

Coop Norrbotten
Årsrapport 2022



Innehåll

- 4 Vår verksamhet
- 5 Årskrönika 2022
- 7 Vi utvecklas med vårt Norrbotten
- 8 Coop Norrbotten 2022 i korthet
- 10 Coop för Norrbotten
- 12 Servicehjältar 2022
- 14 Årets servicehjärte
- 15 Årets bemötande
- 16 Årets butik
- 17 Årets ledare
- 18 Ägarombuden är medlemmarnas röst
- 20 Arbeta på Coop Norrbotten
- 22 Sociala medier
- 24 Trender
- 27 Butikschefen som älskar utmaningar
- 28 Säker mat i din butik
- 29 Butiken med noll avvikelser
- 30 Hållbarhetsrapport
 - 42 Summering av hållbarhetsrapport
- 44 Finansiell rapport
 - 45 Förvaltningsberättelse
- 53 Noter



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 djurvelfärd. 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. Änglamark, 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.

Online

Att kunna handla sin mat via e-handel är en lösning som allt fler kunder efterfrågar och uppskattar. Kunder värnar sin tid, och uppskattar den snabba lösningen att sitta hemma och köpa det man behöver. Just nu erbjuder vi handel online och möjligheten att hämta dina varor i 6 av våra butiker. I Luleå har vi även hemleverans.

Framför allt vill vi att det ska vara en prisvärd upplevelse,

därför har vi samma ordinarie pris online som vi har i butik. Men vi ser också att våra kunder uppskattar enkelhet och smidiga lösningar. Därför arbetar vi ständigt med utveckling för att göra vår onlinetjänst så modern och enkel som möjligt.

Kika in på coop.se och se hur det funkar hos dig!

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.

STYRELSE COOP NORRBOTTEN

Jesper Josbrant, **ordförande**

Annika Fredriksson, **styrelserepresentant**

Claes Wallberg, **styrelserepresentant**

Kent Bodlund, **styrelserepresentant**

Kristina Jonsson, **styrelserepresentant**

Maria Olsson, **styrelserepresentant**

Per-Erik Baas, **styrelserepresentant**

Erica Björkman Lejon, **personalrepresentant**

Eija Nilsson, **personalrepresentant**

Emilia Sundell, **ersättare personalrepresentant**

Lisbeth Utterström, **ersättare personalrepresentant**

Årskrönika 2022

Coop Norrbotten är en urkraft!

Detta visar vi gång efter gång. Åren med pandemin hanterade vi på ett föredömligt sätt och kom ur pandemin med ett ekonomiskt resultat på rekordhöga nivåer. Detta kommer naturligtvis inte av sig självt. Det finns inte heller någon enskild händelse som leder fram till detta. Det är snarare hela organisationens förmåga, på alla nivåer, att snabbt ställa om efter nya förutsättningar. Det finns en nyfikenhet att prova nya saker och modet att genomföra. Detta har under många år skapat den urkraft som Coop Norrbotten är! Alla som fällt och huggit upp en fjällbjörk vet vad jag pratar om. Det sega vindpinade materialet som står emot det mesta. Årsringarna är kompakta med mycket energi när man släpper lös det. Jag ser detta i Coop Norrbotten också.

*"Vi kan agera
snarare än reagera.
Detta är en styrka."*

Vi kom in i 2022 med god fart, lysande ekonomi, redo att ta oss an det nya första normala året på länge. Då drabbades Europa och Ukraina av ett krig. Detta krig är lätt att bli känslsam över och skriva mycket om. Effekterna på samhället och inte minst vår verksamhet blev direkt mycket kännbara.

Under 2022 har vi sett prisökningar på mat och energi som lett fram till en inflation som man får gå långt tillbaka i tiden för att komma i närheten av.

Det gick så fort, och går så fort fortfarande. Jag skulle vilja säga att utvecklingen är skenande nära på okontrollerad. Troligen kommer detta plana ut under våren 2023. Men vi har fått ett nytt normalt läge där mat har blivit dyrare. Detta är en stor omställning för alla våra medlemmar och kunder. Hur man ska anpassa sina liv efter nya ekonomiska förutsättningar. Inflationen innebär, kan man säga, att vi har tappat en månadslön i köpkraft under 2022. Detta märks såklart. Vi märker det på så sätt att köpmönster ändras. Vi handlar andra saker jämfört med tidigare. Här utmanas igen vår omställningsförmåga som jag nämnde tidigare. Vi måste anpassa vår verksamhet efter det läge som nu råder. Det gör vi kontinuerligt!

Vi har inte sett alla effekter av det som skett under 2022 ännu. Det kommer under 2023–2024. Framtiden är extremt svår att bedöma då det finns så många nya parametrar i spel. Vi vet dock att vårt utgångsläge är mycket gott. Vi har en stark ekonomi. Anställda som gång efter annan överträffar sig själva. Vi jobbar tillsammans oavbrutet med att möta de nya utmaningarna som dyker upp. Det känns trots allt tryggt att ha detta i ryggen när vi vet att vi går in i en utmanade tid.

Utveckling och investeringar för att ytterligare driva verksamheten framåt är påtagligt närvarande. Vi ser nya butiker under året i Piteå, Luleå och Kiruna. Detta är alltid glädjande. Extra kul i år är att vi provar att ha öppet även nattetid obemannat i Piteå. Det är nyfikenheten som driver oss framåt.



Ägarombud

Ett stort arbete har under året gjorts för att utveckla samarbetet med våra ägarombud. Ägarombuden är centrala i vår verksamhet. Nu kanske mer än någonsin då vi ser utmanande tider framåt. Styrelsen har drivit detta arbete under hösten tillsammans med ägarombud och valberedare. Jag är förvissad om att dialogen mellan ägarombud och styrelse kommer utvecklas än mer. Jag är spänd av förväntan över vad som kommer ut ur detta på andra sidan.

Framåt

Jag slutar där jag började. Coop Norrbotten är en urkraft! Jag är så stolt över vår förening, att vi gett oss själva chansen att ta oss an resan framåt med tillförsikt. Vi kan agera snarare än reagera. Detta är en styrka. Vi kommer fortsätta att agera och skapa värde för våra medlemmar och Norrbotten. Inte helt osannolikt, med nya spännande grepp. Detta får dock bli en avslutande "cliffhanger".

Jesper Josbrant
Styrelseordförande Coop Norrbotten

Vi utvecklas med vårt Norrbotten

Coop för Norrbotten! Vi finns till för Norrbotten och det är kanske viktigare idag än någon gång tidigare. Norrbotten står inför stora förändringar och den gröna omställningen ska leda in Norrbotten i en ny tillväxtfas som innebär nya jobb i en omfattning som vi inte riktigt kan ta till oss.

Flera av våra kommuner går för högtryck; Luleå, Boden, Kiruna, Gällivare och Pajala med fler. Vi har lägst arbetslöshet i Sverige och en av de stora utmaningarna är och förblir kompetensförsörjning i många år framåt, oavsett vilken bransch vi arbetar i. Det blir allt viktigare att vara en attraktiv arbetsgivare som erbjuder en trygg arbetsplats där vi tar hand om vår personal och har förmågan att utvecklas tillsammans med de anställda. Vi vill möjliggöra kompetensutveckling, synliggöra karriärvägar och skapa en arbetsmiljö som stärker Coop-familjen.

Coop för Norrbotten!

Vi i Coop Norrbotten har bestämt att Coop ska ta en aktiv roll i tillväxtfasen och vi har redan börjat genom de tre nya butikerna som vi öppnade under 2022 i Kiruna, Kallkällan i Luleå och Strömlida i Piteå. Och detta är bara början. Bygget av ny butik i Gällivare Centrum har startat och butiken som vi bygger i Sävast har premiär lagom till midsommar 2023. Vi har också precis fått klartecken från Luleå kommun för den markanvisningsansökan som vi har gjort för Hertsön i Luleå och vi planerar för fullt för bygget av en butik på Kronan i Luleå.

Vi har tyvärr under året även avvecklat vår butik i Katterjåkk på grund av att vi inte lyckades hitta en bra lösning tillsammans med Kiruna kommun på de utvecklingsbehov som vi hade för att kunna fortsätta bedriva en butik i Katterjåkk.

Utmaningar

2022 blev inte riktigt som vi tänkt. Kriget i Ukraina och de effekter som det har fått på hela världen, med stora prisökningar på energi och skenande inflation där maten har stigit i pris med nästan 19 % har skapat många nya utmaningar i verksamheten. Vi har nu haft tre utmanande år bakom oss med Covid och hög inflation, men vi har helt säkert några tuffa år framför oss innan vi ser slutet på denna lågkonjunktur. Köpkraften hos våra medlemmar har minskat och pris har blivit mycket viktigt, vilket skapar nya köpmönster där våra medlemmar väljer billigare varor och planerar sina inköp bättre än tidigare.

Framtiden

Rent ekonomiskt är 2022 återigen ett fantastiskt år för Coop Norrbotten, med en försäljning på 3 012 miljoner kr och ett resultat efter finans på

106,9 mkr (3,6%). Detta ger oss fortsatt förmåga att utveckla vår verksamhet med nya butiker, bättre erbjudanden till våra medlemmar och möjlighet att kompetensutveckla vår personal. Allt för att fortsätta bygga ett Större, Starkare och Grönare Coop Norrbotten.

Välkommen till din butik!

Peter Fjällborg
Vd Coop Norrbotten



Coop Norrbotten 2022 i korthet

(Förra årets siffror i parentes)

Omsättning

Omsättningen uppgick till
3 012 (2 770) mkr

Årets resultat

Föreningens resultat efter
finansiella poster 106,9 (112,7) mkr

Antal medlemmar

Föreningen ägs av 146 620
medlemmar (143 861)

Antal förtroendevalda

52 ägarombud och ersättare.
13 valberedare för ägarombud.
4 valberedare för styrelsen.

Personal

Under 2022 var 773 personer
tillsvidare- eller provanställda.
Av dessa var 76,2 % kvinnor och
23,8 % män.

Antal visstidsanställda var 444,
fördelat på 72,1 % kvinnor och
27,9 % män.

Personalomsättningen uppgick
under året till 17,6 % (11,7 %).
Sjukfrånvaron var under året 8,3 %
(under 2021 var den 7,3%).

Ledning

Styrelsen består av 9 personer
inklusive 2 fackliga, 5 kvinnor och
4 män. Av styrelsens ledamöter var
56 % kvinnor och 44 % män.
Av ledningsgruppen var 20 % kvinnor
och 80 % män.

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 Kiruna Centrum
Coop Föraregatan
Coop Lappgatan
Coop Trädgårdsgatan
Coop Jukkasjärvi
Coop Svappavaara
Coop Vittangi
Coop Katterjåkk - stängdes 2022

Luleå

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

Pajala

Coop Pajala

Piteå

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

Älvsbyn

Coop Älvsbyn

Överkalix

Coop Överkalix

Övertorneå

Coop Övertorneå

Norrbotten

Coop Online i Boden, Gällivare, Kalix,
Kiruna, Luleå och Piteå.

BOLIST-BUTIKER

Stora Coop Gällivare
Stora Coop Kalix
Stora Coop Kiruna

Nya butiker 2022



Tre nyöppningar och en stängning

Vi bygger för att skapa ett attraktivare Norrbotten och det ska aldrig vara långt till en Coop butik. Vi fortsätter att tillsammans med näringslivet och våra kommuner utveckla Norrbotten till den bästa platsen att bo och utvecklas i. Under 2022 öppnade vi tre nya butiker; Coop Kallkällan i mars, Coop Strömlida i juni och Coop Kiruna centrum i september. Under hösten stängde vi även vår nordligaste butik, Coop Katterjåkk, då vi inte fick möjligheten att bygga ut den och göra den lönsam.



Öppet dygnet runt

Vi öppnade vår första obemannade butik

Den nya butiken Coop Strömlida i Piteå – som slog upp portarna i juni – blev i december Norrbottens första stora matbutik att erbjuda öppet dygnet runt med obemannad butik från kl 22-07. Med Coops mobilapp Scan & Pay kommer kunden själv att kunna låsa upp butiken, scanna sina varor, betala och gå ut.



Satsar på el

Vi laddar upp Norrbotten!

Elektrifieringen är ett faktum, utvecklingen och registrering av elbilar går i rasande fart. Coop Norrbotten vill vara en del av denna utveckling. Vi har därför startat ett samarbete med kWatt som ska bygga upp fler laddstationer runt våra Coop-butiker i länet under de kommande åren.

30-års jubileum!

Stora Coop Storheden firade 30 år!



Ombyggnation Coop Föraregatan

Under året gjordes en stor ombyggnation av Coop Föraregatan och butikschefen Ingela Stenberg kunde i november välkomna kunderna till en ny, större och luftigare butik. Vi har satsat på en större färskvaruavdelning, där bland annat frukt- och grönt blivit både större till ytan och mycket fräschare. Samtliga kylar och frysar är också utbytta till nya där miljövänlig teknik står i fokus.



COOP NORRBOTTENS MEDLEMMAR FICK TILLBAKA 61 MILJONER KRONOR

OMSÄTTNING 2022
COOP NORRBOTTEN

3 012 miljoner SEK

EGNA VARUMÄRKEN

19,9%

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

ANTAL LOKALA LEVERANTÖRER

106 st

146 620
MEDLEMMAR

MARKNADSANDEL

41,8%

KUNDLÖFTE:
PRISVÄRD,
HÅLLBAR
MATGLÄDJE



NÄRMARE HÄLFTEN AV COOP NORRBOTTENS FÄRSKVARUFÖRSÄLJNING KOMMER FRÅN LOKALA LEVERANTÖRER

Servicehjältar 2022

Coop Norrbotten vill bli bäst på kundmötet och det är något som vi ständigt försöker förbättra. Varje månad får våra kollegor nominera en servicehjärte som gör det där lilla extra för våra kunder och medlemmar. Här ser ni årets servicehjältar hos oss.



**Annie Sandlund,
Coop Mjölkudden**

"Annie är alltid vänlig mot alla, både kunder och kollegor! Hon är hjälpsam och försöker alltid lösa kundernas problem och ge svar på deras frågor på ett trevligt och bra sätt. Hon är dessutom en supertrevlig kollega som gärna hjälper andra och är duktig på att lära ut nya saker."



**Lena-Marie Larsson,
Stora Coop Kiruna**

"Stålkvinnan som alltid kommer med ett leende på läpparna oavsett om hon har en bra dag eller ej, en riktigt allt i allo som alltid hjälper till där det behövs, och hon är en riktig pärla på kundservice. Hennes leende smittar av sig på alla kunder och på hela personalen."



**Cindy Westbom,
Coop Loet**

"Cindy väljer alltid kunden i första hand, hon ser alltid dem och hälsar vänligt åt dem. Hon ser också alltid till att alla mår bra på jobbet, och hon bryr sig på riktigt! Cindy sprider glädje hos kunderna såväl som kollegor, och därför förtjänar hon att bli månadens servicehjärte!"



**Hanna Eriksson,
Coop Älvsbyn**

"Vår supertrevliga kvalitetsansvariga. Hon är alltid på gott humör och sprider glädje omkring sig. Hon är snabb med att hjälpa kunderna och väldigt kunnig."



**Ebba Wikström,
Stora Coop Storheden**

"Ebba är en glädjespridare både bland kunder och kollegor. Hon ser och uppmärksammar varje kund med ett leende och ger en service som är personlig. Hon har en härlig och positiv attityd som smittar av sig och inget känns omöjligt för henne."



**Malin Larsson,
Stora Coop Gällivare**

"Malin är alltid glad och sprider positiv energi till kunder och kollegor. Hon har glimten i ögat och ger alltid ett personligt kundbemötande och det där lilla extra - varje dag! Hon tar vidare feedback från kunderna för att förbättra hela butikens kundbemötande."



**Margareta Wikström,
Coop Mjölkudden**

"Maggan har ett helt fantastiskt kundmöte! Hon är personlig och alla kunder älskar henne! Hon snappar upp något hos alla våra återkommande kunder som hon kan ta upp vid nästa tillfälle de kommer in. Det kan vara allt ifrån hur det går på jobbet till hur hunden mår. Hon får verkligen kunderna att känna sig speciella och sedda. För Maggan är det en självklarhet att hjälpa våra äldre kunder att packa påsen och till och med bära hem den åt dem. Detta är något som de andra tagit efter också, så hon är verkligen ett stort föredöme för alla oss på butiken."



**Christoffer Lindqvist,
Stora Coop Storheden**

"Christoffer har ett fantastiskt möte med både kunder och kollegor. Hälsar alltid på allt och alla och har ett genuint fint sätt mot alla. Alltid glad och positiv. Uppmärksammar sina kollegor med små roliga notiser på fruktvagnarna som han plockat ihop för att fyllas ut på avdelningen. Detta är väldigt uppskattat och kollegorna ser fram emot vad som står på nästa vagn som de drar ut. Helt klart en servicehjärte som med små enkla medel gör vardagen lite roligare."



**Olof Stålnacke,
Servicekontoret**

"Olle förtjänar verkligen att bli utsedd till månadens servicehjärte för sitt otroliga engagemang och fantastiska bemötande gentemot oss på butikerna. Han är alltid glad och villig att hjälpa till. Hans långa tålamod och vilja att alltid lyssna på butikernas önskemål och behov gör det väldigt enkelt att samarbeta med honom. Han delar med sig av värdefulla tips och idéer och inte minst sprider han en härlig energi med sitt lugna och harmoniska sätt att vara. Olle har servicehjärtat på rätta stället!"



**Helena Forsberg,
Stora Coop Piteå**

"Det finns nog ingen mer positiv människa än Helena. Hon kommer på jobbet med en energi som ingen annan. Det smittar av sig på kunder och medarbetare. Helena har ett fantastiskt kundmöte, finns inte en vara så har hon alltid ett alternativ. Man skulle kunna räkna upp många kanonkundmöten som Helena har haft. Hon sprider massor av positiv energi runt sig som kunderna blir påverkade av."



**Anwar Ahmed,
Stora Coop Boden**

"Anwar kommer alltid till jobbet med ett stort leende, och han sprider glädje omkring sig både till kunder och kollegor. Vid ett tillfälle erbjöd han sig att skjutsa hem en äldre kvinna med sina matkassar då hon hade svårt att gå, men det löste sig på ett annat sätt. Anwar har ett hjärta av guld."



**Lovisa Lageholm,
Coop Jukkasjärvi**

"Lovisa gör ett kanon jobb! Hon är serviceinriktad, trevlig mot både kunder och personal, gör så att alla vi känner oss sedda och har alltid ett glatt humör! Hon gör alltid det där lilla extra för alla, hon är en helt fantastisk kollega och vän till oss alla under Coop Jukkasjärvis tak! Hon förtjänar denna uppskattning för allt hon gör för vår butik, för våra kunder och för oss kollegor!"

Årets servicehjärte

Årets servicehjärte 2022 heter Anwar Ahmed och arbetar på Stora Coop Boden. Då vi samlas för att överraska honom märker man hur omtyckt han är av sin omgivning, kollegorna kommer springande och sluter upp i applåder och hejarop när han tilldelas priset!



Anwar Ahmed, Årets servicehjärte 2022

Stort grattis Anwar! Hur känns det här? Du har blivit framröstad till Årets servicehjärte 2022 och vinner, förutom äran, en studieresa till Italien i maj tillsammans med Coop Norrbotten!

- Tack så mycket! Jag tappar alla ord, det här var verkligen en chock men jag blir så otroligt glad.

När du blev utsedd till månads servicehjärte i mars 2022 berättade du om hur mycket Coop och dina kollegor betyder för dig. Det verkar onekligen som att du betyder mycket för dem med! Vad är det bästa med att arbeta på Stora Coop tycker du?

- Det bästa är mina kollegor, de är min familj. Jag trivs jättebra här i Boden och Coop betyder allt för mig. Jag är så tacksam för mitt jobb och att jag har möjligheten att få arbeta här.

Vi lät Anwar fira vidare med sin Coop familj och tog lite senare några ord med stormarknadschef Jeanette för att höra lite mer om Anwars fina resa hos dem på Stora Coop Boden. Hur skulle du vilja beskriva Anwar och hans utveckling hos er?

- Anwar kom till Sverige från Sudan 2016, och 2017 började han som praktikant hos oss. Efter praktiken började han jobba extra och nu har han en fast tjänst här på 20 timmar i veckan, plus att han ofta tar på sig extra pass. Anwar kommer alltid till jobbet med ett stort leende, han bryr sig genuint om kunder och alla sina arbetskollegor, och han frågar alltid hur det är och om man mår bra.

Anwar är så omtyckt av alla och får så ofta beröm från våra kunder för sitt sätt att vara. Och vi är förstas superstolta över att ha honom i vårt team.

"Anwar kommer alltid till jobbet med ett stort leende och han sprider glädje omkring sig både till kunder och kollegor"

Så fint att höra! Anwar var verkligen i chock då vi överraskade honom, hur hade ni det på fredagsfiket efteråt?

- Han blev otroligt glatt överraskad och sa med stolthet att han älskar sitt jobb och sina kollegor. Och för oss är det så himla roligt att han fick den utmärkelsen, för det är han så väl värd. Nu hoppas vi att hans fru snart ska komma till Sverige så de kan få vara tillsammans.

Årets bemötande

Coop Norrbottens pris "Årets bemötande 2022" gick till inte bara en - utan två butiker detta år! Coop Rosvik och Coop Sangis, två butiker som verkligen kan det där med kundbemötandet och ständigt ligger i topp på NKI mätningarna.

Priset "Årets Bemötande" och "Årets NKI" (Nöjd Kund Index) baseras helt på Coop Norrbottens månadsmätningar som våra medlemmar svarar på under året. Utifrån deras röster så tar vi sedan fram det bästa snittet för året som gått.



Coop Rosvik, Årets bemötande 2022



Coop Sangis, Årets NKI & bemötande 2022

Coop Rosvik och Coop Sangis tackinlägg på facebook till sina kunder efter prisutdelningen fylldes snabbt med flera fina grattiskommentarer, hejarop och gillamarkeringar:

Coop Rosvik

Vi har fått pris för bästa kundbemötandet i Norrbotten! Tusen tack alla fantastiska kunder/medlemmar som tar er tid att svara på kundundersökningarna som Coop skickar ut!

"Så härligt o Grattis! Ni är värd detta ni är bara bäst!"

"Vår fina butik fantastisk personal!"

"Såklart ni får pris för bästa kundbemötande, ni har ju endast pärlor som jobbar hos er!"

Coop Sangis

Vi vann! Lotta åkte på chefskonferens och kom hem med två fina priser för året som gått! Bästa NKI (nöjd kund index) samt bästa bemötande. Detta tack vare er, våra fantastiska kunder! Utan er skulle det inte vara möjligt!

"Grattis! Det är alltid trevligt att handla hos er!"

"Å vad roligt! Ja, ni är bäst!"

"Bra jobbat ni är värda detta alltid trevligt bemötande"

Årets butik

Årets Butik i Coop Norrbotten 2022 blev Stora Coop Kalix. Butiken präglas av effektivitet med en stor kostnadsmedvetenhet

Motivering:

"Har under väldigt lång tid levererat på vartenda nyckeltal och effekti-viserar ständigt verksamheten och driften i butik, samtidigt som man håller en hög skötselnivå och har en känsla för att aldrig göra saker i onödan, väger varje åtgärd som görs på guldväg och säkerställer att det inte driver kostnader som inte går att försvara. Det finns en stark vinnarkultur i butiken där varje länk i kedjan tydligt vet vad som krävs och hur dom ska jobba för att nå lönsamhet och fortsätta växa på marknaden där dom redan har en överlägsen andel."



Stora Coop Kalix tillsammans med Coop Norrbottens Vd Peter Fjällborg och HR-chef Maria Lindmark

Stort grattis Patrik, ni blev Årets Butik i Coop Norrbotten 2022. Vad är det som gör att just Stora Coop Kalix tog hem priset tror du?

- Jag tror att det beror på att vi jobbar efter mottot att alltid ha en fräsch butik alla dagar i veckan, oavsett vem som jobbar. Hos oss förstår alla medarbetare vikten av att kunden betalar vår lön och att det är viktigt att vi säljer rätt varor till rätt pris.

Berätta gärna mer om er vinnarkultur. Hur skapar ni en vinnarkultur i butiken?

- Vi har bra medarbetare på alla områden i butiken som är mycket kunniga och flexibla, vilket inte gör oss sårbara vid eventuell frånvaro. Alla delar på jouruppgifterna i butiken och vi har inga behov av detalj- eller rastschema, utan alla hjälps åt där vi har behovet just då. På kvällar och helger pratar vi ihop oss om vilka arbetsuppgifter som är viktigast vid just det tillfället.

Har du några tips till andra butiker på hur de kan bli med effektiva?

- Hos oss är det ett mycket effektivt och tidsbesparande arbetssätt att vi försöker låta dem som är bäst på olika arbetsuppgifter sköta dessa, så vid plocket är det oftast samma personer som går mot olika avdelningar. Exempelvis den som är van att plocka kosmetik gör det för att det ska bli effektivt.

Slutligen, hur firar butiken detta?

- Vi bjuder all personal på smörgåstårta!

Stort grattis till alla våra vinnare!

Årets ledare

Varje år delar Coop Norrbotten ut ett pris till årets ledare i butik. Årets vinnare blev Barbro Nilsson, butikschef Coop Älvsbyn, som glatt och överraskat tog emot priset under Coop Norrbottens kick-off i Gällivare den 25 januari.

Motivering:

"En positiv ledare som bara ser möjligheter och tycker om att tävla. Har skapat ett otroligt engagemang i arbetsgruppen som levererar ett fantastiskt resultat år efter år. Barbro är "handlarn på orten" och vill ständigt utveckla butiken framåt. Barbro tar verkligen hand om Coop, delar med sig av egna erfarenheter för att utveckla Coop Norrbotten och övriga ledare i helhet. Hon har med sitt engagemang visat hur en sann ledare ska göra, visa vägen!"

Barbro: Årets ledare på Coop Norrbotten, hur känns det?

- Det är kul! Det var väldigt roligt att få denna uppskattning.

Beskriv ditt gäng i Älvsbyn.

- Jag har ett makalöst gäng. De har ett jäklans driv! Och vi har väldigt kul tillsammans. Jag är väldigt noggrann vid rekryteringar, det är verkligen viktigt att det blir rätt person som kommer till oss. Ofta kommer nya in genom en rekommendation från någon i personalen. Annars så ger jag alltid övriga i personalen en chans att påverka val av person.

Ni gillar att tävla har jag hört?

- Vi har vunnit några säljtävlingar och nu har vi sparat ihop en riktigt fin slant. Den 3 februari åker nästan hela personalstyrkan till Stockholm tillsammans. Det ser vi verkligen fram emot!

Hur beskriver du dig själv som ledare?

- Jag försöker att inte förarga någon och jag har inget behov av att bestämma över någon. Visar tydligt de som gör rätt att jag tycker om. Skapar en kultur. Gillar inte att man står och gör ingenting. Finns alltid något att göra. Personalen är så nöjda. Försöker lyfta dem. Man är rädd om dem man har. Skapa variation i arbetsuppgifter.

Berätta om din historia inom Coop.

- Jag började arbeta 1998 på bröдавdelningen på Coop Älvsbyn och blev sedan kvar. Jag blev butikschef 2019 då brorsan (Jan-Olof Lindström) började som stormarknadschef på Stora Coop Piteå. Före det arbetade jag tillsammans med brorsan i cirka 10 år som biträdande butikschef. Jag gillade att arbeta med brorsan, det fungerade hur bra som helst och än idag så hjälper vi varandra då det behövs.

Vi frågade även en annan anställd på Coop Älvsbyn, Johanna Björk, vad hon ansåg om Barbro som chef.

- Hon är verkligen värd detta pris! Jag tycker att hon är driven och gillar utmaningar. Ingenting är omöjligt för Barbro. Sedan är hon duktig på att se och höra alla. Hon är den bästa chef som jag har haft!



Barbro Nilsson tillsammans med Coop Norrbottens Vd Peter Fjällborg och HR-chef Maria Lindmark

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 är ägarombuden 2022.

ARJEPLOG

Coop Arjeplog

Ann-Kristin Jakobsson

ARVIDSJAUR

Coop Arvidsjaur

Ann-Christin Lindqvist
Ersättare: Per Ågren

BODEN

Stora Coop Boden

Madeleine Lindvall, Robert Andersson
Ersättare: Tania Antonsen

Coop Sveafältet

Birgitta Åström
Ersättare: Roger Blanksvärd

Coop Harads

Kjell Olsson

GÄLLIVARE

Stora Coop Gällivare

Roland Nirlen

Coop Gällivare Luleåvägen

Saknar ombud

Coop Gällivare Centrum

Roland Nirlen

HAPARANDA

Coop Haparanda

Ann-Kristin Myllymäki
Ersättare: Agneta Franzén

JOKKMOKK

Coop Jokkmokk

Svea Karlsson
Ersättare: Elisabeth Kuoljok

Coop Vuollerim

Kristin Amundsson

KALIX

Stora Coop Kalix

Markus Barsk, Anette Wernersson
Ersättare: Elisabeth Nyman

Coop Sangis

Erling Lundh

KIRUNA

Stora Coop Kiruna

Kristoffer Baas, Carina Bergström
Ersättare: Carina Olofsson

Coop Lappgatan

Saknar ombud.

Coop Kiruna Centrum

Saknar ombud.

Coop Trädgårdsgatan

Monica Sirén

Coop Föraregatan

Harry Pohjanen

Coop Jukkasjärvi

Stina Holmberg

Coop Svappavaara

Ragnhild Waara

Coop Vittangi

Yana Mangi, Roger Renblom

LULEÅ

Stora Coop Storheden

Maria Ahlbäck, Viktoria Mattsson
Ersättare: Ingegerd Olofsson

Stora Coop Örnäset

Gun Åberg, Leif Wikman
Ersättare: Doris Lundin

Coop Loet

Rolf Olsson

Coop Mjölkudden

Mattias Karlsson

Coop Björkskatan

Hanna Sundqvist

Coop Bergnäset

Saknar ombud.

Coop Råneå

Göran Johansson

Coop Kalkkällan

Maria Lindvall

Coop Varvet

Ann-Christin Larsson

PAJALA

Coop Pajala

Birger Skarpsvärd
Ersättare: Gudrun Greus

PITEÅ

Stora Coop Piteå

Lars Berglund, Massoud Aslani

Coop Norra Ringen

Mojgan Azari

Coop Strömlida

Sofie Berglund

Coop Munksund

Monika Lundkvist

Coop Öjebyn

Regis Cabral

Coop Rosvik

Marianne Muschow

ÄLVSBY

Coop Älvsbyn

Jan-Erik Lindmark
Ersättare: Elaine Nyberg

ÖVERKALIX

Coop Överkalix

Eva Ahlbäck, Annbritt Henriksson

ÖVERTORNEÅ

Coop Övertorneå

Kerstin Vanhaniemi, Roland Björkén

Valberedning för ägarombud

Bertil Pääjärvi, Kalix
Birgitta Higberg, Pajala
Bo Gillberg, Boden
Elisabeth Persson Holmdén, Kiruna
Georg Strömbäck, Luleå
Inga-Lisa Johannessen, Haparanda
Irma Widén, Luleå
Kristina Larsgren, Piteå
Mustafa Tokalic, Luleå
Siv Norrbin, Kalix
Sune Nilsson, Haparanda
Sören Niva, Pajala
Tage Töyrä, Övertorneå

GÖR SKILLNAD FÖR NORRBOTTEN



Var medlemmarnas röst
Bli ägarombud

Tillsammans är vi den goda kraften i Norrbotten.

Vi verkar inte bara för att vara den goda kraften för våra medlemmar utan vi lägger även stor vikt vid att vara den goda kraften för våra medarbetare.

Vi tar hand om våra medarbetare, så att de tar hand om våra kunder.

Vi arbetar med kompetenshöjande aktiviteter och utbildningar löpande, både digitalt och fysiskt. Vi försöker även lyfta fler att söka ledande befattningar genom olika ledarskapsutbildningar.

Alla anställda på Coop Norrbotten får 10% personalrabatt i våra Coop butiker.

Något som genomsyrar vår kultur är Tillsammansskapet. Hos oss hjälps vi åt i både smått och stort. Våra värderingar är att vi ska vara **MODIGA, VÄLKOMNANDE, ANSVARSFULLA** och **INSPIRERANDE**.

Vi arbetar tillsammans med andra för en hållbar framtid och för att skapa en positiv kraft i samhället. Några exempel: Änglamarkspriset – stödjer ungas initiativ inom miljö och ekologi. BRIS – får bidrag genom försäljning av Coop-mjölk. Vi-skogen – bekämpar fattigdom och förbättrar miljön genom trädplantering.

Som medarbetare på Coop Norrbotten får man företagshälsovård vid Falck och alla anställda får 3000 kr i friskvårdsbidrag.



SOCIALA MEDIER

DAGS FÖR OMSTART

Årets trendspaning från Food & Friends handlar framför allt om hur mat, dryck och måltider kommer att påverkas under en lågkonjunktur och tar upp frågor som: Hur kommer vi att äta och handla? Hur kommer restaurangerna att hantera situationen? Kommer vi att stänga in oss hemma, eller får vi roa oss och i så fall hur?

Dags för omstart

När Food & Friends presenterar sin årliga trendspaning för 19:e året i rad är temat: "Dags för omstart". Genom historien är det just vid kriser som vi har tänkt nytt och tagit ut nya riktningar. När vi kommer ut på andra sidan pandemin möter vi en värld med krympande ekonomi, politisk oro, miljö- och klimatkriser samt brist på arbetskraft – och då fungerar inte det beprövade.

Ekonomiska utmaningar kan ta sig olika yttryck i hur vi agerar, från att det blir genant att spendera pengar publikt till att det blir en utmaning att ens få ihop tre mål mat om dagen. Men mindre pengar i plånboken betyder inte att all försäljning minskar, det finns varor som kraftigt ökar sina volymer under kristider.

Snikflation

De prisökningar som sker fångar inte hela värdeminskningen, därför behöver vi nya begrepp utöver "Inflation". Vid Snikflation kan priset på en produkt vara det samma men kvalitén på råvarorna sämre. Det kan även vara en försämring av service eller längre leveranstider. På restauranger kommer Snikflation synas i form av att enklare ingredienser används i köken och att en del av servicen skjuts över på gästen.

Strumpor har använts av ekonomer som ett exempel på Snikflation, där en del tillverkare hellre gör dem tunnare än höjer priset.

Krympflation

Ett till komplement till inflation är Krympflation, där man minskar volymen av en vara utan att priset förändras. Mindre för samma kostnad. Det här bevakas av konsumentgrupper på nätet där man kan hitta en del skamliga exempel. Krympflation praktiseras också på restauranger, allt fler recensioner under 2022 handlar

om att proteinet har krympt. Trenden med Small Plates slog igenom vid förra recessionen 2009, och kommer att fortsätta att vara viktig för krögare. Med modultänkande så ökar de flexibiliteten ännu mer.

The crises foodplate

Kriser påverkar hur vi äter och det blir självklart ett helt annat fokus på pris än tidigare. Det lokala, hälsosamma och ekologiska är bland det första som byts ut på inköpslistorna. Fukt och grönt kommer att minska. Även hållbarhet kommer att bli nedprioriterat då konsumenterna har fokus på annat. Under pandemin berättar krögare att matallergierna minskade, vilket är ett tecken på att vi bara klarar att ha fokus på en sak i taget. 2023 kommer vi till stor del att äta maträtter som vi känner igen, kända och prisvärda rätter som pasta, pizza och hamburgare kommer att klara sig bra.

We meat again

Oroligheter i världen får oss att vända bakåt i utvecklingen, till exempel vad gäller kött. Förra året plockade McDonalds i USA bort de vegetariska burgarna från menyn, eftersom de inte säljer. Sedan 2016 har svenskarnas köttkonsumtion minskat med 3–4 procent årligen, men 2022 ökade den igen med 2,1 procent. Mest ökade kyckling som växte lika mycket som alla andra köttslag tillsammans.

Flexitarianer

Även om vi 2021 åt mer kött än året innan så är det ett hack i kurvan. Krympflation kommer att få kockarna att begränsa proteinet på tallriken, och vi kommer att gå mot mer vegetariskt ätande för att Staten kliver in med lagstiftning och rekommendationer. I Sverige är andelen vegetarianer konstant, men flexitarianerna ökar: de som

aldrig äter vegetariskt har på 6 år minskat från 21% till 12%. När vi lagar mer vegetariskt ökar intresset för smaken umami, som kött har varit en källa till. Därför ser man en trend av umami-rika tillsatser.

Sweet comfort

Det påstås att det vi stoppar i munnen även kan ge mentala effekter. Drycken ”Rosemary Water” konnoterar bättre minne i sin marknadsföring. Nästa ämne att notera i den här världen är Adaptogener, en samling ingredienser som anses öka kroppens förmåga att hantera stress så som hård fysisk belastning, mental påfrestning, extrem värme, kyla eller sjukdomar. Inom EU är termen Adaptogen förbjuden att använda i marknadsföring.

Caféification

Restaurangerna möter en dubbel utmaning av vikande efterfrågan kombinerat med ökade kostnader, men trots mindre pengar att röra sig med kommer människor att fortsätta vilja ses ute. Detta behöver restaurangerna möta med nya koncept, som ”Cafefering”, det vill säga en plats som fortfarande tillfredsställer behovet av att ses men också passar konsumentens plånbok. Även barsidan rör sig mot mer informell stämning,

Uberficering

För 15 år sedan var det få som hoppade in i bilar med okända förare eller hyrde ut sina hem till främlingar. Men med starten av delningsföretagen Airbnb 2008 och Uber 2009 så ändrades våra värderingar, och idag har kläder gjort en liknande resa – vilket syns i en snabbt växande vintagemarknad. Nu är vi redo för mat att göra samma förvandling. Restauranger med kockbrist löser situationen genom att engagera passionerade amatörkockar som vill förverkliga sina krogdrömmar för en kväll, och matleveransföretag hämtar numera mat i privata hem.

Butikschefen som älskar utmaningar!

Vissa gör det bara en gång, andra gör gärna om det igen och igen och igen. Lena Björnfot öppnade Coop Kallkällan i mars 2022 och gjorde det med bravur och tar sig nu gärna an ännu en nyöppning på Coop Norrbotten genom Coop Sävast som öppnar i juni 2023. Vi möter Lena en dag i början av mars för att få veta mer om hur hon ska bygga Coop för Sävast.

- Jag är så tacksam för att få förtroendet att starta upp vår nästa butik. Jag älskar att sätta ihop ett bra team som tillsammans skapar en butik i världsklass, säger Lena.

I mars 2022 öppnade du Coop Kallkällan och säkert har du lärt dig en hel del. Vilka saker ska du inte göra i repris och vad ska du ta med dig?

- Oh ja, jag har lärt mig massor. På Kallkällan var alla säljare, precis som jag, helt nya i branschen. Och det är kanske att göra det onödigt svårt. Så denna gång letade jag efter både mer erfarenhet och mer matintresse hos personalen. Jag har som plan att sätta fler rutiner tidigare och säkerställa alla medarbetares kunskap.



Lena Björnfot, Butikschef Coop Sävast

Det var otroligt svårt förra gången eftersom jag knappt kunde något själv. Och jobba ännu mer med samsyn.

Coop Sävast är ju en ny butik med en rätt så varierad kundstock, både boende i närheten och mycket pendlare. Hur lyckas vi få pendlarna att stanna och handla i Sävast?

- Jag brinner för kundmötet och där tror jag att vi har mycket att vinna. Jag tror också på att skapa mycket aktiviteter och vara engagerade i närområdet för att skapa relationer och bygga varumärke. Men oavsett hur trevliga vi är behöver vi såklart också ha rätt varor, välfyllt och ordning och reda i butiken.

Jag planerar att ha många produkt-demos i butiken för att skapa engagemang och intresse, tänkte rikta in mig på tisdag och fredagar och i förlängningen kanske kunna ha demos varje dag. Jag är stolt ambassadör av Coops egna varumärken och kommer att fronta dessa mycket i butiken.

Men det är viktigt att verkligen lyssna på kunderna och försöka erbjuda dem det som de vill ha.

Hela personalstyrkan är nu tillsatt och de flesta börjar arbeta aktivt under april. Hur ser ditt team ut?

- Jag har allierat mig med en bodensare som biträdande butikschef som kommer från dagligvaruhandeln och det känns tryggt att hon har den erfarenheten. I teamet har vi en bra mix med tjejer och killar i olika åldrar och bakgrund, några coopare, några har vi knuckt från våra konkurrenter och några som är helt nya

Det är verkligen härliga människor, en blandning av olika personligheter och erfarenheter. Alla är känns väldigt engagerade och har stor vilja att leverera en butik i toppklass.

Avslutningsvis, hur ser du på framtiden för butiken?

- Jag hoppas förstås att vi slår alla försäljningsprognoser och att butiken går som tåget. Vi har vunnit Sävastbornas hjärtan och alla pendlare stannar hos oss, inte bara för att kompletteringshandla, utan också för att storhandla smidigt.

Vi har lyckats fånga alla golfare som finns i närheten och turister stannar och handlar hos oss medan de laddar bilen. Och givetvis att vi är bäst i klassen på NKI.

Säker mat i din butik

Tillsammans arbetar vi på Coop mot ett gemensamt mål – att erbjuda säkra livsmedel i våra butiker. Arbetet med säkra livsmedel är något som genomsyrar vår verksamhet i flera led av kedjan, allt från inköp till butik.

För att livsmedel ska vara säkra behöver de t.ex. vara hanterade i rena och fräscha lokaler, av personal med goda kunskaper om livsmedelshantering. Coop arbetar med målsättningen att alla butiker ska vara certifierade enligt Svensk standard för livsmedelshantering i butik, en standard som ägs av Svensk Dagligvaruhandel och som är godkänd av Swedac. En certifierad butik är granskad och kontrollerad av en oberoende tredjepartsrevisor.

Livsmedelssäkerhet i butik

Alla butiker arbetar med Coop egenkontroll, ett webbaserat egenkontrollprogram som är grundstommen i vårt arbete för livsmedelssäkerhet. Coop egenkontroll är butikens verktyg för att underlätta arbetet med säkra livsmedel. Ett verktyg som gör det lätt att göra rätt, här finns viktig information om vilka temperaturkontroller som måste göras, vad som ska kontrolleras när varorna kommer till butiken och hur livsmedel som butiken själv förpackar ska märkas. I egenkontrollen dokumenterar även butiken när uppgifter är utförda.

Varje butik ska ha en kvalitetsansvarig som ansvarar för frågor som rör livsmedelssäkerhet i butiken. Årligen genomförs en internrevision i butiken och genom denna följs kvalitetsarbetet och efterlevnaden av livsmedelslagstiftning upp.

Butiken får stöd i frågor om livsmedelssäkerhet av sin kvalitetssamordnare. Kvalitetssamordnaren har en viktig funktion i att stötta och utbilda butiken i arbetet med egenkontrollen, interna revisioner och förberedelser för certifieringar. Coop Norrbottens kvalitetssamordnare heter Lars Almroth och han har sammanfattat Coop Norrbottens livsmedelssäkerhet 2022 som följande:

- Avvikelser från våra livsmedelsinspektörer minskade under 2022
 - Brister vid skadedjursinspektioner minskade under 2022
 - Egenkontroll gällande livsmedelssäkerhet förbättrades under 2022
- Alla butiker i Coop Norrbotten är certifierade enligt svensk standard för livsmedelshantering i butik.



Lars Almroth, Kvalitetssamordnare Coop Norrbotten

Vid senaste revisionstillfället med externt revisionsbolag då sex butiker hade revision så hade Coop Munksund bäst resultat med noll avvikelser på sin revision, vilket är en enormt bra bedrift berättar Lars.



Coop Munksund -butiken med noll avvikelser!

Ett stort grattis till det utmärkta resultatet från revisionen med Intertek, där ni fick noll avvikelser enligt svensk handels standard för livsmedelsbutik. Hur känns det?

- Tack snälla, vi är faktiskt lite chockade ännu men otroligt glada!

Ni har en bra genomförandegrad för Coop egenkontroll under 2022 (92%), hur lyckas ni med det? Är ni flera som jobbar med egenkontrollen?

- Alla vet så klart att det ska göras dagligen fast vi är några som känner lite mer ansvar och därav ser till att det blir gjort.

Berätta hur du och Monica (er kvalitetsansvariga) jobbar för att ha koll på att butiken följer alla krav som ställs? Månadsmöten och information till medarbetare, hur jobbar ni med det?

- Mycket handlar om intresse och att känna ansvar såklart. Monica är duktig på att ta reda på saker och att

förnya de dokument eller rutiner som ska uppdateras.

Vi har ledningsgruppsmöte varje månad och där följer vi (Marith, Monica & Maritha) upp de punkter som finns och är även noga med att skriva in övriga händelser. Det kan vara att sotaren varit eller att fruktkylen är extra storstädad, kundkorgar diskade eller att kommunen varit på besök.

Det är roligt när vi kan fylla i mycket med bra saker som hänt eller om någon gjort en extra insats.

Allt handlar egentligen om att vi har gjort jobbet från grunden och att vi har en hög lägsta nivå. Jag är rätt noga med ordning och reda, vilket alla andra också känner så då blir jobbet gjort i vardagen helt enkelt.

Jag citerar en av reaktionerna efter vi fick veta att vi hade noll avvikelse som gör mig extra glad och trygg att vi får jobbet gjort, oavsett vilken dag i veckan ett besök sker:

"Roligt att det var så bra med tanke på att vi inte gått an som galningar. Det gör att resultatet känns äkta, en klapp på axeln till oss alla!"

Det är ju så det ska vara, gör man jobbet grundligt från början med bra rutiner, ordning & reda och en känsla av ansvar hos alla så får vem som helst komma och besöka oss.

Hur ska ni göra för att fortsätta att ligga kvar på denna nivå? Har ni satt upp några särskilda mål för det?

- Vi har väl inte satt något mål mer än att behålla den höga lägsta nivån vi har. Alla känner lika stort ansvar och vi vill alla ge kunden en bra upplevelse i butiken. Sen att fler kan bidra till egenkontrollen utan påminnelse vore ju toppen, fast jag vet att det är samma utmaning som för alla oavsett butik eller stormarknad, så just det uppdraget är nog mer regel än undantag.



Marith Andersson, Butikschef Coop Munksund

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 2022

Rapportens omfattning

Den här rapporten avser Coop Norrbotten och syftar till verksamhetsåret 2022.

Coop Norrbotten ingår i Coop i Sverige (CiS) vilket innebär att en stor del av hållbarhetsarbetet sker samordnat på organisationsnivå. Se mer om samordningen av Coops hållbarhetsarbete under avsnitt 3. Ytterligare beskrivning av gruppens hållbarhetsarbete hittas på Coops hemsida och delvis i Coop Sveriges årsberättelse som offentliggörs i mars 2023. Även den kan hittas på Coops hemsida under hållbarhet.

Coop består av 28 konsumentföreningar inklusive sina egna dotterbolag, samt Coop Sverige (CSAB) och Coop Logistik AB (CLAB) som tillsammans är Coop i Sverige. I tabellerna nedan som avser hela Coop i Sverige visas data från de största detaljhandelsdrivande konsumentföreningarna med butiker under varumärket Coop, samt CSAB och CLAB, dvs totalen för hela verksamheten om inget annat anges. De resultat som gäller för Coop Norrbotten redovisas separat nedan och kan jämföras med det övergripande resultatet för hela Coop i Sverige. Rapporten följer årsredovisningslagen och det tillägg som gäller obligatorisk hållbarhetsredovisning.

Den kooperativa affärsmodellen – grunden för en hållbar verksamhet

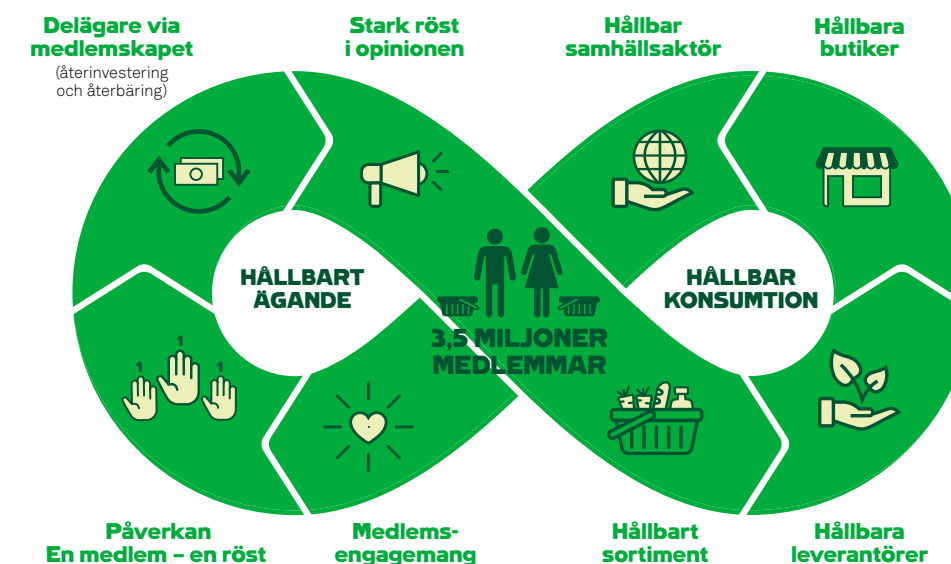
Ända sedan konsumentkooperationen grundades 1899 har det grundläggande syftet varit att skapa medlemsnytta genom den samlade styrkan av medlemmarnas konsumtion. Idag ägs Coop av cirka 3,7 miljoner medlemmar som genom sitt personliga engagemang och sina inköp lägger grunden för verksamheten. Allt överskott som skapas går tillbaka till medlemmen eller återinvesteras i verksamheten, vilket skapar ett cirkulärt kretslopp enligt Coops organisationsmodell.

Nedanstående ruta sammanfattar organisationens kooperativa värdegrund.

Coops vision
Sveriges viktigaste konsumentkraft

Vårt syfte med att verka
Vara den goda kraften i mat-Sverige

Vårt medlemslöfte
Tillsammans ger vi varje medlem mer

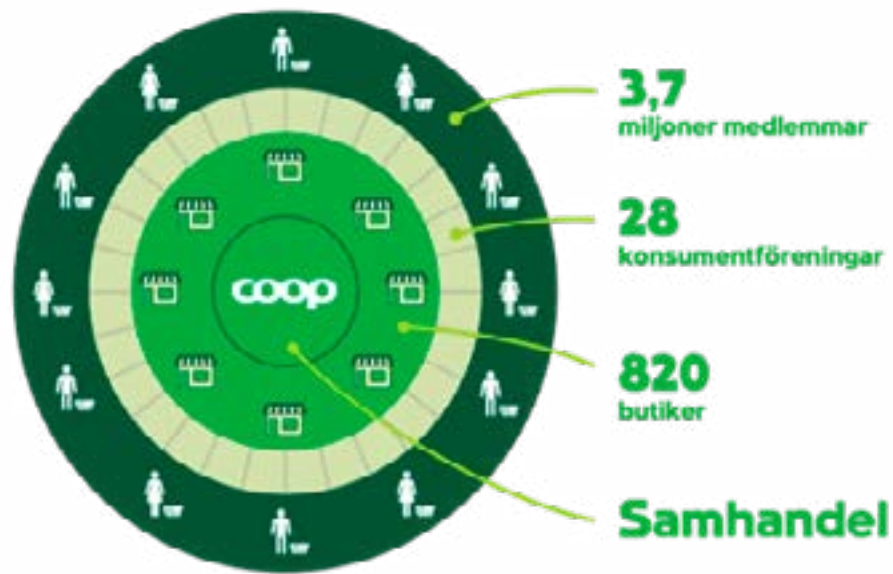


Coops organisationsmodell

Vår cirkulära kooperativa modell, med medlemmarna i centrum. Modellen visar hur vi genom vår kooperativa ägarform lägger grunden för både ett hållbart ägande och en så hållbar konsumtion som möjligt. Evighetssymbolen visar hur den kooperativa modellen är ett slutet kretslopp där alla resurser återinvesteras eller förs tillbaka till medlemmarna.

Coops kooperativa modell:

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.



Organisationen vilar på en kooperativ värdegrund och styrs demokratiskt utifrån principen en medlem, en röst. Vår vision är att vara Sveriges viktigaste konsumentkraft, och låta den ambitionen vägleda Coops arbete framåt. Med medlemmarnas intresse i centrum agerar Coop för att bidra till en hållbar utveckling och att leva upp till vårt syfte – 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 för vår omvärld. Tack vare vår stora medlemsbas kan vi dessutom vara en stark röst i samhällsdebatten och ta strid för konsumenternas bästa. Vårt medlemslöfte Tillsammans ger vi varje medlem mer (mer för pengarna, mer hållbara val och mer smidiga och inspirerande upplevelser) i kombination med vår kooperativa affärsmodell gör vi det möjligt för våra medlemmar att verka för en hållbar samhällsutveckling när de handlar på Coop.

Coops kooperativa modell

Vår gemensamma organisation och ägarstruktur redovisas i Coops kooperativa modell. I det yttersta lagret hittas medlemmarna, våra ägare, som genom sitt medlemskap i konsumentföreningen och den demokratiska processen sätter ramarna för vår organisation. I cirkelns kärna finns vår samhandel, där vi verkar tillsammans för att skapa stordriftsfördelar och dela på resurser, funktioner och skapa en riktning tillsammans, helt i linje med den kooperativa affärsmodellen. Genom vår kooperativa samhandel och vår butiksdrift skapar vi nytta för medlemmarna. Alltså strävar alla lager av cirkeln mot ett gemensamt mål,

hållbart ägande och hållbar konsumtion.

Inom ramen för varumärket Coop drivs den 31 dec 2022 totalt 820 butiker av 28 föreningarna. Genom den parti-handel som bedrivs av CSAB för hela Coop i Sverige skapas stordriftsfördelar som gör det möjligt att erbjuda våra kunder och medlemmar hållbara och prisvärda varor. CSAB ansvarar för frågor som rör sortimentsutveckling och inköp, kommersiella erbjudande, kampanj och direktreklam, online, formatstrategi för Coops olika butiksformat, all marknadskommunikation, affärsutveckling och affärsstöd. I det ingår både kvalitetsssäkring av processer och rutiner inklusive hållbarhetsfrågor samt stöd vid revisioner. De 28 föreningarna driver sina butiker under varumärket Coop som i sin tur förgrenar sig i två olika huvudformat, Stora Coop och Coop, samt den nylanserade kedjan X:-tra som i dagsläget har över 50 butiker. Alla drivs med samhandelsprinciper. Det innebär att inköp, sortimentsutveckling, kommunikation och marknadsföring osv drivs centralt för att skapa stordriftsfördelar. Föreningar och butiker får på det sättet bättre inköpspriser, gemensamma kampanjer osv. Mer information om Coops organisationsstruktur går att hitta på coop.se.

Det samordnade hållbarhetsarbetet i Coop i Sverige

Enligt det samhandelsavtal som finns mellan parterna inom Coop i Sverige 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 en gemensam hållbarhetsstrategi och hållbarhetspolicys för hela Coop i Sverige samt ge övriga delar av verksamheten tillgång till en gemensam struktur, uppföljning samt kompetens inom hållbar utveckling. Föreningarna åtar sig att agera i enlighet med de beslut som fattas av CSAB gällande hållbarhetsfrågor samt att implementera den gällande hållbarhetspolicyn och hållbarhetsstrategin. Beslut om inriktning, mål och strategier sker i styrelsen där föreningarna är representerade.

Avdelningen hållbarhet och kvalitet har under 2022 upphört att existera och har istället delats upp i tre delar med en chef och enhet för respektive del. Denna omorganisation har lett till följande uppdelning: (1) Kvalitet tillhör nu Sortiment och Inköp som bland annat arbetar med att följa upp och stärka våra varu- och leverantörskrav på både våra egna varumärken (EVM) och på andra varumärken, samt med utvecklingen av EVM. En stor del av den uppföljningen är hållbarhetsrelaterad. (2) Livsmedels säkerhet och Compliance tillhör Strategi och Affärsutveckling och ansvarar för rutin och regelutveckling kring livsmedelssäkerhet i butik och övrig drift, samt för revisioner och kontrollprojekt. (3) Hållbar utveckling tillhör nu också Strategi och Affärsutveckling. Enheten består av fyra hållbarhetstrategier, en expert på statistik och hållbarhet, samt Coops hållbarhetschef. Hållbar utveckling arbetar med strategisk riktning, uppföljning, lagefterlevnad, inspiration, utbildning, samt förvaltningen och utvecklingen av hållbarhetsdeklarationen och andra metoder. Det huvudsakliga ansvarsområdet för enheten är hållbarhet och hälsa. Allt arbete sker tvärfunktionellt vilket innebär att flera föreningar, affärsområden, avdelningar, enheter, och personer inom Coop i Sverige är delaktiga. En stor del av arbetet sker också med externa intressenter. Under 2022 har enheten hållbar utveckling även handlett fem masterstudenter och en praktikant.

Ny färdplan

Utöver det vardagliga arbetet har vi aktivt deltagit i arbetet med att ta fram en ny färdplan för en hållbar livsmedelskedja tillsammans med WWF som driver ett initiativ med de 15 största aktörerna inom livsmedelssverige. Vi sitter även med i flera grupper och råd på SvDH (Svensk Dagligvaruhandel) och har medverkat som föreläsare vid ett flertal konferenser, både i Sverige och utomlands.

Följande avsnitt beskriver huvuddragen av det samlade hållbarhetsarbetet som sker inom Coop i Sverige och några av de resultat som har uppnåtts. För vidare läsning om hållbarhetsarbetet och de samlade resultat som har uppnåtts inom Coop hänvisas till Coops hemsida samt äldre versioner av års- och hållbarhetsredovisningar.

Coop i Sveriges hållbarhetsarbete

Vårt medlemslöfte är "Tillsammans ger vi varje medlem mer" och vår vision är att vara den goda kraften i mat-Sverige vilket sammantaget ger oss en helhetsbild som vi ska verka efter. För att uppnå detta bedriver vi ett ambitiöst hållbarhetsarbete som styrs av vår policy och hållbarhetsstrategi. Under hösten 2022 har arbetet med denna strategi intensifierats och beräknas vara klart under våren 2023. Via KF, Kooperativa förbundet, 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 FN:s 17 globala mål 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. Vår största påverkan har identifierats inom mål 12 som fokuserar på hållbar konsumtion och produktion.

Coops hållbarhetsstrategi

Vår hållbarhetsstrategi bygger på att integrera hållbarhet i alla våra processer och rutiner för att säkra att hållbarhetsaspekten är omhändertagen i allt vi gör. Under slutet av 2021 specificerades sex strategiska hållbarhetsområden som utgör huvudpelarna i hållbarhetsstrategin. Dessa är (1) Minskad klimatpåverkan, (2) Endast cirkulära flöden, (3) Ökad biologisk mångfald, (4) Hälsosamma vanor, (5) Minskad antibiotikaanvändning och (6) Öka hållbara val. Arbetet med dessa områden har fördjupats under 2022 och vi arbetar i dagsläget med att skapa en plattform för att underlätta och utveckla arbetet i linje med hållbarhetsstrategin för Coop i Sverige. En viktig del av det fortsatta arbetet är att hitta ett nuläge att utgå från. Denna nulägesbild kommer tas fram under Q1 2023 och syftar till att tydliggöra de gap som finns för att uppnå vår strategi. Denna gapanalys kommer i sin tur presenteras på det strategiska styrelsemötet som hålls i juni/juli med ambitionen att förbättra och utveckla den nuvarande strategin och sätta ett gemensamt hållbarhets- och hälsoarbete för Coop i Sverige. Det kommer att skapa tydlighet i vad vi menar med hållbar utveckling och hälsa, inte bara internt, utan även externt och framför allt mot våra medlemmar.

Hållbarhetsdeklarationen

Sedan 2019 har CSAB utvecklat hållbarhetsdeklarationen vilket är ett metodverktyg som syftar till att redogöra ett livsmedels hållbarhetsavtryck. Utvecklingsarbetet har skett tillsammans med leverantörer och standardägare samt expertis både internt och externt. Ambitionen med utvecklingen av hållbarhetsdeklarationen är delvis

att styra vårt sortiment och våra inköpsprocesser i en mer hållbar riktning, och dels att fungera som stöd och underlätta för kunden att göra mer hållbara konsumtionsval vid köptillfället. Efter lanseringen våren 2021 har vi utvecklat regelverket som redovisar metodiken bakom verktyget samt de källor som använts. Tillsammans med experter har vi under 2022 genomlyst och granskat alla tio parametrarna som ingår i verktyget för att fördjupa trovärdigheten och användningspotentialen. Under senhösten 2022 granskades framför allt de tre sociala parametrarna extra noga. Parallellt har vi även utvecklat den interna styrningen med stöd i hållbarhetsdeklarationen. Tydliga mål har satts upp för både sortimentsutvecklingen och för inköpsprocesserna. Vi har även skapat förutsättningar att följa upp försäljningsutvecklingen kopplat till parametrarna i hållbarhetsdeklarationen och ett fördjupat arbete för klimatparametern. Det arbetet kommer att fortsätta under 2023 och framåt.

Under 2022 har vi vid ett flertal tillfällen uppmärksammat i media och fått nomineringar till, och vunnit, ett flertal hållbarhetspriser för hållbarhetsdeklarationen. Coop Trading, SOK (Coop Finland) och Coop Norge har under 2022 visat stort intresse för att implementera hållbarhetsdeklarationen i sina processer för inköp och sortimentsutveckling. Flera möten har genomförts för att påbörja det arbetet och det kommer att intensifieras under Q1 2023.

För att öka användandet av verktyget ute i butikerna ska en utbildning av butikspersonal ske då det framför allt är i mötet mellan personalen i butik och kund som vi kan påverka och främja användandet av hållbarhetsdeklarationen. Vi har under 2022 undersökt hur möjligheterna ser ut för att genomföra en sådan utbildningsinsats av personalen. Undersökningen visar att vi inte kommer genomföra den under 2023 utan att den i stället kommer äga rum under 2024. Dock kommer alla nödvändiga förberedelser ske under 2023.

31 dec 2022 var det mer än 13 800 varor som har hållbarhetsdeklaration där ca 92% av EVM och Frukt & Grönt har det. Målet är att 100% av våra omsatta varor ska ha en hållbarhetsdeklaration. 31 dec 2022 hade ca 75% det. Läs mer om hållbarhetsdeklarationens parametrar och regelverket på coop.se/hallbarhetsdeklarationen.

Science Based Targets - vårt klimatarbete

Under november månad 2021 fick vi våra ambitiösa klimatmål godkända av Science Based Targets. Det innebär att vi har som mål minska vår klimatpåverkan (Scope 1 och 2) med 50% fram till 2026. För att lyckas med detta arbetar vi bland annat med att byta ut gamla köldmedia, välja fossilfria transportmöjligheter, förflyttning till tågtransport istället för lastbil, samt satsa på energispa-

rande lösningar såsom solceller på vårt nya automatlager. Vi ser också över våra flygtransporter för säsongsvaror och har under 2022 diskuterat strategier tillsammans med andra i branschen för hur vi ska minimera dessa.

Till 2026 ska 2/3 av våra leverantörer ha satt sina Science Based Targets och vi ska minska våra produkters klimatpåverkan med 25% jämfört med basåret 2019. Detta kräver mycket av oss internt, men för att lyckas kommer vi också behöva samarbeta med andra aktörer i branschen och i varornas livscykelkedja. Arbetet med att nå de uppsatta målen kommer att beröra hela Coop i Sverige och har planerats under 2022. Vi har bl a tagit fram underlag för vilken klimatpåverkan vi har idag per kategori, förening, produkt, tidpunkt, butiksformat osv. Det ger oss en tydligare nulägesbild av vad vi kan göra nu och vad vi måste satsa på kommande år för att minska vår klimatpåverkan och nå våra mål.

Våra mål är bara en början på vårt klimatarbete. Vi kommer, liksom Sverige och resten av världen, sträva efter att minska våra klimatpåverkande utsläpp och nå netto noll utsläpp. Sveriges riksdag har satt det nationella målet netto noll utsläpp år 2045.

Vårt sortiment

Eftersom den största miljömässiga och sociala påverkan från Coops verksamhet kommer från produktionen av de varor som säljs i butik så 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 idag redan omfattande hållbara sortiment. I det arbetet använder vi oss bland annat av hållbarhetsdeklarationen som vägledning och metodik.

Vi är stolta över att vara en dagligvarukedja som ligger i toppen med avseende på försäljningen av ekologiska livsmedel, som under 2021 var 7,8% av hela Coop i Sveriges livsmedelsförsäljning. Detta är dock en fortsatt minskning från 9,2% (2019) vilket motsvarar den generella nedåtgående trenden i hela branschen de senaste tre åren. Vi ser däremot att den övergripande efterfrågan på svenska livsmedel ökar. Men trots det minskade även varor med Från Sverige-märkning något från förra årets uppgång (2020 10,1% till 2021 10,0%). Vad det gäller siffrorna för 2022 års försäljning så hänvisar vi till Coop Sveriges hållbarhetsredovisning på coop.se.

När det gäller andra hållbarhetsmärkningar ser vi en liknande minskning, t ex varor märkta med nyckelhålet. Under 2022 har vi genomfört en analys och tillsammans med KRAV försökt förstå drivkrafterna bakom denna nedåtgående trend. Resultatet av analysen är inte klar ännu men visar på att de lokalt producerade produkterna

säljer mer och att det skett en tydlig förflyttning inom mejeri från animaliebaserade mejeriprodukter till växtbaserade. Dock följer inte ekologisk produktion med vid detta utbyte och det kan vara en bidragande orsak till minskningen.

Kopplat till världsläget som påverkat oss mycket under 2022 kan vi se en svag trend kopplat till priset för konventionellt producerade livsmedel och ekologiskt producerade och att de närmar sig varandra då det konventionella har ökat i pris och närmat sig det ekologiska. Det beror bl a på ökade kostnader för insatsmedel i produktionen. Vi följer den utvecklingen noga för att kunna komma fram till ett resultat under 2023 kring anledningar kring den vikande försäljningen av ekologiskt.

Under 2020 - 2022 har arbete skett kring EU-ekologiskt, en förordning som styr hur vi ska hantera ekologiska produkter på rätt sätt i våra flöden. Idag har rutiner, arbetsinstruktioner, uppföljning, och revision implementerats och är en del av det dagliga arbetet i butik och lager.

Våra förpackningar och plastanvändning

Förpackningsfrågan är en viktig fråga för vårt hållbarhetsarbete kopplat till sortiment. Förpackningen är ofta en symbol och kommunikationsyta till medlemmen och kunden kring hållbarhet. Inom EU sker idag ett stort arbete med ny lagstiftning, riktlinjer och direktiv. Hårdare lagstiftning från EU träder i kraft varefter och vårt förberedande arbete för att uppnå lagen har fortsatt under hela 2022. Vi ligger väl i fas med att genomföra de åtgärder som lagen kräver och under 2021 fastslogs ett ställningstagande för plast som bygger på SUP-direktivet från EU. Vårt arbete med förpackningar och plast utgår från det ställningstagande, samt från vårt samarbete med Svensk Dagligvaruhandel (SvDH) då förhållningssättet till plast och förpackningar är till stor del branschgemensamt.

- Coops användning av plast ska vara resurseffektiv, innovativ och ansvarsfull. Vi ska jobba för att minska vår plastanvändning där så är möjligt.
- År 2025 ska alla Coops plastförpackningar under egna varumärken, samt alla förbrukningsvaror för mat och dryck förpackad i butik, vara återvinningsbara.
- År 2030 ska alla dessa förpackningar vara tillverkade av 100 procent förnybar eller återvunnen plast.
- Vi ska aktivt bidra till att öka våra medlemmars kunskap om plast och att allt mer plast återvinns och återbrukas.

Under 2022 har vi också, tillsammans med flera intressenter, initierat ett gemensamt synsätt och metodik kring on-the-go förpackningar. Det vi lärt oss från vårt arbete är att det är omfattande och svårt att samordna branschen trots den kommande lagstiftning som alla måste följa. Vi förstår nu bättre vad vi behöver göra själva och hur vi ska lyckas med detta. Vi har även deltagit i ett branschgemensamt arbete som Axfoundation och SvDH driver kring lastbärare för hemleverans av beställningar online. Tillsammans i branschen undersöker vi möjligheterna med ett gemensamt roterande system. Flera erfarenheter från on-the-go initiativet kan användas även här. Under 2023 kommer vi tillsammans med branschen fortsätta att hitta gemensamma lösningar.

Matsvinn och avfall

En viktig fråga för Coop och för oss på Coop Norrbotten är att minska matsvinnet i butik och lager. Genom insatser så som förbättrade beställningssystem som ser till att det finns tillgång till rätt mängd varor i butik, färdigrätter av mat med kort bäst-före-datum, och sänkta priser på varor med kortare hållbarhetstid så har vi lyckats minska vårt svinn under de senaste åren. Vi har under 2022 kartlagt våra processer och metoder som skiljer sig åt över landet. Genom kartläggningen kan vi lättare sätta upp rutiner som bygger på best-practice då flera föreningar och enskilda butiker har genomfört insatser för att minska sitt matsvinn under 2022. T ex har Coop Varberg anställt en kock för att förädla och skapa nya produkter av potentiellt matsvinn och CBS tillsammans med KfS (Coop Butiker och Stormarknader och Konsumentföreningen Stockholm) har tagit fram ett eget koncept kring matsvinn som man nu använder i alla sina butiker. Utgångspunkten i avfallsarbetet utgår från vårt ställningstagande 2020 Matsvinn ska vara mindre än 1% av omsättningen 2025. Vårt ställningstagande är även riktat till konsumenterna och arbetet med att uppmuntra minskat matsvinn i hemmet kommer att fortsätta under 2023, liksom arbetet med att ta fram fler interna rutiner kopplat till matsvinn.

Coop Norrbotten arbetar dagligen med att minska matsvinnet i våra butiker. Ett av de viktigaste verktygen vi har är vårt eget automatiserade beställningssystem som ser till att det finns tillgång till rätt mängd varor i butik. Ju bättre vi styr våra dagliga inköp desto mindre blir vårt matsvinn. På Stora Coop Storheden har vi även en restaurang som tar reda på stor del av den mat som annars skulle kastas och förvandlar till både lunch och förpackade färdigrätter som säljs via våra butiker.

Många föreningar har startat upp ett samarbete med olika aktörer, såsom församlingar, ideella föreningar och

organisationer. De tar hand om delar av vårt matsvinn som blir till mat i soppkök och också matkassar till behövande. Ett exempel är Matmissionen i Stockholm, en social matbutik som gör gott både för människa och miljö.

Coop Norrbotten tar nu steget vidare i vårt samhällsengagemang och väljer att tydliggöra våra interna processer för att kunna jobba med matsvinnssamarbeten.

Under 2023 kommer Coop Sverige även att undersöka andra avfallsfraktioner än matsvinn och se över vilka lösningar som finns i föreningarna och butikerna. Utifrån det kommer vi ta fram rutiner för avfallshantering med ambitionen att inte ha något avfall som en del av vår strategi. Den inventering som vi gjort visar på olikheter inom Coop i Sverige på sorteringsgrad och fraktioner. Mycket beror på utrymme för sortering. De mindre butikerna har självklart det svårare att skapa plats för omfattanden källsortering. Det är en kommande utmaning som vi tillsammans inom Coop i Sverige ska lösa kommande år.

Ytterligare initiativ under 2020 som förtjänar uppmärksamhet inkluderar att vi skapat förutsättningar för föreningar och butiker att använda tjänster såsom Too-good-to-go och Karma som erbjuder lösningar för försäljning av varor med kort best-före-datum. Vi har även sett över våra avtal med avfallsleverantörer och stärkt vårt samarbete med Matmissionen, en del av Stadsmissionen. Matmissionen är butiker som tar emot leveranser från livsmedelsproducenter och butikskedjor som av olika anledningar inte går att sälja i vanliga butiker. I stället säljs dessa produkter i matmissionens butiker.

Hälsa

Ett ställningstagande för hälsa antogs under 2022 och ligger till grund för hur vi ska arbeta framåt. Vi har under senhösten lyft upp mat-pyramiden som KF lanserade för första gången 1974. Den visar tydligt på hur vi ska äta för att vara mer hälsosam. Flera varianter av mat-pyramiden finns till vårt förfogande och nu planerar vi att lansera den igen. Den lanseringen ligger väl i linje med vårt ställningstagande för hälsa. Vi kommer också tillsammans med branschen stärka arbetet med främjandet av livsmedelsverkets rekommendation att alla ska äta minst 500 gram frukt och grönt per dag.

Coops ställningstagande för hälsa lyder:

Coop ska skapa förutsättningar för medlemmar och kunder att äta mer hälsosamt genom att utveckla, marknadsföra och inspirera till ett hälsosammare grönare liv. Coop sätter mål för hälsosam växtbaserad försäljning 2025 och 2030.

Sammanfattning av Coop i Sveriges hållbarhetsarbete

Under kommande år kommer den återhållsamma budgeten till följd av det rådande världsläget med stigande inflation, ökande räntor och ett krig som påverkar livsmedelsproduktionen ha en signifikant påverkan på Coop i Sverige. Vi kommer inte kunna genomföra stora förändringar kopplat till hållbarhet. Dock kan vi fortsätta arbeta med det som vi har påbörjat. Genom att under rådande omständigheter arbeta med att skapa beredskap för framtiden gör oss mindre sårbara för framtiden. Vi vet att vi måste minska vår negativa påverkan på miljön och verka för en hållbar utveckling för att framtidssäkra vår verksamhet och fortsätta vara konkurrenskraftiga. Den beredskapen ska genomsyra Coops hållbarhetsarbetet under 2023.

**Vad har vi
Tre ställningstaganden, sex prioriterade
hållbarhetsområden, SBT (Science Based
Targets) och hållbarhetsdeklarationen.**

**Stort engagemang hos medarbetare kring
hållbarhet och hälsa i hela Coop i Sverige.**

**Vad ska vi ta fram Q1-2 2023
Strategi för hållbarhet och hälsa
Nuläge för hållbarhet och hälsa**

**Vad blir det
Coop i Sveriges strategiskt ramverk för
hållbarhet och hälsa**

Våra leverantörer

Vi strävar efter att 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, miljö och matfusk. 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 övergripande arbete med hållbarhet och hälsa med leverantörerna utgår från FN:s 17 globala mål. Coops varu- och leverantörskrav ställer specifika krav på bland annat djurvälstånd, hållbart fiske, och utfasning av farliga kemikalier. Den är en bilaga till avtalet mellan oss och leverantören. Samtliga leverantörer, deras underleverantörer, och övriga affärs- och samarbetspartners omfattas av Coops krav, som ofta går längre än vad lagstiftningen kräver. Varu- och leverantörskraven gäller även lokala och regionala inköp som sker genom föreningarna och via butikerna direkt. Läs mer under avsnitt 4.4.

Vanligtvis revideras Coops varu- och leverantörskrav årligen, men under 2022 upphörde denna översyn tillfälligt kopplat till arbetsmetoder, undantagsprocessen och innehåll. Den tas nu upp igen och kommer att vara intensiv under Q1-2 2023 med syftet att implementera varu- och leverantörskraven i hela verksamheten samt öka förståelsen för vilka krav vi i nuläget ställer på leverantörerna. Vi vill också öka transparensen med vilka krav vi ställer och arbetsmetoder vi har och planerar därför under 2023 lägga upp varu- och leverantörskraven på vår hemsida.

Revisioner

Som inköpare av varor från ett stort antal leverantörer finns det 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 2022 har färre revisioner genomförts på plats till följd av Corona pandemin. Dock sker kontroller av dokumentation löpande trots pandemin och där det har varit möjligt har vi genomfört revisioner med lokala revisorer eller konsulter. Revisioner som genomförs genom besök i högriskländer kommer att återupptas så snart restriktioner kopplat till pandemin tas bort.

Vanliga år kontrolleras kontinuerligt leverantörer av EVM-produkter genom besök och revisioner för att säkerställa att de lever upp till produktsäkerhet, djurvälstånd, och socialt ansvar. När det kommer till andras varumärken (AVM) genomför Coop stickprovskontroller för att kontrollera den ekologiska och sociala hållbarheten i värdekedjor. Alla leverantörer har drabbats av samma problem att inte kunna genomföra revisioner i samma utsträckning som innan pandemin.

Undantagsprocessen

När vi upptäcker avvikelser från våra varu- och leverantörskrav eller från vår uppförandekod tar vi gemensamt med leverantören fram en handlingsplan för att se till att föreslagna förbättringar sker. Vi har en undantagsprocess som vi följer där vi anger tidsram samt handlingsplan för undantaget. Skulle leverantören inte följa den överenskomna handlingsplanen kan det bli aktuellt att bryta affärsöverenskommelsen. Undantagsprocessen genomgår ett förbättringsarbete efter att vi omorganiserat oss och därför måste vi hitta nya sätt att dels ge plats för all information innan beslut om undantag fattas samt hitta rätt eskaleringsvägar för beslut av undantaget. Det förbättringsarbete följer arbetet med varu- och leverantörskraven så att båda blir en naturlig del av arbetet med inköp.

Lokal mat

CSAB är ansvarig för den centrala partihandeln, vilket säkerställer riskbedömning, kvalitetsgranskning och uppföljning. En viktig del av det arbetet handlar också om att kunna erbjuda våra medlemmar och kunder ett lokalt anpassat sortiment. Dessa inköp sker lokalt och med samma höga krav på kvalitet, hållbarhet och säkerhet. 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 samt varu- och leverantörskraven. Genom våra inköp från lokala producenter bidrar vi till ett bevarande av en levande landsbygd och småskalig svensk produktion av hög kvalitet.

Citrus i Marocko

I april 2022 publicerade Oxfam, på uppdrag av Coop, en rapport med avseende på arbetsförhållandena för migrant-och säsongsarbetare vid citrusproduktionen i Marocko. Oxfam genomförde en sk HRIA (Human Right Impact Assessment) där risker identifieras och där Oxfam kompletterar med en handlingsplan för att minimera riskerna och förbygga kommande risker. Under Q2- Q4 2022 har vi tillsammans med Oxfam och framför allt ETI Sverige (Etichal Trading Initiative) arbetat med att skapa en bredare bild av hur andra inom livsmedelsbranschen agerar. Vi har inom arbetet med ETI specifikt lyft migrant- och säsongsarbetarens situation och tillsammans med andra inom livsmedel och dryckesbranschen arbetat fram en modell för dialog med arbetare, producenter, köpare, transportörer, och fackförbund för att skapa bättre förutsättningar för arbetarna. Coop har hela tiden varit

transparenta med resultatet från rapporten och på så sätt skapat förutsättningar för en konstruktiv dialog mellan medlemmarna i ETI. Detta arbete kommer att fortsätta även under 2023.

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, ger kunden inspiration, har ett hållbart utbud, och som guidar kunderna till det hållbara sortimentet i butiken. Denna höga ambitionsnivå ger oss förutsättningar för att fortsatt vara det ”grönaste varumärket”. Det är också viktigt för oss att ha en hög ambition då merparten av vår verksamhets direkta påverkan på klimat (scope 1 och 2), resursanvändning, samt andra hållbarhetsaspekter kommer från butiksdriften och våra lager, i form av framförallt godstransporter, köldmedia, avfall (matsvinn), plastanvändning etc. I årets framtagning av hållbarhetsre-dovisningen har fler föreningar rapporterat sin klimatdata (Coop Gotland samt Coop Grensemat med tillhörande dotterbolag Maximat Nordby och Maximat Svinesund) vilket har resulterat i högre redovisade siffror jämfört med tidigare år men också till en ökad insyn i våra föreningars klimatpåverkan.

Genom vårt arbete med våra klimatmål enligt Science Based Targets och våra ställningstaganden kring plast och matsvinn så strävar vi efter att sätta in rätt sorts insatser som sammantaget kommer minska vår klimatbelastning. Vi har även tagit fram ett butiksmaterial som visar på hållbarhet och genom färg, form och budskap ska skapa en mer hållbar och hälsosam känsla hos kunden. Detta material kommer att finnas tillgängligt i alla våra butiker under 2023.

Klimatpåverkan

Under pandemin 2022 har Coops personal, på kontor, i butik och i våra terminaler, samt våra kunder utsatts för provningar till följd av nya köpmönster efter pandemin, stigande inflation, priser som varierar på råvaror och produkter, energipriser som stiger till nya nivåer, stigande ränta och ett krig i Europa med bl a dyrare insatsmedel för jordbruket. Till det även efterdyningar av pandemin i Sverige och låg vaccineringsgrad i flera av länder där våra produkter produceras. Allt detta har gjort 2022 till ett år där vi tillsammans fått ställa om och agera snabbt och aktivt. Det har vi kunnat tack vare ett stort engagemang från alla aktörer inblandade, både inom Coop i Sverige och inom branschen.

Samlat på nästa sida finns tabeller som visar på Coop i Sveriges samt **Coop Norrbottens** klimatpåverkan kopplat till elförbrukning samt andra mätpunkter med tillhörande växthusgasutsläpp. Notera gärna att fler föreningar har varit rapporteringsskyldiga i år (Coop Gotland och Coop Grensemat med tillhörande dotterbolag) vilket bidrar till högre siffror jämfört med tidigare år på vissa mätpunkter.

Samtliga av Coop Norrbottens butiker försörjs med förnybar el och har implementerat det hållbara kund-varvet. Vi har i dagsläget en butik som drivs med solceller, Coop Norra Ringen, vilket även kommer installeras på den nya butiken Coop Sävast. Vi satsar också på att erbjuda våra kunder att ladda sina elbilar hos oss och det gör vi på Coop Arjeplog, Coop Arvidsjaur, Coop Norra Ringen, Coop Rosvik, Stora Coop Kiruna, Stora Coop Gällivare, Stora Coop Kalix, Stora Coop Boden och Stora Coop Storheden.

Handlingsplan

Coop Norrbotten har som mål att spara 5% energiförbrukning under 2023. Handlingsplanen innebär bland annat att:

- Släcka skyltar och parkeringsbelysning anpassat efter butikens öppettider.
- Fortsätta moderniseringen av kylanläggningar och utbyte till ledbelysning.
- Optimera driftstiderna för ventilationen.
- Se över temperaturen i butiker, lager och kontor.

Under 2023 blir det även fokus på Energironden och de delar där butikerna kan göra besparingar genom att förändra vardagliga rutiner.

Elförbrukning i MWh inom Coop Sverige totalt

Elförbrukning	2019	2020	2021	2022
El butiksdrift	386 368	434 495	404 727	410 043
El lager	22 468	21 928	22 077	21 927
El huvudkontor	-*	667	621	558
Totalt	408 837	457 091	427 425	432 529

*rapporteras inte under 2019.
** notera att några av föregående års siffror har uppdaterats efter att ny data har kommit in efter rapporteringstillfället

Växthusgasutsläpp, Coop Gruppen, ton CO2-equiv. Samt för Coop Norrbotten

Serie*	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022	Coop Norrbotten 2020	Coop Norrbotten 2021	Coop Norrbotten 2022
Köldmedier (scope 1)	10 140	10 689	10 519	158	173	343
Elförbrukning (scope 2)	4	74	105	1	4	4
Elförbrukning (scope 3)	4746	5 308	7 495	254	298	304
Fjärrvärme (scope 2)	2 407	2 559	729	126	0	0
Fjärrvärme (scope 3)	430,6	332	170	23	0	0
Tjänsteresor (scope 1)	845	699	1300	53	6	140
Tjänsteresor (scope 3)	515	343	689	31	16	98
Godstransporter online (scope 3)	3 097	2 875	1 850	52	56	12
Godstransporter logistik (scope 3)	27 368	27 603	27 760	0	0	0
Transporter marknad (scope 3)	1 500	1 581	1 068	0	0	0
Totalt	51 051	52 062	51 685	699	552	902

* notera att några av föregående års siffror har uppdaterats efter att ny data har kommit in efter rapporteringstillfället.

Växthusgasutsläpp tjänsteresor, ton CO2-equiv, för Coop i Sverige samt för Coop Norrbotten

Serie	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022	Coop Norrbotten 2020	Coop Norrbotten 2021	Coop Norrbotten 2022
Hyrbilar	6	12	16	0	0	2
Tjänstebilar	828	685	1 300	53	6	140
Egen bil (milersättning)	374	250	315	18	7	16
Tåg	1	0	0	0	0	0
Flyg	113	74	352	13	8	80
Totalt	1 322	1 020	1 983	84	21	239

Förändring utsläpp av växthusgaser i förhållande till 2008 års nivå, Coop i Sverige totalt

Serie	Förändring växtgasutsläpp, %*
2016	0,0
2017	-61,6
2018	-60,9
2019	-53,5
2020	-54,5
2021	-53,7
2022	-54,6

* notera att några av föregående års siffror har uppdaterats efter att ny data har kommit in efter rapporteringstillfället

Våra medarbetare

Det totala antalet medarbetare i Coop i Sverige är dryga 22 000 personer. Samtliga av dessa omfattas av kollektivavtal och av vår interna uppförandekod. Våra policys på personalområdet guidar oss i vårt arbete för att ta det arbetsgivaransvar som åligger oss. Detta inkluderar bland annat att vi genomför regelbundna lönekartläggningar, strävar efter att skapa en god arbetsmiljö samt att vara en attraktiv arbetsgivare. Genom den interna uppförandekoden åtar sig medarbetaren att leva upp till våra krav på god affärsetik och nolltolerans mot korruption. Coops interna uppförandekod gäller för hela Coop i Sverige.

Ett gediget program för ledarutveckling har planerats och kommer att genomföras under 2023. Hållbarhetsfrågorna är en del av det programmet och har tilldelats en egen del av utbildningen.

Visselblåsarfunktion

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 2021 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 inom Coop i Sverige. Totalt kom 49 ärenden in via visselblåsarfunktionen under 2022, varav noll utav dessa handlade om 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. Till exempel biståndsorganisationen We Effect som ger människor verktyg att ta sig ur fattigdom. Under 2022 har We-Effect fått in 10 424 589 kronor via Coop, KF och Konsumentföreningarna, bland annat genom att kunder har valt att trycka på biståndsknappen vid pantning.

1983 grundade KF biståndsorganisationen Vi-skogen som planterar träd i Kenya, Rwanda, Uganda och Tanzania, där avskogning är ett enormt problem. Under 2022 har Coop, KF och konsumentföreningarna samlat in 10 203 571 kronor till Vi Skogen via Biståndsknappen, bärkassar, poängshopen och organisationsbidrag.

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

Medarbetare	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022*	Coop Norrbotten 2020	Coop Norrbotten 2021	Coop Norrbotten 2022
Medelantal medarbetare (st)	11 422	11 441	14 040	691	675	686
- andel kvinnor (%)	61,3	63,6	62,1	72,4	72,7	73,2
Antal medlemmar i ledningsgruppen (st)	75	85	143	5	5	5
- andel kvinnor (%)	28,0	30,6	23,8	20,0	20,0	20,0
Antal tillsvidareanställda och provanställda (st)	13 015	10 207	16 771	721	696	773
- andel kvinnor (%)	65,0	62,0	63,4	76,7	77,3	76,2
- andel deltidsanställda (%)	63,2	71,7	64,4	66,3	66,7	71,3
Antal tidsbegränsat anställda (st)	5 508	5 665	5 416	432	466	444
- andel kvinnor (%)	66,5	72,0	64,5	70,8	70,8	72,1
Totalt antal anställda	18 407	15 862	22 187	1 153	1 162	1 217
Genomsnittlig ålder (år)	35,1	35,7	36	36	36	35

*Coop total exkl Coop Värmland, pga senare stämma och inrapportering

Sjukfrånvaro och arbetsskador	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022*	Coop Norrbotten 2020	Coop Norrbotten 2021	Coop Norrbotten 2022
Total sjukfrånvaro (%)	7,1	7,5	7,5	7,0	7,3	8,3
- kvinnor (%)	7,4	8,0	8,1	7,8	8,4	9,4
- män (%)	6,7	6,8	6,5	5,0	4,4	5,2
Arbetsskador (antal)	473	463	553	12	20	15
Olyckor / Tillbud (antal)	877	993	1 128	71	90	79
Personalomsättning (%)	12,0	11,9	18,0	7,8	11,7	17,6

*Coop total exkl Coop Värmland, pga senare stämma och inrapportering

Summering av hållbarhetsrapport

Miljö

Policyer: Coops arbete inom miljö styrs av vår policy för hållbar utveckling samt våra fokusområden bl a kring 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 material samt ger 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, branschgemensamma överenskommelser osv.

Resultat av policy: 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 ovan. Under 2021-22 har interna dialoger förts kring vårt klimatarbete och målbilder. Vi har satt Science Based Targets (SBT), dvs klimatmål i enlighet med Parisavtalets 1,5 graders mål (se avsnittet klimat ovan). Dessa har att godkändes i nov 2021. Vi har under 2022 fortsatt den intensiva utvecklingen av hållbarhetsdeklarationen (läs mer ovan och på coop.se/hallbarhetsdeklarationen). Hållbarhetsdeklarationen visar på en produkts hållbarhetsavtryck utifrån tio parametrar, t ex biologisk mångfald, klimat och vatten. Under 2021 och 2022 har vi arbete med implementering internt i organisationen för att skapa förutsättningar för inköpsorganisationen att arbeta med den i dialog med våra leverantörer. Användandet av hållbarhetsdeklarationen hos våra medlemmar är inte tillräckligt stort. Vi kommer under 2023 göra insatser för att öka användandet, bl a kommer vi planera en större utbildningsinsats för all personal i Coop i Sverige.

Risker och riskhantering: Som inköpare av stora mängder livsmedel och andra

dagligvaror ligger de primära miljörelaterade riskerna för vår verksamhet framför allt i leverantörsledet. Vår kontroll är lägre där än i vår egen verksamhet eftersom vi inte har tillgång till alla leverantörers produktionsmiljöer på samma sätt som våra egna och inte heller kan kontrollera alla leverantörer. Dessutom har den fortsatta pandemin 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 BSCI. Genom en kvalitetssäkrad och gedigen inköpsprocess ställer vi krav på leverantörerna bl a på riskminimering och på att vi kan genomföra revisioner. I våra varu- och leverantörskrav som är en del av avtalet mellan oss och leverantören, beskriver vi våra krav och vad man som leverantör till Coop ska följa. Vårt arbete för att minimera dessa risker beskrivs ovan under rubriken Våra leverantörer. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom KF-sfären. Om man som enskild medarbetare upptäcker brister i vårt arbete med bl a risker så finns det möjlighet att använda visselblåsarfunktionen. Under 2022 hade vi 49 ärenden och inga av dessa var miljörelaterade.

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 2021-2022 byggt upp ett inköpssystem baserat på hållbarhetsdeklarationen. Det gick i drift under 2022 och är ytterligare ett sätt att mäta och styra utvecklingen av miljöarbete i våra varuflöden 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, d v s Coop i Sverige.

Resultat av policy: Våra policyer guidar oss i vårt arbete för att ta det arbetsgivaransvar som åligger oss, bland annat i form av att vi genomför lönekartläggningar, systematiskt arbete med utvecklingsamtal och andra avstämningar som sker regelbundet och hela tiden strävar efter att skapa en god arbetsmiljö. Vi har ett stort utbud av både obligatoriska och frivilliga utbildningar för all personal i alla led i organisationen. 2022 har varit en stor utmaning för alla så även för oss i Coop i Sverige. Fortsatt pandemi, krig i Europa, stigande matpriser med snabbbrörliga prishöjningar, nya inhandlingsmönster från kunderna, stigande energipriser och räntor. Allt har gjort att vi tillsammans har behövt agera snabbt och effektivt.

Vi arbetar ständigt för att stärka vår status som en attraktiv arbetsgivare och befinner oss för närvarande mitt i en kulturresa där vi ska fortsätta stärka erbjudandet till våra kunder och stoltheten bland våra medarbetare. Planering av ledarutbildning har skett under 2022 och en del av utbildningen är hållbarhet och hälsa.

Under 2022 har organisatoriska förändring skett där hållbarhetsfrågorna har förflyttats till en ny strategisk nivå inom Coop i Sverige.

Risker och riskhantering: Framför allt medarbetare på terminal och i butik exponeras för fysiska hälsorisker bl.a genom tunga lyft och risken för rån, trakasserier osv i butiksmiljöer. 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 t ex 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 och Coop i Sverige. I varje förening finns en person med dedikerat ansvar för att hantera risker i verksamheten. Regelbundna möten mellan dessa personer skapar förutsättningar för att dela erfarenheter, skapa gemensamma rutiner och hanteringsmetoder osv.

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 mänskliga rättigheter, 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 som en bilaga till avtalet mellan oss och följas av alla leverantörer.

Under 2022 har vi varit aktiva i arbete med ETI Sverige. (Ethical Trading Initiative). ETI Sverige är en plattform för erfarenhetsutbyte, skapa samsyn kring mänskliga rättigheter inom handel. Medlemmar kommer från fler branscher än livsmedel bl a är även fackförbund medlemmar. Det ger oss möjligheter att fördjupa problembilder och frågeställningar mer och skapa en bredare förankring. T ex har arbetet med säsong- och migrantarbetares situation i t ex citrusproduktionen varit ett område som vi tillsammans har lyft och funnit arbetsmetodik kring.

Resultat av policyer: Våra styrdokument inom mänskliga rättigheter guidar såväl vårt interna arbete som de krav vi ställer

på våra leverantörer. Hur vi jobbar med detta i leverantörsledet beskrivs under rubriken Våra leverantörer.

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 och hela Coop i Sverige.

Resultatindikatorer: Vi mäter bl.a. antal genomförda revisioner och under 2022 har vi fortsatt inte kunnat genomföra den planerade omfattningen av revisioner som det var tänkt eftersom pandemin har satt stopp för det. Vi kommer så snart vi kan under 2023 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 pandemin har skapat, kan fortsätta genomföra revisioner. Har vi lokala kontakter kan vi utföra mer regelbundna revisioner och kan då lättare följa utvecklingen hos våra leverantörer och producenter. Under avsnittet Våra leverantörer beskriver vi hur vi arbetar med mänskliga rättigheter i våra leverantörsled. Även under våra medarbetare beskriver vi hur vi arbetar personalen inom Coop i Sverige.

Anti-korruption

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 Coop i Sverige och under varumärket Coop. I uppförandekoden för medarbetare finns tydliga skrivningar kring gävor.

Livsmedelsfusk med t ex andra ursprungsländer, andra ingredienser osv förekommer allt oftare. Vi kontrollerar

våra EVM (egna varumärken) för att minimera fusk. Under kommande år kommer vi behöva bygga upp ytterligare verksamhet kring fusk och kontroller. Allt för att skapa förutsättningar för kunden och våra medlemmar att kunna göra hållbar val.

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. Under 2022 fick vi inte in något ärende som rörde korruption.

Risker och riskhantering: De främsta riskerna för korruptionsbrott och matfusk 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 leverantörsleden. Hur vi arbetar med kontroll och riskminimering beskrivs under rubriken Våra leverantörer. 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 och de utbildningar kring risker som alla medarbetare inom inköps genomför.

Resultatindikatorer: Vi beskriver mer kring arbetet med anti-korruption under avsnittet Våra leverantörer.

Finansiell rapport

Styrelsen och verkställande direktören för Coop Norrbotten ekonomisk förening får härmed avge årsredovisning för räkenskapsåret 2022.

Årsredovisningen är upprättad i svenska kronor, SEK. Om inte annat särskilt anges, redovisas alla belopp i tusentals kronor (Tkr). Uppgifter inom parentes avser föregående år.

Förvaltningsberättelse

Information om verksamheten

Coop Norrbotten ägs av 146.620 medlemmar och är en av 28 konsumentföreningar som ingår i Kooperativa Förbundet (KF).

Coops vision är att vara Sveriges viktigaste konsumentkraft.

Coop Norrbotten är en av de större konsumentföreningarna i Sverige med en egen detaljhandelsverksamhet. Föreningen har vid utgången av året 43 enheter som fördelar sig på 7 Stora Coop inklusive restaurang, 3 bygg-handelsbutiker samt 33 Coop-butiker. Coop Norrbotten bedriver bygghandel under varumärket Bolist på orterna Kiruna, Gällivare och Kalix.

Föreningen har sitt säte i Luleå.

Försäljning och marknad

Årets omsättning uppgick till 3 012 miljoner kronor exkl. moms, en ökning med 8,7 % jämfört med föregående år. Antalet invånare i verksamhetsområdet är nu 249.177 (249.693) personer. Under 2022 uppvisar två kommuner i regionen en positiv befolkningsutveckling, Piteå med 39 och Luleå med 377 personer. Sammantaget minskade befolkningen i Norrbotten med 516 personer.

Väsentliga händelser under räkenskapsåret

Den 24 februari inledde Ryssland invasionen av Ukraina. Kriget i Ukraina har sedan dess präglat den globala utvecklingen. Energikris, råvarubrist, frakt- och leveranssvårigheter har följt i kölvattnet på kriget men också som konsekvens av de två föregående årens pandemisituation.

Under året har breda kostnadsökningar för energi, drivmedel, gödsel, djurfoder mm, det vill säga i princip alla insatsvaror och fraktlösningar för livsmedel, lett till mycket kraftiga prishöjningar från matproducenter och leverantörer. Detta har tagit sig uttryck i höjda matpriser för konsumenterna. Den generella inflationstakten i Sverige enligt KPI blev 12,3% och prisökningar på livsmedel uppgick enligt SCBs matprisindex till 18,2% för

2022. De höjda matpriserna har, i kombination med att i stort sett alla kostnader i samhället har ökat kraftigt under året, medfört nya köpmönster hos konsumenterna och en allt hårdare priskonkurrens inom branschen. Konsekvenserna i den dagliga verksamheten för Coop Norrbotten är bl a att matsvinnet ökat då kunderna inte köper samma produkter som tidigare. Vi ser också att marginalerna på försäljningen pressats nedåt.

Under våren kunde restriktioner för covid lättas upp för att efter hand helt tas bort. Under senhösten och mot årsskiftet ökade antalet covidfall igen men några nya restriktioner har inte blivit aktuella i samhället i stort och inte heller för Coop Norrbottens butiker.

Under året har tre nya butiker öppnats; Coop Kallkällan i Luleå, Coop Strömlida i Piteå samt Coop Kiruna Centrum.

Genom införande av nya tekniska lösningar för betalningar och passage har den nya butiken Coop Strömlida under hösten utvecklats vidare och är nu Norrbottens första fullstora butik som är obemannad del av dygnet och därmed också öppen dygnet runt.

Coop Norrbotten fortsätter att jobba för att etablera fler butiker och kommer att färdigställa en nyetablering i Sävest i Bodens kommun under första halvåret 2023 för öppning i juni. Aktiva projekt pågår för etablering av butiker i Gällivare och Luleå. Utöver detta jobbar Coop Norrbotten kontinuerligt för att identifiera nya butiks-lägen inom regionen.

Under hösten avvecklades föreningens nordligaste butik, Coop Katterjåkk.

Förväntad framtida utveckling samt väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Matpriserna förväntas stiga ytterligare första halvåret och den allmänna inflationen bedöms inte komma ner på nivåer vi är vana vid förrän tidigast under 2024. Det innebär att kostnadsläget för allmänheten är fortsatt högt och reallönerna bedöms minska även under 2023. Den försvagade köpkraften kommer sannolikt att påverka branschens utveckling. Ytterligare tillväxt är därför sannolik inom det som vanligen kallas för lågprishandeln.

Samtidigt pågår och planeras det för omfattande investeringar inom industri och infrastruktur i norra Sverige och i synnerhet i Norrbotten. Något som kan skapa möjlighet till inflyttning men också i hög grad påverkar arbetsmarknaden och med det möjlighet att rekrytera rätt kompetens och arbetskraft till företagen.

Inom Coopgruppen fortsätter arbetet med att modernisera och strömlinjeforma IT-system och logistiklösningar bl a genom ökad automatisering och införande av robotlager.

Antalet osäkerhetsfaktorer är med andra ord många. Tack vare Coop Norrbottens starka finansiella status har föreningen kraft att möta och hantera de risker och utmaningar som vi kan komma att ställas inför och är också redo att fortsätta utveckla verksamheten och ta tillvara de möjligheter som ett växande Norrbotten medför.

Hållbarhetsupplysningar

Inom Coopgruppen har Coop Sverige det samordnande ansvaret för hållbarhetsfrågor. Coopgruppens medlem-slöfte är ”Tillsammans ger vi varje medlem mer” och visionen är att vara ”Sveriges viktigaste konsumentkraft”. 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, djurväl-färd, 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 har implementerat det hållbara kundvarvet. Vi har i dagsläget en butik som drivs med solceller, Coop Norra Ringen, vilket även kommer instal- leras på den nya butiken Coop Sävast. Vi satsar också på att erbjuda våra kunder att ladda sina elbilar hos oss och det gör vi på Coop Arjeplog, Coop Arvidsjaur, Coop Norra Ringen, Coop Rosvik, Stora Coop Kiruna, Stora Coop Gällivare, Stora Coop Kalix, Stora Coop Boden och Stora Coop Storheden.

Coop Norrbotten har som mål att spara 5% energiför- brukning under 2023. Handlingsplanen innebär bl a att:

- Släcka skyltar och parkeringsbelysning anpassat efter butikens öppettider.
- Fortsätta moderniseringen av kylanläggningar och utbyte till ledbelysning.
- Optimera driftstiderna för ventilationen.
- Se över temperaturen i butiker, lager och kontor.

Under 2023 blir det även fokus på Energironden och de delar där butikerna kan göra besparingar genom att förändra vardagliga rutiner.

Arbetsmiljöarbetet följs systematiskt upp med valda nyckeltal inom området

Föreningen har upprättat Hållbarhetsrapport 2022. Rapporten är inkluderad i Coop Norrbottens Årsrapport som finns på föreningens hemsida.



Flerårsöversikt (tkr)

Nyckeltal	2022	2021	2020	2019	2018
Nettoomsättning	3 012 895	2 769 618	2 731 360	2 668 695	2 657 943
Rörelseresultat	80 299	85 997	60 709	79 216	49 315
Resultat efter finansiella poster	106 880	112 681	76 667	266 225	55 478
Avkastning på eget kapital (%)	7,0	7,7	5,6	20,5	5,3
Soliditet (%)	76,9	78,0	77,3	74,4	72,1

För definitioner av nyckeltal, se Redovisnings- och värderingsprinciper.

Investeringar

Coop Norrbottens arbete med att utveckla de befintliga butikerna pågår kontinuerligt. Totalt har föreningen investerat 91 (44) Mkr under året. Några av de större investeringar som har genomförts under året är:

- Ombyggnation av yttertak och takstomme Stora Coop Boden
- Färdigställande av ny butik Coop Kallkällan i Luleå
- Ny butik Coop Strömlida i Piteå
- Ny butik Coop Kiruna Centrum
- Utbyte till effektivare pantreturanläggning Stora Coop i Kalix
- Fortsatt och införande av digitala lösningar för självskanning samt elektroniska hyllkantsetiketter
- Pågående projekt med uppförande av ny butik Coop Sävast.

Coop Norrbotten jobbar fortsatt vidare med målsätt- ningen att etablera fler butiker inom verksamhetsom- rådet såväl i malmfäلتskommunerna 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	143 861
Nyttillkomna	5 019
Avgångna	-2 260
Summa	146 620

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)

Eget kapital	Inbetalda insatser	Reservfond	Balanserat resultat	Årets resultat	Totalt
Belopp vid årets ingång	14 548	164 901	1 055 216	72 186	1 306 851
Förändring av medlemsinsats	320				320
Disposition av föregående års resultat:		3 610	68 576	-72 186	0
Årets resultat				67 631	67 631
Belopp vid årets utgång	14 868	168 511	1 123 792	67 631	1 374 802

Förslag till vinstdisposition

Styrelsen föreslår att till förfogande stående vinstmedel (kronor):

Förslag till vinstdisposition	
balanserad vinst	1 123 792 149
årets vinst	67 630 961
Summa	1 191 423 110
disponeras så att	
till reservfond avsättes	3 390 000
i ny räkning överföres	1 188 033 110
Summa	1 191 423 110

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

Resultaträkning

Rörelsens intäkter (tkr)	Not	2022-01-01–2022-12-31	2021-01-01–2021-12-31
Nettoomsättning	2	3 012 895	2 769 618
Kostnad såld vara		-2 271 097	-2 059 605
Bruttoresultat		741 798	710 013
Rörelsens kostnader (tkr)			
Försäljningskostnader		-659 878	-627 133
Administrationskostnader		-41 210	-43 970
Övriga rörelseintäkter		42 143	47 494
Övriga rörelsekostnader		-2 554	-407
Summa kostnader		-661 499	-624 016
Rörelseresultat	3, 4, 5, 6, 7	80 299	85 997
Resultat från finansiella poster (tkr)			
Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar	8	26 041	26 137
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	9	2 661	1 811
Räntekostnader och liknande resultatposter	10	-2 121	-1 264
Summa finansiella poster		26 581	26 684
Resultat efter finansiella poster		106 880	112 681
Bokslutsdispositioner	11	-20 500	-20 000
Resultat före skatt		86 380	92 681
Skatt på årets resultat	12	-18 749	-20 495
Årets resultat		67 631	72 186

Balansräkning

TILLGÅNGAR (tkr)	Not	2022-12-31	2021-12-31
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Materiella anläggningstillgångar			
Byggnader och mark	13	342 497	332 964
Nedlagda kostnader på annans fastighet	14	8 755	10 013
Inventarier, verktyg och installationer	15	172 197	171 526
Pågående nyanläggningar och förskott avseende materiella anläggningstillgångar	16	24 376	7 890
Summa		547 825	522 393
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i intresseföretag, insatser i KF	17	128 507	128 507
Andra långfristiga värdepappersinnehav	18	968 216	889 503
Bostadsrätter	19	668	668
Andra långfristiga fordringar	20	1 429	1 123
Summa		1 098 820	1 019 801
Summa anläggningstillgångar		1 646 645	1 542 194
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
Varulager m m			
Färdiga varor och handelsvaror		147 858	127 032
Summa		147 858	127 032
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		10 620	10 347
Aktuella skattefordringar		5 058	2 689
Övriga fordringar		5 953	6 159
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	21	33 109	31 721
Summa		54 740	50 916
Kassa och bank			
		145 513	139 254
Summa omsättningstillgångar		348 111	317 202
Summa tillgångar		1 994 756	1 859 396

Balansräkning eget kapital och skulder

Eget kapital och skulder (tkr)	Not	2022-12-31	2021-12-31
EGET KAPITAL			
22			
Bundet eget kapital			
Medlemsinsatser		14 868	14 548
Reservfond		168 511	164 901
Summa		183 379	179 449
Fritt eget kapital			
Balanserad vinst eller förlust		1 123 792	1 055 216
Åretsresultat		67 631	72 186
Summa		1 191 423	1 127 402
Summa eget kapital		1 374 802	1 306 851
Obeskattade reserver			
	23	201 700	181 200
AVSÄTTNINGAR			
24			
Avsatt till pensioner och liknande förpliktelser		1 764	1 436
Uppskjuten skatteskuld	25	9 646	8 895
Övriga avsättningar		24 828	27 288
Summa avsättningar		36 238	37 619
LÅNGFRISTIGA SKULDER			
Kapital i medlemskonton			
		29 339	30 548
Summa långfristiga skulder		29 339	30 548
KORTFRISTIG ASKULDER			
Leverantörs skulder			
		223 786	178 579
Övriga skulder		29 766	33 677
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	26	99 125	90 922
Summa kortfristiga skulder		352 677	303 178
Summa eget kapital och skulder		1 994 756	1 859 396

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalys (tkr)	Not	2022-12-31	2021-12-31
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN			
Resultat efter finansiella poster		106 880	112 681
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	27	63 839	56 818
Betald skatt		-18 859	-23 575
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital		151 860	145 924
KASSAFLÖDE FRÅN FÖRÄNDRING AV RÖRELSEKAPITALET			
Förändring av varulager och pågående arbete		-20 826	1 928
Förändring av kundfordringar		-272	-2 321
Förändring av kortfristiga fordringar		-1 416	8 577
Förändring av leverantörsskulder		45 208	15 076
Förändring av kortfristiga skulder		3 015	-3 903
Kassaflöde från den löpande verksamheten		177 569	165 281
INVESTERINGSVERKSAMHETEN			
Investeringar i materiella anläggningstillgångar		-91 403	-44 054
Investeringar i finansiella anläggningstillgångar		-313 057	-310 158
Försäljning av finansiella anläggningstillgångar		234 038	225 303
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-170 422	-128 909
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN			
Förändring av medlemskapital		-888	-695
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-888	-695
Årets kassaflöde		6 259	35 677
LIKVIDA MEDEL			
Likvida medel vid årets början	28	139 254	103 577
Likvida medel vid årets slut		145 513	139 254

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 föreningen till köparen.

Ersättning i form av ränta, royalty eller utdelning redovisas som intäkt när det är sannolikt att föreningen 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 föreningens rätt till betalning är säkerställd.

Anläggningstillgångar

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

Komponentindelning

Materiella anläggningstillgångar har delats upp på komponenter när komponenterna är betydande och när komponenterna har väsentligt olika nyttjandeperioder. När en komponent i en anläggningstillgång byts ut, utrangeras eventuell kvarvarande del av den gamla komponenten och den nya komponentens anskaffningsvärde aktiveras. Utgifter för löpande reparationer och underhåll redovisas som kostnader.Huvudindelningen i komponenter och dess avskrivningstider är enligt nedan:

Komponent	Antal år
Stomme inklusive grund	80 år
Stomkomplettering	30 år
Fasad	50 år
Yttertak	40 år
Installation el, tele, säkerhet	25 år
Installation VVS	30 år
Stengolv	50 år
Plastgolv	20 år
Markanläggningar	20 år
Skyltar	20 år

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.

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

Följande avskrivningstid tillämpas på övriga materiella anläggningstillgångar

Anläggningstillgång	Antal år
Nedlagda kostnader på annans fastighet	10-20 år
Inventarier, verktyg och installationer	3-20 år

Nedskrivningar av 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 utrangeras. 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 överförs och föreningen 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.

Andra långfristiga värdepappersinnehav

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

Kundfordringar/kortfristiga fordringar

Kundfordringar och kortfristiga fordringar redovisas som omsättningstillgångar 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 finansiella anläggningstillgångar

Vid varje balansdag bedöms om det finns indikationer på nedskrivningsbehov av någon av de finansiella anläggningstillgångarna. Nedskrivning sker om värdenedgången bedöms vara bestående och prövas individuellt.

Leasingavtal

Föreningens uthyrning av lokaler klassificeras som operationell leasing. Leasingintäkterna redovisas linjärt över leasingperioden.

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

Varulager

Varulagret har värderats till det lägsta av dess anskaffningsvärde och dess nettoförsäljningsvärde på balansdagen. Med nettoförsäljningsvärde avses varornas beräknade försäljningspris minskat med försäljningskostnader. Den valda värderingsmetoden innebär att inkurans i varulagret har beaktats.

Inkomstskatter

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

Som avsättning har redovisats förpliktelser gentemot tredje man som är hänförliga till räkenskapsåret eller tidigare räkenskapsår och som på balansdagen antingen är säkra eller sannolika till sin förekomst men oviss till belopp eller till den tidpunkt då de ska infrias. 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 intjänade poäng redovisas initialt som avsättning, varvid hänsyn tas till förväntad inlösengrad. Ny bedömning av inlösengrad görs vid varje boksluts-tillfälle.

Ersättningar till anställda

Ersättningar till anställda avser alla former av ersättningar som föreningen 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.

Pensioner

Föreningen har pensionsförpliktelser vilka uteslutande är beroende av värdet på de av föreningen och koncernen ägda kapitalförsäkringar. Kapitalförsäkringarna redovisas till anskaffningsvärde som finansiell anläggningstillgång. Pensionsförpliktelsen redovisas som en avsättning till samma värde som kapitalförsäkringens redovisade värde.

I föreningen finns avgiftsbestämda pensionsplaner. Med avgiftsbestämda planer avses planer där fastställda avgifter betalas och det inte finns förpliktelser att betala något ytterligare, utöver dessa.

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

Föreningen har förmånsbestämda pensionsplaner där en pensionspremie betalas och redovisar dessa planer som avgiftsbestämda planer i enlighet med förenklingsregeln i BFNAR 2012:1 (K3). Dessa förmånsbestämda pensionsförpliktelser tryggas genom Konsumentkooperationens Pensionsstiftelse i Folksam.

Eventualförpliktelser

Upplýsning 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 föreningens kontroll eller när det finns ett åtagande som inte redovisas som skuld eller avsättning på grund av att det inte är troligt att ett utflöde av resurser kommer att krävas eller inte kan beräknas med tillräcklig tillförlitlighet. 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 föreningen, 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.

Nyckeltalsdefinitioner

Nettoomsättning

Rörelsens huvudintäkter, fakturerade kostnader, sidointäkter samt intäktskorrigeringar.

Resultat efter finansiella poster

Resultat efter finansiella intäkter och kostnader men före bokslutsdispositioner och skatter.

Avkastning på eget kap. (%)

Resultat efter finansiella poster i procent av justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt).

Soliditet (%)

Justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt) i procent av balansomslutning.

Uppskattningar och bedömningar

Upprättandet av bokslut och tillämpning av redovisningsprinciper, baseras ofta på ledningens bedömningar, uppskattningar och antaganden som anses vara rimliga vid den tidpunkt då bedömningen görs. Uppskattningar och bedömningar är baserade på historiska erfarenheter och ett antal andra faktorer, som under rådande omständigheter anses vara rimliga. Resultatet av dessa används för att bedöma de redovisade värdena på tillgångar och skulder, som inte annars framgår tydligt från andra källor. Det verkliga utfallet kan avvika från dessa uppskattningar och bedömningar. Uppskattningar och antaganden ses över regelbundet.

Inga väsentliga källor till osäkerhet i uppskattningar och antaganden på balansdagen bedöms kunna innebära en betydande risk för en väsentlig justering av redovisade värden för tillgångar och skulder under nästa räkenskapsår.

Not 2 Nettoomsättningens fördelning	2022	2021
NETTOOMSÄTTNINGEN PER RÖRELSEGREN		
Intäkter detaljhandel	2 994 474	2 750 206
Provisioner ombudsverksamhet	18 422	19 412
Summa	3 012 896	2 769 618

Not 3 Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	2022	2021
AVSKRIVNINGAR ENLIGT PLAN FÖRDELADE PÅ TILLGÅNGSSLAG		
Byggander och mark	13 508	13 264
Nedlagda kostnader på annans fastighet	1 259	1 285
Inventarier, verktyg och installationer	43 803	44 234
Summa	58 570	58 784
AVSKRIVNINGAR ENLIGT PLAN FÖRDELADE PER FUNKTION		
Försäljningskostnader	58 444	58 595
Administrationskostnader	126	189
Summa	58 570	58 784

Not 4 Leasing, leasegivare	2022	2021
Årets leasingavgifter avseende leasingavtal uppgår till 8.706 tkr (8.490 tkr). Coop Norrbotten har inga hyreskontrakt som sträcker sig längre än tio år.		
Framtida leasingavgifter, för icke uppsägningsbara leasingavtal, förfaller till betalning enligt följande:		
Inom ett år	8 876	8 126
Senare än ett år men inom fem år	8 316	12 757
Senare än fem år	0	0
Summa	17 192	20 883

Not 5 Leasing, leasetagare	2022	2021
Årets leasingkostnader avseende leasingavtal, uppgår till 29.443 tkr (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	27 345	22 982
Senare än ett år men inom fem år	86 871	63 844
Senare än fem år	40 137	37 369
Summa	154 353	124 195

Not 6 Arvode till revisorer	2022	2021
PWC		
Revisionsuppdrag	313	209
Övriga tjänster	2	0
Summa	314	209

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 föranleds av iakttagelser vid sådan granskning eller genomförandet av sådana övriga arbetsuppgifter.

Not 7 Anställda och personalkostnader	2022	2021
MEDELANTALET ANSTÄLLDA		
Kvinnor	502	491
Män	184	184
Summa	686	675

LÖNER OCH ANDRA ERSÄTTNINGAR		
Styrelse, förtroendevalda och verkställande direktör	3 698	3 657
Övriga anställda	305 810	297 519
Summa	309 508	301 176

SOCIALA KOSTNADER		
Pensionskostnader för styrelse och verkställande direktör	974	1 037
Pensionskostnader för övriga anställda	26 087	18 878
Övriga sociala avgifter enligt lag och avtal	90 568	87 369
Summa	117 628	107 284
Totala löner, ersättningar, sociala kostnader och pensionskostnader	427 136	408 460

Föreningen tryggar sina pensionsutfästelser genom stiftelsen KP Pension & Försäkring. Föreningens tillgodohavande i stiftelsen den 31 december 2022 översteg pensionsskulden med 0 tkr (15.529 tkr).

VD:s pensionsålder är 65 år. För VD gäller en ömsesidig uppsägningstid om sex månader. Vid uppsägning för 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	2022	2021
Andel kvinnor i styrelsen	56 %	56 %
Andel män i styrelsen	44 %	44 %
Andel kvinnor bland övriga ledande befattningshavare	20 %	20 %
Andel män bland övriga ledande befattningshavare	80 %	80 %

Not 8 Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar	2022	2021
Erhållna utdelningar	2 844	1 421
Resultat vid avyttringar	23 197	24 716
Summa	26 041	26 137

Not 9 Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	2022	2021
Övriga ränteintäkter	103	8
Övriga finansiella intäkter	2 558	1 804
Summa	2 661	1 811

Not 10 Räntekostnader och liknande resultatposter	2022	2021
Övriga räntekostnader	27	86
Övriga finansiella kostnader	2 094	1 178
Summa	2 121	1 264

Not 11 Bokslutsdispositioner	2022	2021
Avsättning till periodiseringsfond	29 000	31 000
Återföring från periodiseringsfond	-15 000	-16 000
Förändring av överavskrivningar	6 500	5 000
Summa	20 500	20 000

Not 12 Aktuell och uppskjuten skatt	2022	2021
-------------------------------------	------	------

SKATT PÅ ÅRETS RESULTAT		
Aktuell skatt	18 989	19 525
Förändring av uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	751	970
Skattereduktioner	990	0
Totalt redovisad skatt	18 749	20 495

AVSTÄMNING AV EFFEKTIV SKATT		2022	2021	
	Procent	Belopp	Procent	Belopp
Redovisat resultat före skatt		86 380		92 681
Skatt enligt gällande skattesats	20,60	-17 794	20,60	-19 092
Ej avdragsgilla kostnader		-1 233		-423
Ej skattepliktiga intäkter		449		167
Justering skatt från tidigare taxering		-59		-144
Schablonränta periodiseringsfond		-117		-299
Schablonintäkt fondandelar		-835		-710
Skattemässig justering, avskrivning byggnad		267		297
Skattemässig justering, utrangering byggnad		0		-84
Uppräkning vid återföring periodiseringsfond		-185		0
Skattemässig justering, ej bokförda kostnader		519		762
Redovisad effektiv skatt	21,98	-18 989	21,07	-19 525

Not 13 Byggnader och mark	2022-12-31	2021-12-31
Ingående anskaffningsvärden	592 422	582 824
Inköp	30 283	12 317
Försäljningar/utrangeringar	-6 125	-2 720
Omklassificeringar	0	1
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	616 580	592 422
Ingående avskrivningar	-247 893	-236 942
Försäljningar/utrangeringar	1 133	2 314
Omklassificeringar	0	-1
Årets avskrivningar	-13 508	-13 264
Utgående ackumulerade avskrivningar	-260 269	-247 893
Ingående nedskrivningar	-11 565	-11 565
Årets nedskrivningar	-2 250	0
Utgående ackumulerade nedskrivningar	-13 815	-11 565
Utgående redovisat värde	342 497	332 964

UPPGIFTER OM FÖRVALTNINGSFASTIGHETER		
Redovisat värde	117 734	121 344
Verkligt värde	218 358	208 903

Coop Norrbotten äger förvaltningsfastigheter i Haparanda, Kiruna och Gällivare som delvis hyrs ut till externa handels-företag. Årets värdering baseras på avkastningskrav om 7 % på fastigheternas beräknade driftnetto.

Not 14 Nedlagda kostnader på annans fastighet	2022-12-31	2021-12-31
Ingående anskaffningsvärden	18 763	18 763
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	18 763	18 763
Ingående avskrivningar	-8 750	-7 465
Årets avskrivningar	-1 259	-1 285
Utgående ackumulerade avskrivningar	-10 009	-8 750
Utgående redovisat värde	8 755	10 013

Not 15 Inventarier, verktyg och installationer	2022-12-31	2021-12-31
Ingående anskaffningsvärden	487 770	448 373
Inköp	44 634	55 006
Försäljningar/utrangeringar	-9 796	-15 609
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	522 609	487 770
Ingående avskrivningar	-316 244	-287 619
Försäljningar/utrangeringar	9 635	15 609
Årets avskrivningar	-43 803	-44 234
Utgående ackumulerade avskrivningar	-350 411	-316 244
Utgående redovisat värde	172 197	171 526

Not 16 Pågående nyanläggningar och förskott avseende materiella anläggningar	2022-12-31	2021-12-31
Ingående anskaffningsvärden	7 890	31 157
Inköp	71 490	26 359
Omklassificeringar	-55 004	-49 626
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	24 376	7 890
Utgående redovisat värde	24 376	7 890

Not 17 Andelar i intresseföretag, insatser i KF	2022-12-31	2021-12-31
Ingående anskaffningsvärden	128 507	128 507
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	128 507	128 507
Utgående redovisat värde	128 507	128 507

Not 18 Andra långfristiga värdepappersinnehav	2022-12-31	2021-12-31
Ingående anskaffningsvärden	889 503	804 947
Inköp	312 751	309 836
Försäljningar	-234 038	-225 280
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	968 216	889 503
Utgående redovisat värde	968 216	889 503

Andra långfristiga värdepappersinnehav avser till största delen depåer under diskretionär förvaltning hos Handelsbanken och Nordea. Bokförda värdet för dessa placeringar uppgår till 967.625 tkr (888.921 tkr). Marknadsvärdet på balansdagen översteg bokfört värde med 27.165 tkr (141.935 tkr).

Not 19 Bostadsrätter	2022-12-31	2021-12-31
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 20 Andra långfristiga fordringar	2022-12-31	2021-12-31
Ingående anskaffningsvärden	1 123	824
Tillkommande fordringar	306	322
Avgående fordringar	0	-23
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	1 429	1 123
Utgående redovisat värde	1 429	1 123

Not 21 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	2022-12-31	2021-12-31
Förutbetalda hyreskostnader	4 012	5 034
Förutbetalda försäkringspremier	369	347
Upplupen bonus från leverantör	21 736	19 410
Övriga förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	6 991	6 930
Summa	33 109	31 721

Not 22 Disposition av vinst eller förlust	2022-12-31
---	------------

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION	
Styrelsen föreslår att till förfogande stående vinstmedel:	
balanserad vinst	1 123 792
årets vinst	67 631
Summa	1 191 423

disponeras så att	
till reservfond avsättes	3 390
i ny räkning överföres	1 188 033
Summa	1 191 423

Not 23 Obeskattade reserver	2022-12-31	2021-12-31
Ackumulerade överavskrivningar	74 200	67 700
Periodiseringsfonder	127 500	113 500
Summa	201 700	181 200
Skatteeffekt av schablonränta på periodiseringsfond	117	101

Not 24 Avsättningar	2022-12-31	2021-12-31
---------------------	------------	------------

PENSIONER OCH LIKANDE FÖRPLIKTELSE		
Kapitalförsäkringar	1 429	1 123
Särskild löneskatt	336	313
Summa	1 764	1 436

SPECIFIKATION ÖVRIGA AVSÄTTNINGAR		
Medlemsprogrammet	22 641	24 509
Övriga avsättningar	2 187	2 779
Summa	24 828	27 288

Not 25 Uppskjuten skatteskuld	2022-12-31	2021-12-31
Temporär skillnad skattemässig avskrivning byggnader	9 646	8 895
Belopp vid årets utgång	9 646	8 895

Not 26 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2022-12-31	2021-12-31
Upplupna löner	24 609	22 552
Upplupna semesterlöner	41 846	39 858
Upplupna sociala avgifter	19 186	17 006
Upplupna elkostnader	3 058	2 683
Förutbetalda hyresintäkter	2 039	2 087
Övriga upplupna kostnader	8 387	6 737
Summa	99 125	90 923

Not 27 Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	2022-12-31	2021-12-31
Avskrivningar	58 570	58 784
Nedskrivningar av anläggningstillgångar	2 250	0
Realisationsresultat vid försäljning av anläggningstillgångar	5 152	407
Avsättningar/fordringar pensioner	328	366
Övriga avsättningar	-2 461	-2 738
Övrigt	0	0
Summa	63 839	56 818

Not 28 Likvida medel	2022-12-31	2021-12-31
LIKVIDA MEDEL		
Kassamedel	4 020	3 948
Banktillgodohavanden	141 493	135 307
Summa	145 513	139 254

Not 29 Eventualförpliktelser	2022-12-31	2021-12-31
Ansvarighet gentemot PRI Pensionsgaranti för kreditförsäkring tryggad i pensionsstiftelse	2 778	2 750
Summa	2 778	2 750

Not 30 Ställda säkerheter	2022-12-31	2021-12-31
FÖR FÖRETAGETS EGEN RÄKNING:		
För eget pensionsåtagande	1 429	1 123
Summa	1 429	1 123



Luleå den dag som framgår av vår elektroniska underskrift

Jesper Josbrant
Ordförande

Kent Bodlund

Per-Erik Baas

Annika Fredriksson

Kristina Jonsson

Maria Olsson

Claes Wallberg

Erica Björkman Lejon
Arbetsagarrepresentant

Eija Nilsson
Arbetsagarrepresentant

Peter Fjällborg
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har lämnats den dag som framgår av vår elektroniska underskrift

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.

