

Ansvarlighed i Coop

Uddrag fra Coop AMBA årsrapport 2018



coop

Det gi'r mening

Ansvarlighed - en del af forretningen

Vores mål er at være bannerfører for ansvarlighed og gøre den største forskel med bedre varer, en stærk forbrugerstemme, balance i fodaftrykket og en ansvarlig arbejdsplads.

I Coop er vi drevet af ønsket om at levere varer og ydelser af høj kvalitet med omtanke for den verden, vi lever i. Derfor arbejder vi kontinuerligt på at øge udvalget af bedre varer og engagere kunderne i at vælge varer, som sætter et lettere fodaftryk på kloden, samt at drive vores butikker med størst mulig hensynstagen til vores samfundsansvar.

Coops strategi for ansvarlighed

Coops strategi for ansvarlighed har fire løftestænger: »bedre varer«, »en stærk forbrugerstemme«, »balance i vores fodaftryk« samt »en ansvarlig arbejdsplads«. Disse fire løftestænger udgør fundamentet for rejsen mod en række ambitiøse mål for bæredygtighed og samfundsansvar i Coop. Samlet skal de sikre, at Coop forbliver bannerfører for ansvarlighed, og at forbruget rykker sig i en bæredygtig retning.

I dette kapitel findes bl.a. et skematisk overblik over de væsentligste indsatsområder i ansvarlighedsarbejdet baseret på en væsentlighedsanalyse samt vores konkrete mål og resultater for 2018. Kapitlet udgør Coops lovpligtige rapportering om samfundsansvar som beskrevet i årsregnskabsloven § 99a og § 99b. Coop støtter fortsat FN's Global Compact og de ti principper. Kapitlet udgør Coops rapportering om frem-skridt til FN's Global Compact (CoP).

Er du interesseret i at læse mere om Coops strategi og arbejde med samfundsansvar, så besøg www.coop.dk/ansvarlighed, som altid indeholder det mest aktuelle overblik over vores ansvarlighedsarbejde.



En stærk forbrugerstemme

Det ligger dybt i Coops DNA at sætte emner på dagsordenen, der er væsentlige for forbrugerne og for samfundet. Derfor er vi også glade for, at Coop i 2018 blev kåret som det mest bæredygtige brand i »Sustainable Brand Index« af forbrugerne.



Mere velgørenhed

I 2018 arbejdede vi videre med vores strategiske partnere på velgørenhed: Røde Kors, Mødrehjælpen og Hus Forbi. I Kvickly og Superbrugsen blev Black Friday til Give Back Friday, hvor både kunder og kæderne selv donerede penge til Røde Kors. Sammen med julehjælp, donationer af flaskepant, salg af Irmas kunstdåse mv. donerede Coop og vore kunder samlet set mere end 9,5 mio. kr. til velgørenhed i 2018.



700.000 biobaserede poser til medlemmerne

I Coop vil vi gerne medvirke til et mere bæredygtigt forbrug – også når det gælder plastikposer. Derfor fik vi i 2018 fremstillet 700.000 klimavenlige biobaserede poser og forærede dem væk til medlemmerne i juni måned for at fremme genbrug og reducere forbruget af almindelige plastposer.



Vi kæmper for en generation uden røg

Hver dag begynder 40 børn og unge at ryge, og tendensen er stigende. Det vil vi være med til ændre på og dermed skabe en generation af børn og unge, der ikke ryger i 2030. Vi har skjult tobakken i Irma, og resten af Coops 1000 butikker følger med i 2019. Men desværre er det ikke nok til at forhindre, at børn og unge begynder at ryge. Tiltaget vil kun have effekt, hvis alle butikker skjuler tobakken. Derfor har vi rejst et borgerforslag, som støttes af en lang række toneangivende organisationer.



GoCook får børnene i køkkenet

Coops Skoletjeneste er Danmarks største private skoletjeneste og hjælper grundskoler over hele landet med materialer om forbrug og madlavning. Den største indsats over for skolerne er GoCook, som via skolen, sociale medier og »live« via GoCook on tour inspirerer børn til at lave mad. I alt 154.000 skolebørn på 3 ud af 4 skoler i Danmark arbejdede i november måned med årets GoCook smagekasse.

Ansvarlighed i Coops forretningsmodel

I Coop stiller vi store krav til ansvarlighed i hele værdikæden, fra produktion til forbrugerbevidsthed og indkøbskurv.

Coops kerneforretning består i at købe og sælge varer. Som illustreret i modellen på modsatte side er værdikæden kompleks, og til hvert led er knyttet problemstillinger, risici og muligheder på ansvarlighedsområdet. Vi stiller krav til vores leverandører i forhold til menneskerettigheder, fravær af korruption, kvalitet af varerne og følger op med kontroller foretaget ud fra en risikovurdering. I butikkerne og vores øvrige arbejdssteder har vi især fokus på arbejdsmiljø, sikkerhed og ressourceforbrug.

Vi forsøger at påvirke forbrugerne til at træffe mere bæredygtige valg via oplysningskampagner og markedsføring af vores stadigt stigende antal varer, produceret med særlig omtanke for mennesker, dyr og miljø.

I en forbrugerejet og demokratisk andelsvirksomhed som Coop har kunderne derudover indflydelse på strategi og retning, og forretningens finansielle overskud går, foruden til udvikling af forretningen, til medlemmerne i form af bonus, rabatter og tiltag, som skal fremme en bæredygtig samfundsudvikling.

Forankring af ansvarlighed i Coop

Uanset om man arbejder i butik, logistik, indkøbsafdeling, IT eller andre funktioner, er man med til at drive en ansvarlig forretning og omfattet af processer og praksis, der skal sikre, at Coop agerer ansvarligt. Siden 2016 har Coop haft et ansvarlighedsboard for at styrke forankringen af ansvarlighedsarbejdet i alle dele af forretningen. Boardet, som mødes fire gange årligt, består af repræsentanter for topledelsen i Coop og skal sikre, at ansvarlighed integreres i alle dele af forretningen. Ansvarlighedsafdelingens rolle består i at løse en række opgaver, der har til formål at sikre overholdelse af lovgivning og Coops særlige varekrav hos leverandører og butikker. Det er endvidere også afdelingens rolle at udvikle forretningen på ansvarlighedsområdet samt involvere og oplyse kunder om aktuelle emner, udfordringer og løsninger knyttet til bæredygtigt forbrug og sundhed. Det overordnede mål er at sikre, at Coop er bannerfører for ansvarlighed.

Coops forretningsmodel



Nødvendig omhu

Vi har fokus på potentielle risici i vores værdikæde og foretager løbende evalueringer af risici, målsætninger og interne processer, som ligger til grund for vores opfølgning og udvikling af værdikæden.

I Coop arbejder vi løbende med at yde nødvendig omhu – også kaldet »due diligence« i vores forretning. Derfor har vi fokus på potentielle risici i vores værdikæde og foretager løbende evalueringer af risikovurderinger, målsætninger og interne processer, som ligger til grund for vores opfølgning og udvikling af værdikæden.

Vi har særligt fokus på de varemærker, som fremstilles for Coop og sælges i Coops navn, eksempelvis Änglamark,

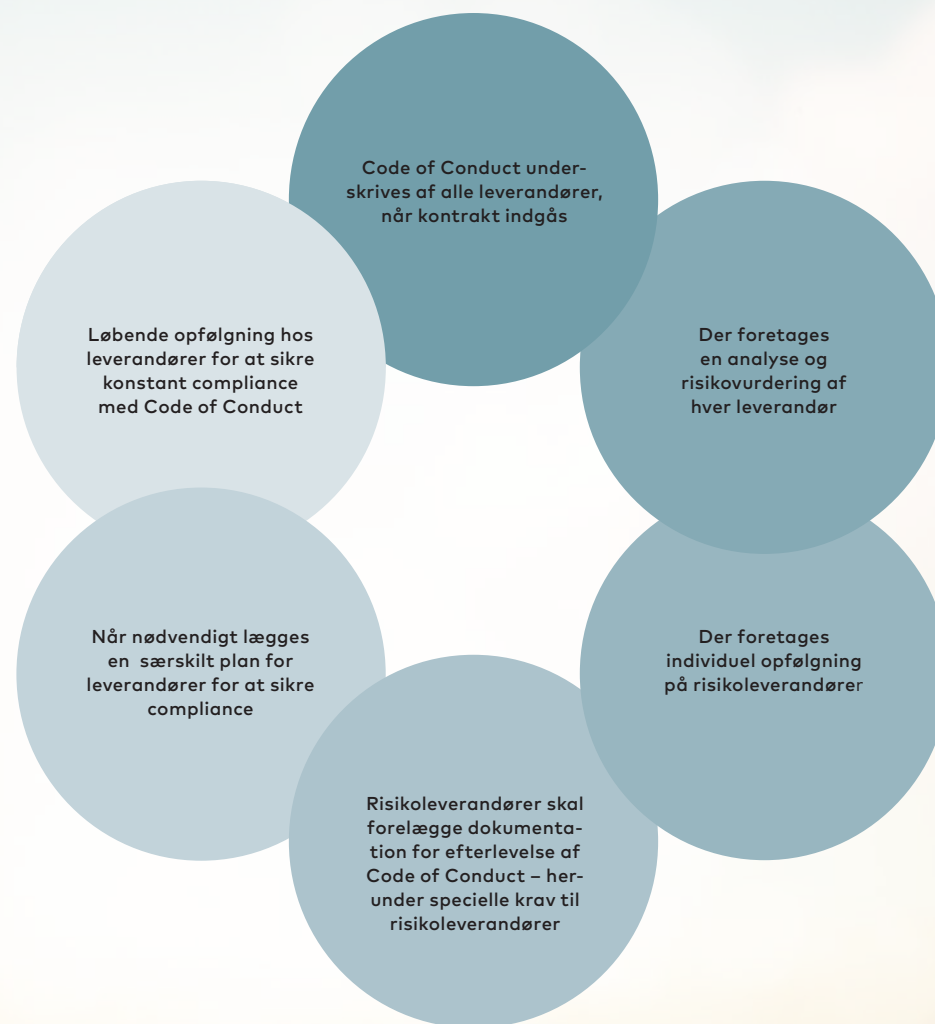
Irma Hverdag, Coop og Xtra. Vores processer for nødvendig omhu er centrale for vores samfundsansvar, fordi Coop har mulighed for at påvirke leverandørkæder, som potentielt udgør en risiko for både sociale forhold, klima, menneskerettigheder samt korruption og bestikkelse.

I figuren vises elementerne i vores proces for nødvendig omhu i vores værdikæde.

Vidste du, ...

at Irma, fakta, Kvickly, SuperBrugsen, Dagli'Brugsen og LokalBrugsen alle har opnået den internationale energicertificering ISO 50001. Det er et bevis på, at butikkerne efterlever nogle meget strenge energikrav, der betyder, at vi hele tiden skal optimere vores energiforbrug og finde nye måder at spare energi på.

Due Diligence i Coops værdikæde





Risikoanalyse og indsatser

Coops arbejde med ansvarlighed tager bl.a. udgangspunkt i en væsentlighedsanalyse, hvor risici og indsatser er prioriteret.

De følgende sider viser et skema over de væsentligste risici på ansvarlighedsområdet for Coop som forretning og for vores omverden og interesser som følge af Coops forretningsaktiviteter. Risiciene er identificeret ud fra en proces, der bl.a. har involveret Coops ansvarlighedsboard. Der er foretaget en identifikation af de væsentligste risici i Coops forretning for omverdenen, Coop og relevante interesser. Alle risici, der er identificeret som væsentlige, er medtaget. Skemaet viser også de indsatser og mål, vi har for hvert risikoområde.

Sammen handler vi for fremtiden

Coop er både talerør og supermarked for de danske forbrugere, og vi arbejder for at drive en ansvarlig og bæredygtig forretning.

Miljø og klima

I forbindelse med fremstilling og transport af varer samt drift af butikker og logistikcentre sætter vi et miljø- og klimamæssigt aftryk. Risikoen for klimaforandringer og miljøudfordringer betyder, at vi har et ansvar for at nedsætte det aftryk, vi sætter. Coop har også et ansvar for at fremme et mere bæredygtigt forbrug hos vores kunder. Coops samlede politik for Miljø og Klima kan downloades her: www.coop.dk/politikker



INDSATS

MÅLSÆTNINGER/INDIKATOR

ÅR

STATUS

FN's VERDENSMÅL

Energi og transport

For at nedsætte vores CO₂-aftryk og dermed risikoen for klimaforandringer arbejder Coop for at reducere virksomhedens energiforbrug med udgangspunkt i vores energistrategi. I 2018 har vi igangsat en kortlægning af den CO₂-udledning, der sker som følge af vores transport af varer i Danmark.

Reduktion af energiforbrug med 20% ift. 2016.

2020

10%

Energicertificering af alle butikker/kæder.

2018

100%



Emballage

Coop har en emballagestrategi, der skal sikre mere bæredygtige emballager på alle Coops egne varemærker. I 2018 har vi bl.a. lanceret biobaserede indkøbsposer og genbrugsnet, udskiftet dåser med papbrikker og indført mere genanvendt plast på en række emballager. Emballagestrategien mindsker det klimamæssige aftryk af vores varer.

Reduktion af konventionel plastik med 25%.

2025

Løbende implementering

Coops emballager skal være genanvendelige.

2022

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

2022

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

2027



Madspild

For at mindske aftrykket arbejder Coop på at nedsætte vores madspild samt hjælpe forbrugerne med at reducere deres.

Madspild i butikkerne må maksimalt udgøre 1% af butikkernes omsætning.

Løbende

1%



Økologi

Coop gør en omfattende indsats for at øge det økologiske salg via øget sortiment, kampagneaktiviteter mv. Økologisk drift modvirker bl.a. faldende biodiversitet.

Coop vil fordoble salg af økologi ift. 2013.

2020

Indeks 158



Pesticider

I 2018 har vi analyseret og kortlagt forekomsten af pesticidrester i vores varer og vedtaget et fælles nordisk reduktionsmål. Formålet er at nedsætte potentielle sundhedsrisici, der kan følge af eksponeringen for specifikke kemikalier eller cocktail-effekter af disse.

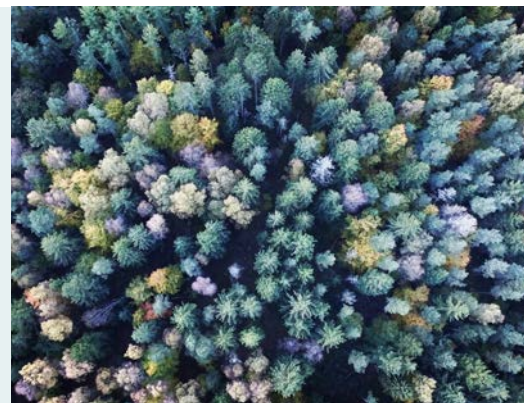
Vi vil arbejde for, at pesticidrester i vores friske frugt og grønt skal holde sig under 50% af gældende grænseværdier.

Løbende

95% af testede varer



Miljø og klima
fortsættes ➔



INDSATS	MÅLSÆTNINGER/INDIKATOR	ÅR	STATUS	FN's VERDENSMÅL
Affald For at nedsætte vores miljø- og klimamæssige aftryk arbejder vi i Coop for at øge genanvendelsesgraden af vores affald, både i butikker og på lagre. I 2018 har vi øget antallet af sorteringsmuligheder i butikkerne.	95% genanvendelse af Coops affald.	2020	77%	
Bæredygtigt fiskeri For at nedsætte risikoen for overfiskeri og nedgang i biodiversiteten i havene arbejder vi for at få et bæredygtigt fiske- og skaldyrssortiment, der tager højde for fangstmetoder, fangstområder og skånsomt opdræt. Desuden arbejder vi hen imod et certificeret sortiment.	Coops omsætning på fisk og skaldyr skal være 100% bæredygtig via MSC-, ASC- eller økologificertificering.	2025	46%	
Palmeolie Produktion af palmeolie kan medføre risiko for afskovning med deraf følgende risiko for fald i biodiversitet og mindre optag af CO ₂ fra luften. Coop er RSPO-medlem og sikrer løbende, at palmeolieforbruget i egne varemærker er RSPO-certificeret eller dækket via RSPO-certifikater.	Palmeolieforbruget i Coops fødevarer i egne varemærker skal være dækket af 100% RSPO-certificeret palmeolie eller certifikater.	Løbende	100%	
Soja Produktion af soja kan ligesom palmeolie medføre risiko for afskovning og deraf afledte effekter. Coop er RTRS-medlem og arbejder med kortlægning af vores direkte og indirekte sojaforbrug. Sideløbende bidrager vi til dialog i branchen.	Det direkte og indirekte sojaforbrug i Coops fødevarer i egne varemærker skal være dækket af RTRS-certifikater eller tilsvarende certificeringer.	2022	Følger planen	
Bæredygtigt skovbrug For at undgå risiko for afskovning har Coop krav om FSC-certificering af havemøbler, FDB-møbler og EUTR-omfattede varer for at sikre sporbarhed og bæredygtigt skovbrug. Ligeledes har vi krav om FSC-mærke på papirvarer i Ånglamark-brandet.	Alle havemøbler, FDB-møbler og EUTR-omfattede varer i Coop skal være FSC-certificerede.	Løbende	100%	
Dyrevelfærd Coop 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.	1000 dyrevelfærdsmærkede varer.	2020	500 varer	
	100% udfasning af buræg i produkter i egne varemærker.	2020	Følger planen	

Sociale forhold og medarbejderforhold

Coop er blandt Danmarks største arbejdspladser. Vi har derfor en pligt til at skabe en arbejds- og sikkerhedskultur, der nedsætter risici for skader og uheld. Vi har også et ansvar for at skabe muligheder for mennesker, der har svært ved at få fodfæste på arbejdsmarkedet. Endelig ønsker vi at have en kultur, der skaber lige muligheder uanset køn. Se afsnit om det underrepræsenterede køn på side 19. På coop.dk/politikker kan du finde Coops politik for sociale forhold samt politik for det underrepræsenterede køn.



INDSATS	MÅLSÆTNINGER/INDIKATOR	ÅR	STATUS	FN's VERDENSMÅL
Jobtræning Vi samarbejder lokalt med kommuner om at tilbyde praktikpladser og ansættelser med løntilskud for derved at hjælpe folk ind på arbejdsmarkedet.	Min. 5.000 ledige i praktik eller løntilskud.	2020	5.324	
	Min. 25% af praktikanter/ansatte med løntilskud kommer i job bagefter i Coop eller andet sted.	2020	18%	
Inklusion Coop deltager i programmet »Klar til Start«, der tilbyder mennesker med autisme et praktikforløb med mulighed for efterfølgende ansættelse.	Fastansættelse af mennesker med autisme i Coops butikker.	Løbende	85	
Sikkerhed For at nedsætte risikoen for arbejdsulykker og skader arbejder vi i Coop med at skabe en sikkerhedskultur, der er forebyggende, både i butikker, på kontorer og i logistikcentre. Coop har valgt at støtte Vision Zero fra 2020 og vil på baggrund af dette formulere nye mål og indsats.	Reduktion af antallet af alvorlige arbejdsulykker med 20% i forhold til 2015.	2021	24% reduktion	
	Altid opnå mindst 90% grønne smileys fra Arbejdstilsynet.	Løbende	96%	

Risikovurdering

Til kamp mod korruption & bestikkelse

Som stor samfundsmæssig aktør har Coop et ansvar for, at vores forretning ikke medvirker til korrupt adfærd. Se Coops politik for anti-korruption på coop.dk/politikker



INDSATS	MÅLSÆTNINGER/INDIKATOR	ÅR	STATUS	FN's VERDENSMÅL
Antikorruption I 2018 har vi evalueret Coop Danmark A/S' anti-korruptionsindsats. På baggrund af dette har vi besluttet at styrke udvalgte Coop Danmark A/S-medarbejderes vidensniveau om regler for god forretningsførelse. Dette arbejde udføres i 2019.	Gennemførelse af indsats over for nøglemedarbejdere for at øge kendskabet til Coop Danmark A/S' interne regler vedrørende god forretningsførelse. Det præciseres fra 1. marts 2019 i Coop Danmark A/S' standardansættelseskontrakter, at regler for god forretningsførelse skal overholdes.	Løbende	Igangsættes 2019	

Menneskerettigheder

Coops varer produceres i store dele af verden, og det medfører en risiko for brud mod menneskerettighederne i særligt udsatte lande og under visse produktionsmetoder. Vi har et ansvar for løbende at afdække risici i vores leverandørkæde og mindske risikoen for brud mod menneskerettighederne. Se Coops politik for menneskerettigheder på www.coop.dk/politikker



INDSATS

Ansvarlig leverandørstyring

For at nedsætte risici for brud mod menneskerettighederne har vi løbende monitorering af compliance-niveau i leverandørkæder til egne varemærker via vores program for Ansvarlig leverandørstyring.

MÅLSÆTNINGER/INDIKATOR

Min. 95% af vores leverandører af egne varemærker lever op til vores Code of Conduct.

ÅR

Løbende

STATUS

96%

FN's VERDENSMÅL



Råvarer med særlig risiko

Produktionen af visse råvarer kan medføre en øget risiko for brud mod menneskerettighederne. Vi har derfor krav om certificering efter internationalt anerkendte tredjeparts auditeringer af disse grupper råvarer.

Kaffe, te og kakao skal være certificeret med Fairtrade, UTZ eller Rainforest Alliance.

2020

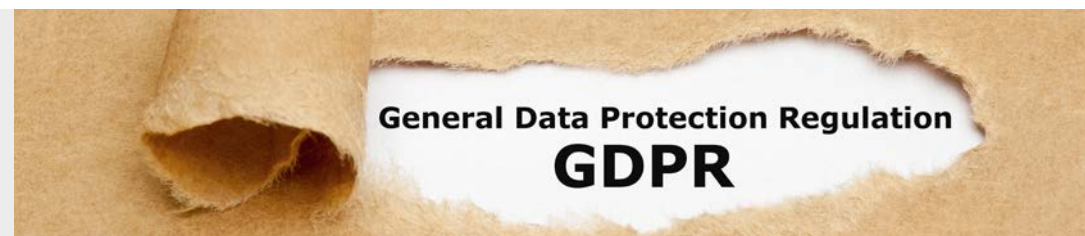
79%



Risikovurdering

Beskyttelse af persondata

Håndtering af persondata kan medføre risiko for brud mod persondataforordningen i form af f.eks. misbrug eller læk af data. Coop håndterer dagligt store datamængder fra bl.a. kunder, medlemmer og medarbejdere. Vi har derfor et ansvar for at forebygge denne type risici via sikre systemer, procedurer og retningslinjer for håndtering af persondata.



INDSATS

Persondata

Opmærksomheden omkring beskyttelse af persondata er forankret i organisationen. Der er udpeget 120 personer, der har ansvar for korrekt persondatahåndtering i de enkelte forretningsområder, og en Data Protection officer er ansat. Vi har en risiko-baseret tilgang og har i 2018 fokuseret på bl.a. indgåelse af databehandlaftaler. Vi har endvidere udviklet e-learning i persondata.

MÅLSÆTNINGER/INDIKATOR

E-learning skal inden for de første tre måneders ansættelse være gennemført af min. 80% af medarbejderne på Coops hovedkontor, i Coop Trading samt af nøglemedarbejdere i butikkerne og på logistikcentrene.

ÅR

2020

STATUS

89% på hovedkontor, Coop Trading og logistik, 35% i butikkerne

FN's VERDENSMÅL



Sundhed

Fødevarer kan potentielt udgøre en direkte sundhedsrisiko, hvis de ikke er håndteret korrekt. Ligeledes kan indholdsstoffer i både emballage, fødevarer og non-foodvarer have skadelige virkninger på længere sigt. Coop har et ansvar for at mindske sundhedsrisici samt for at tilbyde varer, der kan bidrage til en sund livsstil.



INDSATS

MÅLSÆTNINGER/INDIKATOR

ÅR

STATUS

FN's VERDENSMÅL

Fremme af effektiv lovgivning

Coop arbejder aktivt for at bidrage til effektiv regulering bl.a. vedr. skadelige kemikalier, 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.

Rådgivning af, og sparring med, forskere, lovgivere, industri og andre interessenter.

Løbende

Opfyldt



Fødevarer sikkerhed i butikkerne

Vi uddanner løbende personale i fødevarer sikkerhed og følger op på butikernes procedurer og egenkontrol for at undgå sundhedsrisiko.

Min. 99% 1'er smileys fra Fødevarestyrelsen.

Løbende

99%



Vare- og kvalitetskrav

Coop har over 100 nøje udvalgte varekrav, som skærpes løbende. Det gør vi for at sikre høj fødevarer kvalitet, 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.

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

Løbende

100%



Baseret på en risikovurdering uddannes og udvikles leverandører til at overholde lovgivning og Coops skærpede krav.

Løbende

Opfyldt



Skadelige kemikalier

I Coop har vi 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 2018 har vi skærpet indsatsen over for legetøj.

Kontrol og overholdelse af Coops skærpede varekrav vedr. kemikalier.

Løbende

Opfyldt



Tobak

I Coop vil vi 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 arbejder for, at dette gøres til national lovgivning.

Kvartalsvise stikprøvekontroller vedr. overholdelse af aldersgrænser ved tobakssalg.

Løbende

Opfyldt



Tildækning af tobak i alle Coops butikker.

2019

Irmes butikker har skjult tobakken.

GoCook

GoCook er Coops indsats, der lærer børn at lave mad, opnå råvarekendskab og blive »madmodige«. Det skal styrke børnenes forudsætninger for en sundere livsstil.

Over 150.000 børn fra 3 ud af 4 skoler laver mad med GoCook i skolen.

Løbende

154.000





Mål	Årstal	2017	2018
Bestyrelsen i Coop amba Vi opfordrer til opstilling af lige antal kvinder og mænd. Bestyrelsen er demokratisk valgt.	Løbende	22% kvinder 78% mænd	22% kvinder 78% mænd
Coop amba's 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
Coop Danmark A/S' bestyrelse Øge andelen af kvindelige bestyrelsesmedlemmer til min. 40%	2021	17% kvinder 83% mænd	29% kvinder 71% mænd
Coop Danmark A/S' direktion Vi tilstræber at øge andelen af kvindelige medlemmer til 40%	2020	0% kvinder 100% mænd	20% kvinder 80% mænd
fakta A/S' bestyrelse Vi tilstræber at øge andelen af generalforsamlingsvalgte kvindelige bestyrelsesmedlemmer	2020	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	—	100% kvinder 0% mænd	100% kvinder 0% mænd
Butikker Vores mål er at opnå 25% kvindelige butikschefer på tværs af vores kæder	2020	19% kvinder 81% mænd	20% kvinder 80% mænd

27% af de danske ledere er ifølge OECD kvinder. I Sverige er tallet 40%



Det underrepræsenterede køn

I Coop arbejder vi på at øge andelen af kvindelige ledere på alle niveauer, da kvinder i dag er underrepræsenterede i Coops ledelseslag.

I 2018 iværksattes dialogmøder med kvindelige medarbejdere med henblik på at finde og nedbryde barrierer for, at kvinder vælger ledelsesvejen i Coop. Dette arbejde vil fortsætte i 2019. For at øge andelen af kvinder i topledelse og bestyrelse sikres det, at der hver gang, en ledig post skal besættes, er kvalificerede ansøgere af begge køn med i slutfeltet. I Coop amba, der er medlemsbaseret, og hvor bestyrelsesposter afgøres gennem en demokratisk valgproces i landsrådet, henstilles til, at

der opstilles et lige antal mænd og kvinder til bestyrelsesposter, samt at det indgår i de stemmeberettigedes overvejelser, at bestyrelsens sammensætning skal afspejle det omkringliggende samfund. I skemaet til venstre ses andelen af kvinder i de øverste ledelseslag i Coop Danmark A/S, Coop amba samt fakta A/S og kønssammensætningen på ledelsesniveau i vores butikker på tværs af alle kæder. Se Coops samlede politik for det underrepræsenterede køn på www.coop.dk/politikker

FN's Verdensmål

Igennem vores ansvarlighedsarbejde søger vi at skabe den størst mulige positive indflydelse i forhold til Verdensmålene, og samtidig har vi fokus på at reducere de negative påvirkninger mest muligt.

I skemaet på side 14-18 illustreres de FN-Verdensmål, som Coop gennem vores aktiviteter og indsatser arbejder med og påvirker, positivt som negativt. Igennem vores ansvarlighedsarbejde søger vi at skabe den størst mulige positive indflydelse i forhold til Verdensmålene, og samtidig har vi fokus på at reducere de negative påvirkninger mest muligt.

Vores aktiviteter og indsatser har fokus på at øge vores positive indflydelse på 11 af verdensmålene.

Vores bidrag til at skabe mere ansvarlig produktion og forbrug, der værner om verdens ressourcer, forfølges blandt andet gennem vores fokus på ansvarlig leverandørstyring, høje varekrav til egne varemærker, emballageindsats, affaldssortering, nedsættelse af madspild og høje krav til fødevarer sikkerhed. Samtidig forsøger vi gennem kampagner at påvirke forbrugerne til at træffe mere bæredygtige valg, ligesom vi arbejder for at påvirke samfundet og væsentlige samskabelsesaktører, såsom politikere, til at fremme et bæredygtigt forbrug.

Livet på land arbejder vi på at beskytte via vores indsatser inden for især økologi, dyrevelfærd og råvarer med særlig risiko.

Vi arbejder med at forbedre folkesundheden ved at reducere salt, fedt og sukker fra egne varer, promovere sunde varer og sætte fokus på sund kost via kampagner og Danmarks største opskriftssite, Coop-opskrifter. Endelig ser vi det som et vigtigt ansvar at skabe anstændige jobs og økonomisk vækst – både direkte og indirekte gennem vores forretning. Det gør vi bl.a. via vores arbejde med arbejdsmiljø og mangfoldighed samt ansvarlig leverandørstyring.

Klima er et område, som vores forretningsaktiviteter og værdikæde har en negativ påvirkning på, ligesom selve forbruget af dagligvarer har et klimaaftryk. Der hvor vi har direkte indflydelse, er på vores eget CO₂-aftryk i forhold til driften af butikker og den energi, vi bruger. Vi arbejder derfor på at modvirke vores klimamæssige belastning igennem et intensivt energispareprogram, reduktion af madspild samt via vores emballageindsats.

Vidste du, ...

at FN's Verdensmål frem til 2030 skal sætte kursen for en bæredygtig udvikling for både mennesker og planeten?

