



KONSUMENT  
FÖRENINGEN  
STOCKHOLM

# Kloka val

Hållbarhetsredovisning 2022



## Konsumentföreningen Stockholm

Konsumentföreningen Stockholm (KfS) representerar 1,2 miljoner medlemmar i Stockholm, Östergötland, Södermanland och Uppsala. Vi äger och driver närmare 200 butiker via bolaget CBS (Coop Butiker & Stormarknader med dotterbolag) och bidrar med goda idéer, nya lösningar och resurser för att förbättra butiksoplevelse, sortiment, pris och erbjudanden.

Vi har hälsa och hållbarhet högt på agendan och arbetar för att våra medlemmar ska kunna konsumera smart och hållbart. Alltid med utgångspunkt i våra kooperativa värderingar, där kärnan är medlemmarnas inflytande och övertygelsen att saker blir bättre när vi gör dem tillsammans.

Våra medlemmar äger en del av Coop, och kan vara med och påverka arbetet med att göra Coop till den bästa dagligvaruhandeln i vårt verksamhetsområde. Medlemskapet och Coop-kortet är nyckeln till förmånliga erbjudanden och rabatter både hos KfS, Coop och andra företag, liksom till kultur-, nöjes- och idrottsupplevelser.

## VISION

Vi är medlemmarnas bästa affär.

## MÅL 2030

- Våra medlemmar äger den bästa dagligvaruhandeln i verksamhetsområdet.
- Våra medlemmar konsumerar smart och hållbart.

CBS målbild:  
**SVERIGES  
BÄSTA  
MATKEDJA**

## Innehåll

### 03. Vd har ordet

### 04. Hållbarhet i KfS och CBS

### 06. Vårt hållbarhetsarbete

Science Based Targets

Hållbarhetsdeklarationer

Biologisk mångfald

Vårt sortiment

Våra förpackningar och plastanvändning

Matsvinn och avfall

Hälsa

### 13. Våra leverantörer

### 14. Våra butiker, kontor och terminaler

### 16. Våra medarbetare

### 17. Vårt samhällsengagemang

### 18. Coop i Sveriges organisation och affärsmodell

### 20. Policyer, risker och riskhantering i KfS

### 23. Styrelsens och vd:s underskrifter

#### Rapportens omfattning

KfS styrelse är ansvarig för den här rapporten. De resultat som presenteras avser hela Coop i Sverige samt resultat från och projekt som bedrivs inom KfS-koncernen (Konsumentföreningen Stockholm 702002-1445, Coop Butiker & Stormarknader AB, 556030-5921, Coop Sydöst AB 556239-3388 och Coop Sverige Fastigheter AB 556435-4453). Rapporteringen följer årsredovisningslagen och tillägget om obligatorisk hållbarhetsredovisning.

#### Läs mer:

- Årsredovisning och Hållbarhetsredovisning för Coop Sverige AB, [coop.se](http://coop.se)
- KfS Verksamhetsberättelse, [kfstockholm.se](http://kfstockholm.se)
- KfS Hållbarhetspolicy, [kfstockholm.se](http://kfstockholm.se)



# Ökade möjligheter till hållbar medlemsnytta

*“Att göra  
hållbara val när  
vi handlar ska bli  
ännu enklare.”*

**TILLSAMMANS ÄR VI** starkare, är kooperationens grundidé. Den passar väl in i beskrivningen av KFS och Coop Butiker & Stormarknaders (CBS) utökade samarbete i och med KFS förvärv av de cirka 200 Coop-butikerna i vårt verksamhetsområde. Tillsammans med de andra 27 konsument-



**TYDLIGT FOKUS.** KFS vd Lars Ericsson ser möjligheter till ett ännu bättre hållbarhetsarbete i den nya organisationen.

föreningarna i landet och Coop Sverige AB har vi bra förutsättningar för ett konkurrenskraftigt och hållbart erbjudande till våra medlemmar och kunder.

I det viktiga hållbarhetsarbetet har vi olika roller som kompletterar varandra. Coop Sverige har en sammanhållande och övergripande roll. De hjälper och coachar föreningarna att nå de mål som är satta för exempelvis Science Based Targets, de vetenskapligt grundade mål som vi jobbar mot för att uppnå Parisavtalets klimatmål. CBS står för konkretiseringen av arbetet i butik och KFS har kopplingen till medlemmarna och möjligheter att göra investeringar och samarbeten som för utvecklingen framåt.

En förutsättning för hållbar utveckling är resurseffektivitet. I dessa tider med inflation och minskade marginaler är det än mer aktuellt att se över konsumtionen. Att göra hållbara val när vi handlar ska bli ännu enklare och det behöver inte alltid vara dyrare. Att inte kasta mat är den enskilt viktigaste hållbarhetsinsatsen där vi alla kan bidra och dessutom spara pengar. Ett exempel bland många är CBS initiativ "Handla gott gör gott" som gör det möjligt att köpa bra mat till ett ännu bättre pris och samtidigt hjälpa butikerna att minska matsvinnet. En vinst både för plånboken och planeten.

**HÅLLBARHET HAR ALLTID** varit högt prioriterat hos KFS. Det vittnar flera av de samarbeten och investeringar som gjorts under åren om, alltid med medlemsnyttan i fokus. Det blir extra tydligt nu när vi konkret kan integrera projekten i butik tillsammans med CBS. Ett bra exempel är samarbetet med Världsnaturfonden WWF och vårt gemensamma arbete för att öka arealen hävdad naturbetesmark i Södermanland, Uppland och Östergötland.

Naturbetesmarkerna är Sveriges motsvarighet till den artrika regnskogen och det är av största vikt att vi bevarar förutsättningarna för den rika biologiska mångfald som finns där. Coop är den enda kedja som erbjuder svenskt naturbeteskött i sina butiker. Hållbart och lokalt producerat kött som gynnar den viktiga biologiska mångfalden.

Tillsammans kan vi bidra till en mer hållbar värld! Välkommen att ta del av vårt arbete.

**Lars Ericsson**  
Vd, Konsumentföreningen Stockholm



# Hållbarhet i Kfs och CBS

**Kfs mål är att våra medlemmar ska konsumera smart och hållbart år 2030. Därför är hållbarhet en av våra hjärtefrågor och något som genomsyrar hela vår verksamhet. Med 1,2 miljoner medlemmar kan vi vara med och göra skillnad för en hållbar utveckling.**

Som ägare till CBS är Kfs uppgift att skapa den bästa matkedjan i verksamhetsområdet – en hållbar affär helt enkelt.

I CBS Coop-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.



**GLOBALA MÅLEN**  
för hållbar utveckling

## FN:s globala mål

**MED HÅLLBARHET SOM** vår grundpelare utgår vi från FN:s globala mål för hållbar utveckling.

**50%**

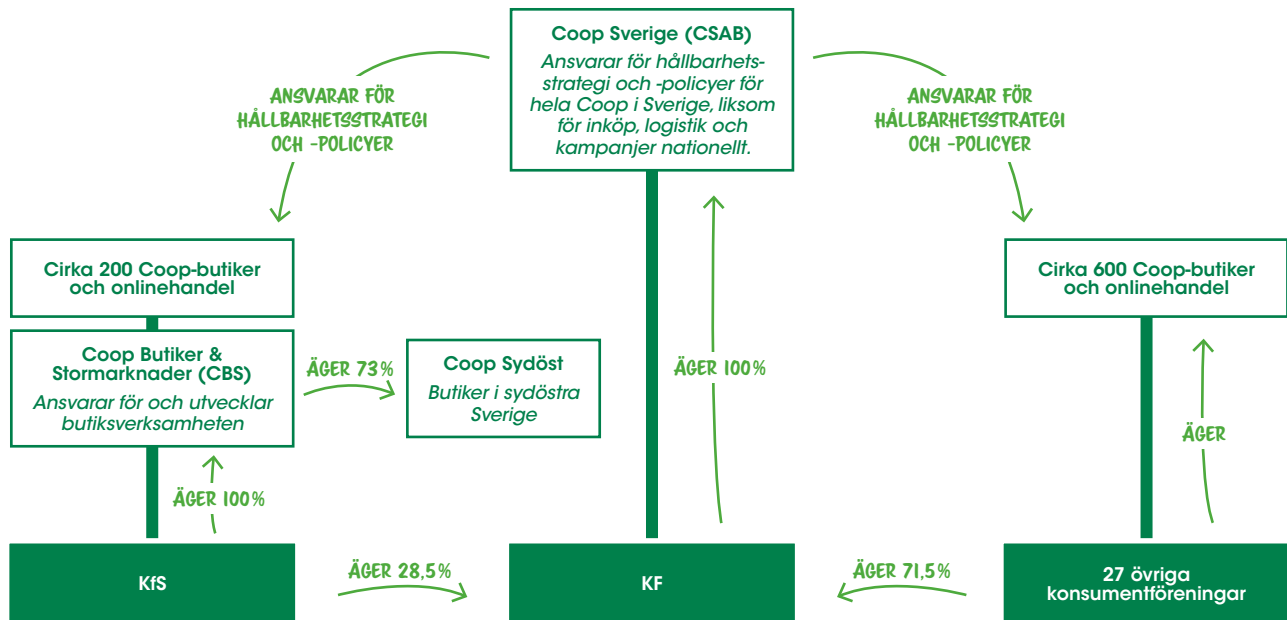
## Vårt klimatmål

**COOPS KLIMATMÅL ÄR** godkända av Science Based Targets. De innebär att vi har som mål att minska klimatpåverkan enligt Scope 1 och 2 med 50 procent fram till 2026 (basår 2019). Coops klimatmål omfattar utsläpp som sker inom alla butiker, terminaler, kontor, transport och inom onlinehandel. 67 procent av Coops omsättning ska år 2025 vara på varor där leverantörerna har satt klimatmål enligt Science Based Targets för sin egen verksamhet. Läs mer på sid 6.

## Global Compact

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

## Samordnat hållbarhetsarbete



Coop i Sverige består av Kfs och 27 andra konsumentföreningar inklusive dotterbolag, samt CSAB inklusive Coop Logistik AB. En stor del av hållbarhetsarbetet sker samordnat inom Coop i Sverige. CSAB ansvarar för att utarbeta och fastställa en gemensam hållbarhetsstrategi och -policyer för hela Coop i Sverige. Genom det nära samarbetet mellan CSAB och föreningarna säkras effektivitetsvinster såväl som kvalitet i hållbarhetsarbetet. Läs mer om den kooperativa affärsmodellen och CSAB:s ansvar för det samordnade hållbarhetsarbetet på sid 18.

### ANSVARSFULL PLAST- ANVÄNDNING

Coops användning av plast ska vara resurseffektiv, innovativ och ansvarsfull. Vårt mål är att alla plastförpackningar under egna varumärken och alla förbrukningsvaror för mat och dryck förpackade i butik ska vara materialåtervinningsbara år 2025 och tillverkade av 100 procent förnybar eller återvunnen plast år 2030. Läs mer på sid 9.



**MEDVETENHET.** Coop ska ge vägledning och öka hållbara val.

### Coop i Sveriges prioriterade områden inom hållbarhet:

- Minskad klimatpåverkan
- Endast cirkulära flöden
- Ökad biologisk mångfald
- Hälsosamma vanor
- Minskad antibiotikaanvändning
- Öka hållbara val

### MINSKA MATSVINNET!

Vi arbetar aktivt för att motverka matsvinn i alla led. Vårt mål är att matsvinnet som uppstår i Coops verksamhet ska vara mindre än 1 procent av omsättningen 2025.

### Kfs hållbarhetsmål

**MÅL 1:** Verka för hållbar konsumtion

**MÅL 2:** Opinionsbilda i ämnen kopplade till hållbar utveckling

**MÅL 3:** Hushålla med resurser

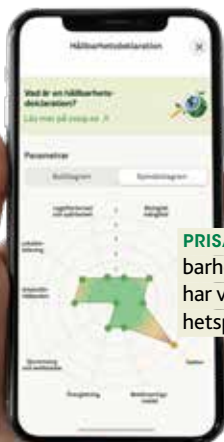
**MÅL 4:** Verka för social hållbarhet



**NATURBETE.** KfS samarbete med Världsnaturfonden WWF bidrar till ökad biologisk mångfald och ökad tillgång till naturbeteskött i Coops butiker.

# Vårt hållbarhetsarbete

Hållbarhet är integrerat i alla våra processer och rutiner – allt ifrån övergripande klimatmål till hur ett äpple med skönhetsfel tas omhand i Coop-butiken. Här beskrivs de mål och verktyg Coop Sverige ansvarar för tillsammans med exempel på hur KfS och CBS arbetar för att målen ska uppnås.



**PRISAD.** Coops hållbarhetsdeklaration har vunnit hållbarhetspriser under året.

## Science Based Targets

Sedan 2021 har vi ambitiösa klimatmål som är godkända av Science Based Targets. Vi ska minska vår klimatpåverkan (scope 1 och 2) med 50 procent fram till 2026, med basår 2019. För att lyckas med detta arbetar vi bland annat med att byta ut gammal köldmedia, välja fossilfria transporter, som tåg i stället för lastbil, samt satsa på energisparande lösningar såsom solceller på vårt nya automatlager. Vi ser också

över våra flygtransporter för säsongsvoror och har under 2022 diskuterat strategier tillsammans med andra i branschen för hur vi ska minimera dessa.

Till 2026 ska två tredjedelar av våra leverantörer ha satt sina Science Based Targets och vi ska minska våra produkters klimatpåverkan med 25 procent jämfört med basåret 2019. Detta kräver mycket av oss internt, men för att lyckas kommer vi också behöva samarbeta med andra aktörer

## “Vi ska minska vår klimatpåverkan med 50 procent fram till 2026.”

i branschen och i varornas livscykelkedja. Arbetet med att nå de uppsatta målen kommer att beröra hela Coop i Sverige och har planerats under 2022. Vi har bland annat tagit fram underlag för vilken klimatpåverkan vi har i dag per kategori, förening, produkt, tidpunkt och butiksförmåt. Det ger oss en tydlig bild av vad vi kan göra nu och vad vi måste satsa på kommande år för att minska vår klimatpåverkan och nå våra mål.

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

### Coop Hagastaden prisas

Coop Hagastaden utsågs under 2022 till en av Sveriges mest hållbara matbutiker enligt White Guide Green och butiken behåller därmed sin placering från föregående år. White Guide Green har sedan 2017 bedömt matbutiker över hela landet efter hur de visar och värnar om en långsiktigt hållbar konsumtion och som lyfter fram hållbara livsmedel såväl i butiken som i kommunikationen med sina kunder. Mer grönt, svenskt och ekologiskt – samt större fokus på hållbart fiske, medvetna val av kött, djuromsorg, socialt ansvar och hälsosamma matvanor är några av de saker som premieras av White Guide Green.

### Hållbarhetsdeklarationen

Sedan 2019 har Coop utvecklat hållbarhetsdeklarationen som är ett metodverktyg som syftar till att redogöra för ett livsmedels hållbarhetsavtryck. Utvecklingsarbetet har skett tillsammans med leverantörer och standardägare samt expertis både internt och externt. Ambitionen med hållbarhetsdeklarationen är dels att styra vårt sortiment och våra inköpsprocesser i en mer hållbar riktning, dels att fungera som stöd och underlätta för kunden att göra mer hållbara val vid köptillfället. Efter lanseringen våren 2021

har vi utvecklat regelverket som redovisar metodiken bakom verktyget samt de källor som använts. Tillsammans med experter har vi under 2022 genomlyst och granskat alla tio parametrarna som ingår i verktyget för att fördjupa trovärdigheten och användningspotentialen. Under senhösten 2022 granskades framför allt de tre sociala parametrarna extra noga. Parallellt har vi utvecklat den interna styrningen med stöd i hållbarhetsdeklarationen. Tydliga mål har satts upp för både sortimentsutvecklingen och för inköpsprocesserna. Vi har även skapat förutsättningar att följa upp försäljningsutvecklingen kopplat till parametrarna i hållbarhetsdeklarationen och ett fördjupat arbete för klimatparametern. Det arbetet kommer att fortsätta under 2023 och framåt.

Under 2022 har vi vid ett flertal tillfällen uppmärksammats i media och fått nomineringar till, och vunnit, ett flertal hållbarhetspriser för hållbarhetsdeklarationen. Coop Trading, SOK (Coop Finland) och Coop Norge har visat stort intresse för att implementera hållbarhetsdeklarationen i sina processer för inköp och sortimentsutveckling.

Den 31 december 2022 hade mer än 13 800 varor en hållbarhetsdeklaration, motsvarande 75 procent av volymen. Bland Coops egna varumärken (EMV) samt frukt och grönt hade cirka 92 procent hållbarhetsdeklaration. Målet är att alla varor ska ha en hållbarhetsdeklaration. Läs mer om hållbarhetsdeklarationens parametrar och regelverket på [coop.se/hallbarhetsdeklarationen](https://coop.se/hallbarhetsdeklarationen).

# 13 800

Den 31 december 2022 hade mer än 13 800 varor en hållbarhetsdeklaration.



COOP HAGASTADEN. En av Sveriges mest hållbara butiker enligt White Guide Green.



**NATURBETESKÖTT.** Världsnaturfonden WWF ger Coops naturbeteskött grönt ljus.

## Biologisk mångfald

Biologisk mångfald innebär en variationsrik natur med en mångfald av arter som samlever. Tack vare den biologiska mångfalden skapas ekosystem som ger oss människor mat, frisk luft, rent dricksvatten och ett samhälle som står bättre emot klimatförändringar. I dag är den biologiska mångfalden hotad, vilket riskerar att skada ekosystemen. Genom olika initiativ vill vi bidra till att stärka den biologiska mångfalden.

### Samarbete med WWF kring naturbeteskött

Under året har KfS samarbete med Världsnaturfonden WWF om naturbetesmarker förstärkts och utökats. Under 2023 kommer arealen naturbetesmarker att ökas i Uppland, Södermanland och Östergötland. Samarbetsprojektet stöttar Coops fortsatta satsning på naturbeteskött samtidigt som stora resurser läggs på att stärka den biologiska mångfalden.

### Vårt sortiment

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

Vi är stolta över att vara en dagligvarukedja som ligger i toppen med avseende



### Coop-bin ger lokal honung

I samarbete med Svenska Bin har medlemmar kunnat bli värdar för Coop-bikupor och på så sätt aktivt stötta svensk biodling och bidra till den biologiska mångfalden.

Bisamhällena sköts av Svenska Bins professionella biodlare och honungen säljs för närvarande i tolv lokala Coop-butiker.

på försäljningen av ekologiska livsmedel, som under 2022 uppgick till 6,7 procent (7,8 procent 2021) av hela Coop i Sveriges livsmedelsförsäljning. Detta är dock en fortsatt minskning från 2019 (9,2 procent) och följer den generella nedåtgående trenden i hela branschen de senaste tre åren. När det gäller andra hållbarhetsmärknings ser vi en liknande minskning. Vi ser dock att den övergripande efterfrågan på svenska livsmedel ökar, exempelvis ökade försäljningen av Från Sverige-märkta varor från 10 procent 2021 till årets 11,3 procent.

Under 2022 har Coop gjort en analys tillsammans med KRAV för att förstå drivkrafterna bakom trenderna. Initialt visar analysen att de lokalt producerade produkterna säljer mer och att det skett en tydlig förflyttning inom mejeri från animaliebaserade mejeriprodukter till växtbaserade. Dock följer inte ekologisk produktion med vid detta utbyte, vilket kan vara en bidragande orsak till minskningen.

Kopplat till världsläget som påverkat oss mycket under 2022, bland annat med kriget i Ukraina, kan vi se en svag trend att priset för konventionellt producerade livsmedel har närmat sig priset för det ekologiskt producerade. Detta beror bland annat på ökade kostnader för insatsmedel, exempelvis konstgödsel, i den konventionella produktionen. Vi följer utvecklingen noga för att bättre förstå konsumenternas prioriteringar.



**BIOLOGISK MÅNGFALD.** KfS samarbete med Världsnaturfonden WWF om naturbetesmarker har utökats under året.



Under året har rutiner, arbetsinstruktioner, uppföljning och revision implementerats i verksamheten, i enlighet med den nya förordningen EU-ekologiskt, och är nu en del av det dagliga arbetet i butik och lager.

### Alger får kor att rapa mindre

Sommaren 2022 var det premiär för världens första metanreducerade nötkött i tjugo Coop-butiker i Stockholm och på Gotland. Djurens foder hade berikats med ett alg tillskott som tillsattes som mindre än 1 procent av deras dagliga foder. Det oberoende forskningsinstitutet RISE konstaterade att metanutsläppet under utfodringsperioden minskade med 80–90 procent.

### Odling i butik

I Coop Hagastaden, Coop Danderyd och Stora Coop Åkersberga odlas örter och sallad i butiken i ett vertikalt odlingsystem. Coop Hagastaden är helt självförsörjande på örter och sallader som skördas på plats till kunderna och till butikens egen restaurang.

Örterna och salladerna odlas i komposterbara krukor och med en förpackning gjord helt i papper. Kunderna får en produkt med avsevärt högre kvalitet och längre hållbarhet, alltid skördad samma dag. Odlingen bidrar även till att binda koldioxid i butiken.

### Våra förpackningar

Förpackningsfrågan är en viktig fråga för vårt hållbarhetsarbete kopplat till sortiment. Förpackningen är ofta en symbol och kommunikationsyta till medlemmen och kunden kring hållbarhet. Inom EU sker i dag ett stort arbete med ny lagstiftning, riktlinjer och direktiv. Hårdare lagstiftning från EU träder i kraft vartefter och vårt förberedande arbete för att efterleva lagen har fortsatt. Coop ligger väl i fas med att genomföra de åtgärder som lagen kräver och under 2021 fastslogs ett ställningstagande för plast som bygger på EU-direktivet om engångsmaterial. Arbetet med förpackningar och plast utgår från detta ställningstagande, samt från samarbetet med Svensk Dagligvaruhandel (SvDH), då förhållningssättet till plast och förpackningar till stor del är branschgemensamt.

Under 2022 har Coop tillsammans med flera intressenter initierat ett gemensamt synsätt och en metodik kring "on-the-go"-förpackningar. Syftet är att nå ett cirkulärt flöde där förpackningar

**ALGFODER.** KFS har investerat i Volta Greentech som tillverkar ett foder som minskar nötkreaturens utsläpp av växthusgaser.



kan roteras och därmed återanvändas. Lärdomen är att det är komplicerat att samordna branschen, trots den kommande lagstiftning som alla måste följa. Coop har även deltagit i ett branschgemensamt arbete som Axfoundation och SvDH driver kring lastbärare för hemleverans av beställningar som gjorts online. Tillsammans i branschen undersöks möjligheterna med ett gemensamt roterande system. Flera erfarenheter från "on-the-go"-initiativet kan användas även här. Under 2023 kommer vi tillsammans med branschen fortsätta söka gemensamma lösningar.

### Coops målsättning för minskad plastanvändning:

- Coops användning av plast ska vara resurseffektiv, innovativ och ansvarsfull. Vi ska jobba för att minska vår plastanvändning där så är möjligt.
- År 2025 ska alla Coops plastförpackningar under egna varumärken, samt alla förbrukningsvaror för mat och dryck förpackade i butik, vara återvinningsbara.
- År 2030 ska alla dessa förpackningar vara tillverkade av 100 procent förnybar eller återvunnen plast.
- Vi ska aktivt bidra till att öka våra medlemmars kunskap om plast och att alltmer plast återvinns och återbrukas.



**NÄRODLAT.** I tre CBS-butiker odlas kryddgrönt på plats.



**MINSKAT MATSVINN.** Konceptet "Handla gott gör gott" minskar matsvinnet och hjälper kunderna att göra hållbara val. I en papperspåse säljs blandade frukter och grönt som har skönhetsfläckar, men som passar bra i smoothies, grytor eller till att lagas i ugn.

### Matsvinn i CBS

Matsvinn förekommer genom hela livsmedelskedjan och är ett slöseri med resurser när mat som odlats, processats, transporterats och förpackats slängs bort. Under 2022 har minskat matsvinn varit ett särskilt fokusområde för CBS. Insatserna för att minska matsvinnet är många.

### Matsvinn och avfall

En viktig fråga för Coop är att minska matsvinnet i butik och lager. Arbetet utgår från vårt ställningstagande och mål för minskat matsvinn: *Matsvinnet ska vara mindre än 1 procent av omsättningen 2025.* Vårt ställningstagande är även riktat till konsument genom att uppmuntra till minskat matsvinn i hemmet.

Genom insatser så som förbättrade beställningssystem, som ser till att det finns tillgång till rätt mängd varor i butik, tillverkning av färdigrätter baserade på mat med kort hållbarhetstid samt sänkta priser på varor med kort hållbarhetstid har Coop lyckats minska svinn under de senaste åren.

Under 2022 har Coop kartlagt processer och metoder som skiljer sig åt över landet. Genom kartläggningen kan vi lättare sätta upp rutiner som bygger på best-practice då flera föreningar och enskilda butiker har genomfört insatser för att minska sitt matsvinn under 2022.

Coop har sedan tidigare skapat förutsättningar för föreningarna och butiker att använda tredjepartsleverantörer som Too Good To Go och Karma, som erbjuder tjänster för försäljning av varor med kort bäst före-datum.

Coop har även stärkt samarbetet med Matmissionen som är en del av Stadsmissionen. Matmissionens butiker tar emot och säljer varor från livsmedelsproducenter och butikskedjor som av olika anledningar inte går att sälja i vanliga butiker.

*"Matsvinnet ska vara mindre än 1 procent av omsättningen 2025."*

### Optimerade beställningar

I CBS butiker optimeras beställningarna för att undvika inköp av livsmedel som inte efterfrågas. För att minska svinnet för livsmedel som uppstår i butiksdriften sänks priset för varor med kort datum eller som, av andra anledningar, anses svårsålda till ordinarie priser.

De enskilt största åtgärderna för ett minskat matsvinn är att arbeta med korrekta beställningar samt utförsäljning av framför allt frukt och grönt. Butiksmedarbetarna rapporterar dagligen in matsvinn i ett internt system.

### Handla gott gör gott

Under 2022 lanserade CBS konceptet "Handla gott gör gott" för att minska matsvinnet i butikernas sista led. I avdelningarna för kylida livsmedel och frukt och grönt finns nu kylar eller hyllor med en tydlig grön kommunikation där kylvaror med kort datum, som annars riskerar att slängas, eller frukt och grönt med skönhetsfläckar samlas till reducerat pris. "Handla gott gör gott" har implementerats i nästan alla CBS butiker.

"Handla gott gör gott" hjälper även kunderna att göra mer medvetna val i

### Coops ställningstagande för minskat matsvinn

Med ambitionen att vara den goda kraften i Mat-Sverige har vi fokus på hållbarhet i hela vår affär. Därför ska vi arbeta aktivt för att motverka matsvinn i alla led. Vårt mål är att matsvinnet som uppstår i Coops verksamhet ska vara mindre än 1 procent av omsättningen 2025. Det matsvinn som ändå uppkommer ska vi hantera på ett ansvarsfullt sätt. Och vi tar ansvar för nästa led i kedjan genom att utveckla innovativa lösningar, som hjälper våra medlemmar att minska sitt matsvinn.



### KfS och matsvinn

Att minska matsvinnet är sedan länge en av KfS hjärtefrågor. På vår webbplats finns portionsguider, information om olika livsmedels hållbarhet samt tips på hur matsvinnet kan minskas. KfS deltar även i "Samarbete för minskat matsvinn" som samlar många av livsmedelsbranschens aktörer samt berörda myndigheter.

butiken och den enhetliga butikskommunikationen gör det enkelt att känna igen konceptet oavsett var de handlar. Konceptet har fått ett positivt mottagande av kunderna och butikerna har fått en enkel hantering som minskar svinnet i butikerna. Under 2023 kommer "Handla gott gör gott" att utökas och även inkludera butiksbakat bröd och bakverk.

I de butiker där vi har förädlingsmöjligheter tar butiken själv tillvara på de livsmedel som inte har sålts och tillagar nya rätter som sedan kan köpas av kunderna som exempelvis matlådor, smoothies eller skorpor.

### Minskat matsvinn från onlinelager

Under 2022 sjösattes ett projekt för att minska matsvinnet från CBS onlinelager i Kungens Kurva. I och med att vi ger en datumgaranti på de varor som beställs online finns det risk för att vi i vissa fall står med varor som inte kan säljas, trots att det är flera dagars hållbarhet kvar.

För att minimera denna risk samlas dessa varor ihop för att sedan skickas till restaurangköket på Stora Coop Eskilstuna. Restaurangen förädlar maten som sedan säljs som dagens lunch, blir till matlådor och en stor salladsbuffé. Köket producerar även färdigmat till Coop-butiken som finns under samma tak. För att kunna ta vara på alla livsmedel har restaurangen en meny som planeras efter leveranserna från Kungens Kurva.

### Samarbete med Too Good To Go

Under 2022 inledde CBS ett pilotprojekt tillsammans med matsvinnaktören Too Good To Go och fyra Coop-butiker i Stockholmsområdet. Syftet med projektet är att minska matsvinnet i butikerna och få in nya kunder i butikerna.

Genom appen Too Good To Go kan butiken nå cirka en halv miljon användare som kan tänkas vilja köpa mat från butiken. Maten riskerar annars att bli matsvinn. Under pilotprojektet har butikerna valt att testa överraskningskassar med bland annat frukt och grönt, bröd och bake-off, fika, chark, delikatess samt blandade produkter. Kassarna hämtas i butik under förbestämda tider och priset är cirka en tredjedel av ordinarie pris.

### Frysta måltider av räddade råvaror

I Coop Medborgarplatsen har det första steget mot ett cirkulärt livsmedelssystem tagits under 2022. Tillsammans med vår samarbetspartner Sopköket lanserade butiken en av Sveriges allra första cirkulära frysmat gjord på räddade råvaror. De färdiglagade rätterna är tillagade av varor som annars skulle ha kasserats.

Efter tillagningen säljs de frysta måltiderna tillbaka till Coop-butiken som levererade råvarorna. I och med att rätterna är frysta är hållbarheten mycket längre än vad den skulle varit som färskvara. Andelen råvaror som tagits tillvara och som ingår i varje måltid är beroende av vilka produkter som butiken har som svinn. Målet är att råvaran som har tagits tillvara ska bidra med 65–95 procent av den nya maträttens innehåll.



**RÄDDA MAT.** I appen Too Good To Go finns livsmedel med kort datum till nedsatt pris.



**KORT DATUM.** Varorna i de "gröna" kylarna säljs till reducerat pris och bidrar till ett minskat matsvinn. Bra för både plånboken och miljön.



**PIGGA HJÄRNOR.** GIH:s forskningsprojekt undersöker bland annat sambandet mellan fysisk aktivitet och hjärnans funktion.



**BRÖD BLIR ÖL.** Ett sätt att minska brödsvinnet är att låta det bli ingrediens i öltillverkning.

### Brödsvinn blir öl

Tillsammans med Crumbs och Värmdö Bryggeri minskar fem av CBS butiker sitt brödsvinn. När svinn uppstår från bröd av Coops eget varumärke och från det som bakas i butiken hämtas detta upp i stället för att slängas. Brödet torkas och mals till en av ingredienserna som bryggeriet brygger öl på.

Den öl som bryggs på brödet köper vi sedan tillbaka till butiken och säljer. Även detta är ett exempel på ett steg mot ett mer hållbart livsmedelssystem. Andelen brödsvinn som ingår i varje öl är beroende av vilka produkter som kommer in. Målet är att andelen ska ligga på 30–35 procent.

### Hälsa

Ett ställningstagande för hälsa antogs under 2022 och ligger till grund för hur vi ska arbeta framåt. Vi kommer också att gemensamt inom livsmedelsbranschen stärka arbetet med att främja konsumtionen av frukt och grönt. Målet, uppsatt av Livsmedelsverket, är att alla ska äta minst 500 gram frukt och grönt per dag.

### ”Folkhälsa för alla” i butik

Forskning visar att hälsosamma levnadsvanor, där kost är en viktig faktor, kan förebygga tre av tio cancerfall, ett av tre fall av stroke och över hälften av alla fall av kranskärlsjukdomar i Sverige. I samarbete med Cancerfonden och Hjärt-Lungfonden genomförde vi ett test i tre butiker i Stockholm genom att förändra brödhyllorna. Syftet var att se om det går att påverka kundernas beteende mot att göra

## ”Coop ska inspirera till ett hälsosammare grönare liv.”

hälsosammare val. Förändringen innebär att omplacera varorna, erbjuda ett unikt lågt pris samt med tydlig skyltning peka ut vilka brödsorter som är mer hälsosamma.

Projektet genomförs inom initiativet ”Folkhälsa för alla” som startats av Cancerfonden och Hjärt-Lungfonden med målet att öka fokus på samhällets och politikens ansvar att främja hälsosamma levnadsvanor. Undersökningen pågick under hösten 2022 och slutresultatet presenteras under början av 2023.

### Hjärnhälsa i skolan

KFS är en av finansiärerna till GIH:s forskningsprojekt Hjärnhälsa i skolan som undersöker förhållandet kost, motion och hjärnhälsa hos sjundeklassare. Exempelvis vad kost och rörelse har för påverkan på hur våra ungdomar mår mentalt? Hur den kognitiva förmågan påverkas av mer motion och fysisk rörelse? Och hur skolor kan jobba för att främja hälsosamma hjärnfunktioner?

### Mindre salt i maten

Att äta för mycket salt ökar risken att drabbas av hjärt-kärlsjukdom. KFS och Coop är med i forskningsprojektet ”Redu-salt” som arbetar för att livsmedelsbranschen ska minska mängden salt i mat som produceras industriellt.



### Coops ställningstagande för hälsa

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

# Våra leverantörer

**Vi strävar efter att arbeta med leverantörer som delar vår syn på vad som är bra för människor, djur och natur. En hållbar leverantör ska ha skrivit under Coops externa uppförandekod och Coops varu- och leverantörskrav, vara tredjepartsreviderad, samt långsiktigt bidra med ett hållbart sortiment.**

## Vår uppförandekod

Vår uppförandekod ställer särskilda krav gällande mänskliga rättigheter, korruption, arbetsmiljö, miljö och matfusk. Uppförandekoden baseras på internationellt vedertagna initiativ och standarder såsom FN:s Global Compact, FN:s deklaration om de mänskliga rättigheterna, FN:s konventioner om barns rättigheter och avskaffande av all slags diskriminering mot kvinnor, OECD:s riktlinjer för multinationella företag samt ILO:s konventioner. Coops övergripande arbete med hållbarhet och hälsa i förhållande till leverantörerna utgår från FN:s 17 globala mål.

Coops varu- och leverantörskrav ställer specifika krav på bland annat djurvälstånd, hållbart fiske och utfasning av farliga kemikalier. Samtliga leverantörer, deras underleverantörer och övriga affärs- och samarbetspartners omfattas av Coops krav, som ofta går längre än vad lagstiftningen kräver. Varu- och leverantörskraven gäller även lokala och regionala inköp som sker genom föreningarna och via butikerna direkt. Vi arbetar även för att leverantörerna i högre grad ska använda hållbarhetsdeklarationerna.

## Revisioner

Som inköpare av varor från ett stort antal leverantörer finns det alltid en risk att leverantörer inte lever upp till alla krav och förväntningar. En liten andel av Coops inköp kommer från länder som BSCI (Business Social Compliance Initiative) klassar som högriskländer, vilket kräver extra insatser. Coop riskbedömer leverantörer och följer upp prioriterade leverantörer för att kontrollera att kraven efterlevs. När

det kommer till Coops egna varumärken (EVM) genomgår de en särskild process som innebär noggrann kvalitetsgranskning. Under 2022 har färre revisioner genomförts på plats till följd av pandemin. Kontroller av dokumentation har gjorts löpande under 2022 och till delar har revisioner genomförts med hjälp av lokala revisorer eller konsulter. Revisioner som genomförs genom besök i högriskländer kommer att återupptas så snart restriktioner kopplat till pandemin tas bort.

Leverantörer av EVM-produkter kontrolleras kontinuerligt genom besök och revisioner för att säkerställa att de lever upp till produktsäkerhet, djurvälstånd och socialt ansvar. När det kommer till andras varumärken, som exempelvis Scan, Arla och Unilever, genomför Coop stickprovskontroller för att säkerställa leverantörernas egen granskning av värdekedjor.

## Undantagsprocessen

När Coop upptäcker avvikelser från varu- och leverantörskrav eller från uppförandekoden tas en handlingsplan fram tillsammans med leverantören för att se till att kraven uppfylls. Coop har en undantagsprocess där en tidsram anges för undantaget samt för den handlingsplan som tas fram för att uppfylla kravet. Skulle leverantören inte följa den överenskomna handlingsplanen kan det bli aktuellt att bryta affärsöverenskommelsen.

## Lokal mat

Ett lokalt anpassat sortiment är en viktig del av erbjudandet till våra medlemmar och kunder. Föreningarna är ansvariga för och säkerställer att det lokala sortimentet

håller Coops krav på kvalitet, hållbarhet och säkerhet. Lokala leverantörer genomgår en gedigen urvalsprocess där vi bland annat ställer krav på livsmedelscertifiering, att kollektivavtal finns på plats samt att leverantören uppfyller Coops uppförandekod för leverantörer och varu- och leverantörskraven. Genom Coops inköp från lokala producenter bidrar vi till att bevara en levande landsbygd och småskalig inhemsk produktion av hög kvalitet.

## Citrusproduktion i Marocko

I april 2022 publicerade Oxfam, på uppdrag av Coop, en rapport över arbetsförhållandena för migrant- och säsongsarbetare vid citrusproduktionen i Marocko. Oxfam genomförde en så kallad HRIA (Human Right Impact Assessment) där risker identifieras och där Oxfam kompletterar med en handlingsplan för att minimera riskerna och förbygga kommande risker. Under sista halvåret 2022 har Coop tillsammans med Oxfam och framförallt ETI Sverige (Etichal Trading Initiative) arbetat med att skapa en bredare bild av hur andra inom livsmedelsbranschen agerar.

Vi har inom arbetet med ETI specifikt lyft migrant- och säsongsarbetarens situation och tillsammans med andra inom livsmedels- och dryckesbranschen arbetat fram en modell för dialog med arbetare, producenter, köpare, transportörer och fackförbund för att skapa bättre förutsättningar för arbetarna. Coop har hela tiden varit transparenta med resultatet från rapporten och på så sätt skapat förutsättningar för en konstruktiv dialog mellan medlemmarna i ETI. Detta arbete kommer att fortsätta under 2023.



**SMÅSKALIG PRODUKTION.** Vi ställer lika höga krav på det lokala sortimentet som det som köps in centralt.



# Våra butiker, kontor och terminaler

Våra butiker ska vara så hållbara som det bara går. Att de är energisnåla, drivs med förnybar el och erbjuder ett hållbart sortiment är några exempel på vår målsättning. Den höga ambitionsnivån ger oss förutsättningar att fortsatt vara det "grönaste varumärket".

## Arbete för minskad klimatpåverkan

Genom arbetet med våra klimatmål enligt Science Based Targets och våra ställnings-taganden kring plast och matsvinn, strävar vi efter att sätta in rätt sorts insatser som ska minska vår klimatpåverkan. Från våra butiker och lager kommer merparten av vår klimatpåverkan (scope 1 och 2) framför allt i form av godstransporter, köldmedia, avfall och matsvinn samt plastanvändning.

## Nattvandringar sparar el

Att effektivisera butiksdriften och minska energiförbrukningen i butikerna är ett långsiktigt arbete som pågår kontinuerligt inom CBS. Under 2022 har detta varit ett extra stort fokus och vi har arbetat dedikerat med att identifiera var i butiksdriften som det finns möjlighet att minska energiförbrukningen.

CBS energistrateg har tillsammans med butikscheferna analyserat förbrukningen



**ENERGISTRATEGI.** Tord Lissel på CBS nattvandrare i butikerna i jakt på onödig energiförbrukning.

för att identifiera onödig elförbrukning som vi själva kan styra över. En av de vanligaste upptäckterna var att belysningen i butikerna inte släckts som den ska. Trots att i princip alla butiker nu har LED-belysning står butikens belysning för nästan 25 procent av elförbrukningen. Att sätta dörrar på stående kylskåp minskar elförbrukningen med cirka 40 procent.

Höstens energibesparande insatser har sparat cirka 2 miljoner kWh, vilket motsvarar cirka 100 villors årsförbrukning. Arbetet fortsätter 2023 med målet att effektivisera förbrukningen med 6–7 procent under 2023.

### KfS-koncernens klimatpåverkan

Samlat nedan finns tabeller som visar på Coop i Sveriges samt KfS-koncernens klimatpåverkan kopplat till elförbrukning samt andra mätpunkter med tillhörande växthusgasutsläpp. Notera gärna att fler föreningar har varit rapporteringsskyldiga i år (Coop Gotland och Coop Grensemat med tillhörande dotterbolag), vilket bidrar till högre siffror jämfört med tidigare år.

### Elförbrukning i MWh inom Coop i Sverige, totalt

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

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

### Växthusgasutsläpp i ton CO<sub>2</sub>-eqv för Coop i Sverige och KfS-koncernen 2022

Växthusgasutsläpp	Coop	KfS-koncernen	CBS*	Coop Sydöst	KfS
Köldmedier (scope 1)	10 519	2 562	2 425	137,0	0
Elförbrukning (scope 2)	105	21	21	0,7	0,0
Elförbrukning (scope 3)	7 495	1 531	1 482	48,4	0,3
Fjärrvärme (scope 2)	729	0,7	0	0,7	0
Fjärrvärme (scope 3)	170	0,7	0	0,7	0
Tjänsteresor (scope 1)	1 341	185	184	0	1,6
Tjänsteresor (scope 3)	727	161	147	0,2	13,3
Godstransporter online (scope 3)	1 850	924	923	1,0	0
Godstransporter logistik (scope 3)	27 760	0	0	0	0
Transporter marknad (scope 3)	1 068	0	0	0	0
<b>Totalt</b>	<b>51 763</b>	<b>5 387</b>	<b>5 183</b>	<b>189</b>	<b>15</b>

### Växthusgasutsläpp från tjänsteresor i ton CO<sub>2</sub>-eqv för Coop i Sverige och KfS-koncernen 2022

Växthusgasutsläpp	Coop	KfS-koncernen	CBS*	Coop Sydöst	KfS
Hyrbilar	16	0	0	0	0
Tjänstebilar	1 333	186	184	0	2
Egenbil (milersättning)	315	75	75	0	0
Tåg	0	0	0	0	0
Flyg	389	86	73	0	13
<b>Totalt</b>	<b>2 054</b>	<b>346</b>	<b>331</b>	<b>0</b>	<b>15</b>

\*Inkl Coop Sverige Fastigheter AB

**MER GODS PÅ RÄLS.** Coop strävar efter att öka andelen godstransporter med tåg.



# Våra medarbetare

Ett gott ledarskap är grunden för bra kundmöten och trivsel på jobbet. Vi strävar efter att vara en arbetsplats med bra energi och engagemang. När medarbetarna trivs och mår bra märks det på stämningen i butikerna, vilket påverkar försäljningen positivt.

## Ansvarsfull arbetsplats

Det totala antalet medarbetare i Coop i Sverige är drygt 22 000 personer. Samtliga medarbetare omfattas av kollektivavtal och av Coops interna uppförandekod. En gemensam personalpolicy säkerställer Coops arbetsgivaransvar. Policyn inkluderar bland annat att vi genomför regelbundna lönekartläggningar, att vi strävar efter att skapa en god arbetsmiljö och att vi fortsätter att vara en attraktiv arbetsgivare.

Genom den interna uppförandekoden åtar sig medarbetaren att leva upp till Coops krav på god affärsetik och nolltolerans mot korruption. Coops interna uppförandekod gäller för hela Coop i Sverige och hållbarhetsfrågorna är en viktig del av Coops interna utbildningsprogram.

## Talanger får en chans

KfS har etablerat ett samarbete med TalangAkademien där människor som står

långt ifrån arbetsmarknaden erbjuds praktikplatser i Coop-butiker. För den som är ny i Sverige är det inte alltid så lätt att få in en fot i arbetslivet. Språket kan vara ett hinder eller att man inte vet hur det fungerar på en svensk arbetsplats. Hittills har Coop i Bromma, Huddinge, Sundbyberg, Danderyd och Vinsta tagit emot praktikanter från många olika länder, och fler butiker är på gång. Läs mer på [talangakademien.se](http://talangakademien.se).

## Visselblåsarfunktion

Det är viktigt för oss att medarbetare kan slå larm om de misstänker att något strider mot de etiska riktlinjer som finns beskrivna i vår uppförandekod. Coop har en visselblåsarfunktion där medarbetare anonymt kan rapportera till en extern part om de misstänker eller upptäcker saker som säkerhetsrisker på arbetsplatsen, ekonomiska oegentligheter och korruption, allvarliga trakasserier eller miljöbrott. Kanalen är öppen för alla medarbetare inom Coop i Sverige. Antal ärenden under 2022, som kom in via visselblåsarfunktionen, var 49 stycken, varav inga ärenden avsåg korruption.

Tabellerna nedan avser totalt antal anställda inom hela Coop i Sverige samt för KfS-koncernen

Medarbetare, 2022	Coop	KfS-koncernen	CBS*	Coop Sydöst	KfS
Medelantal medarbetare (st)	14 015	2 066	1 974	74,0	17,8
- andel kvinnor (%)	62,1	58,2	58,2	63,5	39,3
Antal medlemmar i ledningsgruppen (st)	143	23	10	8	5
- andel kvinnor (%)	23,8	33,3	60,0	0,0	40,0
Antal tillsvidareanställda och provanställda (st)	16 840	3 191	3 069	104	18
- andel kvinnor (%)	63,3	55,4	60,3	66,7	38,9
- andel deltidsanställda (%)	64,2	54,2	71,1	83,3	5,6
Antal tidsbegränsat anställda (st)	5 372	711	700	11	0
- andel kvinnor (%)	64,5	42,2	62,6	63,6	0,0
<b>Totalt antal anställda</b>	<b>22 212</b>	<b>3 902</b>	<b>3 769</b>	<b>115</b>	<b>18</b>
Genomsnittlig ålder (år)	36,0	39,7	33,0	33,6	52,4

Sjukfrånvaro och arbetsskador, 2022	Coop	KfS-koncernen	CBS*	Coop Sydöst	KfS
Total sjukfrånvaro (%)	7,5	6,1	7,1	6,9	4,2
- kvinnor (%)	8,1	5,7	7,8	9,2	0,0
- män (%)	6,5	4,4	6,0	3,0	4,2
Arbetsskador (antal)	553	74	70	4	0
Olyckor / Tillbud (antal)	1 128	51	40	11	0
Personalomsättning (%)	18,0	15,6	21,2	25,5	0,0

\*Inkl Coop Sverige Fastigheter AB





**KAPTEN REKO.** KfS miljöhjälte Kapten Reko har sin hemvist på Lill-Skansen.

# Vårt samhällsengagemang

Kooperationen har en lång tradition av samhällsansvar i samverkan med medlemmarna. Inom KfS kanaliseras solidaritet och hjälp till självhjälp genom engagemang i biståndsorganisationerna We Effect och Vi-skogen. Vi är också engagerade i organisationen Fairtrade som hjälper odlare i utvecklingsländer att förbättra de ekonomiska villkoren och arbetsmiljön.

## Insamlingsverksamhet

Vårt samhällsengagemang sker delvis genom ideella organisationer som alla har stor kompetens på sina respektive områden, exempelvis biståndsorganisationen We Effect som ger människor verktyg att ta sig ur fattigdom. Under 2022 har We Effect fått drygt 10 Mkr via Coop, KF och Konsumentföreningarna, bland annat genom att medlemmar har anslutit sig till Bistånd på köpet.

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



**SMART.** Med en enkel knapptryckning är det lätt att bidra.

och organisationsbidrag. På samma sätt har medlemmarna bidragit till organisationerna BRIS, Friends och Mustaschkampen med sammanlagt cirka 0,2 Mkr.

Under 2022 genomfördes en särskild insamling i samarbete med UNICEF till

förmån för Ukraina. Medlemmar kunde omvandla intjänade medlemspoäng till pengar och skänka till krisinsatser på plats i Ukraina. Denna insamling gav drygt 6 Mkr till UNICEF:s arbete för att stötta barn och unga i krigets Ukraina. Som ett komplement till medlemmarnas generösa gåvor till UNICEF skänkte konsumentkooperationens 28 föreningar totalt 2 Mkr till Röda Korsets krisinsats i Ukraina.

## Kapten Reko på nya äventyr

KfS egen miljöhjälte Kapten Reko träffar varje år flera tusen förskolebarn på Skansen och ännu fler spelar vårt Reko-spel i förskolan. Kapten Reko lär barnen hur vi kan minska vårt matsvinn och återvinna förpackningar. Som ett led i att integrera KfS och CBS hållbarhetsarbete har förskoleklasser haft möjlighet att besöka Coop Hagastaden för att lära sig hur det fungerar med hållbarhet i en butik.

## KfS ger hjälp till självhjälp

Via KfS och We Effect har medlemmarna under året kunnat skänka pengar till familjer som lever i fattigdom i Afrika genom uppmaningen "Ge bort en höna". Hönorna ger en långsiktig tillgång till näringsrik mat och är en viktig extra inkomst. Försäljningen av ägg kan exempelvis avgöra om en familj har råd att skicka sina barn till skolan.

"Bean to Cup" är We Effects kaffeprojekt i Uganda. Det är också KfS nya fokusprojekt och ett bra exempel på en kombination av ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet. KfS har bidragit med finansiering till "Bean to Cup" då vi tror på kaffeböndernas förmåga att skapa en affärsmässigt hållbar produktion.

Bönderna får tillgång till de senaste odlingsteknikerna som höjer kvaliteten till ett premiumkaffe och ger förutsättningar för en lönsam ekologisk produktion. En central del i projektet är att stärka kvinnornas roll. Avkastningen från projektet återinvesteras i kaffekooperativet.

## Positiva förebilder med Mentor

KfS har ett partnerskap med Mentor Sverige, som arbetar med att ge ungdomar positiva förebilder. I samarbetet med Mentor Sverige erbjuds medlemmarna kostnadsfria kurser och seminarier om exempelvis barns och ungas utveckling.



**JOBBA PÅ COOP.** Totalt har Coop i Sverige över 18 000 medarbetare.

# Coop i Sveriges organisation och affärsmodell

Med sin snart 125-åriga historia och sina 3,8 miljoner medlemmar är Coop i Sverige en unik aktör i Livsmedels-Sverige. Den kooperativa värdegrunden och det demokratiska styret ger oss stora möjligheter att arbeta för hållbar konsumtion.

Coop i Sveriges medlemslöfte *Tillsammans ger vi varje medlem mer* – mer för pengarna, mer hållbara val och mer upplevelser – i kombination med vår kooperativa affärsmodell gör det möjligt för våra medlemmar att verka för en hållbar samhällsutveckling.

## Den kooperativa affärsmodellen

Ända sedan konsumentkooperationen grundades 1899 har det grundläggande syftet varit att skapa medlemsnytta genom den samlade styrkan av medlemmarnas konsumtion. I dag ägs Coop i Sverige av cirka 3,8 miljoner medlemmar som genom sitt personliga engagemang och

sina inköp lägger grunden för verksamheten. Allt överskott som skapas går tillbaka till medlemmen eller återinvesteras i verksamheten, vilket skapar ett cirkulärt kretslopp enligt figuren på nästa sida.

Coop i Sverige vilar på en kooperativ värdegrund och styrs demokratiskt utifrån principen *en medlem, en röst*. Coop i Sveriges vision är att vara *Sveriges viktigaste*

*konsumentkraft*, och låta den ambitionen vägleda arbetet framåt. Med medlemmar-nas intresse i centrum agerar Coop för att bidra till en hållbar utveckling och att leva upp till syftet – att vara den goda kraften i Mat-Sverige. Eftersom vi inte drivs av kortsiktiga finansiella intressen kan vi fatta beslut som lägger grunden för långsiktig hållbarhet för såväl den egna organisationen som för vår omvärld. Tack vare vår stora medlemsbas kan vi dessutom vara en stark röst i samhällsdebatten och ta strid för konsumenternas bästa.

### Samhandel i Coop i Sverige

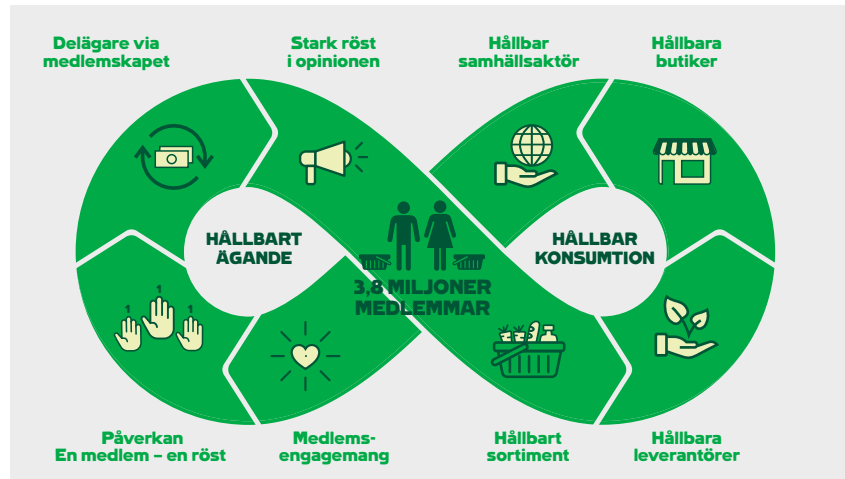
Inom ramen för varumärket Coop drevs den 31 december 2022 totalt 820 butiker av de 28 föreningarna. Genom den samhandel som bedrivs av CSAB för hela Coop i Sverige skapas stordriftsfördelar som gör det möjligt att erbjuda våra kunder och medlemmar hållbara och prisvärda varor.

CSAB ansvarar för frågor som rör sortimentsutveckling och inköp, kommersiella erbjudande, kampanj och direktreklam, onlineplattform, formatstrategi för Coops olika butiksformat, marknadskommunikation, affärsutveckling och affärsstöd. I det ingår både kvalitetssäkring av processer och rutiner inklusive hållbarhetsfrågor samt stöd vid revisioner.

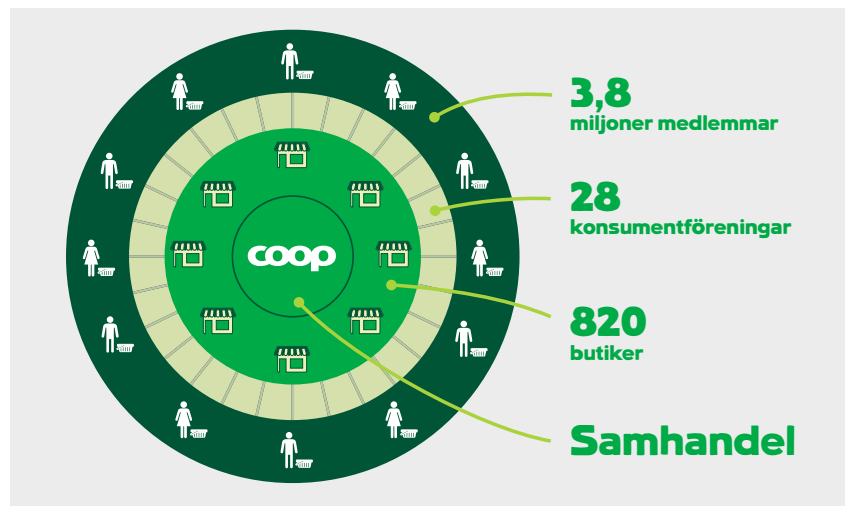
De 28 föreningarna driver sina butiker under varumärket Coop som i sin tur förgrenar sig i tre olika huvudformat, Stora Coop, Coop och Coop Mini, samt det nylanserade formatet Xtra som i dagsläget har över 50 butiker. Alla drivs med samhandelsprinciper. Det innebär att inköp, sortimentsutveckling, kommunikation och marknadsföring hanteras centralt. Mer information om Coops organisationsstruktur går att hitta på [coop.se](http://coop.se).

### Samordnat hållbarhetsarbete i Coop i Sverige

Enligt det samhandelsavtal som finns mellan parterna inom Coop i Sverige har CSAB det samordnande ansvaret för hållbarhetsfrågor. Genom det nära samarbetet mellan CSAB och föreningarna säkras effektivitetsvinster såväl som kvaliteten i hållbarhetsarbetet. CSAB ansvarar för att utarbeta och fastställa en gemensam hållbarhetsstrategi och hållbarhetspolicyer för hela Coop i Sverige samt ge övriga delar av verksamheten tillgång till en gemensam struktur, uppföljning samt kompetens inom hållbar utveckling. Föreningarna åtar



**MEDLEMMARNA I CENTRUM.** Coops cirkulära kooperativa modell visar hur vi genom vår kooperativa ägarform lägger grunden för både en hållbar ägandeform och strävar efter en så hållbar konsumtion som möjligt. Evighetssymbolen visar hur den kooperativa modellen är ett slutet kretslopp där alla resurser återinvesteras eller förs tillbaka till medlemmarna.



**COOP I SVERIGES GEMENSAMMA ORGANISATION OCH ÄGARSTRUKTUR.** I det yttersta lagret hittas medlemmarna, våra ägare, som genom sitt medlemskap i konsumentföreningen och den demokratiska processen sätter ramarna för vår organisation. I cirkelns kärna finns vår samhandel, där vi verkar tillsammans för att skapa stordriftsfördelar och dela på resurser, funktioner och skapa en riktning tillsammans, helt i linje med den kooperativa affärsmodellen. Genom vår kooperativa samhandel och vår butiksdrift skapar vi nytta för medlemmarna. Alltså strävar alla lager av cirkeln mot ett gemensamt mål, hållbart ägande och hållbar konsumtion.

sig att agera i enlighet med de beslut som fattas av CSAB gällande hållbarhetsfrågor samt att implementera den gällande hållbarhetspolicyen och hållbarhetsstrategin. Beslut om inriktning, mål och strategier sker i CSAB:s styrelse där föreningarna är representerade.

Coop i Sveriges hållbarhetsstrategi bygger på att integrera hållbarhet i alla

processer och rutiner för att säkra att hållbarhetsaspekten är omhändertagen i allt vi gör. Våra prioriterade områden är:

- Minskad klimatpåverkan
- Endast cirkulära flöden
- Ökad biologisk mångfald
- Hälsosamma vanor
- Minskad antibiotikaanvändning
- Öka hållbara val

# Policyer, risker och riskhantering i KfS

## Miljö

### Policyer

Coops arbete inom miljö styrs av vår policy för hållbar utveckling samt av våra fokusområden bland annat kring miljöhantering och kemikaliekontroll, utifrån vilka vi bedriver vårt dagliga arbete. Inom ramen för dessa ska vår verksamhet kännetecknas av en hållbar resursoptimering och att vi bedriver ett aktivt arbete inom områden som matsvinn, resurshållning och energieffektivisering, hållbar råvaruförsörjning, utfasning av särskilt farliga ämnen och material samt att vi ger råd om kemikalier i vardagen till våra kunder och medlemmar. Leverantörer ska uppfylla de krav vi ställer i varu- och leverantörskraven. Det gäller till exempel farliga ämnen, möjligheter till revisioner, lagstiftning, branschgemensamma överenskommelser osv.

### Resultat av policy

Resultatet av våra styrdokument på miljöområdet syns primärt i det arbete som vi bedriver inom våra tre målområden: hållbart sortiment, hållbara butiker och hållbara leverantörer. Detta arbete redogörs för ovan under respektive rubrik. Under 2021–2022 har interna dialoger förts kring vårt klimatarbete och målbilder, där vi har satt Science Based Targets (SBT), dvs klimatmål i enlighet med Parisavtalets 1,5 graders mål (se avsnittet ”Science Based Targets” ovan). Under 2021 och 2022 har vi även arbetat med implementering av Coops Hållbarhetsdeklaration internt i organisationen för att skapa förutsättningar för inköpsorganisationen att arbeta med den i dialog med våra leverantörer.

### Risker och riskhantering

Som inköpare av stora mängder livsmedel och andra dagligvaror ligger de primära miljörelaterade riskerna för vår verksamhet framför allt i leverantörsledet. Vår möjlighet till kontroll är lägre där än i vår egen

verksamhet eftersom vi inte har tillgång till alla leverantörers produktionsmiljöer på samma sätt som våra egna och inte heller har möjlighet att kontrollera samtliga leverantörer. Dessutom har den fortsatta pandemin gjort att vi inte har kunnat genomföra revisioner i samma utsträckning som andra år. Risken att leverantörer inte bedriver sin verksamhet i linje med våra policyer är störst i de länder som klassas som högriskländer av Business Social Compliance Initiative (BSCI). Genom en kvalitetssäkrad och gedigen inköpsprocess ställer vi krav på våra leverantörer bland annat inom riskminimering och på att vi kan genomföra revisioner. I våra varu- och leverantörskrav, som är en del av avtalet mellan oss och leverantören, beskriver vi våra krav och vad man som leverantör till Coop ska följa. Vårt arbete för att minimera risker beskrivs ovan under rubriken ”Våra leverantörer”. Coops övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom Coop i Sverige. Om man som enskild medarbetare upptäcker brister i vårt arbete, med bland annat risker, finns det möjlighet att använda visseblåsarfunktionen. Under 2022 inkom till visseblåsarfunktionen 49 ärenden, varav inga miljörelaterade.

### Resultatindikatorer

Våra strategiskt prioriterade resultatindikatorer inom miljöområdet redovisas ovan under rubrikerna ”Vårt sortiment”, ”Våra leverantörer” och ”Våra butiker”. De innefattar exempelvis vår klimatpåverkan kopplat till transporter och elförbrukning och är från och med 2021 kopplade till Science Based Targets (SBT). Under 2021–2022 har vi byggt upp ett inköpssystem baserat på hållbarhetsdeklarationen. Inköpssystemet gick i drift under 2022 och är ytterligare ett sätt att mäta och styra utvecklingen av miljöarbetet i våra varuflöden och produkter.

# Sociala förhållanden och personal

## Policyer

Arbetet för att säkra goda sociala förhållanden och personalrelaterade frågor styrs primärt av vår personalpolicy, arbetsmiljöpolicy, vår interna och externa uppförandekod och Coops policy för hållbar utveckling. Den externa uppförandekoden ska signeras av våra affärspartners och leverantörer. Den interna uppförandekoden gäller för samtliga organisationer och anställda inom Coop i Sverige som använder sig av eller arbetar under varumärket Coop.

## Resultat av policy

Våra policyer guidar oss i vårt arbete för att ta det arbetsgivaransvar som åligger oss, bland annat i form av att vi genomför lönekartläggningar, systematiskt arbete med utvecklingssamtal och andra avstämningar som sker regelbundet och strävar efter att skapa en god arbetsmiljö. Coop har ett stort utbud av både obligatorisk och frivillig utbildning för all personal i alla led i organisationen. Ledarutbildningar inkluderar områdena hållbarhet och hälsa.

## Risker och riskhantering

Framför allt medarbetare på terminal och

i butik exponeras för fysiska hälsorisker bland annat genom tunga lyft och risk för rån, trakasserier osv i butiksmiljöer. Systematiskt arbetsmiljöarbete hanteras via utbildningar till chefer både genom e-learning och fysiska utbildningar inom ramen för Coop-skolan samt genom introduktionsprogram för nyanställda med råd och anvisningar från krisgruppen kring exempelvis pandemin. Vi arbetar även systematiskt med att förebygga rån och mildra konsekvenserna av rån genom utbildning, gedigna rutiner och införande av slutna kontanthanteringssystem och kontantfria kassor och snabbkassor. Övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom Coop i Sverige. I varje förening finns en person med dedikerat ansvar för att hantera risker i verksamheten. Regelbundna möten mellan dessa personer skapar förutsättningar för att dela erfarenheter, skapa gemensamma rutiner och hanteringsmetoder osv.

## Resultatindikatorer

Resultatindikatorer redogörs under rubriken "Våra medarbetare". Dessa inkluderar till exempel personalomsättning, sjukfrånvaro och könsfördelning.

# Mänskliga rättigheter

## Policyer

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

Under 2022 har vi varit aktiva i arbetet med ETI Sverige (Etichal Trading Initiative). ETI Sverige är en plattform för

erfarenhetsutbyte och för att skapa samsyn kring mänskliga rättigheter inom handel. Medlemmarna kommer från flera branscher än enbart livsmedelsbranschen exempelvis fackförbund. Samarbetet inom ETI Sverige ger oss möjlighet att fördjupa problembilder och frågeställningar och skapa en bredare förankring. Till exempel har arbetet med säsongs- och migrantarbetares situation i citrusproduktionen varit ett område som vi tillsammans har lyft och funnit en arbetsmetodik kring.

## Resultat av policyer

Coops styrdokument inom mänskliga rättigheter guidar såväl vårt interna arbete som de krav vi ställer på våra leverantörer. Hur vi jobbar med detta i leverantörsledet beskrivs under rubriken "Våra leverantörer".

### Risker och riskhantering

De främsta riskerna för överträdelser mot mänskliga rättigheter finns i vårt leverantörsled och då främst i de länder som klassas som högriskländer av till exempel Business Social Compliance Initiative (BSCI). Genom revision och en kvalitetssäkrad inköpsprocess synliggör vi överträdelser och ställer krav på åtgärder samt uppföljning. Hur vi arbetar med dessa inköp beskrivs under rubriken "Våra leverantörer". Coops övergripande riskpolicy gäller för alla organisationer inom Coop i Sverige.

### Resultatindikatorer

Vi mäter bland annat antal genomförda revisioner. Under 2022 har vi, på grund av pandemin, inte kunnat genomföra den

planerade omfattningen av revisioner. Så snart vi kan under 2023 kommer vi att återuppta den ambitiösa planeringen och genomföra revisioner i produktion, framför allt i riskländer. Vi ser dock vikten av att bygga upp lokala kontakter för revisioner och kontroll så att vi även under likande situationer som pandemin, kan fortsätta genomföra revisioner. Genom lokala kontakter kan vi utföra mer regelbundna revisioner och kan då lättare följa utvecklingen hos våra leverantörer och producenter. Under rubriken "Våra leverantörer" beskriver vi arbetet med mänskliga rättigheter i våra leverantörsled. Även under rubriken "Våra medarbetare" beskrivs hur vi arbetar med personalen inom Coop i Sverige.

## Anti-korruption och fusk

### Policyer

Vår interna och externa uppförandekod och koden mot mutor, som är baserade på IMM:s kod (Institutet Mot Mutor), utgör grunden för vårt anti-korruptionsarbete. Tillsammans skapar dessa koder tydlighet för oss och gäller för alla som verkar inom Coop i Sverige och under varumärket Coop. I uppförandekoden för medarbetare finns även tydliga riktlinjer kring gåvor.

Livsmedelsfusk med till exempel användande av felaktiga ursprungsländer och ingredienser förekommer allt oftare. Vi kontrollerar våra egna varumärken (EVM) för att minimera fusk. För att skapa förutsättningar för våra kunder och medlemmar att göra hållbara val, kommer vi under kommande år att bygga upp ytterligare kontroller.

### Resultat av policyer

Våra policyer som berör anti-korruption vägleder oss både i vårt interna arbete och i de krav vi ställer på våra affärspartners, exempelvis leverantörer. Under rubriken "Våra leverantörer" beskrivs det arbete som genomförs i leverantörsledet. En visselblåsarfunktion finns för att anställda anonymt ska kunna anmäla misstankar kring exempelvis mutbrott. Coops övergripande riskpolicy gäller för alla organisa-

tioner inom Coop i Sverige. Under 2022 inkom 49 ärenden till vår visselblåsartjänst, inget ärende rörde korruption.

### Risker och riskhantering

De främsta riskerna för korruptionsbrott och matfusk finns i vårt leverantörsled och då främst i de länder som klassas som högriskländer av bland annat Business Social Compliance Initiative (BSCI). Genom våra revisioner, vår tydliga inköpsprocess och vår gedigna kvalitets-säkring minskar vi riskerna för korruption i leverantörsleden. Hur vi arbetar med kontroll och riskminimering beskrivs under rubriken "Våra leverantörer". Även i den egna verksamheten finns en risk för korruptionsbrott, bland annat vid lokala inköp som görs i konsumentföreningarna och vid kontakt med befintliga och potentiella leverantörer. Den risken minimeras bland annat genom vår visselblåsarfunktion och genom de rutiner som appliceras vid lokala inköp samt genom de utbildningar kring risker som alla medarbetare inom inköp genomför.

### Resultatindikatorer

Vi beskriver mer kring arbetet med anti-korruption under rubriken "Våra leverantörer".

# Styrelsens och vd:s underskrifter

Stockholm enligt datum för vår elektroniska underskrift

Malin Dahlberg Markstedt

Ali Farokhian

Conny Fogelström

Jens Lanvin

Lars Nilsson

Jonas Nygren

Katrin Röcklinger

Kerstin Wallentin  
*Styrelsens ordförande*

Marie-Louise Zetterström

Lars Ericsson  
*Vd*

## Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till föreningsstämman i Konsumentföreningen Stockholm m omnejd ek förening, org.nr 702002-1445

### **Uppdrag och ansvarsfördelning**

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2022 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

### **Granskningens inriktning och omfattning**

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12

Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten.

Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisions sed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

### **Uttalande**

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Stockholm enligt datum för vår elektroniska underskrift

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Camilla Samuelsson  
*Auktoriserad revisor*

Catharina Andersson  
*Förtroendevald revisor*

Jan Gerlofstig  
*Förtroendevald revisor*



Box 3259, 103 65 Stockholm  
[kfstockholm.se](http://kfstockholm.se)  
[info@kfstockholm.se](mailto:info@kfstockholm.se)  
Tel: 08-714 39 60