

A young woman with long blonde hair, wearing a white t-shirt and a dark green striped apron, is smiling warmly at the camera. She is holding a large wooden crate filled with fresh green vegetables, including leafy greens and herbs. The background is a lush green field of crops, possibly a vineyard or vegetable field, with a bright, hazy sky suggesting a sunny day. The overall mood is positive and natural.

Ansvarlighed i Coop

Uddrag fra Coop AMBA årsrapport 2019

coop

Det gi'r mening

Bannerfører for ansvarlighed



Vi arbejder med verdensmålene



Bannerfører for ansvarlighed

I over 150 år har Coop som foreningsejet forretning drevet købmandskab med omtanke for den verden, vi lever i. Vi arbejder for en omstilling af dagligvareforbruget, så de varer, der lander i indkøbskurven, bidrager positivt til det samfund og den klode, vi giver videre til vores børn.

Coops CSR-strategi, »Bannerfører for ansvarlighed«, har de sidste fire år bidraget til at flytte forbruget i en bæredygtig retning, til at oplyse forbrugerne og til at minimere vores forretningsmæssige risici. Vi har opnået unikke resultater til gavn for forbrugere, miljø og dyrevelfærd, og vi har indgået banebrydende partnerskaber, der har flyttet dagligvarebranchen og bidraget til at gøre lovgivning og regulering mere sund og grøn.

Strategien har fire løftestænger: Bedre varer, En stærk forbrugerstemme, Balance i vores fodaftryk og En ansvarlig arbejdsplads.

Tid til at handle

I 2019 har vi udarbejdet Coops nye CSR-strategi, »Tid til at handle«, der løber fra 2020 til 2025.

Strategien, der bl.a. har som mål, at driften af vores butikker, lagre, kontorer mv. skal være klimapositiv i 2030, tager udgangspunkt i, hvordan vi som dagligvareforretning agerer bæredygtigt i forhold til FN's verdensmål og tager ansvar for planeten og samfundet for at skabe værdi for vores medlemmer, kunder og medarbejdere.

Læs mere

om strategien, dens indsatser og mål på ansvarlighed.coop.dk

Milepæle og resultater for 2019

2019 blev igen et år, hvor salget af varer produceret med omtanke steg. Den tendens forsøger vi hele tiden at styrke ved at påvirke forbrugere, politikere og samarbejdspartnere til at omstille dagligvareforbruget. Her præsenterer vi et udvalg af de resultater i 2019, vi er allermost stolte af.

Forbud mod problematiske pesticider

Vi forbød 39 problematiske stoffer i produktionen af frugt og grønt, hvilket bl.a. betød udfasning af stoffet chlorpyrifos. Alle leverandører indvilligede i at efterleve de nye krav. Dog nægtede leverandører af konventionelt dyrkede bananer at efterleve kravene. Derfor har vi besluttet udelukkende at sælge økologiske bananer fra januar 2020.



Verdens måske mest ambitiøse klimastrategi

I december lancerede vi en ny klimastrategi, der skal gøre Coop klimapositiv i 2030 og allerede i 2025 reducere vores driftsudledninger med 75%. Vi vil også bidrage til at sænke CO₂-udledningen fra leverandører, transportører og forbrugere med mere end en million tons om året.



Danmarks mest bæredygtige brand

Coops vedvarende og ambitiøse indsats for bl.a. økologi, sundhed, mindre madspild og dyrevelfærd blev for andet år i træk belønnet af danske forbrugere med prisen som det mest bæredygtige brand. Prisen blev uddelt af Sustainable Brand Index, som er Europas største undersøgelse af forbrugernes opfattelse af bæredygtige brands.



Madpyramiden relanceret som Klimapyramiden

Vi gennemførte den største klimakampagne i detailhandelens historie. Vi lancerede bl.a. Coops 10 klimaråd, der vejleder til en mere klimavenlig hverdag. Den velkendte Madpyramide fik nyt design og blev uddelt til kunder i alle butikker.

Væk med tobakken

Irma førte an i 2018, og i løbet af 2019 havde alle Coops kæder gemt tobakken væk. Som en del af indsatsen stillede vi et borgerforslag om, at alle salgssteder skal skjule tobakken. Det stillede vi bl.a. sammen med DBU, DGI og Kræftens Bekæmpelse. Det pres var medvirkende til, at Folketinget i december vedtog at gemme tobakken væk i alle butikker og kiosker.



Ny bæredygtig emballage

I 2019 fortsatte vi arbejdet med at miljøforbedre emballagen. Vi udviklede bl.a. emballage, der kan genanvendes og er produceret af genanvendte materialer. Det betyder for eksempel, at kødbakker nu bliver lavet af genanvendt plastik. I 2019 har vi sparet mere end 2.500 tons konventionel plastik.

Åben varedeklaration og skærpede krav til legetøj

Som reaktion på flere sager om skadelig kemi i legetøj indførte vi åben varedeklaration for alt legetøj og skærpede kravene yderligere til indholdet i legetøjet. Vi gennemførte omfattende stikprøvekontroller og efteruddannelse af alle vores leverandører. De leverandører, som ikke kunne eller ville leve op til vores krav, blev opsagt.



155.000 børn lavede klimaliveletter med GoCook

82% af alle grundskoler i Danmark arbejdede i efteråret med GoCook Klimakassen. Eleverne blev klogere på klimaet og bedre i stand til at træffe klimavenlige valg. Eleverne tilberedte klimavenlige retter, som 2 ud af 3 børn fortsatte med derhjemme. GoCook havde 1,7 mio. visninger af madfilm alene på app, web og YouTube i 2019.

Den måde, vi påvirker mennesker og miljø på

Coop er en andelsforening med et aktivt medlemsdemokrati. Sammen med medlemmerne tager vi ansvar for at drive en ansvarlig forretning og udvikle et bæredygtigt dagligvareforbrug.

Forening

Coop er en af Danmarks største demokratiske medlemsorganisationer med 1,8 millioner medlemmer, der alle får del i Coops overskud, kan deltage i arrangementer og indgå i lokale fællesskaber i og omkring butikkerne. Alle medlemmer har mulighed for at stille op til lokale bestyrelser i Kvickly, SuperBrugsen og Dagli'Brugsen, til Coops nationale landsråd og til Coop ambas bestyrelse.

Forretning

I Coop køber og sælger vi varer. Uanset hvor varerne kommer fra, og hvem der har produceret og leveret dem, stiller vi krav til den måde, produktionen foregår på. Det gør vi, fordi produktion, forarbejdning og transport af dagligvarer påvirker mennesker, klima, miljø og natur, både lokalt og globalt.

Et eksempel er Coops kafferisteri African Coffee Coasters (ACR) i Kenya, som vi har startet for at skære fordyrende mellemlid fra og bidrage til udvikling i landet. Forarbejdningen af kvalitetskaffen bliver varetaget lokalt, og det giver os bedre overblik over værdikæden, samt øget mulighed for at sikre ordentlige produktions- og arbejdsforhold.

Coops butikker, kontorer, lagre osv. bruger

el, vand og varme og genererer affald, hvilket påvirker klima og miljø. Vi har derfor sat os selv ambitiøse mål for at reducere vores energiforbrug og mindske affald og madspild fra vores butikker.

Som arbejdsplads for ca. 40.000 medarbejdere er det desuden vores ansvar, at arbejdsdagen forløber sikkert, at arbejdsmiljøet er sundt, og at medarbejderne trives.

Forbrugerstemme

I Coop bidrager vi til de lokalsamfund, vi er en del af, og vi tager ansvar ved at påvirke lovgivningen, udvikle initiativer og netværk sammen med medlemmerne og indgå partnerskaber med for eksempel interesseorganisationer i forsøget på at skubbe på en bæredygtig omstilling af dagligvareforbruget.

Du kan på de følgende sider læse mere om Coops indsatser for at minimere dagligvarens negative påvirkning og maksimere den positive indflydelse, vi som forening, forretning og forbrugerstemme har.

Rapporten udgør Coops lovpligtige rapportering om samfundsansvar, jf. årsregnskabsloven § 99a og § 99b, samt FN's Global Compact-rapportering.

Coops forretningsmodel



Leverandørkontrol af frugt og grønt

Kan leverandørerne fortsat ikke leve op til kravene, afbrydes samhandlen eller sættes i bero, indtil det er tilfældet.

Vi er løbende i dialog med forskere om skadelige stoffer, der kan forekomme i varerne. Herigennem er vi blevet opmærksomme på visse pesticider.

Vi udarbejder på den baggrund en ny pesticidstrategi, hvor 39 stoffer bliver forbudt i produktionen af vores varer. Grænseværdierne for pesticidrester bliver også halveret.

Hvis vi, eller myndighedernes kontrol, finder overskridelser, indleder vi en dialog med leverandørerne for at finde årsagen til overskridelserne.

Vi gennemfører løbende stikprøvekontroller, når varerne bliver leveret til vores lagre. I alt foretog vi ca. 500 pesticid- og 100 mikrobiologianalyser i 2019.

Vi indleder dialog med leverandørerne om de skærpede krav. Vi rådgiver også avlerne om alternativer og hjælper med at lave en plan for udfasning af uønskede pesticider.

Vi stiller krav om sunde, sikre og ansvarlige varer

Alle Coops leverandører skal leve op til en række krav, som ligger ud over lovgivningen, når det gælder produktion og forarbejdning. Samtidig stiller vi også krav til os selv og den måde, vi driver forretning på.

Code of Conduct

De varer, der lander i indkøbskurven, skal være produceret og forarbejdet under ordentlige arbejdsforhold og med respekt for menneskerettigheder. Leverandørkæden skal være fri for bestikkelse og korrupsion, og produktionen skal påvirke natur, klima og miljø mindst muligt. Endelig skal alle varer leve op til strenge kvalitets-, sikkerheds- og sundhedskrav.

Se vores Code of Conduct på coop.dk. Vi præsenterer resultaterne af vores indsats for ansvarlige varer fra side 15 i denne rapport.

Leverandørstyring og -kontrol

Vi har over 200 særlige varekrav, som vores leverandører skal overholde, og halvdelen af disse ligger ud over det, lovgivningen foreskriver. Vi analyserer og risikovurderer vores leverandører. Vi følger op individuelt, hvis nogle ikke lever op til vores Code of Conduct. I nogle tilfælde medfører det, at vi fravælger producenter og leverandører. Se mere i figuren til venstre.

Vi stiller også krav til os selv

Coop er en af Danmarks største arbejdspladser, og medarbejderne er vores største aktiv. Deres sikkerhed og arbejdsmiljø er meget vigtigt, ligesom de skal have mulighed for at udvikle sig, blive fagligt udfordret og gøre karriere i Coop.

Alle butikker efterlever desuden høje standarder for energiledelse og er alle ISO 50001-certificeret. På side 15 kan du læse mere om vores indsats og resultater for driften af vores butikker.

Vores kontrol

Figuren illustrerer den måde, vi arbejder med leverandørstyring og kontrol på. Vi har taget udgangspunkt i indsatsen for at udelukke skadelige pesticider i vores varer.

Analyse af vores væsentligste risici

Vores CSR-indsats og mål er udarbejdet på baggrund af en analyse af de risici og muligheder, der er knyttet til vores forretning.

Coops CSR-strategi, indsats og mål er udarbejdet på baggrund af en væsentlighedsanalyse, som bl.a. er foretaget af Coops Ansvarlighedsboard.

Vi har analyseret de risici, der kan påvirke Coop, vores medlemmer, kunder, medarbejdere, interessenter, natur, miljø og klima negativt. Samtidig har vi identificeret, hvor og hvordan vi kan skabe positive forandringer gennem måden, vi driver og udvikler Coop på.

Se diagrammet med vores indsats til højre.

Forankring og organisering

Ansvarlighedsindsatsen er forankret i alle dele af vores forretning. Fra HR og indkøbsafdelingen på hovedkontoret til butikschefen og frugt- og grøntmedarbejderen i butikken.

Siden 2016 har Coops Ansvarlighedsboard styrket forankringen af ansvarlighedsarbejdet. Boardet, der

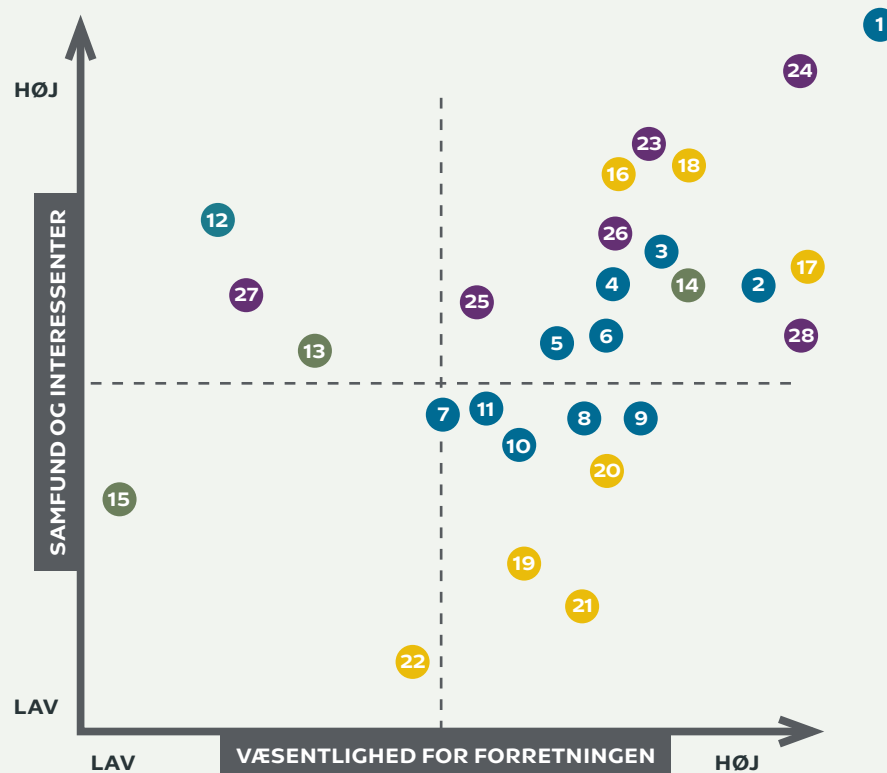
udstikker den strategiske retning, består af direktører fra virksomhedens forskellige forretningsdele, som mødes minimum fire gange om året. I 2019 har Ansvarlighedsboardet været involveret i udarbejdelsen af en ny CSR-strategi, der fastsætter mål og indsats fra 2020 til 2025.

Coops Ansvarligheds- og kvalitetsafdeling arbejder med at udvikle CSR-indsatsen, styrke forretningsintegrationen samt ikke mindst sikre, at Coop overholder gældende lovgivning og vores skærpede krav til varernes sikkerhed, kvalitet og sundhed.

Vores indsats

En analyse af de risici og muligheder, som knytter sig til Coops forretning, ligger til grund for vores ansvarlighedsindsatser. Se diagrammet med vores indsats til højre.

Væsentlighedsanalyse

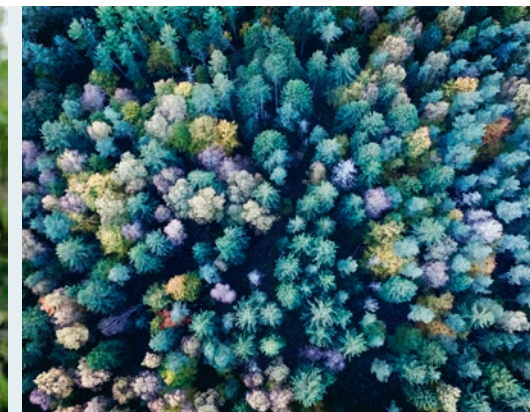


- | | | |
|--------------------------------|------------------------|-----------------------------------|
| 1. Fødevarer sikkerhed | 13. Sundhed | 23. Antikorrupsion og bestikkelse |
| 2. Ansvarlig leverandørstyring | 14. Forbrugeroplysning | 24. Arbejds miljø og -sikkerhed |
| 3. Dyrevelfærd | 15. Velgørehed | 25. Tobak |
| 4. Biodiversitet | 16. Madspild | 26. Mangfoldighed |
| 5. Palmeolie | 17. Klima | 27. Ligestilling |
| 6. Soja | 18. Plast/emballage | 28. Data-etik |
| 7. Antibiotika | 19. Energi | |
| 8. Transparens | 20. Affald | |
| 9. Skadelige kemikalier | 21. Transport | |
| 10. Varer med særlig risiko | 22. Water footprint | |
| 11. Lokale varer | | |
| 12. Styrkelse af lokalsamfund | | |



Miljø og klima

I 2019 har Coop lanceret en ny pesticidstrategi, som betyder, at vi fremover kun sælger økologiske bananer fri for stoffet chlorpyrifos. Vi reducerede også mængden af konventionel plastik med 2.500 tons. Vi gennemførte den hidtil største klimakampagne i vores butikker og i digitale og trykte medier. Her relancerede vi Madpyramiden som Klimapyramide. En ny klimastrategi med meget ambitiøse mål så også dagens lys i 2019. Det samme gjorde en ny politik for bevaring af skov, der skal styrke arbejdet med bæredygtig skovdrift.



INDSATS

Energi og transport

For at nedsætte vores CO₂-aftryk arbejder vi for at reducere vores energiforbrug med udgangspunkt i vores energistrategi. I 2019 har vi fortsat indsatsen for at reducere energiforbruget fra vores butikker. Det er bl.a. sket ved at indføre CTS-fjernstyret overvågning af tekniske installationer og udskifte olie- og gasfyr med varmepumper. Det første solcelleanlæg blev desuden installeret. Flere anlæg vil blive installeret i 2020 og frem. Derudover har vi udarbejdet en klimastrategi, der bl.a. indeholder en målsætning om, at vi skal være CO₂-positive 2030.

Emballage

Vi har en emballagestrategi, der skal sikre mere bæredygtige emballager på alle vores varer. Det mindsker samtidig det klimamæssige aftryk af vores varer. I 2019 har vi opnået en række milepæle. Således har vi reduceret mængden af konventionel plastik i vores emballage med 2.500 tons siden 2018.

Vi har ligeledes udarbejdet en emballageguide til vores leverandører, som gennemgår vores emballagestrategi og giver anvisninger til mere bæredygtig emballage.

Madspild

Vi arbejder på at nedsætte vores madspild og hjælpe forbrugerne med at reducere deres. I 2019 har vi ændret opgørelsen af frugt og grønt-kassationer i flere kæder. Det betyder en stigning i antallet af kassationer. Det reelle udsmid er således ikke steget. Nye tiltag sat i værk i 2019 og 2020 forventes at nedbringe spildet de kommende år.

Økologi

Vi gør en omfattende indsats for at øge det økologiske salg via øget sortiment, kampagneaktiviteter mv. I 2019 har vi oplevet en lidt mindre vækst end ønsket.

MÅLSÆTNINGER

Ved udgangen af 2020 skal energiforbruget være reduceret med 20% (ift. 2016).

I 2018 skal alle butikker/kæder være ISO 50001-certificeret

I 2025 skal andelen af konventionel plastik være reduceret med 25%.

I 2022 skal Coops emballager være genanvendelige.

I 2022 skal Coops emballager være fremstillet af genanvendte materialer, hvor det er muligt.

I 2027 skal Coops emballager være fremstillet af fornybare materialer, hvor genanvendelige materialer ikke er muligt.

Fra 2018 må madspild i butikkerne maksimalt udgøre 1% af butikernes omsætning.

I 2020 vil Coop fordoble salg af økologi (ift. 2013).

Resultat 2018

Følger planen. 10%

Mål opfyldt. 100%

Følger planen.

Følger planen.

Følger planen.

Følger planen.

Mål opfyldt. 1%

Følger planen. 58%

Resultat 2019

Følger planen. 16%

Mål opfyldt. 100%

Følger planen. 2.500 tons konventionel plast er reduceret i 2019 i forhold til 2018.

Følger planen.

Følger planen. Alle kødbakker er nu genanvendelige og lavet af genanvendt plast. Det samme er emballage for rengøringsmidler og vaskemidler.

Følger planen. Plastik er erstattet af pap og papir for al frisk frugt og grønt. Fryseposer er nu lavet af biomateriale.

2%

72%

INDSATS	MÅLSÆTNINGER	Resultat 2018	Resultat 2019
<p>Pesticider</p> <p>Vi ønsker at nedsætte potentielle sundhedsrisici, der kan følge af eksponeringen for specifikke kemikalier eller cocktaileffekter af disse. I 2019 har vi udarbejdet en ny pesticidstrategi med skærpede krav og implementeret disse i leverandørstyringen. Det har bl.a. betydet, at vi tog beslutning om at udfase alle konventionelt dyrkede bananer, fordi producenterne ikke ønskede at efterleve kravene. Fra 2020 sælger vi således udelukkende økologiske bananer.</p>	<p>Fra 2018 vil vi arbejde for, at pesticidrester i vores friske frugt og grønt skal holde sig under 50% af gældende grænseværdier.</p>	<p>Følger planen. 95% af testede højrisikovarer har værdier under 50% af grænseværdierne.</p>	<p>94% af testede varer har grænseværdier under 50% af grænseværdierne.</p>
<p>Affald</p> <p>For at nedsætte vores miljø- og klimamæssige aftryk arbejder vi for at øge genanvendelsesgraden af vores affald, både i butikker og på lagre. Vi udarbejdede en omfattende affaldsanalyse på tværs af afdelinger, hovedkontor, transport, kørsel, logistikcentre med henblik på at styrke indsatsen fra 2020. På grund af udrulning af nyt it-system i butikkerne blev en intern affaldskampagne udskudt til 2020. Derfor var det ikke muligt at øge genanvendelsesprocenten i 2019.</p>	<p>I 2020 vil vi genanvende 95% af Coops affald.</p>	<p>Følger planen. 77% af alt affald genanvendt.</p>	<p>77% af alt affald genanvendt.</p>
<p>Bæredygtigt fiskeri</p> <p>For at nedsætte risikoen for nedgang i biodiversiteten i havene arbejder vi for at få et bæredygtigt fiske- og skaldyrssortiment, der tager højde for fangstmetoder, fangstområder og skånsomt opdræt. I 2019 indførte vi nye røgede produkter fra ASC-certificeret opdræt, ligesom vi fortsatte arbejdet i Tuna2020-alliancen. I 2019 blev en række MSC-certificerede fiskerier suspenderet. Derfor var det ikke muligt at øge andelen i 2019.</p>	<p>I 2025 skal Coops omsætning af fisk og skaldyr være 100% bæredygtig via MSC-, ASC- eller økologificering.</p>	<p>Følger planen. 46% af omsætningen certificeret.</p>	<p>43%</p>
<p>Palmeolie</p> <p>Produktion af palmeolie kan medføre risiko for afskovning, fald i biodiversitet og mindre optag af CO₂. Coop er RSPO-medlem og sikrer løbende, at palmeolieforbruget i egne varemærker er RSPO-certificeret eller dækket via RSPO-certifikater.</p>	<p>Fra 2017 skal palmeolieforbruget i alle Coops fødevarer i egne varemærker være RSPO-certificeret eller dækket af RSPO-kreditter.</p>	<p>Mål opfyldt. 100%</p>	<p>Mål opfyldt. 100%</p>
<p>Soja</p> <p>Produktion af soja kan, ligesom palmeolie, medføre risiko for afskovning og tab af biodiversitet. Coop er RTRS-medlem og arbejder med kortlægning af vores direkte og indirekte sojaforbrug. Sideløbende bidrager vi til dialog i branchen. I 2019 etablerede vi sammen med Dansk Initiativ for Etisk Handel, resten af detailhandelen samt en række NGO'er m.fl. Dansk alliance for bæredygtig soja.</p>	<p>I 2022 skal det direkte og indirekte sojaforbrug i Coops fødevarer i egne varemærker være dækket af RTRS-certifikater eller tilsvarende certificeringer.</p>	<p>Følger planen. Direkte forbrug: 0%</p> <p>Følger planen. Indirekte forbrug: Vi formulerede krav til leverandører og igangsatte indledende interessentdialog.</p>	<p>Mål opfyldt. Direkte forbrug: 100%</p> <p>Følger planen. Indirekte forbrug: Vi har implementeret leverandørkrav fra 2020 med virkning fra 2021.</p>
<p>Bæredygtigt skovbrug</p> <p>For at undgå risiko for afskovning har vi krav om FSC-certificering af havemøbler, FDB-møbler og EUTR-omfattede varer, hvor vi selv har importansvaret, for at sikre sporbarhed og bæredygtigt skovbrug. Ligeledes har vi krav om FSC-mærke på papirvarer og grillbriketter i Ånglamark-brandet. I 2019 har vi desuden udarbejdet en politik for bevaring af skov.</p>	<p>Fra 1. jan. 2018 skal alle havemøbler, FDB-møbler og træbaserede varer, som er omfattet af EUTR-lovgivningen (og importeret uden for EU som FOB), være FSC-certificerede.</p>	<p>Mål opfyldt. 100%</p>	<p>Mål opfyldt. 100%</p>
<p>Dyrevelfærd</p> <p>Vi arbejder for at højne dyrevelfærden for produktionsdyr. Vi har udviklet et dyrevelfærdsmærke og lancerer løbende nye varer med dette mærke. Derudover har vi udfaset friske buræg fra sortiment og lagt en plan for udfasning af skjulte buræg i vores egne varemærker.</p>	<p>I 2020 skal Coop føre 1.000 dyrevelfærdsmærkede varer.</p> <p>I 2020 skal alle buræg være udfaset i produkter i egne varemærker.</p>	<p>Følger planen. 500 varer</p> <p>Følger planen.</p>	<p>Følger planen. 611 varer</p> <p>Mål opfyldt. 100%</p>

Sociale forhold og medarbejderforhold

Coop skal være en sikker arbejdsplads, og vi gør en stor indsats for at forebygge ulykker. Vi tager også ansvar for at hjælpe udsatte mennesker med at finde fodfæste på arbejdsmarkedet. For eksempel gennemfører 80% inklusionsprogrammet Klar til start og får fast job bagefter.



INDSATS

Jobtræning

Vi samarbejder lokalt med kommuner om at tilbyde praktikpladser og ansættelser med løntilskud for derved at hjælpe folk ind på arbejdsmarkedet.

Inklusion

Vi deltager i programmet Klar til start, der tilbyder mennesker med autisme et praktikforløb med mulighed for efterfølgende ansættelse.

Sikkerhed

For at nedsætte risikoen for arbejdsulykker og skader arbejder vi med at skabe en sikkerhedskultur, der er forebyggende, både i butikker, på kontorer og i logistikcentre. Coop har siden 2018 valgt at støtte Vision Zero, hvor den overordnede tanke er, at alle ulykker er mulige at forebygge. I 2019 har vi fastholdt antallet af ulykker på et lavt niveau, og andelen af grønne smileys fra Arbejdstilsynet er fortsat høj. I 2020 vil vi udvikle den fremtidige strategi på arbejdsmiljøområdet, herunder fastsætte nye, ambitiøse mål.

MÅLSÆTNINGER

I 2020 skal Coop have min. 5.000 ledige i praktik eller løntilskud. *1

I 2020 skal min. 25% af praktikanter og ansatte med løntilskud komme i job bagefter i Coop eller andet sted.

Fra 2013 fastansætter vi løbende mennesker med autisme i Coops butikker.

I 2021 skal antallet af alvorlige arbejdsulykker være reduceret med 20% i forhold til 2015.

Coop skal altid opnå mindst 90% grønne smileys fra Arbejdstilsynet.

Resultat 2018

Mål opfyldt.
5.324

Følger planen.
18%

Følger planen.
85 mennesker med autisme er ansat i Coops butikker siden 2013.

Mål opfyldt.
Antallet af alvorlige ulykker reduceret med 24%.

Mål opfyldt.
96% grønne smileys.

Resultat 2019

Mål opfyldt.
5.423

Følger planen.
22%

Følger planen.
Yderligere 45 mennesker med autisme ansat i 2019. I alt er 130 mennesker med autisme blevet ansat i Coops butikker siden 2013.

15% *2

Mål opfyldt
99% grønne smileys.

*1 Data indsamlet i perioden primo Q4 2018 til ultimo Q3 2019.

*2 I 2019 har vi benyttet et nyt beregningsgrundlag for antallet af alvorlige ulykker, hvorfor resultaterne for 2018 og 2019 ikke er direkte sammenlignelige.



Ligestilling og diversitet

Vi fortsatte indsatsen for at styrke mangfoldigheden blandt ledere i Coop på alle niveauer. Vi gennemførte bl.a. et omfattende projekt om stillingsstrukturer, hvor vi sammenlignede løn, performance, stillingskompleksitet og køn. Vi gennemgik også Coops ledelses-pipeline for at styrke ligevægten imellem kønnene. Fra 2020 vil vi indføre en mentorordning for ledere. Kvinder i ledelse vil også fremover være et bærende element i mangfoldighedsindsatsen.

MÅLSÆTNINGER	Resultat 2017	Resultat 2018	Resultat 2019
Bestyrelsen i Coop amba Vi opfordrer til opstilling af lige antal kvinder og mænd. Bestyrelsen er demokratisk valgt.	22% kvinder 78% mænd	22% kvinder 78% mænd	22% kvinder 78% mænd
Coop ambas direktion Coop ambas direktion består kun af én person, her er derfor ikke et mål på området.	0% kvinder 100% mænd	0% kvinder 100% mænd	0% kvinder 100% mænd
Coop Danmark A/S' bestyrelse I 2021 tilstræber vi, at min. 40% af bestyrelsen består af kvinder.	17% kvinder 83% mænd	33% kvinder * 67% mænd *	33% kvinder 67% mænd
Coop Danmark A/S' direktion I 2020 tilstræber vi, at min. 40% af direktionen består af kvinder.	0% kvinder 100% mænd	20% kvinder 80% mænd	20% kvinder 80% mænd
fakta A/S' bestyrelse I 2020 tilstræber vi at øge andelen af kvinder i den generalforsamlings-valgte bestyrelse.	0% kvinder 100% mænd	0% kvinder 100% mænd	0% kvinder 100% mænd
fakta A/S' direktion faktas direktion består kun af én person, her er derfor ikke et mål på området.	0% kvinder * 100% mænd	100% kvinder 0% mænd	100% kvinder 0% mænd
Butikker I 2020 er det vores mål, at 25% af alle butikschefen på tværs af Coops kæder skal være kvinder.	19% kvinder 81% mænd	20% kvinder 80% mænd	20% kvinder 80% mænd

* Data korrigeret fra forrige årsrapporter.



Antikorrupktion og bestikkelse

Vores interne regler for god forretningsførelse og krav til leverandører udgør rammen for vores løbende indsats mod korrupktion og bestikkelse. Vi har desuden en whistleblower-ordning.

INDSATS	MÅLSÆTNINGER	Resultat 2018	Resultat 2019
Antikorrupktion I 2019 har medlemmerne af koncernledelsen i Coop Danmark A/S gennemgået selskabets interne regler vedrørende god forretningsførelse. Medlemmerne af koncernledelsen har desuden gennemgået indholdet af regelsættet med relevante nøglemedarbejdere. I løbet af 2020 vil vi forberede udrulning af et gentræningsprogram.	Gennemførelse af indsats over for nøglemedarbejdere for at øge kendskabet til Coop Danmark A/S' interne regler vedrørende god forretningsførelse.	Følger planen. Evaluering blev gennemført og plan for implementering blev udarbejdet.	Følger planen. Koncernledere fik gennemgået selskabets interne regler vedrørende god forretningsførelse, ligesom reglerne blev gennemgået med udvalgte nøglemedarbejdere.
	Fra 1. marts 2019 skal det præciseres i standardansættelseskontrakter for Coop Danmark A/S, at regler for god forretningsførelse skal overholdes.	Følger planen. Plan for implementering blev udarbejdet.	Mål opfyldt. Standardansættelseskontrakter henviser nu til regler for god forretningsførelse.



Menneskerettigheder

Vores ca. 185.000 varer kommer fra hele verden. Vi undersøger løbende risici for overtrædelser af menneskerettighederne og samarbejder med både små og store leverandører for at sikre blandt andet retfærdige lønninger, ligestilling, og at der ikke foregår børnearbejde.



INDSATS	MÅLSÆTNINGER/INDIKATOR	Resultat 2018	Resultat 2019
<p>Ansvarlig leverandørstyring</p> <p>Vi monitorerer løbende compliance-niveauet i vores leverandørkæder til egne varemærker via vores program for Ansvarlig leverandørstyring. I 2019 har vi udvidet vores stikprøvekontroller til at omfatte betydeligt flere varekategorier, ligesom vi udvidede vores program med en særlig indsats for ikke-fødevarer. Derudover har vi udvidet vores risikovurdering for frisk frugt og grønt til at omfatte syd- europæiske lande og derfor introduceret nye krav om Global Gap Grasp-certificering hos leverandørerne. Det har betydet et mindre, men forventeligt fald i compliance.</p> <p>I 2019 blev vores kafferisteri, African Coffee Coasters i Kenya desuden BCSI-certificeret.</p>	<p>Min. 95% af vores leverandører af egne varemærker lever op til vores Code of Conduct.</p>	<p>Mål opfyldt. 96%</p>	<p>Fødevarer 80%</p> <hr/> <p>Ikke-fødevarer 90%</p>
<p>Råvarer med særlig risiko</p> <p>Produktionen af visse råvarer kan medføre en øget risiko for brud på menneskerettighederne. Vi har derfor krav om certificering efter internationalt anerkendte tredjeparts auditeringer af disse grupper råvarer.</p>	<p>I 2020 skal kaffe, te og kakao være certificeret med Fair Trade, UTZ eller Rainforest Alliance.</p>	<p>Følger planen. 79%</p>	<p>Følger planen. 79%</p>



Beskyttelse af persondata

Vi håndterer store mængder data og forebygger risici for brud på persondataforordningen ved hjælp af sikre systemer, fastlagte procedurer, retningslinjer og intern træning.

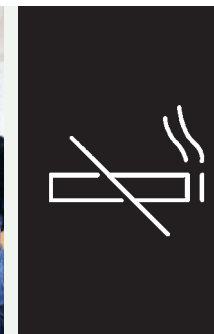


INDSATS	MÅLSÆTNINGER	Resultat 2018	Resultat 2019
<p>Persondata</p> <p>Opmærksomheden omkring beskyttelse af persondata er forankret i organisationen. Der er udpeget 25 personer, der har ansvar for korrekt persondatahåndtering i de enkelte forretningsområder, og en Data Protection Officer er engageret. Vi har endvidere udviklet e-learning i persondata. Vi har i sommeren 2019 flyttet e-learning fra en platform til en anden for at automatisere processen. Det betød også, at mailprocessen ved tildeling af kurset og rykkerprocessen ved manglende gennemførselse forsvandt, hvilket havde en påvirkning på 2019-resultatet. Denne mailproces arbejdes der på at implementere igen.</p>	<p>Ved udgangen af 2020 skal 80% af alle medarbejdere på Coops hovedkontor, i Coop Trading samt udvalgte nøglemedarbejdere i butikker og logistikcentre have gennemført e-learning.</p>	<p>Mål opfyldt. 89% på hovedkontor, Coop Trading samt logistik.</p> <hr/> <p>For medarbejdere i butikkerne var resultatet 35%.</p>	<p>71% på hovedkontor, Coop Trading samt logistik.</p> <hr/> <p>For medarbejdere i butikkerne var resultatet 24%.</p>



Sundhed

I 2019 opnåede Coop en række milepæle i indsatsen for at fremme sunde varer og forbrugsvaner. Efter mange års indsats og samarbejde med forskere og NGO'er fra ind- og udland vedtog Folketinget at forbyde fluorstoffer. Vi fortsætter indsatsen for et EU-forbud i 2020. Vi bidrog også aktivt til, at tobak fra 2020 skal være tildækket i alle udsalgssteder. Igen i år satte GoCook rekord, da over 150.000 skoleelever lavede sunde og klimalækre retter i skolekøkkenerne landet over.



INDSATS

MÅLSÆTNINGER

Resultat 2018

Resultat 2019

Fremme af effektiv lovgivning

Vi arbejder aktivt for at bidrage til effektiv regulering, herunder via Coops deltagelse i EU's task force for cirkulær økonomi. Ligeledes har vi løbende dialog med forskere mv. for at identificere risici og udvikle Coops varekrav for at være på forkant med ny viden og risici. Efter mange års fokuseret indsats, bl.a. i samarbejde med forskere fra ind- og udland, lykkedes det i 2019 at få Folketinget til at vedtage en lov om forbud mod fluorstoffer. Vi udfasede desuden en række kosmetikprodukter, fødevarekontaktmaterialer mv., der indeholdt fluorstoffer.

Vi skal have rådgivning og få sparring fra forskere, lovgivere, industri og andre interessenter.

Mål opfyldt.

Mål opfyldt.

Fødevarerikkerhed i butikkerne

Vi uddanner løbende personale i fødevarerikkerhed og følger op på butikernes procedurer og egenkontrol for at undgå sundhedsrisiko. I 2019 bestod indsatsen bl.a. i at efteruddanne butikschefen, fagchefer og salgschefer.

Fra 2014 skal vi opnå minimum 99% 1'er smileys fra Fødevarerstyrelsen.

Mål opfyldt.
99%

Mål opfyldt.
99%

Vare- og kvalitetskrav

Vi har over 200 nøje udvalgte varekrav, som skærpes løbende. Det har vi for at sikre høj fødevarerikkerhed, kundernes tryghed samt fremme af sundere livsstil. Ud fra en risikovurdering foretages audits af Coops leverandører samt analyse- og dokumentationsprojekter for at sikre overholdelse af lovgivning og egne krav. I 2019 har vi haft særligt fokus på legetøj og gennemført omfattende stikprøvekontroller. På den baggrund har vi afholdt seminarer for alle vores legetøjsleverandører med henblik på at sikre efterlevelse af gældende lovgivning.

Fra 2014 skal 100% af egen import af nonfood kontrolleres ift. overholdelse af vare- og kvalitetskrav.

Mål opfyldt.
100%

Mål opfyldt.
100%

Fra 2011 uddanner og udvikler vi leverandører til at overholde lovgivning og Coops skærpede krav på baggrund af en risikoanalyse af leverandørgrupper.

Mål opfyldt.

Mål opfyldt.

Skadelige kemikalier

Vi har forbud mod en række skadelige kemikalier, der ligger langt ud over lovgivningen. Bl.a. har vi forbud mod fluorerede stoffer og bisphenoler, som er kædet sammen med øget risiko for bl.a. hormonforstyrrelser og kræft. I 2019 fortsatte vi indsatsen for legetøj og indførte krav om produktdeklarering med fuld ingrediensliste på kemiholdigt legetøj, hvor der er risiko for migration. Vi udfasede efterfølgende de producenter, der ikke ønskede at leve op til dette krav.

Vi skal sikre kontrol i forhold til overholdelse af Coops skærpede varekrav vedr. kemikalier.

Mål opfyldt.

Mål opfyldt.

Tobak

Vi vil bidrage til, at ingen børn og unge begynder at ryge, da rygning kan have store sundhedsmæssige konsekvenser. Derfor har vi besluttet at skjule tobakken i alle vores butikker, og det er nu lykkedes også at påvirke politikerne til at gøre det til national lovgivning i 2020.

I 2019 har vi haft fokus på kendskab til lovgivning om aldersgrænser og evalueret vores stikprøvekontroller.

Vi gennemfører kvartalsvise stikprøvekontroller vedr. overholdelse af aldersgrænser ved tobakssalg.

Fra 2019 skal tobak være tildækket i alle Coops butikker.

Mål opfyldt.

Følger planen. Irmas butikker skjulte tobakken allerede i 2018.

Mål opfyldt.

Mål opfyldt. Al tobak er nu tildækket i alle butikker.

GoCook

GoCook lærer børn at lave mad, opnå råvarekendskab og blive 'madmodige'. Det skal styrke børnenes forudsætninger for en sundere livsstil. I 2019 satte GoCook fokus på klimalækkere mad.

Over 150.000 elever fra 3 ud af 4 skoler skal deltage i GoCook og få mere viden om mad.

Mål opfyldt.
154.000 børn

Mål opfyldt.
155.000 børn

coop
Det gi'r mening