

COOP NORD

ÅRSBERÄTTELSE

2024



coop
Nord

Innehåll

DITT COOP NORD

Vd har ordet.....	3
Centrallagret i Eskilstuna	4
Nytt servicekontor i Umeå	5
Cecilia Lindh, ägarombud	6
Medlemsdemokrati för framtiden.....	7
Norrländsk tid – nu i köket	8

DIN BUTIK

Vemdalen – första året	9
Östra Station, vår nyaste butik	10
Butiksluft och framtidsplaner.....	11
Online-handeln växer snabbt	12
Obemannade butiker	12

DEN GODA KRAFTEN I NORR

Vi älskar Norrland.....	13
Norrländsk återväxt, för barn och unga	14
Nytt sponsringskoncept	15
Matsvinnet minskar	16
Lokala varor – lokalt hjärta.....	16

VÅRA MEDARBETARE

Från trainee till butikschef	17
Det norrländska kundmötet.....	18
Vinnarna vid årets kickoff.....	19

SOCIALA MEDIER

Supertillväxt på sociala medier	20–21
---------------------------------------	-------

LEDNINGSORGANISATION

Vår företagsledning och styrelse	22
Mats – en oväntad styrelsemedlem.....	23

RESULTAT- OCH BALANSRÄKNING

Resultaträkning.....	24
Balansräkning	25



Vd har ordet

För Coop i Sverige och Coop Nord är introduktionen av det nya automatiserade lagret den största händelsen under 2024. Året präglas även av fortsatt hård konkurrens och ökad prispress på den svenska marknaden för dagligvaror. Trots det kan vi summera ett år med positivt resultat.

Coops nya helautomatiserade terminal i Eskilstuna är en av de största för livsmedel i Europa. Det är även den största satsning som KF och Coop i Sverige har gjort, strategiskt oerhört viktig för vår framtida konkurrenskraft. Samtidigt är det ett mycket komplext projekt. Efter sommaren var det dags för oss i Coop Nord att kopplas in i det nya flödet (läs mer på nästa uppslag). Även vi har ställts inför och behövt hantera utmaningar under inkörningsperioden, med bristande leveranser som tidvis även har märkts i våra butikshyllor. Här har våra medarbetare och chefer gjort extraordinära insatser för att minimera störningarna och hålla upp servicen till våra medlemmar och kunder. Mot slutet av året har logistikflödet förbättrats avsevärt och vi går in i 2025 med stor tillförsikt.

Vi kunde se hur NKI-kurvorna (nöjd kund-index) vek av neråt i samband med övergången till nya lagret. Det påverkade tydligast hur man upplevde sortimentet, men även bemötande och de andra parametrar som ingår i mätningarna av kundernas helhetsupplevelse. Tack vare mycket fint jobb och bemötande från våra medarbetare har NKI-värdena vänt upp igen! (Läs mer om kundmötet och våra medarbetare på sidan 16 och framåt.)

Jag inledde med att peka på den ökade prispressen och konkurrens på marknaden. Statistikmyndigheten SCB bekräftade den bilden i en rapport i september, där den konstaterar att de senaste årens prisökningar på livsmedel inte har lett till ökad lönsamhet i branschen. Lönsamheten i dagligvaruhandeln har istället minskat sedan 2021. En förklaring ligger i stort fokus på kampanjpriser. Hushållen styr sina inköp mot kampanjerna och stora volymer säljs därför till reducerade priser med lägre marginaler.

Den fortsatta satsningen på starka erbjudanden till våra medlemmar driver på tillväxten. Coop Nord har fått fler än 10 000 nya medlemmar under året, varav fler än hälften är under 30 år. Tillsammans är vi nu drygt 330 000 medlemmar i föreningen! Några kanske identifierar sig lite extra med "linedance-pappan" eller "sergeant-mamman" som under året dykt upp som nya karaktärer i våra filmer om Norrländsk tid. Eller någon av våra medarbetare, som inte bara syns i butikerna utan även i våra sociala medier. Där har följarnas engagemang ökat med 145 procent under året (se sidan 20). Det bygger vi vidare på 2025!

Med vänlig hälsning
Henrik Skyttberg, vd Coop Nord

ROBOTAR PACKAR VAROR TILL VÅRA BUTIKER

Coop Sveriges nya centrallager i Eskilstuna är stort som 51 fotbollsplaner och har varit i drift sedan 2023. Från början på augusti levereras även varor till oss på Coop Nord därifrån och det ger bättre förutsättningar inför framtiden.

Helena Nilsson är butikschef på Coop Nacksta i Sundsvall och arbetade under sommaren för att kunderna skulle märka av lagerflytten så lite som möjligt. Nu är skiftet genomfört och leveranserna flyter på.

– Nu kan vi äntligen fylla upp vår butik ordentligt. Varor som vi inte kunnat beställa är tillbaka och vi kan erbjuda ett bredare sortiment igen. Vi får också in massor med nyheter.

Hittat ersättningsvaror

Även om en del kunder upplevt att det ibland saknats varor tycker Helena att det gått bra och att kunderna varit förstående. Dessutom har personalen varit duktig på att hitta ersättningsvaror att erbjuda kunderna.

– Vi har också breddat hyllorna med de varor som vi redan haft hemma. Vi var väl förberedda och beställde upp varor som vi absolut inte ville vara utan under övergångsperioden. Som till exempel halvpallar med makaroner, hårt bröd, mjöl och så vidare.

Mer tid till kunderna

En effekt av robotiseringen och automatiseringen är att det blir ett snabbare flöde mellan kundernas behov och att varorna anländer till butik. På sikt ska packningen ske så effektivt att upppackningen underlättas och butikspersonalen får mer tid att hjälpa kunderna.

Bytet av lager har inneburit mycket arbete, men är nödvändigt. Satsningen skapar en effektivare logistikkedja och gör att Coop även i framtiden kan ligga i framkant med hållbar dagligvaruhandel.

En del utmaningar

Avslutningsvis konstaterar Helena att hon och hennes medarbetare i Nacksta är nöjda med förändringen, trots att projektet inneburit en del utmaningar även för butiken. De digitala satsningar som är kopplade till bytet av varulager ska säkra att de varor som kunderna efterfrågar finns i butik: rätt vara på rätt plats vid rätt tillfälle.

– Med bättre fyllnadsgrad på pallarna och högre leveranskvalitet ökar möjligheterna till välfyllda och inbjudande butiker. Det finns alltid barnsjukdomar i nya system och nu kan det bara bli ännu bättre.





NYA SERVICEKONTORET – EN HÖJDARE

Den 2 december flyttade vi in i vårt nya servicekontor i Umeå, på sjunde våningen i ett av Sveriges högsta kontorshus i trä.

– Det känns fantastiskt med nya och jättefina lokaler, säger Helena Karlsson, vd-assistent.

Det nya kontoret är beläget vid Östra Station, där en ny hållbar stadsdel är under uppbyggnad. I lokalen har vi ett 60-tal arbetsplatser och är hyresgäster i Balticgruppens elva våningar höga fastighet där hållbart byggande och miljömedvetenhet är i fokus.

– Genom flytten får vi en effektivare arbetsyta och som bonus, närhet till vår nyaste butik, Coop Östra Station. Våra medarbetare sitter nu samlade på ett plan och det gynnar våra arbetsprocesser. Vi blir också lättare att besöka, säger Coop Nords vd Henrik Skyttberg.

Gemensam kultur

Det nya kontoret ligger alldeles vid tågstationen Umeå Östra, har nära till bussförbindelser och en cykelparkering i källaren, där man kan ladda sin elcykel. Inredningen har våra medarbetare själva fått vara med och påverka. Den har en norrländsk touch, Coops gröna färger känns igen och trivs tillsammans med en hel del trädetaljer (fastighetens stomme är av trä).

– Visionen har varit att skapa känslan av en modern och hemtrevlig arbetsplats med hållbarhet i fokus, där vi kan stärka vår gemensamma kultur. Inför flytten har vi också haft workshops där vi pratat om vår kultur och hur det nya kontoret kan hjälpa oss att stärka den, säger Helena Karlsson.



CECILIA – ÄGAROMBUD SOM VILL PÅVERKA

Cecilia Lindh är ägarombud på Stora Coop Östersund. Hon ser rollen som ett sätt att påverka och förändra medlemmarnas och kundernas syn på livsmedel.

Cecilia Lindh har lång erfarenhet av olika ledande roller inom livsmedelsbranschen. Hon har bland annat arbetat som certifieringsrevisor, kvalitetschef på både mejeri och charkföretag och konsult inom livsmedelssäkerhet.

– När jag fick frågan om att bli ägarombud tänkte jag att det skulle vara ett sätt att göra nytta och använda mina erfarenheter. Jag är bekymrad generellt över hur dåliga kunskaper många har om livsmedel, att de ofta väljer de billigaste alternativen utan att veta vad man gör, säger hon.

Göra konsumenterna mer medvetna

Som medlemsrepresentant har Cecilia bland annat ansvar att ha dialog med medlemmarna, till exempel genom att vara i butiken vid olika aktiviteter, delta på informationsmöten och vara ombud på föreningens högsta beslutande organ, föreningsstämman.

– Jag har bland annat träffat kunder och medlemmar i butiken på medlemsdagen och det var jättepositivt. Ett bra tillfälle att höra vad folk tycker och är medvetna om, och också kunna sprida information. Jag har också varit med och diskuterat hur ägarombudsrollen kan förändras och tyckt till om det, berättar hon.

Hur når Coop Nord de unga?

Under 2025 års första termin är det inplanerat att Cecilia ska stå i butiken en gång i månaden och möta kunder. Det blir vid lönehelgerna och varje tillfälle kommer att ha ett speciellt tema som hon och butikschefen Maria Munk kommer överens om.

– Jag funderar mycket hur vi ska kunna locka fler unga till Coop. Där tror jag det är viktigt att göra det lättare att använda mobilen, både för information om olika erbjudanden och för betalning, bland annat vid självscanning. Kundbemötandet är något jag också alltid tänker på när jag själv handlar. Att personalen hälsar när man kommer in i butiken och är tillgänglig när man vill fråga om något, säger Cecilia.

SÅ FUNKAR DET:

Ägarombudet är länken mellan föreningens medlemmar, styrelsen och butiker. De väljs vartannat år genom öppna val där medlemmarna får rösta på sin favorit.

Ägarombuden är ombud med rösträtt på föreningsstämman, det högsta beslutande organet i Coop Nord. För att kandidera till ägarombud behöver man vara medlem i Coop Nord och över 18 år. Nästa val är 2026 och kandideringen öppnar hösten 2025.



EN MEDLEMSDEMOKRATI FÖR FRAMTIDEN

Hur kan vi utveckla medlemsdemokratin och förtydliga ägarombudsrollen? Det är frågor som vi har diskuterat flitigt och arbetat hårt med under 2024.

– Det är ett viktigt utvecklingsprojekt där vi vill skapa en modell för medlemsinflytande och medlemsdemokrati som håller för framtiden, säger Stefan Eriksson, medlems- och kommunikationschef.

Fördjupa ägarombudsrollen

Det senaste halvåret har Coop centralt kört en kampanj där man fokuserar på att medlemmarna äger Coop. Coop Nords medlemmar är positiva till kampanjen, men när medlemsdemokratin diskuteras framgår att det för många är oklart vad det betyder i praktiken.

– Många vet inte att vi har representativ demokrati och vad ägarombuden har för roll. Så mycket av våra diskussioner handlar om hur vi ska kunna förtydliga och även fördjupa ägarombudsrollen, säger Stefan Eriksson.

Höja ambitionsnivån

Coop Nords styrelse har föreslagit en förändring av ägarombudsrollen som föreningsstämman får ta ställning till i april 2025. Förslaget har diskuterats under 2024 då det bland annat genomförts dialogmöten med alla ägarombud om hur de ser på sin roll.

Grundtanken i nya förslaget är att ägarombuden i stället för att som i dag vara kopplade till en specifik butik ska väljas för



Stefan Eriksson, medlems- och kommunikationschef

att representera en bredare krets inom Coop Nord. De ska få chansen att bli mer informerade och pålästa, lära sig mer om dagligvaruhandeln generellt och ha en närmare koppling till Coop Nords styrelse.

– Genom förändringen tror vi att vi ägarombuden på föreningsstämman kan fatta mer förankrade och initierade beslut enligt medlemmarnas önskemål, säger Stefan Eriksson.

På föreningsstämman nu i vår fattas beslut om hur ägarombudsrollen ska utvecklas vidare. Styrelsens förhoppning är att det nya förslaget ska träda i kraft inför ägarombudsvalet 2026.

Therese granskar Coop Nord

Therese Karlsson har under 2024 granskat Coop Nord ur ett medlemsperspektiv.

– Organisationen har tagit stora steg under året, säger hon.

Therese jobbar till vardags som föreningssamordnare på Riksbyggen i Umeå. Hon är förtroendevald av Coop Nord för att granska föreningen utifrån Svensk kod för styrning av kooperativa och ömsesidiga företag.

Syftet med koden är att främja medlemsdialogen och de demokratiska beslutsprocesserna i kooperativa företag och att öka öppenheten i styrelsens arbete. Det är frivilligt för föreningar att följa koden.

Therese har följt Coop Nords arbete under året och ska också få en rapport från styrelsen om arbetet med medlemsdemokratin.

Den ska hon granska och presentera sina synpunkter om på föreningsstämman i april.

– Det har varit kul och intressant att följa Coop Nord. Jag ser hur de börjat jobba mer och mer strukturerat med medlemsdemokrati under året, säger hon.

Positiv medlemsutveckling 2024

Vi har fått drygt 10 000 nya medlemmar under året. I december 2023 hade vi 319 504 medlemmar, i december 2024 var siffran 329 705. Starkaste månaderna var januari och februari då vi fick 1 773 respektive 1 502 nya medlemmar.

En glädjande trend är att vi fortsätter locka många under 30 år. 6 518 av våra nya medlemmar under perioden december 2023 till december 2024 fanns i spannet 0-29 år.



Linedancepappan

Mästerkocksdirektören

Norrlandsjägaren

Sergeantmamman

VAD PÅGÅR I DET NORRLÄNDSKA KÖKET?

Vårt kommunikationskoncept Norrländsk tid vidareutvecklades under 2024 – genom fyra färgstarka karaktärer som vi får följa i deras kök.

Med Norrländsk tid skapar vi, som den enda regionala norrländska matkedjan, engagemang runt det som ligger oss nära hjärtat, Norrland. Vi fångar norrlänningen i vardagen för att visa att vi förstår och främjar norrländskt liv.

Under 2024 kom vi ännu närmare norrlänningarna i vår kommunikation genom att kliva in i deras kök. Med humor och värme beskriver vi fyra personligheter som alla älskar mat, men har olika förutsättningar. De jäktade matälskarna har ont om norrländsk tid, medan de medvetna gourmanderna har gott om den.

– Karaktärerna har fått ett positivt mottagande, både av våra butiker och våra kunder, säger Erik Larsson, marknadschef på Coop Nord.

Inspiration från naturfilmer

I beskrivningen av karaktärerna hämtar vi inspiration från naturfilmer. Rösten som kommenterar filmerna påminner om den brittiske legendaren David Attenborough.

De fyra arterna i det norrländska köket är den jäktade linedancepappan (en hanne som kaoskombinerar dans och matlagning), den poängräknande sergeantmamman (håller koll på hela familjen med militärisk disciplin), den husdjurscurlande norrlandsjägaren (machohanne som helst sitter vid matbordet med hunden Fifi) och den sparsamma mästerkocksdirektören (en pensionerad bankdirektör med mästerkocksambitioner).

Hur hälsar en norrlänning?

Karaktärerna återkom när vi firade Norrländsk högtid i våra butiker 16-22 september. Förutom extra bra erbjudanden och många aktiviteter tog vi reda på hur vi norrlänningar hälsar – bland annat med vägledning av de fyra arterna. Överlägsen vinnare blev den tysta nickningen (som presenterades av den husdjurscurlande norrlandsjägaren).

Undersökningen av hur norrlänningar hälsar kopplade vi till något vi värderar högt – mötet med våra kunder. Många besök hos oss börjar ju med att vi hälsar på våra kunder.

Norrländsk högtid, som vi nu firade för andra året i rad, är ett sätt för oss att visa att vi är lokala på riktigt – och att vi finns av och för oss norrlänningar. 2024 års upplaga blev en härlig hyllning till den plats där vi lever och verkar.



FULL FART I FJÄLLEN

Coop Vemdalen slog upp portarna den 11 januari 2024. Första året för butiken i den populära skidorten har varit händelserikt.

– Det känns lite som att vi fortfarande är på träningsläger, vi lär oss hela tiden. Men det är roligt, säger Kjell Matsson, butikschef.

Vemdalen är Sveriges tredje största skidort, med ett stort utbud av aktiviteter för både vinter och sommar och en fortsatt fin prognos för ökning av antalet bäddar.

– Vemdalen är expansivt. Det byggs mycket och många företag satsar. Framtiden ser ljus ut för bygden, så det var bra tajming att öppna en butik 2024, säger Kjell Matsson.

Gasa och bromsa i tid

Vemdalen har drygt 600 bofasta invånare, men under högsäsong besöks byn av tusentals skidturister. Att antalet kunder är väldigt olika i olika perioder gör att butiken måste planera utifrån det. Under högsäsong, sport- och påsklov framförallt, är det Kjell Matsson och 15-16 medarbetare, under lågsäsong ungefär hälften så många.

– Det gäller att kunna gasa och bromsa i rätt tid, både när det gäller antalet medarbetare och hur stora leveranser vi plockar in. Det smäller till med kunder under loven på ett sätt som man inte riktigt kan förbereda sig helt för, säger Kjell Matsson.

Han – som ursprungligen är från Falun – tog över som butikschef i april när dåvarande chefen Astrid Östgård flyttade till Östersund.

– Jag har haft stuga i Hede, en by utanför Vemdalen, i 12 år och älskar att vara här. Åka skidor och skoter, vandra och fiska. Så det passar mig perfekt att nu också jobba här, min sambo flyttar snart upp också.

Online-handel och obemannad butik

Butiken har 1000 kvadratmeter butiksytta och ett stort lager. Förutom det traditionella matutbudet finns en delikatessdisk, färdiga luncher måndag till fredag, en toppmodern pantmaskin – man håller i påsar med pant i stället för att panta flaska för flask – och en del non food-artiklar, bland annat handdukar, lakan och verktyg. Butiken erbjuder även onlinehandel och har öppet obemannat sex timmar per dygn utöver de ordinarie tiderna.

– Online-handeln ökar hela tiden och den obemannade butiken är väldigt uppskattad av både ortsbor och turister, säger Kjell Matsson.

Det första året för Coop Vemdalen har gått bättre än budgeterat. 2025 höjs kraven, men Kjell Matsson är inte orolig.

– Vi är ett fantastiskt gäng här och all uppskattning vi får av våra kunder ger mycket energi. Nu finns vi på kartan och det gör nog att ännu fler hittar hit.



Kjell Matsson

SUPERMODERNT PÅ ÖSTRA STATION

Coop Östra Station i Umeå öppnade den 25 april och har snabbt blivit populär. Butiken ligger strategiskt bredvid Norrlands universitetssjukhus – i ett område där det tidigare saknades livsmedelsaffär.

– Det är spännande att få vara med från starten. Både mottagandet från kunderna och utvecklingen av butiken har varit fantastiskt, säger Joel Lindegren, butikschef.

Coop Östra Station ligger i markplan i ett bostadshus med 78 lägenheter. Alldeles intill ligger ett av Sveriges högsta kontorshus med stomme av trä, det är helt nybyggt. Där flyttade Coop Nords föreningskontor in i december. Båda husen lever upp till kraven för Miljöbyggnad, som bland annat ska ge lägre energiförbrukning.

Testbädd för nya lösningar

I Coop Östra Station möter kunderna en supermodern och fräsch butik, som både förenklar vardagen och inspirerar med matglädje. Butiken fungerar också som en testbädd för nya lösningar inom Coop Nord.

– Vi satsar mycket på den digitala miljön i den fysiska butiken. Det innebär till exempel elektroniska hyllkantsetiketter och 43 större skärmar, där vi kan bjuda på inspiration med till exempel recept och information om aktuella erbjudanden, berättar Joel Lindegren.

Hållbar stadsdel

När Coop Östra Station öppnade var området en byggarbetsplats, då både bostäderna i huset ovanför butiken och kontorshuset mittemot var under uppbyggnad. Nu är de byggprojekten klara och det har också flyttat in privatpersoner, företag och myndigheter i husen.

– Det har blivit lugnare kring butiken och det är skönt för både oss och våra kunder. Att fler flyttat in här är givetvis positivt, kundkretsen har ökat. Och det fortsätter att byggas i området, som ska bli en ny hållbar stadsdel, säger Joel Lindegren.

Catering via webben

Han ser en enorm potential för butiken som har ökat sin omsättning månad för månad i takt med att allt fler börjat hitta dit.

– Vi har ju ett bra upptagningsområde, bland annat tack vare sjukhuset där det jobbar 5 000 personer, och att området runt butiken successivt växer. Om ökningen fortsätter vara lika stor som de senaste månaderna kommer vi att behöva anställa fler, säger Joel Lindegren.

Utvecklingen av Coop Östra Station fortsätter löpande. Det senaste tillskottet i verksamheten är catering, som går att beställa online på butikens egen webb.

Fakta Coop Östra Station

- Antal anställda: cirka 25 (fler än 1 000 personer sökte)
- Investering: cirka 20 miljoner kronor
- Storlek: drygt 800 kvadratmeter butiksyta
- Snabbkassor: sex stycken + Scan & Pay i Coop-appen
- Öppettider: alla dagar 07-22





Coop City Umeå



Coop Kittelfjäll

MYCKET PÅ GÅNG I BUTIKERNA – NU OCH I FRAMTIDEN

Under året har flera av våra butiker fått ett lyft – och många spännande satsningar är på gång den närmaste framtiden.

– Det handlar om medlemsnytta. Alla våra butiker ska vara fina och fräscha, därför moderniseras de kontinuerligt. När det gäller framtida satsningar har vi hela tiden örat mot rälsen för att etablera nya butiker på platser där vi ser en stark utveckling, säger Lars Carlstedt, fastighetschef på Coop Nord.

Bistro och energieffektivisering

Coop City i Umeå har under 2024 bland annat fått en bistrodel, där besökarna kan sitta och äta lunch och fika, och en ny självutcheckningsdel. Butikerna på Ersboda och Torvalla har fått ett lyft genom nya kassalösningar, modernare kundvarv och nya och mer energieffektiva kyl- och frysmöbler, även i Åsele har kylutrustningen uppdaterats.

I Timrå pågår en större investering som bland annat innefattar nya butiksinventarier och golvbyte. Allt för att vara beredda på en expansion av det närliggande industriområdet Torsboda.

I Kittelfjäll, som invigdes i början av året, pågår en utbyggnad av lagerytan. Inför öppningen byggdes

butiken ut och blev mer än dubbelt så stor sedan Coop Nord tog över 2023.

Etableringar på nya platser

När det gäller de framtida satsningarna ligger ett nytt Stora Coop på Umeås största galleria Avion närmast. Planen är att öppna hösten 2025.

På Stora Coop Tomtebo väntar under 2025 – förväntad start under sommaren – en rejäl utbyggnad av både säljytan och personalutrymmen. Allt för att möta den kraftiga expansionen på stadsdelen Tomtebo.

Två nya butiker som ligger några år bort i Umeå är de planerade satsningarna på områdena Klockarbäcken och Haga. Klockarbäcken väntas bli ett stort nytt handelsområde inom några år (inte minst tack vare att nya ringleden nu är i gång), utöver Coop vill bland andra Max, Apoteket och Chop Chop etablera sig där. På Haga handlar det om att uppföra en butik på fastigheten där Motorcentralen finns i dag.

I Lycksele väntar en ometablering. Butiken vid gågatan i centrum ska flyttas till ett mer strategiskt läge vid E12. Förväntad byggstart är fjärde kvartalet 2025 eller första 2026.

STOR ÖKNING BLAND FÖRETAG OCH FÖRENINGAR

Antalet Coop Nord-kunder bland företag, föreningar och kommuner har ökat rejält 2024. Under 2025 spås den positiva utvecklingen bli ännu starkare, mycket tack vare online-handeln.

– Allt talar för att 2025 blir ett fantastiskt år för oss, säger Malin Nuuksujärvi, företags säljare.

Hon och Frida Warg, online-ansvarig på Coop Nord, arbetar nära tillsammans med företag, föreningar och kommuner. Duon kan se tillbaka på ett hektiskt 2024 där mycket har hänt.

– Försäljningen har ökat snabbt och online-handeln är drivande. Ett exempel är hemtjänst-personal som tidigare handlat i butik. Nu kan de sitta hos brukarna och beställa. Det är smidigt, ger överblick och sparar tid som gör att de kan vara mer med brukarna, säger Frida Warg.

Extra service populärt

Malin och Frida tror att en av förklaringarna bakom ökningen är Coop Nords service för företag, föreningar och kommuner.

– Vi lägger stort fokus på att hjälpa våra kunder så snabbt som möjligt och hitta lösningar som passar dem, förklarar Frida.

Hon skötte tidigare arbetet med företag och kommuner på egen hand, men sedan Malin anställdes för ett år sedan kan de backa upp varandra. Det har också gjort att Frida kan fokusera mer på online-handeln.

– Vi har mycket kontakt med våra butiker och de är bra på att sprida ordet bland sina kontakter.

Det är ofta så att vi får nya kunder som vi kan hjälpa att komma i gång med att handla online, säger Malin.

Föreningarna jublar

Under året har vi lanserat ett nytt paketerbjudande och en produktkatalog för föreningar, som vi fått positiv respons för. Den röda tråden är att göra det så smidigt som möjligt för föreningarna. Det kan till exempel handla om att underlätta för både föreningarna och butikerna när varor ska hämtas ut och ha betalningslösningar som gör det enkelt att handla.

– Upplägget är otroligt uppskattat av föreningarna vi haft kontakt med och vi tror att det kommer explodera under 2025, säger Malin.

– Online-handeln utvecklas hela tiden och vi ser verkligen ljus på 2025, säger Frida.



Obemannade butiker – en växande trend

På Coop Nord har vi i dag sju butiker som har öppet utan bemanning några timmar per dygn.

– För oss funkar det fint, säger Sabrina Jonsson, butikschef på Coop Dorotea.

Dorotea började med obemannat i juni och det innebar en rejäl ökning av öppettiderna. Bemannat har butiken öppet 09-20 vardagar och 9-17 på helgen, obemannat 06-09 och 20-24 på vardagarna samt 06-09 och 17-24 på helgerna.

– Det är uppskattat bland våra kunder och det känns toppen att kunna erbjuda den här servicen, inte minst

för dem som jobbar på lite knepiga tider, säger Sabrina Jonsson.

Personalen har fått byta lite rutiner vid stängning, bland annat på grund av att åldersbegränsade varor som öl, snus och energidryck måste låsas in.

– Annars rullar det på som vanligt. Vi har märkt att det går mer snacks och godis på de obemannade tiderna, så där har vi fått öka beställningarna.

Utöver Dorotea är det i dag Bjurholm, Kittelfjäll, Vemdalen, Röbbäck, Ullånger och Norsjö som har öppet obemannat.

VI ÄLSKAR NORRLAND



Coop Nord är den enda genuint norrländska matkedjan – och mycket mer än så. Vi älskar Norrland och engagerar oss därför i vårt område, på många olika sätt. Under 2024 har vi lanserat flera nya initiativ som understryker vår vilja att skapa ett ännu bättre Norrland.

Norrländsk återväxt är en satsning där vi vill vi kroka arm med goda krafter som gör viktiga insatser för barn och ungas hälsa och välmående. Ihop med Coop är ett nytt sponsringskoncept där vi tillsammans med föreningarna vill bidra till ett Norrland där alla kan ha en meningsfull fritid.

Vi har också en ny varumärkning, Av och för Norrland, som visar vår ambition att vara bäst på lokala varor – men också att vi värnar den plats där vi lever. Ett led i att utveckla Norrland, i dag och i framtiden, är även vårt aktiva arbete med att minska matsvinnet.

Allt detta kan du läsa mer om på följande sidor.

NY SATSNING PÅ BARN OCH UNGA

Norrländsk återväxt är vår nya satsning på organisationer och eldsjälar som gör viktiga insatser för barn och ungas hälsa och välmående.



– Vi vill kroka arm med goda krafter och tillsammans skapa samhällsnytta. På så sätt ger vi bättre förutsättningar för ett Norrland som lever och mår bra även i framtiden, säger Henrik Skyttberg, vd för Coop Nord.

I samhället finns det många ideella krafter som behöver stöd för att kunna bedriva viktiga verksamheter. För oss på Coop Nord handlar Norrländsk återväxt om att bidra till samhällsnytta som en förlängning av medlemsnyttan.

– Som medlem hos oss får man inte bara bra priser och bonuspoäng, man gör också något bra för barn och unga i Västerbotten, Västernorrland och Jämtland, säger Henrik Skyttberg.

Stöd för engagemang och delaktighet

Rädda Barnen Region Nord är en av Coop Nords samarbetspartners i Norrländsk återväxt. De ser samarbetet som en möjlighet att bidra till en positiv utveckling med fokus på att skapa hållbara insatser för barn och unga genom sin satsning På Lika Villkor.



– På Lika Villkor syftar till att stärka engagemang, delaktighet och inflytande bland unga, oavsett bakgrund. Vi hoppas också i framtiden att barn och ungas delaktighet bidrar till att stärka banden mellan lokala krafter och näringslivet för att få ännu större genomslag, säger Macarena Cerda, gruppchef för Rädda Barnen i Västernorrland och Jämtland/Härjedalen.

Socioekonomiskt sårbara områden

– Vi vill inom ramen för samarbetet utveckla och genomföra lokala initiativ som främjar rättigheter för barn och unga i socioekonomiskt sårbara områden på

fyra platser i Västerbotten, Västernorrland och Jämtland, säger Emelie Matkala Nylander, gruppchef Västerbotten.

I Västernorrland kommer Rädda Barnen starta upp På Lika Villkor i Bredsand, Sundsvall. I Jämtland riktas fokus på Torvalla i Östersund, där man drivit På Lika Villkor sedan 2022.

Tack vare samarbetet kan lovsatsningen, Vibe, vidareutvecklas.

I Västerbotten bedrivs På Lika Villkor i Ersboda och Ålidhem med fokus på att stärka barn och unga i skolan och att skapa en meningsfull fritid.





IHOP MED COOP

– ETT TYDLIGARE SPONSRINGSKONCEPT

Ihop med Coop är ett nytt sponsringskoncept som togs fram 2024 och rullade i gång i början av 2025. Det förtydligar vad vi på Coop Nord vill med vår sponsring.

Coop Nord har länge valt att sponsra idrottsföreningar som har en genuin ungdoms- och damsatsning, från det lokala knattelaget till de stora elitlagen. Det vill vi fortsätta göra, men i en uppdaterad tappning.

Med Ihop med Coop tar vi ett helhetsgrepp kring hur Coop Nord ska synas och uppfattas i sponsringssammanhang. Vi vill ha ett koncept med ett enhetligt budskap som bygger mer än bara kännedom. Det ska upplevas likadant oavsett yta.

– Samtidigt vill vi stärka vår position som den enda genuina norrländska matvarukedjan genom att koppla an till Norrländsk tid, och på så sätt skapa fler positiva associationer till varumärket Coop Nord, säger Erik Larsson, marknadschef.

Ihop med Coop visar att sponsring för Coop Nord är mer än att bidra ekonomiskt. Vi gör det tillsammans med föreningarna, för att göra skillnad på riktigt och bidra till ett Norrland där alla kan ha en aktiv och meningsfull fritid.

– Konceptet förtydligar för våra medlemmar och kunder vad vi vill med vår sponsring. Vi ser på sponsring som ett givande och tagande, ett samarbete helt enkelt, säger Erik Larsson.

MATSVINNET MINSKAR PÅ COOP NORD

Under 2024 har vi fortsatt att arbeta aktivt för att minska matsvinnet. Och det går åt rätt håll!

En tredjedel av all mat som produceras i Sverige hamnar i soporna varje år. Det vill vi på Coop Nord givetvis bidra till att ändra på. Därför bedriver vi sedan flera år ett arbete på flera plan för att minska matsvinnet. Tillsammans med våra medlemmar är vi på väg åt rätt håll.

Rädda mat aktivt

På Coop Nord jobbar vi tillsammans med leverantörerna för att ta fram förpackningar som förlänger produkternas hållbarhet, försöker se till att butikernas utbud möter kundernas efterfrågan genom effektivare beställningsrutiner och tipsar om recept som kan lagas av rester.

För att minska matsvinnet sätter vi ned priset på varor med kort datum och undviker på det sättet att behöva kasta mat. Vi har också ett framgångsrikt samarbete med maträddarappen Too Good To Go, som finns i 80 av 85 Coop Nord-butiker. Genom den går det att köpa rabatterade matkassar packade med varor som närmar sig bästföredatum, är utsorterade eller ligger som överskott.

Äre visar vägen

En av de butiker som kommit långt när det gäller att minska matsvinnet är Coop i Äre. Där jobbar man hårt med att förädla matvaror innan de når bästföredatum, antingen genom att frysa in dem eller att, via en egen kock, laga mat som blir luncher i butiken.



Isak Lindström, butikschef på Coop Äre

– Vi har jobbat så ett par år och det är en av förklaringarna till att vi lyckats få ner vårt matsvinn ordentligt, säger Isak Lindström, butikschef.

Ett annat viktigt verktyg är appen Deligate, som håller koll på datum på alla avdelningar och gör att butiken kan prissänka eller frysa in varor innan de når bästföredatum.

– Coop Nord centralt är duktiga på att jobba med matsvinnet. Vi får bra stöttning, tips på nya verktyg och nya idéer. Regionsmötena där vi utbyter erfarenheter mellan butikerna är också värdefulla, säger Isak Lindström.

STORT HJÄRTA FÖR DET LOKALA

Av och för Norrland är en ny märkning som understryker vår ambition att vara bäst på lokala varor – men också att vi värnar den plats där vi lever och verkar.

Vi återinvesterar vårt överskott i Norrland genom en rad olika initiativ (som till exempel Norrländsk återväxt). Norrlandsmärket är en påminnelse om vårt lokala utbud och unika ställningstagande. Genom att handla i Coop Nords butiker stöttar våra medlemmar lokala producenter samtidigt som de bidrar till ett mer välmående Norrland.



HENRIK – NY BUTIKSCHEF I ÅSELE

Henrik Leek är Örnsköldsvikssonen som flyttat till Åsele för att bli butikschef på Coop. Och familjen har följt med.

– En jättebra möjlighet att känna på hur det är att jobba som butikschef och att ta ett steg vidare i karriären. När chansen dök upp hörde jag mig för om Åsele, sedan gick jag på magkänsla, berättar han.

Henrik Leek började på Coop i Åsele under midsommarveckan, då som tillförordnad butikschef. Från den 1 oktober är han butikschef. Den första tiden dagspendlade han mellan Åsele och Ö-vik, 15 mil enkel väg, därefter veckopendling. Med frun och tre små barn, 6, 4 och 1,5 år gamla, kvar i Ö-vik var det ingen hållbar lösning. Nu har hela familjen flyttat upp till Åsele, och Henriks fru är numera hans kollega på Coop.

– Det var givetvis inte optimalt att jag var borta hela veckorna, men när vi alla nu är samlade i Åsele känns det toppen. Barnen stormtrivs och har kommit in jättebra i Åsele, säger han.

Stor variation på dagarna

Jobbet som butikschef är väldigt varierat. Ingen dag är den andra lik. Henrik Leek har ett finger med i allt som händer i butiken, där fem personer – inklusive honom – jobbar. Det kan

bland annat handla om varuleveranser, brödbak, rensa frukt, städa, fixa skyltar och etiketter, räkenskaper, personalansvar och utbildningar.

– Det är intressant och kul och faktiskt svårt att förbereda sig för allt som kan hända, jag lär mig något nytt varje dag. Jag har fått mycket positiv respons från kunderna och det känns givetvis väldigt bra, säger han.

Han har stort fokus på att hitta en bra standard för butiken, att leverera en snygg butik med ett bra kundbemötande.

Lärorikt trainee-program

Henrik Leek har tidigare arbetat på Coop Hörnätt i Domsjö, även då tillsammans med sin fru, och under trainee-tiden på Coop City i Ö-vik. Sin trainee-examen tog han sista oktober, sista tiden fick han ett specialupplägg då han hunnit bli butikschef.

– Trainee-programmet var väldigt givande, jag lärde mig mycket som jag tar med in i min nya roll. Upplägget att varva teori och praktik har känts utvecklande. På min praktikplats på Coop City lärde jag mig bland annat mycket om färskvaror, frukt och mejeriprodukter, ja, hela cirkeln kring färskvaror och det har jag nytta av varje dag i Åsele.



Utvecklingsprogram Trainee 2024

- Butiksdrift
- Butiksekonomi
- Grundläggande ledarskap
- Marknadsföring
- Presentationsteknik
- Optimal bemanningsplanering
- Säkerhet
- Logistik
- Säker mat
- Färskvaruutbildningar inom chark, frukt och grönt samt åtta obligatoriska e-utbildningar för tjänstemän.



Lyckad satsning på kundmötet

Kundbemötandet kommer alltid att vara jätteviktigt för oss på Coop Nord. Under hösten har det varit extra fokus på området genom utmaningar där regionerna jämfört sig med varandra.

2018 drog Coop centralt i gång projektet Det goda mötet, med målet att skapa branschens bästa kundmöte. Projektet har sedan tagits vidare regionalt. Vi på Coop Nord arbetar aktivt med detta både i introduktionen, i vardagen och i punktinsatser som fokusveckor, under hösten med rubriken Det norrländska kundmötet.

– Kundmötet är avgörande för att kunderna ska välja oss framför konkurrenterna och något vi kan påverka. Vi behöver ha en hög lägstanivå och påminna oss om att det lilla gör stor skillnad. Vi vet att kunderna kommer tillbaka i högre utsträckning om de får ett bra bemötande, säger Jennifer Karlsson, HR-chef på Coop Nord.

Välkomstbingo

Höstens satsning inleddes med välkomstbingo, en två veckor lång aktivitet med olika inslag som rörde kundmötet. Satsningen startade i samband med Norrländsk högtid, som hänger ihop med konceptet Norrländsk tid. Alla medarbetare fick hjälpas åt att fylla i en bingobricka där inslagen hade koppling till kundmötet. Syftet var att göra något gemensamt och att träna på beteenden som gör skillnad på riktigt.

Därefter fortsatte Det norrländska kundmötet med nya utmaningar varannan vecka i syfte att fortsätta träna på beteenden som förbättrar kundmötet.

– Att jacka ihop satsningen på kundmötet med vårt

varumärkesarbete var nytt för i år och det blev jättebra, det kändes som vi nådde ut. Vi paketerade det på ett sätt som butikerna tyckte var roligt och genomförbart, säger Jennifer Karlsson.

"Vi finns för kunderna"

Hon tycker att höstens satsning kan ses som ett sätt att gå tillbaka till grunderna när det gäller kundmötet, att kunderna ska känna att Coop Nords butiker finns för dem. Många medarbetare har intygat att höstens aktiviteter har hjälpt dem att bli mer medvetna om sitt agerande och att träna sig i vardagliga situationer kring kundmöten.

– Butikerna gör ett fantastiskt jobb med kundmötet varje dag. Om vi kan stötta upp med aktiviteter för att förenkla träningen i vardagen är det jättebra. Arbetet har också gett resultat bland kunderna, tack vare ett ännu bättre bemötande upplevs vi nu som mer tillgängliga, säger Jennifer Karlsson.

Den gröna tråden, så här ska kunderna uppleva Coop Nord:

- Välkommande
- Inspirerande
- Ansvarstagande
- Modiga

HÄR ÄR VINNARNÄR FÖR ÅRSPRISERNA VID ÅRETS KICKOFF I STOCKHOLM I FEBRUARI 2024.



Årets kundmöte

COOP KITTELFJÄLL

Visar gång på gång att deras engagemang för sina kunder och sitt fokus på kundmötet skapar resultat där de stadigt ligger i toppen för Nöjd Kund Index inom Coop Nord.



Årets försäljning

COOP DOROTEA

Butiken har ett tydligt ledarskap och ett stort driv att sälja på varje tillgänglig yta, hänga med i nya trender i kombination med ett excellent kundmöte.



Årets resultat

COOP NORDMALING

Resultat kan skapas på olika sätt men den här butiken gör det genom att gasa. Allt går att sälja!



Årets Online

FRIDA WARG

Har bidragit till Coop Nords starka online-utveckling genom att vara stöttande, utbildande och alltid jobba för att hitta förbättrings-åtgärder i plockvarv, utrustning och system.



Årets HK-medarbetare

MARCUS JOHANSSON

Till höger, ger energi i sitt kundmöte med butikerna, inspirerar att våga sälja mer och hjälper till när det inte fungerar. Också på bild Linda Stenlund och Jörgen Brännström.



Årets Säljare

PETER KRINGBERG

Till höger, är en skicklig säljare med lönsamhet och personlig utveckling hos sina medarbetare som största drivkraft. Han har skapat ett slagkraftigt lag och har ett stort förtroende hos sina kollegor. Också på bild Matilda Sjöström och Shekeb Sharifi.



Årets Butik

COOP CITY ÖRNSKÖLDSVIK

Håller alltid bra drift med god fyllnadsgrad och säljtryck. Har ett trevligt bemötande, ett bra lokalt sortiment och klarade under 2023 alla sina nyckeltal i AP på ett övertygande sätt.



Årets Chef

VERONICA NÄSLUND

Veronica, i mitten, visar dagligen upp hur en ledare ska agera. Hon är lyhörd, hjälpsam, flitig och inspirerar sina medarbetare med sitt sätt att vara. Också på bild Carina Berglund och Tobias Ytterdal.



Årets Butik i sociala medier

STORA COOP SUNDSVALL

Samtidigt som butiken krympt fysiskt har den vuxit digitalt. Här får kunderna dela vår vardag, möta glada ansikten och kolla in nyheter och lockande deals.



JÄTTEÖKNING PÅ SOCIALA MEDIER

Hösten 2023 implementerade vi på Coop Nord en gemensam strategi för sociala medier. Den har gett resultat under 2024, mycket tack vare att många butiker varit väldigt aktiva.

Strategin är skapad för att fungera för alla 85 butiker, trots skillnaderna mellan butikerna. Den är möjlig att applicera på tre olika nivåer: Bas, Nästa steg och Till toppen. Allt för att passa varje butik så att alla kan jobba strukturerat med sina sociala kanaler.

Fantastisk tillväxt

Vad har strategin gett för effekt? Om vi jämför med resultaten från föregående år visar resultaten exempelvis att räckvidden på inläggen har ökat med 56 procent och att engagemang ökat med hela 145 procent. Av resultaten att döma har Coop Nords butiker gjort ett utmärkt jobb.

– Det är oerhört kul att se vilken fantastisk tillväxt vi haft i engagemang och räckvidd! Vi ser det som ett kvitto på att det nya arbetssätt vi introducerade med strategin fungerar, säger Stefan Eriksson, medlems- och kommunikationschef på Coop Nord.

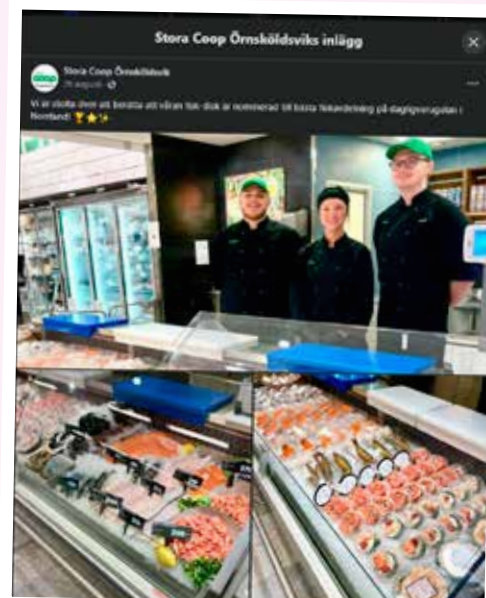
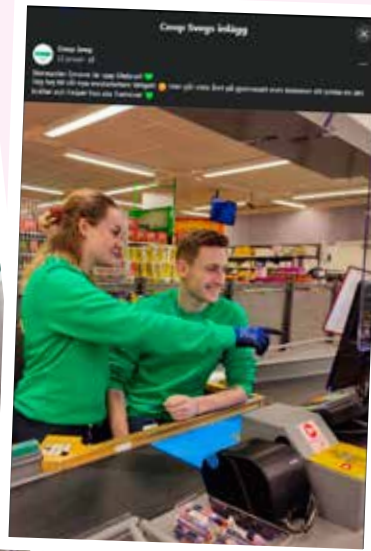
Så jobbar butikerna

Två av våra butiker som jobbar mycket aktivt med sociala medier är Coop Fränsta och Coop Vindeln. För båda har sociala medier blivit ett självklart inslag i vardagen.

– Vi gör inlägg varje dag, ibland flera stycken och har under 2024 sett en stor ökning, både när det gäller antalet följare och engagemang. Inläggen är ganska mixade, ett nytt inslag är att boka köp via sociala medier, till exempel prydnadstomar inför julen. Strategin känns som en bra grund att stå på och inspirerade oss när vi drog i gång, säger Emmelie Åström, butikschef Coop Fränsta.

– Det är kul med sociala medier och det drar folk, antalet kunder har ökat under året. Vi har ett schema med fasta inslag varje vecka. Måndag kör vi lunchmeny, onsdag tipsar vi om våra favoritrecept, torsdag har vi tävlingar och så vidare. Vi gör också en hel del filmer där vi bjuder på oss själva och visar vad som händer bakom kulisserna. Inför lanseringen av strategin gick vi en kurs och därifrån tog vi bland annat med oss att använda norrländsk humor i våra inlägg, säger Nina Rosen, butikschef Coop Vindeln.

Strategin innehåller en konkret verktygslåda för butikernas kommunikation på sociala medier. Här finns till exempel inspiration för att skapa inlägg, en praktisk handbok, tips på hur man sätter mål och följer upp dem samt hur man gör en aktivitetsplan.



COOP NORDS FÖRETAGSLEDNING



Från vänster

Henrik Skyttberg vd
Erik Larsson marknadschef
Maria Annér Liedberg ekonomichef
Joakim Fors chef affärsutveckling
Stefan Eriksson medlems-
och kommunikationschef
Lars Carlstedt fastighetschef
Jennifer Karlsson HR-chef
Patrik Högmark försäljningschef

COOP NORDS STYRELSE



Från bakre raden från vänster

Per-Olof Persson
Ewa Back
Conny Gustafsson (fackl)
Pär Lindberg
Mattias Rustan (fackl)

Mitten från vänster

Mats Jonsson
Peter Renkel
Anna-Carin Jonsson
Dan Magnusson

Längst fram från vänster

Louise Ring
Annette Andréhn Wallgren (fackl)
Mona Edström Frohm



MATS – SERIETECKNAREN I STYRELSEN

Den Augustprisnominerade serietecknaren Mats Jonsson trodde först att det var en busringning när han blev kontaktad om att bli medlem i Coop Nords styrelse. Nu börjar han bli varm i kläderna – och är imponerad av styrelsens kompetens och engagemang.

– Om en jätte i livsmedelsbranschen är öppen för att ge plats i styrelsen åt en serietecknare, då tyder det på något. Att de kom på att fråga en sådan som mig gjorde mig nyfiken, säger han.

Mats Jonsson flyttade för några år sedan med sin familj från Stockholm tillbaka till Sandslån utanför Kramfors där han växte upp.

– Jag är engagerad i Norrland och landsbygden och har länge suttit och tyckt en massa, bland annat i mina böcker. Med rollen i Coop Nord kan jag påverka på ett konkret sätt.

Uppvuxen med Konsum

Han är uppvuxen med att handla på Konsum, så på det sättet är det ett naturligt steg för honom att jobba aktivt inom Coop Nord.

– När jag var liten fick jag lära mig av mina föräldrar att man bara skulle gå på Lca om något var slut på Konsum.

Inledningsvis har styrelsearbetet inneburit en hel del research, något som passar honom eftersom det är en stor del av hans arbete till vardags, och att göra sig en bild av vad han kan bidra med.

– Det är intressant att sätta sig in i något som alla har en koppling till. Livsmedelsbutiker är ju en grundläggande funktion i samhället. När det gäller min roll tror jag en viktig sak är att jag kan komma med nya perspektiv, bland annat genom att våga ställa dumma frågor.

”Sanslöst kompetenta”

Vid styrelsemötena slås han ofta av hur ”sanslöst kompetenta” de övriga medlemmarna är.

– Att träffa människor som har så stor erfarenhet från andra områden än min bransch är givande. Det känns som att det ska mycket till för att rubba den här styrelsen. De har sett allt och hört allt, på ett förtroendeingivande sätt.

Han känner sig inspirerad av hur Coop Nord ger tillbaka till samhället, till exempel via Norrländsk återväxt, och vill gärna sprida kunskap om vad föreningen gör (”det är inte en kundklubb, det är något annat”) och locka fler att engagera sig i Coop.

– En sympatisk grej som slagit mig på styrelsemötena är att alla butiker behandlas lika. Vi kan diskutera en liten butik i inlandet lika länge och noggrant som vi pratar om en stormarknad vid kusten.

Mats Jonsson har givit ut serieromanerna Unga norrlänningar, Hey Princess, Pojken i skogen, Mats kamp, Nya Norrland, När vi var samer och Stinas jojk. Han har bland annat belönats med Norrlands litteraturpris och blivit hedersdoktor vid Mittuniversitetet. När vi var samer nominerades 2021 som första serieroman någonsin till Augustpriset i den skönlitterära kategorin.

RESULTATRÄKNING

Tkr	2024-01-01 –2024-12-31	2023-01-01 –2023-12-31
Nettoomsättning	5 490 594	5 232 680
Kostnad för sålda varor	-4 086 804	-3 901 689
Bruttoresultat	1 403 790	1 330 991
Rörelsens kostnader		
Försäljningskostnader	-1 349 057	-1 279 795
Administrationskostnader	-42 835	-40 544
Övriga externa kostnader	-1 118	-1 101
Övriga rörelseintäkter	21 450	19 838
Rörelseresultat	32 230	29 389
Resultat från finansiella poster		
Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar	9 200	3 606
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	47 925	24 048
Räntekostnader och liknande resultatposter	-384	-395
	56 741	27 259
Resultat efter finansiella poster	88 971	56 648
Bokslutsdispositioner	6 699	2 061
Resultat före skatt	95 670	58 709
Skatt på årets resultat	-19 544	-11 539
Årets resultat	76 126	47 170

BALANSRÄKNING

Tkr	2024-12-31	2023-12-31
TILLGÅNGAR		
Anläggningstillgångar		
Materiella anläggningstillgångar	619 652	629 020
Finansiella anläggningstillgångar	311 198	308 689
Summa anläggningstillgångar	930 850	937 709
Omsättningstillgångar		
Varulager m m	282 669	269 479
Kortfristiga fordringar	117 982	124 854
Kortfristiga placeringar	1 036 782	994 353
Kassa och bank	215 100	240 774
Summa omsättningstillgångar	1 652 533	1 629 460
SUMMA TILLGÅNGAR	2 583 383	2 567 169
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Eget kapital		
Bundet eget kapital	1 358 290	1 355 378
Balanserad vinst eller förlust	272 240	230 428
Årets resultat	76 126	47 170
Summa eget kapital	1 706 656	1 632 976
Obeskattade reserver	199 967	206 656
Avsättningar	51 503	50 856
Långfristiga skulder	63 963	66 549
Kortfristiga skulder	561 294	610 132
Summa skulder	876 727	934 193
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	2 583 383	2 567 169

Årsredovisningen i sin helhet finns på coopnord.se

NYA BUTIKER 2024

COOP VEMDALEN

COOP ÖSTRA STATION

1220

GENOMSNITTLIGT
ANTAL MEDARBETARE

141 st

ANTAL LOKALA LEVERANTÖRER

ANTAL
BUTIKER
85 ST

OMSÄTTNING
5 491 MKR

INVESTERINGAR
90,6 MKR

RESULTAT
89,0 MKR

49 FÖRENINGAR
FICK STÖD GENOM
NORRLÄNSK ÅTERVÄXT

329 705
MEDLEMMAR

ONLINEERJUDANDE
86% AV VÅRA
BUTIKER

Sex av våra butiker har byggts om eller rustats upp under 2024. Tre av butikerna har fått nya och mer miljövänliga kyl- och frysanläggningar.

Coop Nord
Besöksadress: Östermalmsgatan 63A
Postadress: 901 77 Umeå
Telefon: 090-104 000
info@coopnord.se
www.coopnord.se
Vi finns på Facebook!

coop
Nord