

HÅLLBARHETS RAPPORT 2024

Gotlands
gotländskaste
butiker

coop

GOTLAND

INNEHÅLL

1. Rapportens omfattning 3

2. Den kooperativa affärsmodellen 4

– grunden för en hållbar verksamhet

3. Det samordnade hållbarhetsarbetet i Coop i Sverige 6

3.1 Coop i Sveriges hållbarhetsarbete 6

3.2 Hållbarhetsstrategin 2033 6

3.3 Hållbarhetsdeklarationen 7

3.4 Science Based Targets – vårt klimatarbete 7

3.5 Vårt sortiment 8

3.6 Våra förpackningar och tillgänglighet 8

3.7 Matsvinn och avfall 9

3.8 Hälsa 9

3.9 Implementering av CSRD 9

4. Våra leverantörer 10

4.1 Revisioner 10

4.2 Undantagsprocessen 11

4.3 Lokal mat 11

5. Våra butiker, kontor och terminaler 12

6. Våra medarbetare 14

6.1 Visselblåsarfunktion 14

7. Vårt samhällsengagemang 15

8. Summering av hållbarhetsrapport 16



Coop Gotland ekonomisk förening
Box 1454
621 25 Visby
Telefon: 010-747 30 00
www.coop.se/gotland
Org.nr: 734000-1325

1. Rapportens omfattning

Den här rapporten avser Coop Sverige AB (CSAB) samt Coop Logistik AB (CLAB) och syftar till verksamhetsåret 2024.

Coop Gotland ingår i Coop i Sverige (CiS) där 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 hållbarhetsarbete hittas på Coops hemsida och delvis i Coop Sveriges årsberättelse som offentliggörs i april 2023. 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. Flera föreningar står utanför redovisningslagstiftningen och därmed sker inte rapportering. De största föreningarna får tillsammans med CSAB och CLAB utgöra det rapporterade underlaget för 2024. Alla kedjeformat är med i redovisningen, dvs Coop, Stora Coop och X-tra.

De resultat som gäller för Coop Gotland 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 sammanhållande hållbarhetsarbetet. Det gör att hållbarhetsrapporteringen för 2024 sker i 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 rapporterade enheter och risk för dubbelrapportering. Så klart har allt gjorts för att undvika både bortfall av 2024 års värden samt dubbelrapportering och förklaringar finns där det särskilt finns risk.

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 den kooperativa affärsmodellen 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 fortsätta vara modiga.

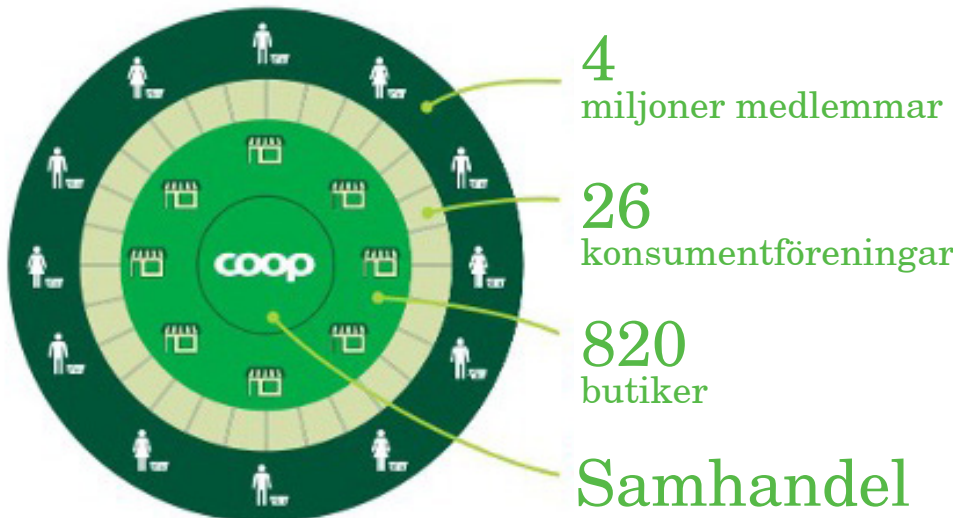
Vårt medlemslöfte Tillsammans ger vi varje medlem mer (mer för pengarna, mer hållbara val och mer smidiga och inspirerande upplevelser) i kombination med vår kooperativa affärsmodell gör det möjligt för våra medlemmar att verka för en hållbar samhällsutveckling när de handlar på Coop. Hållbarhetsstrategin 2033 (som slogs fast i december 2023) utgår från medlemslöftet 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.

Figur 2 Coops kooperativa modell med medlemmen i mitten.



Figur 1 Modellen för samhandel som ger oss skalfördelar.

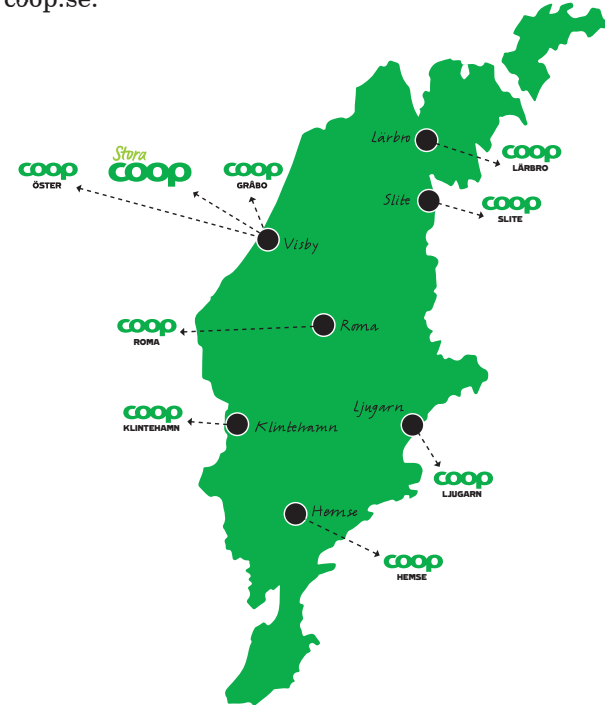


I cirkelns kärna finns vår samhandel, där vi verkar tillsammans för att skapa stordriftsfördelar. Vi delar på resurser, funktioner och skapar en riktning tillsammans, helt i linje med den kooperativa affärsmodellen. Samhandelsavtalet mellan CSAB och föreningarna reglerar vad som ska delas och vad vi 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.

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. Evighetsymbolen 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.

Inom ramen för varumärket Coop drivs den 31 dec 2024 totalt ca 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 detta ingår stöd för att uppfylla grundläggande villkor för verksamheten t.ex. leverantörsuppföljning, riskhantering, spårbarhet och revisioner. De 26 föreningarna ska driva och utveckla sina butiker med stöd av de riktlinjer och beslut kring t ex utseende och känsla i butiken, sortiment och utbud, utbildningsinsatser osv som tas fram centralt av servicebolaget 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.



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 ägarna står i centrum. Vårt medlemslöfte är ”Tillsammans ger vi varje medlem mer” och vår vision är att vara den goda kraften i mat-Sverige vilket sammantaget ger oss en helhetsbild som vi ska verka efter. För att uppnå detta behövs ett ett ambitiöst hållbarhetsarbete med modiga mål som styrs av vår hållbarhetsstrategi.

3.3 Hållbarhetsdeklarationen

Kortfattad sammanfattning av Coop i Sveriges hållbarhetsarbete under 2024. Fördjupning finns nedan och på www.coop.se/hallbarhet:

- Format och fortsatt implementeringen av Hållbarhetsstrategin 2033 som gäller för hela Coop i Sverige, med ett stort fokus på att ta fram ett data-drivet sätt att arbeta med utvecklingen.
- Fortsatt utvecklingen av användbarheten för hållbarhetsdeklarationen både för medlemmen som scannar och vill förstå hållbarhetsprestandan för varan och för oss själva internt i vår sortiments-utveckling och inköpsprocesser med modeller för att mäta och följa upp försäljningen.
- Skapat en Hälso-deklaration som visar med ett utfall 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 dagligvarubranschen kring hur vi bäst beräknar produkternas klimatpåverkan.

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 hållbarhetspolicy 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 hållbarhetspolicy och hållbarhetsstrategin. Beslut om inriktning, mål och strategier sker i styrelsen där föreningarna är representerade.

Det centrala arbetet med hållbar utveckling drivs av enheten Hållbarhet. Under september 2024 skapades avdelningen Strategi och Organisations-utveckling dit enheten hör tillsammans med andra centrala stödjande enheter som Kommunikation, HR, och Strategi. Enheten har under våren 2024 fortsatt varit underbemannad med ca 50% (tre personer). Rekrytering har skett och från senvåren till början av hösten började tre nya medarbetare. Enheten bestod då av, totalt sex personer inklusive Hållbarhetschef. Rekrytering och urval har skedd med hållbarhetsstrategin 2033 som riktningssivare.

Enheten Hållbarhet arbetar med strategisk riktning, projekt för verksamhetsutveckling, uppföljning, inspiration, motivation, utbildning, extern representation i samarbeten och som talesperson. Enheten ansvarar också för samordningen och utvecklingen av Hållbarhetsdeklarationen och Hälso-deklarationens som viktiga verktyg för verksamhetens arbete i linje med Hållbarhetsstrategin. De huvudsakliga ansvarsområdena för enheten är hållbarhet och hälsa. Allt arbete sker tvärfunktionellt, vilket innebär att flera föreningar, affärsområden, avdelningar, enheter, och personer inom Coop i Sverige är delaktiga. Det tvärfunktionella arbetet är en förutsättning för att komma vidare från Hållbarhetsstrategin 2033 till verksamhets-

planer, mål och uppföljning. En stor del av arbetet sker också med externa intressenter i olika konkurrensneutrala samverkansformer

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.

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

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 ut som ett viktigt område. Även Hälsa och Cirkularitet. Se figur 3 nedan som visar på vilka de fem prioriterade hållbarhetsområden är.



Figur 3 De fem prioriterade hållbarhetsområdena som är grunden för hållbarhetsstrategin 2033.

Arbetet med Hållbarhetsstrategi 2033 förutsätter att vi integrerar hållbarhet i alla våra processer och rutiner för att säkra att hållbarhetsaspekten är omhändertagen i allt vi gör. Det innebär ett nytt tvärfunktionellt arbetssätt som är datadrivet där underlag tas fram baserat på kvittodata, hållbarhetsdeklarationen och Coops Hälso-deklaration. Alla affärsområden kommer under 2025 målsättas i linje med Hållbarhetsstrategin 2033.

Tillsammans med AI/BI-avdelningen har vi har under hösten 2024 skapat prototyper med förutsättningar för att enklare mäta och följa upp framdrift i linje med Hållbarhetsstrategin 2033. Nu finns en BI-lösning/dashboard 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 grup-

peringar av varor 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. Under våren 2024 och delar av hösten har ett stort antal föreläsningar genomförts internt inom Coop i Sverige. Genom en gedigen förankring i organisationer får Hållbarhetsstrategin 2033 en bärande roll för Coops utveckling framåt.

Nästa steg i linje med Hållbarhetsstrategin 2033 är att ta fram nulägen, målbilder 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 riskbild och klimatpåverkan för ett livsmedel. Utvecklingsarbetet genomförs tillsammans med leverantörer och standardägare samt med intern och extern expertis samt systemleverantör. Ambitionen med utvecklingen av Hållbarhetsdeklarationen är delvis att styra vårt sortiment och våra inköpsprocesser i en mer hållbar riktning, och dels att fungera som informationsstöd och underlätta för medlemmen att göra mer hållbara konsumtionsval. Efter lanseringen våren 2021 har vi ytterligare utvecklat regelverket som redovisar metodiken bakom verktyget samt de källor som används. Under 2024 uppdaterades regelverket till version 5. 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 sin inköpsprocess. Coop Trading är alla Coop i Nordens gemensamma bolag som tar fram egna varumärken (EVM) gemensamma 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 varor med hållbarhetsdeklaration i systemet (ca 14 500, 2023-12-31 och 13 800, 2022-12-31). Alla varor 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% av våra livsmedelsvaror ska vara hållbarhetsdeklarerade 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%. Under perioden 1 jan 2024 till 5 nov 2024 var ca 55,7% av livsmedelsförsäljningen mätt i SEK hållbarhetsdeklarerad.

Under hösten 2024 lanserades ett uppdaterat gränssnitt för Hållbarhetsdeklarationen och på Coop handla där den visuella presentationen förbättrades. underlättar. Läs mer om hållbarhetsdeklarationens parametrar och regelverket på coop.se/hallbarhetsdeklarationen.

3.4 Science Based Targets – vårt klimatarbete

Under november månad 2021 fick vi våra ambitiösa klimatmål godkända av Science Based Targets. Det innebär att vi har som mål minska vår klimatpåverkan (Scope 1 och 2) med 50% fram till 2026. För att lyckas med detta arbetar vi bland annat med att byta ut köldmedia, välja fossilfria transportmöjligheter, förflyttning till tågtransport i stället 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 ha minskat våra varors klimatpåverkan med 25% jämfört med basåret 2019 (scope 3). Detta kräver mycket av oss internt i vår sortimentsutveckling, men för att lyckas kommer vi också behöva samarbeta med andra aktörer i branschen och förändra produktionsätt framför allt i primärproduktionen. Vi har fortsatt att förfina 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 minskad 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. I samband med det kommer vi under 2025 uppdatera våra nuvarande SBT mål.

Vi har mycket arbete kvar för att nå våra mål. Målet om 25% 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 mer hållbara sortiment. Hållbarhetsdeklarationen kan användas i detta arbete.

Försäljningen av livsmedel som är ekologiskt har fortsatt minska till 5,3% under 2024 från 5,9 % under 2023 av totalt försäljning. Det är en liten utplaning som hela branschen ser men dessvärre en fortsatt minskning. Här behöver Coop analyser vad som skulle kunna gå att göra för att bryta den nedåtgående trenden. En översyn av bla Änglamark kommer att genomföras under 2025 för att både stärka Änglamark som varumärke och för att vända trenden.

Det går att jämföra med liknande trender för både eko och övriga miljömärkta livsmedel där försäljningen minska från 9,97% (2023) till 9,76% (2024) av total försäljningsvolym. Dock sker en ökning av försäljningen för Raineforest Alliance märkta produkter från 1,39% (2023) till 2,80% (2024) av total livsmedelsförsäljning.

Våra egna varumärken (EVM) vinner priser inom olika kategorier. Det gäller alla tre, Xtra, Coop och Änglamark. Vid vinster av priser finns stora möjligheter för publicitet och kunna lyfta fram varorna. Att just Änglamarksvaror vinner priser innebär att hållbarhetsmärkta varor lyfts fram. Änglamark vann Bäst i test för pepparkakor (november, Expressen/Allt om mat), ketchup (oktober, Råd & Rön), Kitchen spray (september, Råd & Rön), Pasta Bolognese 8 mån (barnmat) (juli, Testfakta), Allrengöring (maj, Aftonbladet) och ekologisk olivolja (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 några förpackningar, Coop Havredryck, Till kaffe och Coop havredryck choklad. Vi har minskat tryckyta till max 60% på vissa förpackningar för att öka återvinningsgraden på förpackningsmaterialet och bytt till plastburk på vissa sillsorter för att minska transportvikten. Den övergripande efterfrågan på livsmedel från Sverige fortsätter öka där varor med Från Sverige-märkningen ökade från 10,0 % (2021) till 11,6 %

(2023) för att fortsätta uppåt till 14,1% (2024) av total försäljning av livsmedel.

Under 2024 har det fortsatt varit svårt att förutspå prisändringar t ex beroende av 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. T ex har priset på kakao, och kaffe ökat kraftigt under 2024 mest p g a klimatpåverkan och därför förändrade odlingsmöjligheter. Även påverkan på odling av färsk frukt och grönt i t ex Spanien har påverkat priserna. Ändrade köpmönster med ett tydligare prisfokus från kunderna kan vara orsaken till minskade försäljningssiffror för 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 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 t ex nedsatt funktionsförmåga i händer och sämre syn. I två workshops med bl a 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 fingerande 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 automatlagret 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 t ex en ökad och snabbare utförsäljning av produkter med kort datum och att man i butik sett över sina beställningsrutiner samt skapat rutiner för att tömma förpackningar på innehåll.

3.8 Hälsa

Vi har under 2024 testat den Hälsodeklaration som vi skapat under 2023. Vi valde kategorin flingor. Det är en kategori som många familjer handlar och som används i vardagen. Det är en kategori som innehåller 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 inom nutrition.

Hälsodeklarationen är tänkt att främst vara ett styrverktyg vid produktutvecklingen och inte ett verktyg för kunder och medlemmar. Hälsodeklarationen bygger på Nutri score, nyckelhålet, extern expertis och intern kunskap om våra livsmedels hälsoprestanda. Hälsodeklarationen är en del av Hållbarhetsstrategin 2033 och det nya mer data-drivna arbetssättet. Det ger oss möjligheter att internt förstå bättre hur hälsosamma vår produkter är. På det sättet kan vi på samma sätt som med Hållbarhetsdeklarationen, koppla ihop kvittodata och se exakt vad vi säljer och vilken hälsoprestanda det har. Det kommer att bli ett underlag för beslut kring t ex kampanjer och sortimentsutvecklingen. Tillsammans med hållbarhetsprestandan får vi ett sätt att djupare förstå hur vi ska kunna ge våra medlemmar mer enligt vårt medlemslöfte.

Fortsättningen för utvecklingen av Hälsodeklarationen ligger nu nere p g a resursbrist.

3.9 Sammanfattning av Coop i Sveriges hållbarhetsarbete

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 sin utveckling av arbetsmetoder och processer. Ett nytt rapporteringsverktyg har upphandlats och implementerats. Tillsammans med ekonomiavdelningen 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 framkom tydligt att det bl.a 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. Blå behövs policy för dessa delar. 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.

Som leverantör till Coop ska man 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 leverantörerna inom hållbarhet och hälsa utgår från FN:s 17 globala mål och vår Hållbarhetsstrategi 2033. Coops varu- och leverantörskrav ställer specifika krav på bland annat klimat, djurskydd, miljöhänsyn, livsmedelssäkerhet, redlighet, hälsa och socialt ansvar 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 efterlevs 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. Coops egna varumärken (EVM) genomgår en särskild kvalitetssäkringsprocess som innebär noggrann granskning och utvärdering. 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. Under 2023 fanns inte den resursen på samma sätt. Även Coop Trading, det nordiska samägda sourcing-bolag för EVM (egna varumärken) i de nordiska länderna, genomförde revisioner. Under 2024 något färre, 24 mot 32 året innan. Orsaken till minskning är inte klagjord. 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 kopplat till djurvälstånd. 7 av totalt 46 genomförda revisioner skedde på produkter från daily non-food och 39 kopplat 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 värdekedjorna. 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 uppdatering 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 ansvarig för den centrala partihandeln, vilket säkerställer riskbedömning, kvalitetssäkring 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 att 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. Coop Gotland är stolta över att ha nära samarbete med cirka 140 gotländska leverantörer och samarbetspartners. Gotlandsprodukter får alltid de bästa exponeringsytorna i våra nio butiker.



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 t ex vara godstransporter, köldmedia, avfall och matsvinn, plastanvändning osv. CSAB driver inte butiker utan det sker hos respektive förening. Genom vårt arbete med våra klimatmål enligt Science Based Targets och våra ställningstaganden kring plast och matsvinn så strävar vi efter att sätta in rätt sorts insatser. Genom tät dialog mellan CSAB, CLAB och föreningarna får vi samförstånd i vad som ska göras gemensamt och vad som var och en har ansvar för att genomföra och följa upp. I och med Hållbarhetsstrategin 2033 kommer det gemensamma arbetet att bli än mer viktigt vilket kommer kräva ökat samarbete framåt, bl a kring det prioriterade hållbarhetsområdet cirkularitet som bl.a innehåller det interna arbetet med plastflödet från terminalerna till butik och tillbaka.

Samlat nedan finns tabeller som visar på Coop i Sveriges samt för Coop Gotland klimatpåverkan kopplat till elförbrukning samt andra mätpunkter med tillhörande växthusgasutsläpp.



Elförbrukning i MWh inom Coop i Sverige totalt

Elförbrukning*	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022	Coop 2023**	Coop 2024***
El butiksdrift**	434 495	404 727	410 043	267 740	-
El lager	21 928	22 077	21 927	21 357	-
El huvudkontor	667	621	558	540	-
Totalt	457 091	427 425	432 529	289 637	375 877

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

**2023 års siffror exkluderat från Coop Värmland pga senarelagd inrapportering och stämma

***Endast total förbrukning kan redovisas som ett resultat av byte av redovisningssystem under året

Växthusgasutsläpp, ton CO2-equiv, för Coop i Sverige, samt för Coop Gotland

Serie	Coop 2022	Coop 2023*	Coop 2024	Coop Gotland 2022	Coop Gotland 2023	Coop Gotland 2024
Köldmedier (scope 1)	10 519	14 040	5 048	31,4	60,5	59,5
Elförbrukning (scope 2)	105	57	64	0,8	0,8	0,8
Elförbrukning (scope 3)	7 495	4117	4 582	58,7	57,6	57,7
**Fjärrvärme (scope 2)	729	733	-	3,3	3,3	-
**Fjärrvärme (scope 3)	170	171	-	6,1	6,1	-
Tjänsteresor*** (scope 1)	1 300	566	-	1,4	2,5	-
Tjänsteresor*** (scope 3)	689	551	769	2,7	4,4	14,3
Godstransporter online (scope 3)	1 850	531	524	0,4	4,2	47,0
Godstransporter logistik (scope 3)	27 760	26 030	53 663	0	0	0
Transporter marknad (scope 3)	1 068	1086	962	0	0	0
Totalt	51 685	47 882	65 612	104,8	139,4	179,1

*2023 års siffror är exkluderat Värmland pga senarelagd inrapportering och stämma.

**Fjärrvärmesiffror kan inte redovisas som ett resultat av byte av redovisningssystem under året.

***Tjänsteresor Scope 1 & 3 för 2024 är sammanslagna som ett resultat av byte av redovisningssystem under året.

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

Serie	Coop 2022	Coop 2023*	Coop 2024	Coop Gotland 2022	Coop Gotland 2023	Coop Gotland 2024
Hyrbilar	16	6	14	0	0	0
Tjänstebilar	1 300	566	398	1	2	7
Egenbil (milersättning)**	315	226	-	0	1	-
Tåg	0	0	15	0	0	0
Flyg	352	319	343	2	3	8
Totalt	1 983	1117	770	4	6	15

*2023 års siffror är exkluderat Coop Värmland pga senarelagd rapportering och stämma.

**Nyckeltalet egen bil (milersättning) har tagits bort vid byte av redovisningssystem under året.

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

Serie	Förändring växt-husgasutsläpp, % *	Serie	Förändring växt-husgasutsläpp, % *	Serie	Förändring växt-husgasutsläpp, % *
2016	0,0	2019	-53,5	2022	-54,5
2017	-61,6	2020	-54,5	2023	-53,6
2018	-60,9	2021	-53,7	2024	-

*2023 års siffror är exkluderat Coop Värmland pga senarelagd rapportering och stämma.

**2024 års minskning exkluderat som ett resultat av byte av redovisningssystem under året.

6. Våra medarbetare

Det totala antalet medarbetare i Coop i Sverige är dryga 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. Detta inkluderar bland annat att vi genomför regelbundna lönekartläggningar, strävar efter att skapa en god arbetsmiljö samt att vara en attraktiv arbetsgivare. Genom den interna uppförandekoden åtar sig medarbetaren att leva upp till våra krav på god affärsetik och nolltolerans mot korruption. Coops interna uppförandekod gäller för hela Coop i Sverige.

Ett gediget program för ledarutveckling har genomförts under flera år där hållbarhetsfrågorna är en del av det programmet och har tilldelats en egen del av utbildningen. Totalt har över 100 ledare gått utbildningar inom ramen för ledarprogrammet. Det är ledare från 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 whistleblower-funktion där medarbetare anonymt kan rapportera till en extern part om de misstänker eller upptäcker saker så som säkerhetsrisker på arbetsplatsen, ekonomiska oegentligheter och korruption, allvarliga trakasserier eller miljöbrott. Kanalen är öppen för alla medarbetare inom Coop i Sverige. 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 (2023 inom parentes) 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, när ärenden kom in och varför just då, om det är en speciell del av organisationen osv. Det har inte genomförts.

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

Medarbetare	Coop 2022	Coop 2023*	Coop 2024	Coop Gotland 2022	Coop Gotland 2023	Coop Gotland 2024
Medelantal medarbetare (st)	14 040	11 243	11 109	137	140	138
- andel kvinnor (%)	62,1	57,7	64,3	67,2	67,1	68,8
Antal medlemmar i ledningsgruppen (st)	143	116	154	4	4	5
- andel kvinnor (%)	23,8	25,9	26,6	25,0	50,0	40,0
Antal tillsvidareanställda och provanställda (st)	16 771	12 749	12 567	140	143	142
- andel kvinnor (%)	63,4	63,4	64,8	65,7	67,1	66,9
- andel deltidsanställda (%)	64,4	75,9	63,6	75,0	72,7	71,8
Antal tidsbegränsat anställda (st)	5 416	6 329	4 564	60	69	69
- andel kvinnor (%)	64,5	64,5	66,2	75,0	71,0	78,3
Totalt antal anställda	22 187	18 988	17 208	200	212	211
Genomsnittlig ålder (år)	36,0	33,7	36,1	36,0	32,0	32,0

*2023 års siffror är exkluderat Coop Värmland pga senarelagd rapportering och stämma.

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

Sjukfrånvaro och arbetsskador	Coop 2022	Coop 2023*	Coop 2024	Coop Gotland 2022	Coop Gotland 2023	Coop Gotland 2024
Total sjukfrånvaro (%)	7,5	6,7	6,3	6,9	5,7	5,1
- kvinnor (%)	8,1	7,2	7,0	6,9	5,7	5,1
- män (%)	6,5	5,9	5,1	6,9	5,7	5,1
Arbetsskador (antal)	553	506	318	2	0	1
Olyckor / Tillbud (antal)	1 128	1383	734	2	7	3
Personalomsättning (%)	18,0	15,7	26,4	Saknas	7,1	2,8

*2023 års siffror är exkluderat Coop Värmland pga senarelagd rapportering och stämma.

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 genom biståndsorganisationen We Effect som ger människor verktyg att ta sig ur fattigdom. Under 2024 har We-Effect fått in 8 142 860 (2023: 8 041 434) kronor via Coop, KF och Konsumentföreningarna, bland annat genom att kunder har valt att 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 utbildning och kunskap i jordbruksmetoder, klimatanpassning och djurhållning, samt tillgång till spar- och lånegrupper. Coops stöd ger människor rätt förutsättningar för att själva ta sig ur fattigdom och sätta mat på bordet. Det primära målet för We Effect att uppnå FN:s globala mål nr 2: 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 SEK (2023:

8 894 143 SEK) 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.



8. Summering av hållbarhetsrapport

Miljö

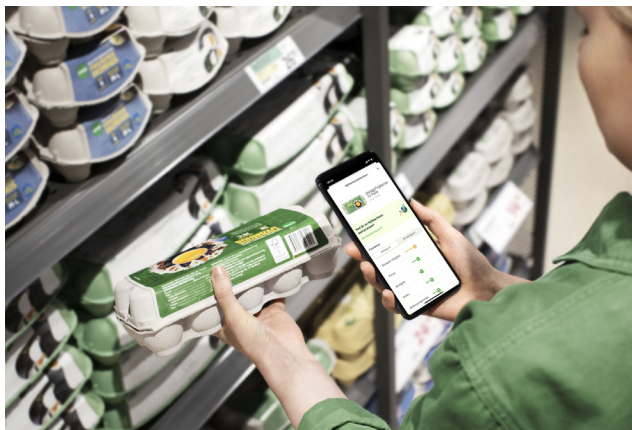
Policyer: Coops arbete inom miljö styrs av vår policy för hållbar utveckling samt vår Hållbarhetsstrategi 2033 som godkändes av styrelsen i dec 2023 och gäller för hela Coop i Sverige. Inom ramen för policyn för hållbar utveckling framgår det att vår verksamhet ska kännetecknas av en hållbar resursoptimering 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 ge råd om kemikalier i vardagen till våra kunder och medlemmar.

I Hållbarhetsstrategin 2033 finns fem strategiska prioriterade hållbarhetsområden (Hållbara val, Miljö & Klimat, Hälsa, Cirkularitet och Socialt ansvar) som Coop i Sverige ska arbeta med. Medlemmen är i centrum och medlemslöftet att ge varje medlem mer pekar riktning. Coop ska underlätta för medlemmen att göra hållbara val genom att erbjuda rätt varor. Det innebär att arbete med alla tio parametrar i Hållbarhetsdeklarationen där de tre parametrarna för socialt ansvar är utlyft som ett eget strategiskt prioriterat hållbarhetsområde.

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 (från policy för hållbar utveckling) 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 de 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 uppdatering av regelverket bl a. 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 testa och implementerat ett nytt designuttryck för den som scannar med hjälp av Coop appen (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 bl a 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 bl a 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 kopplat till transporter och elförbrukning och från 2021 kopplat till SBT. Med stöd i Hållbarhetsstrategi 2033 har vi ytterligare utveckla 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 t ex 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, d v s Coop i Sverige.

Resultat av policy: Våra policyer guidar oss i vårt arbete för att ta det arbetsgivaransvar som åligger oss, bland annat i form av att vi genomför lönekartläggningar, systematiskt arbete med 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. En omfattande ledarutbildning har pågått i flera år där över 100 ledare från hela Coop i Sverige har deltagit och där en del av utbildningen är inriktad på hållbarhet och hälsa. I slutet av 2024 var enheten Hållbarhet på Coop fulltalig med 6 personer inklusive hållbarhetschef. Rekrytering skedde med koppling till Hållbarhetsstrategin 2033 och kommande redovisningslagstiftning CSRD. Bl a anställdes en hållbarhetscontroller och en verkssamhetsutvecklare för socialt ansvar samt en för hållbarhet.

Risker och riskhantering: Framför allt medarbetare på terminal och i butik exponeras för fysiska hälsorisker bl.a. genom tunga lyft och risken för rån, trakasserier osv i butiksmiljöer. Systematiskt arbetsmiljöarbete hanteras via utbildningar till chefer både genom e-learning och fysiska utbildningar inom ramen för Coopskolan och introduktionsprogram för nyanställda 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 hante-ringsmetoder osv.

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

Mänskliga rättigheter

Policyer: Via KF är Coop anslutet till FN:s Global Compact, vilket ställer krav på vårt arbete med mänskliga rättigheter. 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 direktivet 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 policy för hållbar utveckling samt interna och externa uppförandekod. Våra uppförandekoder baseras på internationellt vedertagna standarder såsom FN:s deklaration om mänskliga rättigheter, FN:s konventioner om barns rättigheter och avskaffande av all slags diskriminering mot kvinnor, OECD:s riktlinjer för multinationella företag samt ILO:s konventioner. Varu- och leverantörskraven ställer tydliga krav på våra leverantörer och ska skrivas under som en bilaga till avtalet mellan oss och följas av alla leverantörer.

Under 2024 har vi fortsatt varit aktiva i arbete med ETI Sverige. (Ethical Trading Initiative). ETI Sverige är en plattform för erfarenhetsutbyte, skapa samsyn kring mänskliga rättigheter inom handel. Medlemmar kommer från fler branscher än livsmedel bl a är även fackförbund medlemmar. Det ger oss möjligheter att fördjupa problembilder och frågeställningar mer och skapa en bredare förankring. T ex har arbetet med säsongs- och migrantarbetares situation i t ex citrusproduktionen varit ett område som vi tillsammans har lyft och funnit arbetsmetodik kring. Bär säsongen 2024 i Sverige var extra besvärlig och vårt arbete intensifierade tillsammans med en bärgrupp 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 bärgruppen på ETI och tillsammans med ETI och Oxfam påbörjat arbetet med en transportpolicy för migrations- och säsongsarbeta i citrusproduktionen men 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 av t ex 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 bl.a. antal genomförda revisioner som under 2024 uppgick till 46 st. 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 t ex 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.

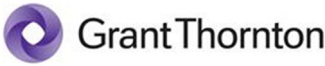
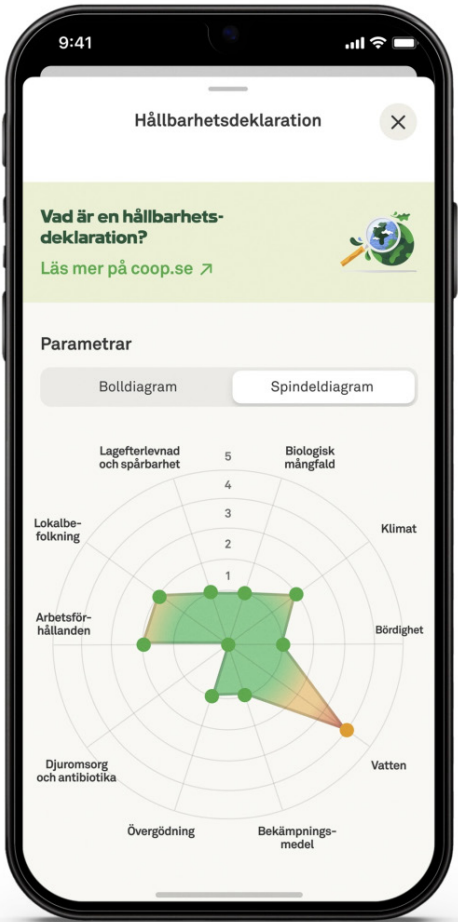
Anti-korruption och fusk

Policyer: Vår interna och externa uppförandekod och koden mot mutor, som är baserade på IMMs kod (Institutet Mot Mutor), är grunden för vårt anti-korrupsionsarbete. 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 med t ex andra ursprungsländer, andra ingredienser osv förekommer allt oftare. Vi kontrollerar våra EVM (egna varumärken) för att minimera fusk. Under kommande år kommer vi behöva bygga upp ytterligare verksamhet kring fusk och kontroller. Allt för att skapa förutsättningar för kunden och våra medlemmar att kunna göra hållbar val. Överdrivna gåvor från leverantörer har minskat i antal och omfång. Även det i linje med vårt anti-korrupsionsarbete.

Resultat av policyer: Våra policyer som berör anti-korruption vägleder både vårt interna arbete och de krav vi ställer på våra affärspartners t ex leverantörer. Under rubriken Hållbara leverantörer beskrivs det arbete som görs i leverantörsledet idag. En whistleblower-funktion 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 korrupsionsbrott och matfusk sker i vårt leverantörsled och då främst i de länder som klassas som högriskländer av bland annat BSCI. Genom våra revisioner, vår tydliga inköpsprocess och vår gedigna kvalitetssäkring minskar vi riskerna för korruption och matfusk leverantörsleden. Även i den egna verksamheten finns en risk för korrupsionsbrott, bland annat vid lokala inköp som görs i konsumentföreningarna och vid kontakt med befintliga och potentiella leverantörer vid t ex ny- och ombyggnationer. Den risken minimeras bland annat genom den whistleblower-funktion som har införts samt genom de rutiner som appliceras vid lokala inköp och de utbildningar kring risker som alla medarbetare inom inköp genomför.

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



Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till föreningsstämman i Coop Gotland Ekonomisk Förening, org.nr 734000-1325

Uppdrag och ansvarsfördelning

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2024 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen i enlighet med den äldre lydelsen som gällde före den 1 juli 2024.

Granskningens inriktning och omfattning

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12 *Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten*. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionsd i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

Uttalande

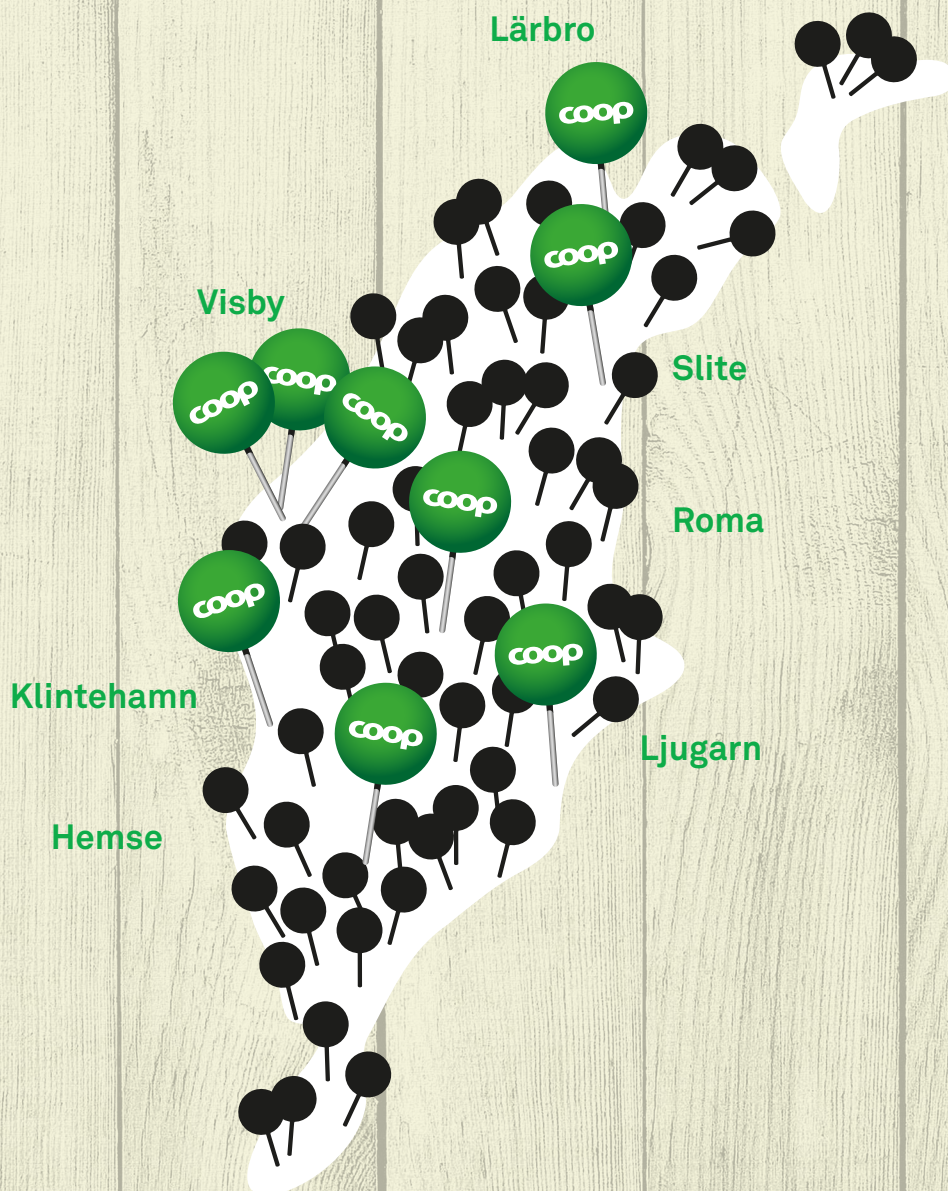
En hållbarhetsrapport har upprättats.

Visby den dag som framgår av den elektroniska signeringen

Grant Thornton Sweden AB


Per Gardelin
Auktoriserad revisor

Gotlands gotländskaste butiker



www.coop.se/gotland