

Redovisningsåret 2022-01-01 – 2022-12-31

Lagstadgad hållbarhetsrapport verksamhetsåret 2022

Coop Sverige AB (CSAB), organisationsnummer 556710-5480 och

Coop Logistik AB (CLAB), organisationsnummer 556710-2453

Innehållsförteckning

1. Rapportens omfattning.....	2
2. Den kooperativa affärsmodellen – grunden för en hållbar verksamhet	2
3. Det samordnade hållbarhetsarbetet i Coop i Sverige	5
3.1 Coop i Sveriges hållbarhetsarbete	6
3.2 Hållbarhetsdeklarationen	7
3.3 Science Based Targets - vårt klimatarbete.....	8
3.4 Vårt sortiment.....	9
3.5 Våra förpackningar och plastanvändning	10
3.6 Matsvinn och avfall	11
3.7 Hälsa.....	12
3.8 Sammanfattning av Coop i Sveriges hållbarhetsarbete	13
4 Våra leverantörer	13
4.1 Revisioner.....	14
4.2 Undantagsprocessen.....	15
4.3 Lokalmat.....	15
4.4 Citrus i Marocko	16
5. Våra butiker, kontor och terminaler	16
6. Våra medarbetare	20
6.1 Visselblåsarfunktion	20
7. Vårt samhällsengagemang	22
8. Summering av hållbarhetsrapport	23

1. Rapportens omfattning

Den här rapporten avser Coop Sverige AB (CSAB) och Coop Logistik AB (CLAB) och syftar till verksamhetsåret 2022.

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

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

2. Den kooperativa affärsmodellen – grunden för en hållbar verksamhet

Ända sedan konsumentkooperationen grundades 1899 har det grundläggande syftet varit att skapa medlemsnytta genom den samlade styrkan av medlemmarnas konsumtion. Idag ägs Coop av cirka 3,7 miljoner medlemmar som genom sitt personliga engagemang och sina inköp lägger grunden för verksamheten. Allt överskott som skapas går tillbaka till medlemmen eller återinvesteras i verksamheten, vilket skapar ett cirkulärt kretslopp enligt Figur 2. Nedanstående ruta sammanfattar organisations kooperativa värdegrund.

Coops vision

Sveriges viktigaste konsumentkraft

Vårt syfte med att verka

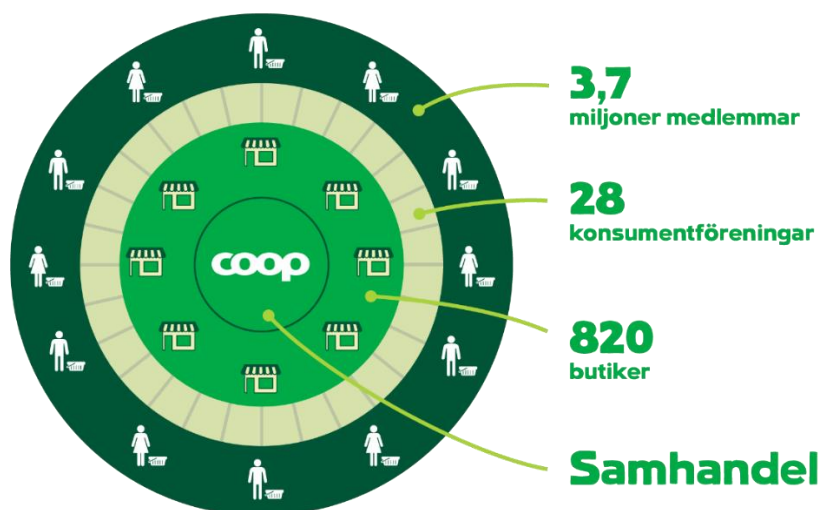
Vara den goda kraften i mat-Sverige

Vårt medlemslöfte

Tillsammans ger vi varje medlem mer

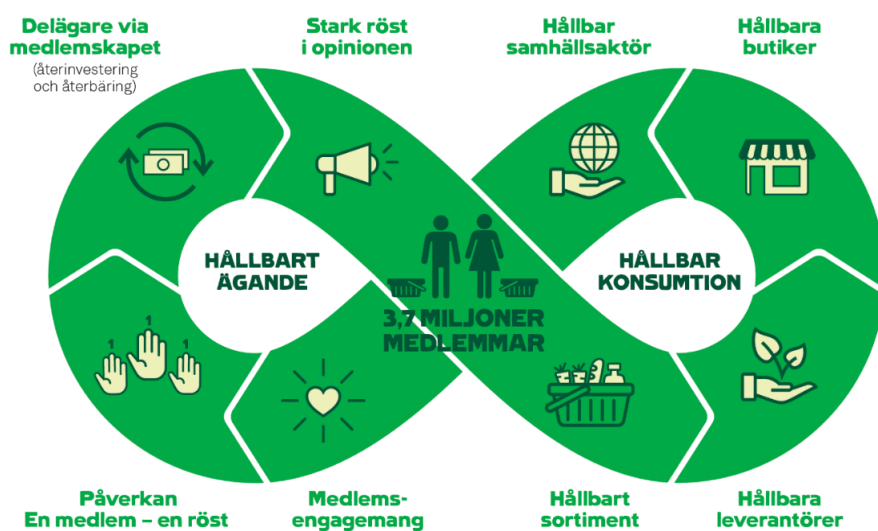
Organisationen vilar på en kooperativ värdegrund och styrs demokratiskt utifrån principen *en medlem, en röst*. Vår vision är att vara *Sveriges viktigaste konsumentkraft*, och låta den ambitionen vägleda Coops arbete framåt. Med medlemmarnas intresse i centrum agerar Coop för att bidra till en hållbar utveckling och att leva upp till vårt syfte – att vara den goda kraften i mat-Sverige. Eftersom vi inte drivs av kortsiktiga finansiella intressen kan vi fatta beslut som lägger grunden för långsiktig hållbarhet för såväl den egna organisationen som för vår omvärld. Tack vare vår stora medlemsbas kan vi dessutom vara en stark röst i samhällsdebatten och ta strid för konsumenternas bästa. Vårt medlemslöfte *Tillsammans ger vi varje medlem mer* (mer för pengarna, mer hållbara val och mer smidiga och inspirerande upplevelser) i kombination med vår kooperativa affärsmodell gör vi det möjligt för våra medlemmar att verka för en hållbar samhällsutveckling när de handlar på Coop.

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 och dela på resurser, funktioner och skapa en riktning tillsammans, helt i linje med den kooperativa affärsmodellen. Genom vår kooperativa samhandel och vår butiksdrift skapar vi nytta för medlemmarna. Alltså strävar alla lager av cirkeln mot ett gemensamt mål, hållbart ägande och hållbar konsumtion.



Figur 1 Coops kooperativa modell

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.



Figur 2 Coops organisationsmodell

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

3. Det samordnade hållbarhetsarbetet i Coop i Sverige

Enligt det samhandelsavtal som finns mellan parterna inom Coop i Sverige har CSAB det samordnande ansvaret för hållbarhetsfrågor. Genom det nära samarbetet mellan CSAB och föreningarna säkras effektivitetsvinster såväl som kvalitet i hållbarhetsarbetet. Avtalet dikterar att CSAB bland annat ska utarbeta och fastställa en gemensam hållbarhetsstrategi och hållbarhetspolicys för hela Coop i Sverige samt ge övriga delar av verksamheten tillgång till en gemensam struktur, uppföljning samt kompetens inom hållbar utveckling. Föreningarna åtar sig att agera i enlighet med de beslut som fattas av CSAB gällande hållbarhetsfrågor samt att implementera den gällande hållbarhetspolicyn och hållbarhetsstrategin. Beslut om inriktning, mål och strategier sker i styrelsen där föreningarna är representerade.

Avdelningen hållbarhet och kvalitet har under 2022 upphört att existera och har istället delats upp i tre delar med en chef och enhet för respektive del. Denna omorganisation har lett till följande uppdelning: (1) Kvalitet tillhör nu *Sortiment och Inköp* som bland annat

arbetar med att följa upp och stärka våra varu- och leverantörskrav på både våra egna varumärken (EVM) och på andra varumärken, samt med utvecklingen av EVM. En stor del av den uppföljningen är hållbarhetsrelaterad. (2) Livsmedelsäkerhet och Compliance tillhör *Strategi och Affärsutveckling* och ansvarar för rutin och regelutveckling kring livsmedelssäkerhet i butik och övrig drift, samt för revisioner och kontrollprojekt. (3) Hållbar utveckling tillhör nu också *Strategi och Affärsutveckling*. Enheten består av fyra hållbarhetsstrateger, en expert på statistik och hållbarhet, samt Coops hållbarhetschef. Hållbar utveckling arbetar med strategisk riktning, uppföljning, lagefterlevnad, inspiration, utbildning, samt förvaltningen och utvecklingen av hållbarhetsdeklarationen och andra metoder. Det huvudsakliga ansvarsområdet för enheten är hållbarhet och hälsa. Allt arbete sker tvärfunktionellt vilket innebär att flera föreningar, affärsområden, avdelningar, enheter, och personer inom Coop i Sverige är delaktiga. En stor del av arbetet sker också med externa intressenter. Under 2022 har enheten hållbar utveckling även handlett fem masterstudenter och en praktikant.

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

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.

3.1 Coop i Sveriges hållbarhetsarbete

Vårt medlemslöfte är *”Tillsammans ger vi varje medlem mer”* och vår vision är att vara den goda kraften i mat-Sverige vilket sammantaget ger oss en helhetsbild som vi ska verka efter. För att uppnå detta bedriver vi ett ambitiöst hållbarhetsarbete som styrs av vår policy och hållbarhetsstrategi. Under hösten 2022 har arbetet med denna strategi intensifierats och beräknas vara klart under våren 2023. Via KF, Kooperativa förbundet, är Coop anslutet till

FN:s Global Compact, vars principer ger oss riktlinjer och ställer krav på vårt arbete med mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö, och anti-korruption. Vi utgår ifrån FN:s 17 globala mål för hållbar tillväxt och har identifierat de mål där Coop direkt eller indirekt har en stor påverkan samt kan påverka för att driva utvecklingen framåt. Vår största påverkan har identifierats inom mål 12 som fokuserar på hållbar konsumtion och produktion.

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

3.2 Hållbarhetsdeklarationen

Sedan 2019 har CSAB utvecklat hållbarhetsdeklarationen vilket är ett metodverktyg som syftar till att redogöra ett livsmedels hållbarhetsavtryck. Utvecklingsarbetet har skett tillsammans med leverantörer och standardägare samt expertis både internt och externt. Ambitionen med utvecklingen av hållbarhetsdeklarationen är delvis att styra vårt sortiment och våra inköpsprocesser i en mer hållbar riktning, och dels att fungera som stöd och underlätta för kunden att göra mer hållbara konsumtionsval vid köptillfället. Efter lanseringen våren 2021 har vi utvecklat regelverket som redovisar metodiken bakom verktyget samt de källor som använts. Tillsammans med experter har vi under 2022 genomlyst och granskat alla tio parametrarna som ingår i verktyget för att fördjupa

trovärdigheten och användningspotentialen. Under senhösten 2022 granskades framförallt de tre sociala parametrarna extra noga. Parallellt har vi även utvecklat den interna styrningen med stöd i hållbarhetsdeklarationen. Tydliga mål har satts upp för både sortimentsutvecklingen och för inköpsprocesserna. Vi har även skapat förutsättningar att följa upp försäljningsutvecklingen kopplat till parametrarna i hållbarhetsdeklarationen och ett fördjupat arbete för klimatparametern. Det arbetet kommer att fortsätta under 2023 och framåt.

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

För att öka användandet av verktyget ute i butikerna ska en utbildning av butikspersonal ske då det framförallt är i mötet mellan personalen i butik och kund som vi kan påverka och främja användandet av hållbarhetsdeklarationen. Vi har under 2022 undersökt hur möjligheterna ser ut för att genomföra en sådan utbildningsinsats av personalen.

Undersökningen visar att vi inte kommer genomföra den under 2023 utan att den i stället kommer äga rum under 2024. Dock kommer alla nödvändiga förberedelser ske under 2023.

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

3.3 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 gammal köldmedia, välja fossilfria transportmöjligheter, förflyttning till tågtransport istället för

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

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

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

3.4 Vårt sortiment

Eftersom den största miljömässiga och sociala påverkan från Coops verksamhet kommer från produktionen av de varor som säljs i butik så är det viktigt för oss att göra det möjligt för våra kunder och medlemmar att välja ett hållbart sortiment. Vi arbetar ständigt för att förbättra och utöka vårt idag redan omfattande hållbara sortiment. I det arbetet använder vi oss bland annat av hållbarhetsdeklarationen som vägledning och metodik.

Vi är stolta över att vara en dagligvarukedja som ligger i toppen med avseende på försäljningen av ekologiska livsmedel, som under 2021 var 7,8% av hela Coop i Sveriges livsmedelsförsäljning. Detta är dock en fortsatt minskning från 9,2% (2019) vilket motsvarar den generella nedåtgående trenden i hela branschen de senaste tre åren. Vi ser däremot att den övergripande efterfrågan på svenska livsmedel ökar. Men trots det minskade även varor med Från Sverige-märkning något från förra årets uppgång (2020 10.1% till 2021 10,0%). Vad det gäller siffrorna för 2022 års försäljning så hänvisar vi till Coop Sveriges hållbarhetsredovisning på coop.se. När det gäller andra hållbarhetsmärkningar ser vi en

liknande minskning, t ex varor märkta med nyckelhålet. Under 2022 har vi genomfört en analys och tillsammans med KRAV försökt förstå drivkrafterna bakom denna nedåtgående trend. Resultatet av analysen är inte klar ännu men visar på att det lokalt producerade produkterna säljer mer och att det skett en tydlig förflyttning inom mejeri från animaliebaserade mejeriprodukter till växtbaserade. Dock följer inte ekologisk produktion med vid detta utbyte och det kan vara en bidragande orsak till minskningen.

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

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

3.5 Våra förpackningar och plastanvändning

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

- Coops användning av plast ska vara resurseffektiv, innovativ och ansvarsfull. Vi ska jobba för att minska vår plastanvändning där så är möjligt.

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

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

3.6 Matsvinn och avfall

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

fortsätta under 2023, liksom arbetet med att ta fram fler interna rutiner kopplat till matsvinn.

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

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

3.7 Hälsa

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

Coops ställningstagande för hälsa lyder:

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

3.8 Sammanfattning av Coop i Sveriges hållbarhetsarbete

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

Vad har vi

Tre ställningstaganden, sex prioriterade hållbarhetsområden, SBT (Science Based Targets) och hållbarhetsdeklarationen.

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

Vad ska vi ta fram Q1-2 2023

Strategi för hållbarhet och hälsa

Nuläge för hållbarhet och hälsa

Vad blir det

Coop i Sveriges strategiskt ramverk för hållbarhet och hälsa

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. Vår uppförandekod ställer särskilda krav gällande mänskliga rättigheter, korruption, arbetsmiljö, miljö och

matfusk. Uppförandekoden baseras på internationellt vedertagna initiativ och standarder såsom FN:s Global Compact, FN:s deklaration om de mänskliga rättigheterna, FN:s konventioner om barns rättigheter och avskaffande av all slags diskriminering mot kvinnor, OECD:s riktlinjer för multinationella företag samt ILO:s konventioner. Coops övergripande arbete med hållbarhet och hälsa med leverantörerna utgår från FN:s 17 globala mål. Coops varu- och leverantörskrav ställer specifika krav på bland annat djurvälstånd, hållbart fiske, och utfasning av farliga kemikalier. Den är en bilaga till avtalet mellan oss och leverantören. Samtliga leverantörer, deras underleverantörer, och övriga affärs- och samarbetspartners omfattas av Coops krav, som ofta går längre än vad lagstiftningen kräver. Varu- och leverantörskraven gäller även lokala och regionala inköp som sker genom föreningarna och via butikerna direkt. Läs mer under avsnitt 4.4.

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

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 liten andel av Coops inköp kommer från länder som BSCI (Business Social Compliance Initiative) klassar som högriskländer, vilket kräver extra insatser kring dessa inköp. Coop riskbedömer leverantörer och följer upp prioriterade leverantörer för att kontrollera att kraven efterlevs. När det kommer till Coops egna varumärken (EVM) genomgår de en särskild process som innebär noggrann kvalitetsgranskning. Under 2022 har färre revisioner genomförts på plats till följd av Corona pandemin. Dock sker kontroller av dokumentation löpande trots pandemin och där det har varit möjligt har vi genomfört revisioner med lokala revisorer eller konsulter. Revisioner som genomförs genom besök i högriskländer kommer att återupptas så snart restriktioner kopplat till pandemin tas bort.

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

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.

Undantagsprocessen genomgår ett förbättringsarbete efter att vi omorganiserat oss och därför måste vi hitta nya sätt att dels ge plats för all information innan beslut om undantag fattas samt hitta rätt eskaleringsvägar för beslut av undantaget. Det förbättringsarbete följer arbetet med varu- och leverantörskraven så att båda blir en naturlig del av arbetet med inköp.

4.3 Lokalmat

CSAB är ansvarig för den centrala partihandeln, vilket säkerställer riskbedömning, kvalitetsgranskning och uppföljning. En viktig del av det arbetet handlar också om att kunna erbjuda våra medlemmar och kunder ett lokalt anpassat sortiment. Dessa inköp sker lokalt och med samma höga krav på kvalitet, hållbarhet och säkerhet. Lokala leverantörer genomgår en gedigen urvalsprocess där vi bland annat ställer krav på att livsmedelscertifiering och kollektivavtal finns på plats samt att leverantören uppfyller Coops uppförandekod för leverantörer samt varu- och leverantörskraven. Genom våra inköp från lokala producenter bidrar vi till ett bevarande av en levande landsbygd och småskalig svensk produktion av hög kvalitet.

4.4 Citrus i Marocko

I april 2022 publicerade Oxfam, på uppdrag av Coop, en rapport med avseende på arbetsförhållandena för migrant- och säsongsarbetare vid citrusproduktionen i Marocko. Oxfam genomförde en sk HRIA (Human Right Impact Assessment) där risker identifieras och där Oxfam kompletterar med en handlingsplan för att minimera riskerna och förbygga kommande risker. Under Q2- Q4 2022 har vi tillsammans med Oxfam och framförallt ETI Sverige (Etichal Trading Initiative) arbetat med att skapa en bredare bild av hur andra inom livsmedelsbranschen agerar. Vi har inom arbetet med ETI specifikt lyft migrant- och säsongsarbetarens situation och tillsammans med andra inom livsmedel och dryckesbranschen arbetat fram en modell för dialog med arbetare, producenter, köpare, transportörer, och fackförbund för att skapa bättre förutsättningar för arbetarna. Coop har hela tiden varit transparenta med resultatet från rapporten och på så sätt skapat förutsättningar för en konstruktiv dialog mellan medlemmarna i ETI. Detta arbete kommer att fortsätta även under 2023.

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, i form av framförallt godstransporter, köldmedia, avfall (matsvinn), plastanvändning etc. I årets framtagning av hållbarhetsredovisningen har fler föreningar rapporterat sin klimatdata (Coop Gotland samt Coop Grensemat med tillhörande dotterbolag Maximat Nordby och Maximat Svinesund) vilket har resulterat i högre redovisade siffror jämfört med tidigare år men också till en ökad insyn i våra föreningars klimatpåverkan.

Genom vårt arbete med våra klimatmål enligt Science Based Targets och våra ställningstaganden kring plast och matsvinn så strävar vi efter att sätta in rätt sorts insatser

som sammantaget kommer minska vår klimatbelastning. Vi har även tagit fram ett butiksmaterial som visar på hållbarhet och genom färg, form och budskap ska skapa en mer hållbar och hälsosam känsla hos kunden. Detta material kommer att finnas tillgängligt i alla våra butiker under 2023.

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

Samlat nedan finns tabeller som visar på Coop i Sveriges samt för Coop Sverige AB (CSAB) och Coop Logistik AB (CLAB) klimatpåverkan kopplat till elförbrukning samt andra mätpunkter med tillhörande växthusgasutsläpp. Notera gärna att fler föreningar har varit rapporteringsskyldiga i år (Coop Gotland och Coop Grensemat med tillhörande dotterbolag) vilket bidrar till högre siffror jämfört med tidigare år på vissa mätpunkter.

Elförbrukning i MWh inom Coop i Sverige totalt

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

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

Växthusgasutsläpp, ton CO₂-eqv, för Coop i Sverige samt för samt för Coop Sverige AB (CSAB) och Coop Logistik AB (CLAB)

Serie*	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022	2021 CSAB	2021 CLAB	2022 CSAB	2022 CLAB
Köldmedier (scope 1)	10 140	10 689	10 519	0	6,5	0	4,3
Elförbrukning (scope 2)	4	74	105	0	3,8	0	3,7
Elförbrukning (scope 3)	4 746	5 308	7 495	0	269,1	0	267,3
Fjärrvärme (scope 2)	2 407	2 559	729	0	487,0	0	487,0
Fjärrvärme (scope 3)	430,6	332	170	0	66,8	0	66,8
Tjänsteresor (scope 1)	845	699	1 300	34	62,3	46	98,4
Tjänsteresor (scope 3)	515	343	689	60	17,8	91	17,3
Godstransporter online (scope 3)	3 097	2 875	1 850	0	207,2	0	66,9
Godstransporter logistik (scope 3)	27 368	27 603	27 760	0	27 603	0	27 760
Transporter marknad (scope 3)	1 500	1 581	1 068	1 581	0	1 068	0

Totalt	51 051	52 062	51 685	1 675	28 723,5	1 205	28 771,8
--------	--------	--------	--------	-------	----------	-------	----------

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

Växthusgasutsläpp tjänsteresor, ton CO₂-eqv, för Coop i Sverige samt för Coop Sverige AB (CSAB) och Coop Logistik AB (CLAB)

Serie	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022	2021 CSAB	2021 CLAB	2022 CSAB	2022 CLAB
Hyrbilar	6	12	16	7	2	8	3
Tjänstebilar	828	685	1 300	97	62	144	98
Egenbil (milersättning)	374	250	315	28	11	28	14
Tåg	1	0	0	0	0	0	0
Flyg	113	74	389	43	5	107	37
Totalt	1 322	1 020	2 020	175	80	290	153

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

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

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

6. Våra medarbetare

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

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

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. Totalt kom 49 ärenden in via visselblåsarfunktionen under 2022, varav noll utav dessa handlade om åtal för korruption.

Tabellerna nedan avser totalt antal anställda inom hela Coop i Sverige samt för Coop Sverige AB (CSAB) och Coop Logistik AB (CLAB)

Medarbetare	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022*	CSAB 2021	CLAB 2021	CSAB 2022	CLAB 2022
Medelantal medarbetare (st)	11 422	11 441	14 040	447	1071	452	967

- andel kvinnor (%)	63,1	63,6	62,1	58,4	19,1	58,9	18,7
Antal medlemmar i ledningsgruppen (st)	75	85	143	10	8	7	8
- andel kvinnor (%)	28,0	30,6	23,8	20,0	0,0	28,6	0,0
Antal tillsvidareanställda och provanställda (st)	13 015	10 207	16 771	481	1101	481	1 084
- andel kvinnor (%)	65,0	62,0	63,4	58,2	20,4	58,6	18,6
- andel deltidsanställda (%)	63,2	71,7	64,4	0,6	4,4	0,2	3,4
Antal tidsbegränsat anställda (st)	5 508	5 655	5 416	29	227	18	205
- andel kvinnor (%)	66,5	72,0	64,5	69,0	14,5	66,7	14,1
Totalt antal anställda	18 407	15 862	22 187	510	1 328	499	1 289
Genomsnittlig ålder (år)	35,1	35,7	36,0	41,8	40,1	41,8	40,0

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

Sjukfrånvaro och arbetsskador	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022*	CSAB 2021	CLAB 2021	CSAB 2022	CLAB 2022
Total sjukfrånvaro (%)	7,1	7,5	7,5	2,4	12,4	2,0	13,9
- kvinnor (%)	7,4	8	8,1	3,1	14,1	2,4	12,6
- män (%)	6,7	6,8	6,5	1,4	12,0	1,5	14,3
Arbetsskador (antal)	473	463	553	**	184	0	191
Olyckor / Tillbud (antal)	877	993	1 128	**	539	4	709
Personalomsättning (%)	12,0	11,9	18,0	17,1	2,9	18,1	14,3

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

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 2022 har We-Effect fått in 10 424 589 kronor via Coop, KF och Konsumentföreningarna, bland annat genom att kunder har valt att trycka på biståndsknappen vid pantning.

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

8. Summering av hållbarhetsrapport

Miljö	Policyer: Coops arbete inom miljö styrs av vår policy för hållbar utveckling samt våra fokusområden bl a kring miljöhänsyn och kemikaliekontroll, vilka vi bedriver vårt dagliga arbete utifrån. Inom ramen för dessa framgår att vår verksamhet ska kännetecknas av en hållbar resursoptimering och att vi bedriver ett aktivt arbete inom områden så som matsvinn, resurshållning och energieffektivisering, hållbar råvaruförsörjning, utfasning av särskilt farliga ämnen och material samt ger råd om kemikalier i vardagen till våra kunder och medlemmar. Leverantörer ska uppfylla de krav vi ställer i varu- och leverantörskraven. Det gäller t ex farliga ämnen, möjligheter till revisioner, lagstiftning, branschgemensamma överenskommelser osv. Resultat av policy: Resultatet av våra styrdokument på miljöområdet syns primärt i det arbete som vi bedriver inom våra tre målområden: hållbart sortiment, hållbara butiker och hållbara leverantörer. Detta arbete redogörs för ovan under respektive rubrik ovan. Under 2021-22 har interna dialoger förts kring vårt klimatarbete och målbilder. Vi har satt Science Based Targets (SBT), dvs klimatmål i enlighet med Parisavtalets 1,5 graders mål (se avsnittet klimat ovan). Dessa har godkändes i nov 2021. Vi har under 2022 fortsatt den intensiva utvecklingen av hållbarhetsdeklarationen (läs mer ovan och på coop.se/hallbarhetsdeklarationen). Hållbarhetsdeklarationen visar på en produkts hållbarhetsavtryck utifrån tio parametrar, t ex biologisk mångfald, klimat och vatten. Under 2021 och 2022 har vi arbete med implementering internt i organisationen för att skapa förutsättningar för inköpsorganisationen att arbeta med den i dialog med våra leverantörer. Användandet av hållbarhetsdeklarationen hos våra medlemmar är inte tillräckligt stort. Vi kommer under 2023 göra insatser för att öka användandet, bl a kommer vi planera en större utbildningsinsats för alla personal i Coop i Sverige.
---------------------	---

	Risker och riskhantering: Som inköpare av stora mängder livsmedel och andra dagligvaror ligger de primära miljörelaterade riskerna för vår verksamhet framförallt i leverantörsledet. Vår kontroll är lägre där än i vår egen verksamhet eftersom vi inte har tillgång till alla leverantörers produktionsmiljöer på samma sätt som våra egna och inte heller kan kontrollera alla leverantörer. Dessutom har den fortsatta pandemin gjort att vi inte har kunnat genomföra revisioner i samma utsträckning som andra år. Riskerna att leverantörer inte bedriver verksamhet i linje med våra policyer är störst i de länder som klassas som högriskländer av BSCI. Genom en kvalitetssäkrad och gedigen inköpsprocess ställer vi krav på leverantörerna bl a på riskminimering och på att vi kan genomföra revisioner. I våra varu- och leverantörskrav som är en del av avtalet mellan oss och leverantören, beskriver vi våra krav och vad man som leverantör till Coop ska följa. Vårt arbete för att minimera dessa risker beskrivs ovan under rubriken Våra leverantörer. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom KF-sfären. Om man som enskild medarbetare upptäcker brister i vårt arbete med bl a risker så finns det möjlighet att använda visselblåsarfunktionen. Under 2022 hade vi 49 ärenden och inga av dessa var miljörelaterade. Resultatindikatorer: Våra strategiskt prioriterade resultatindikatorer inom miljöområdet redovisas ovan under rubrikerna Vårt sortiment, Våra leverantörer och Våra butiker. De innefattar exempelvis vår klimatpåverkan kopplat till transporter och elförbrukning och från 2021 kopplat till SBT. Vi har under 2021-2022 byggt upp ett inköpssystem baserat på hållbarhetsdeklarationen. Det gick i drift under 2022 och är ytterligare ett sätt att mäta och styra utvecklingen av miljöarbete i våra varuflöden och produkter.
Sociala förhållanden och personal	Policyer: Arbetet för att säkra goda sociala förhållanden och personalrelaterade frågor styrs primärt av vår personalhandbok, arbetsmiljöpolicy samt vår interna och externa uppförandekod. Det är också en självklar del av vår policy för hållbar utveckling. Den externa

	uppförandekoden ska signeras av våra affärspartners och leverantörer. Den interna uppförandekoden gäller för samtliga organisationer och anställda inom KF-sfären som använder sig av eller arbetar under varumärket Coop, d v s Coop i Sverige. Resultat av policy: Våra policyer guidar oss i vårt arbete för att ta det arbetsgivaransvar som åligger oss, bland annat i form av att vi genomför lönekartläggningar, systematiskt arbete med 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 utbildning för all personal i alla led i organisationen. 2022 har varit en stor utmaning för alla så även för oss i Coop i Sverige. Fortsatt pandemi, krig i Europa, stiga matpriser med snabbväxande prishöjningar, nya inhandlingsmönster från kunderna, stigande energipriser och räntor. Allt har gjort att vi tillsammans har behövt agera snabbt och effektivt. Vi arbetar ständigt för att stärka vår status som en attraktiv arbetsgivare och befinner oss för närvarande mitt i en kulturrese där vi ska fortsätta stärka erbjudandet till våra kunder och stoltheten bland våra medarbetare. Planering av ledarutbildning har skett under 2022 och en del av utbildningen är hållbarhet och hälsa. Under 2022 har organisatoriska förändring skett där hållbarhetsfrågorna har förflyttats till en ny strategisk nivå inom Coop i Sverige. Risker och riskhantering: Framförallt medarbetare på terminal och i butik exponeras för fysiska hälsorisker bl.a. genom tunga lyft och risken för rån, trakasserier osv i butiksmiljöer. Systematiskt arbetsmiljöarbete hanteras via utbildningar till chefer både genom e-learning och fysiska utbildningar inom ramen för Coopskolan och introduktionsprogram för nyanställda samt med råd och anvisningar från krisgruppen kring t ex pandemin. Vi arbetar även systematiskt med att förebygga rån och mildra konsekvenserna av rån genom utbildning, gedigna rutiner och införande av slutna kontanthanteringssystem och kontantfria kassor och snabbkassor. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom
--	--

	KF-sfären och Coop i Sverige. I varje förening finns en person med dedikerat ansvar för att hantera risker i verksamheten. Regelbundna möten mellan dessa personer skapar förutsättningar för att dela erfarenheter, skapa gemensamma rutiner och hanteringsmetoder osv. Resultatindikatorer: Resultatindikatorer redogörs under rubriken Medarbetare. Det är t.ex. personalomsättning, sjukfrånvaro och könsfördelning.
Mänskliga rättigheter	Policyer: Via KF är Coop anslutet till FN:s Global Compact, vilket ställer krav på vårt arbete med mänskliga rättigheter. Detta tydliggörs i vår hållbarhetspolicy samt interna och externa uppförandekod. Våra uppförandekoder baseras på internationellt vedertagna standarder såsom FN:s deklaration om mänskliga rättigheter, FN:s konventioner om barns rättigheter och avskaffande av all slags diskriminering mot kvinnor, OECD:s riktlinjer för multinationella företag samt ILO:s konventioner. Varu- och leverantörskraven ställer tydliga krav på våra leverantörer och ska skrivas under som en bilaga till avtalet mellan oss och följas av alla leverantörer. Under 2022 har vi varit aktiva i arbete med ETI Sverige. (Ethical Trading Initiative). ETI Sverige är en plattform för erfarenhetsutbyte, skapa samsyn kring mänskliga rättigheter inom handel. Medlemmar kommer från fler branscher än livsmedel bla är även fackförbund medlemmar. Det ger oss möjligheter att fördjupa problembilder och frågeställningar mer och skapa en bredare förankring. T ex har arbetet med säsons- och migrantarbetares situation i t ex citrusproduktionen varit ett område som vi tillsammans har lyft och funnit arbetsmetodik kring. Resultat av policyer: Våra styrdokument inom mänskliga rättigheter guidar såväl vårt interna arbete som de krav vi ställer på våra leverantörer. Hur vi jobbar med detta i leverantörsledet beskrivs under rubriken Våra leverantörer. Risker och riskhantering: De främsta riskerna för överträdelser mot de mänskliga rättigheterna finns i vårt leverantörsled och då främst i de

	länder som klassas som högriskländer av t ex BSCI. Genom revision och en kvalitetssäkrad inköpsprocess synliggör vi överträdelser och ställer krav på åtgärder samt uppföljning. Hur vi arbetar med dessa inköp beskrivs under rubriken Hållbara leverantörer. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom KF-sfären och hela Coop i Sverige. Resultatindikatorer: Vi mäter bl.a. antal genomförda revisioner och under 2022 har vi fortsatt inte kunnat genomföra den planerade omfattningen av revisioner som det var tänkt eftersom pandemin har satt stopp för det. Vi kommer så snart vi kan under 2023 återuppta den ambitiösa planeringen och genomföra revisioner i produktion och då framförallt i riskländer. Vi ser dock vikten av att bygga upp lokala kontakter för revisioner och kontroll så vi även under likande situationer som pandemin har skapat, kan fortsätta genomföra revisioner. Har vi lokala kontakter kan vi utföra mer regelbundna revisioner och kan då lättare följa utvecklingen hos våra leverantörer och producenter. Under avsnittet Våra leverantörer beskriver vi hur vi arbetar med mänskliga rättigheter i våra leverantörsled. Även under våra medarbetare beskriver vi hur vi arbetar personalen inom Coop i Sverige.
Anti-korruption 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-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 med t ex andra ursprungsländer, andra ingredienser osv förekommer allt oftare. Vi kontrollerar våra EVM (egna varumärken) för att minimera fusk. Under kommande år kommer vi behöva bygga upp ytterligare verksamhet kring fusk och kontroller. Allt för att skapa förutsättningar för kunden och våra medlemmar att kunna göra hållbar val. Resultat av policyer: Våra policyer som berör anti-korruption vägleder både vårt interna arbete och de krav vi ställer på våra affärspartners t ex

	leverantörer. Under rubriken Hållbara leverantörer beskrivs det arbete som görs i leverantörsledet. En whistleblower-funktion finns för att anställda anonymt ska kunna anmäla misstankar kring exempelvis mutbrott. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom KF-sfären. Under 2022 fick vi inte in något ärende som rörde korruption. Risker och riskhantering: De främsta riskerna för korruptionsbrott och matfusk sker i vårt leverantörsled och då främst i de länder som klassas som högriskländer av bl.a. BSCI. Genom våra revisioner, vår tydliga inköpsprocess och vår gedigna kvalitetssäkring minskar vi riskerna för korruption i leverantörsleden. Hur vi arbetar med kontroll och riskminimering beskrivs under rubriken Våra leverantörer. Även i den egna verksamheten finns en risk för korruptionsbrott, bland annat vid lokala inköp som görs i konsumentföreningarna och vid kontakt med befintliga och potentiella leverantörer. Den risken minimeras bland annat genom den whistleblower-funktion som har införts samt genom de rutiner som appliceras vid lokala inköp och de utbildningar kring risker som alla medarbetare inom inköp genomför. Resultatindikatorer: Vi beskriver mer kring arbetet med anti-korruption under avsnittet Våra leverantörer.
--	--

//2023-03-05