



Matglädje

ÅRSRAPPORT 2024

coop
östra

Vd har ordet

TILLSAMMANS BYGGER VI FRAMTIDENS MATKEDJA

2024 blev ett år av starkt framåt driv för Coop Östra. Vi öppnade tre nya Stora Coop och ett X:-tra samt uppgraderade butiksnätet med sju nyrenoverade butiker. Vår lokala konkurrenskraft stärktes och vi fick kvitterat att vårt matmarknadskoncept uppskattas av såväl tidigare som nyttillkomna kunder. Parallellt medförde störningar i leveranskedjan utmaningar för oss och våra kunder. Belastningen på resultat till trots, kvarstår mycket glädjande kundernas lojalitet samtidigt som vår metod bevisat sig vara en god plattform för vidare lönsam tillväxt.

ATT BEFINNA SIG I framåtrörelse och vidareutvecklas i takt med kunder och omvärld är avgörande för att möta och så ofta som möjligt överträffa såväl kunders som medarbetares förväntningar. 2024 markerar just ett sådant skeende och idag kan vi med stolthet se tillbaka på ett mycket framåtlutat och expansivt år där vi realiserat vårt matmarknadskoncept i hela fyra nya och sju återinvigda butiker. Satsningen har gett oss kundernas gillande och med det en viktig kvittens att vi är på rätt väg. Vårt arbetssätt och förhållningssätt har skapat en mycket god plattform för fortsatt avancemang.

Samtidigt präglades 2024 av en fortsatt orolig omvärld med exempelvis anfallskrig, brist på råvaror, ökad risk för handelskrig och frekventa skördeföruster på grund av extremväder. Trots vissa lättnader i levnadskostnad, har det generellt högre kostnadsläget medfört utmaningar för många hushåll vilket i sin tur har lett till ökad efterfrågan på lågpris. För att

stödja våra medlemmar och kunder har vi mött konjunkturutvecklingen med flera prissänkningar och kampanjer. Parallellt har igångsättningen av vår nya hypermoderna varuterminall tyvärr medfört betydande leveransstörningar

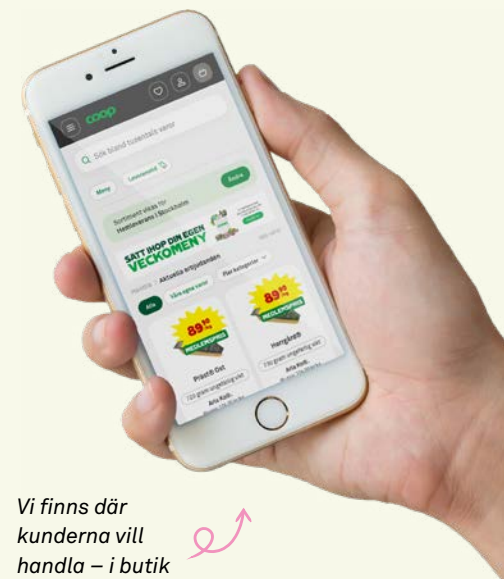
"Vi är Sveriges enda medlemsägda matkedja och styrkan i det ska vi ta tillvara och förvalta på absolut bästa sätt."

med varubrist i våra butiker som följd. Sammantaget har prisinvesteringar och leveransproblem, trots ökad nettoomsättning, resulterat i pressad försäljningsvolym och marginal liksom minskat rörelseresultat. Vid sidan av att säkerställa driften vid vår varuterminall, är vårt fokus framåt att kontinuerligt utveckla och effektivisera butiks-

driften för att skapa förutsättning för långsiktig och stabil lönsamhet.

Även om konjunkturläget ser ut att ljusna under det kommande året kräver utvecklingen i marknad och omvärld effektivitet, snabbhet och anpassningsförmåga både i operativa verksamheten och i butiksledet. Mot den bakgrunden sammanslogs under året butiksbolaget Coop Butiker & Stormarknader med sin medlemsförening och bildade Coop Östra. Med detta har följt utökade möjligheter att strategiskt och operativt stärka vår lokala konkurrenskraft och förädla värdeerbjudandet mot medlemmar och kunder. Närhet till beslut, kunskapsdelning och tydliga ansvarsområden förkortar tiden mellan idé och genomförande, samtidigt som det stärker länken mellan våra medlemmar och deras butiker samt ökar medlemmarnas incitament och möjlighet till delaktighet och påverkan. Förändringar i organisationsstrukturen har också genomförts i syfte att minimera antalet överlappande funktioner och möjliggöra snabbare beslutsvägar, ett tydligare kund- och försäljningsfokus och ett bättre stöd till butikerna. Även vår satsning på kompetensutveckling och insiktsdelning har fortsatt och stärkt vår förmåga att individuellt och som grupp verka framåtlutat med fokus på kund och medlem.

Avslutningsvis vill jag uppmärksamma alla medarbetare som gör Coop Östra till det fantastiska företag det är. Tack Stora Coop, Coop och våra fysiska kanaler. Ni gör verkligen ett storartat jobb för att ta oss till nästa nivå och är nyckeln för att vi ska lyckas nå våra mål och ambitioner. Trots ytterligare ett utmanande år har ni fortsatt att stötta varandra, tagit ansvar och oförtrutet arbetat vidare med att i välskötta butiker möta våra kunder och medlemmar på bästa sätt. För det vill jag uttrycka min fulla beundran och rikta ett stort varmt tack till er



Vi finns där kunderna vill handla – i butik eller online.

alla. Jag vill också tacka våra förtroendevalda för ett väl utfört arbete och alla medlemmar för ert engagemang och fortsatta lojalitet. Ni har alla imponerat stort och gjort ett fantastiskt jobb under tuffa förutsättningar. Det bor en unik kraft i att vara nära 1,4 miljoner medlemmar som tillsammans äger drygt 180 butiker i fyra län. Vi är Sveriges enda medlemsägda livsmedelskedja och styrkan i det ska vi ta tillvara och förvalta på absolut bästa sätt. Framåt är planen att tillsammans med medlemmar, kunder och medarbetare förädla våra mötesplatser med fokus på matglädje, hållbarhet och hälsa med det övergripande målet att bana väg och forma Sveriges bästa matkedja och matarbetsplats. Nu ser vi fram emot ett spännande 2025.

Meta Persdotter
Vd Coop Östra

INNEHÅLL

02. Vd har ordet

05. Årets höjdpunkter

10. Styrelseordföranden har ordet

11. **Butikerna:** Expansivt år lägger grunden för fortsatt tillväxt

16. **Medarbetarna:** En kultur att växa med

18. **Föreningen:** För medlemmarnas bästa

20. **Hållbarhet:**

22. Miljö och klimat

26. Social hållbarhet

28. Mat och hälsa

30. **Ekonomi:**

30. Grunden lagd för möjligheternas affär

32. Koncernens resultaträkning

33. Koncernens balansräkning

34. **Organisation:**

34. Styrelse

34. Ledningsgrupp

35. Organisationsschema

Läs om Skärgårds-Coop på sid 14 och om vårt samarbete med We Effect på sid 27.



2024 – ETT ÅR AV

STARKT FRAMÅTDRIV

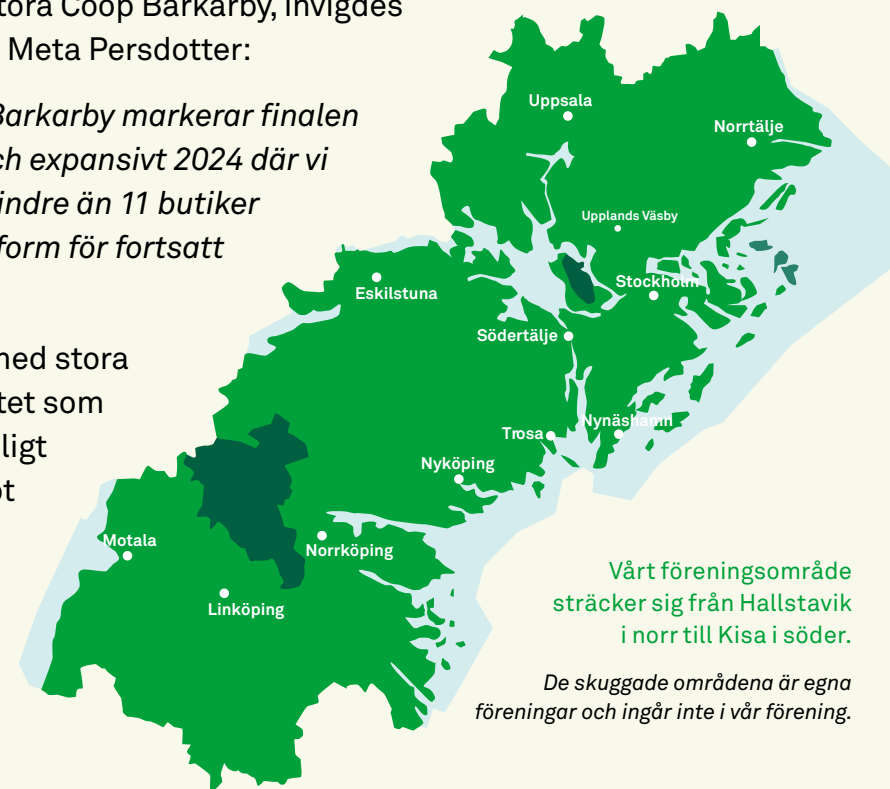
MED MATGLÄDJE, KUNDMÖTE OCH INSPIRATION I FOKUS

Vi gör
bra mat
möjlig!

2024 blev ett år med genomförandekraft i fokus och när den sista butiken för året, Stora Coop Barkarby, invigdes i december konstaterade vd Meta Persdotter:

"Invigningen av Stora Coop Barkarby markerar finalen på ett mycket framåtlutat och expansivt 2024 där vi har ny- och återinvigt inte mindre än 11 butiker och skapat en utmärkt plattform för fortsatt tillväxt."

2024 blev ytterligare ett år med stora återinvesteringar i butiks nät som successivt moderniseras enligt Coops matmarknadskoncept med fokus på matglädje, kundmöte och inspiration. Här är ett axplock av de highlights som formade Coop Östra under året.



Vårt föreningsområde sträcker sig från Hallstavik i norr till Kisa i söder.

De skuggade områdena är egna föreningar och ingår inte i vår förening.



21 MARS: Nya Stora Coop Spånga en unik bostadsnära one-stop-shop för urban matglädje.

"Det känns fantastiskt att vara del i utvecklingen av hur Coop möter konsumenter på deras villkor och skapa en ny mötesplats med fokus på inspiration och matglädje." Johan Svensson, butikschef Stora Coop Spånga.

ÅRETS HÖJDPUNKTER

LOKALA MÖTESPLATSER MED FOKUS PÅ MATGLÄDJE

4 NYA MATDESTINATIONER I ABSOLUTA VÄRLDSKLASS

"Med toppmoderna matmarknader vill vi erbjuda de boende i närområdet en matdestination med matglädje i fokus, bästa tillgänglighet och heltäckande livsmedelsservice i absolut toppklass"

Meta Persdotter, vd Coop Östra



30 MAJ: Premiär för X:-tra Akalla – Coop Östras fjärde X:-tra-butik.

"Vårt ledord "alltid schyssta priser" står i centrum. Att etablera X:-tra just nu och just här känns fantastiskt." Erik Norlin, butikschef X:-tra Akalla.



21 NOVEMBER: Stora Coop Ingelsta – Norrköpings nya matdestination.

"Det är mötet, känslan, dofterna och glädjen i att hitta bra mat till bra pris som skapar en bra mataffär." Johanna Törnqvist, butikschef Stora Coop Ingelsta.



12 DECEMBER: Stora Coop Barkarby – en toppmodern storhandel, matmarknad och mötesplats

"Vi har lyckats bygga en fantastisk butik med ett grymt erbjudande där alla ska kunna hitta allt de behöver i matlagingsväg alla dagar i veckan och för alla tillfällen." Bero Antunovic, butikschef Stora Coop Barkarby.

COOP ÖSTRA BLEV ÅRETS E-HANDLARE PÅ DAGLIGVARUGALAN 2024

Juryns motivering: Årets e-handlare tar nya vägar. Genom uppbyggnad av regionala hubbar kombinerar man fördelarna med dedikerat e-handelslager och plock i butik. En lösning för alternativa leveransval och miljövänliga initiativ för att kunna erbjuda hållbara emballagelösningar ger ett vinnande koncept.



Coop Östras e-handelsteam från vänster till höger: Samir Radjai Försäljningschef Fygitala Kanaler Coop Östra, My Nilsson Säljchef E-handel Stora Coop Boländerna, Ali Ghasemi Säljchef Varuflöde Stora Coop Rotebro/Säljchef Inflow E-handel Stora Coop Häggvik, Sacha Boström Säljchef E-handel Utflow Stora Coop Häggvik, Rasmus Engqvist Produktionsledare E-handel Coop Östra, Ellen Hallberg Säljchef E-handel Stora Coop Risängen, Wilma Sandgren Klasson Säljchef E-handel Inflow Stora Coop Vinsta, Alessandra Cruz-Martyn Säljchef E-handel Utflow Stora Coop Vinsta, Erik Edvardsson Direktör Erbjudande, Varuflöde och Projekt Coop Östra och Mikael Christensen Säljchef E-handel Stora Coop Värmdö. Foto: Fri Köpenskap

FRÅN TRADITIONELL KVARTERSBUTIK TILL MODERN MATMARKNAD

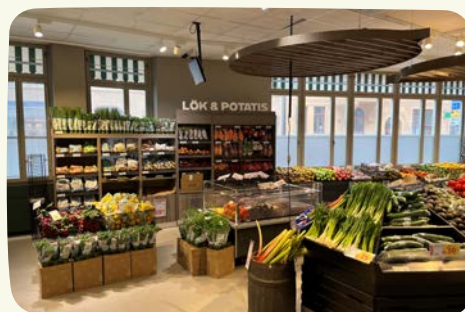
7 BANBRYTANDE BUTIKSTRANSFORMATIONER I "CITYLYFTET"

"På en mindre yta erbjuder vi samma positiva matupplevelse som i våra större enheter genom ett anpassat koncept och ett butiksflöde utformat efter den moderna urbana livsmedelskunden"

Meta Persdotter, vd Coop Östra



21 MARS: Stora Coop Orminge
– 50+ år i nackabornas tjänst!



25 APRIL: Coop Tomtebogatan – Birkastans inspirerande fullsortiments matdestination.



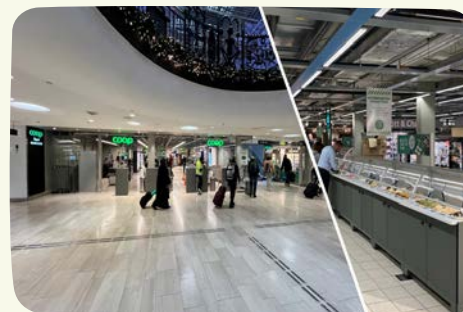
25 APRIL: Coop Essingen
– Många stannar upp och säger wow!



10 JUNI: Coop Bondegatan
– södermalms nya matdestination.



25 NOVEMBER: Coop Skeppet
– Lidingös självklara matdestination.



5 DECEMBER: Coop Centralen
– Sverigeledande på färdigmat.



6 DECEMBER: Coop Sveavägen
– världskänt i kvarteret för sitt butiksageri.



SKANSEN ALL TIME HIGH!

Den 1 september arrangerade vi ytterligare en fantastisk familjedag på Skansen. Denna gång kom rekordmånga Coop-medlemmar, hela 25 000! Tack vare er fylldes Skansen med glädje, god mat, musik och härlig stämning. Vilken underbar dag vi fick tillsammans, det blev det verkligen en dag att minnas!

LÖPARFESTER FÖR ALLA!

Vi är oerhört stolta över att stå som arrangör för tre av Sveriges största stadslöpp. Kungsholmen-, Eskilstuna- och Linköping Runt lockar varje år tusentals Coop-medlemmar i alla åldrar att testa sina löpfärdigheter och samtidigt njuta av en dag fylld av glädje och rörelse. Att stödja och inspirera till ett hälsosamt liv är för oss en hederssak!



Kungsholmen Runt



Eskilstuna Runt



Linköping Runt

COOP ÖSTRA HADE ÅRETS FÖR BUTIK 2024

Juryns motivering: Vinnaren har skapat en förbutik med kundupplevelsen i fokus. Med välkomnande atmosfär och stort engagemang bjuds det på minnesvärda upplevelser – från spelhändelser till festliga event. Den höga servicenivån inspirerar både kunderna och resten av branschen!

Stora Coop Brommas kundflöde-team från vänster till höger: **Zandra Asterhag** säljchef kundflöde, **Els-Mari Nilsson** försäljningsledare kundflöde, **Anneli Nyman** säljare och **William Heinze** säljare. Foto: Fri Köpenskap



SKÄRGÅRDS-COOP UTÖKADE MED 18 NYA BRYGGOR SÄSONGEN 2024

Samtidigt som några av våra konkurrenter kastade in handduken inte bara fortsatte vi, utan vidareutvecklade och utökade denna populära service. Vår skärgårdssatsning har sedan starten sommaren 2021 bidragit till att levandehålla och bli i det närmaste en institution i Stockholms skärgård.



"Vår filosofi är att alltid finnas på plats med hela vårt sortiment, oavsett tidpunkt eller plats för de kunder och medlemmar som vill handla hos oss. Vi inledde satsningen på Skärgårds-Coop 2021 och mycket glädjande har den fallit ut väl och blivit i det närmaste en institution i Stockholms skärgård."

Meta Persdotter, vd Coop Östra

STOLTA HUVUDPARTNERS TILL NYA SKIDSKYTTEKAMPEN

För första gången någonsin tävlade världseliten i skidskytte på den klassiska arenan Stockholms stadion när Skidskyttekampen och Winterdays intog staden under sportlovsveckan. Huvudpartner för evenemanget var Coop Östra som var med på plats och arrangerade spännande kringaktiviteter och tävlingar.



"Tillsammans med Coop Östra har vi skapat något nytt och spännande både för skidskytte-eliten och för stockholmarna, inte bara med en tävling utan även med vinteraktiviteter och fysisk aktivitet för hela familjen under hela sportlovsveckan."

Jan Kowalski, evenemangschef Skidskyttekampen och Winterdays

VÅRA SERVICEHJÄLTAR 2024

Vi är oerhört stolta och glada över att attrahera så många kompetenta, driftiga och serviceinriktade medarbetare till vår organisation. Även om det naturligtvis finns väldigt många fler som förtjänar att uppmärksammas för sina insatser, försöker vi varje år att samla några av våra

stjärnor som lyst extra starkt och därigenom bidragit lite extra till våra kundlöften "Alltid välkommen" och "Matglädjen i fokus" samt till vår ambition att bli Sveriges bästa matkedja. Här är de stjärnor inom Coop Östra-familjen som lyste extra starkt under 2024.



Årets företagare Martin Jarstål, Coop Essingen **Årets vardagshandel** Coop Matboden (Fredrik Rönnmark, Butikschef) **Årets X:-tra** X:-tra Aspudden (Butikschef Jonatan Ekelund) **Årets Stora Coop** Stora Coop Risängen (N.N Butikschef) **Årets Distriktschef** Michaela Andersson **Årets ledare** Magnus Engblom, butikschef Stora Coop Enköping **Årets nykomling** Alexej Collet, tf butikschef Coop Matboden **Årets raket** Miranda Cuprija, försäljningsledare och kvalitetsansvarig Stora Coop Enköping

COOP ÖSTRAS UNGA TALANGER UPPMÄRKSAMMAS

Varje år uppmärksammar branschtidningen Dagligvarunytt dagligvarubranschens unga talanger och stjärnskott. Av 2024-års 68 unga stjärnor i dagligvarubranschen kom 11 från Coop Östra. Vi är oerhört stolta att ha er ombord. Ett stort varmt grattis till er alla!

- **Alexandra Lang**, b-ansvarig bageri, Coop Centralen, Stockholm
- **Ellen Hallberg**, säljchef e-handel, Stora Coop Risängen, Norrköping
- **Haidar Ibrahim**, butikschef, Coop Bråddgatan, Norrköping
- **Mattias Berglund**, franchisetagare, Coop Engströms

Livs och Coop Essingen, Stockholm

- **My Nilsson**, säljchef online, Stora Coop Boländerna, Uppsala
- **Olivia Thell Björkman**, butikschef, Coop Domino, Norrköping
- **Rasmus Engqvist**, produktionsledare e-handel
- **Sacha Boström**, säljchef online, Stora Coop Häggvik, Sollentuna
- **Sandra Melin**, franchisetagare, Coop, Vingåker och Högsjö
- **Sebastian Osmund**, säljledare, Coop Tyresö Centrum
- **Simon Nilsson Norman**, distriktschef

Genom att bli Sveriges bästa matarbetsplats kan vi också nå målet att bli Sveriges bästa matkedja!



PUBLIKREKORD PÅ ÅRETS GARDENPARTY!

2024-års upplaga av tredagarsfestivalen Rosendal Garden Party blev en braksuccé med nytt publikrekord. De tursamma av våra medlemmar som deltog i tävlingen och vann biljetter, fick lycka av att uppleva artister som Grace Jones, The Cardigans och Massive Attack live! Stort grattis till er hälsar ett avundsjukt Coop Östra.

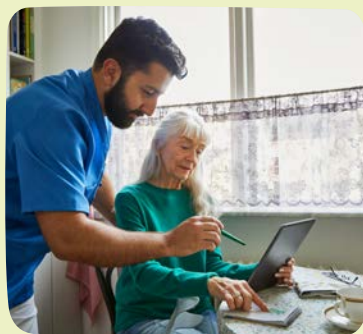
FÖRETAG, FÖRENINGAR, KOMMUNER OCH HEMTJÄNST – EN VÄXANDE SKARA KUNDER

"Det är verkligen roligt att vårt business to business-erbjudande upplevs tilltalande och konkurrenskraftigt och att det börjar sprida sig i allt vidare kretsar. Samtidigt som allt fler hemtjänstkunder får upp ögonen för möjligheten att själva beställa online och få hemlevererat upptäcker allt fler företag, organisationer och offentliga verksamheter fördelarna."

Meta Persdotter, vd Coop Östra



Från och med november kunde drygt 120 enheter inom Sollentuna kommun beställa mat via coop.se och få levererat från Coop Östras e-handelshubb Stora Coop Häggvik.



Från och med september kunde Nyköpings hemtjänstkunder beställa mat via coop.se och få hemleverat från Coop Östras e-handelshubb Stora Coop Nyköping.

"Vi har via vår e-handelshubb Stora Coop Häggvik erbjudit onlinehandel med hemkörning till Sollentunaborna sedan november 2022 och att nu få tillfälle att erbjuda även kommunens olika verksamheter samma service känns fantastiskt."

Cecilia Röcklinger Hjalmarsson, key account manager B2B Coop Östra

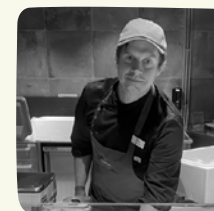
6 COACHER VÄSSAR KUNDERBJUDANDET I BUTIK

Coop Östra banade redan sommaren 2022 väg med att rekrytera mångåriga kökschefen Henrik Liljenberg som livsmedelsbranschens troligen första dedikerade butikskoach matglädje. Satsningen har varit så framgångsrik att coachteamet 2024

utvidgades med fem nya stjärnor. Coop Östras butikskoachteam omfamnar allt från kökschefer och matentreprenörer till butiks-, försäljnings- och bagerichefer samt en tidigare medlem i Svenska kocklandslaget.



Namn: Henrik Liljenberg
Titel: Chef Säljcoach
Ålder: 46 år
Tidigare roller: Kökschef ICA Kvantum Liljeholmen



Namn: Fredrik Börjesson
Titel: Butikskoach
Ålder: 45 år
Tidigare roller: Försäljningschef Deli, mat & bistro ICA Kvantum Södermalm, säljledare ICA Kvantum Liljeholmen, butikschef Coop Butiker & Stormarknader



Namn: Johan Laiti
Titel: Butikskoach
Ålder: 34 år
Tidigare roller: Grundare/ägare Café La Vache, ägare Knife & Fork JLat AB, försäljningschef ICA, medlem i juniorkocklandslaget 2013–14.



Namn: Amanda Öberg
Titel: Butikskoach
Ålder: 29 år
Tidigare roller: Bagerichef ICA Maxi Nyköping, Livsmedelsinspektör Vingåkers Kommun.



Namn: Niclas Montelius
Titel: Butikskoach
Ålder: 41 år
Tidigare roller: VD/grundare Vrakberget, marknadskonsult Gårdssällskapet, affärsutvecklare Köttkultur.



Namn: Lucas Gonzalez
Titel: Butikskoach
Ålder: 31 år
Tidigare roller: Account Manager Workshop The Retail Agency, Försäljningschef Coop Butiker & Stormarknader.

"Tillsammans ska vi höja fokuset på matglädje, kundmöte och inspiration och skapa det bästa av erbjudande och upplevelse för kunderna och samtidigt boosta butiksdriften, kundandet och yrkesstoltheten bland våra butiksmedarbetare."

Henrik Liljenberg, chef säljcoach

"Investeringen i butikskoachrollen har varit mycket lyckad och en av grundpelarna i vår satsning på den moderna matmarknaden. 2025 fortsätter Coop Östras resa mot att bli Sveriges bästa matkedja och där kommer butikskoacherna att vara oumbärliga."

Meta Persdotter, vd Coop Östra

Styrelseordföranden har ordet

FRAMTIDEN ÄR KOOOPERATIV

ETT AV VÅRA huvuduppgifter som kooperation och konsumentförening är att verka för ekonomisk nytta till våra ägare, det vill säga våra medlemmar. Vi gör detta bland annat genom olika erbjudanden, rabatter och medlemspriser samt genom en medlemsbonus som mycket glädjande nyligen har konstaterats vara den starkaste på marknaden.

För att summera det gångna året vill jag börja med att beröra den mycket positiva och vältaimade sammanslagningen av Konsumentföreningen Stockholm och dess butiksdrivande bolag Coop Butiker & Stormarknader. Processen som har involverat organisationens samtliga delar inleddes i maj och kulminerade med lanseringen av nya Coop Östra den 1 januari 2025. Att verka tillsammans i en gemensam organisation stärker inte bara länken mellan medlemmar och butiker utan också medlemmarnas möjligheter till delaktighet och påverkan, kooperationens roll framåt och utvecklingen av vår affär och erbjudande. I goda tider likväl som i tider av oro och turbulens är det gynnsamt med en stark kooperation som utgår ifrån den samlade kraften hos dess medlemmar. Bildandet av Coop Östra kunde inte ha kommit mer lägligt.

Vidare har under året högljutt debatterats angående Coops lönsamhet och marknadsandelsutveckling. Vi kan konstatera att båda har varit otillfredsställande och bland bakomlig-

gande orsaker återfinns den hittills enskilt största satsningen i Coops historia, vår nya högautomatiserade varuterminial i Eskilstuna. Parallellt kopplat till detta har vi också bytt ut hela Coops affärs- och IT-system. Dessa båda centrala framtidsinvesteringar kommer att ge Coop och våra medlemmar stor marknadsfördel framöver, men har under implementeringsfasen orsakat leveransproblem och tidvis varubrist i flera av våra butiker. Det är inte oväntat med utmaningar vid sjösättning av högavancerade system, men olyckligt då det drabbar våra butiker, medlemmar och kunder. För sitt stora tålamod och fortsatta lojalitet vill jag tacka alla våra medlemmar och kunder, liksom våra fantastiska medarbetare för deras berömvärda arbetsinsatser. Framåt drar vi nytta av betydligt bättre insikt i köpvanor, vilket tillsammans med en hypermodern varuförsörjning borgar för att vi mer träffsäkert kommer att kunna tillmötesgå våra kunders behov och önskemål. Med ett optimerat varuflöde följer förbättrad kundupplevelse, men också klimat- och lönsamhetsvinster.

Samtidigt som ekonomisk nytta är centralt, sträcker sig vår och våra medlemmars ambition längre. Vår gemensamma strävan är att få hållbar och hälsosam mat på bordet och att denna ska kunna inhandlas i välfyllda, välsköta, moderna och inspirerande butiker med kunnig och engagerande personal. Upplevelsen i butik



"Bildandet av Coop Östra kunde inte ha kommit mer lägligt."

stärker band, bygger lojalitet och får i förlängningen vår marknadsandel att växa.

Det har varit med stor glädje och stolthet jag under året har besökt våra ny- och återinvigda butiker, utformade och uppgraderade enligt vårt matmarknadskoncept med fokus på matglädje, kundmöte och inspiration. Tillblivelsen av dessa är frukten av en idog och kundfokuserad intern process med högt i tak i allt från ledarskap till kreativ innovation och för mig ett kvitto på att sammanslagningen och bildandet av Coop Östra har resulterat i

den "omöjliga" matematiska ekvationen ett plus ett blir tre.

Vid årsskiftet kunde vi med stor tacksamhet konstatera att vi fortsatt är Sveriges största konsumentförening. Det förtroendet ska vi vårda genom att framåtlutat förvalta föreningens tillgångar och outtröttligt jobba vidare med dagliga förbättringar av drift och medarbetarskap ständigt med våra medlemmars bästa för ögonen.

Kerstin Wallentin

Styrelseordförande Coop Östra

BUTIKERNA

EXPANSIVT ÅR LÄGGER GRUNDEN FÖR FORTSATT TILLVÄXT

Med medlemmarna och matglädjen i fokus fortsätter vi vår tillväxtstrategi med nyöppningar och moderniseringar av butiker. Framgångsreceptet stavas rätt kunderbjudande, bra kundmöte, hållbarhet och optimerad butiksdrift.

VÅRA BUTIKER

- **Omsättning butiksrorelsen:** 14,2 miljarder kronor (14,0)
- **Antal butiker totalt:** 196
Varav:
 - Stora Coop: 29
 - Coop: 150
 - X-tra: 13
 - Mini: 4
- **Stora Coop som plockar till e-handel:** 6

VÅRT MÅL ÄR att finnas där kunden vill handla. Vi arbetar med flera olika butikskoncept och optimerar ständigt butiksrorelsen genom olika sätt att handla som tillgodoser kundernas behov. Exempelvis kan det fysiska butiksbesöket, som är en upplevelse för alla sinnen, kompletteras med inköp online med hemleverans eller leverans till hämtaskåp.

Den utökning och upprustning av butikerna som inleddes 2023 har fortsatt 2024 då vi har ny- och återinvigt sammanlagt elva butiker, vilket skapar en plattform för fortsatt tillväxt. Framför allt har vi rullat ut vårt matmarknads-koncept som handlar om att skapa mötesplatser som andas matglädje, matinspiration och matkunskap.



Uppskattat Citylyft

Satsningen "Citylyftet" syftar till att uppdatera och modernisera Coop Östras butiker i Stockholms innerstad. I första omgången berördes ett 20-tal butiker som fick ett ansiktslyft och under 2024 genomfördes ett mer genomgripande ombyggnadsarbete där fem innerstadsbutiker transformerades från traditionella kvartersbutiker till moderna matmarknader.

I transformationen förnyades i stort sett allt från lastbrygga till entré och från golv till tak. Sortiment, erbjudande, koncept och butiksflöde har utvecklats med målet att på en mindre yta erbjuda samma positiva matupplevelse som i våra större enheter.

Koncept och butiksflöde har utformats för att passa den moderna, urbana livsmedelskunden. De omställda butikerna uppskattas av såväl kunder som medarbetare och har inneburit ett markant försäljningslyft.

Matmarknadskonceptet sprids utanför city

Parallellt med satsningen i Stockholms innerstad inleddes under året en satsning på att modernisera butiker även utanför stadskärnan. Först ut var en av våra mest välbesökta butiker, Stora Coop Orminge i Saltsjö-Boo, Nacka. Efter att ha genomgått en total renovering och ombyggnation kan nu de cirka 29 000 Boo-borna handla gott, hälsosamt och hållbart i en butik uppgraderad enligt vårt matmarknadskoncept.

STORSATSNING I ESKILSTUNA. Coops nya varuterminal är en av Europas största helautomatiserade terminaler för livsmedel. Härifrån levereras färskvaror, kolonial och nonfood-varor till samtliga Coops cirka 800 butiker i Sverige. På terminalen arbetar drygt 400 personer samtidigt som 95 procent av plocket i terminalen är automatiserat.



I november återinvigdes ytterligare en förortsbutik, denna gång Coop Skeppet på Lidingö. I transformationen av Coop Skeppet till modern saluhall har vi skapat en matmarknad för alla smaker och preferenser, och samtidigt bevarat och vidareutvecklat butikens välkända signaturdelar.

Översyn av butiks nätet

När vi etablerar oss på en plats görs det alltid utifrån ett långsiktigt perspektiv med ambitionen att hålla högsta servicenivå och tillgänglighet gentemot medlemmar och kunder. De lokala förutsättningarna kan dock ändras över tid och en butik kan förlora sin konkurrenskraft.

När en butik behöver avvecklas föregås alltid beslutet av en noggrann analys om utvecklingen går att vända inom överskådlig tid. Högsta prioritet är alltid att säkerställa en sund ekonomi i butiks nätet. Översynen av butiks nätet görs kontinuerligt och under 2024 avvecklades totalt sju butiker.

Hypermodern varuförsörjning framtidssäkrar

I mars skrevs detaljhandelshistoria då den första leveransen gjordes från Coops nya helautomatiserade varuterminal i Eskilstuna, hjärtat i Coops nya varuförsörjning. Utrullningen fortsatte fram till sommaren då samtliga butiker i Stockholm, Södermanland, Uppsala och Östergötland var anslutna.

Med den nya varuterminalen, den enskilt största satsningen i Coops historia, beställer butikerna sina varor som sedan plockas och packas av robotar. Terminalen är en markant effektivisering av verksamheten som starkt bidrar till att göra Coop till en än mer hållbar aktör.

Parallellt med invigningen av varuterminalen byttes hela Coops affärs- och IT-system.

Tillsammans förväntas dessa båda centrala framtidsinvesteringar ge oss och våra medlemmar betydande marknadsfördelar framöver. Under implementeringsfasen uppstod dock leveransproblem och varubrist i flera butiker. Det är inte oväntat med utmaningar vid sjösättning av avancerade system, men olyckligt då det drabbade våra butiker hårt.

En halv miljard tillbaka till medlemmarna

Under 2024 nyttjade medlemmarna medlemspriser till ett värde om drygt 370 mkr och använde intjänade medlemspoäng motsvarande drygt 160 mkr under året.

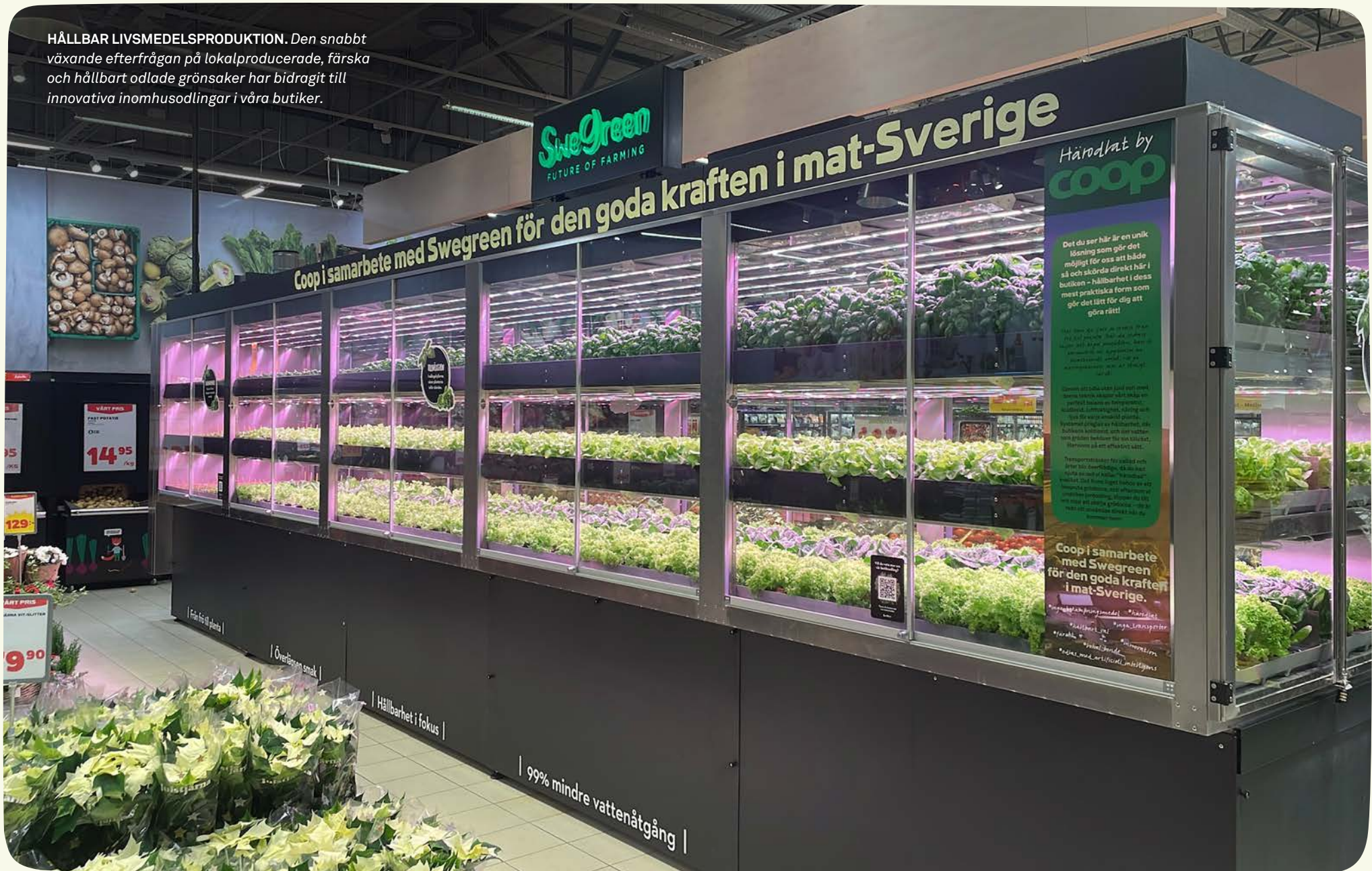
Prissänkningar i butik

Stora och snabba prishöjningar från våra leverantörer har påverkat våra marginaler och prissättningen i butik. För många kunder, vars privatekonomi har pressats av höga räntor och inflation, har prismedvetenheten påverkat inköpsbesluten. För att möta detta genomförde Coop vid fyra tillfällen under 2024 prissänkningar på upp till 30 procent på 250 vardagsfavoriter samt en prissänkning av ordinarie pris på över 500 varor hos lågpriskonceptet X:-tra.

I början av året lanserades "Månadsbonusen direkt i kassan", vilket betyder att medlemmarna nu kan få en värdecheck direkt i kassan baserat på inköpen föregående månad.

I januari 2025 konstaterade det oberoende undersökningsföretaget Matpriskollen att Coop har det bonusprogram som ger absolut mest tillbaka av alla matkedjor. Undersökningen utgår från ett hushåll som handlar för 8 000 kr/månad på en och samma kedja. Genom att använda Coops bonuscheck på 5 procent rätt och betala med Coops matkonto kan bonusen efter en månad bli över 5 procent av hela månadens inköp.

HÅLLBAR LIVSMEDELSPRODUKTION. *Den snabbt växande efterfrågan på lokalproducerade, färska och hållbart odlade grönsaker har bidragit till innovativa inomhusodlingar i våra butiker.*



LEVERANS TILL BRYGGAN.

Qina Hermansson på
Örnö tar emot sina varor
från Skärgårds-Coop.

**Skärgårds-Coop stävar vidare**

Vår filosofi är att alltid finnas på plats med hela vårt sortiment, oavsett tidpunkt eller plats, för de kunder och medlemmar som vill handla hos oss. Satsningen på Skärgårds-Coop har fallit ut väl och blivit i det närmaste en institution i Stockholms skärgård. Säsongen 2024 utökades antalet stopp från 35 till 49 och 18 nya angoringsbryggor adderades. Sortimentet motsvarar utbudet på Stora Coop inklusive delikatesser, färdiglagat och bageri.

När Skärgårds-Coop på sensommaren gör säsongens sista leverans fortsätter e-handelsleveranser till de permanenta hämtaskåpen invid färjelägena vid Furusund, Östanå och Dalarö samt hem till alla våra e-handelskunder.

Business-to-business växer

Allt fler företag, organisationer och offentliga verksamheter har upptäckt fördelarna med vårt B2B-erbjudande som gör det möjligt att samla alla inköp hos oss och få allt på en samlad månadsfaktura. Under året har vi bland annat slutit avtal med Nyköpings kommun, Sollentuna kommun och Vingåkers kommun. Genom att börja ansluta kunder till e-handelssystemet Punch Out skapar vi fler affärsmöjligheter med offentlig sektor. Vidare gör tjänsten Ombudshandel Online det enkelt för hemtjänstpersonal att handla som ombud för, eller tillsammans med, den som inte kan handla själv.

E-handeln vinner ny mark

Sedan förra året plockas e-handelsbeställningar från lager och butikshyllor vid totalt sex Stora Coop i vårt område. Att vi på detta sätt kan erbjuda samma sortiment och pris som i Stora Coop, inklusive delikatesser och specials Sortiment, har uppskattats av kunderna och e-handeln har vuxit med 8 procent jämfört med föregående år, vilket innebär att vi har tagit marknadsandelar. Som ett ytterligare

"Med Skärgårds-Coop erbjuder vi våra medlemmar och kunder en hög servicegrad även under sommar- och semestertid och bidrar samtidigt till att hålla Stockholms skärgård levande vilket känns fantastiskt."

Meta Persdotter

Vd Coop Östra

kvitto utsågs Coop Östras e-handel till Årets e-handlare vid Dagligvarugalan i stark konkurrens med andra e-handelsaktörer. Motivering: en löd:

"Årets e-handlare tar nya vägar. Genom uppbyggnad av regionala hubbar kombinerar man fördelarna med dedikerat e-handelslager och plock i butik. En lösning för alternativa leveransval och miljövänliga initiativ för att kunna erbjuda hållbara emballagelösningar ger ett vinnande koncept."

Butikscoacher vässar kunderbjudandet

Vår satsning på butikscoacher har fallit väl ut och under året har fler coacher anställts. Butikscoachteamet är en handplockad samling specialister som tillsammans ska stärka kedjedriften i vårt färskvaruerbjudande och kunskapsdela genom bästa praxis. Tillsammans bidrar coacherna till att höja fokuset på matglädje, kundmöte och inspiration. Samtidigt boostar de butiksdriften, kunnandet och yrkesstoltheten bland våra butiksmedarbetare.

Årets förbutik 2024

Vid Dagligvarugalan utsågs Stora Coop Bromma till Årets Förbutik 2024. I motiveringen nämndes bland annat butikens välkomnande atmosfär och höga servicenivå.

Två gånger per år gör medarbetarna på Coop Östras supportkontor butikspraktik. Detta besök i "verkligheten" är lika uppskattat som centralt för att öka förståelsen för kärnverksamheten och det praktiska arbetet i butik inklusive mötet med kunder och medlemmar.

Vår hållbarhetsstrategi

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. De fem prioriterade hållbarhetsområdena som utgör grunden i strategin och vår strävan mot hållbar utveckling är:

- Hållbara val
- Miljö och klimat
- Hälsa
- Cirkularitet
- Socialt ansvar

Läs mer om vårt hållbarhetsarbete på sid 20–29.

SKANNA AVOKADON

I STORA COOP BROMMA finns en ny typ av skanner som gör det möjligt att avgöra mognadsgraden på en avokado. Genom att hålla frukten under avläsaren får kunden svar på om avokadon är redo att äta samma dag, om några dagar eller om den behöver mogna hemma en längre tid. Skannern bidrar till att minska matsvinnet och uppskattas både av kunder och personal. Coop var först inom svensk dagligvaruhandel med att erbjuda skanning av den populära frukten och ordet avokadoskanner kom med i Språkrådets nyordslista 2024.



MEDARBETARNA

EN KULTUR ATT VÄXA MED

Med visionen att bli Sveriges bästa matkedja spelar våra medarbetare en viktig roll. Butiksmedarbetarnas möte med medlemmar och kunder i butikerna är avgörande för vår framgång, liksom medarbetarnas förmåga att skapa attraktiva butiker.

DEN FÖRÄNDRINGSRESA som pågår inom Coop Östra kräver utveckling, ständigt lärande och nytänkande. Vi arbetar för att våra medarbetare ska uppleva att det är inspirerande att vara med och bidra till att bli Sveriges bästa matkedja. För den som vill växa och utvecklas på jobbet finns stora möjligheter till karriär.

Vi värdesätter en säker och trygg arbetsmiljö och strävar efter att alla medarbetare ska ha trygga och hälsosamma arbetsförhållanden. Vårt mål är att eliminera arbetsplatsolyckor helt.

Vår verksamhet bygger på dialog, tydligt ledarskap, inkludering, transparens och en trivsamt arbetsmiljö. Vi använder vår vision, mission, vårt kundlöfte och våra värderingar som vägledning.



Alexandra Berglund.

Tillsammans skapar dessa element det starka medarbetarengagemang som är avgörande för vår framgång.

Vår förändringsresa – Raketen – startade 2022 och är ett ständigt pågående arbete. Det är en utvecklingsresa för alla medarbetare, såväl i butik som på kontoret, som hjälper Coop Östra att definiera vilka vi är, vad vi står för och vart vi ska.

– Hela Coop Östra är med på resan och under det gångna året har vi för våra supportmedarbetare fokuserat på att utveckla kompetenser inom självledarskap, AI, samarbete, hållbar prestation och ett dynamiskt tankesätt (growth mindset). För butikspersonalen har vi lagt tonvikten på affärsmannaskap, att skapa vinnande team genom effektiv succession samt att analysera lokal konkurrens, berättar Alexandra Berglund, som är Direktör HR, Kvalitet & Säkerhet.

KUNDMÖTE OCH DIALOG.
David Englund, Säljchef
Kundflöde i Stora Coop
Tumba, samtalar gärna
med kunderna i butiken.



– Det kan ta tid att ändra riktning i en stor organisation, men sedan vi startade Raketen märks en positiv förflyttning på nästan alla varumärkesattribut, som visar hur vi står oss jämfört med våra konkurrenter. Vi har även betydligt lättare att rekrytera nu än för några år sedan.

AI har också gjort sitt intåg och den som söker jobb i Coop Östra kan mötas av vår AI-rekryterare Hubert vid den första intervjun. Den görs muntligt eller skriftligt och sökande som fått utvärdera Hubert ger klart godkänt.

– Jag är stolt över att vi är proaktiva, ligger nära affären och gör vad vi kan för att förenkla, effektivisera och ge bättre kvalitet till vår verksamhet. Vi har till exempel valt att centralisera anställningsprocessen och förenkla schema-lägningsprocessen. Allt för att frigöra tid i butiken så att de som jobbar där kan fokusera på försäljning och att möta medlemmar och kunder.

Ett annat fokus för HR-avdelningen har varit sammanslagningen mellan Föreningen Coop Östra och butiksbolaget Coop Butiker & Stormarknader som blev verklighet 1 januari 2025. Projektet, som döptes till Granatäpple, har nu landat i en gemensam verksamhet, med gemensam styrelse, ledning, strategi och organisation.

– Sammanslagningen har gått över förväntan, och vi har på ett positivt sätt lyckats gifta samman idé och affär. Det ena behöver det andra för att vi tillsammans ska kunna skapa bästa möjliga värde för medlemmarna och bli Sveriges bästa matkedja, avslutar Alexandra Berglund.

5337

antal medarbetare

32 år

genomsnittlig
ålder

55%

kvinnor

UNGA TALANGER HYLLAS

Varje år uppmärksammar branschtidningen Dagligvarunytt branschens unga talanger och stjärnskott som präglas av "energi, driv och målmedvetenhet". Av 2024 års 68 unga stjärnor i dagligvarubranschen kommer elva från Coop Östra, vilket vi är mycket stolta över.



ÅRETS SERVICEHJÄLTAR OCH BUTIKER

Coop Östra utser varje år "Årets butiker" bland de butiker som har haft en särskilt positiv utveckling, levererat ett starkt kundmöte, haft en effektiv drift, föredömligt säkerställt "premiär varje dag känsla" samt uppvisat ett engagerande och tydligt ledarskap. Även enskilda medarbetare som har presterat utöver det vanliga premieras.

UTBILDNING FÖR FRAMTIDA LEDARE

FRAMTIDSPROGRAMMET syftar till att säkra framtidens ledare och företagare inom Coop Östra. Programmet riktar sig till anställda med erfarenhet av att ta ansvar och som brinner för att utveckla andra. Här varvas teori med praktik och projekt, vilket ger de nya ledarna en bred bas för att axla framtidens matbutik. Under 18 månader djupdyker man i ämnen som ledarskap, försäljning och personlig utveckling. Den första gruppen tog examen våren 2024 och nästa kull drog i gång våren 2025.

Linus Nivelius, butikschef Coop Hötorget:
Vad fick dig att söka till Framtidsprogrammet?

Jag har alltid tyckt om att jobba på Coop. Det är väldigt roligt och utmanande, så när Framtidsprogrammet skulle starta blev jag glad att det fanns en tydlig väg att gå om man verkligen vill satsa på Coop.

Har du fått en ny roll efter utbildningen?

Innan utbildningen var jag försäljningsledare på Stora Coop Värmdö. Nu är jag butikschef på Coop Hötorget. Det finns många möjligheter att växa inom företaget och resan mot att bli Sveriges bästa matkedja känns oerhört spännande och kul!

"Vem vill inte vara med på en otroligt spännande resa mot att bli Sveriges bästa matkedja?"

Linus Nivelius
Butikschef Coop Hötorget

Vad är ditt råd till de som vill bli ledare i Coop?

Mitt råd är att ta chansen. Det är ett händelserikt och roligt arbete. Många idag är väldigt osäkra på vad man vill göra efter studenten och har kanske mest sett Coop som ett extrajobb i väntan på annat. Men tycker man att det är ett roligt jobb, ser jag bara möjligheter om man väljer att satsa på Coop.



FÖRENINGEN

FÖR MEDLEMMARNAS
BÄSTA

Våra medlemmar utgör grunden för den demokratiska organisation som styr verksamheten. Medlemmarna erbjuds inte bara möjligheten att vara med att påverka, utan även medlemspriser och spännande erbjudanden.

VIKTIGAST ENLIGT
MEDLEMMARNA

1. Pris – rimliga priser, medlemspriser och lägre pris på hälsosamma varor.

2. Sortiment – mer svenskt och närproducerat.

3. Hållbarhet – fokus på minskat matsvinn, återvinning, djurhållning, transparent märkning och fortsatt innovation.

80 procent av de som svarade på vår medlemsundersökning 2024 handlar det mesta av sin mat i Coop och har varit medlemmar mer än tre år.

COOP ÖSTRAS medlemmar utser ägarombud som har rösträtt på årsstämmen – föreningens högsta beslutande organ. Våra butiker är indelade i 20 geografiska områden och inom respektive område samarbetar ägarombuden. De arrangerar aktiviteter tillsammans med butikerna, till exempel medlemsdagar för att skapa dialog med medlemmarna, håller sig informerade om händelser i närområdet och informerar om föreningens arbete med hållbarhet och bistånd. Ägarombuden är därmed en viktig del av föreningens struktur och alla medlemmar är välkomna att kontakta dem med förslag och idéer.

Partnerskap, erbjudanden och samhällsansvar

För att tydliggöra vårt varumärke och skapa mervärde för medlemmarna jobbar vi också med flera olika partnerskap. Vi har till exempel



MATGLÄDJE. Mer Smak ges ut med fyra nummer per år och finns i alla våra butiker. Fylld med inspiration, reportage och goda recept för alla tillfällen.

fortsatt samarbetet med Skansen där våra medlemmar bland annat erbjuds fri entré några dagar per år. Genom partnerskapet med Mentor Sverige kan medlemmarna delta i kostnadsfria kurser och seminarier om barns och ungas utveckling. Nytt för året var samarbetet med musikfestivalen Rosendal Garden Party i Stockholm där medlemmarna erbjöds rabatterat inträde och medlemspriser inne på festivalområdet. Vi lagade även mat med råvaror från Änglamark och serverade kaffe i vårt eget Coop Östra café.

Att förhandla fram bra medlemserbjudanden är ett sätt att öka medlemsnyttan oavsett var i vårt område medlemmarna bor. Vi erbjuder exempelvis teater- och mässbiljetter på flera olika orter, är huvudsponsor till Coop Kungsholmen Runt och har egna löpartävlingar i Linköping och Eskilstuna, dagar med fokus på hälsa och välmående för hela familjen, där våra medlemmar får rabatt på startavgiften.

För att hjälpa människor som står långt ifrån arbetsmarknaden har vi ett samarbete med organisationen TalangAkademin som ordnar validerade praktikplatser, bland annat i våra butiker. Se sid 26.

Samarbetet med WWF kring fler naturbetesmarker och ökad biologisk mångfald är ett annat exempel på ett långsiktigt engagemang för medlemmarnas, naturens och samhällets bästa. Dessutom extra härligt eftersom vi också, som enda livsmedelskedja, kan sälja naturbetesköttet i våra butiker, se sid 22.

25 000
medlemmar kom
på årets Familjedag
på Skansen.



POSITIVA FÖREBILDER. Coop Östra är partner med Mentor Sverige som arbetar med att ge ungdomar positiva förebilder. Våra medlemmar erbjuds kurser och utbildningar i Mentors regi.



EKOLOGISK FIKA. Under den populära musikfestivalen Rosendal Garden Party i Stockholm serverade Coop Östra hållbar mat och fika till reducerat pris för medlemmar.

3 FRÅGOR TILL MALIN PELLBORN, DIREKTÖR MEDLEM, HÅLLBARHET OCH PARTNERSKAP

Hur kommer medlemmarna märka att föreningen och butiksverksamheten nu är samma organisation i Coop Östra?

I och med sammanslagningen ökar våra möjligheter att skapa ännu mer medlemsnytta. Vi kommer till exempel göra det lättare för medlemmarna att tycka till om butikernas sortiment. Och vi kommer fortsätta jobba med matglädje och devisen "bäst pris för medlem". Vi vill också bli bättre på att hjälpa våra medlemmar till hälsosamma och hållbara val.

En nyhet under 2024 var att medlemmarna har kunnat hämta tidningen Mer Smak i Coop Östras butiker. Hur har det mottagits?

De tre nummer som vi gjorde i egen regi blev väldigt uppskattade. Under 2025 utökar vi satsningen med fyra nummer, fler sidor, fördjupade reportage och mycket matglädje. Tidningen kommer fortsatt att vara fylld av god och hälsosam mat och mycket fokus på enkla, goda och inspirerande recept med gästbesök av olika kockar.



FN har utsett 2025 till kooperationens år. Vad betyder det för dig?

Coop är Sveriges enda medlemsägda

livsmedelskedja och det var en stor anledning för mig personligen att börja jobba på Coop Östra. Jag drivs av att det värde vi skapar går tillbaka till medlemmarna.

Utöver att vi själva är en kooperation har vi ett antal kooperativa samarbeten, exempelvis med We Effect, världens största kooperativa biståndsorganisation. Flera av våra stora leverantörer är också kooperativ, som Arla och Lantmännen. Grundtanken i en kooperation är ju att det blir bättre när vi gör saker tillsammans och det tror jag verkligen på.

"Vi är Sveriges enda medlemsägda livsmedelskedja – det ska medlemmarna tydligt uppleva fördelarna med," säger Malin Pellborn, Direktör Medlem, Hållbarhet & Partnerskap.



HÅLL- BAR- HET

Miljö och klimat	22
Social hållbarhet	26
Mat och hälsa	28

"Vi på Coop Östra delar TalangAkademin syn att alla människor har talanger bara man ges möjlighet att visa det."

Minna Hellman

Hållbarhetsstrateg på Coop Östra och ledamot i TalangAkademin styrelse

*Hjälp till självhjälp.
Se sid 27.*



VIKTIGT BIDRAG.
Via Biståndsknappen på pantmaskinerna i Coop Östras butiker har Vi-skogen fått drygt 2,3 Mkr till sitt värdefulla arbete.



HÅLLBARHET ÄR VÅRT ANSVAR

Coop Östras mål är att våra medlemmar ska konsumera smart och hållbart. Därför är hållbarhet en av våra hjärtefrågor och något som genomsyrar hela verksamheten.

I VÅRA BUTIKER pågår ett kontinuerligt arbete för att minska verksamhetens påverkan på klimat och miljö. Det samordnade och övergripande hållbarhetsarbetet för alla Coop-butiker i Sverige ansvarar samhandelsbolaget Coop Sverige AB (CSAB) för. Beslut om inriktning, mål och strategier för hållbarhetsarbetet sker i styrelsen för CSAB där Coop Östra och andra konsumentföreningar är representerade.

I Sverige består Coop av Coop Östra och 25 andra konsumentföreningar inklusive dotterbolag, samt CSAB inklusive Coop Logistik AB. Genom det nära samarbetet mellan CSAB och föreningarna säkras effektivitetsvinster såväl som kvalitet i hållbarhetsarbetet.

Coop i Sveriges klimatmål

Klimat och energi är en viktig del av Coop i Sveriges hållbarhetsarbete. Klimatmålen omfattar hela Coops verksamhet i Sverige, det vill säga butiker, lager, transporter och kontor. Målet är att minska klimatpåverkan (Scope 1 och 2) med 50 procent fram till 2026 (basår 2019). Målen blev godkända av Science Based Target initiative (SBTi) år 2021.

Vår indirekt största klimatpåverkan kommer från produktionen av de varor som säljs i butikerna. Som ett led i att minska den indirekta klimatpåverkan är vår målsättning att två tredjedelar av våra leverantörer till 2026 ska ha satt egna mål i enlighet med Science Based Target initiative (SBTi). På så sätt ska klimatpåverkan från de produkter vi säljer minska med 25 procent jämfört med basåret 2019.



GLOBALA MÅLEN för hållbar utveckling

GLOBALA MÅLEN. Via KF är Coop anslutet till FN:s Global Compact, vilket ställer krav på vårt arbete med mänskliga rättigheter. Detta tydliggörs i Coops hållbarhetspolicy och uppförandekod. Coops övergripande arbete med hållbarhet utgår från FN:s 17 globala mål och Coops hållbarhetsstrategi 2033.



CIRKULÄR AFFÄR. Medlemmarnas personliga engagemang och inköp är grunden för Coops verksamhet. Allt överskott går tillbaka till medlemmarna eller återinvesteras i verksamheten, vilket skapar ett cirkulärt kretslopp.

NY REDOVISNINGSMETOD 2027

ETT STORT FÖRBEREDANDE arbete har genomförts under året i syfte att kunna redovisa enligt CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) för år 2027. En intressent- och omvärldsanalys satte verksamheten i perspektiv till vår omvärld, potentiella möjligheter och hur våra intressenter påverkas. Vi har även gjort en dubbel väsentlighets-

analys där vi utifrån CSRD:s tolv standarder och de tre perspektiven – miljö, socialt ansvar och ansvarsfullt företagande – undersökt vår verksamhets påverkan på omgivningen samt de finansiella risker vi ser kan påverka Coop Östra. Utifrån detta har vi beslutat vilka områden vi kommer rapportera på.

MILJÖ OCH KLIMAT

Vad vi väljer att äta påverkar miljön och klimatet. Därför engagerar vi oss i frågor om hur maten produceras, vad vi kan göra för att öka den biologiska mångfalden och hur vi kan bidra till att minska matsvinnet.

Sevärt! Se filmen när köttmästare Fredrik Westerlund möter naturbetesbonden Markus Gustafsson och WWF:s expert på biologisk mångfald Ola Jennersten.



AMBASSADÖR FÖR NATURBETESKÖTT

KÖTTMÄSTARE FREDRIK WESTERLUND på Stora Coop Åkersberga talar sig varm för kvaliteten på Coops naturbeteskött. Köttet är ett resultat av ett samarbete mellan Coop Östra och Världsnaturfonden WWF, och WWF ger naturbetesköttet grönt ljus i Köttguiden. Det kommer nämligen från nötdjur som betar på naturbetesmarker, vilket gynnar den biologiska mångfalden.

Sedan sex år tillbaka har Coop Östra ett samarbete med WWF för att restaurera naturbetesmarker i Uppland, Södermanland och Östergötland. Vid utgången av 2025 ska totalt 660 hektar naturbetesmarker ha stängslats in för att ge plats åt ännu fler djur på naturbete.

– Det här är en verklig win-win, säger Fredrik Westerlund. Djuren mår bra, naturen mår bra och köttet har en utmärkt kvalitet. Det är mörkt, fint marmorerat och smakar gott. Ett kött som det är värt att lägga lite extra pengar på.

Certifierat naturbeteskött finns idag i många Coop-butiker. Köttet är inte bara av hög kvalitet – det har också bidragit till att öka den biologiska mångfalden.

Med naturbetesmarker menas naturliga gräsmarker som under lång tid inte har gödslats eller plöjts av människor. Här är det i stället betesdjuren som sköter marken. Tack vare deras arbete trivs många olika arter av växter och insekter i naturbetesmarkerna, vilket är bra för den biologiska mångfalden. Dessutom håller naturbetesmarkerna landskapet öppet och levande, vilket gör jordbrukslandskapet varierat.

GARANTERAT NATURBETESKÖTT. Gårdar som producerar certifierat naturbeteskött följer de regler som finns för märkningen Svenskt Sigill Naturbeteskött. Certifieringen har tagits fram tillsammans med experter på nötköttsuppfödning, djurvälstånd och biologisk mångfald.





"Mäktig upplevelse!", så beskriver Fredrik Westerlunds sitt besök i naturbetesmarkerna på en gård utanför Linköping. "Djuren mådde så bra och var förvånansvärt nyfikna."



TILLSAMMANS MINSKAR VI MATSVINNET

I nästan alla våra butiker finns nu hyllor och kylskåp med varor med kort datum eller skönhetsfel som säljs till reducerat pris. Det underlättar för kunderna att göra hållbara val samtidigt som butikernas matsvinn minskar. Titta efter skyltar som säger "Handla gott, gör gott".



Coop har även ett samarbete med maträddarappen Too Good To Go för att ytterligare minska matsvinnet i vissa butiker. Matkassar packas i butiken på olika teman och i olika kategorier beroende på vad som behöver omsättas. Användarna ser i appen vad som kan räddas från butiken, betalar i appen och hämtar kassen i butiken.

– Maten som räddas är det inget fel på, det kan snarare handla om skönhetsfel eller att bäst före-datum är på väg att gå ut, säger Minna Hellman som är hållbarhetsstrateg på Coop Östra.

Vidare har vi inlett ett samarbete med Uppsala universitet och Sveriges lantbruksuniversitet i syfte att undersöka om matsvinnet ökar i hushållen när vi gör svinminskande insatser i butik och sänker priset på varor med kort bäst före-datum.



REKOHJÄLTAR SLÄNGER INTE MAT

Under året har cirka 2 500 barn 4–6 år spelat Rekospalet i förskolan och dubbats till Rekohjältar av Kapten Reko på Skansen. Rekospalet syftar till att lära förskolebarnen varför man inte ska slänga mat och vad man kan göra för att minska matsvinnet. Sedan förra året finns spelet digitalt, vilket innebär att Kapten Rekos viktiga budskap nu kan nå fler än tidigare.



DIGITAL KAPTEN. Genom interaktiv lek kan förskolebarn nu lära sig vad man kan göra för att minska matsvinnet.

NY LAG FÖR ÅTERVINNING

Den 1 januari 2024 trädde en ny lag i kraft för ökad resursåtervinning. Butikerna behöver numera separera och återvinna förpackningar och matsvinn var för sig. Arbetet med att implementera nya rutiner för detta har gått bra. I de fall där kommunerna inte kan transportera matavfallet har vi anlitat egna transportörer.

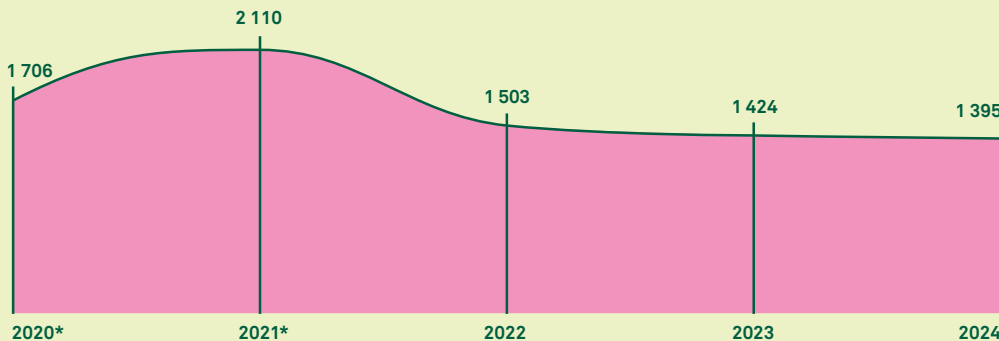


RÄTT PRIS FÖR KORT DATUM

Att minska matsvinnet i butik är en fråga om både lönsamhet och klimat. Under våren 2025 inför vi en ny AI-baserad programvara som ska hjälpa butikerna till mer precisa beställningar, ge en bättre överblick över matvaror med kort datum och möjliggöra en mer avancerad prissnedsättning. Allt för att så mycket som möjligt av det som finns i butiken ska kunna säljas medan det går.



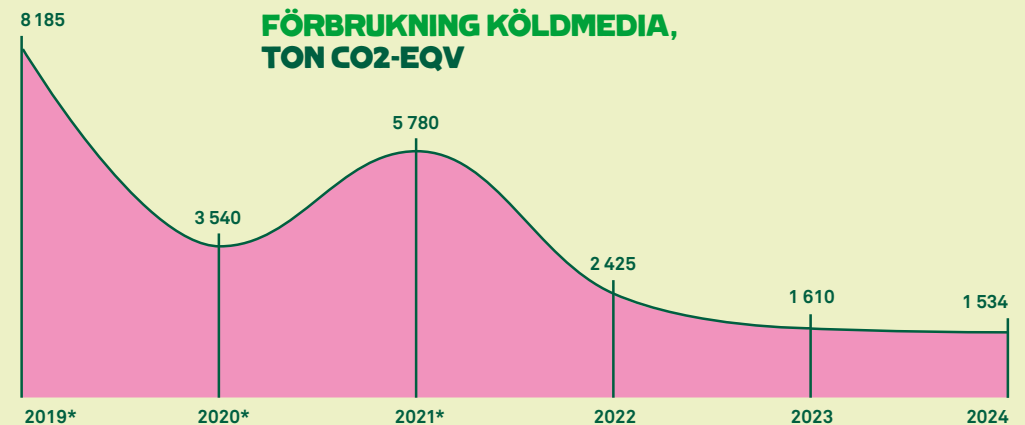
VÄXTHUSGASUTSLÄPP FRÅN ELFÖRBRUKNING, TON CO2-EQV



Energibesparingar i butik. Minskad energiförbrukning är en vinst både för lönsamheten och klimatet. Vi har fortsatt jaga energitjuvar, till exempel läckande kylar och frysar, och investerat i mer energisnål utrustning, som LED-belysning och effektivare kylar och frysar.

*För år 2019–2021 visar diagrammen växthusgasutsläpp för dåvarande Coop Butiker & Stormarknader som då hade cirka 320 butiker. Sedan 2022 omfattas cirka 200 butiker.

FÖRBRUKNING KÖLDMEDIA, TON CO2-EQV



Vi investerar för klimatet. Precis som i gamla kylskåp i hemmen finns det klimatfarliga köldmedia (freoner) i butikernas kylar och frysar. I ett omfattande projekt håller vi nu på att byta ut dessa till nya köldmedia – helt utan växthushusgaser. Det är en stor investering, men minskar vår klimatpåverkan och även våra kostnader för service och energi.

TITTA, LUKTA, SMAKA ...

Svårare än så behöver det inte vara att se till att all mat du har hemma går åt. För den som ändå vill ha lite hjälp på vägen att minska matsvinnet finns vår förvaringsguide. Här bjuds det rikligt på fakta om matvarors hållbarhet och tips på hur du kan rädda sådant som riskerar att bli dåligt. Guiden hittar du på coopostra.se/sim2



SOCIAL HÅLLBARHET

I den kooperativa värdegrunden finns det ett tydligt fokus på solidaritet och hjälp till självhjälp. Vi är fortsatt engagerade i We Effect och Vi-skogen. På hemmaplan vill vi bidra till ökad integration och minska de sociala klyftorna.



VIKTIG SAMHÄLLSINSATS FÖR FLER I ARBETE. Genom att erbjuda praktikplatser och en väl beprövad metod för validering av vad praktikanterna kan, skapar TalangAkademin möjligheter till arbete och personlig utveckling.



TALANGER FÅR EN NY CHANS PÅ COOP

EN PRAKTIK med validering kan vara vägen till arbete för den som är ny i Sverige eller står utanför arbetsmarknaden av andra anledningar. Coop Östra bidrar till TalangAkademin arbete genom att erbjuda praktikplatser och handledare i butikerna.

– Vi stödjer människor så att fler kommer i arbete och kan försörja sig själva, säger Daniela Bjurenvall som är platsansvarig på Talang-Akademien, den icke vinstdrivande organisation som är länken mellan praktikanterna och arbetsplatserna.

I sitt jobb på TalangAkademien i Sundbyberg möter Daniela Bjurenvall praktikanter, eller som TalangAkademien kallar dem: "talanger", och matchar dem med praktikplatserna. Hon följer talangerna under hela perioden och har kontakt med handledarna. Hon gör uppföljningar på plats och validerar praktiken så att alla får med sig ett intyg på vad de kan.

– Det händer något med talangerna när de får på sig arbetskläderna, berättar Daniela Bjurenvall. Då syns det ingen skillnad om man har jobbat i 20 år eller är på praktik. Att få vara en del av "viet" på arbetsplatsen ger självförtroende.

– För många som inte har svenska som modersmål får språkutvecklingen också en ordentlig skjuts.

Under 2024 har hela 55 personer genomfört en praktik med validering på Stora Coop i Bromma, Sundby Park, Spånga och på Coop Odengatan. Det är ingen garanti att erbjudas jobb efter praktiken, men den har visat sig vara ett viktigt första steg till jobb och studier.

– Jag har inte ord nog att beskriva vilket fantastiskt samarbete jag har med handledarna, säger Daniela Bjurenvall. De är alltid tillgängliga, väldigt positiva och har inställningen "vi prövar". Det smittar ju av sig på talangerna när de blir bemötta på ett inbjudande sätt.

Att det allt som oftast fungerar bra tror hon beror på att man har samarbetat med Coop länge och att talangerna förbereds mycket väl på vad de kommer att få göra när de kommer till praktiken. I Sundbyberg ordnar TalangAkademien även praktikplatser i exempelvis storkök, förskola/skola, apotek och restauranger, men Coop är den aktör som tar emot flest.

– Att bli bekräftad och sedd kan göra en stor skillnad. Vi ser potentialen och resurserna hos varje individ och skapar en möjlighet att börja om, med fokus på styrkor och ambitioner. Det vi gör påverkar människors liv, men det hade inte varit möjligt utan alla engagerade arbetsgivare. Deras insats är avgörande för att det här ska fungera, avslutar Daniela Bjurenvall.

ROLIGT OCH GIVANDE.

"Ibland hör talanger av sig flera år senare och berättar att praktiken via oss var den första lilla pushen ut i arbetslivet," säger Daniela Bjurenvall på Talang-Akademien.





HJÄLP TILL SJÄLVHJÄLP I bergsområdet Mt Rwenzori i västra Uganda är Sylvia och Ibrahim Muhindo (bilden till vänster) kaffebönder. We Effects projekt här bygger på att så kallade kaffescouter utbildar kaffebönderna i tekniker som höjer kaffets kvalitet. Sibasimire Iloce Musoki (till höger) är en av många kvinnor som arbetar som kaffescout.

HÅLLBART KAFFE SMAKAR BÄTTRE

FRÅN VÄSTRA UGANDA kommer ett högkvalitativt och hållbart producerat kaffe som du nu kan njuta av i några av Coop Östras förbutiker.

Kaffet säljs under varumärket TSMNS, en förkortning av tillsammans, vilket syftar på

samarbetet mellan Coop Östra, biståndsorganisationen We Effect och kaffeföretaget Lykke Kaffegårdar som bidrar till produktionen av kaffet i ugandiska producentkooperativ.

För närvarande är kaffeprojektet i Uganda Coop Östras fokusprojekt i samarbetet med

We Effect kring bistånd. Projektet garanterar hela värdekedjan, från kaffebäret på trädet till kaffekoppen i Coop-butiken. Kaffebönderna får hjälp att odla kaffet med hög teknisk kompetens, de får tillgång till en global marknad, schyssta villkor och rimlig ersättning.

"När kaffebönder utbildas i hållbar kvalitetsodling samtidigt som de får en rak väg till svenska butiker förändras allt. Bönderna går från fattigdom till att kunna expandera sinna gårdar, sätta barnen i skolan och få mat på bordet."

Anna Tibblin
Generalsekreterare We Effect



PANT BLIR TILL TRÄD

Genom att välja Biståndsknappen på pantmaskinerna i Coop Östras butiker bidrog våra kunder med 2 356 656 kr till Vi-skogens viktiga arbete. Pengarna gör det möjligt att plantera träd och utbilda bönder i hållbart jordbruk vilket skapar bättre livsvillkor för familjer i östra Afrika.



FÖR EN HÅLLBAR FRAMTID

Vi stödjer också organisationen Fairtrade som hjälper odlare i utvecklingsländer att förbättra de ekonomiska villkoren och arbetsmiljön.



MAT OCH HÄLSA

Som ägare till närmare 200 Coop-butiker är maten en viktig fråga för oss. Mat står för en stor del av vår klimatpåverkan och vad vi äter påverkar också vår hälsa. Dessutom jobbar vi för ett minskat matsvinn, såväl i butikerna som hemma i köket.

NYHET: COOP ÖSTRAS HÄLSOBAROMETER

Under 2025 lanserar vi Hälsobarometern – en årligt återkommande studie med syftet att öka medvetenheten om svenskers hälsa, belysa livsstilsrelaterade utmaningar samt stärka Coop Östras position som en samhällsengagerad aktör inom hälsa och hållbarhet.



FORTSATT FOKUS PÅ HÄLSA

VILL GÖRA det lätt att äta rätt eftersom hälsa är en viktig del i ett hållbart liv. För oss på Coop Östra är det ett långsiktigt arbete och vi har länge arbetat aktivt med hälsa genom flera initiativ och samarbeten.

Ett viktigt område har varit att minska mängden salt och socker i våra egna varor, utan att kompromissa med smaken. Ett annat område är att göra hälsosamma val enkla och mer lättillgängliga i butikerna och i kommunikationen. Genom att erbjuda ett brett sortiment av nyttiga och näringsrika livsmedel och bidra med tips och information gör vi det lättare att välja rätt. Som ett led i detta sätter vi nu strålkastarljuset på frukt och grönt, som är en viktig del i den dagliga kosten för att må bra. Se artikel här intill.

Numera ingår även hälsa som ett av fem fokusområden i Coop i Sveriges hållbarhetsstrategi, vilket innebär ett tydligt ställnings-

tagande för att erbjuda medlemmar och kunder hälsosamma val i butiken.

Du blir vad du äter

Enligt Livsmedelsverkets rapport från 2024 bidrar dagens livsmedelskonsumtion i Sverige till ohälsa. Tittar vi på matvanorna 2019 så var de största riskfaktorerna för ohälsa överkonsumtion av energi, lågt intag av fullkorn, högt intag av rött kött, lågt intag av baljväxter, högt intag av charkprodukter och högt intag av salt.

Dagens livsmedelskonsumtion ökar risken för fetma, diabetes typ 2, hjärt-kärlsjukdom, stroke och olika cancerformer, men även demens och depression. Det finns även stora skillnader i livsmedelskonsumtionen hos olika grupper i samhället, till exempel utifrån socioekonomiskt perspektiv, enligt rapporten. En god och jämlik hälsa är därför viktig både för individ och samhälle.

"Vägen till en hälsosammare livsstil påverkas naturligtvis av många faktorer såsom kost, motion, återhämtning, gemenskap och en meningsfull tillvaro. För vår del blir 2025 året då vi väljer att fokusera på just kost och att äta klokt, där grönt och frukt har en viktig roll."

Minna Dahlberg

Direktör CMO/Marknad & Kommunikation



Minna Dahlberg



MAT + MOTION = HJÄRNHÄLSA

Under året avslutades GIH:s forskningsprojekt Hjärnhälsa i skolan som Coop Östra har varit med och finansierat. Projektet har undersökt hur kost- och motionsvanor för ungdomar i sjuan påverkar deras mående och kognitiva förmågor. Resultaten redovisas i filmer och rapporter på gih.se/forskning.

"DET SKA VARA ROLIGT ATT HANDLA MAT!"

Bara några få ingredienser, få moment och inte ta för lång tid. Så tänker de flesta av oss om vardagsmatlagningen, enligt Sara Begner som är Coops matkreatör. I sitt möte med kunderna i butik vill hon inspirera till att göra matlagningen och inköpen lite roligare. Sara har tagit fasta på att maten ska vara lättlagad och hon vill inspirera oss alla till att "orka" lägga till en ingrediens i matlagningen för att det ska bli roligare. Om Sara får råda blir det – grönsaker.

– Många vill äta mer grönsaker, men ser inte hur. Mitt tips är att lägga till grönsaker i det man ändå tänkt laga, säger Sara Begner, till exempel riva ner morötter i sin vanliga köttfärssås.

Coops matkreatör Sara Begner bjuder på provsmakning och enkla recept i våra butiker.



"HACKAT OCH KLART". Vårt koncept med portionsförpackad, skalad och färdigskuren grönt och frukt har fått ett positivt mottagande.

3 FRÅGOR OM GRÖNT & FRUKT TILL ERIK EDVARDSSON, DIREKTÖR ERBJUDANDE, VARUFLÖDE & PROJEKT

Hur märks satsningen på Grönt & Frukt?

För att verkligen göra skillnad kommer vi satsa på kvaliteten på varorna. Vi kommer också se över och komplettera vårt sortiment, samt se till att vi ger frukt- och gröntavdelningen rätt yta i butik. Under året kommer en del butiker att få en ny inredning för att skapa ytterligare inspiration kring dessa varor. Dessutom kommer vi att arbeta för att erbjuda attraktivare priser, så att fler kan göra hälsosamma val utan att kompromissa med plånboken.

Påverkar detta kampanjerbjudanden på läsk, chips och choklad?

Vi ser en tydlig trend där allt fler efterfrågar hälsosamma alternativ, och därför kommer vi att justera vår marknadsföring i den riktningen.

Läsk, godis och chips kommer självklart fortfarande finnas i våra butiker, men vi kommer mer sällan lyfta fram dessa produkter i kampanjer. I stället satsar vi på att inspirera kunderna till bättre val genom att i högre utsträckning synliggöra frukt, grönt och andra hälsosamma livsmedel.

Varför gör Coop Östra den här satsningen?

Vi vill ta ett större ansvar för hälsa och hållbarhet samtidigt som vi lyssnar på våra kunder. Frukt och grönt är en grundsten i en balanserad kost, och vi ser att det finns potential att göra det både enklare och mer prisvärt att välja dessa varor. Dessutom är det en naturlig del av Coop Östras långsiktiga strategi – att vara en föregångare inom hållbar mat och bidra till en friskare framtid för våra medlemmar och samhället i stort.



Erik Edvardsson.



Fredrik Brandel.

3 FRÅGOR TILL FREDRIK BRANDEL, DIREKTÖR CFO/FINANS

Vad är din bild av Coop Östras nuläge?

Med starka butikslägen, ett etablerat varumärke och ett tydligt fokus på att erbjuda bra mat har vi alla förutsättningar att vara en attraktiv aktör på marknaden. Till skillnad från andra livsmedelskedjor har vi inget avkastningskrav till en extern ägare. Vårt uppdrag är att skapa värde för våra medlemmar, vilket gör att vi kan prioritera långsiktiga investeringar. Vi har haft ett utmanande år, och vi har genomfört åtgärder för att vinna kundernas förtroende och förbättra vår position på marknaden.

Under året har vi fortsatt att utveckla vårt butiksnät för att hålla oss konkurrenskraftiga och relevanta. För att möta kundernas förväntningar och erbjuda en bättre och mer inspirerande butiksupplevelse har vi genomfört omfattande renoveringar. Därtill har fem innerstadsbutiker i Stockholm uppgaderats och moderniserats.

"Vi har alla förutsättningar att ta en starkare marknadsposition."

Hur har logistikproblemen kopplat till den nya terminalen i Eskilstuna påverkat er?

Bygget av den nya terminalen är en strategisk satsning för att effektivisera och hållbarhetsanpassa våra leveranser. Terminalen, som drivs av Coop Sverige och servar alla landets Coop-butiker, ska bidra till en mer effektiv varuförsörjning. Som med alla stora omställningar har det funnits utmaningar, och starten har inte gått som förväntat. Detta har påverkat vårt varuflöde och lett till brister i sortimentet, vilket haft stor påverkan på vår försäljningsvolym och lönsamhet. Vi arbetar intensivt för att överbrygga dessa problem och säkerställa att våra kunder får den upplevelse de förväntar sig. När vi pratar om rörelseresultatet behöver vi räkna med de kostnader som uppstår i terminalen och som påverkar vårt resultat genom vår andel i KF, eftersom dessa ingår i denna resultatpost.

Hur ser du på det kommande året?

Vi ser framåt med fokus på förändring och förbättring för att stärka vår marknadsposition och öka våra försäljningsvolym. Vi kommer att fortsätta investera i våra butiker. Vi både vill, kan och måste uppgadera oss där det märks, så att medlemsbasen växer. Vi fördjupar våra insatser för att skapa en mer effektiv och attraktiv verksamhet, med starka erbjudanden och fortsatt utveckling av våra butiker.

EKONOMI

GRUNDEN LAGD FÖR MÖJLIGHETERNAS AFFÄR

Butiksverksamheten har haft ett tufft år, framför allt på grund av kundernas pressade privatekonomi samt problem med leveranserna från den nya varuterminalen. Detta har vägts upp av kapitalförvaltningen som har gått starkt, vilket möjliggör fortsatta investeringar.

Omsättning och resultat

Koncernen omsatte 14 225 Mkr under 2024, vilket är något mer än föregående år, men lägre än förväntat. Avvikelsen förklaras främst av de leveransproblem som uppstod i samband med öppningen av den nya varuterminalen i Eskilstuna. Utmaningarna med utbudet av varor i butik har kvarstått hela året, även om de minskat över tid. Hög inflation och höga räntor har påverkat kundernas köpkraft under större delen av året. Vi har mött detta med en stor mängd kampanjerbjudanden, vilket har reflekterats i kundernas varukorgar. Detta är stärkande utifrån vår målsättning att vara medlemmarnas bästa affär, men samtidigt utmanande då det får en marginalpåverkan.

Koncernens rörelseresultat uppgick till -921 Mkr (-163). Resultatet har påverkats av den höga, men minskande, inflationen och fortsatta kostnadsökningar för exempelvis lokaler. Vi har öppnat tre nya Stora Coop och återinvigt sju

butiker efter omfattande renoveringar, vilket också påverkat koncernens kostnader.

Kapitalförvaltning

Koncernens kapitalförvaltning har haft ett bra år, vilket har vägt upp en del av tappet i butiksverksamheten. Under året har framför allt de globala aktiefonderna gett det största bidraget till koncernens fortsatt starka kassa.

SKYTTEHOLM. Vår hotell- och konferensgård på Ekerö utanför Stockholm.



En betydande andel av koncernens kapital finns i aktier i fastighetsbolaget Atrium Ljungberg där Coop Östra äger cirka en fjärdedel av aktierna. Atrium Ljungbergs aktieutdelning till Coop Östra för året bidrog med 113 Mkr (173).

Coop Östra är fortfarande den enskilt största ägaren i KF (Kooperativa Förbundet) med en röstandel om 28 procent. Resten ägs av övriga konsumentföreningar i Sverige. KF äger Coop Sverige AB som ansvarar för inköp, logistik och marknadsföring nationellt för alla Coop-butiker.

Koncernstruktur och butiker

Den 1 januari 2025 var det premiär för den nya koncernen Coop Östra. Den 1 oktober 2024 tillträdde Meta Persdotter som vd för Föreningen Coop Östra (tidigare Konsumentföreningen Stockholm, KfS) som äger butiksverksamheten med samma namn. Coop Östra är nu en butiksdrivande förening på samma sätt som övriga konsumentföreningar i Sverige.

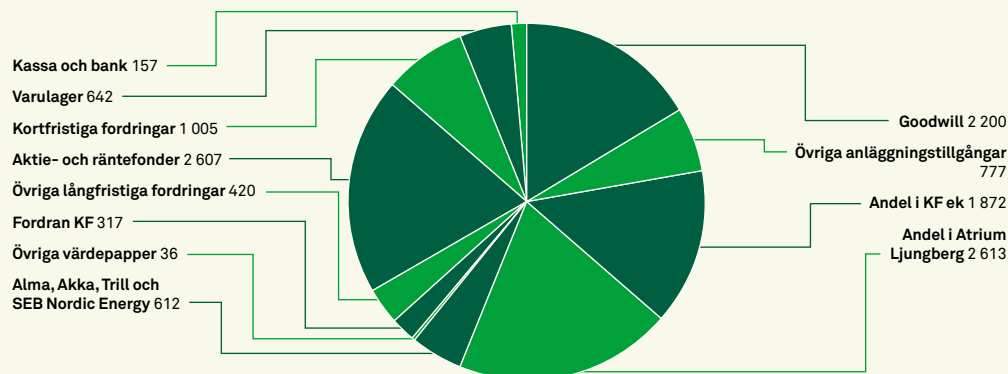
Vid slutet av 2024 ägde Coop Östra 196 butiker, varav 10 i Coop Sydöst, samt e-handel och Skärgårds-Coop.

Nyckeltal Atrium Ljungberg	2024	2023
Nettoomsättning, Mkr	3 516	3 233
Förvaltningsresultat, Mkr	1 425	1 365
Periodens resultat, Mkr	850	-954
Fastighetsvärde, Mkr	58 362	58 505
Substansvärde, kr/aktie	267	262
Börskurs, kr/aktie	198	231,20

Nyckeltal KF-koncernen	2024	2023
Nettoomsättning, Mkr	36 706	38 488
Rörelseresultat, Mkr	-1 141	143
Resultat efter skatt, Mkr	-1 295	340
Balansomslutning, Mkr	24 472	24 271
Soliditet, %	26,90	32,60

Hela årsredovisningen och hållbarhetsrapporten finns på coopostra.se/om-oss.

TILLGÅNGAR COOP ÖSTRA-KONCERNEN 2024-12-31 (MKR) TOTALT 13 258 MKR (13 660)



Stark balansräkning. Coop Östra har betydande innehav i KF och Atrium Ljungberg samt stödjande finansiella placeringar i huvudsakligen indexnära aktie- och räntefonder.

3 FRÅGOR TILL HENRIK FORZELIUS, DIREKTÖR KAPITALFÖRVALTNING OCH COOP ÖSTRA INVEST

Vad innebär det för Coop Östra att ha stora tillgångar i aktier och fonder?

Det ger oss möjlighet att fortsätta investera i butiksverksamheten och innovationer, även under år med svagare resultat. Vi har också kunnat sänka priserna till medlemmar i ett läge där mångas privatekonomi har varit ansträngd. Göra medlemsnytta helt enkelt.

Hur ser du på Coop Östras risktagande?

Generellt präglas vår kapitalförvaltning av långsiktighet, ett försiktigt risktagande och hållbarhet. Börsutvecklingen är svår att



Henrik Forzelius.

förutse, men eftersom vi vill ha avkastning på pengarna tar vi ett visst mått av risk. Vi har en spridning med globala aktier, svenska aktier och en relativt stor ränteporfölj. Som ett komplement finns också alternativa placeringar inom fastigheter, energi och mikrolån, vilka bidrar till att sprida riskerna.

Vad är syftet med det nybildade Coop Östra Invest?

I Coop Östra Invest ska vi samla våra placeringstillgångar tillsammans med investeringar som syftar till att påverka samhället i en mer hållbar riktning, för ökad medlemsnytta på lång sikt. Ett exempel är Volta Greentech som utvecklar foder till kor som ska minska djurens utsläpp av växthusgaser. Ett annat är Foodla som utvecklar digitala lösningar för internet-handel. Vi bidrar med små belopp på marknadsmässiga villkor så att dessa bolag kan komma i gång och kanske ge avkastning på sikt.

MÄLAR TERRASSEN TAR FORM. Atrium Ljungberg har Stockholms stads uppdrag att utveckla Mälarterrassen vid Slussen. Sommaren 2025 öppnar successivt den terrasserade byggnaden med flera restauranger samt trappan som förbinder Södermalm med Gamla stan.



KONCERNENS RESULTATRÄKNING

Coop Östra ekonomisk förening. Belopp i Tkr.

	2024	2023
Nettoomsättning	14 224 731	14 041 059
Aktiverat arbete för egen räkning	2 092	1 225
Övriga rörelseintäkter	422 600	295 985
	14 649 423	14 338 269
Rörelsens kostnader		
Handelsvaror	-10 569 979	-10 351 914
Övriga externa kostnader	-2 668 337	-2 593 700
Personalkostnader	-1 671 977	-1 632 328
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-572 879	-547 700
Övriga rörelsekostnader	0	-158
Resultat från andelar i intresseföretag och gemensamt styrda företag	-87 337	624 249
	-15 570 509	-14 501 551
Rörelseresultat	-921 086	-163 283
Resultat från finansiella poster		
Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar	36 017	15 518
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	449 623	117 680
Räntekostnader och liknande resultatposter	-18 012	-157 383
	467 628	-24 185
Resultat efter finansiella poster	-453 458	-187 468
Resultat före skatt	-453 458	-187 468
Skatt på årets resultat	27 409	-13 094
Årets resultat	-426 049	-200 561
Hänförligt till moderföretagets aktieägare	-409 640	-187 510
Hänförligt till innehav utan bestämmande inflytande	-16 409	-13 051



KONCERNENS BALANSRÄKNING

Coop Östra ekonomisk förening. Belopp i Tkr.

	2024-12-31	2023-12-31
TILLGÅNGAR		
Anläggningstillgångar		
Immateriella anläggningstillgångar	2 253 363	2 580 372
Materiella anläggningstillgångar	718 155	621 166
Finansiella anläggningstillgångar	5 875 731	6 088 606
Summa anläggningstillgångar	8 847 249	9 290 144
Omsättningstillgångar		
Varulager m m	641 825	607 468
Kortfristiga fordringar	1 005 347	941 890
Kortfristiga placeringar	2 606 562	2 438 895
Kassa och bank	156 890	381 536
Summa omsättningstillgångar	4 410 624	4 369 789
SUMMA TILLGÅNGAR	13 257 873	13 659 933

	2024-12-31	2023-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Eget kapital		
Eget kapital hänförligt till moderföretagets medlemmar	11 172 477	11 575 660
Eget kapital hänförligt till minoritetsintresset	4 580	9 356
Summa eget kapital	11 177 057	11 585 016
Avsättningar	359 288	441 903
Långfristiga skulder	110 451	109 707
Kortfristiga skulder	1 611 077	1 523 307
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	13 257 873	13 659 933

FLERÅRSÖVERSIKT KONCERNEN (TKR)

	2024	2023	2022
Nettoomsättning	14 224 730	14 041 058	13 430 427
Rörelseresultat	-921 086	-163 366	563 367
Resultat efter finansiella poster	-453 458	-187 467	366 302
Årets resultat	-426 049	-200 561	362 244
Balansomslutning	13 257 873	13 659 933	14 237 640
Soliditet (%)	84,3	84,8	82,6
Vinstmarginal (%)	-3,00	-1,43	3,14

FLERÅRSÖVERSIKT MODERFÖRETAGET (TKR)

	2024	2023	2022	2021	2020
Nettoomsättning	10 644	7 934	7 348	4 313	3 391
Rörelseresultat	-78 165	-72 231	-43 933	-70 516	-60 432
Resultat efter finansiella poster	455 422	226 193	434 315	2 842 377	184 663
Årets resultat	127 176	200 515	421 502	2 728 237	180 158
Balansomslutning	9 135 812	8 951 407	9 239 907	8 935 697	6 057 909
Soliditet (%)	97,2	97,7	92,4	97,0	97,4
Avkastning på eget kap. (%)	5,1	2,3	1,2	32,8	3,1



STYRELSE

Stående:

Anette Andersson, arbetstagarrepresentant

Conny Fogelström

Håkan Liljeblad

Sittande:

Åsa Kvarfordt, arbetstagarrepresentant

Marie-Louise Zetterström

Kristina Mårtensson

Kerstin Wallentin, styrelsens ordförande

Jonas Nygren

Wictoria Glans



FÖRETAGSLEDNING

Stående:

Alexandra Berglund, Direktör HR, Kvalitet & Säkerhet

Erik Edvardsson, Direktör Erbjudande, Varuflöde & Projekt

Malin Pellborn, Direktör Medlem, Hållbarhet & Partnerskap

Fredrik Brandel, Direktör CFO/Finans

Sittande:

Johan Gustafsson, Chefsjurist & Compliance

Helena Mattson, Direktör Strategi & Verksamhetsutveckling

Henrik Forzelius, Direktör Kapitalförvaltning & Coop Östra Invest

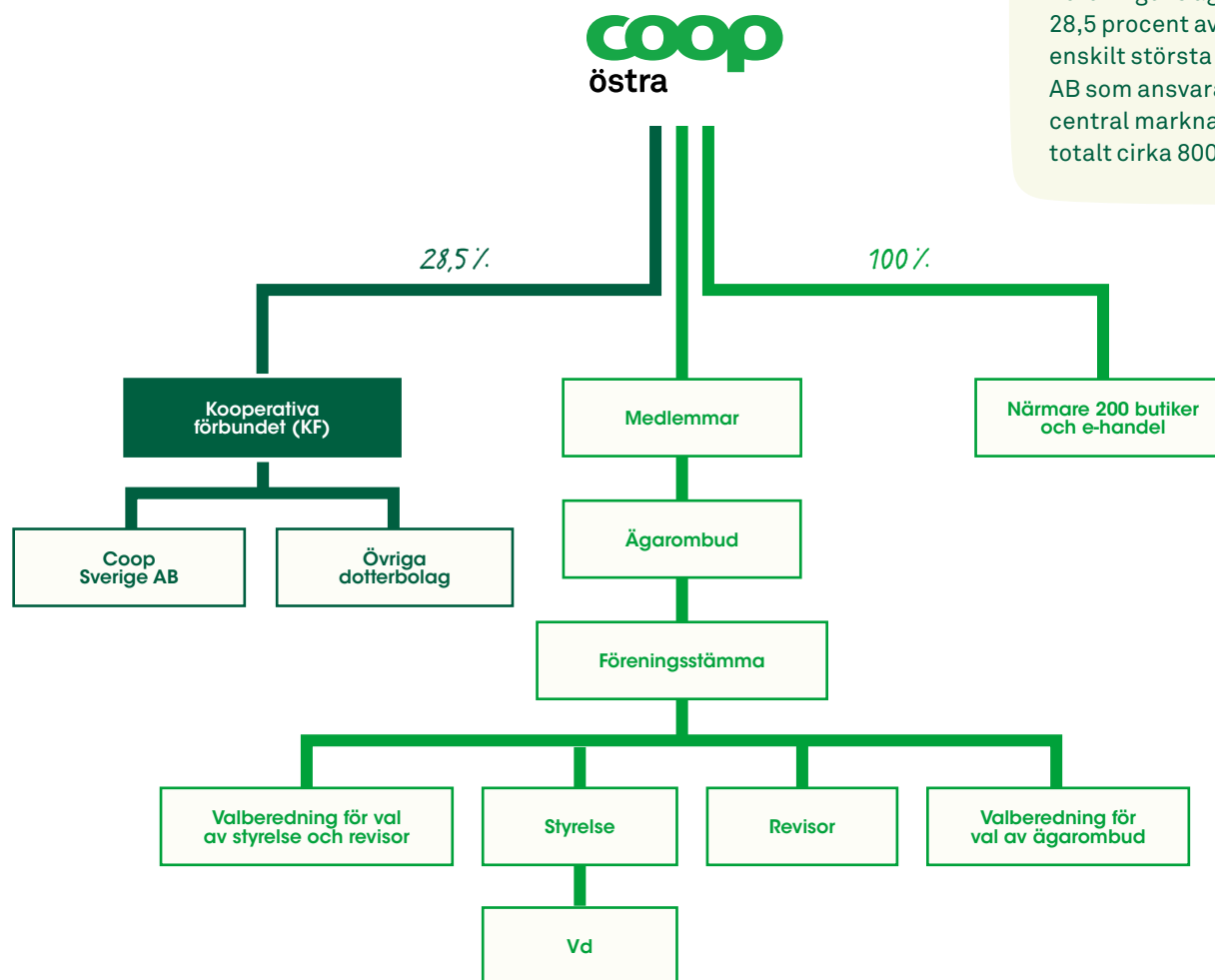
Minna Dahlberg, Direktör CMO/Marknad & Kommunikation

Andreas Stenman, Kommersiell Direktör/CCO

Meta Persdotter, Vd/CEO

MEDLEMSÄGD ORGANISATION

Föreningens ägarandel i KF (Kooperativa Förbundet) är 28,5 procent av kapitalet, vilket gör Coop Östra till den enskilt största ägaren i KF. KF äger i sin tur Coop Sverige AB som ansvarar för inköp, logistik, butiksformat, central marknadsföring och nationella kampanjer för de totalt cirka 800 Coop-butikerna i Sverige.





Box 3259, 103 65 Stockholm
coopostra.se
kontakt.ostra@coop.se
Tel: 010-741 39 70