

coop

Nord



Hållbarhetsrapport
2024



2024-01-01 – 2024-12-31

Coop Nord Ekonomisk Förening
Organisationsnummer: 794000-1162

Lagstadgad hållbarhetsrapport verksamhetsåret 2024

1. Rapportens omfattning

Den här rapporten avser Coop Nord ekonomisk förening 794000-1162 och syftar till verksamhetsåret 2024.

Coop Nord ekonomisk förening 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 kapitel 3, "Det samordnade hållbarhetsarbetet i Coop i Sverige". Ytterligare beskrivning av gruppens hållbarhetsarbete hittas på Coops hemsida och delvis i Coop Sveriges årsberättelse, som även den kan hittas på Coops hemsida under hållbarhet.

Coop består av 26 konsumentföreningar inklusive sina egna dotterbolag, samt Coop Sverige (CSAB) och Coop Logistik AB (CLAB) som tillsammans är Coop i Sverige. Dessutom finns flera aktiebolag som föreningarna äger och driver. 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. Alla kedjeformat är med i redovisningen, dvs Coop, Stora Coop och X:-tra. De resultat som gäller för Coop Nord redovisas separat nedan och kan jämföras med det övergripande resultatet för hela Coop i Sverige där så är möjligt. Rapporten följer årsredovisningslagen och det tillägg som gäller obligatorisk hållbarhetsredovisning.

För rapporteringsåret 2025 kommer en övergång till CSRD (Corporate Sustainable Reporting Directive) att ske. Under 2024 har arbetet med att bygga upp kapacitet kring rapportering enligt CSRD skett. Läs mer om det längre ner under del 3. Det gör att hållbarhetsrapporteringen för 2024 sker i ett systemskifte. Dels i sättet att rapportera, dels i teknisk plattform för inrapporteringen. Det bör beaktas och det kan förekomma både bortfall av inrapporterat underlag från rapporterande enheter och risk för dubbelrapportering. Förklaringar finns där det finns särskild risk för detta.

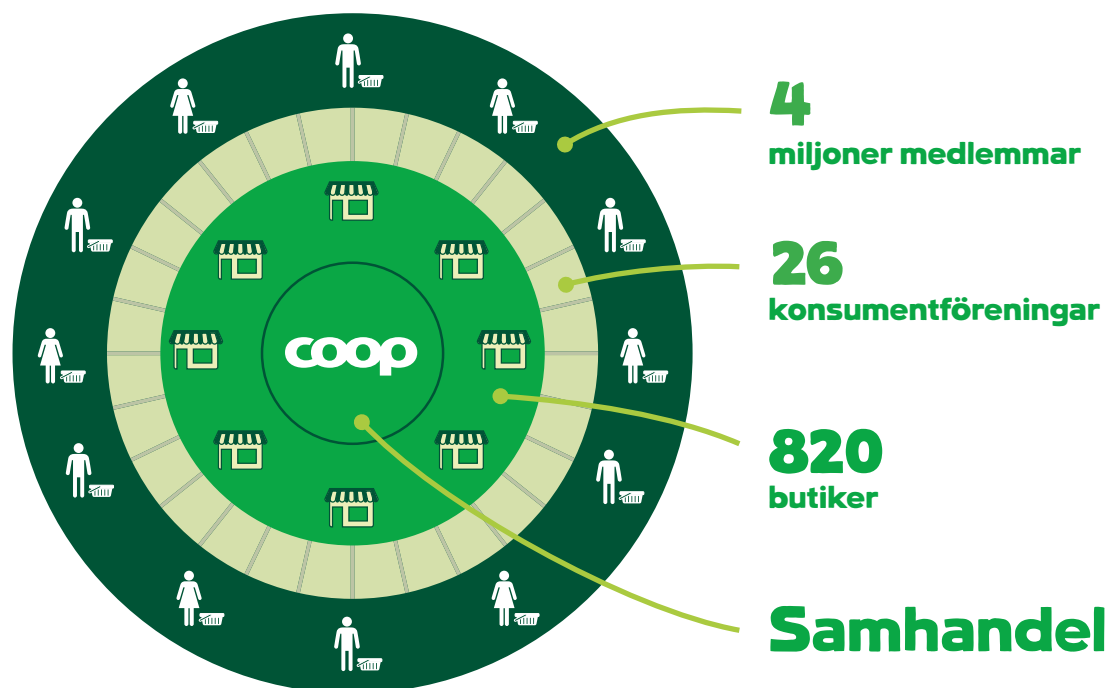
2. Den kooperativa affärsmodellen – grunden för en hållbar verksamhet

Ända sedan konsumentkooperationen grundades år 1899 har det grundläggande syftet varit att skapa medlemsnytta genom den samlade styrkan av medlemmarnas konsumtion. Under 2024 blev Coop fler än 4 miljoner medlemmar som genom sitt personliga engagemang och sina inköp lägger grunden för verksamheten.

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. Här kan vi bara göra mer och våga vara modiga som vi alltid varit.

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 det möjligt för våra medlemmar att verka för en hållbar samhällsutveckling när de handlar på Coop. Hållbarhetsstrategin 2033 utgår från medlemslöfte med fokus på att ge mer möjligheter för hållbara val. Läs mer om hållbarhetsstrategin 2033 under kapitel 3.2, Hållbarhetsstrategin 2033.

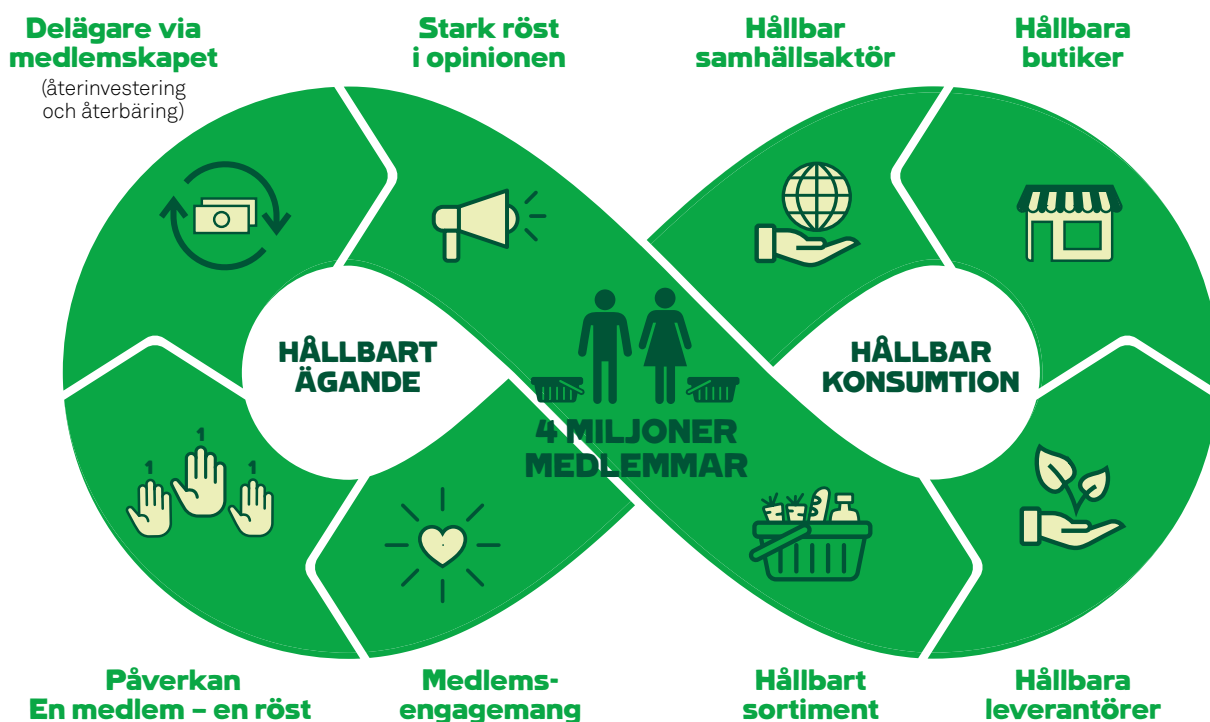
Vår gemensamma organisation och ägarstruktur redovisas i figur 1 nedan. I det yttersta lagret hittas medlemmarna, våra ägare, som genom sitt medlemskap i konsumentföreningen och den demokratiska processen sätter ramarna för vår organisation. I cirkelns kärna finns vår samhandel, där vi verkar tillsammans för att skapa stordriftsfördelar. Vi delar på resurser, funktioner och skapar en riktning tillsammans, helt i linje med den kooperativa affärsmodellen. Samhandelsavtalet mellan CSAB och föreningarna reglerar vad som ska delas och vad vi gemensamt ska verka för. Genom vår kooperativa samhandel och vår butiksdrift skapar vi nytta för medlemmarna. Alla delar i vår gemensamma organisation strävar i alla lager av cirkeln mot ett gemensamt mål, hållbart ägande och hållbar konsumtion.



Figur 1 Modellen för samhandel som ger oss skalfördelar

Den kooperativa affärsmodellen är i allra högsta grad modern med basen i ett cirkulärt system. Allt överskott som skapas i verksamheten går tillbaka till medlemmen eller återinvesteras i verksamheten. Det skapar ett cirkulärt kretslopp. Figur 2 illustrerar vår cirkulära kooperativa modell, med medlemmarna i centrum. Modellen visar hur vi genom vår kooperativa ägarform lägger grunden för både en hållbar ägandeform och strävar efter 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. Hållbarhetsstrategin 2033 med riktning mot att medlemmen ska kunna göra hållbara val hos Coop bygger på den kooperativa modellen där delarna till höger i modellen är grunden och den demokratiska processen till vänster motorn.



Figur 2 Coops kooperativa modell med medlemmen i mitten

Inom ramen för varumärket Coop drivs den 31 dec 2024 totalt cirka 820 butiker av 26 föreningar. Genom den partihandel som bedrivs av CSAB för hela Coop i Sverige och med stöd i samhandelsavtalet 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 (Coop, Stora Coop och X:-tra), all marknadskommunikation, affärsutveckling och affärsstöd. I det ingår både kvalitetssäkring av processer kring livsmedels-säkerhet och rutiner inklusive hållbarhetsfrågor samt stöd vid revisioner. De 26 föreningarna driver och utvecklar sina butiker med stöd av riktlinjer och inriktningsbeslut kring t ex utseende och känsla i butiken, sortiment och utbud, utbildningsinsatser osv som tas fram centralt av CSAB. Logistiken kring varor och varuflödet sköts av CLAB förutom den mer lokala online-försäljningen. Mer information om Coops organisationsstruktur går att hitta på hemsidan coop.se.

En av dessa 26 föreningar är Coop Nord med 329 705 medlemmar (31 december 2024). Föreningen är en av Sveriges större detaljhandelsdrivande konsumentföreningar och består av 85 (83) butiker. De ingående enheterna fördelar sig på 9 (9) Stora Coop, 75 (74) Coop-butiker och 1 (1) X:-tra-butik. Verksamhetsområdet omfattar länen Västerbotten, Västernorrland och Jämtland.



3. Det samordnade hållbarhetsarbetet i Coop i Sverige

Coop och KF har från 1899 då vi grundades, alltid arbetat med stort engagemang och riktning kring hållbarhet och samhällsansvar. Affärsmodellen som beskrivs ovan är grunden där medlemmen står i centrum. Vårt medlemslöfte är "Tillsammans ger vi varje medlem mer" och vårt syfte 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 våra styrdokument och vår hållbarhetsstrategi.

Sammanfattning av Coop i Sveriges hållbarhetsarbete

Kort sammanfattning av Coop i Sveriges hållbarhetsarbete under 2024:

- Format och implementerat Hållbarhetsstrategin 2033 som gäller för hela Coop i Sverige, med ett stort fokus på att ta fram ett datadrivet sätt att arbeta.
- Fortsatt utvecklingen av användbarheten för hållbarhetsdeklarationen både för medlemmen som scannar och vill förstå hållbarhetsprestandan för produkten och för oss själva internt i vår produktutveckling med modeller för att mäta och följa upp försäljningen.
- Skapat en hälsoscore som visar med ett index från 1 (bäst) till 5 (sämst) hur hälsosam en produkt är. Det är ett internt verktyg för vår styrning och test har genomförts på en kategori med gott resultat.
- Fortsatt arbete med våra klimatmål enligt SBT (Science Based Target) och kommer arbeta vidare med FLAG som är en mer detaljerad utveckling av målen.
- Arbetat vidare tillsammans i branschen kring hur produkternas klimatpåverkan ska beräknas.

3.1 Coop i Sveriges hållbarhetsarbete

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.

CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), den nya lagstiftningen som styr redovisningen från 2025, kräver nya arbetssätt och ett mer gediget, systematiskt och processororienterat arbetssätt. Stora delar av 2024 och mer intensivt under hösten 2024 har enheten hållbarhet arbetat för att skapa förutsättningar för ett sådant arbetssätt.

3.2 Hållbarhetsstrategin 2033

Hållbarhetsstrategin 2033 utgår från vårt medlemslöfte, "Tillsammans ger vi varje medlem mer". Hållbarhetsstrategin 2033 beskriver hur vi ska arbeta med helheten inom hållbar utveckling dvs alla tio parametrar inom hållbarhetsdeklarationen. Socialt ansvar har särskilt lyfts upp som ett viktigt område. Även Hälsa och Cirkularitet. Se figur 3 som visar på vilka de fem prioriterade hållbarhetsområdena är.

Arbetet med Hållbarhetsstrategi 2033 förutsätter att vi integrera hållbarhet i alla våra processer och rutiner för att säkra att hållbarhetsaspekten är omhändertagen i allt vi gör. Det innebär ett nytt



Figur 3 De fem prioriterade hållbarhetsområden som är grunden för hållbarhetsstrategin 2033

tvärfunktionellt arbetssätt som är datadrivet där underlag tas fram baserat på kvittodata, hållbarhetsdeklarationen och en egen skapad hälsoscore.

Vi har under hösten 2024 skapat förutsättningar för att enklare mäta och följa upp arbetet med Hållbarhetsstrategin 2033. Det arbetet har skett intensivt tillsammans med AI/BI-avdelningen. Nu finns en BI-lösning där man kan visualisera mätvärden som man själv styr över. Det går att få fram information på flera nivåer i organisationen från enskild butik till helhet, olika tidpunkter, olika grupperingar av produkter osv. Det ger oss stora möjligheter att analysera nuläget, se om förändringar i butik och sortiment avspeglar sig på försäljningen, översikt av kampanjer kontra ordinarie försäljning osv.

Nästa steg för arbete med Hållbarhetsstrategin 2033 är att ta fram ett nuläge och framtida målbilder som är rimliga samt definiera vägen dit. Vägen dit ska hänga samman med det systematiska arbetet med CSRD och annan lagstiftning.

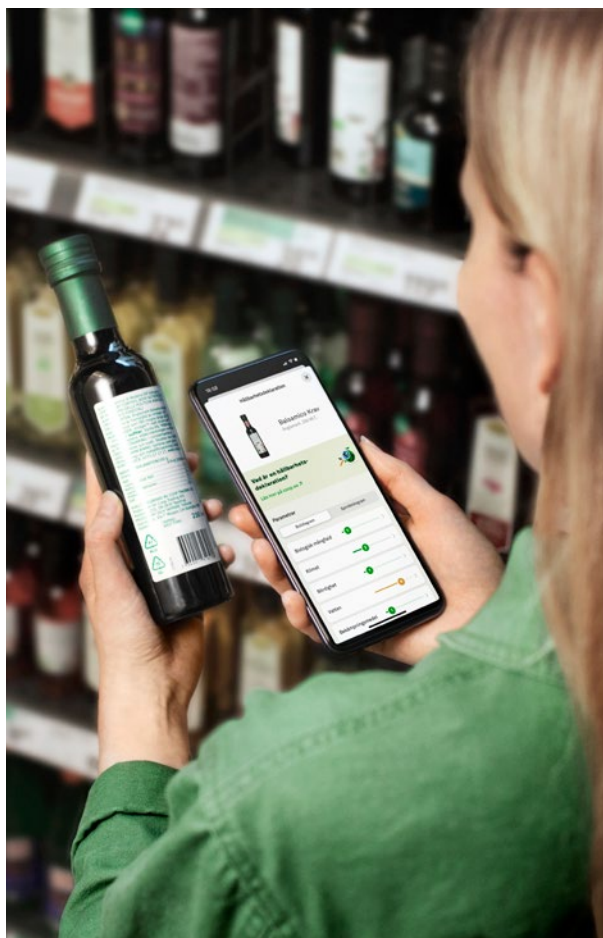
3.3 Hållbarhetsdeklarationen

Sedan 2019 har CSAB utvecklat hållbarhetsdeklarationen vilket är ett metodverktyg som syftar till att redogöra för ett livsmedels hållbarhetsavtryck. Utvecklingsarbetet har genomförts tillsammans med leverantörer och standardägare samt med 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 medlemmen 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. Under 2024 reviderades regelverket för fjärde gången och den senaste versionen finns på coop.se på både svenska och engelska för alla att använda.

Under 2024 har Coop Trading börjat arbeta med hållbarhetsdeklarationen som ett verktyg i deras inköpsprocess. Coop Trading är Coop i Nordens gemensamma bolag som tar fram våra egna varumärken (EVM) för hela Norden. Det är av stort intresse från Coop i Sverige att vi använder oss av samma systematiska arbetssätt för transparensen kring hållbarhet och att samma verktyg och metodik används även på en nordisk nivå.

Den 18 jan 2025 fanns det 11 268 produkter med hållbarhetsdeklaration i systemet (ca 14 500, 2023-12-31 och 13 800, 2022-12-31). Alla produkter med hållbarhetsdeklaration säljs inte och en rensning i systemet har bidragit till minskningen samt att leverantörer inte lägger in underlag i systemet för hållbarhetsdeklarationen. Målet är att 100 procent av våra omsatta produkter ska ha en hållbarhetsdeklaration. Ett projekt har inletts under 2024 för att estimerar värden på produkter som inte har hållbarhetsdeklaration och på det sättet få en täckning på närmare 100 procent. Under perioden 1 jan 2024 till 5 nov 2024 såldes 9100 produkter med hållbarhetsdeklaration, det är ca 55,7 procent av försäljningen mätt i SEK.

Under hösten 2024 lanserades ett nytt gränssnitt för medlemmarna i Coop-appen. Det ska underlätta för dem att i linje med Hållbarhetsstrategin 2033 kunna göra hållbara val. Vidare i utvecklingsarbetet är siktet inställt på att medlemmen lättare ska kunna följa sin egen utveckling, få stöd vid inköp, specifika erbjudanden osv kring hållbara val. Läs mer om hållbarhetsdeklarationens parametrar och regelverket på coop.se/hallbarhetsdeklarationen.



3.4 Science Based Targets (SBT) - vårt klimatarbete

Under november månad 2021 fick vi våra ambitiösa klimatmål godkända av Science Based Targets. Det innebär att vi har som mål att minska vår klimatpåverkan (Scope 1 och 2) med 50 procent fram till 2026. För att lyckas med det arbetar vi bland annat med att byta ut köldmedia, välja fossilfria transportmöjligheter, förflyttning till tågtransport istället för lastbil, samt satsa på energisparande lösningar såsom solceller på vårt nya automatlager.

Till 2026 ska 2/3 av våra leverantörer ha satt sina Science Based Targets (SBT) och vi ska minska våra produkters klimatpåverkan med 25 procent jämfört med basåret 2019 (scope 3). Detta kräver mycket av oss internt, men för att lyckas kommer vi också behöva samarbeta med andra aktörer i branschen och förändra produktionssätt framför allt i primärproduktionen. Vi har fortsatt att förfinas metodiken kring vilken klimatpåverkan vi har idag per kategori, förening, produkt, tidpunkt, butiksformat osv. Vi kan då se hur vår försäljning och klimatpåverkan hänger ihop. 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.

Tillsammans med medlemmarna i Svensk Daligvaruhandel (SvDH) och Livsmedelsindustrierna har vi arbetat fram ett gemensamt sätt att beräkna klimatpåverkan som vi alla är överens om. Tillsammans med våra branschkollegor inom SvDH har vi satt i gång arbetet med att skapa en gemensam databas som kommer ligga till grund för hur vi beräknar och kommunicerar klimatpåverkan. Allt för att skapa goda förutsättningar för våra kunder att kunna jämföra med lika villkor oavsett var man handlar och för att vi alla ska bli trovärdiga och gemensamt arbeta med att minska klimatpåverkan.

Vi har fortsatt arbetet med FLAG-mål (Forest, Land and Agriculture) som är nästa utveckling och fördjupning av SBT. Det är komplext och kommer att kräva mycket resurser av oss.

Vi har mycket arbete kvar för att nå våra mål. Målet om 25 procent minskning i scope 3 är vår största utmaning. Det kommer att kräva att vi ställer om vår försäljning av t ex köttprodukter, vilka kampanjer vi har och hur vi minskar vår påverkan inom t ex mejeri. Mejeri har en stor försäljningsvolym och därmed också en stor klimatpåverkan. Ett arbete som måste göras brett med flera aktörer och inte enbart av Coop.

3.5 Vårt sortiment

Störst miljömässig och social påverkan från Coops verksamhet kommer från produktionen av de varor som säljs i butik. Vi arbetar ständigt för att förbättra och utöka vårt sortiment från vårt idag redan omfattande hållbara sortiment. I det arbetet använder vi oss bland annat av hållbarhetsdeklarationen som vägledning och metodik.

Försäljningen av livsmedel som är ekologiskt har fortsatt minska till 5,3 procent under 2024 från 5,9 procent under 2023 av totalt försäljning. Det är en liten utplaning som hela branschen ser, men dessvärre en fortsatt minskning.

Coop Nord fortsätter att arbeta med två spår inom hållbart sortiment: ekologiskt samt norrländskt. Vi har en ekologisk försäljningsandel på 3,3 procent (4,3 procent) och har i dagsläget 141 (140) norrländska leverantörer som vi arbetar med. Under 2024 har Coop Nord fortsatt samarbetet med våra två stora norrländska huvudleverantörer av kött och chark samt mejerivaror.

Coop behöver analysera vad som skulle kunna göras för att bryta den nedåtgående trenden för volymen ekologisk försäljning. En översyn av bland annat Änglamark kommer att genomföras under 2025 för att både stärka Änglamark som varumärke och för att vända trenden.

Det går att jämföra med liknande trend för både eko och övriga miljömärkta livsmedel, där försäljningen minskade från 9,97 procent (2023) till 9,76 procent (2024) av total försäljningsvolym. Dock sker en ökning av försäljningen för Raineforest Alliance-märkta produkter från 1,39 procent (2023) till 2,80 procent (2024) av den totala volymen.



Våra egna varumärken (EVM) vinner priser inom olika kategorier. Det gäller alla tre märkena, Xtra, Coop och Änglamark. Vid vinster av priser finns stora möjligheter för publicitet och kunna lyfta fram produkterna. Att just Änglamarksprodukter vinner priser innebär att hållbarhetsmärkta produkter lyfts fram.

Änglamark har t ex vunnit bäst i test för pepparkakor (november, Expressen/Allt om mat), Ketchup (oktober, Råd & Rön), Kitchen spray (september, Råd & Rön), Pasta Bolognese 8mån (barnmat) (juli, Testfakta), Allrengöring (maj, Aftonbladet) och ekologisk olivolja vann högst betyg (februari, Aftonbladet).

Vi har även vunnit designpriser där hållbarhetsaspekter som minskad vikt på förpackningar och ökad återvinningsgrad har varit delar av designen. Dessutom har tydligare information om hållbarhetsdeklarationen lyfts fram på förpackningarna, bland annat på Coop Havredryck till kaffe och Coop havredryck choklad. Vi har minskat tryckyta på vissa förpackningar för att öka återvinningsgraden på förpackningsmaterialet och bytt till plastburk på vissa sillsorter för att minska transportvikten.

Den övergripande efterfrågan på svenska livsmedel fortsätter öka, där varor med Från Sverige-märkning ökade från 10,0 procent (2021) till 11,6 procent (2023) för att fortsätta uppåt till 14,1 procent (2024) av vår totala försäljning av livsmedel.

Under 2024 har det fortsatt varit svårt att förutspå prisändringar, som beror på råvarubrist hos producenterna samt även kunders och medlemmars ändrade köpmönster där man inte längre i samma utsträckning är lojal med en kedja utan väljer mer på pris. Priset på kakao och kaffe har ökat kraftigt under 2024, mest på grund av klimatpåverkan och förändring i möjligheten att odla. Även påverkan på färsk frukt och grönt från exempelvis Spanien har påverkat priserna. Det gör att utveckling av ekologisk produktion för dessa råvaror har fördyrats. Ändrade köpmönster med tydligare prisfokus från kunderna kan vara orsaken till minskade försäljningssiffror kring eko och miljömärkt. Här krävs en djupare analys för att hitta svaren och skapa förutsättningar för åtgärder som ändrar den nedåtgående trenden.

Vi har utvecklat, uppdaterat och strukturerat om våra varu- och leverantörskrav samt uppdaterat uppförandekoden. Det är bilagor som alla leverantörer ska följa och som tydligt visar på de krav vi ställer på våra leverantörer. Vi gör revisioner samt stickprovskontroller för att dessa följs, det beskrivs mer under avsnitt 4, Våra leverantörer, och 4.1 Revisioner nedan.

3.6 Våra förpackningar och tillgänglighet

Vi fortsätter vårt arbete med plastminskning i våra förpackningar för våra egna varumärken. Vi har ett ställningstagande som bas för arbetet. Allt i linje med området cirkularitet i Hållbarhetsstrategin 2033.

- 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 mer plast återvinns och återbrukas.



Vi har under hösten 2024 arbetat med inkludering och förpackningar. Många förpackningar är svåra att öppna för våra medlemmar med nedsatt funktionsförmåga i händer och sämre syn. I två workshops med bland andra produkt- och förpackningsdesign, produktspecialister och inköpare har vi skapat förutsättningar för att skapa mer inkluderande förpackningar. Arbetet kommer att fortsätta under 2025 och framåt.

3.7 Matsvinn och avfall

En viktig fråga för Coop är att minska matsvinnet i butik och lager. I samband med uppskalningen av det nya automatlagret i Eskilstuna har matsvinnet ökat i och med driftsstörningar och icke fungerande hantering och processer. Vi har haft ett intensivt arbete tillsammans med Matmissionen och skänkt stora delar av det matsvinn som har funnits i Eskilstuna. Mot slutet av 2024 har mängderna minskat i takt med att automatlagrets drift fungerat bättre och bättre.

Från 1 januari 2024 infördes en ny lagstiftning som reglerar att verksamheter som har en förpackning ska separera innehållet från förpackningen så att återvinningsgraden ökar för både innehållet och förpackningen. Det berör vår verksamhet och i varje butik infördes system för att lösa det på bästa sätt. Det innebär till exempel en ökad utförsäljning av produkter med kort datum och att man i butik sett över sina beställningsrutiner samt skapat rutiner för att tömma förpackningar på innehåll.

Coop Nord arbetar aktivt med att minska matsvinnet inom föreningen. Fokus är att minska matsvinnet tidigt i matkedjan genom att anpassa och justera inköpta volymer kontra försäljning. Sedan flera år tillbaka arbetar vi med ett digitalt svinnsystem för att effektivisera arbetet och därmed minska svinnet ytterligare. Lokala initiativ förekommer där butiker skänker bort mat som annars skulle gått till spillo men som fortfarande håller hög kvalitet. Som exempel samarbetar Stora Coop Örnsköldsvik med Svenska kyrkan där man varje vecka skänker mat som räcker till ett hundratal matkassar som delas ut till de mest behövande. I Umeå tar Stadsmissionen emot mat från Stora Coop Ersboda.

Samarbetet med maträddarappen Too Good To Go inleddes tidigt under 2023 och 74 av Coop Nords butiker är anslutna. Det bidrar till minskat matsvinn genom att kunder kan köpa färdigpackade kassar med mat som annars skulle ha gått till spillo, till en tredjedel av ordinarie pris. Totalt har Coop Nords butiker under 2024 räddat 81 123 (69 503) kassar, vilket motsvarar 219 ton minskade utsläpp av CO₂e. Sedan starten av samarbetet med Too Good To Go har alltså 150 626 kassar räddats.



3.8 Hälsa

Vi har under 2024 testat den hälsodeklaration som vi skapade under 2023. Vi valde kategorin flingor, som många familjer handlar och som används i vardagen. Kategorin inkluderar müsli, vanliga flingor, granola, puffat ris osv. Resultatet från testet på flingor visar att det flesta hamnade på 1, dvs bra i hälsodeklarationen. Barnflingor hamnade på 3 och 4 vilket betyder sämre resultat. Endast 2 av produkterna inom kategorin får sämsta värdering och en av dessa är Coops egen. Testet genomfördes tillsammans med en produktspecialist med specialkompetens med inriktning på nutrition.

Hälsodeklarationen är tänkt att främst vara ett styrverktyg vid produktutvecklingen och inte ett verktyg för kunder och medlemmar. Hälsodeklarationen är en sammanslagning av Nutriscore och Nyckelhålet kompletterad med egna värderingar kring vissa kategorier som fiberinnehåll. Hälsodeklarationen är en del av Hållbarhetsstrategin 2033 och det nya mer datadrivna arbetssättet. Det ger oss möjligheter att internt förstå bättre hur hälsosamma våra produkter är. På det sättet kan vi på samma sätt som med hållbarhetsdeklarationen koppla ihop kvittodata och se exakt vad vi säljer och hur hälsosamt det är.

3.9 Implementering av CSRD

Vi har under 2024 arbetat fram arbetssätt och processer för att kunna rapportera enligt CSRD. En dubbel väsentlighetsanalys genomfördes under våren och hösten 2024 tillsammans med KPMG. Den ligger till grund för kommande rapportering och för hur Coop i Sverige organiserar sig kring arbetet. De föreningar som också ska rapportera inom ramen för CSRD har fått stöd i deras utveckling av arbetsmetoder och processer. Ett nytt rapporteringsverktyg har upphandlats och implementerats. Tillsammans med ekono-miavdelningen har implementeringsarbete skett med delat ansvar. Det kräver än mer tvärfunktionellt arbete inom hela Coop. Ett stort steg är att inom varje affärsområde finns ansvariga som också varit med i arbete med den dubbla väsentlighetsanalysen och att ta fram gapen och därmed identifiera vad som ska göras framåt.

I den dubbla väsentlighetsanalysen framkommer tydligt att det fattas processer kring hur vi ska arbeta genomgripande i hela Coop i Sverige med minskad klimatpåverkan, minskad risk för påverkan på biologisk mångfald och socialt ansvar. I många fall krävs stora insatser och ett implementeringsarbete som fortsätter under 2025 som är det första rapporteringsåret.



4. 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. Uppförandekoden och varu- och leverantörskraven är bilagor till avtalet man skriver under som leverantör. 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 och vår Hållbarhetsstrategi 2033. Coops varu- och leverantörskrav ställer specifika krav på bland annat djurvälstånd, hållbart fiske, och utfasning av farliga kemikalier som många gånger går utöver lagstiftning. Samtliga leverantörer, deras underleverantörer, och övriga affärs- och samarbetspartners omfattas av Coops krav. Varu- och leverantörskraven gäller även lokala och regionala inköp som sker genom föreningarna och via butikerna direkt.



4.1 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 del 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.

Coop Sverige AB genomförde 22 (2) revisioner under 2024 (2023) varav två var "sociala revisioner" dvs med vår uppförandekod som bas. Den stora ökningen under 2024 berodde framför allt på resursfördelning och att en dedikerad person genomförde arbete.

Även Coop Trading, det nordiskt samägda sourcing-bolaget för EVM (egna varumärken) i de nordiska länderna, genomförde revisioner. Under 2024 något färre, 24 mot 32 året innan.

Vid upptäckta risker, dvs avvikelser från varu- och leverantörskraven eller från uppförandekoden, upprättas en handlingsplan med tydliga åtaganden till förbättringar som är tidsatta. Det sker även ett fysiskt återbesök för att följa upp om det finns behov. Inga specifika revisioner genomfördes kopplade till djurvälstånd. 7 av totalt 46 genomförda revisioner skedde på produkter från daily non food-kategorin och 39 kopplade till livsmedel varav 2 i primärproduktionen. Ingen revision genomfördes för nonfood under 2024.

När det kommer till andras varumärken (AVM) genomför Coop stickprovskontroller för att kontrollera den ekologiska och sociala hållbarheten i värdekedjor. I och med att man tecknar avtal med Coop Sverige som leverantör skriver man också under både uppförandekoden och varu- och leverantörskraven.

4.2 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. Hela undantagsprocessen genomgick en förändring under 2023 och utvecklingen av den fortsatte under 2024. Vi hittade eskaleringsvägar och vem som har ansvar i dialogen mot leverantören både för att sätta upp en handlingsplan och för att följa upp om och när förändringar sker. Nu är det chef för EVM och hållbarhetschef som tillsammans tillstyrker eller avslår undantagen. Underlag för undantagen skapas av inköpare, sortimentsutvecklare och kvalitetsansvariga tillsammans.

4.3 Lokal mat

CSAB är ansvarigt 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.

Under 2024 arbetade Coop Nord med 141 lokala leverantörer. Se avsnitt 3.5 för mer information.





5. 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. Det kan till exempel vara godstransporter, köldmedia, avfall och matsvinn, plastanvändning. CSAB driver inte butiker utan det sker hos respektive förening.

För att Coop Nord ska minska sin miljöpåverkan, ska energianvändningen ske på ett rationellt och effektivt sätt. En effektiv energianvändning bidrar till minskade kostnader och miljöbelastning och ökade konkurrensfördelar. Coop Nord genomför energikartläggningar och vidtar utifrån dem åtgärder för att reducera antal kWh i våra anläggningar. Utöver detta genomför vi också tekniska uppgraderingar vid våra butiksomställningar. Exempel på sådana uppgraderingar är värmeåtervinning, LED-belysning, nya kyl- och frysmöbler med lock och styr- och reglerteknik. Elen Coop Nord köper är ursprungsmärkt och till 100 procent förnyelsebar genom vattenkraft. Arbetet med att ställa om Coop Nords kyl- och frysanläggningar i enlighet med EU-direktivet kring F-gas pågår och merparten av föreningens anläggningar innehåller idag naturliga köldmedium.

Samlat nedan finns tabeller som visar på Coop Nords klimatpåverkan kopplad till mätpunkter med tillhörande växthusgasutsläpp. 2024 redovisas endast Coop Nords statistik då Coop i Sveriges inrapportering är senarelagd.

Växthusgasutsläpp, ton CO₂-ekv, för Coop Nord

Serie	Coop Nord 2022	Coop Nord 2023	Coop Nord 2024
Köldmedier (scope 1)	842	166	383
Elförbrukning (scope 2 & 3)	529	525	536
Tjänsteresor (scope 1 & 3)	82	118	102
Godstransporter online (scope 3)	13	15	16
Totalt	1466	824	1037

Växthusgasutsläpp tjänsteresor, ton CO₂-ekv, för Coop Nord

Serie	Coop Nord 2022	Coop Nord 2023	Coop Nord 2024
Tjänstebilar	35	53	60
Flyg	28	49	42
Totalt	63	102	102

6. Våra medarbetare

Det totala antalet medarbetare i Coop i Sverige är drygt 20 000 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. Det 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.

6.1 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 visselblåsarfunktion där medarbetare anonymt kan rapportera till en extern part om de misstänker eller upptäcker säkerhetsrisker på arbetsplatsen, ekonomiska oegentligheter och korruption, allvarliga trakasserier, miljöbrott eller andra avvikelser. Kanalen är öppen för alla medarbetare inom Coop i Sverige. Sedan 2022 används ett gemensamt system för anonym inrapportering av visselblåsarärenden. Ärendena passerar en extern advokatbyrå för bedömning innan de som konstateras vara visselblåsarärenden anonymt lämnas över för intern utredning och hantering. 2024 kom totalt 38 (16) ärenden in via visselblåsarfunktionen, varav 16 (8) utav dessa bedömdes vara visselblåsarärenden genom den första filtreringen. Inget ärende handlade om korruption. För att förstå ökningen av ärenden krävs en djupare analys av vilken sorts ärenden det är, när ärenden kom in och varför just då, om det är en speciell del av organisationen och så vidare.

Totalt antal anställda inom Coop Nord

2024 redovisas endast Coop Nords statistik då Coop i Sveriges inrapportering är senarelagd.

Medarbetare	Coop Nord 2022	Coop Nord 2023	Coop Nord 2024
Medelantal medarbetare	1 209	1 142	1 220
- andel kvinnor (%)	67,6	67,7	67,3
Antal medlemmar i ledningsgruppen (st)	8	8	8
- andel kvinnor (%)	25,0	25,0	25,0
Antal tillsvidareanställda och provanställda (st)	1 210	1 261	1 257
- andel kvinnor (%)	68,9	67,9	68,1
- andel deltidsanställda (%)	62,6	61,9	60,7
Antal tidsbegränsat anställda (st)	674	588	767
- andel kvinnor (%)	63,8	68,4	66,1
Totalt antal anställda	1 884	1 849	1 893
Genomsnittlig ålder (år)	36	35	34

Sjukfrånvaro och arbetsskador	Coop Nord 2022	Coop Nord 2023	Coop Nord 2024
Total sjukfrånvaro (%)	7,7	6,7	6,8
- kvinnor (%)	8,6	7,6	8,0
- män (%)	5,9	4,9	4,5
Arbetsskador (antal)	39	53	46
Olyckor / Tillbud (antal)	33	18	46
Personalomsättning (%)	14,2	9,6	9,2



7. 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 2024 har We-Effect fått in 8 142 860 kronor (8 041 434 kronor) via Coop, KF och Konsumentföreningarna, bland annat genom att kunder har valt att använda sitt Coop Matkort eller Coop Mastercard till "Bistånd på Köpet". Coop har genom sitt stöd till We Effect bidragit till arbetet för att utrota hungern i världen. I 20 av världens fattigaste länder verkar We Effect, via lokala jordbrukskooperativ, för att långsiktigt bygga upp trygga matsystem och säkra tillgången till näringsrik mat. Bland annat får medlemmarna i kooperativen utbildning och kunskap i jordbruksmetoder, klimatanpassning och djurhållning, samt tillgång till spar- och lånegrupper. Coops stöd ger människor rätt förutsättningar att själva ta sig ur fattigdom och sätta mat på bordet. Det primära målet för We Effect är att uppnå FN:s andra globala mål: Zero Hunger.

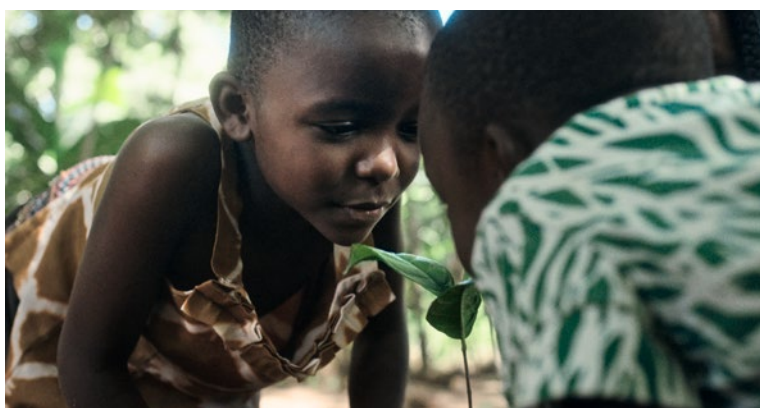
1983 grundade KF biståndsorganisationen Vi-skogen som planterar träd i Kenya, Rwanda, Uganda och Tanzania, där avskogning är ett enormt problem. Under 2024 har Coop, KF och konsumentföreningarna samlat 8 472 763 kronor (8 894 143 kronor) via Biståndsknappen, bärkassar och poängshopen till Vi-skogens arbete för en mer hållbar värld.

De träd som Vi-skogen planterar växer i jordbruk. Metoden som används kallas för agroforestry och bekämpar fattigdom och klimatförändringarnas effekter på samma gång. Den ökar också den biologiska mångfalden. Vi-skogen arbetar i Kenya, Uganda och Tanzania. Det är länder där klimatförändringarnas effekter är tydliga med uteblivna skördar för landets småskaliga bönder och brist på vatten och mat. I det läget är de träd som Vi-skogen planterar livsavgörande.

Coop Nord har under 2024 tagit ett initiativ för samhällsnytta, som går under namnet Norrländsk återväxt. Det syftar till att främja hälsa och välmående med särskilt fokus på barn och unga i Västerbotten, Västernorrland och Jämtland. Coop Nords föreningsstämma beslutar om finansieringen som en del i vinstdispositionen och för 2024 avsattes 3 miljoner kronor. Pengarna har använts till att stödja föreningar som arbetar i linje med initiativets syfte. Genom Norrländsk återväxt fick 13 föreningar (14 projekt) stöd på Partner-nivå och 36 föreningar på Kompis-nivå, där summan är begränsad till spannet 3000 – 8000 kronor.



We Effect. Foto: José Alfredo Paccoj Carranza



Vi-skogen. Foto: Robin Asselmeyer



8. Summering av hållbarhetsrapport

Miljö	Policyer: Coops arbete inom miljö styrs av vår policy för hållbar utveckling samt vår Hållbarhetsstrategi 2033 som godkändes av styrelsen i dec 2023 och gäller för hela Coop i Sverige. Inom ramen för policyn för hållbar utveckling framgår det 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. I hållbarhetsstrategin 2033 finns fem strategiska fokusområden som Coop i Sverige ska arbeta med. Medlemmen är i centrum och medlemslöftet att ge varje medlem mer pekar ut riktningen. Coop ska underlätta för medlemmen att göra hållbara val genom att erbjuda rätt produkter. Det innebär arbete med alla tio parametrar i hållbarhetsdeklarationen där de tre parametrarna kring socialt ansvar lyfts ut som ett eget strategiskt fokusområde. De sista två fokusområdena i Hållbarhetsstrategin 2033 är cirkularitet och hälsa. Resultat av policy och Hållbarhetsstrategin 2033: 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. Coops arbete med Hållbarhetsstrategin 2033 har framförallt fokuserat på att bygga kapacitet för att mäta och följa upp. Allt för att kunna arbeta systematiskt och långsiktigt med strategin. Vi har satt Science Based Targets (SBT), och fått dem godkända 2021, (se avsnittet klimat ovan). Under 2024 har det tagits fram en metodik för att fördjupa SBT med kommande uppgradering, FLAG. Vi har även under 2024 fortsatt den intensiva utvecklingen av hållbarhetsdeklarationen med revidering av regelverket. Hållbarhetsdeklarationen är en bärande motor i Hållbarhetsstrategin 2033. Under 2024 har vi förstärkt data- och informationshanteringen kring den, skapat ett förenklat gränssnitt till leverantören och testat och implementerat ett nytt designuttryck för den som scannar med hjälp av Coop-appen samt utarbetat metodik kring att få alla produkter hållbarhetsdeklarerade (läs mer på coop.se/hallbarhetsdeklarationen). Risker och riskhantering: Som inköpare av stora mängder livsmedel och andra dagligvaror ligger de primära miljörelaterade riskerna för vår verksamhet framför allt i leverantörsledet. 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, bland annat på riskminimering och på att vi kan genomföra revisioner som under 2024 har ökat i antal då vi har tillsatt personal för att genomföra revisioner i leverantörsledet. 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 exempelvis risker så finns det möjlighet att använda visselblåsarfunktionen. Under 2024 inkom 38 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 kopplad till transporter och elförbrukning och från 2021 kopplad till SBT. Med stöd i Hållbarhetsstrategi 2033 har vi ytterligare utvecklat vad vi mäter och hur vi gör det än mer datadrivet. Vi har numera olika sätt att koppla ihop miljörelaterad data kring våra produkter (livsmedel) med till exempel försäljnings- och kampanjdata. Vi har under 2024 arbetat intensivt med att utveckla och implementera metodik kring CSRD-rapporteringen, genomfört en dubbel väsentlighetsanalys, gap-analys utifrån den och påbörjat implementeringen och uppbyggandet av det kommande redovisningsarbetet.
---------------------	--



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. Arbetet styrs också av Hållbarhetsstrategin 2033s prioriterade fokusområde socialt ansvar.

Den interna uppförandekoden gäller för samtliga organisationer och anställda inom KF-sfären som använder sig av eller arbetar under varumärket Coop, det vill säga Coop i Sverige.

Resultat av policy: Våra policyer guidar oss i vårt arbete för att ta det arbetsgivarsansvar som åligger oss, bland annat i form av att vi genomför lönekartläggningar, systematiskt arbete med utvecklingssamtal 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.

Vi arbetar ständigt för att stärka vår status som en attraktiv arbetsgivare där vi ska fortsätta stärka stoltheten bland våra medarbetare.

Risker och riskhantering: Framför allt medarbetare på terminal och i butik exponeras för fysiska hälsorisker som tunga lyft och risken för rån eller trakasserier i butiksmiljöer. Systematiskt arbetsmiljöarbete hanteras via utbildningar till chefer både genom e-learning och fysiska utbildningar inom ramen för Coopskolan och introduktionsprogram för nyanställda där hållbarhet har en given plats i programmet. 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. Risker som berör livsmedelshantering styrs noga av våra rutiner och riktlinjer som bygger på SvDHs Säker mat i din butik samt riktlinjer som vi tillsammans i branschen satt. Vi har ett gediget arbete med internkontroll och kvalitetssäkring utifrån dessa riktlinjer. I varje förening finns minst en person med dedikerat ansvar för att hantera risker i verksamheten samt kvalitetssamordnare som arbetar operativt i butiksmiljön. 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 till exempel 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. Under 2025 kommer vårt medlemskap upphöra, då vi ser att arbetet med CSRD och redovisningen av hur vi arbetar kommer att täcka in områden inom mänskliga rättigheter på ett fullt tillräckligt sätt. När väl även CSDDD (EUs direktiv om transparens i våra leverantörsled, Corporate Sustainability Due Dilligence Directive) träder i kraft kommer även den styra vårt arbete med mänskliga rättigheter. Viktiga styrdokument redan nu är vår hållbarhetspolicy samt interna och externa uppförandekoder. 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 med oss och följas av alla leverantörer. Under 2024 har vi fortsatt varit aktiva i arbetet med ETI Sverige. (Ethical Trading Initiative). ETI Sverige är en plattform för erfarenhetsutbyte för att skapa samsyn kring mänskliga rättigheter inom handel. Medlemmar kommer från fler branscher än livsmedel. Det ger oss möjligheter att fördjupa problembilder och frågeställningar mer och skapa en bredare förankring. Arbetet med säsongs- och migrantarbetares situation i citrusproduktionen har varit ett område som vi tillsammans lyft och funnit arbetsmetodik kring. Bärsäsongen 2024 i Sverige var extra besvärlig och vårt arbete intensifierades tillsammans med en bärggrupp hos ETI som hade bred uppslutning från branschen. Det har underlättat att vi är fler som arbetar tillsammans med komplicerade frågor som migrant- och säsongsarbetares arbetssituation och villkor. Varje år gör ETI en genomlysning av vårt arbete med socialt ansvar. Den ger oss vägledning kring hur vi ska arbeta vidare. 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. Vi har varit väldigt aktiva och medverkat till att sätta igång bärggruppen på ETI och tillsammans med ETI och Oxfam påbörjat arbetet med en transportpolicy för migrations- och säsongsarbetare i citrusproduktionen som ska gälla för all säsongsodling. 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, som BSCI. Genom revision och en kvalitetssäkrad inköpsprocess synliggör vi överträdelser och ställer krav på åtgärder samt uppföljning. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom KF-sfären och hela Coop i Sverige. Resultatindikatorer: Vi mäter antal genomförda revisioner, som under 2024 uppgick till 46 totalt, inklusive Coop Tradings revisioner. Vi ser dock vikten av att bygga upp lokala kontakter för revisioner och kontroll så vi även under likande situationer som den pandemin skapade 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.
-------------------------------------	--



Anti-korruption och fusk

Policyer: Vår interna och externa uppförandekod och koden mot mutor, som är baserade på IMM:s 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 gåvor.

Livsmedelsfusk i våra leverantörsled där man exempelvis anger fel ursprungsländ, andra ingredienser och så vidare, 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. Överdrivna gåvor från leverantörer har minskat i antal och omfång. Även det i linje med vårt anti-korruptionsarbete.

Resultat av policyer: Våra policyer som berör anti-korruption vägleder både vårt interna arbete och de krav vi ställer på våra affärspartners. Under rubriken Hållbara leverantörer beskrivs det arbete som görs i leverantörsledet idag. En visselblåsarfunktion finns för att anställda anonymt ska kunna anmäla misstankar kring exempelvis mutbrott. Under 2024 fick vi inte in något ärende som rörde korruption. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom KF-sfären.

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 bland andra BSCI. Genom våra revisioner, vår tydliga inköpsprocess och vår gedigna kvalitetssäkring minskar vi riskerna för korruption och matfusk i leverantörsleden. 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 vid ny- och ombyggnationer. Den risken minimeras bland annat genom den visselblåsarfunktion som har införts samt genom de rutiner som appliceras vid lokala inköp och de utbildningar kring risker som alla medarbetare inom inköp genomför.

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



Coop Nord

Adress: Östermalmsgatan 63A, 903 35 Umeå

Telefon: 090-10 40 00

Besök oss gärna på coopnord.se