

2023-01-01 – 2023-12-31

Coop Butiker & Stormarknader AB 556030-5921

Lagstadgad hållbarhetsrapport verksamhetsåret 2023

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	8
3.3 Science Based Targets - vårt klimatarbete.....	9
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	21
6.1 Visselblåsarfunktion	22
7. Vårt samhällsengagemang	24
8. Summering av hållbarhetsrapport	25

1. Rapportens omfattning

Den här rapporten avser Coop Butiker & Stormarknader (CBS) och syftar till verksamhetsåret 2023.

CBS 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 finns på Coops hemsida och delvis i Coop Sveriges årsberättelse som offentliggörs i april 2024. Även årsberättelsen kommer att finnas på Coops hemsida under avsnitten om hållbarhet. CBS tar ansvar för hållbarhetsinsatser relaterade till butiksdrift, där vi strävar efter att kontinuerligt förbättra och integrera hållbarhetsarbetet i alla led.

Coop består av 27 konsumentföreningar inklusive egna dotterbolag, samt Coop Sverige (CSAB) och Coop Logistik AB (CLAB). Tillsammans utgör de 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 i kedjeformaten Coop, Stora Coop och X:-tra, samt CSAB och CLAB dvs totalen för hela verksamheten om inget annat anges. Alla kedjeformat är med i redovisningen. De resultat som gäller för CBS redovisas separat 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. Rapporteringsåret 2025 kommer en övergång till CSRD (Corporate Sustainable Reporting Directive) att ske. Under 2024 sker både en rapportering enligt nuvarande lagstiftning och en kapacitetsuppbyggnad inför kommande rapportering enligt ny lagstiftning.

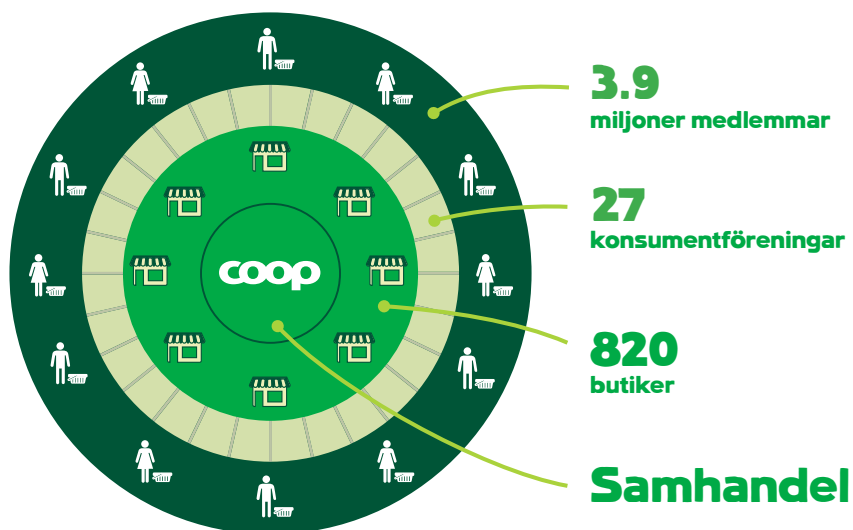
2. Den kooperativa affärsmodellen – grunden för en hållbar verksamhet

Redan i och med att konsumentkooperationen grundades 1899 har syftet varit att skapa medlemsnytta genom den samlade styrkan av medlemmarnas konsumtion. Idag ägs Coop

av 3,9 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.

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 syftet – 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 alla våra medlemmar 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, fler hållbara val och fler 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. Hållbarhetsstrategin 2033 utgår från vårt medlemslöfte med fokus på att ge fler möjligheter för hållbara val. Läs mer om hållbarhetsstrategin 2033 under avsnitt 3 kapitel 2.

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, i linje med den kooperativa affärsmodellen. Genom vår kooperativa samhandel och vår butiksdrift skapar vi nytta för medlemmarna med det gemensamma målen hållbart ägande och hållbar konsumtion.



Figur 1 Modellen för samhandel som ger oss skalfördelar

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.



Figur 2 Coops kooperativa modell med medlemmen i mitten

Inom varumärket Coop drivs den 31 dec 2023 totalt 820 butiker av de 27 föreningarna. Genom partihandel som bedrivs av CSAB för hela Coop i Sverige och med stöd samhandelsavtalet skapas stordriftsfördelar som gör det möjligt att erbjuda våra kunder och medlemmar hållbara och prisvärda produkter. CSAB ansvarar för frågor som rör sortimentsutveckling och inköp, kommersiella erbjudanden, kampanjer, online, formatstrategi för Coops olika butiksformat, marknadskommunikation, affärsutveckling och affärsstöd. I det ingår kvalitetssäkring av processer, rutiner inklusive hållbarhetsfrågor samt stöd vid revisioner. De 27 föreningarna driver sina butiker under varumärket Coop, som i sin tur förgrenar sig i tre olika kedjeformat: Stora Coop, Coop och X:-tra. Under 2023 startades ett nytt affärsområde vid namn Kedja som kommer att stärka arbete ytterligare med samhandel och gemensamma inköp 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.

Enheten Hållbarhet är en del av *Strategi och Affärsutveckling*. Enheten har under året 2023 varit bemannad med tre personer. Enheten Hållbarhet arbetar med strategisk riktning, uppföljning, lagefterlevnad, inspiration, utbildning, förvaltning och utveckling av hållbarhetsdeklarationen. 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. Det tvärfunktionella arbetet har varit en förutsättning för att komma vidare med t ex hållbarhetsstrategin 2033. En stor del av arbetet sker också med externa intressenter.

Utöver det vardagliga arbetet har enheten aktivt deltagit i arbetet med att ta fram en ny färdplan för en hållbar livsmedelskedja tillsammans med WWF som driver initiativet tillsammans med de 15 största aktörerna inom livsmedelssverige. Det sk Handslaget med färdplan för en hållbarlivsmedelskedja undertecknades av alla de 15 deltagarnas vd:ar. Detta visar på en stark vilja inom livsmedelsbranschen för ett riktat arbete med hållbar utveckling i en gemensam riktning.

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 resultaten som 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 eftersträva. För att uppnå detta bedriver vi ett ambitiöst hållbarhetsarbete som styrs av vår policy och hållbarhetsstrategi. Under hela 2023 har arbetet med att utveckla, forma och slutföra innehållet och beskrivningen av Hållbarhetsstrategin 2033 fortsatt. Den 6 dec fastställde CSAB styrelse innehållet och beslutade att det är den som Coop i Sverige ska arbeta efter. Under hösten 2023 har förankring skett inom CSAB, KF och föreningarna.

3.2 Hållbarhetsstrategin 2033

Hållbarhetsstrategi 2033 bygger på att integrera 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 baseras på kvittodata, hållbarhetsdeklarationen och ett egenframtaget hälsoscore. Med stöd av enheten AI har det skapats nya möjligheter att analysera vad som idag finns i vårt sortiment samt vad som säljs till våra kunder och medlemmar utifrån de angivna hållbarhets- och hälsoaspekterna. Det

innebär att vi kan följa vår försäljning av hållbara och hälsosamma produkter i realtid i butikerna samt e-handel i hela Sverige.

Genom att analysera försäljningen av alla produkter med de angivna hållbarhet och hälsoaspekterna får vi strategiska insikter för framtida beslut. Denna analys fungerar som en indikator för kommande försäljningstrender, vilket möjliggör välgrundade beslut som sträcker sig bortom historisk försäljningsdata.

Hållbarhetsstrategin 2033 utgår från vårt medlemslöfte, tillsammans ger vi varje medlem mer. Man ska som medlem känna att man kan göra hållbara val, att vi hjälper medlemmen med valen och att vi är transparenta mot våra medlemmar med hur vi arbetar.

Hållbarhetsstrategin 2033 beskriver hur vi ska arbeta med helheten inom hållbar utveckling dvs utifrån alla tio parametrar inom hållbarhetsdeklarationen. Socialt ansvar har särskilt lyfts ut som ett viktigt område. Även Hälsa och Cirkularitet, se figur 3 nedan, visar på vilka de fem prioriterade hållbarhetsområden är.

Det är viktigt att fortsätta att arbeta vidare med det som redan finns på plats, t ex Science Based Target målen som är antagna sedan tidigare, läs mer under avsnitt 3.3.

Det som kommer att ske närmast är att ta fram vårt nuläge för delarna i Hållbarhetsstrategin 2033. Genom det datadrivna arbetssättet kan vi också testa oss fram till det framtida önskade läget som vi eftersträvar. Framtida önskade läget baseras också på omvärldens målbilder t ex EUs ambition om Net-Zero till 2050. (Ett klimatneutralt EU 2025)



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

3.2 Hållbarhetsdeklarationen

Sedan 2019 har CSAB utvecklat hållbarhetsdeklarationen vilket är ett metodverktyg och en applikation som syftar till att redogöra ett livsmedels hållbarhetsavtryck även kallat hållbarhetsprestanda. 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, dels att fungera som stöd och underlätta för medlemmen att göra mer hållbara konsumtionsval vid köptillfället. Efter lanseringen våren 2021 har vi utvecklat regelverket som redovisar metodiken bakom verktyget samt de källor som använts. Vi har bedömt att regelverket fortsatt håller en hög nivå och är i framkant samt speglar de senaste källorna, mätmetoderna etc som finns. Allt ska fortsatt vara transparent och öppet för vem som helst att använda. Under 2023 har fokus varit att underlätta för våra leverantörer att använda hållbarhetsdeklarationen. Det arbetet har varit tvärfunktionellt med fördjupat arbete med affärsområdet DigIT (Digital och IT). Vi har tillsammans med extern konsult säkrat databasen och uträkningarna samt skapat ett mer lättanvänt gränssnitt för våra leverantörer och för vår organisation.

Under 2023 har vi satt i gång dialog med Coop i de övriga nordiska länderna för att även där kunna ta del av den information som finns kring våra gemensamma produkter.

Ett nytt gränssnitt för användare av applikationen har testats under 2023 som kommer att skapa en djupare förståelse samt förenkla för medlemmen att göra hållbara val.

Hållbarhetsdeklarationen är en viktig del av vårt strategiarbete samt en förutsättning för att bedöma en produkts hållbarhetsprestanda. Hösten 2023 har vi utvecklat skalan för bra till dålig hållbarhetsprestanda. Skalan visar oss direkt om de produkter vi säljer har bra eller dålig hållbarhetsprestanda.

Den 31 dec 2023 fanns det fler än 14 500 (13 800, 2022-12-31) produkter med en hållbarhetsdeklaration där ca 90% (92% 2022-12-31) av produkterna var av våra egna varumärken sk EVM. 94% (94% 2022-12-31) av Frukt & Grönt går att läsa av med en hållbarhetsdeklaration och hållbarhetsprestanda. Målet är att 100% av våra omsatta produkter ska ha en hållbarhetsdeklaration. Läs mer om hållbarhetsdeklarationens parametrar och regelverket på coop.se/hallbarhetsdeklarationen.

3.3 Science Based Targets - vårt klimatarbete

2021 antogs våra ambitiösa klimatmål av Science Based Targets. Det innebär att vi har satt mål att minska vår klimatpåverkan till 2026, med 2019 som vårt basår. Vi har mål att minska vår direkta klimatpåverkan (Scope 1 och 2) med 50%. För att lyckas med detta arbetar vi bland annat med att byta ut köldmedia i butikerna från gammal till ny, välja fossilfria transportmöjligheter för transporter från lager till butik samt satsa på energisparande lösningar såsom solceller på vårt nya automatlager.

Till 2026 ska 2/3 av våra leverantörer ha satt egna Science Based Targets (SBT) och vi ska minska våra produkters klimatpåverkan med 25%. Arbetet med att nå de uppsatta målen berör hela Coop i Sverige och har planerats under 2023. Vi har bl a tagit fram underlag för vilken klimatpåverkan vi har idag per kategori, förening, produkt, tidpunkt, butiksformat osv. Vi har möjligheter att se hur vår försäljning och klimatpåverkan hänger ihop. Det ger oss en 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 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 produkter 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 en dagligvarukedja med hög försäljningen av ekologiska livsmedel. Under 2023 nådde försäljningen upp till 7,2% av hela Coop i Sveriges livsmedelsförsäljning. Detta är en mindre minskning från föregående år. Försäljningen av produkter med Från Sverige-märkning minskade något under 2023 jämfört med 2022 års försäljning och nådde 10%. När det gäller

andra hållbarhetsmärknings ser vi en liknande minskning, t ex produkter märkta med nyckelhålet.

Världsläget med kriget i Ukraina, ökade räntor, tydliga skördebortfall pga en varm och först regnig sommar i Sverige och bl a Spanien, samt energipriser som snabbt stigit har påverkat oss mycket även under 2023. Det har varit svårt att förutspå prisändringar och medlemmarnas ändrade köpmönster. Vi har tillsammans med 15 andra stora livsmedelsaktörer skrivit under färdplanen för en hållbar livsmedelskedja. Det innebär bl a att vi ska öka den ekologiska försäljningen, erbjuda mer naturbeteskött och tillhandahålla hållbara val. Det är ett tvärfunktionellt arbete som hela Coop i Sverige ska arbeta med i linje med Hållbarhetsstrategin 2033.

Vi har utvecklat, uppdaterat och strukturerat om våra varu- och leverantörskrav, dvs. den bilaga som alla leverantörer skriver under när vi tecknar avtal. I varu- och leverantörskraven lyfter vi t ex våra djurvälståndskrav, användningen av antibiotika, certifiering av soja och palmolja och andra områden som vi vill driva framåt. Det omfattar både branschöverenskommelser och våra egna krav utöver det. Leverantörerna ska följa dessa och vi gör revisioner samt stickprovskontroller. Det vi har störst rådighet över är våra EVM (Änglamark, Coop och X:-tra).

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 våra medlemmar och kunder kring hållbarhet. Inom EU sker idag ett stort arbete med ny lagstiftning, riktlinjer och direktiv. Hårdare lagstiftning från EU träder i kraft vartefter och vårt förberedande arbete för att uppnå lagen har fortsatt under hela 2023. 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 ställningstagandet, samt från vårt samarbete med Svensk Dagligvaruhandel (SvDH) då förhållningssättet till plast och förpackningar till stor del är 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 förbrukningsprodukter 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 alltmer plast återvinns och återbrukas.

Under 2023 har vi tillsammans med branschkollegor, bla genom SvDH (Svensk Dagligvaruhandel) ingått ett nytt avtal för roterande system av take-away förpackningar. Detta för att möta upp ny lagstiftning för cirkulerande take away-förpackningar som trädde i kraft 1 januari 2024. Vi har fortsatt deltagit i det branschgemensamma arbetet 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 har vi genomfört tester för att samla erfarenhet kring olika material och funktioner. Vi kommer under 2024, 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 produkter i butik, färdigrätter av mat med kort bäst-före-datum, och sänkta priser på produkter med kortare hållbarhetstid så har vi lyckats minska vårt svinn under de senaste åren. Vi har avtal med Karma och To Good To Go som är leverantörer av 3:e partslösningar för att sälja livsmedel som är på väg mot sitt bäst-före datum för användarna. Utgångspunkten i avfallsarbetet utgår från vårt ställningstagande från 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 2024, liksom arbetet med att ta fram fler interna rutiner kopplat till matsvinn.

Under 2023 har vi påbörjat kartläggningen av andra avfallsfraktioner än matsvinn och ser över vilka lösningar som finns i föreningarna och butikerna. Utifrån det kommer vi ta fram rutiner för avfallshanteringen med ambitionen att inte ha något avfall, Zero Waste, som en del av Hållbarhetsstrategin 2033.

Vi är en del av utvecklingen kring den branschgemensamma Matmissionen, en verksamhetsdel av Stadsmissionen där man driver livsmedelsbutiker med produkter som skänkts från producenter, butiker och andra. Ekonomisk utsatta kan ansöka om att handla och får då tillgång till butikssortimentet. Flera nya mer butiker är under utveckling och kommer att öppna i mindre städer runt om i Sverige under 2024.

3.7 Hälsa

2022 antogs ett ställningstagande av hälsa i styrelsen som ligger till grund för hur vi ska arbeta framåt.

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.

Under 2023 togs ett hälsoscore fram för produkter i vårt sortiment som kommer att användas som underlag för intern styrning. Produktens hälsoscore är sammanslagning av Nutriscore, en frivillig frontetiketteringsstandard som syftar till att informera konsumenter om näringsvärdet och den övergripande hälsoprofilen hos ett livsmedel samt Nyckelhålet som indikerar att produkten uppfyller vissa näringsmässiga riktlinjer och räknas som ett hälsosamt val inom sin kategori. Märkningen infördes för att underlätta för konsumenter att välja produkter som är bättre för hälsan. Produktens hälsoscore visas som ett index med en skala från 1 (bäst) till 5 (sämst) på hur hälsosam en produkt är.

Med de två standarderna som grund samt egna värderingar kring vissa kategorier, som till exempel högt fiberinnehåll, skapas produktens sammansatta hälsoscore. Produktens hälsoscore är en del av Hållbarhetsstrategin 2033. Det ger oss möjligheter att förstå hur hälsosamma våra produkter i sortimentet är. På det sättet kan vi koppla ihop kvittodata

med våra produkter för att kunna följa hur hälsosamma de produkter vi säljer är. Det kommer att bli ett underlag för beslut till framtida kampanjer och sortimentsutveckling. Tillsammans med hållbarhetsprestandan får vi ett sätt att djupare förstå hur vi ska kunna uppfylla vårt medlemslöfte till våra medlemmar.

3.8 Sammanfattning av Coop i Sveriges hållbarhetsarbete

Under 2023 har vi:

- format Hållbarhetsstrategin 2033 som gäller för hela Coop i Sverige. Det är ett tvärfunktionellt arbete med flera inblandande som enheten Hållbarhet varit ledande för. Riktningen kommer att bli tydlig med basen i att ta fram underlag för beslut på ett datadrivet arbetssätt.
- fortsatt utvecklingen av användbarheten för hållbarhetsdeklarationen både för medlemmen som använder applikationen och vill förstå produktens hållbarhetsprestanda och för oss själva internt i vår produkt- och sortimentsutveckling.
- skapat en hälsoscore som visar med ett index från 1 (bäst) till 5 (sämst) hur hälsosam en produkt är. Det är ett internt verktyg för styrning av inköp, produkt och sortimentsutveckling.
- Fortsatt arbete med våra klimatmål enligt SBT (Science Based Target)
- Underlätta arbetet med våra varu- och leverantörskrav genom att uppgradera och göra dem mer användarvänliga.
- Arbetat vidare tillsammans i branschen kring roterande system för take-away förpackningar och för on-line leveranserna.
- Ytterligare utvecklat vårt matsvinnsarbete med stöd för att på flera sätt i butiken kunna arbeta med "matsvinns-koncept", underlätta processer för att skänka mat, sätta ner priset med stöd i applikationer och andra metoder osv.

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 och vår Hållbarhetsstrategi 2033. 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 samt 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.

Vi har under 2023 gjort ett stort arbete för att skapa en mer användarvänlig struktur för varu- och leverantörskraven. Samtidigt gjordes en översyn av krav, formuleringar och innehåll. Det arbetet slutfördes av enheten Hållbarhet och är nu klart. De genomgångna varu- och leverantörskraven är en bilaga till avtalet som vi skriver med leverantören och nuvarande avtal uppdateras nu. Dessutom planeras en utbildningsinsats att genomföras under 2024 för berörda i framför allt affärsområdena Sortiment och Inköp som ska leda till en ökad förståelse samt dialog med leverantörerna kring våra krav.

4.1 Revisioner

Som inköpare av produkter från ett stort antal leverantörer finns det alltid en risk att krav och förväntningar inte levs upp till av alla leverantörer. En del av Coops inköp kommer från länder som BSCI (Business Social Compliance Initiative) som klassas 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 2023 har revisioner genomförts på plats både i Sverige och i övriga världen. Hela tiden pågår dialoger med våra leverantörer om bl a risker och hur arbetet med att minimera riskerna ser ut.

Varje 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.

4.2 Undantagsprocessen

När vi upptäcker avvikelser från våra varu- och leverantörskrav eller vår uppförandekod tar vi gemensamt med leverantören fram en handlingsplan för att se till att föreslagna förbättringar sker. Vi har en undantagsprocess som vi följer där vi anger tidsram samt handlingsplan för undantaget. Skulle leverantören inte följa den överenskomna handlingsplanen kan det bli aktuellt att bryta affärsöverenskommelsen. Hela undantagsprocessen genomgick en förändring under 2023. 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. Under 2023 ändrades ägandeskapet till att 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, 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 avseende arbetsförhållandena för migrant- och säsongsarbetare vid citrusproduktionen i Marocko. Oxfam genomförde en sk HRIA (Human Right Impact Assessment) där risker identifieras och där Oxfam kompletterar med en handlingsplan för att minimera riskerna och förbygga kommande risker. Under Q2- Q4 2022 har vi tillsammans med Oxfam och framför allt ETI Sverige (Etichal Trading Initiative) arbetat med att skapa en bredare bild av hur andra inom livsmedelsbranschen agerar. Vi har inom arbetet med ETI specifikt lyft migrant- och säsongsarbetarens situation och tillsammans med andra inom livsmedel och dryckesbranschen arbetat fram en modell för dialog med arbetare, producenter, köpare, transportörer och fackförbund för att skapa bättre förutsättningar för arbetarna. Coop har hela tiden varit transparenta med resultatet från rapporten och på så sätt skapat förutsättningar för en konstruktiv dialog mellan medlemmarna i ETI. Arbetet har fortsatt med rundabordssamtal på plats i Marocko mellan oss som köpare, tillsammans med andra dagligvaruhandlare, produktionskedjan samt politiker i Marocko. För att fler köpare skulle vilja vara med breddades produktionen till att även gälla tomater och jordgubbar. Tack vare Oxfam och ETI har vi kunnat genomföra rundabordssamtalen. Under hösten 2023 var det dock omöjligt att fortsätta samtalen bl a pga koranbränningar i Sverige som gjorde att vi inte var välkomna. Under våren 2024 kommer samtalen att återupptas igen.

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 föreningarna. Terminalerna

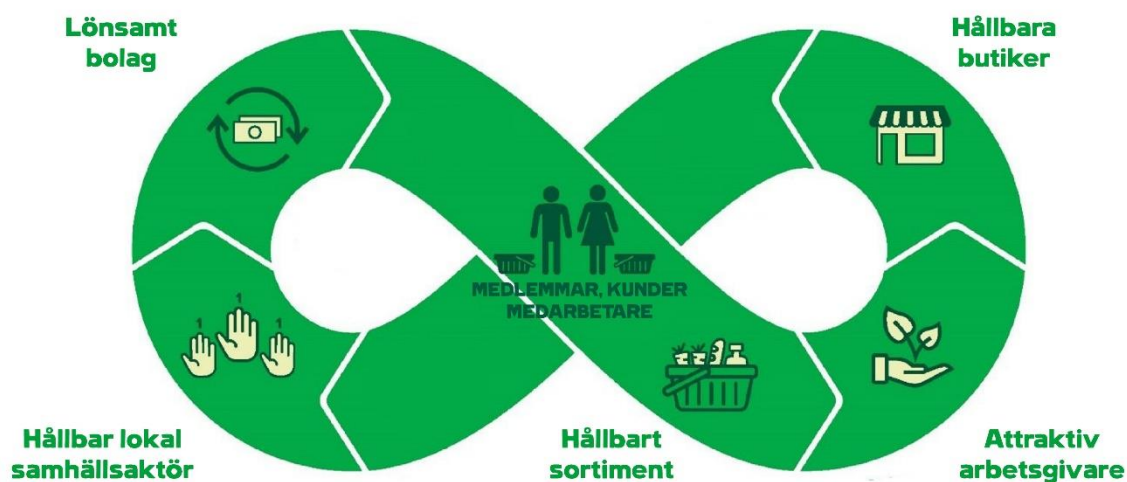
är CLABs verksamhet och kontor har vi CSAB, CLAB och föreningarna samt i de större butikerna.

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 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 ökad samarbete framåt.

5.1 CBS Hållbarhetsarbete

Under 2023 utformade CBS en ny hållbarhetsstrategi baserad på principerna i Agenda 2030, Coops hållbarhetsstrategi, samt tydliga ställningstaganden genom Science Based Targets, i enlighet med gällande lagar och regelverk. Strategins målsättning är att CBS ska vara i framkant inom hållbar utveckling och att detta arbete ska genomföras i nära samarbete med våra medlemmar, kunder och medarbetare.

Vi strävar efter att erbjuda våra medlemmar och kunder bästa pris på kvalitet, hållbarhet och hälsosamma alternativ samt att göra det enkelt att göra hållbara val. Hållbarhet ska vara fullt integrerat i vår verksamhet. De fem prioriterade hållbarhetsområdena som utgör grunden i strategin och vår strävan mot hållbar utveckling beskrivs i figur 4.



Figur 4 De fem prioriterade hållbarhetsområden som är grunden för CBS hållbarhetsstrategi.

I tabellerna nedan visar samlat på Coop i Sveriges samt Coop Butiker & Stormarknaders klimatpåverkan kopplat till elförbrukning, butiksdrift samt andra mätpunkter med tillhörande växthusgasutsläpp.

Elförbrukning i MWh inom Coop i Sverige totalt

Elförbrukning**	Coop 2019	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022	Coop 2023*
El butiksdrift	386 368	434 495	404 727	410 043	263 015
El lager	22 468	21 928	22 077	21 927	21 357
El huvudkontor	-	667	621	558	540
Totalt	408 837	457 091	427 425	432 529	284 912

*Coop Sverige totalt exkl. Coop Värmland

**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 Coop Butiker & Stormarknader.

Serie**	Coop 2019	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022	Coop* 2023	CBS 2023
Köldmedier (Scope 1)	19 792	10 140	10 689	10 519	13 791	1 610
Elförbrukning (Scope 2 & 3)	-*	4 750	5 382	7 599	4 116	1 424
Fjärrvärme (Scope 2 & 3)	-*	2 837	2 891	900	904	0
Tjänsteresor (Scope 2 och 3)	1 002	1 322	1 020	2 067	1 099	185
Godstransporter online (Scope 3)	-*	3 097	2 875	1 850	527	248
Godstransporter logistik (Scope 3)	21 219	27 368	27 603	27 760	27 809	0
Transporter marknad (scope 3)	-*	1 500	1 581	1 068	1 006	0
Totalt	42 013	43 427	52 041	51 763	49 252	3 467

*Coop Sverige totalt exkl. Coop Värmland

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

Växthusgasutsläpp tjänsteresor, ton CO₂-eqv, för Coop i Sverige samt Coop Butiker & Stormarknader

Serie**	Coop 2019	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022	*Coop 2023	CBS 2023
Hyrbilar	16	6	12	16	6	0
Tjänstebilar	604	828	685	1 333	557	107
Egenbil (milersättning)	226	374	250	315	220	78
Tåg	0	1	0	0	0	0
Flyg	156	113	74	266	316	73
Totalt	1 002	1 322	1 021	1 930	1099	258

*Coop Sverige totalt exkl. Coop Värmland

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

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
2023*	-55,3

*Coop Sverige totalt exkl. Coop Värmland

**Notera att några av föregående år 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 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 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. En visselblåsarfunktion innebär att 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 16 ärenden in via visselblåsarfunktionen under 2023, varav noll utav dessa handlade om åtal för korruption.

Tabellerna nedan avser totalt antal anställda inom hela Coop i Sverige samt för Coop Butiker & Stormarknader

**Medarbetare	Coop 2019	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022	Coop* 2023	CBS 2023
Medelantal medarbetare (st.)	11 910	11 422	11 441	14 013	11 103	2 380
- andel kvinnor (%)	62	63,1	63,6	62,1	57,6	58,4
Antal medlemmar i ledningsgruppen (st.)	82	68	85	143	112	7
- andel kvinnor (%)	24,4	27,9	30,6	23,8	25	57,1
Antal tillsvidareanställda och provanställda (st.)	11 447	12 899	10 207	16 838	12 606	2 998

- andel kvinnor (%)	60,9	64,8	62	63,3	63,3	60,4
- andel deltidsanställda (%)	76,3	63,8	71,7	64,2	75,9	70,3
Antal tidsbegränsat anställda (st.)	5 053	5 508	5 655	5 372	6 170	902
- andel kvinnor (%)	64,9	66,5	72	64,5	64,4	59,3
Totalt antal anställda	16 500	18 407	15 862	22 210	18 776	3 900
Genomsnittlig ålder (år)	36,1	35,1	35,7	36,0	33,7	31

*Coop Sverige totalt exkl. Coop Värmland

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

**Sjukfrånvaro och arbetsskador	Coop 2019	Coop 2020	Coop 2021	Coop 2022	*Coop 2023	CBS 2023
Total sjukfrånvaro (%)	6,2	7,1	7,5	7,5	6,7	6,3
- kvinnor (%)	6,8	7,4	8	8,1	7,2	7,1
- män (%)	5,3	6,7	6,8	6,5	5,9	5,2
Arbetsskador (antal)	144	473	463	553	506	10

Olyckor / Tillbud (antal)	447	877	993	1 128	1 376	235
Personalomsättning (%)	12,6	12,0	11,9	18,0	15,9	27,7

*Coop Sverige totalt exkl. Coop Värmland

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

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 2023 har We-Effect fått 8 041 434 SEK kronor via Coop, KF och Konsumentföreningarna, bland annat genom att kunder har valt att trycka på biståndsknappen vid pantningen av returflaskor i våra butiker samt genomförsäljning av bistånds-kaffe och mat-auktioner som sker på initiativ av butikerna.

1983 grundade KF biståndsorganisationen Vi-skogen som planterar träd i Kenya, Rwanda, Uganda och Tanzania, där avskogning är ett enormt problem. Under 2023 har Coop, KF och konsumentföreningarna samlat in 10 203 571 kronor till Vi Skogen via Biståndsknappen, bärkassar, poängshopen och organisationsbidrag.

Under november månad engagerade sig Coop i Mustaschkampen till förmån för Prostatacancerförbundets arbete. Tillsammans med våra kunder och medlemmar samlades totalt 1 300 000 kronor in genom försäljning av utvalda varor i butikerna, där en del av vinsten gick till Prostatacancerförbundet.

8. Summering av hållbarhetsrapport

Miljö	<p>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.</p> <p>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 2023 ett stort arbete slutförts med att ta fram Hållbarhetsstrategin 2033 för Coop i Sverige. Den godkändes av styrelsen dels KFs (19 sept 2023), dels CSABs styrelse (6 dec 2023). I båda styrelserna är föreningarna representerade. Det innebär att från nu och 10 år framåt har vi en riktning på hållbarhetsarbetet där att delar inom Coop i Sverige är berörda. Läs mer om Hållbarhetsstrategi 2033 under rubriken ovan.</p> <p>Vi har satt Science Based Targets (SBT), och fått de godkända 2021, (se avsnittet klimat ovan). Uner 2023 har tagit fram en metodik för att fördjupa SBT med kommande uppgradering FLAG.</p> <p>Vi har även under 2023 fortsatt den intensiva utvecklingen av hållbarhetsdeklarationen (läs mer ovan och på coop.se/hallbarhetsdeklarationen). Den är en bärande del i</p>
--------------	--

	<p>Hållbarhetsstrategin 2033. Under 2023 har vi förstärkt data och informationshanteringen kring den, skapat ett förenklat gränssnitt till leverantören och testa ett nytt designuttryck för den som skannar med hjälp av Coop appen.</p> <p>Risker och riskhantering: Som inköpare av stora mängder livsmedel och andra dagligprodukter 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. 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. Under 2023 arbetade vi igenom varu- och leverantörskraven för att dels uppdatera, dels gör dem mer användarvänliga, både för leverantören och för vår egen uppföljning vid inköp bl a. 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 2023 hade vi 16 ärenden och inga av dessa var miljörelaterade.</p> <p>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 kommer vi ytterligare utveckla vad vi mäter och hur vi gör det än mer datadrivet. Det kopplar tydligt in till kommande redovisningar enligt CSRD på ett bra sätt.</p>
<p>Sociala förhållanden och personal</p>	<p>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</p>

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.

Vi arbetar ständigt för att stärka vår status som en attraktiv arbetsgivare och befinner oss för närvarande mitt i en kulturreisa där vi ska fortsätta stärka erbjudandet till våra kunder och stoltheten bland våra medarbetare. En omfattande ledarutbildning har skett under 2023 där en del av utbildningen är hållbarhet och hälsa.

I slutet av 2023 har en stor omorganisation skett med flera uppsägningar och omflyttningar. Hur det påverkar verksamheten är fortsatt inte helt klart. Självklart påverkar det arbete med hållbarhet också. Exakt hur är oklart. Rent organisatoriskt har enheten Hållbarhet på Coop inte påverkats utan har fortsatt vakanser som kommer att tillsättas och som också kommer att utökas med en hållbarhetscontroller.

Risker och riskhantering: Framför allt medarbetare på terminal och i butik exponeras för fysiska hälsorisker bl.a. genom tunga lyft och risken för rån, trakasserier osv i butiksmiljöer. Systematiskt arbetsmiljöarbete hanteras via utbildningar till chefer både genom e-learning och fysiska utbildningar inom ramen för Coopskolan och introduktionsprogram för nyanställda samt med råd och anvisningar från krisgruppen kring t ex pandemin. Vi arbetar även systematiskt med att förebygga rån och mildra konsekvenserna av rån genom utbildning, gedigna rutiner och införande av slutna kontanthanteringssystem och kontantfria kassor och

	<p>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 en person med dedikerat ansvar för att hantera risker i verksamheten samt kvalitetssamordnare som arbetar operativt i butiksmiljön. Regelbundna möten mellan dessa personer skapar förutsättningar för att dela erfarenheter, skapa gemensamma rutiner och hanteringsmetoder osv.</p> <p>Resultatindikatorer: Resultatindikatorer redogörs under rubriken Medarbetare. Det är t.ex. personalomsättning, sjukfrånvaro och könsfördelning.</p>
<p>Mänskliga rättigheter</p>	<p>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.</p> <p>Under 2023 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 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 säsongs- och migrantarbetares situation i t ex citrusproduktionen varit ett område som vi tillsammans har lyft och funnit arbetsmetodik</p>

	<p>kring. Varje år gör ETI en genomlysning av vårt arbete med socialt ansvar. Den ger oss vägledning kring hur vi ska arbeta vidare. Under Q1 2024 kommer enheten Hållbarhet att anställa en person som dedikerat arbetar med socialt ansvar bla med utgångspunkt i kommande lagstiftning (CS3D, Corporate Social Due Dilligence Directive) och med fortsatt stöd internt till inköp samt med utvecklingen av de projekt som är en del av t ex citrus i Marocko.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Resultatindikatorer: Vi mäter bl.a. antal genomförda revisioner och under 2023 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 idag. Även under våra medarbetare beskriver vi hur vi arbetar personalen inom Coop i Sverige.</p>
<p>Anti-korruption och fusk</p>	<p>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</p>

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. Ett steg för uppbyggandet är nyanställning av en verksamhetsutvecklare med inriktning socialt ansvar. Den nyanställningen kommer ske under Q1 2024.

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 visselblåsar-funktion finns för att anställda anonymt ska kunna anmäla misstankar kring exempelvis mutbrott. Under 2023 var ingen av de rapporterade ärendena av karaktären korruption. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom KF-sfären.

Risker och riskhantering: De främsta riskerna för korruptionsbrott och matfusk sker i vårt leverantörsled och då främst i de länder som klassas som högriskländer av bland annat 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 vid t ex ny- och ombyggnationer. Den risken minimeras bland annat genom den visselblåsarfunktion-funktion som har införts samt genom de rutiner som appliceras vid lokala inköp och de utbildningar kring risker som alla medarbetare inom inköps genomför.

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

//2024-01-26