarstagande, energieffektivisering och miljöinnovationer. Årets hållbarhetspris delas ut i samarbete med Facebook.

Hållbarhet är något som genomsyrar Coops affärsidé sedan starten av Kooperationen för drygt 100 år sedan. Coop i Sverige har under många år gått i bräschen för att driva hållbarhet inom svensk dagligvaruhandel med flertalet medaljer och priser inom området i bagaget.

I Norrbotten har vi under många år arbetat lokalt med att skapa en hållbar kedja från leverantör till butik och ut till konsument. I år satsar vi ännu hårdare på att bedriva en hållbar och strategisk verksamhet och att kommunicera detta till våra ägare, dvs till alla våra drygt 140.000 medlemmar i Norrbotten.

I april anställdes **Helene Ljungstedt** som chef för marknad, kommunikation och hållbarhet för att ytterligare förstärka styrningen av Coop

Norrbottens hållbarhetsarbete och för att också inspirera norrbottningarna till att själva konsumera mer hållbart.

– Jag blev väldigt glad och hedrad av att vi fick ta emot detta pris, säger Helene Ljungstedt. Det betyder otroligt mycket för vårt varumärke, både som arbetsgivare och som matbutik. Vi tänker hållbarhet i alla våra beslut. Vi har idag ett hållbart ägande och en hållbar affärsmodell där allt överskott som skapas går tillbaka till medlemmarna eller återinvesteras i verksamheten, vilket skapar ett cirkulärt kretslopp i Norrbotten.

– Detta pris uppskattades också mycket av vår personal och gör att vi på Coop Norrbotten nu har blivit ännu mer peppade på att arbeta med hållbarhet, avslutar Helene.

”Det betyder otroligt mycket för vårt varumärke, både som arbetsgivare och som matbutik”

COOP FÖR NORRBOTTEN

Med konceptet Coop för Norrbotten påminner vi om att vi är den lokala medlemsägda matkedjan som ägs av drygt 140 000 norrbottningar. Där vinsten oavkortat går tillbaka till medlemmarna och återinvesteras i länet. Genom konceptet visualiseras och kommuniceras hur vi tillsammans gör skillnad för länet samtidigt som vi till exempel fredagsmyser, grillar korv i skogen eller firar barnkalas. Coop för Norrbotten lanserades i januari 2020 och här är ett axplock av hur vi har kommunicerat det i olika medier.



ÅRETS LEDARE 2020

**Örjan Sundqvist,
Butikschef Coop Råneå**

Motiveringen:

Segev kommer ur harmoni och glädje!

"Örjan har konsekvent och medvetet arbetat med att nå sina nyckeltal för Coop Råneå. Han sätter realistiska mål som är möjliga att nå och håller den "röda tråden" i allt han gör. Örjan har arbetat hårt med att få till en fin kultur med mycket glädje bland personalen där service och kundbemötande är en viktig ingrediens. Han skapar stort utrymme för eget ansvar och egna beslut, vilket leder till en vinnande ledarstil som gör att medarbetarna växer. Örjan har också lyckas skapa ett driv hos personalen att arbeta med sociala medier och har skapat en mycket god relation med sina ägarombud. Örjan har på ett föredömligt sätt tillämpat devisen - seger kommer ur harmoni och glädje."

Varje år delar Coop Norrbotten ut ett pris till årets ledare i butik. Årets vinnare blev Örjan Sundqvist, butikschef Coop Råneå, som glatt och överraskat tog emot priset i sitt hem. I vanliga fall brukar "Årets ledare i butik" få sitt pris när Coop Norrbotten har kick-off för cheferna inom föreningen. Men på grund av corona fick vi hitta en annan lösning. Mitt under den digitala kick-offen togs sändningen över av Henrik Örtenvik, kommunikatör och André Piironen, försäljningschef, som åkte hem till Örjan Sundqvist och överraskade honom.

Örjan: Årets ledare, hur känns det?

- Jo, men det känns jättebra. Känns som ett bevis, ett kvitto på att vi gör en massa bra saker här i Råneå.

Beskriv ditt gäng i Råneå.

- Jag tycker det är fantastiskt att vi är en grupp som består av många olika personlighetstyper och trots det så får vi det att funka så bra tillsammans. Just ordet "tillsammans" är nyckeln till framgång. Vi jobbar mycket med det här, att alltid försöka hjälpa varandra, vi pratar väldigt mycket om samarbete.

Hur beskriver du dig själv som ledare?

- Jag försöker att vara närvarande, jag försöker stötta och sprida kunskap om hur vi jobbar. Jag försöker delegera och lita på att människor klarar av att ta egna beslut. Jag uppmuntrar verkligen till att alla ska försöka göra kunden nöjd. Det är bättre att göra kunden nöjd på ett felaktigt sätt, för det kan man alltid rätta till och så gör vi på ett annat sätt nästa gång. I grund och botten handlar vårt jobb om att göra kunden nöjd.

Berätta om din historia inom Coop.

- Jag har jobbat inom Coop Norrbotten sedan 1981 och varit på fem, sex olika butiker. Längsta tiden har jag varit i Boden på Domus och Forum, där jag var i 19 år.

- Om man ser livet som ett ständigt lärande så har jag haft gott om tid att lära mig saker, plockat upp bra saker av människor som jag har haft förmån att jobba tillsammans med. De har fått mig att växa som person. Och just nu är det de härliga, glada tjejerna i Råneå som hjälper mig att göra bra saker, vi gör bra grejer tillsammans. Det är så det funkar.



ÅRETS SERVICEHJÄLTE 2020

Åsa Esko, Coop Råneå

"Hon förtjänar att bli årets servicehjärte för att hon är en fantastisk glädjespridare, som ger kunderna det där lilla extra. Henne skratt hörs i hela butiken och förgyller dagarna för kunderna och även personalen."

Åsa Esko är årets servicehjärte!

Varje månad får våra medarbetare nominera en servicehjärte som gör det lilla extra för våra kunder och medlemmar. Och varje månad får vi in många fina nomineringar som gör att det är en utmaning att välja månadens servicehjärte. Av dessa tolv månads-hjältar har Åsa Esko valts till årets servicehjärte.

Hur känns det här då?

- Jättekul, överväldigande! Jag blir jätteglad, det är en jättestor ära. Jag blev både förvånad och hedrad. Men jag blev lika glad över att Örjan också vann priset som årets ledare. Han är så värd det, det var fint!

Vad är Coop Råneås hemlighet?

- Ja, vi är nog en väldigt bra sammansatt grupp som trivs väldigt bra med varandra. Det är aldrig några större intriger, vi är olika och vi passar bra ihop och har roligt. Har man roligt så trivs man på jobbet. Då flyter det på och det är man ju glad över eftersom vi är en så liten arbetsplats, att vi inte behöver lägga tid på att vara upprörd. Det är hemligheten.

- Örjan är väldigt mån om oss, en fantastisk chef. Han bryr sig och han är omtänksam. Han är mån om att saker ska gå rätt till och han behandlar alla lika. Sen har han lite torr humor, men det får vi leva med *skratt*. Nä, vi gillar hans humor!

Hur firade du det här?

- Jag köpte en smula till mig och min sambo.

Årets servicehjärte får åka till Italien på studieresa. Har du varit där?

- Italien har jag varit i, i min ungdom. Men det börjar vara ett tag sedan. Bara det är ju en jättegry, när nu resan blir av med tanke på detta världsläge. Det ska bli jättekul att få åka iväg med andra coopianer. Man känner ju inte så många utanför sin egen butik, så det ser jag fram emot.

Till sist: vad önskar du allra mest av 2021?

- Jag önskar att coronan försvinner såklart, så man kan jobba mer i butiken och hitta på grejer, bjudningar, medlemsdagar och sådant som vi annars brukar ha.

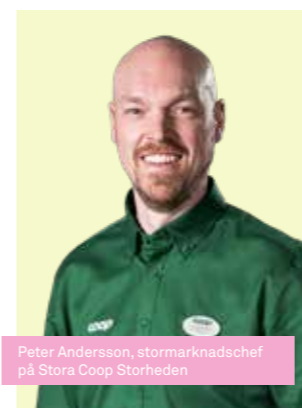
Under året har vi utsett och överraskat tolv servicehjärtar runtom i vårt stora län:

Januari: Elvira Johansson, Coop Arvidsjaur	Juli: Åsa Esko, Coop Råneå
Februari: Paulina Johansson, Coop Varvet	Augusti: Per Eriksson, Coop Bergnäset
Mars: Anton Savilahti, Coop Vittangi	September: Abeer Abdulal, Stora Coop Piteå
April: Marith Andersson, Coop Norra Ringen	Oktober: Petra Lindström, Coop.se Norrbotten
Maj: Barbro Nilsson, Coop Älvsbyn	November: Anna Joronen, Coop Varvet Luleå
Juni: Nathali Hansson, Stora Coop Kiruna	December: Anders Sundvall, Bolist Luleå

FRAMTID FÖR NORRBOTTEN

Fyra Coop-chefer om framtiden

Vi är nyfikna på vad som var deras höjdpunkter under 2020 och vilka möjligheter och utmaningar som de har inför 2021. Vi ställde två frågor till fyra av våra chefer.



Peter Andersson, stormarknadschef på Stora Coop Storheden

Vilken var din höjdpunkt under 2020?

- Stora Coop Storhedens nyöppning den 21 februari blev en magisk dag med mycket folk som kom och besökte oss. Butiken hade genomgått en längre tids ombyggnation och resultatet blev verkligen jättebra med en betydligt fräschare och modernare butik. Vi hade också tur med timingen, då detta inträffade precis innan alla restriktioner som pandemin innebar.

Vilka möjligheter och utmaningar ser du under 2021?

- Vi måste hela tiden pusha på för att fortsätta framgångsresan sedan nyöppningen och säkerställa att butiken är fräsch och att vi har en hög påfyllnadsgrad hela tiden. Vi måste också locka nya kunder till vår butik. En möjlighet som vi ser är att få sätta igång med events och demos i butiken igen, om nu bara pandemin avtar och restriktionerna i butik slopas. Vi vill gärna ha events varje lördag för barnfamiljer, med målet att bli barnfamiljens bästa vän och att bli en butik där det alltid händer något spännande.



Elin Eliasson, butikschef på Coop Överkalix

Vilken var din höjdpunkt under 2020?

- Min absoluta höjdpunkt var när vi gjorde det lokala eventet "Odling för Överkalix" på ortens förskolor i samarbete med Olofssons bageri, Hietalas handelsträdgårdar och Nordsjö färg. Hela eventet blev otroligt uppskattat på orten och många talade varmt om det under en lång tid.

Vilka möjligheter och utmaningar ser du under 2021?

- Coop Överkalix har nått mycket bra resultat under det senaste året med en tydlig resultatförbättring och höga tal på nöjd-kund-index. Hos oss ska kunden känna sig välkommen och det ska vara både roligt och lönsamt att handla hos oss. 2021 blir ett år för oss att ha lite lugn och ro efter att jag har drivit på hårt under 2 år, menar Elin. De anställda behöver landa i allt nytt och inte springa konstant mot högt uppsatta mål. Vi hoppas att pandemin lägger sig så att vi kan börja arbeta med att bjuda in kunder på roliga events och aktiviteter i butiken igen. Det är en stor möjlighet för merförsäljning hos oss, avslutar Elin.



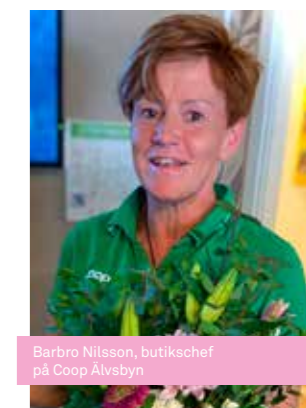
Per Olofsson, regionchef Coop Norrbotten

Vilken var din höjdpunkt under 2020?

- Det som jag ser som det mest positiva med 2020, trots covid-19, var att samtliga mina butikschefers upplevelse att de fick en betydligt bättre vardag under 2020 jämfört med 2019. Vi har följt upp och arbetat med bland annat årshjulet och BE-programmet, vilket lett till en bättre struktur och planering. Detta bidrar till att göra dem till bättre ledare, och de har större möjligheter att styra över sin tid. På det stora hela så fungerar alla butiker mycket bättre än tidigare, vilket jag tycker är mycket roligt.

Vilka möjligheter och utmaningar ser du under 2021?

- Det är otroligt viktigt att våra anställda trivs på jobbet och verkligen tycker att det är kul att gå till jobbet varje dag, menar Per. De blir viktiga ambassadörer och är otroligt viktiga för vårt varumärke. Vi ser att graden av rekommendationer där våra anställda rekommenderar oss som arbetsgivare har ökat totalt och det är fantastiskt roligt att se.
- Jag tror att vårt arbete med att bygga varumärket Coop för Norrbotten är jätteviktigt för oss för att attrahera nya kunder och skapa en stolthet hos vår personal.



Barbro Nilsson, butikschef på Coop Älvsbyn

Vilken var din höjdpunkt under 2020?

- Jag är så otroligt glad över att vi har fått behålla våra kunder under året och gör ett riktigt bra resultat trots rådande pandemi. Under året blev det också klart med en ledningsgrupp för Coop Älvsbyn, vilket är otroligt bra då jag får mer hjälp med hela driften och vi kan arbeta gemensamt mot våra mål.

Vilka möjligheter och utmaningar ser du under 2021?

- Under våren kommer vi att få nya energi- och miljövänliga kylar till butiken, vilket ger oss mer plats för färskvaror. Det har varit mycket trångt i kylarna för oss ett bra tag, men nu kommer vi att få möjlighet att få plats med ett större och bredare färskvarusortiment. Det här ger oss definitivt en möjlighet att höja vår andel på färskvaror. Utmaningen är fortsatt att behålla kunderna under rådande pandemi och hoppas att gränserna öppnas så att vi får mer turister till butiken.

Coop för Norrbotten

2020 blev ett annorlunda år



Vd Peter Fjällborg

Pandemin förändrade de flesta förutsättningarna för vår verksamhet. När det tog fart i mars månad så började en enorm hamstring som vi inte har sett tidigare i modern tid. Vi förberedde verksamheten på att vi skulle få stora smittspridningar, där vi tog höjd för att eventuellt stänga butiker på grund av stor smittspridning. Det har varit ett mycket svårt jobb att hantera pandemin med alla åtgärder som krävs för att skydda personal och kunder så långt det är möjligt. När vi summerar de insatser som är gjorda, kan jag bara konstatera att vi klarat detta på ett mycket bra sätt, där hela organisationen har gjort en otrolig insats.

Nya butiker

Under 2020 har vi tecknat hyresavtal för tre nya butiker. I Kiruna centrum blir det en citybutik med mycket matglädje, där vi flyttar in i en galleria med Systembolaget som granne. Beräknad öppning är i september 2022.

I Gällivare öppnar vi en butik i kvarteret Gladan, även detta en citybutik med mycket matglädje som beräknas öppna 2023/2024. I bostadsområdet Kallkällan i Luleå kommer vi att öppna en butik där det tidigare låg en butik som brann ner för några år sedan. En traditionell områdesbutik med generösa öppettider.

Under året har vi fortsatt att modernisera befintliga butiker och den enskilt största satsningen under året har varit Stora Coop i Kiruna som vi har omvandlat till en toppmodern stormarknad där vi även bytt ut kylanläggning och moderniserat ventilationen och därmed skapat en hållbar stormarknad för framtiden och stärkt handelsområdet.

"Norrbotten har framtiden för sig, jag har inte under mina år varit med om denna framtidstro som nu spirar i länet"

Resultat

Coop Norrbotten redovisar en försäljningsökning och ett starkt resultat för 2020. Den starka utvecklingen i Coop Norrbotten möjliggör fortsatta satsningar för att skapa Norrbottens bästa butiker där vi kan erbjuda våra ägare och kunder god hållbarhet, ett stort utbud av lokalproducerad mat, prisvärda produkter och mycket matglädje. Coop Norrbotten redovisar ett resultat efter finansiella poster 76,8 mkr.

Framtiden

Norrbotten har framtiden för sig, jag har inte under mina år varit med om denna framtidstro som nu spirar i länet.

De stora företagen inom basindustrin presenterar nya satsningar på löpande band när vi går vidare mot en grön omställning av samhället. Tusentals nya arbeten skapas och nu måste alla aktörer tillsammans hjälpas åt att skapa attraktiva samhällen i hela Norrbotten. Vi måste skapa attraktiva samhällen som attraherar människor att flytta norrut och därmed en ny flyttvåg i Sverige, men denna gång norrut och till Norrbotten. Därför satsar Coop Norrbotten på nya butiker i hela länet och att modernisera befintliga butiker runt om i Norrbotten.

Vår stora möjlighet och utmaning in i framtiden är digitaliseringen och den har bara börjat. En av de nyheter som vi lanserar under 2021 är Scan & Pay där din mobil blir det verktyg som du behöver för att handla. Du scannar varorna och betalar med mobilen och vi kommer att bygga in fler funktioner under kommande år.

Vi har ett stort behov av att öppna fler nya butiker. Vi är helt övertygade om att den stadsnära butiken med generösa öppettider och stor tillgänglighet har framtiden för sig. Närheten till butiken kommer bli allt viktigare, inte minst för miljön då man får möjlighet att gå eller cykla för att göra sina dagliga inköp.

Coop Norrbotten ska erbjuda våra kunder allt från färdiga måltidslösningar i moderna butiker med matglädje och konkurrenskraftiga priser till ett kundmöte i världsklass och attraktiva e-handelslösningar. Varje dag har vi våra medlemmar och kunder i fokus och vi skapar branschens bästa kundmöten.

Välkommen till din butik!

Peter Fjällborg

Vd Coop Norrbotten

Årskrönika 2020

Jag pyser av stolthet över vår personal i butikerna

Under 2020 var det nog många av oss som fick lära oss nya ord och begrepp, i alla fall jag. Folkhälsomyndigheten var en myndighet jag inte hade kännedom om, än mindre rollen statsepidemiolog. Social distansering har inpräntats i oss hela året. 2020 har påverkat oss alla på olika sätt. I skrivande stund är detta långt ifrån över. Vaccinering har emellertid inletts och med detta följer hopp om att början till slutet är inlett. Ett mycket märkligt år toppat med ett presidentval i USA som även detta var något utöver det normala.

De som kan - arbeta hemifrån! Vår personal i butikerna kan inte arbeta hemifrån. Tvärtom. Arbetsbördan har ökat då många andra arbetar hemifrån och har ett större behov av dagligvaror. De bunkringstendenser som vi såg våren 2020 avtog dock fort, även om det var ett intressant fenomen som utspelade sig under några veckor. Butikspersonalen i Coop Norrbotten är vardagshjältarna det inte skrivs om i media. Ökad arbetsbörda och att vara i en miljö där man möter tusentals människor om dagen, alltid med ett leende på läpparna. Våra NKI-mätningar (Nöjd Kund Index) ger vår personal höga betyg, vilket är ett kvitto på att detta känns i hjärtat hos de kunder som kommer in i våra butiker. Jag pyser av stolthet över vår personal i butikerna.

Hela föreningen har hanterat pandemin på ett utmärkt sätt. Genom tidiga åtgärder, beredskapsplaner och god kostnadskontroll har vi på totalen kunnat möta den negativa påverkan som utebliven turism och gränshandel inneburit. Visst är det lite gungor och karuseller, men på totalen stänger vi 2020 med ekonomiskt mycket goda resultat. Givet det märkliga året 2020 är detta något som vi ska vara stolta över. Det ger oss möjlighet att fundera framåt för hur vi ska fortsätta utveckla föreningens verksamhet.

Ägarombud

Vi gick in i 2020 med en färsk översyn över hur vi samverkar med ägarombuden. Denna kontakt som är ett fundament i vår verksamhet. Det är helt avgörande för oss i vardagen att ha denna kontakt med våra ägare och medlemmar. Den planerade rivstarten tappade något i kraft då pandemin slog till och dessa möten ersattes med digitala möten. En mötesform som i och för sig fungerat väl, men som i ärlighetens namn inte fullt ut ersätter det fysiska mötet. Vi fortsätter med digitala möten även i inledningen av 2021. Målet kvarstår att lyfta vår dialog och kontakt med ägarombuden.

Butiker

Vi fortsätter att satsa på vårt butiks nät. Under året sticker Stora Coop Kiruna och Coop Arjeplog ut med sina omfattande renoveringar och uppgraderingar. Vi ser idag moderna uppskattade butiker. Aktivitetsnivån runt nya butiker är alltså hög. Vi har flera processer igång för nya butiker i Kiruna, Gällivare och Luleå.

E-handel

Coop Norrbotten har satsat på e-handel sedan några år tillbaka och verksamheten har ständigt utvecklats. Under 2020 har denna verksamhet vuxit med 100-tals procent. Ökningen kom i princip över en natt under våren. Detta är framtiden och vi kommer även kommande år att fortsätta utvecklingen där digitalisering är en återkommande komponent. I Kooperationen samverkar vi med lokala och gemensamma lösningar. Viktigt att vi lägger en gemensam grund tillsammans i hela Kooperationen så att vi får tempo och slagkraft. Coop Norrbotten har en aktiv roll i det gemensamma arbetet som kommer att växlas upp.

Framåt

Jag brukar säga att ljuset kommer från Norr. Detta gäller mer än någonsin. Vi ska vara stolta över vår förening. Hög

investeringstakt och ständig utveckling präglar verksamheten. Personalen är följsam och ställer om efter nya förutsättningar. Detta är imponerande! Jag ser fram emot kommande år när vi ska lyfta föreningen en nivå till. Genom nya butiker, digitalisering och medlemsdialog kommer vi säkerställa att Coop Norrbotten står högst upp på prispallen.

Jesper Josbrant

Styrelseordförande Coop Norrbotten



Styrelsens ordförande Jesper Josbrant

STYRELSE

Jesper Josbrant, ordförande
Per-Erik Baas, styrelseledamot
Kent Bodlund, styrelseledamot
Annika Fredriksson, styrelseledamot
Kristina Jonsson, styrelseledamot
Maria Olsson, styrelseledamot
Carina Sammeli, styrelseledamot
Mattias Gustafsson, personalrepresentant
Yvonne Berg, personalrepresentant
Lisbeth Utterstöm, personalrepresentant, ersättare
Erica Lejon, personalrepresentant, ersättare
Peter Fjällborg, vd
Mats Olausson, sekreterare

Ägarombuden är medlemmarnas röst

Ett ägarombud är en person som vill engagera sig i sin butik och bidra till att den blir bättre. Ett ägarombud representerar medlemmarna, i en grupp med ägarombud finns därför mångfald. Dessa ägarombud valdes 2020.

ARJEPLOG

Coop Arjeplog
Ann-Kristin Jakobsson

ARVIDSJAUR

Coop Arvidsjaur
Ann-Christin Lindqvist
Ersättare: Britt-Inger Hedman

BODEN

Stora Coop Boden
Madeleine Lindvall, Robert Andersson
Ersättare: Christer Enberg

Coop Sveafältet
Birgitta Åström
Ersättare: Lars-Gunnar Häggström

Coop Harads
Monica Falegren

GÄLLIVARE

Stora Coop Gällivare
Åsa Järleros, Lars-Erik Sandvärn

Coop Gällivare Luleåvägen
Saknar ombud

Coop Gällivare Centrum
Lisbeth Nilsson Nirlén
Ersättare: Roland Nirlén

HAPARANDA

Coop Haparanda
Ann-Kristin Myllymäki
Ersättare: Agneta Franzén

JOKKMOKK

Coop Jokkmokk
Svea Karlsson
Ersättare: Wivi-Anne Mulk

Coop Vuollerim
Kristin Amundsson

KALIX

Stora Coop Kalix
Anton Wallin, Anette Wernersson
Ersättare: Elisabeth Nyman

Coop Sangis
Erling Lundh

KIRUNA

Stora Coop Kiruna
Lotta Eriksson, Mats Niemi

Coop Lappgatan
Kaija Lehtomäki

Coop Trädgårdsgatan
Monica Sirén

Coop Föraregatan
Harry Pohjanen

Coop Jukkasjärvi
Stina Holmberg

Coop Svappavaara
Markus Barsk

Coop Vittangi
Yana Mangi

Coop Katterjåkk
Saknar ombud

LULEÅ

Stora Coop Storheden
Maria Ahlbäck, Ingegerd Olofsson
Ersättare: Anders Lagerkvist

Stora Coop Örnäset
Gun Åberg, Leif Wikman

Coop Loet
Rolf Kjell

Coop Mjölkudden
Karin Åberg,
Ersättare: Anders Vikström

Coop Björkskatan
Hanna Sundqvist
Ersättare: Anna Svahn-Eriksson

Coop Bergnäset
Kristina Karlsson

Coop Råneå
Anders Palmlom
Ersättare: Göran Johansson

PAJALA

Coop Pajala
Birger Skarpsvärd
Ersättare: Gudrun Greus

PITEÅ

Stora Coop Piteå
Massoud Sari-Aslani, Lena Jarlblad

Coop Munksund
Sara Edvardsson
Ersättare: Monika Lundkvist

Coop Öjebyn
Saknar ombud

Coop Rosvik
Britt Nordström
Ersättare: Marianne Muschow

ÄLVSBYN

Coop Älvsbyn
Jan-Erik Lindmark
Ersättare: Elaine Nyberg

ÖVERKALIX

Coop Överkalix
Karin Kvist
Ersättare: Gunilla Suikki

ÖVERTORNEÅ

Coop Övertorneå
Kerstin Vanhaniemi
Ersättare: Roland Björkén

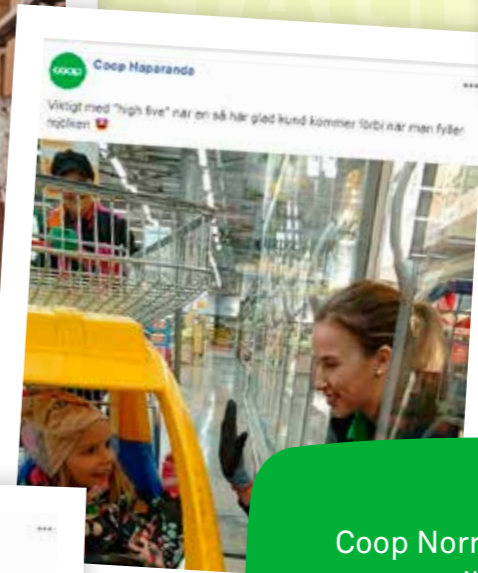
VALBEREDNING FÖR ÄGAROMBUD

Rolf Lundmark, Arvidsjaur
Anna Sundqvist, Arvidsjaur
Lotta Åhman, Arvidsjaur
Bo Gillberg, Boden
Jan-Erik Apelqvist, Gällivare
Britt-Mari Sandvärn, Gällivare
Inga-Lisa Johannessen, Haparanda
Sune Nilsson, Haparanda
Bertil Pääjärvi, Kalix
Henrik Isaksson, Kalix
Siv Norrbín, Kalix
Elisabet Persson Holmdén, Kiruna
Mustafa Tokalic, Luleå
Georg Strömbäck, Luleå
Helen Nilsson, Luleå
Irma Widén, Luleå
Jenny Ahlman, Luleå
Sören Niva, Pajala
Birgitta Higberg, Pajala
Kristina Larsgren, Piteå
Tage Töyrä, Övertorneå

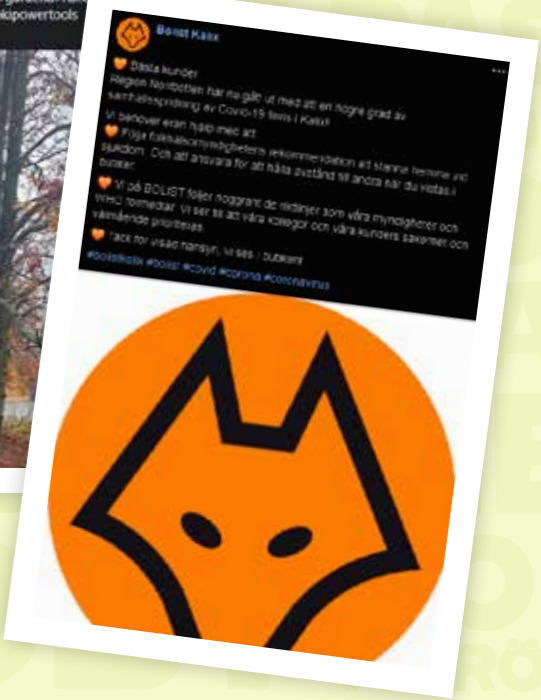
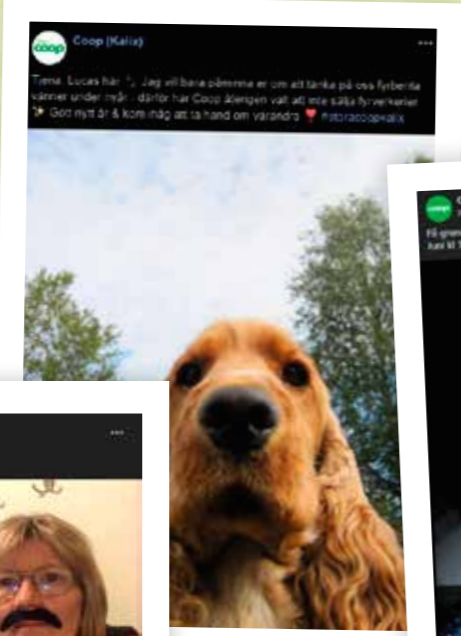


Över
73 000
följare

SOCIALA MEDIER



Coop Norrbotten ser sociala medier som en viktig kanal för att nå våra kunder och medlemmar. Vi växer stadigt varje år och under 2020 växte vi både i antal konton och följare och har nu totalt 73 000 följare på både Instagram och Facebook.



Trender i Coops omvärld

Mattrender 2021 – Hur äter vi i spåren av pandemin?

Den pandemi vi nu genomlever har testat oss på många olika sätt. Samtidigt har den frambringat många nya vanor. Äta är något som vi gör varje dag och därför är det inom mat och dryck vi sett några av de största förändringarna. Här tar vi fram mattrender 2021 och vad vi kan förvänta oss inom detta område.

I år har **Food & Friends** trendspotting ett enda tydligt tema. Den fokuserar helt på vilka konsekvenser pandemin haft och fortsatt kommer att ha på hur vi äter och dricker, både hemma och på restaurang. I kriser måste det fram nya idéer.

Distance Dining

Till att börja med berör årets trendspotting de självklara och direkta mattrender 2021 som blivit ett resultat av pandemin. Distance Dining har blivit uttrycket för hur restauranger, caféer och barer anpassar sig för att få fortsätta servera mat och dryck.

Förutom att flytta på stolar har det kommit kreativa exempel på detta. Som att blockera platser med skyltdockor eller att flytta nattklubbar till telefonkiosker. Utomlands ser vi också trenden Delification. Restauranger med hög överlevnadsinstinkt gör tillfälligt om sig själva till matbutiker när de inte får ha öppet som vanligt. På så sätt slipper de stänga ner och kan ha kvar både personal och leverantörer.

Matlagning i hemmet

Det viktigaste ordet för i år är, inte helt oväntat, hemmet. Vi lämnar det ogärna och lägger oss till med en hel del nya beteenden. Till exempel lägger vi nu mycket mer tid på spektakulära dukningar. Här är de nya orden som trendar inom matlagning i hemmet:

Tablescaping

Tablescaping innebär att man lägger otalig energi på sin dukning och delar det på sociala medier under #tablescaping.

Comfort food

Maten som serveras på de väldukade borden är sådant som våra mor- och

farföräldrar serverade oss som barn. Trenden handlar just nu mer om att titta bakåt än framåt.

Snacking

Redan före corona såg man att det var ett skifte på gång mot att äta flera mindre måltider istället för tre stora mål om dagen, pandemin har bara skyndat på detta.

Hemelektronikens år

Förutom ny kaffekokare så kommer det mängder av nya, mer eller mindre nödvändiga, produkter när vi spenderar allt mer tid i hemmet.

Quarantinis eller Locktails

Någonting annat vi gör hemma i större utsträckning numera är att dricka. Du tar helt enkelt vad du har längst bak i barskåpet, blandar med någonting annat från samma rad och vips har du en delikat drink med ett medryckande namn.

Trender utanför hemmet

Förutom att skriva "håll avståndet" finns det flera nya beteenden även i mataffären. Vi fortsätter att leta efter lokalt producerade livsmedel. Detta kan hänga ihop med att det faktiskt tog slut på mat i butikerna i våras. Debatten om självförsörjningsgrad har bara börjat. Ett trendbrott är att vi har börjat bry oss om varumärken igen vilket också kan härledas till att man söker trygghet.

Samma sak gäller ekologiskt, i år har preferensen gått från 7 till 9%. Även shoppingfrekvensen gör ett trendbrott.

Tidigare i Matrapporten har vi sett hur man börjar handla allt färre varor oftare.

Med corona har det vänt. Allt fler besöker nu butiken 1 eller 2 gånger i veckan istället.

En annan tydlig sak gällande mat-trender 2021, som orsakats av corona, handlar om matsäkerhet. Motståndet mot förpackningsmaterial som har minskat med två tredjedelar under coronatiden. Den egna hälsan går nu helt enkelt före miljön.

– Ett nytt fokus på säkerhet kommer prägla vårt förhållande till mat: Vem kan man verkligen lita på? Det här kommer förändra bilden av vem vi föredrar att handla av. Industrin som följer matsäkerhetsprogram eller skäggiga hipsters som brygger öl i källaren? säger Lennart Wallander, vd på Food & Friends.

Om vi rör oss ännu längre från hemmet till restaurangscenen ser vi exempel på Double Usage då restaurangerna blir ännu mer beroende av att maximera intäkterna på sin golvyta, och håller exempelvis café på dagen, restaurang på kvällen.

En annan trend, orsakat av att det nu finns fler kockar än det finns öppna restaurangkök, är Rotating Restaurants. Gästspelen ökar och det kommer att dyka upp fler och fler restauranger som har detta som affärsidé.

En annan direkt konsekvens när det blir avgörande att skapa förtroende för arbetet med att stoppa smittan så svarar restaurangerna med Naked Kitchens. Man skapar helt enkelt ohindrad insyn i verksamheten. Detta kan även göras för take away där en inblick i matlagningen streamas online.

Källa: Food & Friends trendspotting 2021





Vår verksamhet

Coop ska erbjuda konsumenterna prisvärda varor, ett hållbart attraktivt sortiment och tydliga butiksformat som utstrålar matglädje.

Våra leverantörer

Oavsett var maten som Coop säljer kommer ifrån jobbar vi för att den ska produceras med så låg miljöpåverkan som möjligt. Vi ställer krav på hur våra leverantörer ska arbeta med livsmedelssäkerhet, produktion, odling och djurvälstånd. Varorna vi säljer ska både smaka gott och vara producerade under goda förhållanden.

Våra varor

Grunden i vårt sortiment bygger på vårt kundlöfte: prisvärd och hållbar matglädje, vilket avspeglas i våra butikshyllor. Vi erbjuder allt från de populäraste varumärkena till lokalt mathantverk. Våra egna varumärken står för bra varor till ett bra pris. Ånglamark, som relansades under 2018, kommer fortsätta driva utvecklingen inom ekologiska och miljömärkta varor.

Logistik

Coop arbetar hårt för att minska miljöpåverkan från våra transporter. Vi gör det både genom val av fordon och drivmedel, men också genom att samköra och planlägga våra rutter optimalt. I tio år har en tredjedel av våra transporter gått med vårt eget Coop-tåg. Vi är också det första företaget som kör livsmedel med Volvos nya el-lastbil.

Butiken

Vi driver våra butiker under två olika format – Coop och Stora Coop, för att göra det enkelt att planera var man ska handla till vardag och helg. Våra manuella fiskdiskar är certifierade enligt kraven från MSC.

Online

Redan för 10 år sedan började Coop sälja mat online, men de senaste åren har utvecklingen exploderat och tillväxten är hög. Vi jobbar för att det ska gå snabbt och vara enkelt att handla online. Kunden kan få sina varor hoplockade och kan hämta dem själva på baksidan av butiken. Sortimentet ska vara stort och upplevelsen inspirerande. Våra varor ska dessutom alltid vara billiga och oftast billigast.

Hemma

Vad ska vi äta till middag? En av vardagens vanligaste frågor, men som blir allt svårare att svara på. Maten vi ställer fram på bordet ska vara god, näringsrik och producerad på ett sätt som är bra för planeten. Vårt jobb på Coop är att göra det enklare att svara på frågan, genom inspiration, recept och butiker där det är enkelt att välja rätt för dig och din familj.

Bolist byggmarknad

Coop Norrbotten driver bygghandel med Bolist som leverantör. Här finns allt från skruvar och muttrar till verktyg, färg och byggmaterial.

Hållbarhetsrapport

Coop har till fördel för alla konsumenter och medlemmar tagit samhällsansvar sedan Kooperationen grundades 1899. Hållbarhet är en del av vårt DNA och vår affär. Coops hållbarhetspolicy, hållbarhetsstrategi och målsättningar styr vårt arbete.

Hållbarhetsrapport

Lagstadgad hållbarhetsrapport verksamhetsåret 2020

Rapportens omfattning

Den här rapporten avser Coop Gruppen och Coop Norrbotten och avser verksamhetsåret 2020.

Coop Norrbotten ingår i Coop Gruppen vilket innebär att en stor del av hållbarhetsarbetet sker samordnat (se mer om samordningen av hållbarhetsarbetet nedan). Därför kan ytterligare beskrivning av gruppens hållbarhetsarbete hittas på Coops hemsida och delvis i årsberättelsen som offentliggörs årligen i mars och kan även den hittas på Coops hemsida.

Coop Gruppen består av 30 konsumentföreningar, Coop Butiker & Stormarknader AB (CBS) samt Coop Sverige (CSAB) inklusive Coop Logistik AB (CLAB) och Coop Vardagshandel AB. I resultatindikatorerna nedan som avser hela Coop Gruppen kommer datan från CSAB, CBS, Coop Vardagshandel (inklusive både omställda och icke omställda f.d. Nettobutiker) och de största detaljhandelsdrivande konsumentföreningarna med butiker under varumärket Coop om inget annat anges. De resultat som gäller för Coop Norrbotten redovisas separat nedan och kan jämföras med det övergripande resultatet för hela Coop Gruppen. Rapporten följer årsredovisningslagen och det tillägg om obligatorisk hållbarhetsredovisning.

Den kooperativa affärsmodellen – grunden för en hållbar verksamhet

Ända sedan konsumentkooperationens start 1899 har det grundläggande syftet varit att skapa medlemsnytta genom den samlade styrkan av många medlemmars konsumtion. Idag ägs Coop av cirka 3,5 miljoner medlemmar som genom sitt personliga engagemang och sina inköp lägger grunden för verksamheten. Allt överskott som skapas går tillbaka till medlemmen eller återinvesteras i verksamheten, vilket skapar ett cirkulärt kretslopp som bilden visar nedan.

Organisationen vilar på en kooperativ värdegrund och styrs demokratiskt utifrån principen en medlem, en röst. Med medlemmarnas intresse för ögonen agerar Coop för att bidra till en hållbar utveckling och att leva upp till vår vision – att vara den goda kraften i mat-Sverige. Eftersom vi inte drivs av kortsiktiga finansiella intressen kan vi fatta beslut som lägger grunden för långsiktig hållbarhet för såväl den egna organisationen som vår omvärld. Med vår stora medlemsbas i ryggen kan vi dessutom vara en stark röst i samhällsdebatten och ta strid för konsumenternas bästa.

Den första bilden nedan illustrerar vår cirkulära kooperativa modell, med medlemmarna i centrum. Modellen visar hur vi genom vår kooperativa ägarform lägger grunden för både ett hållbart ägande och så hållbar konsumtion som möjligt. Evighetssymbolen visar hur den kooperativa modellen är ett slutet kretslopp där alla resurser återinvesteras eller förs tillbaka till medlemmarna. Den andra bilden illustrerar vår gemensamma organisation och ägarstruktur. Ytterst är det medlemmarna, våra ägare, som genom sitt medlemskap i en konsumentförening och den demokratiska processen sätter ramarna för vår organisation. I cirkelns kärna finns Coop-systemet, där vi genom kooperativ samhandel och vår butiksdrift skapar nytta för medlemmarna.



Vårt kundlöfte är att erbjuda prisvärd, hållbar matglädje och genom vår kooperativa affärsmodell gör vi det möjligt för medlemmarna att minimera det avtryck och den påverkan konsumtion och vår verksamhet har på omvärlden.

Inom ramen för varumärket Coop drivs den 31 dec 2020 totalt ca 800 butiker av den så kallade ButiksDrivande Verksamheten (BDV), det vill säga föreningarna som är 30 stycken. Genom den partihandel som bedrivs av CSAB för hela gruppen skapas stordriftsfördelar som gör det möjligt att erbjuda våra kunder och medlemmar hållbara och prisvärda varor. CSAB centralt ansvarar för frågor som rör inköp, kategori, varuflöden, kommersiellt erbjudande, online, formatstrategi samt marknadskommunikation, affärsutveckling och affärsstöd. I det ingår både kvalitetssäkring av processer och rutiner inklusive hållbarhetsfrågor samt revisioner. De tretio föreningarna driver sina butiker under varumärket Coop. Online har en "Darkstore", ett plocklager, som också går under varumärket Coop.

Samordnat hållbarhetsarbete i Coop Gruppen

Enligt det avtal som finns mellan parterna i Coop Gruppen har CSAB det samordnande ansvaret för hållbarhetsfrågor. Genom det nära samarbetet mellan CSAB och föreningarna säkras effektivitetsvinster såväl som kvalitet i hållbarhetsarbetet. Avtalet dikterar att CSAB bland annat ska utarbeta och fastställa gemensam hållbarhetsstrategi och policyer för hela Coop Gruppen samt ge övriga delar av Coop Gruppen tillgång till en gemensam struktur, uppföljning samt kompetens inom hållbar utveckling. Genom avtalet åtar sig föreningarna att agera i enlighet med de beslut som fattas av CSAB gällande hållbarhetsfrågor samt att implementera den gällande hållbarhetspolicy och hållbarhetsstrategin.

Eftersom CSAB ansvarar för frågor gällande inköp, varuflöde och leverantörskontroll sker en stor del av genomförandet av gemensamma hållbarhetspolicyer och strategier centralt i CSAB. Avsnitten nedan beskriver huvuddragen av det



COOP FÖR NORRBOTTEN

Vi är många som vill handla lokalt för att gynna den egna orten och bidra till en mer hållbar framtid. Coop Norrbotten är norrbottningarnas egna matkedja som ägs av oss medlemmar. Vinsten från butikerna går oavkortat tillbaka till länet i form av nya butiker, jobb och allt som gör vardagen ännu härligare i vår del av landet. I mer än 25 år har vi satsat på lokal mat. Idag kommer hälften av vår färskvaruförsäljning från lokala producenter vilket skapar arbetstillfällen och mindre miljöbelastning, samtidigt som skattepengar stannar kvar i länet. Så lokalt att man blir lycklig.

Tillsammans bidrar vi till den goda kraften i Norrbotten.



samlade hållbarhetsarbetet som sker inom Coop Gruppen och några av de resultat som har uppnåtts. För vidare läsning om hållbarhetsarbetet och de samlade resultat som har uppnåtts inom Coop Gruppen hänvisas till Coops hemsida samt äldre versioner av års- och hållbarhetsredovisningar.

Coop Gruppens hållbarhetsarbete

Vårt kundlöfte är prisvärd, hållbar matglädje och vår vision är att vara den goda kraften i mat-Sverige. För att uppnå detta bedriver vi ett ambitiöst hållbarhetsarbete som styrs av vår policy och vår strategi för hållbarhet. Via KF är Coop anslutet till FN:s Global Compact, vars principer ger oss riktlinjer och ställer krav på vårt arbete med mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö och anti-korruption. Vi utgår ifrån de 17 globala målen för hållbar tillväxt och har identifierat de mål där Coop direkt eller indirekt har en stor påverkan samt kan påverka för att driva utvecklingen framåt. Alla mål hänger ihop och Coops verksamhet har direkt eller indirekt påverkan på de flesta målområdena. Vår största påverkan finns inom mål 12 som fokuserar på hållbar konsumtion och produktion.

Vår hållbarhetsstrategi bygger på att integrera hållbarhet i alla våra processer och rutiner för att säkra att hållbarhetsaspekten är omhändertagen i allt vi gör.

Hållbarhetsdeklarationen

Under 2020 har CSAB utvecklat hållbarhetsdeklarationen. Ett metodverktyg för att visa ett livsmedels hållbarhetsavtryck. Utvecklingsarbetet har skett tillsammans med leverantörer och standardägare samt expertis både internt och externt. Hållbarhetsdeklarationen är till för att dels styra vårt sortiment till en mer hållbar sammansättning och dels som stöd för mer hållbara val för konsumenten och våra medlemmar vid köptillfället. Under första halvåret 2021 kommer hållbarhetsdeklarationen att lanseras först till leverantörer och sen till medlemmen och konsumenten. Läs mer om hållbarhetsdeklarationens parametrar och regelverket som är framtaget för att visa på hur vi räknat och vilken metodik vi byggt upp, på coop.se/hallbarhetsdeklarationen.

Science Based Target - vårt klimatarbete

Vi har under 2020 arbetat fram klimatmål för hela Coop Gruppen i enlighet med Science Based Target (SBT). Dessa kommer att fastslås av styrelsen och av SBTs organisation. Arbeta med att nå de uppsatta målen kommer att beröra hela Coop Gruppen.

Vårt sortiment

Eftersom den största indirekta miljömässiga och sociala påverkan från Coops verksamhet kommer från produktionen av de varor som säljs är det viktigt för oss att göra det möjligt för våra kunder och medlemmar att välja ett hållbart sortiment. Vi arbetar ständigt för att förbättra och utöka vårt redan idag stora hållbara sortiment. Ett viktigt sätt kommer vara den under 2020 utvecklade hållbarhetsdeklarationen.

Vi är stolta över att vara en dagligvarukedja som ligger i topp avseende försäljning av ekologiska livsmedel, som under 2020 var 8,7% (avser hela Coop Gruppen) av livsmedelsförsäljningen. Detta är dock tyvärr en fortsatt minskning från 9,2% (2019), vilket är en generell trend vi nu sett under ett par år i branschen. Vi ser däremot att efterfrågan på svenska livsmedel ökar. Varor med Från Sverige-märkning ökar för första gången från 9,8% (2019) till 10,1% (2020). När det gäller andra hållbarhetsmärkingar ser vi att UTZ och Rainforest Alliance har ökat från 1,5% (2019) till 1,7% (2020), Fairtrade har sjunkit från 0,5% (2019) till 0,3% (2020) av livsmedelsförsäljningen och Nyckelhålsmärkta varor har sjunkit i försäljning från 18,9% (2019) till 17,9% (2020).

Förpackningsfrågan är en annan viktig fråga för vårt hållbarhetsarbete kopplat till sortimentet. Coop genomför ett intensivt arbete med förpackningar och plast. Hårdare lagstiftning från EU kommer att träda i kraft under 2021 och förberedande arbete för att uppnå lagen har skett under hela 2020. Arbeta med plast och förpackningar är delvis branschgemensamt och sker då genom Svensk Dagligvaruhandel (SvDH).

Under 2020 har arbete skett kring EU-ekologiskt, en förordning som styr hur vi ska hantera ekologiska produkter på rätt sätt i våra flöden. Införandet av förordningen har dragit ut på tiden men Coop Gruppen ligger väl i fas för införandet med redan klara rutiner, checklistor etc. för butik och lager.

Våra leverantörer

Vi vill arbeta med leverantörer som delar vår syn på vad som är bra för människor, djur och natur. För att vara en hållbar leverantör till Coop ska leverantören ha skrivit under Coops externa uppförandekod och Coops varu- och leverantörskrav, vara tredjepartsreviderad samt långsiktigt bidra med ett hållbart sortiment. Vår uppförandekod ställer särskilda krav gällande mänskliga rättigheter, korruption, arbetsmiljö och miljö. Uppförandekoden baseras på internationellt vedertagna initiativ och standarder såsom FN:s Global Compact, FN:s deklaration om de mänskliga rättigheterna, FN:s konventioner om barns rättigheter och avskaffande av all slags diskriminering mot kvinnor, OECD:s riktlinjer för multinationella företag samt ILO:s konventioner. Coops varu- och leverantörskrav ställer specifika krav på bland annat djurvälstånd, hållbart fiske och utfasning av farliga kemikalier. Samtliga leverantörer, deras underleverantörer och övriga affärs- och samarbetspartners omfattas av Coops krav, som går längre än lagstiftningen kräver. Coops varu- och leverantörskrav har reviderats under 2020.

Som inköpare av varor från ett stort antal leverantörer finns alltid en risk att krav och förväntningar inte levs upp till av alla leverantörer. En liten andel av Coops inköp kommer från länder som BSCI (Business Social Compliance Initiative) klassar som högriskländer, vilket kräver extra insatser kring dessa inköp. Coop riskbedömer

leverantörer och följer upp prioriterade leverantörer för att kontrollera att kraven efterlevs. När det kommer till Coops egna varumärken (EVM) genomgår de en särskild process som innebär noggrann kvalitetsgranskning. Under 2020 har färre revisioner genomförts då det inte har gått att resa p.g.a. pandemin. Dock sker kontroller av dokumentation etc. löpande trots pandemin och där det har varit möjligt har vi genomfört revisioner med lokala revisorer eller konsulter. Arbeta med revisioner som genomförs genom bl.a. besök i produktion i riskländer kommer att återupptas så snart restriktioner kopplat till pandemin tas bort.

Vanliga år kontrolleras kontinuerligt leverantörer till EVM-produkter genom besök och revisioner för att säkerställa att de lever upp till produktsäkerhet, djurvälstånd och socialt ansvar. 2020 har varit speciellt p.g.a. pandemin och revisioner har inte alls gått att genomföra i samma utsträckning. När det kommer till andras varumärken (AVM), så som Scan, Arla och Unilever, genomför Coop stickprovskontroller för att kontrollera granskningen av deras värdekedjor. Alla leverantörer har drabbats av samma sak kopplat till pandemin.

Då vi trots pandemin upptäcker avvikelser från våra varu- och leverantörskrav eller uppförandekod tar vi gemensamt med leverantören fram en handlingsplan som vi följer upp för att se till att föreslagna förbättringar sker. Skulle det inte ske kan det bli aktuellt att bryta affärsöverenskommelsen.

CSAB är ansvarig för den centrala parthandeln, vilket säkerställer riskbedömning, kvalitetsgranskning och uppföljning. Det är även viktigt för oss att kunna erbjuda våra medlemmar och kunder ett lokalt anpassat sortiment. Genom att även göra inköp från lokala producenter bidrar vi till ett bevarande av en levande landsbygd och småskalig svensk produktion av hög kvalitet. Även lokala leverantörer genomgår en gedigen urvalsprocess där vi bland annat ställer krav på att livsmedelscertifiering och kollektivavtal finns på plats samt att leverantören uppfyller Coops uppförandekod för leverantörer och Coops varu- och leverantörskrav.

Våra butiker, kontor och terminaler

Våra butiker ska vara så hållbara som det bara går. Med hållbara butiker menar vi butiker som drivs med förnybar el, men även att varutransporterna in till butiken är hållbara och att kunderna guidas till det hållbara sortimentet i butiken. En hög ambitionsnivå inom området är viktigt då merparten av vår verksamhets direkta klimatpåverkan kommer från butiksdriften, i form av framför allt godstransporter och köldmedia. Genom arbete med våra klimatmål enligt SBT (se 2.2) så kommer vi kunna följa vårt arbete och sätta in rätt sorts insatser för att minska vår klimatbelastning.

Under pandemin 2020 har butikspersonal och våra kunder utsatts för provningar. I butiken har lösningar kring kundflöden setts över

för att möjliggöra avståndstagande mellan kunder och mellan kunder och personal. Skärmar har satts upp vid kassor och andra liknande lösningar har genomförts, allt för att skapa trygghet i butiken inte bara för kunden utan även för personalen. Veckovisa uppdateringar från kriskansliet har visat vägen och varit ett stöd i att hitta rätt lösningar för butiken. (se även avsnitt 6.1)

I tabellerna nedan redovisas total elförbrukning i MWh och växthusgasutsläpp.

Förändring utsläpp av växthusgaser i förhållande till 2008 års nivå, Coop Gruppen totalt³

Serie	Förändring växthusgasutsläpp, %
2017	-59,6
2018	-58,8
2019	-53,5
2020	-48,2

³ Viss data saknas vid färdigställandet av denna rapport p.g.a. senare rapportering för vissa större föreningar, vi hänvisar till CSABs rapport som utkommer i mars 2021 för mer komplett data.

En viktig fråga för Coop är att minska matsvinnet i butik. Genom insatser så som förbättrade beställningssystem som håller bättre koll på rätt mängd varor i butik, att göra färdigrätter av mat med kort bäst-före-datum och att sänka priserna på varor har vi lyckats minska vårt svinn under de senaste åren. Ett ställningstagande för minskat matsvinn har tagits under 2020. Matsvinn ska vara mindre än 1% av omsättningen 2025. Arbetet med att nå det kommer följa tidigare insatser och intensifieras under 2021.



Våra medarbetare

Det totala antalet medarbetare i Coop Gruppen är mer än 18 000 personer. Samtliga av dessa omfattas av kollektivavtal och av våra interna uppförandekod. Våra policyer på personalområdet guidar oss i vårt arbete för att ta det arbetsgivaransvar som åligger oss, bland annat i form av att vi genomför lönekartläggningar och strävar efter att skapa en god arbetsmiljö samt att vara en attraktiv arbetsgivare. Genom den interna uppförandekoden åtar sig medarbetare att leva upp till våra krav på god affärsetik och nolltolerans mot korruption. Coops interna uppförandekod, gäller för hela Coop Gruppen.

Pandemin, påverkan och arbetet

Under 2020 har all personal utsatts för provningar kopplat till pandemin. Det har påverkat vårt sätt att arbeta i butik och direktkontakten med och mellan kunder i butiken. Diskussioner inom Svenska Dagligvaruhandel kring skydd av olika slag och sätt att hantera kundflöden i butik har förts med uppdateringar som följer lagen och för att skapa en samsyn inom handeln för skyddsåtgärder. Personal med kontorsarbete har i stor utsträckning arbetat hemifrån via Teams, Zoom eller liknande. Aktiviteter som yoga, steg-tävlingar, gemensam fika över nätet osv har tagits fram för att skapa samhörighet.

Ett centralt kriskansli för hanteringen av pandemin skapades under 2020 som veckovis gett organisationen riktade uppdateringar med riktlinjer på hur man ska hantera t ex kundflöden i butik, svar på frågor som rör spridning av corona genom frukt och grönt eller plockgodis osv.

Sjukfrånvaro och arbetsskador	2018	2019	2020	2020 Coop Norrbotten
Total sjukfrånvaro (%)	5,9	6,2	7,2	7
- kvinnor (%)	6,6	6,8	7,5	7,8
- män (%)	4,8	5,3	6,8	5
Arbetsskador (antal)	376	144	463	12
Olyckor / Tillbud (antal)	274	447	852	71

Personalomsättning	2018	2019	2020	2020 Coop Norrbotten
Personalomsättning (%)	14,1	12,6	12,0	7,8

Visseblåsarfunktion

Det är viktigt för oss att medarbetare kan slå larm om de misstänker att något strider mot de etiska riktlinjer som finns beskrivna i vår uppförandekod. Under 2017 inrättades en whistleblower-funktion där medarbetare anonymt kan rapportera till en extern part om de misstänker eller upptäcker saker så som säkerhetsrisker på arbetsplatsen, ekonomiska oegentligheter och korruption, allvarliga trakasserier eller miljöbrott. Kanalen är öppen för alla medarbetare i Coop Gruppen. Antal ärenden under 2020 som kom in via visseblåsarfunktionen är 41 stycken. Varav noll åtal för korruption.

Vårt samhällsengagemang

Coop har en lång tradition av samhällsansvar i samverkan med våra medlemmar. Vårt samhällsengagemang sker delvis genom ideella organisationer som alla har stor kompetens på sina respektive områden. Biståndsorganisationen We Effect ger människor verktyg att själva ta sig ur fattigdom. Under 2020 har We Effect fått in 9,5 miljoner kronor via Coop, KF och konsumentföreningarna.

KF grundade 1983 biståndsorganisationen Vi-skogen som planterar träd i Kenya, Rwanda, Uganda och Tanzania, där avskogning är ett enormt problem. Under 2020 har Vi-skogen fått in 9,8 miljoner kronor via Coop, KF och Konsumentföreningarna, bland annat genom att kunder har valt att trycka på biståndsknappen vid pantning. Genom bidraget har mer än 490 000 träd kunnat planteras.

Elförbrukning MWh inom Coop Gruppen totalt¹

Serie	2018	2019	2020
El butiksdrift	429 862	386 368	428 263
El lager	21 601	22 468	21 928
El huvudkontor	751	-*	667
Totalt	452 213	408 837	450 858

* rapporteras inte under 2019.

Växthusgasutsläpp, Coop Gruppen², ton CO2-eqv.samt för Coop Norrbotten

Serie	2018	2019	2020	2020 Coop Norrbotten
Köldmedier	14 522	19 791	10 796	158
Elförbrukning	-***	-***	4 608	255
Fjärrvärme	-***	-***	2 786	149
Tjänsteresor	2 162	1 038	1 242	84
Godstransporter online*	53 769	-***	3 095	52
Godstransporter logistik	19 004	21 219	27 368	****
Transporter marknad	1 799	-***	1 500	****
Totalt	91 256**	42 050**	51 395	698

¹ Viss data saknas vid färdigställandet av denna rapport p.g.a. senare rapportering för vissa större föreningar, vi hänvisar till CSABs rapport som utkommer i mars 2021 för mer komplett data.

² Viss data saknas vid färdigställandet av denna rapport p.g.a. senare rapportering för vissa större föreningar, vi hänvisar till CSABs rapport som utkommer i mars 2021 för mer komplett data.

* numera är online en del av CSAB och de olika föreningarna och inte ett eget bolag, därav inget värde 2020

** dessa siffror är uppdaterade då vi upptäckt fel i beräkningarna av föregående års data

*** inga mätvärden

**** inget mätvärde för enskild förening, endast totalvärde

Tabellerna nedan avser totalt antal anställda inom hela Coop Gruppen⁴ samt för Coop Norrbotten

Medarbetare	2018	2019	2020	2020 Coop Norrbotten
Medelantal medarbetare (st)	10 438	11 910	11 422	691
- andel kvinnor (%)	62,9	62	63,1	72,4
Antal medlemmar i styrelsen (st)	83	82	68	13
- andel kvinnor (%)	24,1	24,4	27,9	54%
Antal tillsvidareanställda och provanställda (st)	11 199	11 447	12 899	721
- andel kvinnor (%)	64,6	60,9	64,8	76,7
- andel deltidsanställda (%)	59,4	76,3	63,8	66,3
Antal tidsbegränsat anställda (st)	4 957	5 053	5 508	432
- andel kvinnor (%)	67,2	64,9	66,5	70,8
Totalt antal anställda	16 156	16 500	18 407	1 153

⁴ Viss data saknas vid färdigställandet av denna rapport p.g.a. senare rapportering för vissa större föreningar, vi hänvisar till CSABs rapport som utkommer i mars 2021 för mer komplett data.

Ålder och bakgrund	2018	2019	2020	2020 Coop Norrbotten
Genomsnittlig ålder (år)	34,9	36,1	35,1	36
Andel med utomnordisk bakgrund (%)	14,1	-*	**	**

* ej fullständigt underlag

** ej rapporterat

Summering av hållbarhetsrapport

MILJÖ

Policyer: Coops arbete inom miljö styrs av vår policy för hållbar utveckling samt fokusområdena miljöhänsyn och kemikaliekontroll, vilka vi bedriver vårt dagliga arbete utifrån. Inom ramen för dessa framgår att vår verksamhet ska kännetecknas av en hållbar resursoptimering och att vi bedriver ett aktivt arbete inom områden så som matsvinn, resurshållning och energieffektivisering, hållbar råvaruförsörjning, utfasning av särskilt farliga ämnen och råd om kemikalier i vardagen till våra kunder och medlemmar. Leverantörer ska uppfylla de krav vi ställer i varu- och leverantörskraven. Det gäller t ex farliga ämnen, möjligheter till revisioner, lagstiftning osv.

Resultat av policyer: Resultatet av våra styrdokument på miljöområdet syns primärt i det arbete som vi bedriver inom våra tre målområden: hållbart sortiment, hållbara butiker och hållbara leverantörer. Detta arbete redogörs för ovan under respektive rubrik. Under 2020 har interna dialoger förts kring vårt klimatarbete och målbilder för det. Vi har satt Science Based Targets (SBT), dvs klimatmål i enlighet med Parisavtalets 1,5 graders mål (se avsnitt 2.2). Dessa kommer att godkännas under 2021. Vi har under 2020 utvecklat hållbarhetsdeklarationen (se avsnitt 2.1). Hållbarhetsdeklarationen visar på en produkts hållbarhetsavtryck utifrån tio parametrar, t ex biologisk mångfald, klimat och vatten. Under 2021 kommer fortsatt arbete med implementering internt i organisationen att fortsätta för att skapa förutsättningar för inköpsorganisationen att arbeta med den i dialog med våra leverantörer. Dessutom kommer den påbörjade utvecklingen av kundnära digitala lösningar att fortsätta med lansering mot konsument under första halvåret 2021.

Risker och riskhantering: Som inköpare av stora mängder livsmedel och andra dagligvaror ligger de primära miljörelaterade riskerna för vår verksamhet i leverantörsledet. Vår kontroll är lägre där än i vår egen verksamhet eftersom vi inte har tillgång till alla leverantörers produktionsmiljöer och inte heller kan kontrollera alla. Dessutom har 2020s pandemi gjort att vi inte har kunnat genomföra revisioner i samma utsträckning som andra år. Riskerna att leverantörer inte bedriver verksamhet i linje med våra policyer är störst i de länder som klassas som högriskländer av bl.a. BSCI. Genom en kvalitetssäkring och gedigen inköpsprocess ställer vi krav på leverantörerna bl.a. på riskminimering och på att vi kan genomföra revisioner. Vårt arbete för att minimera dessa risker beskrivs ovan under rubriken Våra leverantörer. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom KF-sfären.

Resultatindikatorer: Våra strategiskt prioriterade resultatindikatorer inom miljöområdet redovisas ovan under rubrikerna Vårt sortiment, Våra leverantörer och Våra butiker. De innefattar exempelvis vår klimatpåverkan kopplat till transporter och elförbrukning och från 2021 kopplat till SBT. Vi har under 2020 byggt upp ett inköpsystem baserat på hållbarhetsdeklarationen. Det kommer gå i drift under 2021 och vara ytterligare ett sätt att mäta och styra utvecklingen av miljöarbete i våra varuföden och produkter.

SOCIALA FÖRHÅLLANDEN OCH PERSONAL

Policyer: Arbetet för att säkra goda sociala förhållanden och personalrelaterade frågor styrs primärt av vår personalhandbok, arbetsmiljöpolicy samt vår interna och externa uppförandekod. Det är också en självklar del av vår policy för hållbar utveckling. Den externa uppförandekoden ska signeras av våra affärspartners och leverantörer. Den interna uppförandekoden gäller för samtliga organisationer och anställda inom KF-sfären som använder sig av eller arbetar under varumärket Coop. Den gäller även alla föreningar.

Resultat av policyer: Våra policyer guidar oss i vårt arbete för att ta det arbetsgivaransvar som åligger oss, bland annat i form av att vi genomför löneartläggningar, systematiskt arbete med utvecklingssamtal och andra avstämningar som sker regelbundet och hela tiden strävar efter att skapa en god arbetsmiljö. En stor utmaning för personalen under 2020 var pandemin. Läs mer om hur vi underlättar kring arbetet med följderna av corona under avsnitt 6.1. Vi arbetar ständigt för att stärka vår status som en attraktiv arbetsgivare och befinner oss för närvarande mitt i en kulturrese där vi ska fortsätta stärka erbjudandet till våra kunder och stoltheten bland våra medarbetare. Under hösten 2020 genomgick vi en stor organisationsförändring som trädde i kraft den 1 november, där flera enheter och avdelningar fått både utökade och minskade ansvarsområden samt förändrad organisatorisk tillhörighet. Flera nyckelpersoner har fått lämna sitt arbete antingen permanent eller med ny organisatorisk tillhörighet.

Risker och riskhantering: Framför allt medarbetare på terminal och i butik exponeras för fysiska hälsorisker genom pandemin och bl.a. genom tunga lyft och risken för rån. Systematiskt arbetsmiljöarbete hanteras via utbildningar till chefer både genom e-learning och fysiska utbildningar inom ramen för Coopskolan och introduktionsprogram för nyanställda samt med råd och anvisningar från krisgruppen kring pandemin. Vi arbetar även systematiskt med att förebygga rån och mildra konsekvenserna av rån genom utbildning, gedigna rutiner och införande av slutna kontanthanteringssystem och kontantfria kassor och snabbkassor. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom KF-sfären.

Resultatindikatorer: Resultatindikatorer redogörs under rubriken Medarbetare. Det är t.ex. personalomsättning, sjukfrånvaro och könsfördelning.

MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Policyer: Via KF är Coop anslutet till FN:s Global Compact, vilket ställer krav på vårt arbete med mänskliga rättigheter. Detta tydliggörs i vår hållbarhetspolicy samt interna och externa uppförandekod. Våra uppförandekoder baseras på internationellt vedertagna standarder såsom FN:s deklARATION om de mänskliga rättigheterna, FN:s konventioner om barns rättigheter och avskaffande av all slags diskriminering mot kvinnor, OECD:s riktlinjer för multinationella företag samt ILO:s konventioner. Varu- och leverantörskraven ställer tydliga krav på våra leverantörer och ska skrivas under och följas av alla leverantörer.

Under 2020 har vi varit aktiva i starten av ETI Sverige. (Etichal Trading Initiative). ETI Sverige är en plattform för erfarenhetsutbyte, skapa samsyn kring mänskliga rättigheter inom handel. Medlemmar är inte bara livsmedelshandel utan även andra. Vi kommer fortsatt under 2021 utveckla vår roll i organisationen och ser att t ex hållbarhetsdeklarationen är en viktig del i den utvecklingen.

Resultat av policyer: Våra styrdokument inom mänskliga rättigheter guidar såväl vårt interna arbete som de krav vi ställer på våra affärspartners, t ex leverantörer. Hur vi jobbar med detta i leverantörsledet beskrivs under rubriken Våra leverantörer (4).

Risker och riskhantering: De främsta riskerna för överträdelser mot de mänskliga rättigheterna finns i vårt leverantörsled och då främst i de länder som klassas som högriskländer av t ex BSCI. Genom revision och en kvalitetssäkrad inköpsprocess synliggör vi överträdelser och ställer krav på åtgärder samt uppföljning. Hur vi arbetar med dessa inköp beskrivs under rubriken Hållbara leverantörer. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom KF-sfären.

Resultatindikatorer: Vi mäter bl.a. antal genomförda revisioner och under 2020 har vi inte kunnat genomföra den planerade omfattningen av revisioner som det var tänkt eftersom corona pandemin har satt stopp för det. Vi kommer så snart vi kan under 2021 återuppta den ambitiösa planeringen och genomföra revisioner i produktion och då framförallt i riskländer. Vi ser dock vikten av att bygga upp lokala kontakter för revisioner och kontroll så vi även under likande situationer som 2020 års pandemi kan fortsätta genomföra revisioner. Det är också ett sätt att minska resande från oss men är mer av karaktären att vi om vi har lokala kontakter kan utföra mer regelbundna revisioner och kan då lättare följa utvecklingen hos producenterna genom lokala kontakter. Under delen Våra leverantörer (4) beskriver vi hur vi arbetar med mänskliga rättigheter framför allt kring inköp av livsmedel.

ANTIKORRUPTION

Policyer: Vår interna och externa uppförandekod och koden mot mutor, som är baserade på IMMs kod (Institutet Mot Mutor), är grunden för vårt anti-korruptionsarbete. Tillsammans skapar de en tydlighet för oss och gäller alla som verkar inom KF-sfären och under varumärket Coop. I uppförandekoden för medarbetare finns tydliga skrivningar kring gåvor.

Resultat av policyer: Våra policyer som berör anti-korruption vägleder både vårt interna arbete och de krav vi ställer på våra affärspartners t ex leverantörer. Under rubriken Hållbara leverantörer beskrivs det arbete som görs i leverantörsledet. En whistleblower-funktion finns för att anställda anonymt ska kunna anmäla misstankar kring exempelvis mutbrott. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom KF-sfären.

Risker och riskhantering: De främsta riskerna för korruptionsbrott sker i vårt leverantörsled och då främst i de länder som klassas som högriskländer av bl.a. BSCI. Genom våra revisioner, vår tydliga inköpsprocess och vår gedigna kvalitetssäkring minskar vi riskerna för korruption i leverantörsledet. Hur vi arbetar med dessa inköp beskrivs under rubriken Våra leverantörer (4). Även i den egna verksamheten finns en risk för korruptionsbrott, bland annat vid lokala inköp som görs i konsumentföreningarna och vid kontakt med befintliga och potentiella leverantörer. Den risken minimeras bland annat genom den whistleblower-funktion som har införts samt genom de rutiner som appliceras vid lokala inköp.

Resultatindikatorer: Vi beskriver mer kring arbetet med anti-korruption under delen Våra leverantörer (4).

Finansiell årsrapport

Styrelsen och verkställande direktören för Coop Norrbotten ekonomisk förening får härmed avge årsredovisning för räkenskapsåret 2020.

Förvaltningsberättelse

Information om verksamheten

Coop Norrbotten ägs av 141 829 medlemmar. Medlemsägandet förpliktigar och föreningen står på konsumenternas sida och värnar om miljö och hälsa. Föreningens verksamhet ska alltid stå i samklang med vad medlemmarna prioriterar och efterfrågar. Tillsammans med Coop i Sverige driver föreningen en gemensam vision:

Den goda kraften i mat-Sverige.

Coop Norrbotten är en av de större konsumentföreningarna i Sverige med en egen detaljhandelsverksamhet. Föreningen har 42 enheter som fördelar sig på 7 Stora Coop inklusive restaurang, 4 bygghandelsbutiker samt 31 Coop. Coop Norrbotten bedriver bygghandel under varumärket Bolist på orterna Kiruna, Gällivare, Kalix och Luleå.

Föreningen har sitt säte i Luleå.

Försäljning och marknad

Årets omsättning uppgick till ca 2 731 miljoner kronor exkl. moms, en ökning med 2,3 % jämfört föregående år. Antalet invånare i verksamhetsområdet är nu 249 614 (250 093) personer. Under 2020 är det endast Luleå kommun som uppvisar en positiv befolkningsutveckling med en ökning på 444 personer. Sammantaget minskade befolkningen i verksamhetsområdet med 479 personer.

Väsentliga händelser under räkenskapsåret

Verksamheten i Coop Norrbotten har påverkats betydligt av den globala coronapandemin som härjat under året. Alla delar av verksamheten har på olika sätt anpassats till detta nya och osäkra läge för att minska riskerna för smittspridningen i regionen, inom företaget och för Coop Norrbottens medlemmar och kunder. Utvecklingen inom e-handeln har varit explosionsartad under året och även en manuell distanshandel upprättades för att möta behovet från riskgrupper att kunna göra inköp utan att behöva besöka butikerna fysiskt. Det faktum att Coop Norrbotten verkar inom en region som gränsar mot två grannländer samt i allt större utsträckning är en besöksdestination under semestermånaderna har gjort avtryck i årets försäljning och resultat där framför allt volymerna under sommarmånaderna var betydligt lägre under 2020 än vad som är normalt.

Inga nya butiker har etablerats under året men Coop Norrbotten jobbar systematiskt för att identifiera nya tänkbara butikslägen inom regionen.

Förväntad framtida utveckling samt väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

De satsningar i form av investeringar för framtiden i verksamheten samt i moderna butiker med stor tillgänglighet och brett utbud har bidragit och kommer fortsättningsvis att bidra till en stark utveckling för Coop Norrbotten. Den ökande konkurrensen på marknaden tillsammans med en svag befolkningsutveckling och fortsatt urbanisering i Norrbotten är en utmaning för verksamheten. Föreningens finansiella situation är stark med ett stort eget kapital som möjliggör en kontinuerlig utveckling av butiksverksamheten över tid.

Det rådande läget med coronapandemin utgör en påtaglig osäkerhetsfaktor och försäljningen kan komma att påverkas i linje med det senaste verksamhetsåret. Coop Norrbottens finansiella ställning samt erfarenheterna från det senaste året gör dock att risken för långsiktig påverkan bedöms vara liten.

Hållbarhetsupplysningar

Inom Coop Gruppen - inom vilken Coop Norrbotten ingår - har Coop Sverige det samordnande ansvaret för hållbarhetsfrågor. Coop Gruppens kundlöfte är prisvärd, hållbar matglädje och visionen är att vara den goda kraften i mat-Sverige. För att uppnå detta drivs ett hållbarhetsarbete som styrs av policy, strategi och mål för hållbarhet.

Strategin omfattar områdena hållbart sortiment, hållbar butik och hållbar leverantör. Inom varje målområde bedrivs det dagliga arbetet med utgångspunkt från sex fokusområden: god hälsa, miljöhänsyn, djurvälstånd, kemikaliekontroll, rättvis handel och socialt ansvarstagande. Andra områden som är viktiga för hållbarhetsarbetet är organisationens medarbetare och samhällsengagemanget.

Samtliga av Coop Norrbottens butiker försörjs med förnybar el och 100% har implementerat det hållbara kundvarvet. För att förbättra arbetsmiljön har föreningen sedan några år infört ett förändrat arbetssätt och ny organisation för arbetsmiljöarbetet. Arbetsmiljöarbetet följs systematiskt upp med valda nyckeltal inom området och en tydlig effekt är att sjukskrivningstalen minskat successivt. Dock har trenden under 2020 påverkats negativt som en följd av corona-pandemin.

Företaget har upprättat Hållbarhetsrapport 2020. Rapporten finns på företagets hemsida.

Ekonomisk översikt

Flerårsöversikt (tkr)	2020	2019	2018	2017	2016
Nettoomsättning	2 731 360	2 668 694	2 657 943	2 602 588	2 558 351
Rörelseresultat	60 709	79 216	49 315	57 807	73 107
Resultat efter finansiella poster	76 667	266 225	55 478	63 608	74 582
Soliditet (%)	77,3	74,4	72,1	72,4	71,9
Avkastning på eget kapital (%)	5,6	20,5	5,3	6,3	7,8
För definitioner av nyckeltal, se not 36.					

Investeringar

Coop Norrbotten har fortsatt med upprustning av de befintliga butikerna samt investeringar i teknik i butikerna. Totalt har föreningen investerat 59 Mkr under året. Några av de större investeringar som har genomförts under året är:

- Ombyggnation av Stora Coop Kiruna
- Färdigställande av ombyggnation Stora Coop Storheden
- Färdigställande av ombyggnation Coop Arjeplog

Coop Norrbotten jobbar fortsatt vidare med målsättningen att etablera fler butiker inom verksamhetsområdet såväl i malmfältskommunerna som i kustregionen. Intentionen är att skapa de bästa lösningarna för våra medlemmar och för Coops framtid i hela Norrbotten.

Medlemsinformation

Föreningen har en fortsatt positiv medlemsutveckling.

Antal medlemmar vid årets början	138 261
Nyttillkomna	5 642
Avgångna	-2 074
Summa	141 829

Utöver den ekonomiska fördelen med medlemskapet har Coop Norrbotten tillsammans med sina medlemmar bidragit till ett hållbarare samhälle genom satsningen på ekologiska och närproducerade varor. Medlemmarna/kunderna har även på olika sätt bidragit till Coops solidaritetsarbete i världen genom insamling till We Effect och Vi-skogen.

Förändring av eget kapital (tkr)

	Inbetalda insatser	Reservfond	Balanserat resultat	Årets resultat	Totalt
Belopp vid årets ingång	13 053	150 388	780 106	234 843	1 178 390
Förändring av medlemsinsats	1 103		-603		500
Disposition av föregående års resultat		11 743	223 100	-234 843	0
Årets resultat				55 383	55 383
Belopp vid årets utgång	14 156	162 131	1 002 603	55 383	1 234 273

Förslag till vinstdisposition

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att till förfogande stående vinstmedel (kronor):

Balanserad vinst	1 002 603 072
Årets vinst	55 383 012
Summa	1 057 986 084
Disponeras så att:	
Avsättning till reservfond	2 770 000
I ny räkning överföres	1 055 216 084
Summa	1 057 986 084

Föreningens resultat och ställning i övrigt framgår av efterföljande resultat- och balansräkning samt kassaflödesanalys med tilläggsupplysningar.

Resultaträkning 2019-2020

Tkr	Not	2020-01-01 -2020-12-31	2019-01-01
Nettoomsättning	3	2 731 360	2 668 694
Kostnad för sålda varor		-2 040 017	-1 994 870
Bruttoresultat		691 343	673 824
Försäljningskostnader		-617 296	-632 212
Administrationskostnader		-42 937	-34 744
Övriga rörelseintäkter		30 627	81 115
Övriga rörelsekostnader		-1 028	-8 767
		-630 634	-594 608
Rörelseresultat	4, 5, 6, 7, 8	60 709	79 216
RESULTAT FRÅN FINANSIELLA POSTER			
Resultat från andelar i koncernföretag	9	0	174 227
Resultat från värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar	10	16 115	11 710
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	11	882	2 230
Räntekostnader och liknande resultatposter	12	-1 039	-1 158
		15 958	187 009
Resultat efter finansiella poster		76 667	266 225
Bokslutsdispositioner	13	-8 477	-11 483
Resultat före skatt		68 190	254 742
Skatt på årets resultat	14	-12 807	-19 899
Årets resultat		55 383	234 843

Balansräkning (Tkr)

Tillgångar	Not	2020-12-31	2019-12-31
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Byggnad och mark och markanläggning	15, 16	334 317	328 612
Nedlagda kostnader på annans fastighet	17	11 299	3 895
Inventarier, verktyg och installationer	18	160 755	147 382
Pågående nyanläggningar och förskott avseende materiella anläggningstillgångar	19	31 157	56 406
		537 528	536 295
FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Fordringar koncernföretag	20	0	0
Andelar i intresseföretag, insatser i KF	21	128 507	128 507
Andra långfristiga värdepappersinnehav	22, 23	804 947	519 401
Andra långfristiga fordringar	24	824	2 567
Bostadsrätter	25	668	668
		934 946	651 143
Summa anläggningstillgångar		1 472 474	1 187 438
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
VARULAGER M.M.			
Färdiga varor och handelsvaror		128 960	126 169
KORTFRISTIGA FORDRINGAR			
Kundfordringar		8 026	6 305
Övriga fordringar		6 759	1 859
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	26	40 017	27 984
		54 802	36 148
Kassa och bank		103 577	399 253
Summa omsättningstillgångar		287 339	561 570
Summa tillgångar		1 759 813	1 749 008

Balansräkning eget kapital och skulder

Tkr	Not	2020-12-31	2019-12-31
EGET KAPITAL			
	27		
BUNDET EGET KAPITAL			
Insatskapital		14 156	13 053
Reservfond		162 131	150 388
		176 287	163 441
FRITT EGET KAPITAL			
Balanserad vinst eller förlust		1 002 603	780 106
Årets resultat		55 383	234 843
		1 057 986	1 014 949
Summa eget kapital		1 234 273	1 178 390
Obeskattade reserver	28	161 200	152 723
AVSÄTTNINGAR			
	29		
Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser		1 069	2 917
Uppskjuten skatteskuld	30	7 926	7 370
Övriga avsättningar		30 025	44 290
Summa avsättningar		39 020	54 577
LÅNGFRISTIGA SKULDER			
Kapital i medlemskontot		31 635	33 480
Summa långfristiga skulder		31 635	33 480
KORTFRISTIGA SKULDER			
Leverantörsskulder		163 503	198 494
Aktuella skatteskulder		1 387	2 812
Övriga skulder		30 238	32 580
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	31	98 557	95 952
Summa kortfristiga skulder		293 685	329 838
Summa eget kapital och skulder	32	1 759 813	1 749 008

Kassaflödesanalys 2019-2020

Tkr	Not	2020-12-31	2019-12-31
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN			
Resultat efter finansiella poster		76 667	266 225
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	33	41 210	-120 516
Betald skatt		-13 677	-9 868
Kassaflöde från den löpande verksamheten för förändring av rörelsekapital		104 200	135 841
KASSAFLÖDE FRÅN FÖRÄNDRING AV RÖRELSE-KAPITALET			
Förändring av varulager och pågående arbete		-2 791	-2 615
Förändring av kundfordringar		-1 720	2 062
Förändring av kortfristiga fordringar		-15 428	-920
Förändring av leverantörsskulder		-34 991	32 077
Förändring av kortfristiga skulder		-1 241	1 684
Kassaflöde från den löpande verksamheten		48 029	168 129
INVESTERINGSVERKSAMHETEN			
Investeringar i materiella anläggningstillgångar		-59 161	-119 673
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		0	126 128
Investeringar i finansiella anläggningstillgångar		-40 077	-59 505
Försäljning av finansiella anläggningstillgångar		0	176 277
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-342 963	142 655
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN			
Förändring av medlemskapital		-742	-2 324
Årets kassaflöde		-295 676	308 460
LIKVIDA MEDEL VID ÅRETS BÖRJAN			
Likvida medel vid årets början	34	399 253	90 793
Likvida medel vid årets slut		103 577	399 253



Noter

Not 1 Redovisnings- och värderingsprinciper

Allmänna upplysningar

Årsredovisningen är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen och BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3). Redovisningsprinciperna är oförändrade jämfört med föregående år. Fordringar har upptagits till de belopp varmed de beräknas inflyta. Övriga tillgångar och skulder har upptagits till anskaffningsvärden där inget annat anges.

Intäktsredovisning

Intäkter har tagits upp till verkligt värde av vad som erhållits eller kommer att erhållas och redovisas i den omfattning det är sannolikt att de ekonomiska fördelarna kommer att tillgodogöras föreningen och intäkterna kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Avdrag görs för lämnade rabatter. Vid försäljning av varor redovisas normalt inkomsten som intäkt när de väsentliga förmåner och risker som är förknippade med ägandet av varan har överförts från företaget till köparen.

Ersättning i form av ränta, royalty eller utdelning redovisas som intäkt när det är sannolikt att företaget kommer att få de ekonomiska fördelar som är förknippade med transaktionen och när inkomsten kan beräknas på ett tillförlitligt sätt.

Ränta redovisas som intäkt enligt den så kallade effektivräntemetoden. Royalty periodiseras i enlighet med den aktuella överenskommelsens ekonomiska innebörd. Utdelning redovisas som intäkt när företagets rätt till betalning är säkerställd.

Anläggningstillgångar

Materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar enligt plan och eventuella nedskrivningar.

För vissa av de materiella anläggningstillgångarna, byggnader, har skillnaden i förbrukningen av betydande komponenter bedömts vara väsentlig. Dessa tillgångar har därför delats upp i komponenter vilka skrivs av separat. Huvudindelningen är enligt nedan.

Komponent	Nyttjande-tid år
Stomme inklusive grund	80
Stomkomplettering	30
Fasad	50
Yttertak	40
Installation el, tele, säkerhet	25
Installation VVS	30

Utöver det används följande komponenter

Stengolv	50
Plastgolv	20
Markanläggningar	20
Skylt	20

För markanläggningar anskaffade före 1990-07-01 har avskrivning skett ned till 25% av anskaffningsvärdet enligt då gällande regler.

Ingen avskrivning sker av komponenten mark vars nyttjandeperiod bedöms som obegränsad.

Byggnader med ett restvärde som understiger 75 tkr har inte delats upp på komponenter utan skrivs av enligt tidigare avskrivningsplan på 33 år.

Tillkommande utgifter som uppfyller tillgångskriteriet räknas in i tillgångens redovisade värde. Utgifter för löpande underhåll och reparationer redovisas som kostnader när de uppkommer.

Avskrivning sker linjärt över den förväntade nyttjandeperioden med hänsyn till väsentligt restvärde.

Följande avskrivningstid tillämpas på övriga materiella anläggningstillgångar Nedlagda kostnader på annans fastighet: 20 år. Inventarier, verktyg och installationer: 3-20 år

Nedskrivningar av materiella och im-materiella anläggningstillgångar

Vid varje balansdag bedöms om det finns någon indikation på att en tillgångs värde är lägre än dess redovisade värde. Om en sådan indikation finns, beräknas tillgångens återvinningsvärde.

Återvinningsvärdet är det högsta av verkligt värde med avdrag för försäljningskostnader och nyttjandevärde. Vid beräkning av nyttjandevärdet beräknas nuvärdet av de framtida kassaflöden som tillgången väntas ge upphov till i den löpande verksamheten samt när den avyttras eller utangeras. Den diskonteringsränta som används är före skatt och återspeglar marknadsmässiga bedömningar av pengars tidsvärde och de risker som avser tillgången. En tidigare nedskrivning återförs endast om de skäl som låg till grund för beräkningen av återvinningsvärdet vid den senaste nedskrivningen har förändrats.

Finansiella instrument

Finansiella instrument värderas utifrån anskaffningsvärdet. Instrumentet redovisas i balansräkningen när föreningen blir part i instrumentets avtalsmässiga villkor. Finansiella tillgångar tas bort från balansräkningen när rätten att erhålla

kassaflöden från instrumentet har löpt ut eller överförts och bolaget har överfört i stort sett alla risker och förmåner som är förknippade med äganderätten. Finansiella skulder tas bort från balansräkningen när förpliktelserna har reglerats eller på annat sätt upphört.

Andelar i dotterföretag och intresse-företag

Andelar i dotterföretag och intresseföretag redovisas till anskaffningsvärde efter avdrag för eventuella nedskrivningar. I anskaffningsvärdet ingår köpeskillingen som erlagts för aktierna samt förvärvs-kostnader. Eventuella kapitaltillskott läggs till anskaffningsvärdet när de uppkommer.

Andra långfristiga värdepappersinnehav

Placeringar i värdepapper som är anskaffade med avsikt att innehas långsiktigt redovisas till anskaffningsvärden. Varje balansdag görs bedömning om eventuellt nedskrivningsbehov föreligger.

Kundfordringar och övriga fordringar

Kundfordringar och övriga kortfristiga fordringar redovisas som omsättnings-tillgångar med undantag för poster med förfallodag mer än 12 månader efter balansdagen, vilka klassificeras som anläggningstillgångar. Fordringar tas upp till det belopp som förväntas bli inbetalt efter avdrag för individuellt bedömda osäkra fordringar.

Låneskulder och leverantörsskulder

Låneskulder och leverantörsskulder redovisas initialt till anskaffningsvärde efter avdrag för transaktionskostnader. Skiljer sig det redovisade beloppet från det belopp som ska återbetalas vid förfallotidpunkten periodiseras mellanskillnaden som räntekostnad över lånets löptid med hjälp av instrumentets effektivränta. Härigenom överensstämmer vid förfallotidpunkten det redovisade beloppet och det belopp som ska återbetalas.

Nedskrivningsprövning av övriga finansiella anläggningstillgångar

Vid varje balansdag görs en bedömning av nedskrivningsbehov på någon av de finansiella anläggningstillgångarna. Nedskrivning sker om värdenedgången bedöms vara bestående och prövas individuellt.

Leasingavtal

Företaget redovisar samtliga leasingavtal, såväl finansiella som operationella, som operationella leasingavtal. Operationella leasingavtal redovisas som en kostnad linjärt över leasingperioden.

Föreningens uthyrning av lokaler klassificeras som operationell leasing. Leasing-intäkterna redovisas linjärt över leasingperioden.

Varulager

Varulagret värderas enligt lägsta-värdets-princip. Detta innebär att lagret har värderats till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Nettoförsäljningsvärdet har beräknats till försäljningsvärdet efter avdrag för beräknad försäljningskostnad. Den valda värderings-metoden innebär att eventuell inkurans har beaktats

Skatter

Total skatt utgörs av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Aktuell skatt är den skatt som beräknas på det skattepliktiga resultatet för perioden. Uppskjuten skatt beräknas med utgångspunkt i temporära skillnader mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar, skulder och avsättningar. Skatter redovisas i resultaträkningen, utom då underliggande transaktion redovisas direkt mot eget kapital varvid tillhörande skatteeffekter redovisas i eget kapital.

Avsättningar

Avsättningar redovisas när det finns en legal eller informell förpliktelse och en tillförlitlig uppskattning av beloppet kan göras. Avsättningar i balansräkningen avser kundlojalitetsprogram, pensionsåtaganden samt kostnader för nedlagda butiker.

Coops kundlojalitetsprogram, Medlemsprogrammet, ger kunder möjlighet att samla poäng i samband med inköp hos Coop eller partners. Verkligt värde av injänade poäng redovisas initialt som avsättning, varvid hänsyn tas till förväntad inlösengrad. Ny bedömning av inlösengrad görs vid varje bokslutstillfälle.

Ersättningar till anställda

Ersättningar till anställda avser alla former av ersättningar som företaget lämnar till de anställda. Kortfristiga ersättningar utgörs av bland annat löner, betald semester, betald frånvaro, bonus och ersättning efter avslutad anställning (pension). Kortfristiga ersättningar redovisas som kostnad och en skuld då det finns en legal eller informell förpliktelse att betala ut en ersättning till följd av en tidigare händelse och en tillförlitlig uppskattning av beloppet kan göras. Företaget har förmånsbestämda pensionsplaner där en pensionspremie betalas och redovisar dessa planer som avgiftsbestämda planer i enlighet med förenklingsregeln i BFNAR 2012:1 (K3).

Företaget har förmånsbestämda pensionsförpliktelser vilka uteslutande är beroende av värdet på de av företaget och koncernen ägda kapitalförsäkringar. Kapitalförsäkringarna redovisas som finansiell anläggningstillgång. I enlighet med förenklingsregeln i BFNAR 2012:1 (K3) redovisas pensionsförpliktelsen som en avsättning till samma värde som kapitalförsäkringens redovisade värde.

I företaget finns avgiftsbestämda pensionsplaner. Som avgiftsbestämda planer klassificeras planer där fastställda avgifter betalas och det inte finns förpliktelser att betala något ytterligare, utöver dessa avgifter.

Utgifter för avgiftsbestämda planer redovisas som en kostnad under den period de anställda utför de tjänster som ligger till grund för förpliktelsen.

Företaget har pensionsförpliktelser vilka uteslutande är beroende av värdet på de av företaget ägda kapitalförsäkringar. Kapitalförsäkringarna redovisas som finansiell anläggningstillgång. Pensionsförpliktelsen redovisas som en avsättning till samma värde som kapitalförsäkringens redovisade värde.

Eventualförpliktelser

Upplysning om eventualförpliktelse lämnas när det finns ett möjligt åtagande som härrör från inträffade händelser och vars förekomst bekräftas endast av en eller flera osäkra framtida händelser utom företagets kontroll eller när det finns ett åtagande som inte redovisas som en skuld eller avsättning på grund av det inte är troligt att ett utflöde av resurser kommer att krävas eller inte kan beräknas med tillräcklig tillförlitlighet.

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalysen upprättas enligt indirekt metod. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medfört in- eller utbetalningar.

Som likvida medel klassificerar företaget, förutom kassamedel, disponibla tillgodohavanden hos banker och andra kreditinstitut samt kortfristiga likvida placeringar som är noterade på en marknadsplats och har en kortare löptid än tre månader från anskaffningstidpunkten. Förändringar i spärrade medel redovisas i investeringsverksamheten.

Not 2 Uppskattningar och bedömningar

Det är föreningens bedömning att inga uppskattningar och bedömningar har gjorts som har betydande effekt på de redovisade beloppen i den finansiella rapporten.

Not 3 Nettoomsättningens fördelning	2020	2019
NETTOOMSÄTTNING PER RÖRELSEGEN		
Intäkter per väsentligt intäktslag detaljhandel	2 712 729	2 648 138
Provisioner ombudsverksamhet	18 631	20 556
	2 731 360	2 668 694
Not 4 Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	2020	2019
AVSKRIVNING ENLIGT PLAN FÖRDELADE PÅ TILLGÅNGSSLAG		
Byggnader och mark	12 947	15 809
Nedlagda kostnader på annans fastighet	1 321	510
Inventarier, verktyg och installationer	42 631	38 990
	56 899	55 309
AVSKRIVNING ENLIGT PLAN FÖRDELADE PER FUNKTION		
Försäljningskostnader	56 649	52 876
Administrationskostnader	250	261
Övriga rörelsekostnader	0	2 172
	56 899	55 309
Not 5 Leasing, leasegivare		
Årets leasingkostnader avseende leasingavtal, uppgår till 28 232 (16 416) tkr. Coop Norrbotten har inga leasingavtal som sträcker sig längre än tio år.		
Framtida leasingavgifter, för icke uppsägningsbara leasingavtal, förfaller till betalning enligt följande:		
Inom ett år	23 024	10 197
Senare än ett år men inom fem år	68 696	29 846
Senare än fem år	51 422	10 318
	143 142	50 361
Not 6 Leasing, leasingtagare		
Årets leasingavgifter avseende leasingavtal, uppgår till 7 996 (18 215) tkr. Coop Norrbotten har inga hyreskontrakt som sträcker sig längre än tio år.		
Fordran avseende framtida leasingavgifter, för icke uppsägningsbara leasingavtal, förfaller till betalning enligt följande:		
Inom ett år	6 790	4 464
Senare än ett år men inom fem år	11 910	13 150
Senare än fem år	706	1 394
	19 406	19 008

Not 7 Arvode till revisorer	2020	2019
Med revisionsuppdrag avses granskning av årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning, övriga arbetsuppgifter som det ankommer på bolagets revisor att utföra samt rådgivning eller annat biträde som föräns av iakttagelser vid sådan granskning eller genomförandet av sådana övriga arbetsuppgifter.		
KPMG		
Revisionsuppdrag	0	250
Övriga tjänster	50	103
	50	353
PWC		
Revisionsuppdrag	290	0
Övriga tjänster	41	0
	331	0
Not 8 Personal m.m.		
MEDELTALET ANSTÄLLDA		
Kvinnor	500	525
Män	191	201
	691	726
LÖNER OCH ANDRA ERSÄTTNINGAR		
Styrelse och verkställande direktör	3 467	2 936
Övriga anställda	295 275	286 054
	298 742	288 990
SOCIALA KOSTNADER		
Pensionskostnader för styrelse och verkställande direktör	885	850
Pensionskostnader för övriga anställda	18 948	20 051
Övriga sociala avgifter enligt lag och avtal	96 301	94 259
	116 134	115 160
Totala löner, ersättningar, sociala kostnader och pensionskostnader	414 876	404 150
Föreningen tryggar sina pensionsutfästelser genom stiftelsen KP Pension & Försäkring. Föreningens tillgodohavande i stiftelsen den 31 december 2020 översteg pensionsskulden med 6 664 tkr (6 769 tkr).		
VD:s pensionsålder är 65 år. För VD gäller en ömsesidig uppsägningstid om sex månader. Vid uppsägning från föreningens sida är VD berättigad till ett avgångsvederlag motsvarande tolv månadslöner om inte ett nytt arbete erhålls inom 1-12 månader.		
KÖNSFÖRDELNING BLAND LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE		
Andel kvinnor i styrelsen	62%	56%
Andel män i styrelsen	38%	44%
Andel kvinnor bland övriga ledande befattningshavare	20%	17%
Andel män bland övriga ledande befattningshavare	80%	83%
Not 9 Resultat från andelar i koncernföretag.		
Resultat vid avyttringar	0	174 227
	0	174 227

Not 10 Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar	2020	2019
Erhållna utdelningar	983	370
Resultat vid försäljning värdepapper	15 132	11 340
	16 115	11 710
Not 11 Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		
Ränteintäkter	16	14
Ränteintäkter koncernföretag	0	480
Övrigt	866	1 736
	882	2 230
Not 12 Räntekostnader och liknande resultatposter		
Övriga räntekostnader	24	99
Övriga finansiella kostnader	1 015	1 059
	1 039	1 158
Not 13 Bokslutsdispositioner		
Avsättning till periodiseringsfond	19 000	22 500
Återföring från periodiseringsfond	-17 423	-10 510
Förändring av överavskrivningar	6 900	-507
	8 477	11 483

Not 14 Aktuell skatt	%	2020	%	2019
SKATT PÅ ÅRETS RESULTAT				
Aktuell skatt		12 252		16 813
Förändring av uppskjuten skatt avseende temporära skillnader		555		3 086
Totalt redovisad skatt		12 807		19 899
AVSTÄMMNING AV EFFEKTIV SKATT				
Redovisat resultat före skatt		68 190		254 742
Skatt enligt gällande skattesats	21,40	-14 593	21,40	-54 515
Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader	0,09	-60	0,15	-375
Skatteeffekt av ej skattepliktiga intäkter	-0,57	387	0,00	12
Schablonränta periodiseringsfond	0,32	-216	0,06	-160
Schablonintäkt fondandelar	0,67	-459	0,16	-400
Skattemässig justering avskrivningar	-0,48	324	-0,13	325
Skattemässig just. av bokfört resultat vid förs./utr. byggnad	0,02	-16	0,31	-800
Återföring/Avsättning garantiåtaganden	-3,09	2 108	0,83	-2 107
Skattemässig justering för kostnader som ej bokförts	-0,40	273	-1,54	3 923
Skattemässig justering försäljning andelar i dotterbolag	0,00	0	-14,64	37 284
Redovisad effektiv skatt	17,97	-12 252	6,60	-16 813

Not 15 Byggnader och mark	2020-12-31	2019-12-31
Ingående anskaffningsvärde	564 290	717 976
Inköp	6 673	36 058
Försäljningar/utrangeringar	-140	-204 491
Omklassificeringar	12 001	14 748
Utgående ackumulerade avskrivningar	582 824	564 290
Ingående avskrivningar	-224 114	-300 494
Försäljningar/utrangeringar	66	92 084
Årets avskrivningar	-12 894	-15 704
Utgående ackumulerade avskrivningar	-236 942	-224 114
Ingående avskrivningar	-11 565	-11 565
Utgående ackumulerade nedskrivningar	-11 565	-11 565
Utgående redovisat värde	334 317	328 612

Not 16 Uppllysning om verkligt värde på förvaltningsfastigheter	2020-12-31	2019-12-31
UPPGIFTER OM VERKLIGT VÄRDE PÅ FÖRVALTNINGSFASTIGHETER		
Redovisat värde	118 329	121 575
Verkligt värde	155 014	154 551
Coop Norrbotten äger förvaltningsfastigheter i Haparanda, Kiruna och Gällivare som delvis hyrs ut till externa handelsföretag. Årets värdering baseras på avkastningskrav om 7 % på fastigheternas beräknade driftnetto.		
Not 17 Nedlagda kostnader på annans fastighet		
Ingående anskaffningsvärde	10 039	7 919
Inköp	1 428	2 075
Omklassificeringar	7 296	46
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	18 763	10 039
Ingående avskrivningar	-6 144	-5 634
Årets avskrivningar	-1 321	-510
Utgående ackumulerade avskrivningar	-7 465	-6 144
Utgående redovisat värde	11 299	3 895
Not 18 Inventarier, verktyg och installationer		
Ingående anskaffningsvärden	404 431	409 270
Inköp	20 465	26 897
Försäljningar/utrangeringar	-13 069	-32 010
Omklassificeringar	36 546	275
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	448 373	404 431
Ingående avskrivningar	-257 049	-244 513
Försäljningar/utrangeringar	12 116	26 558
Årets avskrivningar	-42 684	-39 094
Utgående ackumulerade avskrivningar	-287 618	-257 049
Utgående redovisat värde	160 755	147 382
Not 19 Pågående nyanläggningar och förskott avseende materiella anläggningar		
Ingående nedlagda utgifter	56 406	16 832
Under året nedlagda utgifter	30 648	43 949
Omklassificeringar	-55 897	-4 375
	31 157	56 406

Not 20 Fordringar hos koncernföretag	2020-12-31	2019-12-31
Ingående anskaffningsvärde	0	23 086
Avgående fordringar	0	-23 086
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	0	0
Utgående redovisat värde	0	0
Not 21 Andelar i intresseföretag, insatser i KF		
Ingående anskaffningsvärden	128 507	128 507
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	128 507	128 507
Utgående redovisat värde	128 507	128 507
Not 22 Andra långfristiga värdepappersinnehav		
Ingående anskaffningsvärden	519 401	456 949
Inköp	456 533	199 666
Försäljningar/utrangeringar	-170 987	-137 213
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	804 947	519 401
Utgående redovisat värde	804 947	519 401

Not 23 Upplysningar till långfristiga värdepappersinnehav	2020-12-31	2019-12-31
REDOVISAT VÄRDE		
Noterade andelar	237 701	106 106
Räntebärande värdepapper	460 542	328 368
Alternativa placeringar	106 565	84 788
Övrigt	139	139
804 947	519 401	
MARKNADSVÄRDE		
Noterade andelar	296 044	121 949
Räntebärande värdepapper	466 943	351 789
Alternativa placeringar	114 482	86 259
Övrigt	139	139
877 608	560 136	
I den diskretionära förvaltningen uppgår de orealiserade vinsterna till 72 661 (40 735) tkr.		

Not 24 Andra långfristiga fordringar	2020-12-31	2019-12-31
Ingående anskaffningsvärden	2 567	1 856
Tillkommande fordringar	335	767
Utbetalningar under året	-2 079	-56
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	824	2 567
Utgående redovisat värde	824	2 567
Not 25 Bostadsrätter och liknande rättigheter		
Ingående anskaffningsvärden	1 168	1 168
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	1 168	1 168
Ingående nedskrivningar	-500	-500
Utgående ackumulerade nedskrivningar	-500	-500
Utgående redovisat värde	668	668

Not 26 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	2020-12-31	2019-12-31
Förutbetalda hyror	5 332	5 401
Förutbetalda försäkringspremier	349	292
Upplupen bonus från leverantör	27 315	18 948
Övrigt	7 021	3 342
40 017	27 984	
Not 27 Disposition av vinst eller förlust		
FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION		
Styrelsen föreslår att till förfogande stående vinstmedel:		
Balanserad vinst	1 002 603	
Årets vinst	55 383	
1 057 986		
Disponeras så att		
Avsättning till reservfond	2 770	
I ny räkning överföres	1 055 216	
1 057 986		
Not 28 Obeskattade reserver		
Periodiseringsfonder	98 500	96 923
Överavskrivning	62 700	55 800
161 200	152 723	
Skatteeffekt av schablonränta på periodiseringsfond	485	433
Not 29 Avsättningar		
PENSIONER OCH LIKNANDE FÖRPLIKTELSE		
Kapitalförsäkringar	860	2 347
Särskild löneskatt	209	570
1 069	2 917	
SPECIFIKATION ÖVRIGA AVSÄTTNINGAR		
Medlemsprogrammet	25 734	28 518
Övriga avsättningar	4 291	15 772
30 025	44 290	
Not 30 Uppskjuten skatt		
UPPSKJUTEN SKATTESKULD		
Temporär skillnad skattemässig avskrivning byggnader	7 926	7 370
7 926	7 370	
Not 31 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		
Upplupna löner	29 921	21 858
Upplupna semesterlöner	40 701	38 928
Upplupna sociala avgifter	20 426	16 936
Upplupna elkostnader	2 405	2 606
Förutbetalda hyresintäkter	1 999	1 258
Övrigt	3 104	14 366
98 557	95 952	

Not 32 Ställda säkerheter och eventalförpliktelser	2020-12-31	2019-12-31
FÖR EGNA AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER		
STÄLLDA SÄKERHETER		
FÖR SKULDER TILL KREDITINSTITUT:		
För eget pensionsåtagande (kapitalförsäkring)	824	2 348
	824	2 348
EVENTUALFÖRPLIKTELSE		
Ansvarighet gentemot PRI Pensionsgaranti för kreditförsäkring tryggad i pensionsstiftelse	1 888	1 880
	1 888	1 880
Not 33 Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		
Avskrivningar	56 899	55 309
Resultat vid försäljning av anläggningstillgångar	1 028	-182 495
Avsättningar/fordringar pensioner	-1 848	777
Övriga avsättningar	-14 266	5 770
Övrigt	-603	123
	41 210	-120 516

Not 34 Likvida medel	2020-12-31	2019-12-31
LIKVIDA MEDEL		
Kassamedel	4 454	4 619
Banktillgodohavanden	99 123	394 634
	103 577	399 253
Not 35 Väsentliga händelser efter räkenskapsårets slut		
Inga väsentliga händelser har inträffat efter räkenskapsårets slut.		
Not 36 Nyckeltal definitioner		
NETTOOMSÄTTNING		
Rörelsens huvudintäkter, fakturerade kostnader, sidointäkter samt intäktskorrigeringar.		
RÖRELSERESULTAT		
Resultat efter avskrivningar och jämförelsestörande poster, men före finansiella intäkter och kostnader.		
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER		
Resultat efter finansiella intäkter och kostnader, men före skatter.		
SOLIDITET (%)		
Justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt) i procent av balansslutning.		
AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL (%)		
Resultat efter finansiella poster i procent av justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt).		

Luleå den 19 mars 2021

Jesper Josbrant
Ordförande

Kent Bodlund

Per-Erik Baas

Annika Fredriksson

Kristina Jonsson

Maria Olsson

Yvonne Berg
Arbetsgatarrepresentant

Erika Björkman Lejon
Arbetsgatarrepresentant

Peter Fjällborg
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har lämnats den mars 2021
Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Thomas Taavo
Auktoriserad revisor

Coop Norrbotten

Besöksadress: Storhedsvägen 1F

Postadress: Box 858, 971 26 Luleå

Telefon: 010-747 40 00

Kundservice: kundservice@coopnorrbotten.se

www.coopnorrbotten.se

Vi finns på Facebook, Instagram och LinkedIn.



coop.se