

ET ÅR I Unntak

19

Innhold

20

21

- 4 Nøkkeltall
- 6 Dette er Coop
- 8 Forord ved Geir Inge Stokke
- 10 Rundt omkring i Coop Norge konsern
- 12 Samfunnskritisk kjedefamilie

- 16 Da pandemien kom til Norge
- 26 Heltene i vareforsyningen
- 36 Mellom bakkar og berg
- 42 Endrede handlevaner i 2020
- 52 På jobb for demokratiet

- 58 Coops bærekraftsrapport

- 94 Årsberetning og årsregnskap
- 96 Styret og årsberetning
- 108 Årsregnskap
- 112 Noter til årsregnskapet
- 141 Revisors beretning
- 144 Firmainformasjon og adresser

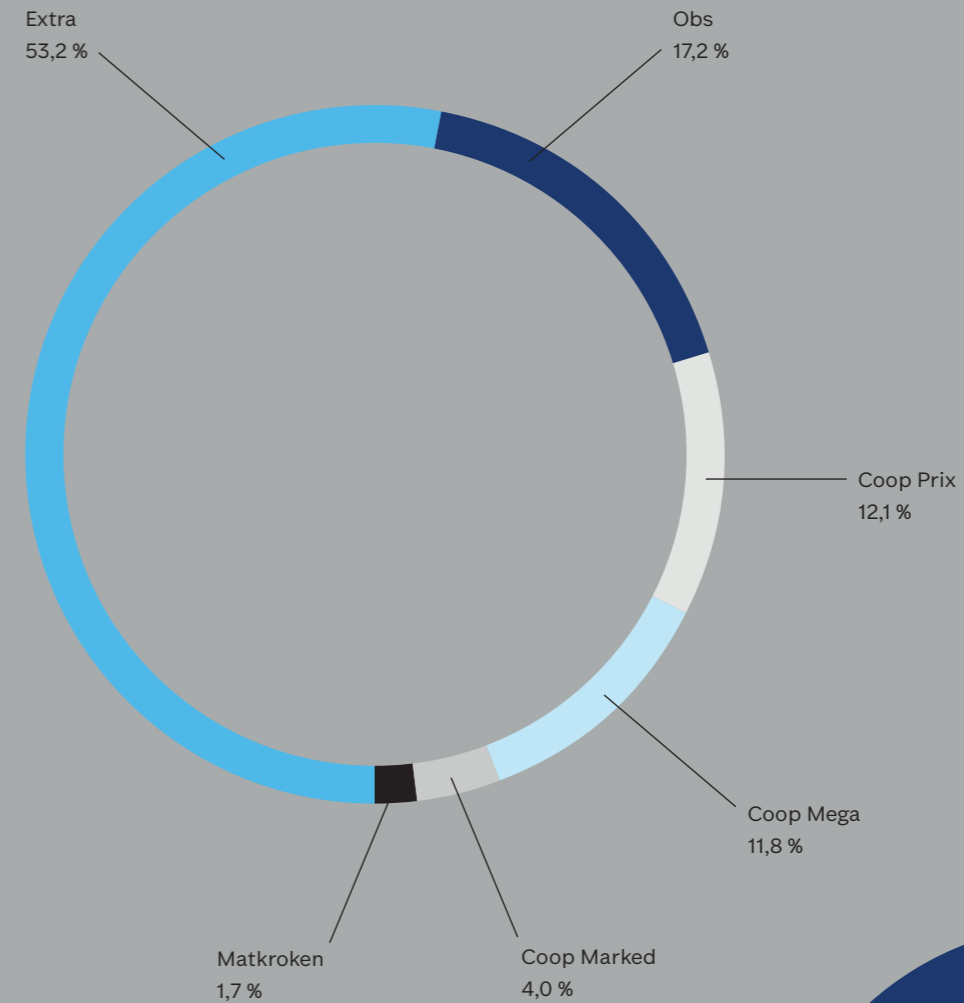
Nøkkeltall

2020

Finansielle nøkkeltall for Coop Norge konsern

MNOK	2020	2019	2018	2017	2016
Totale driftsinntekter	58 632	50 608	49 297	47 933	46 958
Driftsresultat uten avskrivninger/ nedskrivninger (EBITDA)	1 710	1 183	1 242	1 282	1 362
Driftsresultat (EBIT)	986	513	478	569	737
Resultat før skatt	1 040	479	318	423	569
Årsresultat	817	380	807	378	389
Kapital					
Totalkapital	20 002	16 989	15 727	15 623	17 516
Egenkapital, inkl. minoritetsinteresser	6 887	6 045	5 704	4 887	4 527
Egenkapitalandel	34,4 %	35,6 %	36,3 %	31,3 %	25,8 %
Kontantstrøm					
Netto kontantstrøm	(428)	297	(771)	(893)	(151)
Nøkkeltall, lønnsomhet					
EBITDA	2,9 %	2,3 %	2,5 %	2,7 %	2,9 %
EBIT	1,7 %	1,0 %	1,0 %	1,2 %	1,6 %
Resultat før skatt	1,8 %	0,9 %	0,6 %	0,9 %	1,2 %
Årsresultat	1,4 %	0,8 %	1,6 %	0,8 %	0,8 %
Gjennomsnitt antall årsverk for Coop Norge konsern	4 220	3 968	3 862	3 780	4 017
Antall medlemmer i samvirke­lagene	1 887 302	1 790 794	1 708 176	1 627 408	1 550 489
Antall samvirke­lag	66	73	76	87	91

MARKEDSFORDELINGEN MELLOM DAGLIGVAREKJEDENE



MNOK 1 277

KJØPEUTBYTTE

Dette er Coop

1 887 302

MELEMMER I
SAMVIRKELAGENE

66

SAMVIRKELAG

1 232

BUTIKKER

28 000

ANSATTE I COOP

5 647 ANSATTE I
COOP NORGE KONSERN

Samvirkelagene eier fellesorganisasjonen Coop Norge SA som ivaretar sentrale fellesoppgaver for samvirke- lagene som innkjøp, logistikk, kjededrift og markedsføring av daglig- og faghandelsvarer for Coops butikker i Norge.



Coop Norge Industri AS

er et heleid datter- selskap av Coop Norge SA. A/S Røra Fabrikker, Goman AS, TradeWay AS og Ferskvarehuset AS er datterselskap av Coop Norge Industri AS.



Norsk Butikkdrift AS

er et heleid datter- selskap av Coop Norge SA. Selskapet har ansvar for å integrere og drifte butikkene fra Icas norske dagligvarevirksomhet. Selskapet har en av- deling for filialbutikker og en for franchise- butikker.



Coop Norge Eiendom AS

er et heleid datter- selskap av Coop Norge SA, og et fullsortiments eiendomshus. Coops eget eiendomsselskap bidrar til utvikling og nyetablering av Coops virksomhet.



Coop Norge Transport AS

er et heleid datter- selskap av Coop Norge SA. Transportselskapet sørger for distribusjon fra lager til butikk.



Forord ved

Geir Inge Stokke

2020 vil for alltid være et år skrevet med store bokstaver i historiebøkene. Det nye tiåret startet friskt, og mange spennende prosjekter skulle realiseres. Vi hadde en solid vekst på tvers av kjedene og flere store satsinger på trappene. Så endret alt seg. Nyheten om at et nytt virus var på vei mot Norge, fylte stadig flere avisforsider. Vi startet beredskapsarbeidet allerede i februar. 11. mars begynte hamstring i butikkene våre, og 12. mars stengte store deler av landet ned. Foran oss ventet et år uten historisk sidestykke.

Årsrapporten for 2020 har fått navnet «Et år i unntak». Dette spiller naturligvis på de store og inngripende følgene av pandemien. Men vel så mye handler det om den unike posisjonen som vi i Coop fikk da covid-19 kom til landet. Vi har lenge vært på en liste over det som kalles for samfunnskritiske funksjoner. I året som gikk, har denne posisjonen gått fra teoretisk til praktisk. Der store deler av landet stengte ned og reduserte aktivitetene, har vi jobbet hardere enn noen gang. For å sikre varer til befolkningen, innføre nødvendige smittevernstiltak, sørge for hjemlevering til dem som trengte det, og en rekke andre nye tilbud til våre medeiere og kunder. Den innsatsen som har vært lagt ned av samtlige ansatte i dette unntaksåret, kan best oppsummeres med ett ord: formidabel.

Gjennom en rekke utvalgte artikler vil vi her gi deg et unikt innblikk i vår håndtering av pandemien, sett fra ulike deler av vår mangfoldige organisasjon.

Alt fra planlegging i en svært uoversiktlig situasjon til det krevende arbeidet med å få tak i nok varer til butikkhyllene. Vi vil vise deg hvordan pandemien endret på våre kollektive handlevaner, og hvordan vi heldigitaliserte både Coop Valg, Årsmøtet i Coop Norge SA og årsmøtene i flere av samvirkelegene.

Samtidig som både dagligvarebransjen, byggebransjen, deler av faghandel og Coop har opplevd en enorm vekst i omsetning og kundetraffikk, har det vært viktig for oss å ha ett øye på det som ligger lenger frem i tid. Pandemien vil etter hvert bli et tilbakelagt kapittel, en ny hverdag vil ta form. Selv i et år i unntak har vi derfor brukt tid på å planlegge for fremtiden. Helt sentralt i dette ligger også vårt ansvar innenfor samfunn og bærekraft. Derfor er også bærekraftsrapporten for 2020, og tilhørende tall, inkludert i denne årsrapporten.

Avslutningsvis vil jeg gi en stor honnør til alle som har bidratt til at 2020 ble et år vi kan være stolte av. Samvirkelegene, leverandører, medarbeidere og ikke minst våre da snart 1,9 millioner medeiere – sammen sørget vi for trygge rammer i et år hvor usikkerheten var stor.

Tusen takk.

Geir Inge Stokke
Konsernsjef Coop Norge SA

Rundt omkring i Coop Norge konsern



Kari Helene Aspen

Butikksjef, Coop Mega Linderud

Det mest utfordrende var usikkerheten og frykten som covid-19 bragte med seg for både medarbeidere og kunder, samtidig som omsetningen økte.

Det første positive som slår meg, er selvfølgelig at vi leverte gode tall i 2020! 2020 var et krevende, men også lærerikt og spennende år for oss i dagligvare. I oktober oppgraderte vi butikken, noe som var etterlengtet hos både ansatte og kunder. Det er også gledelig at «mannen i gata» har fått et mer positivt syn på jobben vi gjør.



Tor Johansen

Utviklingssjef, Coop Norge Eiendom AS

Det mest krevende var all usikkerheten i landet i form av permitteringer, stengte butikker og virksomhet som ble satt på vent. Vi fikk en rekke henvendelser om leiefritak fra forretninger som mistet omsetning eller måtte stenge.

Overlevering av flere nye dagligvarebutikker, samt én Obs BYGG til Coop Vestfold og Telemark SA, var svært positivt! At de nyetablerte raskt fikk en god omsetning, bidro til at Coop økte markedsandelene og styrket lønnsomheten. Det er vi i Coop Norge Eiendom AS stolte over å ha bidratt til.



Lisa Jenny Zeller

HR Partner, Norsk Butikkdrift AS

Mye var krevende, men å måtte avlyse møter, kurs og ledertreninger, for så å snu seg rundt og løse dem digitalt, var utfordrende. Vi gikk fra å holde sluttintervjuer og tilbakelesninger fysisk til å gjennomføre alt digitalt. Det kunne innimellom by på noen tekniske «hiccups».

Det positive var at butikkyrket fikk en velfortjent statusøkning. Det gleder mitt gamle butikksjefshjerte! Vi gjennomførte alle rekrutteringene og ledertreningene på Teams, og med stor suksess. 2020 har utvilsomt gjort oss til et enda mer digitalt selskap.

I Coop Norge konsern jobber det 5 647 mennesker, og tallet stiger til 28 000 når samvirkeforeningene og alle butikkene deres inkluderes. Vi har spurt et lite utvalg om hva som var det mest krevende med 2020, og hva de tar med seg som det mest positive?



Stig Morten Hammernes

Teamleder returstasjonen, logistikk Trondheim, Coop Norge SA

Det mest krevende i året som ligger bak oss, var den store volumøkningen vi fikk fra mars og ut året. I juni økte paller i retur til sortering med 41 %.

Jeg hadde medarbeidere som la ned et enormt stykke arbeid for å håndtere volumet som kom inn. Sammen satte vi rekorder gjennom hele året! Jeg er også stolt over at vi økte sorteringsgraden vår fra 86 % til 91,8 %. I et år med mange utfordringer er det noe vi er veldig fornøyd med.



Preben Lysa

Avdelingsleder varefaktura, CNR Trondheim, Coop Norge SA

Som fersk leder var det mest krevende å bli godt nok kjent med de ansatte. Det sosiale samspillet kollegaer imellom er ofte vel så viktig å forstå som den offisielle delen av organisasjonen.

Det mest positive var å se omstillingsevnen! I vår avdeling hadde vi ansatte som i løpet av 40 år i Coop aldri hadde jobbet hjemmefra. Over natten ble stuer og gjesterom gjort om til hjemmekontor. Med den innstillingen står vi godt rustet til å ta ytterligere markedsandeler i årene som kommer.



Monica Eldby

Leder HMS, kvalitet og bærekraft, Coop Norge Industri AS

Det mest krevende var usikkerheten som fulgte med pandemien. Som ny var det mye jeg ønsket å komme i gang med, men det krevde gjerne tilstedeværelse på anleggene våre. Det var det naturligvis vanskelig å få til i 2020.

Det mest positive var samarbeidet på tvers, både internt i Coop Norge Industri og til resten av Coop Norge konsern. Det er fantastisk at vi har knyttet gode og sterke bånd som alle vil dra nytte av i fremtiden.



Samfunnskritisk

kjedefamilie

I et år preget av permitteringer og økonomiske utfordringer opplevde enkelte bransjer historiske veksttall. Coop har, som en del av beredskapsarbeidet i Norge, lenge vært klassifisert som en samfunnskritisk funksjon. 12. mars gikk den definisjonen fra å være teoretisk til å inkludere førstelinjearbeid, lange dager og hyppige salgsrekorder.

Takk!

For ledelsen i Coop Norge SA er det ikke resultatene som gleder mest. Det er arbeidet som ligger bak som virkelig skaper stolthet. Håvard Jensen er direktør for kjeder og marked i Coop Norge SA. Som ansvarlig for kjedekonseptene er det hans jobb å støtte samvirkelagenes arbeid rundt blant annet konsept, markedsføring, beste praksis og analyse.

– Alle de som jobber i Coop, har levert en utrolig innsats i året som ligger bak oss. Uten dem hadde Norge stoppet opp og kaoset hadde tatt oss.

I mars endret det meste seg. Håvard trekker frem hamstringen av hermetikk og toalett-papir som sterke minner.

– Vi hadde indekser som viste økninger på nærmere 500 prosent på enkelte varer. Historier om fysisk håndgemeng mellom kunder som kjempet om den siste melposen, nådde oss i løpet av ettermiddagen.

Ukene og månedene som fulgte, har naturligvis satt dype spor i oss alle. At en pandemi kunne så raskt snu opp ned på det meste, var det få eller ingen som var forberedt på.

– Roen, motet og endringsviljen som er vist av våre medarbeidere i en så usikker tid – Jensen stopper opp og tenker seg om – det er rørende. Ordet kan virke stort, men det er dekkende for året som var. Jeg er rørt, stolt og takknemlig for alle dem som hver dag leverte i rollen som samfunnskritisk funksjon.

Driften

Innsatsen de butikkansatte i samvirkelagene og Coop Norge SAs medarbeidere la ned, sørget for at myndighetenes råd om smittevern ble fulgt, og at kunder kunne handle det de trengte til sin nye hverdag.

– Basisdriften er ekstremt viktig i en slik situasjon. Alt må fungere, slik at det frigjøres tid til alle de ekstra arbeidsoppgavene og utfordringene som fortløpende dukket opp, forklarer Håvard.

Pleksiglass, stasjoner med håndsprit, avstandsmarker på gulvene og informasjonsplakater med oppfordringer om å handle smart var kun noen av tiltakene som ble rullet ut.

– Totalt monterte vi 5 318 pleksiglass rundt om i butikkene, og de som trengte det, fikk tilgang på vektere som fungerte som serviceverter. Vår høyeste prioritet var å sikre dem som jobbet ute i førstelinjen, og legge til rette for en tryggest mulig handel.

Med en samlet omsetningsvekst på 15 % for Coop-kjedene var sikkerhetstiltakene og god basisdrift noe kundene satte pris på.

Ny normal, mer lojalitet

Selv med nye utfordringer og mye usikkerhet er det viktig å ikke glemme at et selskap som Coop også må drive utvikling.

– Vi har tatt store skritt i 2020 med blant annet 18 nye butikketableringer og hele 384 små og store butikkprosjekter. Vi har aldri før hatt et mer kundetilpasset tilbud i de åtte kjedene våre.

Strategiarbeidet har fortsatt gjennom 2020, og de langsiktige planene ble fulgt så godt det lot seg gjøre. Håvard håper blikket snart kan løftes mot en ny normal.

– Med snart 1,9 millioner medeiere skal vi bygge videre på lojaliteten og sørge for å møte behovene i markedet med en kjedefamilie som står sterkere enn noen gang, avslutter han.

**Extra**

Butikker: 506

Omsetning: MNOK 32 579

I 2020 var Extra landets raskest voksende dagligvarekjede for 13. året på rad. Vi ekspanderte til 506 butikker, ble årets vekstvinner i dagligvarebransjen og nådde en historisk høy markedsandel på 15,6 %. Konseptet «Gjør det billig» ble lansert, og vi debuterte som nykommer på Kantars årlige merkevareindeks på en delt 11. plass. I tillegg ble vi vekstvinner i lavpris innenfor viktige vareområder som frukt & grønt, bleier og barnemat. Andel fornøyde kunder gikk opp, og over 80 % av kundene sa at de ansatte i butikk er fantastiske. I totalitet har Extra gjennom 2020 styrket posisjonen i lavpris og står sterkere enn noen gang på veien mot toppen!

**Coop Mega**

Butikker: 70

Omsetning: MNOK 7 228

Året 2020 var et annerledes år på alle måter, men Coop Mega leverte samtidig tidenes resultat, på både omsetning, lønnsomhet og andelen fornøyde kunder. Etter ti år der Coop Mega ikke har åpnet noen nye butikker, ble det i fjor åpnet hele fem nye butikker, spredt utover hele landet. Vi har et stort og tydelig definert potensial på etableringssiden, og vi har satt oss noen ambisiøse mål. Coop har vist at vi evner å ta posisjoner innenfor lavpris, fremover skal vi vise at kan gjøre det samme innenfor supermarked. Vi brenner for et stort utvalg, unike råvarer, kunnskap og kompetanse. Det er derfor vi sier: Lenge leve mangfoldet!

**Obs**

Butikker: 31

Omsetning: MNOK 10 506

Obs kan vise til en imponerende vekst de siste årene og gikk inn i 2020 med stor fart. Konseptet «Kunsten å handle Smart», søkelys på barnefamilier, selvbetjeningsløsninger, smarte kampanjer og markedets største produktutvalg har gjort Obs til bransjens vekstvinner gjentatte ganger. Vi kaprer stadig flere kunder som ønsker god plass, trygge handlerammer og alt de trenger på ett sted. Samtidig har obs.no befestet sin posisjon som en suksessfull bidragsyter. I tillegg har vi implementert driftskonseptet «Smart Butikkdrift», som har engasjert de ansatte og medført kontinuerlig forbedring i varehusene. Samlet sett er vi veldig fornøyde med resultatene for 2020, noe som skal tilskrives våre svært dedikerte medarbeidere!

**Obs BYGG**

Butikker: 55

Omsetning: MNOK 6 486

2020 var året da hele Norge skulle pusse opp, ordne hagen eller bygge terrasse. Dette har vi i Obs BYGG virkelig fått merke! Markedsandelen vår gikk fra 12,0 % til 13,5 %, og i privatmarkedet fra 35,1 % til 35,8 %. Vekst på sammenlignbare butikker endte på hele 26,1 % og totalt sett på 28,3 %. Det har vært en utrolig økning for alle produktkategorier, eksempelvis verktøy og jernvare som har vokst med 40 %. Nettbutikken fikk en nøkkelrolle i 2020 og så en vekst på 105 % da flere varehus måtte stenges og vi gikk over til utlevering på parkeringsplassene. Gjennom året har vi også åpnet ett nytt Obs BYGG i Sandefjord og relokalisert Obs BYGG Stjørdal og Obs BYGG Haugesund.

**Coop Byggmix**

Butikker: 52

Omsetning: MNOK 627

For oss i Coop Byggmix ble 2020 et kommersielt godt år med en tidlig vår, mye fint vær og en stor andel av befolkningen på hjemmekontor. Lysten til å gjøre små og store forbedringer hjemme har preget året som ligger bak oss. Resultatet ble en vekst på 17,1 % målt mot sammenlignbare butikker, og en total vekst på 13,6 %. Gjennom 2020 er Coop Byggmix revitalisert med nytt butikkuttrykk og ny in-store kommunikasjon. I tillegg er det pilotert nye løsninger for verktøy, og flere spennende planer ligger nå i støpeskjeen. Den eksterne kommunikasjonen har også gjennomgått en oppgradering, og vi har i 2020 forsterket vår synlighet og gjennomføring i sosiale medier.

**Coop Prix**

Butikker: 237

Omsetning: MNOK 7 399

2020 var et begivenhetsrikt år for Coops største nabolagskjede. Nær 50 butikker ble vesentlig oppgradert med ny visuell profil og innredning, og kan vise til en betydelig høyere omsetningsvekst og høyere andel fornøyde kunder enn øvrige butikker. Oppgraderingene fortsetter i 2021. Coop Prix har i flere år satset på et riktigere sortiment innen frukt og grønt, og å bedre varekvaliteten. De siste årene har vi vært i tet på salg av norske varer, men vi vil gjerne bidra mer. Derfor lanserte vi i fjor ambisjonen «Best på norsk frukt og grønt». Norske smaker og dyktige frukt- og grønnsaksprodusenter fremheves. Satsingen har vært vellykket og vil bli videreført i 2021.

**Coop Marked**

Butikker: 183

Omsetning: MNOK 2 467

Begge kjedene oppnådde et godt 2020 og viste en enorm tilpasningsevne til effektene av covid-19. Hytteforbud i påsken medførte betydelige omsetningstap, men ble oppveiet lokalt av gode planer for sommeren og høsten. Butikkene har lagt vekt på å yte ekstra service til kunder og medeiere i lokalmarkedene. Begge kjedene hadde meget god vekst i andel fornøyde kunder. Matkroken oppnådde en prosentvis vekst i andel fornøyde kunder på hele 8 %, noe som resulterte i en høyere omsetningsvekst enn markedsveksten i segmentet. I 2021 vil Coop Marked og Matkroken arbeide videre med å gi inspirasjon til alle som er opptatt av norske mattradisjoner, samt bidra til gode ferieopplevelser i eget land.

**Matkroken**

Butikker: 93

Omsetning: MNOK 1 043

Det totale antallet butikker i oversikten inkluderer ikke fem kjedeavhengige butikker.



Da pandemien kom til Norge

Gjennom 2020 arbeidet et stort antall Coop-ansatte med å håndtere koronakrisen. Over hele landet ble det lagt ned et enormt stykke arbeid, slik at arbeidsplasser og handleopplevelser skulle fungere i en vanskelig periode. To av dem som bidro i dette arbeidet, var kriseleder Gøril Joys Johnsen og scenarioplanlegger Bjørn Sørland.

Kriselederen

Gøril Joys Johnsen er til daglig viseadministrerende direktør i Coop Norge SA, samt leder for området sømløse kundeopplevelser. Arbeidsdagen består hovedsakelig i å legge til rette for andre.

– Målet er at alle skal kunne levere optimalt. Da er trivsel en sentral faktor, starter Gøril.

På toppen av sine eksisterende oppgaver fikk hun ansvaret med å lede Coop Norge SAs krisearbeid i pandemien. Som kriseleder tok Gøril i bruk både faglig kunnskap og personlige egenskaper.

– Jeg er ingen ekspert på kriser, men har evnen til å håndtere mange oppgaver samtidig. Den egenskapen, kombinert med at jeg er grunnleggende positiv som person, tror jeg var avgjørende for å kunne bidra til å løse en situasjon ingen var fullt ut forberedt på.

Som nyutdannet siviløkonom startet Gøril i Coop Norge Handel AS i 2003. Siden den gang har hun jobbet i systemet som hun i fjor fikk ansvaret for å lede gjennom vår moderne tids mest omfattende krise.



Gøril foran portrettet av advokat Ole Dehli, den første formannen i Norges Kooperative Landsforening, stiftet i 1906.

12. mars

Det lir mot vår, men siden starten av mars måned har Coop Norge SA vært i beredskap. Krisestab er satt, og situasjonen om viruset som herjer i Europa, overvåkes nøye. Det har vært alvor lenge, men snart skal alt oppskaleres kraftig. Gøril befinner seg på konsernsjef Geir Inge Stokkes kontor idet statsminister Erna Solberg begynner sin tale til folket.

– Vi så den pressekonferansen sammen. Beskjeden om at Norge nå stenger – Gøril tenker seg om – den var litt uvirkelig å ta inn over seg. Jeg husker en følelse av frykt og mobilisering.

Frykten legges raskt bort, og evnen til å mobilisere

tar over. Sammen forlater de to kontoret og går mot styrerommet. Det er allerede klargjort og tatt i bruk som såkalt war-room, et operasjonelt rom for krisesituasjoner. I styrerommet møtes den indre kjernen av kriseledelsen.

– Det var naturlig å ønske velkommen. Jeg ble møtt av øyne og blick som var kampklare. Vi var i samme båt. Vi var klare til felles innsats.

Kriseledelsen i Coop Norge SA igangsetter planer og arbeider systematisk for å bidra til at Coop kan levere på sin rolle som samfunnskritisk funksjon. Samfunnet stopper, hamstring inntreffer, og skolene stenger. Som kriseleder arbeider Gøril med de to

første, men som forelder til to skolebarn preges hun også av det siste.

– Jeg husker godt en nyhetsoppdatering med overskriften «Erna stenger skolene». Tanken på både egne og andres barn som nå kom hjem til tomme hus, fikk meg til å stoppe opp og la det synke inn. På vei hjem den kvelden så jeg knapt et menneske i gatene.

Gøril trekker pusten før hun fortsetter.

– For oss som har vært så heldige å vokse opp i fredstid, minnet dette om det stikk motsatte.

En ny hverdag

I de neste månedene jobber Coop på spreng med å levere varer til det norske folk. Gøril trekker frem to faktorer som avgjørende for arbeidet.

– Det aller viktigste er selvfølgelig innsatsen som er lagt ned fra alle de ute i førstelinjen. Uten dem hadde

samfunnet stoppet. Vi har fått se butikkansatte tre frem som helter i en svært krevende tid.

Det andre Gøril fremhever, er evnen til å unngå panikk og holde hodet klart. Kriseberedskapen i Coop Norge SA var iverksatt allerede 1. mars og planene lå klare, men det er først da Erna stenger landet, at alvoret treffer.

– Vi hadde klargjort for arbeidsgrupper som skulle håndtere butikk, innkjøp, logistikk og koordinasjon. Sammen med de 66 samvirkelagene, datterselskapene og kjedene klarte vi å opptre samlet og kontrollert. Strukturen og systemet fungerte så godt som vi kunne forvente.

I perioden som følger, er arbeidsoppgavene mange og arbeidsdagene lange. Erfaringer deles slik at alle til enhver tid har best mulige forutsetninger til å fatte riktige beslutninger. Coop Norge SA er i kontinuerlig døgndrift, og Gøril tar alltid telefonen når den ringer. En av hennes viktigste oppgaver er å skape arbeidsro for dem som trenger det.

– Uten arbeidsro er det umulig å tenke helhetlig. Ingen fikk vel optimale arbeidsforhold i den perioden, men jeg gjorde mitt ytterste for å beskytte de ulike arbeidsgruppene, slik at de kunne fokusere på oppgavene de var blitt tildelt.

Coop Norge SA har ikke en dedikert gruppe som utelukkende jobber med kriser. Arbeidsgruppene, som nå jobber døgnet rundt, ble satt sammen på bakgrunn av kompetanse og på tvers av avdelinger. Behovet for informasjon var stort, og i perioder var presset på Gøril ekstremt. For å håndtere de lange dagene, og fatte beslutninger med den ro og tryggheten som krevdes, tok hun joggeskoene fatt.

– Vi flyttet raskt ut av styrerommet på Grorud og til hjemmekontorene. Derfra handlet det om å koordinere og veilede dem som trengte det. Heldigvis unngikk jeg å være lenket til datamaskinen absolutt



Gøril brukte trening for å koble av fra press og stress.



Familiehunden Messi var ofte med på Gørils løpeturer.

hele tiden. Hver dag prøvde jeg å frigjøre minst én time for å gå eller løpe meg en tur. Ofte ble det gjort med et telefonmøte på øret, men frisk luft gjorde underverker for kropp og sjel.

I løpet av våren og sommeren treffer den nye hverdagen oss alle. Restriksjoner innføres og fjernes, avisene kappes om å komme med de nyeste tallene, og politikerne går på talerstolen for å berolige og motivere til felles kamp mot viruset. For Coop og Gørils del koker det kontinuerlig frem til høsten.

– Jo mer det er å gjøre, jo roligere blir jeg. Da det stormet som verst, var det betryggende å vite at jeg har kapasitet til å håndtere mye. Gjennom karrieren

min har jeg stått i mange krevende situasjoner, og jeg har funnet ut at det eneste som faktisk hjelper, er å løse én oppgave om gangen. Det kan høres banalt ut, men det er sannheten.

Refleksjon

Året nærmer seg slutten, men pandemien er fremdeles ikke slått ned. I Coop jobbes det fortsatt med sikkerhet for ansatte og nok varer til kundene. Gøril reflekterer over månedene som har gått siden Erna stengte landet.

– Krisehåndteringen i Coop ble gjort kun med interne krefter. Sammen har vi løst en vanskelig situasjon på en svært god måte. Coop-folk har håndtert krisen på vegne av Coop, både ute i samvirke lagene og her i fellesorganisasjonen. Vi kjenner kundene, reaksjonsmønstrene, kompetansen og mulighetene best.

Da det blåste som mest, viste kooperasjonen seg fra sin sterkeste side. Alle dro i samme retning.

– Jeg var stolt da, og jeg er stolt nå som jeg tenker tilbake på den perioden vi har vært igjennom. Hver og én som jobber i Coop-systemet, har bidratt til at Norge har klart seg bedre enn de fleste andre land i 2020.

På hjemmebane ble ikke de stengte skolene et like stort problem som fryktet. Gørils to barn, på 14 og 16 år, har tatt sin del av ansvaret og sørget for flere smil enn porsjoner med dårlig samvittighet.

– Å bli møtt med en hjemmelaget hamburger til middag eller et ektefølt spørsmål om hvordan jeg har det, ga meg påfyll av energi når jeg trengte det som mest.

Gøril trekker frem barn og unges tilpasningsdyktighet som inspirerende kvaliteter i en uoversiktlig tid.

– Ved siden av arbeidet til kollegene mine i Coop er det de unges innsats som har imponert meg aller mest. Tenk på alt det de har gått glipp av! Jeg har ikke hørt noen av dem klage eller sutre over situasjonen. Det lover godt for årene som kommer, avslutter hun.



Scenarioplanleggeren

Bjørn Sørland er utdannet siviløkonom og har en master fra NHH i Bergen. Hans reise i Coop Norge SA startet som prosjektleder i strategi- og forretningsavdelingen i mars 2018. Men det er ikke bare innenfor karrieresporet hvor Bjørn har gjennomført spennende reiser.

– Jeg har vel alltid vært interessert i å gjøre ting som ikke alle andre gjør, forklarer Bjørn engasjert.

Han klassifiserer seg selv som litt interessert i friluftsliv.

– Det har blitt noen ekspedisjoner og ishavsprosjekter siden jeg ble bitt av basillen i Forsvaret. Den siste, store turen gikk over Grønlandsisen.

Bjørns evne til å planlegge og prestere under vanskelige forhold er noe han snart skal få god bruk for. Da Coop Norge SA satte krisestab, fikk han spørsmål om han kunne bidra med å lede det viktige scenarioarbeidet.

– Jeg sa ja på sekundet, uten å helt vite hva det innebar.

Han var hentet som prosjektleder for strategiske prosjekter, men etter kort tid ble Bjørn leder for en ny stilling i Coop Norge SA. Som leder for Beste Praksis-avdelingen fikk han ansvaret for å se på overføringsmuligheter mellom kjeder og butikker, drive opplæring og spre rutiner rundt beste praksis. Hverdagen som ventet i mars, to år etter at han ble ansatt, skulle bli en helt annen.

12. mars

Hvor var du da Oddvar Brå brakk staven? Det er et velkjent spørsmål for de fleste nordmenn av en viss alder. «Hva gjorde du da Erna stengte landet?» vil i årene som kommer trolig erstatte det spørsmålet, som en markør for vår kollektive hukommelse.

– Den dagen ringte Gøril og spurte om jeg kunne bidra. Jeg husker at jeg svarte umiddelbart, og at jeg hadde veldig lyst. Det andre som står seg ut, var hamstringen av toalettpapir. At det faktisk kom til håndgemeng, det hadde vel ingen sett for seg.

Umiddelbart etter telefonen fra kriseleder Gøril får Bjørn hjelp av Erik Schmelck til å sette sammen en rapport som viser hamstringen som foregår i butikkene. I timene som følger, konsumerer han alt av informasjon som er mulig å hente ut fra Coop-systemet.

– Det ble lite søvn den natten. Behovet for å forstå og agere var viktigere enn noen timer på øyet. Akkurat det var kjent for meg fra ekspedisjonene på Svalbard og i Alpene.

Den 13. mars møter Bjørn opp på Coop Norge SAs kontorer på Grorud. Han er blitt innkalt til styrommet hvor krisen håndteres fra. Han skal dele kunnskap og rapporten om hamstring. Med hånden på dørklinken lukker han øynene. Lungene fylles med luft. Bjørn er klar til å prestere.

– Da jeg kom inn i styrommet, slo det meg at dette var første gang jeg var i et møterom der det var så stor fysisk avstand mellom deltagerne. Situasjonen var preget, men ikke kaotisk. Det var tydelig at det var flere enn meg som ikke hadde sovet særlig mye den natten.

Bjørn la frem den foreløpige rapporten og fikk utdelt nye oppgaver. Han skulle fra nå av støtte sikkerhetsansvarlig, Lars Boye Halvorsen, med å trygge forsynings- og kommunikasjonslinjer. Sammen med et lite team skulle de finne systemer for å svare på spørsmål, opprette kanaler for henvendelser fra butikkene samt sørge for at viktige problemstillinger og tilbakemeldinger ble kanalisert til riktige arbeidsgrupper.



– Oppgavene var mange, og jeg husker at noen anslo at arbeidet ville kreve cirka en time per dag. Det endte med fjorten – hver dag i to måneder, humrer Bjørn.

En ny hverdag

I kriser er det viktig å løfte blikket og ikke bare reagere på det som skjer der og da. Nettopp dette ble den største og viktigste delen av Bjørns nye arbeidshverdag.

– Min rolle ble å se på hvilke situasjoner som eventuelt kunne skje på kort og lang sikt. Vi kaller det scenarioplanlegging, og enkelt forklart handler det om å spå uten å bruke en glasskule. Da tar vi i bruk eksisterende tallunderlag og setter det sammen med uforutsette eventualiteter, som igjen gir et innblikk i noe som kan bli en virkelighet.

I ukene som fulgte, dykket Bjørn ned i det som fantes av tilgjengelig informasjon. Med det ene øyet så han pressekonferanser, og med det andre leste han rapporter fra land som lå foran oss i pandemiutviklingen. Han meldte seg inn i det som fantes av diskusjonsgrupper på nettet, og holdt kontakt med leger og relevante aktører i helseindustrien. Arbeidsmøter ble holdt på tvers av samvirkeag og organisasjonen, der ulike scenarioer ble diskutert.

– Vi jobbet primært med å sette sammen ulike scenarioer og deretter utarbeide tre hovedstrategier for å løse dem: hurtig bekjempelse, immunitet og resesjon, forklarer Bjørn.

Hurtig bekjempelse var basert på en full nedstenging av samfunnet i en kortere periode. Immunitet var ikke ulikt det svenskene satset på i starten. Resesjon omhandlet finansielle utfordringer, litt som finanskrisen i 2008.

– La meg først si at dette selvsagt er en forenklet forklaring. Alt arbeid som ligger bak disse scenarioene og strategiene, lar seg ikke enkelt gjengi med



Bjørn har gjennomført ekspedisjoner både i inn- og utland.

noen få ord. Like viktig er antall mennesker som har bidratt. Natt og dag har vi sammen løst de utfordringene som har blitt presentert oss. Det gjør meg stolt å få være del av et slikt team.

Coop, med Bjørn i spissen, utviklet løsninger på hvordan ulike tiltak fra myndighetene ville påvirke grensehandel, restauranter, kiosker, taxfree og andre utsalgssteder.

– Det arbeidet ga oss nok grunnlag til å lage en beregningsmodell som kunne mates jevnlig med nye eller justerte tiltak, samt kontinuerlig oppdaterte tall fra samvirkeagene. Dette ledet igjen til nye scenarioer og prognoser. Balansen mellom det logistiske og samfunnskritiske var spennende og utfordrende.

De gangene regjeringen innførte nye tiltak, var Coops modell klar med et nytt scenario. Dersom varsellampene lyste, ble oppgaven å finne riktig løsning. Om en mulighet presenterte seg, gjaldt det å involvere riktig kompetanse internt.

– Hytteforbudet i påsken 2020 er nok det jeg husker best. Umiddelbart endret dette behovet for varer, transport og personell. I vår bransje utgjør én prosent opp eller ned store endringer, og vi hadde ingen tidligere tall eller erfaringer å bruke som referanser.

At scenarioene traff godt, kan kriseleder Gøril skrive under på.

– Bjørn og hans team har vært essensielle for alle i Coop-systemet i året som gikk. Han har en helt egen evne til å kombinere tall, analyse, data, kommunikasjon og tillit. Bjørns bidrag er et strålende eksempel på den samhandlingen vi alltid etterstreber i Coop Norge SA, sier hun.

En ekspedisjon uten like

At det finnes likheter mellom presset Bjørn har

opplevd på hjemmekontor under pandemien og i naturen på ekspedisjon, er det liten tvil om. Men hva er mest utfordrende? Å ta frem scenarioer som påvirker hundretusenvise av mennesker? Eller å stå ansikt til ansikt med en isbjørn på Svalbard mutters alene?

– Møtet med isbjørnen var ekstremt kritisk der og da. Pandemiens første fase var litt som det, men bare dratt ut over tid. Selvsagt er det en forskjell på følelsen av egen sikkerhet, men stresset var forholdsvis likt. Når så mange mennesker er avhengig av det du gjør, da er det godt å ha vært ute en vinternatt før.

For å kunne prestere fant Bjørn, som Gøril, ny energi med fysisk aktivitet. Løpeskoene ble hyppig tatt i bruk.

– I starten hadde jeg på telefonen, men jeg forsto snart at hodet mitt fungerte bedre om jeg satte den i flymodus når jeg trente. Ble det for mye, kunne jeg alltid støtte meg på Gøril og be henne om å gi oss mer arbeidsro. Uten henne hadde ikke dette gått.

Når pandemien er slått ned og hverdagen blitt litt mer normal, skal Bjørn nok en gang ut på ekspedisjon.

– Hvor turen går, har jeg ikke bestemt meg for enda. Trolig til et sted med lite mobildekning, ler han.

At maratonekspedisjonen med navn korona har gjort ham bedre rustet for fremtidige hendelser, det er han derimot sikker på.

– Jeg har lært utrolig mye om ledelse, samarbeid og stressmestring over tid. Det var en glede å bli spurt, og en ære å få lov til å delta i krisearbeidet.



Heltene i
vareforsyningen

En av Coop Norge SAs viktigste oppgaver er å sørge for at butikkene får de varene som bestilles. Forsyningslinjen består av et stort antall mennesker med mange ulike funksjoner og stillinger. I denne artikkelen kan du lese om tre av dem og den ekstraordinære innsatsen som ble lagt ned i 2020.

Import

Det globale matvaremarkedet er stort og komplekst. Produsenter fra hele verden tilbyr sine varer til små og store nasjonale og regionale aktører.

– Vanligvis er konkurransen enorm. Daglig kjemper vi mot giganter som tyske Lidl og britiske Tesco.

Yan Dai er logistikkplanlegger i Coop Norge SA og har ansvar for innkjøp. Han jobber med import og skal sørge for at Clog, hovedlageret på Gardermoen, har tilgang til de varene som butikkene bestiller.

– Min jobb handler om å skaffe nok varer. Hverdagen foregår på engelsk, og jeg har jevnlig kontakt med tilbydere fra markeder i Afrika, Amerika, Europa og Asia. Til sammen har min kollega Andre Chute og jeg ansvaret for cirka 180 internasjonale leverandører.

For å kunne konkurrere i det globale markedet har Coop i Norge, Sverige, Danmark og Finland gått sammen og dannet selskapet Coop Trading AS. Det gir en større samlet forhandlingskraft. Fra sine kontorer på Tostrup i Danmark finner de nye og interessante produsenter til varene Yan og hans nordiske kollegaer etterspør.



Yan jobber med import og har hele verden som arbeidsplass.



Noen av Coop Norge SAs importruter:

- | | |
|---------------------------------|------------------------|
| A. Fisciano til Oslo | G. Bangkok til Oslo |
| B. Lisboa til Clog, Gardermoen | H. Santiago til Oslo |
| C. Ribeira til Clog, Gardermoen | I. Toronto til Oslo |
| D. Shanghai til Oslo | J. Cape Town til Oslo |
| E. Ho Chi Minh til Oslo | K. California til Oslo |
| F. Jakarta til Oslo | |

– Vi samarbeider godt og har kontakt gjennom hele arbeidsuken. Kvaliteten på våre egne merkevarer, som for eksempel Änglamark-serien, avhenger helt av hvilke muligheter Coop Trading AS frem-skaffer.

Hamstring

12. mars var mange nordmenn opptatt med å handle gjær, hermetikk og toalett-papir. For Yan var situasjonen en annen.

– Jeg kjente på ansvaret om å skulle skaffe nok varer til det norske folk. Situasjonen var alvorlig og utfallet ukjent. Vi brettet opp ermene og gjorde alt det vi kunne.

Yan og de andre som jobber med innkjøp i Coop Norge SA, fikk friere tøyler enn normalt for å skaffe det som butikkene trengte. Vanligvis vurderer de kostnader nøye og jobber aktivt med å redusere utgifter. Med pandemien og den økte oppmerksomheten på Coops rolle som samfunnskritisk funksjon ble det meste snudd på hodet.

– Det første som skjedde, var at prisene gikk i taket. Alt ble dyrere og vanskeligere å få tak i. Men vi måtte jo skaffe varer. Butikkene stolte på at vi fikk tak i det som de hadde bestilt.

Norske forbrukere merket ikke noe til de ekstra kostnadene Yan beskriver. Prisene i butikk forble de samme som før. Men tilgangen på råvarer var problematisk. Mangelen på blant annet ris, tomater og ananas førte til innkjøpskrig mellom ulike organisasjoner og land.

– En utfordring med råvarer er at de har et naturlig, begrenset volum. Det tar tid å dyrke frem en tomat. På grunn av den unike situasjonen ble gamle prognoser mer eller mindre ubrukelige. Dermed ble dilemmaet: Skulle vi vente på neste innhøsting eller betale mer for å få tak i varene som kundene etter-spurte? Svaret var enkelt: Vi må sørge for at det er

mat på bordet, koste hva det koste vil. I samarbeid med de ulike kategorisjefene i Coop-systemet beregnet Yan volum, timing og pris på varer det norske folk forventet å ha tilgang til. Behovene ble meldt inn til Coop Trading AS, som bisto med kunnskap og nettverk. Sammen jobbet de dag og natt for at konsekvensen av pandemien ikke skulle nå norske handlekurver.

Perspektiv og samarbeid

I den uvanlige situasjonen handlet ikke alle problemene utelukkende om fysiske produkter. Også selgerne og produsentene i den andre enden av telefonen hadde store utfordringer.

– Våre leverandører er også samarbeidspartnere. Vi blir ofte godt kjent og prøver alltid å spille hverandre gode. Relasjoner skapes på tvers av landegrensene.

I starten av pandemien var det Italia og Spania som ble hardest rammet.

– Først og fremst må man være profesjonell og håndtere de oppgavene man har fått utdelt. Men da jeg snakket med en leverandør i Spania, som fortalte at familien hans var syk, og ingen kunne fortelle dem hva morgendagen ville bringe – Yan blir stille og tenker seg om, før han fortsetter – da fikk jeg et annet perspektiv på hverdagen og jobben jeg var satt til å gjøre.

For å takle presset var det viktig å ta pauser og sortere tankene. Yan og hans kollegaer delte erfaringer og historier. Samtidig styrket forholdet til leverandørene seg ytterligere.

– Vi har blitt kjent på en annen måte under pandemien. Gleden var stor da jeg hørte at den spanske familien var blitt frisk og kom seg på beina. Det betydde mye, forteller Yan.



Michelle er fra London, men har bodd i Tromsø siden 2004.

Lager

Når importvarene ankommer Norge, havner de på et av Coop Norge SAs fem dagligvarelager. En uke før pandemien traff landet vårt, begynte Michelle Bolton som vikar på kjøll, frukt og grønt ved lageret i Tromsø.

– Jeg ønsket meg en ny utfordring, sier Michelle og smiler.

Som nyansatt i en bedrift definert som samfunnskritisk funksjon var det nok av utfordringer å ta tak i de første ukene på jobb. Michelle var på kjølelageret og plukket bringebær da meldingen kom om at Norge skulle stenge ned.

– Det var spesielt. Jeg sto der i fire grader, med vatter på hendene og frostrøyk fra munnen, og lurte på hvordan dette skulle gå.

Michelle er født i England og fulgte godt med på situasjonen i hjemlandet. Fra London så hennes foreldre og venner til Norge, der effektive tiltak og felles innsats sto sterkt i pandemiens første fase.

– Jeg flyttet til Norge i 2004 for å spille fotball på toppnivå. Selvfølgelig savner jeg familie i London, men Tromsø er et fantastisk sted å leve. Folkene, kulturen og evnen til å bry seg om hverandre gjorde det lett å være ny i både by og på jobb. De samme kvalitetene kom også godt med i fellesskapets håndtering av pandemien.

Ny hverdag

Michelle hadde sin første dag som vikar i Coop Norge SA torsdag 5. mars. 1. mai ble hun ansatt som assisterende teamleder. Den nye hverdagen besto først av læring, men også raske endringer og smittevern.

– Vi starter klokken syv om morgenen. Folk møtes, tar på seg arbeidsklær, verneutstyr og headsettet som vi bruker for å kommunisere med systemene.

Lister med bestillinger tildeles, og så starter arbeidet med å sørge for at varene Yan og andre bestillere i Coop-systemet har skaffet, går fra lager til lastebil. Totalt jobber det 75 personer ved lageret i Tromsø, og de leverer varer til 130 butikker i regionen.

– Det viktigste er å få ut korrekt vare, på rett tidspunkt, til riktig sted. Butikkene må kunne stole på at de får akkurat det de har bestilt.

Lageret i Tromsø er delt inn i ulike soner, også kalt gater. Salatgaten holder to grader, kaldfrukt fire, varmfrukt syv til åtte, og i gaten der du finner bananer, er gradestokken på tolv.

– Ingen dag er lik hos oss. Noen dager arbeider vi med ost, andre med frukt, kjøtt eller tørrvarer. Og vi er helt papirløse. Systemene opereres med headsettet, og alt er stemmekontrollert.

Selv uten å kjenne til alle de gamle rutinene så Michelle raskt at Coop reagerte på pandemien.

– Smittevern fikk stort fokus helt fra starten av.



Coop Norge SAs lager i Tromsø leverer til 130 butikker i regionen.

Vi arbeidet individuelt og sørget for god avstand. Begrensninger på bruk av pauserommet ble innført og stasjoner med håndsprit satt ut.

Også bestillingene fra butikkene endret seg. Først og fremst i form av økt hyppighet. I tillegg var det enkelte varer som oftere dukket opp på bestillingsslistene enn før pandemien.

– Dopapir, gjær og hermetikk økte markant i starten. Heldigvis var de som jobber med bestilling godt forberedt og sørget for at vi stort sett hadde det vi trengte.

Samhold

Det er tradisjon for samhold i Coop. Med en rik historie bygget på kooperasjon er det naturlig å samarbeide og bry seg om hverandre.

– Starten var krevende, men det tok ikke mange dagene før jeg følte meg som en del av gjengen. Den store takhøyden og det gode humøret passet meg

som hånd i hanske.

I en tid med mye usikkerhet verden rundt tok de 75 kollegaene i Tromsø godt vare på hverandre. Byen har opplevd lite smitte, men nedstengingene og oppdateringer fra kjente og kjære i andre deler av landet har naturlig nok preget alle.

– Vi er en mangfoldig gjeng i form av både alder og bakgrunn. Og alle har sin egen opplevelse av året som ligger bak oss. Heldigvis var det mange å snakke med når usikkerheten meldte seg. Det ga trygghet og ro til å utføre arbeidet på en god måte.

Lysten til å få bidra til fellesskapet står sterkt hos Michelle. I et år der det meste ble snudd på hodet, har det heldigvis også vært tid til å kjenne på stolthet.

– Jeg tror jeg snakker for alle her på lageret når jeg sier at vi legger mye ære i det å være en del av en samfunnskritisk funksjon.

Transport

Etter at varene er pakket på paller, er det lastebilenes tur til å bringe dem den siste etappen fra lageret og ut til butikkene. En av de som kjenner yrket og landeveien best, er Tor Arne Akselsen, driftssjef i Coop Norge Transport AS.

– 17 år satt jeg selv bak rattet. Du kan godt si at jeg vet hva som venter rundt neste sving, humrer Tor Arne.

Han er dedikert til jobben og sjåførene han har ansvaret for. Noen ganger starter arbeidsdagen allerede halv fem om morgenen. Som leder for kjørekontoret er det alltid noe å ta tak i.

– Uforutsette ting skjer, sånn er det bare. Noen av sjåførene starter klokken fire, og er det noe galt, da ringer de meg. Telefonen min er alltid på, og jeg tar den selv uten å ha fått dagens første kopp med kaffe.



Sjåførene i Coop Norge Transport AS har all grunn til å være fornøyd med fjorårets rekordresultat.

Etter at Tor Arne parkerte lastebilen, har telefonen blitt hans viktigste arbeidsverktøy. Hverdagen består i å tilrettelegge for dem som frakter varene Yan har bestilt, og Michelle har pakket, ut til butikkene.

– Med personalansvar for 43 faste sjåførere og 3 ledere pleier jeg å si at forskjellsbehandling er både riktig og viktig. Alle må behandles individuelt for å kunne prestere på topp. Det handler om å se hver enkelt kollega og hva de har av behov.

Fantastisk frustrerende

Som for de fleste andre ble arbeidshverdagen til Tor Arne og sjåførene hans endret i mars 2020.

– Uforutsigbarheten var det mest utfordrende. Heldigvis har vi en gjeng bestående av ja-mennesker. Uten den holdningen hadde min jobb vært umulig.

Tor Arne forteller om et arbeidsmiljø som er sosialt og hyggelig.

– Folk kommer ofte en times tid tidligere enn de starter på jobb. For å ta en kopp kaffe og snakke med gode kolleger. Deretter stempler de inn, og arbeidsdagen er offisielt i gang. Nøkklene til bilene og kjørekort hentes, kjøleaggregatene fyres opp, bilene klargjøres, og listene deles ut.

De første lastebilene forlater Gardermoen rundt klokken fem om morgenen. Destinasjonen er en Coop-butikk, og kjøringen dit skal selvfølgelig skje på en god måte.

– Vi har store Coop-logoer på bilene våre. Da skulle det bare mangle at vi kjører forsvarlig og er behjelpelige i trafikken.

Med store deler av befolkningen på hjemmekontor har arbeidsplassen til sjåførene i Coop Norge Transport AS vært annerledes. Pandemien har også satt sine spor på ring- og motorveiene i Oslo og det som tidligere var Akershus fylke.



Mobiltelefonen har blitt Tor Arnes viktigste verktøy.

En annen del av det fantastiske har vært samarbeidet med butikkene. Tor Arne forteller at som oftest er det de samme sjåførene som leverer til de samme butikkene. Det skaper personlige relasjoner på tvers av Coop-systemet.

– Selv om det kokte på innsiden av butikkene, ble sjåførene alltid tatt godt imot. Jeg er stolt av innsatsen vi har lagt ned. På samme måte som de butikkansatte og lagermedarbeiderne har opplevd en økt yrkesstatus i pandemien, har også vi som kjører lastebil sett det samme. Det er både fortjent og hyggelig.

Resultater å være stolt av

Tor Arne har lov til å være stolt av det selskapet hans har levert i året som gikk. Samholdet er styrket, noe som også gjenspeiler seg i tallene.

– Leveringspresisjonen vår var 99,3 prosent i 2020, opp fra 98,4 prosent i 2019. Samtidig omsatte vi for 106,4 millioner, som var en økning fra 92,1 millioner året før.

Med en vekst i både presisjon og omsetning er det mange som fortjener applaus.

– Sjåførere og teamledere skal ha enormt med skryt for det de har fått til. Det er lett å tro at vi *bare kan kjøre en tur ekstra*, og så løser alt seg. Men sånn er det jo ikke. Ruter skal planlegges, biler pakkes og forskrifter ivaretas. Først når alt det er på plass, kan vi starte opp motoren og rulle ut på veien, avslutter Tor Arne.

– Perioden som ligger bak oss, har vært fantastisk frustrerende. Fantastisk fordi vi sammen har klart å levere på de oppgavene vi har mottatt. Frustrerende fordi de menneskelige relasjonene har blitt satt på prøve på grunn av manglende fysisk kontakt, og utelukkende samvær over telefonen.

VAREFORSYNINGEN I COOP

For at kundene skal kunne kjøpe det de ønsker seg, må mange mennesker gjøre jobben sin riktig hver eneste dag. Her kan du se en forenklet versjon av det som er Coops vareforsyning.





Mellom bakkar og berg

I mars 2020 bestemte Coop seg for å gjennomføre et nesten umulig prosjekt. På 12 dager ble en hjemleveringstjeneste, med en nasjonal dekningsgrad på 90 %, utviklet på tvers av samvirkeleagene og fellesorganisasjonen.

Problemløser

Henrik Valstad har studert til sivilingeniør på NTNU og er leder for strategi og prosjekter i CoopX. Han har en analytisk og praktisk tilnærming til oppgaver og utfordringer.

– Å finne løsningen på et kundebehov betyr alt – Henrik trekker pusten og fortsetter – men hvordan vi kommer oss dit, er ganske så underordnet.

Etter mange års erfaring fra utvikling og innovasjon har Henrik lært at kunden alltid vet best, og at den største faren i hverdagen er nettopp det motsatte: At han selv tror han vet bedre.

– Teknologi og teknikk har alltid interessert meg, men det er først når det kombineres med mennesker, at det er skikkelig gøy på jobb. Utvikling og læring fascinerer meg fordi det gjør oss i stand til å løse det neste problemet på en enda bedre måte.

CoopX er Coop Norge SAs avdeling for produkt og teknologi. Målet er å forenkle kundenes hverdag ved å utvikle og ta i bruk ny teknologi, nye plattformer og forstå hvordan markedstrendene påvirker morgendagen innen dagligvare og faghandel.

I mars landet det nye utfordringer på de fleste skrivebord verden over. Slik var det også for Henrik og kollegaene hans. Som samfunnskritisk aktør var Coop i full krisemodus den 12. mars. Etter å ha snakket med en kamerat og sin mor dro Henrik i barnehagen for å hente datteren sin.

– Hvor ille kan det egentlig bli? Det var min første tanke der jeg sto på lekeplassen. I ettertid er jo svaret på det spørsmålet forholdsvis enkelt, men akkurat da var det først og fremst et retorisk spørsmål, etterfulgt av en rar følelse.

Henriks forståelse av mennesker og deres behov gjorde arbeidet som ventet enklere. 13. mars grydde en helt ny hverdag for alle.



Henrik Valstad forklarer hvorfor kundens behov alltid er det viktigste.

– Det meste av det vi jobber med i Coop, involverer mennesker. Under pandemien har de ansatte i butikkene gjennomgått de største atferdsendringene. Men også kundene våre har måttet justere handlemønstrene sine. Og trygghet har trumfet alt.

Ett av prosjektene Henrik jobbet med i 2020, handlet nettopp om dette – trygghet.

Hjemleveringstjenesten

På tolv hektiske dager i mars 2020 skapte Coop en hjemleveringstjeneste som etter hvert dekket over 90 % av landet. Det har vært lagt ned et imponerende stykke arbeid fra en rekke samvirke­lag, sammen med de fleste av Coop Norge SAs forretningsområder. Målsettingen var å ta selskapets

samfunnsansvar ut til så mange som mulig. Henrik husker oppstarten av prosjektet godt:

– Det høres kanskje banalt ut, men det handlet egentlig bare om å gi vanskelige problemstillinger til dyktige folk. Heldigvis har vi mange av dem i Coop.

Den første dagen ble arbeidsgrupper formet og oppgaver fordelt. Dager ble til netter, og kaffe var ikke lenger noe som bare tilhørte morgenene. Selv om behovet for diskusjoner var stort, var tiden knapp.

– Parallellen til en start-up er tydelig. Vi måtte hele tiden prioritere knallhardt. Det var kun rom til det som var viktigst. Alt annet ble flyttet til siden. Fokuset var å lære og forstå, fordi vi vet av erfaring at det over tid er ny innsikt som alltid gir best fremdrift.

Problemstillingen som Henrik og arbeidsgruppene ga seg i kast med, var ambisiøs, på grensen til det umulige: Hvordan ta frem en bestillingsløsning som innen et par uker, og på en trygg og effektiv måte, kunne levere varer hjem til folk som ikke selv kunne gå i butikken?

– Vi ønsket å tilby en tjeneste som kundene kunne stole på. Gi dem trygghet på at det de bestilte ville komme til avtalt tid. Og samtidig sørge for at butikkene som skulle utføre de ekstra oppgavene, hadde forutsetningene til å klare det.

Én av utfordringene omhandlet den digitale infrastrukturen, eller snarere at den ikke eksisterte i tilstrekkelig grad. Skulle de tilby enkle bestillingslister til butikkene eller satse på å rulle ut en fullt ferdig løsning? Ett av de skarpe hodene i Coop Norge SA, Anders Martinsson fra IT Kunde, marked og medlem, så løsningen:

– Vi hadde de fleste byggsteinene, men ingen hadde satt dem sammen til en helhetlig løsning. Ved å sy alt sammen på én plattform, og få de raskeste og



Anders Martinsson var en av de som bidro til at hjemleveringstjenesten så dagens lys.

dyktigste utviklerne til å jobbe dag og natt, kunne vi nå målet om en bestillingsløsning klargjort på en uke!

To alternative løsninger ble lagt frem til de andre gruppene, for deretter å bli presentert for styringsgruppen som skulle vurdere tid, kostnad og omfang. Et endelig valg ble tatt, og på kort tid så en helt ny tjeneste dagens lys.

– Da folk ble sittende hjemme, måtte jo vi finne en måte å få varene hjem til dem, smiler Anders.

Kun åtte dager etter det første oppstartsmøtet sto den første leveransen med mat klar til hjemlevering.

Samfunnsansvaret

Om hjemleveringstjenesten kun hadde vært målt opp mot inntjeningsmuligheter, hadde den aldri sett dagens lys. Det er ingen hemmelighet at Coop Norge SA har tapt penger på å holde tjenesten gående gjennom pandemien, en bevisst kostnad fra dag én.

– Fra medeiere til samvirkelag, kjeder og oss i fellesorganisasjonen, vi er alle en del av Norge. Selvfølgelig bor vi på forskjellige steder i landet, og vi har naturlig nok svært ulike behov og muligheter.

Henrik retter seg opp i stolen.

– Men da en av vår tids største katastrofer meldte sin ankomst, skulle det jo bare mangle at vi prioriterte å hjelpe. Vi er tross alt eid av nesten 1,9 millioner nordmenn som ikke bare er kunder – de er også familiemedlemmer, venner, kolleger, naboer og bekjente.

Henrik setter ord på det mange i Coop-systemet har følt på i året som har gått: en stolthet over å kunne bidra i en utfordrende tid.

Hjemleveringstjenesten var beregnet på alle dem som satt i karantene, eller tilhørte risikogrupper som gjorde at de ikke kunne handle selv. I et land med fjell og daler, hav og strand trengte Coop Norge SA en samarbeidspartner som vet hvordan noe leveres trygt og sikkert, uansett vær og forhold. Valget falt på Posten Norge.

– Posten og Coop passer godt sammen. Vi har tidligere gjennomført noen pilotprosjekter sammen. Da vi bestemte oss for at levering, og ikke henting, var veien å gå, var det lett å velge Posten. Vi kjente til logistikken og systemet, og fordelene med å kunne samarbeide med en nasjonal aktør var stor.

Henrik er hamargutt og ikke spesielt glad i store ord eller pompøse setninger. At tjenesten han var med på å utvikle utgjorde en stor forskjell i mange menneskers liv, endrer ikke på akkurat det.

– For meg handler dette primært om et problem og en løsning. Vi hadde en konkret utfordring, og vi brukte alle våre krefter på å finne et godt svar. Samtidig – Henrik tenker seg om og drar på smilebåndet – det er selvfølgelig fint å vite at vi har

hjulpet folk i en vanskelig situasjon.

Én av dem som befant seg i en slik vanskelig situasjon, var Anja fra Voss.

5706 Voss

Siden Anja Sørlie Repål flyttet for seg selv, har hun handlet på Coop. Som tobarnsmor og småbruker handlet hun ukentlig på Extra før pandemien brøt ut.

– Da landet stengte ned 12. mars, var jeg først og fremst lettet, forteller Anja.

Med nær familie i en risikogruppe betydde koronaviruset noe helt annet enn hjemmekontor og digitale møter.

– Selv om vi bor på en gård litt utenfor sentrum, var det fint å se at myndighetene tok kontroll. Det ga ro og mulighet til å fokusere på det viktigste: familien. I året som ligger bak oss, har Anja og familien brukt naturen, gått i fjellet og hatt mer tid til hverandre.

– Det har vært mindre stress. Noen ganger føles det som om tiden har gått litt saktere.

Anja ler før hun fortsetter:

– Og så har vi gjort mindre av de pliktene som vanligvis fyller hverdagen. 2020 har vært et unntaksår på mange områder. Jeg har for eksempel ikke vært i butikken på nesten et helt år!

Nugatti på døren

For å redusere risikoen for å bli smittet måtte Anja finne andre måter å handle inn til familien. Det var få butikker på Voss som tilbød hjemlevering av mat.

– Jeg leste i avisen at Coop skulle begynne med hjemlevering, men at det i starten ikke omfattet akkurat her vi bor.



Voss i Vestland fylke.

Anja fulgte nøye med på nettsidene til Coop, og det tok ikke lang tid før gladmeldingen kom.

– Den dagen smilte jeg litt ekstra. Alt Coop har å tilby, rett hjem på døren. Tjenesten var enkel å bruke, særlig siden jeg hadde erfaring med Coopay fra før av. At det var Posten som leverte varene, var også betryggende.

Som en tilnærmet selvforsynt bonde hadde Anja tilgang til det hun trengte av kjøtt og grønnsaker. Innkjøpene fra Coop besto derfor mest av nødvendige tørrvarer, hermetiske tomater og én ting familien ikke kan leve uten.

– Nugatti Salt Karamell er det pålegget alle vil ha på brødiskiva her i huset, humrer Anja.

Da postmannen for første gang leverte varene på døren, var barna i huset raske med å rote igjennom

posene for å finne favorittpålegget.

– En av de tingene jeg likte best med å få varene rett hjem, var at de kom når de skulle. Det var bare å velge hvilken dag og tid vi ville ha dem levert, og så sto de der som avtalt. For en småbarnsfamilie som oss er det fint å kunne planlegge – også når det gjelder sjokoladepålegg!

Som de fleste andre ser familien på Voss frem til at pandemien kommer under kontroll, og at samfunnet igjen er åpent for alle.

– Vi har planene klare. Først skal vi besøke den nye bowlinghallen her på Voss, og så skal vi en tur i Bjørneparken. Det gleder vi oss til, avslutter Anja optimistisk.

Endrede handlevaner

i 2020

Bransjene Coop er en del av, har gjennomgående opplevd stor vekst i 2020. Her kan du få et innblikk i noen av tallene, lese om selskapets arbeid for å sikre julen i et år med pandemi, samt hvordan faghandel ser på fremtiden etter et år med utrolige rekorder.

Coop i Norge
(dagligvare 2019 mot 2020)

17,1 %

Maling
(2019 mot 2020)

34,8 %

Obs
(faghandel 2019 mot 2020)

37,5 %

total økning

Bruk av selvbetjente kasseløsninger
(2019 mot 2020)

37,7 %

2019

45,7 %

2020

Toaletpapir
(uke 9–uke 13 2019
mot uke 9–uke 14 2020)

109 %



Coop solgte 1 170 tonn med fersk ribbe i året som gikk.

Som en av de ansvarlige for at det er nok ribbe og pinnekjøtt til jul, ble ikke pausen særlig lang.

Jul, også i 2020

Du trenger ikke være ekspert for å vite at julen i Norge er ytterst tradisjonell. Selv ikke en pandemi endret på det.

– Året før, altså 2019, var et godt juleår for oss. De resultatene tok vi med oss inn i planleggingen av 2020, forklarer Synnøve.

For noen varer julen helt til påske, men for de fleste av oss starter den ikke før i desember.

– Januar – humrer Synnøve – da starter vi med evaluering og planlegging. Jeg har knapt fått ryddet bort juletreet hjemme.

Arbeidet på starten av året handler blant annet om å evaluere egne salgshall og se hva konkurrentene gjorde annerledes. Samarbeid og tilbakemeldinger

fra de ulike Coop-kjedene er også med på å gi oversikt. Allerede i februar starter den første produksjonen, med blant annet fryst ribbe.

– Da pandemien slo til for fullt i mars, endret selvfølgelig mye seg. Jeg er takknemlig for at vi har et så godt samarbeid med leverandørene. Vi er avhengig av hverandre og jobber mot like mål. Arbeidet med julen 2020 har vært utfordrende, men sammen klarte vi å levere i fjor også!

Fersk ribbe

Et av de tradisjonelle symbolene på norsk jul er sprøstekt svor på ribba. I det siste har flere og flere nordmenn trykket fersk ribbe til sitt bryst.

– Fersk ribbe er krevende hvert år, og pandemien gjorde det ikke akkurat enklere. Vi inngikk tidlig avtaler med de leverandørene vi kunne, om eksklusiv tilgang til det de maktet å produsere.

Synnøve så også til utlandet for å finne løsninger.



Synnøve starter planleggingen av julen allerede i januar.

– Norsk ribbe står øverst på handlelisten til de fleste, men vi arbeidet parallelt opp mot leverandører i Tyskland for å takle den økte etterspørselen vi visste ville komme i desember spesielt med stengte svenskegrenser. Vi visste handelslekkasjen på ribbe var stor, men ikke hvor stor.

Totalt solgte Coop 1 170 tonn fersk ribbe i 2020. Det er en massiv oppgang på 372 tonn fra 2019. Pinnekjøtt økte også fra året før, men *kun* med 6,8 % fordi handelslekkasjen til Sverige tradisjonelt sett er mindre på dette erkenorske produktet.

Selv om Synnøve allerede har begynt å jobbe mot julen 2021, tar hun seg tid til å tenke på fjorårets høytid én gang til.

– Om vi klarte å gjøre julen litt mer normal i et år som var det totalt motsatte, da er jeg både fornøyd og stolt, avslutter hun med et smil.





Grillen X-Grill Chef Black var en av bestselgerne i 2020.

Faghandel

Som markedsleder innen faghandel var Coop godt posisjonert da det norske folk inntok hjemmekontorene og fikk sine ferieplaner avlyst i 2020. Kategorigruppesjef for farge, verktøy og hage i Coop Norge SA, Svein Søderlund, forklarer:

– Året vi har lagt bak oss rent forretningsmessig, har vært enestående og mangler sidestykke.

Svein har arbeidet i Coop-systemet siden 1994 og vet hva han snakker om når han setter fjorårets resultater i et historisk perspektiv. Men fjoråret var ikke bare historisk i form av resultater. Da Norge stengte ned i mars, var Svein i reisemodus.

– Uken før 12. mars var jeg på juletemesse i Stavanger. På flyet hjem tror jeg alle vi reisende kjente på at noe rart var på gang. Uken etter, torsdag den 12., hadde vi åpning av en ny Obs BYGG i Stjørdal. Vanligvis reiser jeg til alle butikkåpninger som er en stor hendelse for oss. Men selvsagt ble det ikke noe av turen til Midt-Norge den torsdagen.

Uslåelige rekorder

Den første uken etter at regjeringen stengte landet, var Svein og hans kolleger i en omstillingsfase. På kort tid sørget de og faghandelsbutikkene landet rundt for at smittevern ble ivaretatt og produkter gjort tilgjengelige.

– Arbeidsmiljøet vårt sørget for at omstillingen fra det fysiske til det digitale gikk strålende. Vi hadde hyppige møter på Teams og sørget alltid for at kameraene var på. Viktigheten av å se hverandre selv om man ikke kunne være nær hverandre – den var stor, forteller Svein.

Tallene innen faghandel i 2020 er ekstreme, med en omsetningsvekst på utrolige 37,5 %. Grillen til hagebruk ble revet bort like fort som de kom inn, salget av verktøy økte med 43,1 %, og omsetningen av maling har aldri vært høyere.

– Først og fremst er 2020 et år med pandemi og store menneskelige utfordringer. Samtidig håper jeg at våre produkter og tjenester bidro til en litt bedre hverdag for alle dem som fikk livet snudd på hodet. Salgsrekordene indikerer at mange har investert mye i hjem og fritidsboliger dette året.



Hva med neste år?

Den kommersielle suksessen Svein og Coop opplevde under fjoråret, gir også litt hodebry. Utfordringen med å planlegge 2021 er stor.

– Vi kan ikke basere oss på rekordtallene fra i fjor, samtidig tror jeg ikke vi skal tilbake til hverdagen i 2019. Under pandemien var det mange av oss som opplevde mestring med verktøyet i hånda. 2020 var året da vi ble litt handy igjen!

Svein har tro på at trenden hvor vi løser flere små oppgaver selv, vil holde seg i tiden som kommer.

– De profesjonelle fortsetter selvfølgelig å gjøre de store oppgavene, men Ola og Kari tar mer kontroll på de små. Vi er et folk med tradisjon for dugnad og oppussing. Det vil bare forsterke seg.

Kvalitet, pris og bærekraft

Coop har rigget seg for å imøtekomme de fleste behov nordmenn har i 2021. Ett av disse behovene er selvsagt innen bærekraft.

– Noen tror kanskje at bærekraften i det vi tilbyr har blitt svekket i perioden med salgsrekorder.

Svein er retorisk – før han fortsetter.



Denne drillen fra Ryobi lå under mange juletrær i fjor.

– Det kunne ikke vært mer feil. Vi har en solid strategi med en blå tråd det er lett å følge. Arbeidet med å redusere bruken av plast startet for fire år siden og er noe vi tenker på daglig. Like viktig er at vi aldri vil selge produkter av en kvalitet som klapper sammen etter kort tid.

Asia er storprodusent av artikler til norske hjem. Frakten fra den andre siden av kloden er lang og kostbar for både miljø og lommebok. Dersom produktets levetid er kort, blir det et stort problem for miljøet.

– Vi vet at våre medeiere og kunder er opptatt av kvalitet, pris og miljø. Vår oppgave er å levere en kombinasjon av alle de tre områdene. Ikke bare er det mulig, det er ytterst nødvendig!

Selv ikke Svein kan spå alt som vil skje i årene som kommer. Men målsettinger for selskapet han er en del av, det har han.

– Uansett hvilke drømmer våre medeiere og kunder har for sine hjem og hytter, vi skal være med på å realisere dem!

“
Vi er et folk med tradisjon
for dugnad og oppussing.
”



På jobb for
demokratiet

Fjoråret var annerledes på de fleste måter. Klemmenekt, hjemmekontor og familietreff over internett ble vår felles hverdag. Også selve grunnmuren i Coop måtte tilpasse seg. For hvordan opprettholde et demokrati for nesten 1,9 millioner medeiere, når myndighetene forbyr folk å møtes?

Hilde og Annika

– Det er et godt spørsmål, sier Hilde Berge Mehlum og smiler. Hun er organisasjons- og administrasjonssjef i Coop Norge SA.

I tre år har Hilde ledet arbeidet med å opprettholde og utvikle medeierdemokratiet i Coop. 12. mars 2020 ble også hennes verden snudd på hodet.

– Alvoret sank inn da jeg hørte pressekonferansen til Erna. Usikkerheten var stor og spørsmålene mange. Jeg husker jeg tenkte: Forhåpentlig er det over til påske.

Hilde trekker pusten og rister på skuldrene.

– Men sånn ble det jo ikke.

Høsten 2018 begynte Annika Jeppestøl i Coop Norge SA. Som nyutdannet med mastergrad i statsvitenskap fra Universitet i Oslo fikk hun etter hvert en viktig rolle i teamet til Hilde. En sentral del av Coops medeierdemokrati er nemlig det som kalles for Coop Valg, som avholdes annethvert år. Her stemmer medeierne frem kandidatene de ønsker skal representere dem i årsmøtet til sitt samvirkelag.

– Det mange ikke vet, er at Coop Valg er Norges fjerde største valg. Arbeidet med å tilrettelegge og gjennomføre dette valget krever mye planlegging og struktur.

Tradisjonelt sett har samvirkelagene landet rundt gjennomført fysiske møter, da særlig årsmøter, når viktige avgjørelser skulle fattes. I et år med pandemi ble dette ikke bare vanskelig, men forbudt.

Annerledesaktøren

Selv med store restriksjoner fra myndighetene var det aldri aktuelt å sette demokratiet i Coop på pause.

– Våre tre viktigste bein som organisasjon er medeiermodellen, Coop Valg og de mange års-



Hilde Berge Mehlum er organisasjons- og administrasjonssjef i Coop Norge SA.

møtene. Vi er annerledesaktøren, og dersom medeierne våre føler at de ikke kan påvirke eller bli hørt, da mister vi den posisjonen. Medeierdemokratiet er alfa og omega for oss, forklarer Hilde.

Annika nikker bekreftende og legger til:

– Her er det ingen rik eier på toppen. Samtidig er fellesskap i eierskap bare ett eksempel. Et annet er Coops Solidaritetsfond hvor vi arbeider sammen med Norsk Folkehjelp, og bidrar for dem som trenger det i samfunnet. Som Hilde sier, vi gjør ting på vår egen måte.

Med mye på spill i en krevende tid var behovet for å tenke nytt og praktisk stort. En rekke konkrete leveranser kom på løpende bånd, og tidsfristene var ofte korte.

– Det er gøy å se hvordan vi kom sammen for å finne gode svar. Jeg er stolt av innsatsen og endringsviljen folk har vist hver eneste dag. Gjennom dialog og en sterk kultur har vi løst de utfordringene som fjoråret ga oss, sier Hilde.

Coop Valg

Annethvert år, i månedsskiftet januar og februar, avholdes det Coop Valg landet rundt. Målet er å velge representanter til samvirkelagenes årsmøter, som igjen har stemmerett ved Coop Norge SAs årsmøte i juni hvert år.

– Innsatsen samvirkelagene har lagt ned, særlig for å involvere flere yngre, har vært formidabel. For første gang rundet vi 1 000 kandidater på landsbasis under rekrutteringskampanjen i forkant av valget, forteller Hilde.

I 2019 var det over 120 000 nye medeiere i samvirkelagene. 38 % var under 30 år og 60 % under 40 år.

– Vi er ekstra glade for at stadig flere unge blir medeiere i Coop. Engasjementet for fellesskapet er stort landet rundt. *Litt ditt* er og blir en sannhet.

For å fortelle de nye medeierne om deres rettigheter ved Coop Valg ble det besluttet å gjennomføre en større og nasjonal informasjonskampanje i forkant av valget.

– Tidligere har vi brukt noen gulrøtter, som en gratis kaffekupong, for å få enda flere til å stemme ved Coop Valg. Det droppet vi i år og økte heller informasjonen. At antallet som stemte likevel var mange tusen, er noe som gjør meg ekstra stolt, sier Annika.

Årsmøter

Hilde og Annika har også bidratt slik at samvirkelagenes årsmøter kunne avholdes i koronaåret 2020.

– Svaret på spørsmålet om hvordan man opprettholder et medeierdemokrati i pandemi, er først og

fremst et spørsmål om digitale verktøy og sikkerhet. Uten digitale verktøy, ingen større årsmøter. Uten sikkerhet, ingen integritet, forklarer Annika.

Totalt 13 av samvirkelagenes årsmøter ble gjennomført digitalt, alle med støtte fra Coop Norge SA. De mest folksomme talte over 70 deltakere, noe som stilte store krav til blant annet testing i forkant. I god Coop-ånd har folk hjulpet hverandre både tidlig og sent. For ikke alle årsmøtedeltakere var vant med å bruke disse digitale verktøyene.

– Vi har bistått unge og gamle, både hjemme hos dem og på telefon til slektninger som trådte til med teknisk hjelp.

Annika husker spesielt godt én hendelse der en eldre representant i mange timer hadde hatt utfordringer med å komme seg på nett.

– Da vi nesten hadde gitt opp, skjedde det plutselig! Deltakeren og sønnen dukket opp på skjermen. Sønnen hadde kommet innom for å hjelpe, og da sto jubelen i taket både hos dem og hos oss i det tekniske teamet.

Hilde er ikke sparsom med rosen når hun beskriver Annikas bidrag i året som gikk.

– Hun er den store stjernen i denne operasjonen. Annika har hjulpet utrolig mange slik at de aktivt kunne delta i medeierdemokratiet vårt, påpeker Hilde.

På årsmøtene til hvert samvirkelag har alle medeiere én stemme, mens på årsmøtet til Coop Norge SA får samvirkelagene tildelt antall stemmer basert på kjøp i Coop Norge SA. For å sikre at alt gikk riktig for seg, inngikk Coop et samarbeid med Decisions.

– Vi forsto raskt at vi trengte hjelp til både gjennomføring og sikkerhet, sier Annika.

Frode Ander, fra IT avdelingen i Coop Norge SA,



Annika Jeppestøl har mastergrad i statsvitenskap og begynte i Coop Norge SA i 2018.

kontaktet Jørgen Solberg i Decisions, en tredjeparts-utvikler av apper til Microsoft Teams. På få dager fikk de på plass en løsning, akkurat i tide til Coop Øst SAs digitale årsmøte. Deretter gikk det slag i slag.

– Oppgavene på et årsmøte er mange. Resultater skal godkjennes, talerlister skal tegnes korrekt, og deltagerne skal kunne votere over vedtak på en smidig og sikker måte. Løsningen og samarbeidet med Decisions var helt topp, forteller Annika.

Også Decisions, Microsofts norske samarbeidspartner, var fornøyd med den tekniske løsningen og gjennomføringen av årsmøtene.

– Det var en glede å levere løsningen som ble valgt til gjennomføringen av Coops årsmøter. Vi er stolte av å ha levert sikker elektronisk votering og talerlister direkte i Microsoft Teams. Teamet i Coop er en fantastisk gjeng med topp kompetanse og mye lidenskap, og prosjektet ble gjennomført på en utrolig smidig måte til tross for tøffe tidsfrister, sier Jørgen Solberg, CEO i selskapet.

At Decisions og Microsoft løfter frem løsningen til Coop på egne nettsider som et såkalt best-case, skaper selvsagt stolthet på hjemmekontoret til Hilde.

– De har en hel verden av kundecase å velge fra, og så velger de å løfte frem oss. Selvsagt er det en fjær i hatten til alle involverte!

2021

Naturligvis fortsetter arbeidet med medeierdemokratiet i årene som kommer.

– Fremtiden er en hybrid av fortid og fremtid. Vi skal

utvikle digitale systemer og ta dem i bruk der de kan skape økt deltagelse. Coop Valg vil for eksempel forbli heldigitalt. Samtidig skal vi treffes når vi kan, gjerne på årsmøter når det igjen lar seg gjøre.

Annika ser også fordeler med modellen Hilde skisserer for fremtiden. I et langstrakt land er det både tids- og miljøbesparende å møtes digitalt.

– Vi har sett at digitaliseringen har gitt enda flere muligheter til deltagelse. Flere samvirkelag har meldt inn at terskelen for å bidra på årsmøtene ble betraktelig lavere digitalt. Det skal vi ta med oss videre, sier hun.

Uansett hva fremtiden bringer, vokterne av både valget og demokratiet i Coop er tydelige på hva som er deres viktigste arbeidsoppgave fremover.

– Vi går på jobb for å bevare og utvikle medeierdemokratiet. Det er både historien og fremtiden til organisasjonen vår, avslutter de to.



Jørgen Solberg er CEO i Decisions, Microsofts norske samarbeidspartner.

Coops

beer wafts support



Forord ved

Per Løberg Eriksen

Neste gang du kjøper en banan på butikken, tenk over den lange reisen den har hatt før den havnet i handlekurven din. På reisen er det tatt mange valg for å gjøre bananen til et bærekraftig kjøp.

Våre Änglamark-bananer dyrkes under den sterke solen i Ecuador, hvor forholdene er optimale. En økologisk produksjon der bananene gror uten bruk av sprøytemidler eller miljøfiendtlige kjemikalier. Slik skånes både nærmiljøet og helsen til bøndene. Plastposen du tidligere fant bananene pakket inn i, er nå fjernet. Et tiltak som sparer miljøet for 27 tonn plast i året. Faktisk ble det billigere også.

Vel hjemme på kjøkkenbenken er bananen klar til å spises. Ikke bare er den smakfull, men også mettende og rik på vitaminer.

Änglamark-bananen er bare ett av stadig flere og ulike eksempler på hvordan vi i Coop jobber strategisk med hele verdikjeden vår – fra ansvarlig produksjon, arbeidsvilkår, transport og emballasje til lønnsomhet – for å sørge for bærekraftige og sunne valg for kundene og medeierne våre.

Med nesten 1,9 millioner medeiere er Coop i en særstilling i norsk sammenheng. Vi er eid av folket, og det forplikter! Helt siden samvirkets opprinnelse har vi vært til for å løse store samfunnsproblemer i fellesskap. Derfor har Coop satt en ny og ambisiøs retning for bærekraft for årene som kommer.

I det viktige arbeidet med bærekraft holder det ikke

å velge noen få områder hvor vi skal gjøre en forskjell. Som et av landets største selskap er vi nødt til å se på vår totale påvirkning, fra det globale og helt ned i lokalmiljøene som Coop er en del av. Reell bærekraftig endring handler ikke om enkeltstående prosjekter, men en rekke samtidige tiltak som i sum skal skape en bedre verden.

Coops nye bærekraftstrategi legger de store føringene frem mot 2025. I strategiarbeidet har vi gjennomgått Coops verdikjede, analysert vår påvirkning, definert satsingsområder og satt mål for hvor vi skal være om fem år. En viktig del av måloppnåelsen er åpenhet og innsyn. Coop forplikter seg derfor til å rapportere åpent og ærlig, i tråd med våre verdier. Det gjelder både tall vi er stolte av, og tall fra områder hvor vi må gjøre mer.

I Coop sier vi at bærekraft starter i det små, i hverdagen. Derfor er en av våre viktigste oppgaver å gjøre det enkelt å bidra. For å nå våre ambisiøse mål er vi nødt til å inkludere et bredt spekter av krefter som alle trekker i samme retning. Fra leverandører og organisasjoner til våre 66 samvirkelag, flere tusen medarbeidere og snart 1,9 millioner medeiere. Vi er sammen om de gode valgene. Og skal sammen sørge for et bærekraftig Coop, til det beste for samfunnet, verden og fremtidige generasjoner.

Per Løberg Eriksen
Bærekraftsansvarlig Coop Norge SA

Et bærekraftig

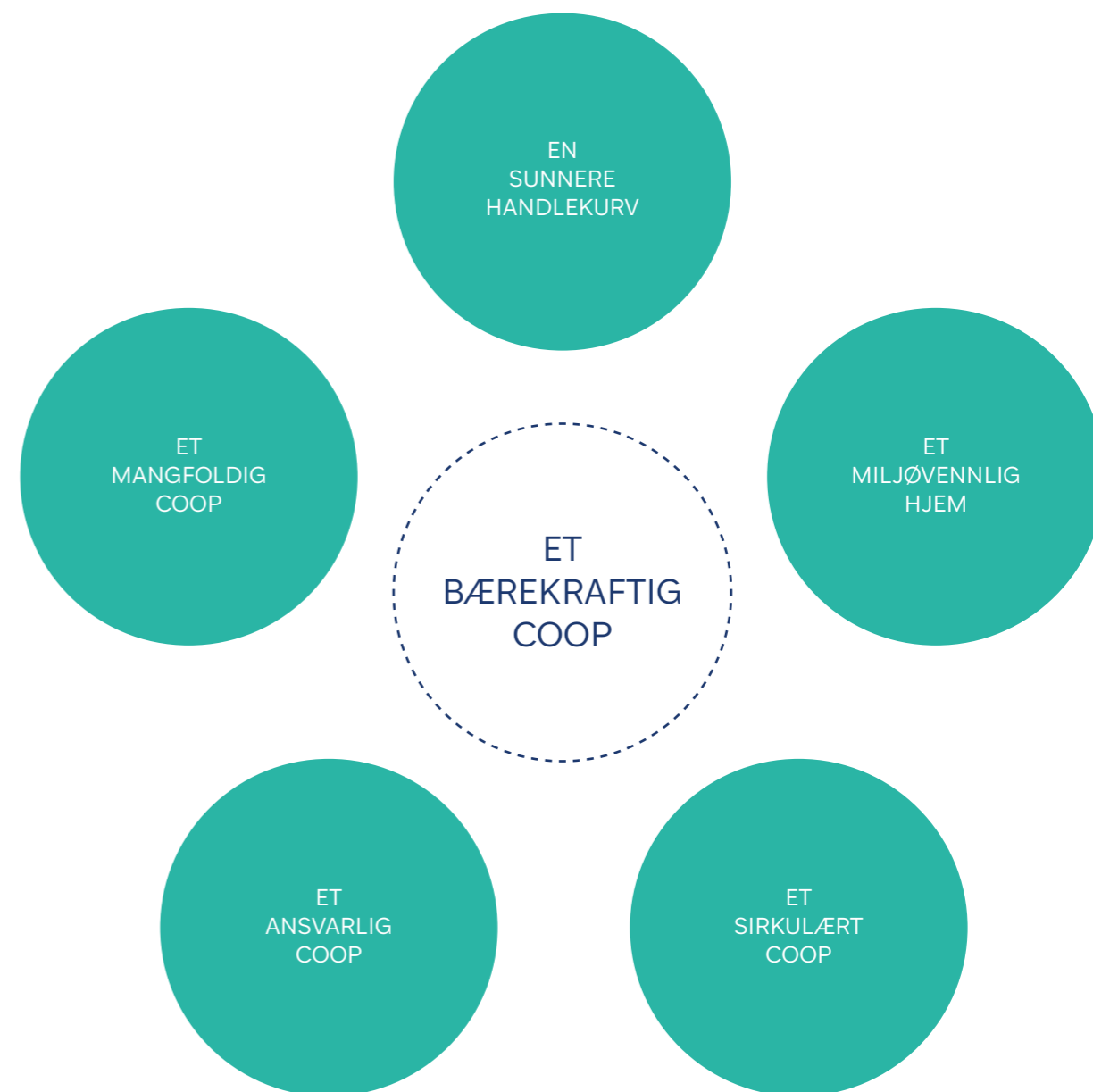


Strategien «Et bærekraftig Coop» er ledestjernen for vårt arbeid frem mot 2025. Vi definerer bærekraft som å *skape positive verdier for mennesker, miljøet og Coop*. Begrepet verdier favner bredt og inkluderer ikke kun kapital, men også ressurstilgang og sosiale forhold. Strategien tar utgangspunkt i FNs retningsgivende bærekraftsmål og sikrer dermed at vårt eget arbeid med bærekraft blir en aktiv del av den pågående globale dugnaden. I bærekraftstrategien har vi valgt ut fem hovedområder vi i Coop har størst mulighet til å påvirke gjennom vår virksomhet.

Skal Coop lykkes med bærekraftarbeidet, må vi se på vår posisjon mellom våre kunder og medeiere, våre leverandører og myndighetene som en fordel. Coop er bindeledd mellom leverandører og kunder, og skal være en aktiv og lyttende aktør overfor myndigheter og organisasjoner. Denne posisjonen skal vi bruke positivt. Gjennom *En sunnere handlekurv* og *Et miljøvennlig hjem* skal vi gjøre det enklere for kundene våre å spise sunt og leve bærekraftig. Vi skal skape *Et sirkulært Coop* gjennom økt søkelys på energi, klima, avfall og transport. Samtidig skal vi sikre miljøvennlige og forsvarlige sosiale forhold i verdikjedene våre, og vi skal jobbe strategisk med mangfold. Derfor er også *Et ansvarlig* – og *Et mangfoldig Coop* egne satsingsområder i strategien.



Coops fem hovedområder



FNS BÆREKRAFTSMÅL OG COOP

FNs bærekraftsmål er verdens felles arbeidsplan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og redusere klimaendringene innen 2030. Målene skal vise vei for medlemsland, virksomheter og sivilsamfunnet slik at alle kan bidra til at målene nås.

De 17 bærekraftsmålene favner bredt, og mange av de 169 delmålene dekker tematikk som Coop i ulik grad kan påvirke. Coop prioriterer derfor de mål og delmål hvor vi har størst påvirkningsmulighet. Dette gjør vi fordi vi har et ansvar, men også fordi vi tror de bedriftene som takler dagens bærekraftutfordringer best, vil bli morgendagens vinnere.

COOPS PRIORITERTE BÆREKRAFTSMÅL



#3 God helse og livskvalitet

Coop skal påvirke handlevaner og helse i positiv retning. Vi skal prioritere sunne kategorier i tråd med nasjonale kostråd og målsettinger, samt bidra til Intensjonsavtalen for sunnere kosthold, som vi har signert med myndighetene. Vi skal benytte mulighetene som ligger i produktutvikling, markeds-tiltak og andre aktiviteter for å fremme sunnere valg og bedre helse.



#9 Industri, innovasjon og infrastruktur

Coop skal investere i og ta i bruk ny teknologi knyttet til transport, energiproduksjon og -forsyning, samt bidra til den sirkulære økonomien gjennom økt gjenvinning og bruk av resirkulerte materialer. Effektiv ressursbruk og redusert miljø- og klimaavtrykk vil redusere klimarisiko og skape nye kommersielle muligheter.



#10 Mindre ulikhet

Coop skal fremme mangfold i alle deler av organisasjonen og bidra til mindre ulikhet i verdikjeden. Med snart 1,9 millioner medeiere, 28 000 ansatte i Norge og globale verdikjeder er vårt arbeid for mindre ulikhet todelt. Strategisk arbeid med mangfold vil gi oss bedre prestasjoner, og økt oppmerksomhet på verdikjeden vil sikre en ansvarlig og bedret produksjon der den finner sted.



#11 Bærekraftige byer og lokalsamfunn

Coop skal utvikle bærekraftige butikker som er tilpasset lokalsamfunnet, og bidra til redusert miljøbelastning i byer, så vel som mindre samfunn. Vi skal sørge for effektiv og miljøvennlig transport, avfallshåndtering og energibruk, tilpasset miljøet vi opererer i.



#12 Ansvarlig forbruk og produksjon

Coop skal redusere avtrykket på miljøet ved å velge bærekraftige råvarer og produksjonsmetoder, ta i bruk resirkulerte materialer og bidra til sirkulære ressursstrømmer. Gjennom tett samarbeid med leverandører og produsenter, skal vi fremme forsvarlige arbeidsforhold. Vi skal sette medeierne og kundene våre i stand til å ta informerte valg, til beste for seg selv og omverdenen.



#13 Stoppe klimaendringene

Coop skal redusere våre direkte og indirekte utslipp fra energiforbruk, transport, produkter og tjenester. Vi skal bidra i omstillingen til et lavutslippssamfunn og gjøre virksomheten mindre sårbar for risiko knyttet til råvarer og reguleringer, samtidig som vi øker egen konkurransekraft.



#17 Samarbeid for å nå målene

Samarbeid er kjernen i Coops virksomhet. Vi skal alltid være en ettertraktet samarbeidspartner og skal invitere myndigheter, organisasjoner, leverandører, medeiere og kunder til nye former for samarbeid med mål om å skape verdier og bærekraftige løsninger.

EN SUNNERE HANDLEKURV

Vi i Coop er i en nøkkelposisjon for å gjøre det enklere for alle kunder og medeiere som ønsker å spise sunt og bærekraftig. Dette er tilfellet for mange av dem som besøker våre butikker, og vil ha positive konsekvenser for hver enkeltes helse, vår felles økonomi og miljøet. Satsingen på *En sunnere handlekurv* handler ikke om å ta bort det våre kunder og medeiere ønsker seg. Det handler om å tilby gode og sunne alternativer til dem som står foran butikkhyllen og skal ta et valg for seg og sin familie.

Ambisjonene for *En sunnere handlekurv* er langsiktige, men likevel målrettede. Det er essensielt å videreutvikle samarbeidet med helsemyndighetene



og følge opp forpliktelsene i *Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold*. Vi skal selge mer frukt og grønt, grove kornprodukter, fisk og sjømat. I tillegg jobber vi tett med våre leverandører for å utvikle vårt sortiment og sammen skape innovative, nye og sunnere produkter, med mindre salt, sukker og mettet fett. Prisstrategier, produktplassering og markedsføring er andre tiltak som skal gi kundene mulighet til å ta gode valg. *En sunnere handlekurv* vil også dreie forbruket i en mer miljø- og klimavennlig retning samt påvirke negative effekter av sosial ulikhet. I sum handler det om å styrke folkehelsen, men vi forventer også økt lojalitet, om-dømme og lønnsomhet for Coop om vi lykkes med disse tiltakene, sammen med våre medeiere.

Forventet effekt

For samfunnet

-  **Kosthold**
Vridning av kostholdsmønster i retning av norske kostholdsråd
-  **Miljø**
Vridning miljøvennlige produkter (f.eks. mtp. arealbruk)
-  **Klima**
Vridning mot klimavennlige produkter
-  **Mangfold**
Målsettingen vil bidra til mangfold gjennom redusert ulikhet
-  **Sosialt ansvar**
Betydelig samfunnsgevinst

For Coop og Coops medeiere

-  **Lønnsomhet**
Vridning mot produkter med høyere brutto, økt kundelojalitet og økt «brand value»
-  **Kunde verdi**
Ambisjon svarer på økte forventninger (sosial og miljømessig bærekraft)



Sunnhet på kundens premisser

For å lykkes med å øke salget av sunn fisk og sjømat har vi spurt våre medeiere om hva som skal til. Gjennom Coops Medlemspanel fikk vi verdifull innsikt i sentrale barrierer: De ønsket seg fisk som var enklere å tilberede, større utvalg, mer inspirasjon og at fisken er sunn, norsk og bærekraftig. Med målrettet produktutvikling, og i dialog med kundene, skapte vi Sjømatprosjektet. Resultatet ble enkle og velsmakende fiskeprodukter, større utvalg, inspirasjon på pakkens forside og synlig informasjon om opprinnelse. I tillegg er emballasjen resirkulert og gjenvinnbar. Så langt har satsingen medført at 35 000 nye kunder har gitt fisk og sjømat et forsøk, og dette er bare begynnelsen!

ET MILJØVENNLIG HJEM

Av Coops totale omsetning kommer en betydelig andel fra byggevare, elektro, turutstyr og annet som ikke defineres som dagligvareprodukter. Det betyr at innholdet i handlekurvene omfatter langt mer enn det som får plass i kjøleskap og kjøkkenskuffer. Som et av Norges største byggevarehus ser vi derfor på hele hjemmet og jobber kontinuerlig med å utvikle bedre løsninger for det totale sortimentet.

Gjennom satsingen på *Et miljøvennlig hjem* skal Coop aktivt bidra til økt sirkularitet og redusert miljø- og klimabelastning for våre medeiere og kunder. *Et miljøvennlig hjem* må sees i nær sammenheng med *Et sirkulært Coop*, som omfatter arbeidet internt i vår virksomhet. Vår målsetting

er at produktene vi selger skal redusere energi- og ressursforbruk i hjem og fritidsboliger landet rundt, blant annet gjennom mer energieffektive løsninger og mer bærekraftige materialer til for eksempel oppussing, eller valg av sengetøy, for den saks skyld. Utvikling av sirkulære modeller, i form av returordninger, bruk av resirkulert materiale i produkter, utleie og reparasjonsløsninger er spennende muligheter som skal bidra til at vi i Coop når dette målet.

Et miljøvennlig hjem, foruten nevnte reduksjonsmål, forventes også å gi økt kundelojalitet og oppslutning om samvirkemodellen samt nye samarbeidspartnere og forretningsmodeller.

Forventet effekt

For samfunnet

→ **Kosthold**
Ingen identifisert effekt

↑ **Miljø**
Økt sirkularitet sparer miljø i form av redusert ressursbruk og mer skånsom avhending av avfall

↗ **Klima**
Redusert klimabelastning i norske husholdninger

→ **Mangfold**
Ingen identifisert effekt

→ **Sosialt ansvar**
Ingen identifisert effekt

For Coop og Coops medeiere

↗ **Lønnsomhet**
Økt sirkularitet gir bedre ressursutnyttelse og potensielt nye forretningsmodeller

↗ **Kundeverdi**
Økt sirkularitet svarer ut forventninger fra kunder knyttet til økt fokus på klima og miljø



Energibesparende isolasjon

Gjennom kjedene Obs BYGG og Coop Byggmix, er Coop markedsleder i privatmarkedet for byggebransjen. Den viktigste driveren er oppussing av hytter og hjem, samt utstyr til hager. Vi i Coop skal tilby våre kunder gode, miljøvennlige produkter og løsninger, også innen faghandelskategoriene. Et eksempel er vår satsning på isolasjonsprodukter, en kategori som medfører redusert bruk av energi i hus og hytter. Isolasjonen er laget av resirkulert glass fra både Coops butikker og medeiere. I 2020 solgte vi over 1 million kilo Glava isolasjon, som gjerne brukes til etterisolering av yttervegger og kaldloft. I sum kan denne mengden isolasjon gi en energibesparelse på over 12 GWh i året. Dette tilsvarer det årlige energiforbruket til 646 gjennomsnittlige eneboliger (120 m²).

ET SIRKULÆRT COOP

Sirkulær økonomi er et sentralt begrep i vår bærekraftstrategi. Vi skal forbedre bruken av emballasje gjennom vår emballasjestrategi, øke sorteringsgraden på avfallet vårt og samtidig redusere matsvinnet. I de neste årene skal vi bli en enda større bidragsyter i den sirkulære økonomien. Dette skal vi gjøre gjennom tjenester for deling, reparasjon og resirkulering. Sirkulære løsninger er et viktig grep for å redusere verdens overforbruk av begrensede råvarer. Men det er avgjørende at forbrukerne opplever dette som gode alternativer til å kjøpe nytt. Ansvaret for denne tilretteleggingen tilhører oss som selger varene, og representerer også nye muligheter i nye markeder.

På klimaområdet har vi over lang tid arbeidet med å redusere energiforbruk og bedre transporteffektiviteten. Egenproduksjon av energi ved hjelp av solceller er godt i gang. Utskifting av klimaskadelige kuldemedier er et annet viktig område, og butikkene våre blir stadig mindre energikrevende. Flere virkningsfulle tiltak med positive resultater er iverksatt. Vi har avdekket behov for å forsterke innsatsen for å nå målene i bransjeavtalen om redusert matsvinn. Ambisiøse samarbeidsavtaler knyttet til økt sortering av brukt emballasje og avfall fra butikk og lager har fungert svært godt og gitt en gjennomsnittlig sorteringsgrad for avfall fra butikk på 78 % i 2020. Vi jobber nå mot et mål på 92 % sorteringsgrad i 2023.

Forventet effekt

For samfunnet

- **Kosthold**
Ingen identifisert effekt
- ↑ **Miljø**
Økt sirkularitet sparer miljøet i form av redusert ressursbruk og mer skånsom avhending av avfall
- ↑ **Klima**
Økt sirkularitet sparer klimaet gjennom redusert ressursbruk
- **Mangfold**
Ingen identifisert effekt
- ↗ **Sosialt ansvar**
Mindre matsvinn, bedret ressurstilgang og produksjon

For Coop og Coops medeiere

- ↗ **Lønnsomhet**
Økt sirkularitet gir bedre ressursutnyttelse og direkte besparelser (f.eks. gjennom redusert matsvinn)
- **Kundeverdi**
Et sirkulært Coop handler i hovedsak om egen drift, men vil legge til rette for nye løsninger mot kundene



Med matavfall og kloakk på tanken

Sammen med selskapet Gasum etablerer Coop i disse dager fyllestasjon for biogass ved Coop Norge SAs lager i Trondheim. Formålet er fossilfri transport både lokalt og på lengre ruter. Biogassen er lokalprodusert og laget på industrielt avfall fra blant annet fiskeindustrien og Norske Skog. Biogass bidrar til redusert klimabelastning, og fremover kan det fylles biogass ved Coop Logistikkenter på Gardermoen og ved Coop Norge SAs lager i Trondheim. Dette vil gi fossilfri transport mellom lagrene. Trondheim kommune ser på dette som en viktig etablering, både for lokalt næringsliv og for kommunens egne kjøretøy, og flere virksomheter i regionen vil benytte anlegget. Skal vi lykkes med en overgang til lavutslipps tungtransport, vil det kreve en helt annen infrastruktur enn vi har i dag, og Coop ønsker å bidra til fortgang i utviklingen.

ET ANSVARLIG COOP

Som en av landets største innkjøpere har vi i Coop et betydelig ansvar for at varer og tjenester vi kjøper blir produsert på en forsvarlig måte. Derfor stiller vi krav til våre leverandører basert på internasjonale konvensjoner. Det gjør vi fordi våre bærekraftsmål inkluderer alle verdikjeder som Coops innkjøp påvirker. Oppfølging av leverandørenes arbeid er helt avgjørende for å sikre at avtaler følges og felles mål oppfylles. Et ansvarlig Coop omfatter vårt arbeid med sosiale og miljømessige krav, inkludert dyrevelferd. Mange av disse kravene er drevet frem av Coop selv og selvsagt i samarbeid med våre leverandører og samarbeidspartnere. I tillegg ligger det som en klar føring for *Et ansvarlig Coop* at vi alltid skal tilfredsstille alle lovkrav knyttet til åpenhet, innsikt og oppfølging.



Forventet effekt

For samfunnet

-  **Kosthold**
Ingen identifisert effekt
-  **Miljø**
Økt fokus på miljø i innkjøp (arealbruk, vannkonsum osv.)
-  **Klima**
Indirekte økt fokus på klima i innkjøp (produksjonsforhold, kjemikaliebruk osv.)
-  **Mangfold**
Ingen identifisert effekt
-  **Sosialt ansvar**
Bedret sosiale forhold i verdikjeden (barnearbeid, moderne slaveri, brudd på menneskerettighetene osv.)

Organisasjonen Etisk handel Norge, hvor Coop er medstifter, er en viktig plattform for samarbeidet rundt ansvarlige innkjøp. I stadig mer komplekse globale verdikjeder er informasjon om opprinnelse, forholdene for arbeidere og miljøpåvirkning viktig for at våre medeiere og kunder skal kunne ta gode valg. Vi i Coop skal derfor legge til rette for enda mer åpenhet. Ny teknologi, som vi allerede piloterer, vil gjøre dette arbeidet lettere for Coop og gi nyttig informasjon til kunder og medeiere. Åpenhet om arbeidsforhold og miljøpåvirkning er avgjørende for vår troverdighet som en ledende handelsaktør, og er samtidig avgjørende for vår risikohåndtering. Vi skal i strategiperioden sørge for å oppfylle alle eksisterende og nye medlemsforpliktelser i Etisk handel Norge.

For Coop og Coops medeiere

-  **Lønnsomhet**
Redusert nedside.
Økt kunde verdi og «brand value»
-  **Kunde verdi**
Møter økte forventninger om transparens og bærekraftig verdikjede



Sammen om nøttekneking

Nøtter er en populær, men krevende råvare med kjente risikofaktorer og lite transparente verdikjeder. Derfor etablerte Etisk handel Norge i 2017 et samarbeidsprosjekt for å skape forbedringer i Vietnams cashewnøtt-produksjon. Kartlegging avdekket blant annet ineffektive dyrkingsmetoder, risiko for barnearbeid, forurensing fra sprøytemiddelbruk og farlige arbeidsforhold i prosesseringsfabrikkene. Ved å samle en rekke gode krefter i regionen har prosjektet sørget for økt kunnskap, mer bærekraftig produksjon og ikke minst bedre arbeidsforhold. Flere hundre produsenter og ansatte ved prosesseringsfabrikker har deltatt, og viser at samarbeid mellom alle ledd i verdikjeden er avgjørende for å skape varige forbedringer. Velger du Änglamark-nøtter neste gang du er i butikken, er den Fairtrade-merket og vårt mest bærekraftige alternativ.

ET MANGFOLDIG COOP

Antallet medeiere øker for hvert år, og de siste årene har vi også med glede observert en enda større andel av nye, unge medeiere. Coops eierskap kommer fra alle samfunnslag og landsdeler, har ulik bakgrunn, utdanning, etnisitet og legning. Våre medeiere er et tverrsnitt av Norges befolkning. Dette mangfoldet skal naturligvis reflekteres i vår samlede gruppe av ansatte, i selskapets styrende organer og blant de medlemstillitsvalgte. Mangfold, likestilling og inkludering er helt sentrale satsingsområder for oss i Coop og har en høy prioritet i den pågående strategiperioden.

Under *Et mangfoldig Coop* er det besluttet å kartlegge mangfoldet i organisasjonen, og det er satt i gang et helhetlig arbeid på området. Arbeidet skal styrke Coop som arena for likestilling, integrering og reduserte sosiale ulikheter. Samtidig skal arbeidet bidra til at vi fortsetter å tilpasse oss behovene i markedene hvor vi opererer, og øke vår innsikt i disse. Et enda mer mangfoldig Coop vil også være avgjørende for vår egen utviklingsevne og for våre kommende økonomiske resultater. Styrket mangfold handler derfor også om å tiltrekke de skarpeste hodene og de mest motiverte medarbeiderne. Det vil igjen lede til bedre beslutninger, mer innovasjon og bedre resultater for virksomheten.



Forventet effekt

For samfunnet



Kosthold

Ingen identifisert effekt



Miljø

Ingen identifisert effekt



Klima

Ingen identifisert effekt



Mangfold

Svært positiv effekt



Sosialt ansvar

Svært positiv effekt gjennom bidrag til mindre utenforskap og sosiale ulikheter

For Coop og Coops medeiere



Lønnsomhet

Studier peker på at mangfold har positiv effekt på finansielle resultater



Kunde verdi

Gjennom å bedre speile befolknings- og kundemassen vil Coop kunne oppnå økt kundelojalitet og kunde verdi



Sertifiserte mangfoldsledere

Coop er stolte av mangfoldet blant våre medeiere og ansatte. Mangfold er en verdi som blir best når den dyrkes og settes i system. Derfor har over 30 ledere, fra en rekke av våre virksomhetsområder, det siste året fullført et opplæringsprogram og blitt sertifiserte mangfoldsledere. Programmet handler om å bevisstgjøre lederne samt utvikle mangfoldet som finnes i organisasjonen. Refleksjoner rundt egen rolle og bruk av relevante verktøy har stått sentralt i opplæringen. Kompetansen deles nå videre i resten av organisasjonen og legger grunnlaget for å lykkes med strategien i årene som kommer.

Bærekraft

i full

Hvordan rapporten er bygget opp

Coop benytter GRI-standarden som utgangspunkt for bærekraftsrapporteringen. Global Reporting Initiative (GRI) er en uavhengig internasjonal organisasjon som har utviklet en felles rapporteringsstandard som benyttes av mange selskap verden over. Coop rapporterer i henhold til Core-alternativet, altså ikke konsekvent i henhold til standarden, men på de viktigste indikatorene. Videre inngår såkalt egen-definerte indikatorer, altså indikatorer vi selv har etablert for å gi et best mulig bilde av Coops påvirkning på miljømessige og sosiale forhold.

Coop som organisasjon

Under 'Avgrensninger' i tabellen fremgår eventuelle avgrensninger rundt hvilken del av Coops virksomhet i Norge tallene er representative for.

Coop i Norge (CiN)	Tall for hele Coops virksomhet i Norge, inkludert samvirkelagene.
Coop Norge SA (CNSA)	Coop Norge SA er fellesorganisasjonen, eid av samvirkelagene, som blant annet kjøper inn varer og tjenester på vegne av Coops virksomhet i Norge.
Coop Norge konsern (CN konsern)	Coop Norge konsern er Coop Norge SA, pluss datterselskapene CNSA eier.
Coop Norge SA	Coop Norge Industri AS Goman-bakeriene TradeWay AS Coop Norge Kaffe AS Ferskvarehuset AS A/S Røra Fabrikker Coop Norge Transport AS Norsk Butikkdrift AS Coop Norge Eiendom AS

Coops innkjøpsorganisasjon

Coop har i hovedsak fem ulike innkjøpsledd som kjøper inn ulike varer og tjenester for videresalg og egen drift.

Innkjøpsstruktur

Innkjøp dagligvare

Innkjøp Coop Trading

Innkjøp faghandel

Innkjøp industri

Innkjøp indirekte anskaffelser

Forklaring

Utføres av Coop Norge SA, hvor innkjøp av egne og andre merkevarer av dagligvarer forhandles sentralt og kjøpes inn på vegne av Coop Norge SA og samvirkelagene. Innkjøp fra leverandører i Norge og utlandet.

Utføres av Coop Norge SA. Coop Trading er innkjøpssamarbeidet Coop Norge har med Coop i Sverige, Danmark og Finland. Store deler av Coops egne merkevarer, samt importert frukt og grønt kjøpes inn gjennom Coop Trading.

Utføres av Coop Norge SA, hvor innkjøp av egne og andre merkevarer av byggevarer og andre non-food artikler forhandles sentralt og kjøpes inn på vegne av Coop Norge SA og samvirkelagene. Innkjøp i Norge og utlandet.

Coop Norge Industri AS kjøper selv inn råvarer til sin produksjon.

Utføres av Coop Norge SA. Innkjøp av produkter og tjenester for egen drift. Omfatter ikke varer for videresalg til kunde.

En sunnere handlekurv



Frukt og grønt,
fisk og sjømat og
grove kornvarer.

Egen	En sunnere handlekurv	Enhet	2020	2019	2018	2017
	Frukt og grønt	tonn	136 066	128 465		
	Frukt og grønt	vekst	5,9 %	-		
	Fisk og sjømat	tonn	13 581	12 642		
	Fisk og sjømat	vekst	7,4 %	-		
	Grove kornvarer*	tonn	29 767	29 821	30 713	30 775
	Grove kornvarer**	andel	48,1 %	48,7 %	48,9 %	45,0 %
	Grove kornvarer	utvikling	6,9 %	8,2 %	8,7 %	-

En sunnere handlekurv er et av Coops strategiske fokusområder. Sentralt i denne står leveransene på Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold som vi signerte med myndighetene i 2016. Målet i avtalen er en økning på 20 % i kategoriene frukt og grønt, fisk og sjømat og grove kornvarer. Avtalen vil fornyes sommeren 2021.

* Grove kornvarer inneholder kun varegruppene ferskt og fryst brød.

** Grove kornvarer regnet av vektet snitt. Dette er andelen grovt korn av den enkelte vare, multiplisert med dens andel av solgt vekt.

Egen	Bærekraftige valgmuligheter	Enhet	2020	2019	2018	2017
	Änglamark, antall solgte*	utvikling	63 %	36 %	13 %	-
	Änglamark, omsetning	utvikling	78 %	38 %	14 %	-
	Coop Vegetardag, antall solgte*	utvikling	177 %	101 %	33 %	-
	Coop Vegetardag, omsetning	utvikling	177 %	85 %	20 %	-
	Økologisk, antall solgte*	utvikling	31 %	15 %	8 %	-
	Økologisk, omsetning	utvikling	39 %	16 %	9 %	-
	Nøkkelhull, antall solgte**	utvikling	29 %	17 %	8 %	-
	Nøkkelhull, omsetning	utvikling	42 %	20 %	12 %	-
	Lokalmat, antall solgte*	utvikling	139 %	95 %	63 %	-
	Lokalmat, omsetning	utvikling	217 %	144 %	97 %	-

* Antall solgte produkter i stykk.

** Antall solgte nøkkelhullsmerkede produkter, omsetning nøkkelhullsmerkede produkter.

Egen	Bærekraftige bonuser	Enhet	2020	2019	2018
	Frukt og Grønt-bonus	bonus MNOK	233 688	211 793	206 156
	Änglamarkbonus	bonus MNOK	19 065	14 386	12 849
	Vegetardagsbonus	bonus MNOK	765	121	-

Medlemsbonuser er en av fordelene ved å være medeier i Coop, og et sentralt virkemiddel for å skape en sunnere og mer bærekraftig handlekurv. Derfor rapporterer vi på total bonus utbetalt til kundene for vår Änglamark- og Vegetardag-serie (ny 2019), så vel som Frukt og Grønt-bonusen i Extra.

Egen	Utleie av verktøy	Enhet	2020	2019
	Utleie verktøy, antall leie-forhold	utvikling	381 %	-
	Omsetning	utvikling	481 %	-

Coop startet målrettet arbeid med utleie i løpet av 2019, og utviklingen bærer derfor preg av at omsetningstallene for 2019 kun gjelder årets fem siste måneder. Utviklingen er sterk, og fra 2020 ble utleie pliktig i alle Obs BYGG sine butikker. Veksten er derfor ventet å fortsette i 2021 og årene som kommer.

ET SIRKULÆRT COOP: PLAST OG EMBALLASJE

Redusert bruk av plastbæreposer



Plastposer per omsetning

Egen	Redusert bruk av plastbæreposer	Enhet	2020	2019	2018	2017	2016
	Plastbæreposer, innkjøpt	antall	168 276 200	156 507 000	155 210 200	168 303 100	173 662 300
	Plastbæreposer per omsetning*	utvikling	-17 %	-11 %	-12 %	-4 %	-
	Gjenbruk av handlenett registrert	antall	4 784 088	4 055 191	1 617 118		
	Gjenbruksbonus handlenett	MNOK	4 823	4 821	1 617		
	Bidrag til Handelens Miljøfond	MNOK	84 138	78 254	28 154		

Medieiere som benytter våre handlenett kan skanne disse i butikk, og mottar 1 krone i gjenbruksbonus per gang disse blir benyttet. Utbetalingen er noe større enn antallet bruk fordi gjenbruksbonusen i enkelte perioder har vært 2 kroner. For hver plastbærepose som blir solgt i Coops butikker går 50 øre til Handelens Miljøfond (HMF). HMF ble etablert i 2017, med Coop som en av stifterne. Målet med fondet er å bidra til redusert plastforbruk, økt gjenvinning, samt å redusere plastbæreposeforbruket i Norge med 20 % innen 2020, sammenlignet med 2016. Coop oppnådde en reduksjon på 17 %, og oppfyller derfor ikke målet hundre prosent. HMF har satt nytt reduksjonsmål for 2025.

Egen	Coops emballasjestrategi	Enhet	2020
	Redusert bruk av plast	tonn	185
	Økt bruk av resirkulert plast	tonn	547
	Emballasje endret til materialgjenvinnbar	tonn	651
	Økt bruk av biobasert plast	tonn	39

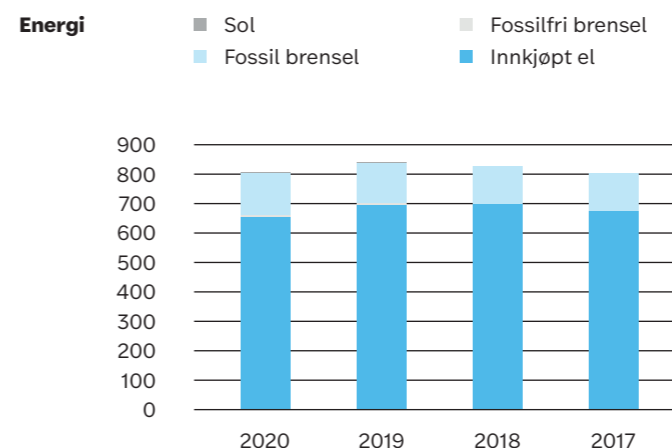
Coop har en egen strategi for emballasje, og det ble iverksatt en offensiv på området i 2020. En total oversikt over emballasjeb Bruken i verdikjeden er svært komplisert, og dessverre ikke mulig å rapportere på for 2020 (GRI 301). Likevel rapporterer vi på utviklingen vi hadde i 2020, og arbeidet vil videreføres i 2021.

* Inflasjonsjustert, utvikling fra 2016.

ET SIRKULÆRT COOP: ENERGI OG UTSLIPP

GRI 302	Energi	Enhet	2020	2019	2018	2017
302-1	Totalt energiforbruk	GWh	806,8	838,2	829,0	805,0
302-1 a	Energiforbruk - fossilt brensel	GWh	146,0	138,2	131,6	132,9
302-1 b	Energiforbruk - fossilfri brensel	GWh	5,9	4,5	N/A	N/A
302-1 c	Innkjøpt elektrisk energi	GWh	654,2	695,0	697,0	671,7
	Gjenvinningskraft andel		27 %	52 %	55 %	27 %
	Innkjøpt varmeenergi, inkl. fjernvarme	GWh	5,1	4,2	N/A	N/A

Tabellen viser totalt energiforbruk i selskapet, kombinert for ulike energiformer. Andelen elkraft fra gjenvinningskraft rapporteres, men har ingen innvirkning på klimaregnskapet. Tallene er justert fra 2019-rapporten grunnet bedre transportdata for deler av virksomheten.



Egen	Egenproduksjon energi	Enhet	2020	2019
	Produsert solkraft	GWh	0,2	0,1

Egenproduksjon av sol er skilt ut av regnskapet for å vise total produksjon. Solkraft er et viktig tiltak for redusert utslipp fra energiforbruket, og volumet vil øke betraktelig i årene som kommer. Produsert kraft benyttes i drift, og bidrar til redusert innkjøp av elektrisk energi. Volumet er ikke en del av GRI 302.

Egen	Ladestrasjoner	Enhet	2020	2019	2018
	Butikker med ladestrasjon for EL-bil	antall	106	92	71

Infrastruktur er en viktig del av overgangen fra fossil til fornybar transport, for vår tungtransport men også for våre kunders handletur. Coop bidrar aktivt til at det skal være enkelt å benytte EL-bil til stadig flere av våre butikker.

ET SIRKULÆRT COOP: ENERGI OG UTSLIPP FORTS.

GRI 305	Utslipp	Enhet	2020	2019	2018	2017
305-1	Klimagassutslipp fra egen virksomhet, scope 1	tCO2e	38 825	39 139	45 147	51 782
305-2	Indirekte klimagassutslipp, scope 2, lokasjonsbasert beregning	tCO2e	11 452	12 076	13 174	11 015
305-2	Indirekte klimagassutslipp, scope 2, markedsbasert beregning	tCO2e	259 551	275 615	362 451	356 655
305-5	Scope 1 + 2, lokasjonsbasert	tCO2e	50 277	51 215	58 321	62 797
305-5	Scope 1 + 2, markedsbasert	tCO2e	298 376	314 754	407 598	408 436
305-7	Nitrogenoksid (NOx)	kg	75 137	67 304	84 074	110 486
305-7	Partikler (PM)	kg	1 658	1 479	1 517	1 700
305-7	Karbonmonoksid (CO)	kg	212 607	198 376	189 436	192 410

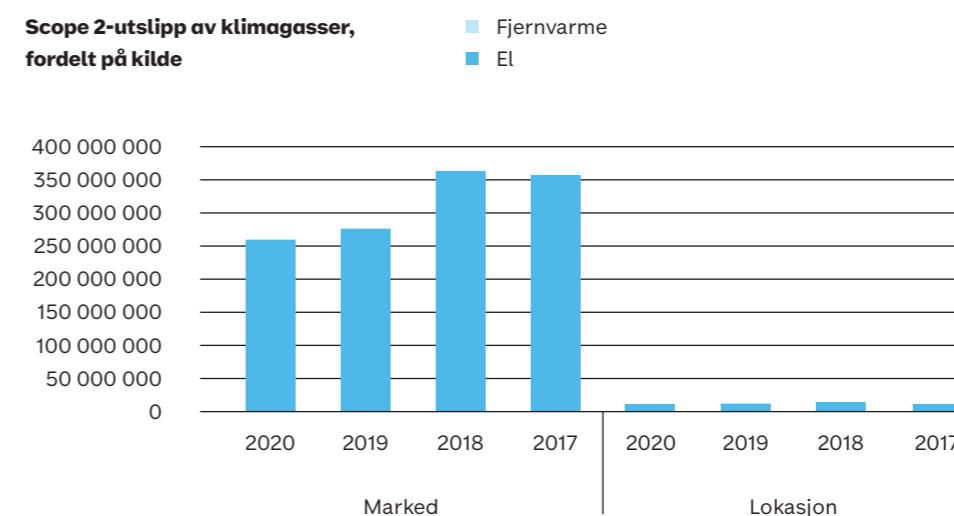
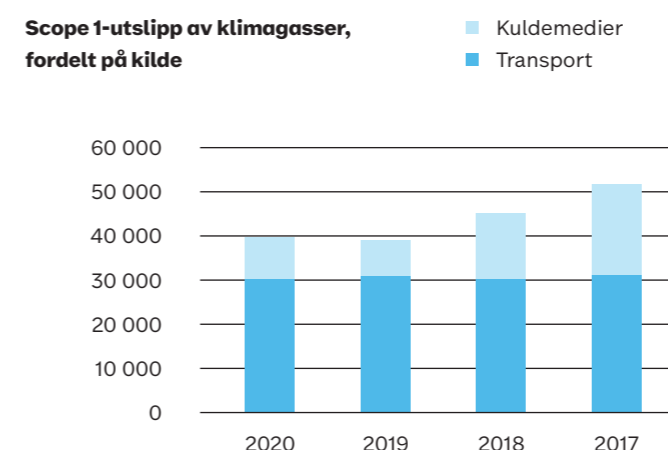
Egen	Reduksjon i utslipp	Enhet	2020	2019	2018	2017
	Scope 1 + 2, markedsbasert	tCO2e	298 376	314 754	407 598	408 436
	Reduksjon i utslipp	andel	-26,9 %	-22,9 %	-0,2 %	-

Coop benytter markedsbasert faktor i klimaregnskapet, da dette gir den beste fremstillingen av vår totale klimapåvirkning. Investeringer i egen drift og redusert utslipp fra energiproduksjon i Europa bidrar til positiv utvikling. Tallene er justert fra 2019-rapporten grunnet bedre transportdata for deler av virksomheten.

Egen	Kuldemedier	Enhet	2020	2019	2018	2017
	Utslipp fra kuldemedier	tCO2e	8 569	8 243	15 067	20 783

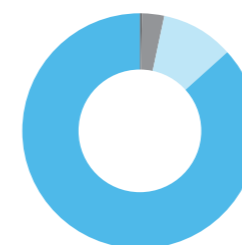
Egen	Utslipp fra transport	Enhet	2020	2019	2018	2017
	Bil, diesel	andel	98,2 %	98,7 %	98,9 %	99,0 %
	Bil, fornybar	andel	0,9 %	0,5 %	0,0 %	0,0 %
	Tog, diesel	andel	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %
	Tog, el	andel	0,5 %	0,4 %	0,6 %	0,6 %

Transport står for den største andel av Coops scope 1-utslipp. Tabellen viser andelssammensetningen av CO2e-utslipp for Coops transport i Norge. Transporten omfatter distribusjon til butikk, samt mellomtransport mellom våre lager. Tallene er justert fra 2019-rapporten grunnet bedre transportdata for deler av virksomheten.



Andel av utslipp CO2 etter kilde

■ Transport (10,1 %)
 ■ El, markedsbasert faktor (86,8 %)
 ■ Kuldemedier (2,9 %)
 ■ Fjernvarme (0,2 %)



Nullvisjon for kasting av mat



Matsvinn

Egen	Nullvisjon for kasting av mat	Enhet	2020	2019
	Matsvinn*, tonn	utvikling	-2,2 %	
	Svinn av omsetning i butikkleddet**	utvikling	-13,7 %	-

* Matsvinn målt i tonn viser utviklingen mot målsetning på 30 % reduksjon innen 2025, målet fra Bransjeavtalen for redusert matsvinn.

Matsvinnet estimeres ved antall svinnede produkter i butikk og på lager, ganget med varens vekt.

** Andel av omsetning er basert på verdien av svinnede varer mot omsetning i butikkleddet. Svinnkostnad i logistikk er ikke inkludert i tallene.

Egen	Matsvinn, detaljert	Enhet	2020	2019
	Solgt fullpris	tonn	967 479	862 307
	Solgt nedpriset	tonn	11 033	10 627
	Donasjon	tonn	653	517
	Matsvinn*	tonn	23 480	24 002
	Solgt fullpris	andel	96,5 %	96,1 %
	Solgt nedpriset	andel	1,1 %	1,2 %
	Donasjon	andel	0,1 %	0,1 %
	Matsvinn	andel	2,3 %	2,7 %
	Too Good To Go, poser solgt	antall	78 518	

Coop har en Nullvisjon for matsvinn. Vi har signert Bransjeavtalen for redusert matsvinn, hvor målet er en reduksjon på 30 % innen 2025. Coop har i 2020 en reduksjon på 2 % i absolutt tonnasje. Dette kan høres lite ut, men korona spiller en betydelig rolle i 2020, da volumet mat solgt er økt betraktelig. Vi er derfor stolte av å ha en positiv utvikling også på matsvinnet i et krevende år, og resultatene for relativt svinn sett mot omsetning gir et bedre bilde av matsvinnarbeidet for året 2020. Videre viser tabellen effekten av matsvinn-tiltak som nedprising, og Too Good To Go som ble innfaset i enkelte av Coops butikker i 2020.

* Grunnet ulik håndtering av svinnet (retur av brød, feilsortering i butikk o.l.) er dette tallet høyere enn det utsorterte matavfallet.

Egen	Behandling av matavfall	Enhet	2020	2019	2018	2017
	Dyrefôr	tonn	1 628	1 923	1 632	1 226
	Kompost/biogass	tonn	10 748	11 068	10 867	9 803
	Forbrenning	tonn	1 766	1 589	1 599	2 060
	Dyrefôr	andel	11,5 %	13,2 %	11,6 %	9,4 %
	Kompost/biogass	andel	76,0 %	75,9 %	77,1 %	74,9 %
	Forbrenning	andel	12,5 %	10,9 %	11,3 %	15,7 %

Hvordan matsvinnet blir behandlet har stor betydning for verdien av den maten vi dessverre må svinne. Tabellen viser mengde og andel matsvinn fordelt på behandlingsmetode. Vi ønsker at mest mulig matsvinn skal gå til dyrefôr og minst mulig til forbrenning, og utviklingen i 2020 vil derfor følges opp med våre leverandører. Avviket mot 'Matsvinn' skyldes at deler av matsvinnet feilsorteres som restavfall, samt ulike returordninger. Man sammenlikner her estimert matsvinn med faktisk vekt matavfall, og sammenlikningen er derfor ikke 1:1.

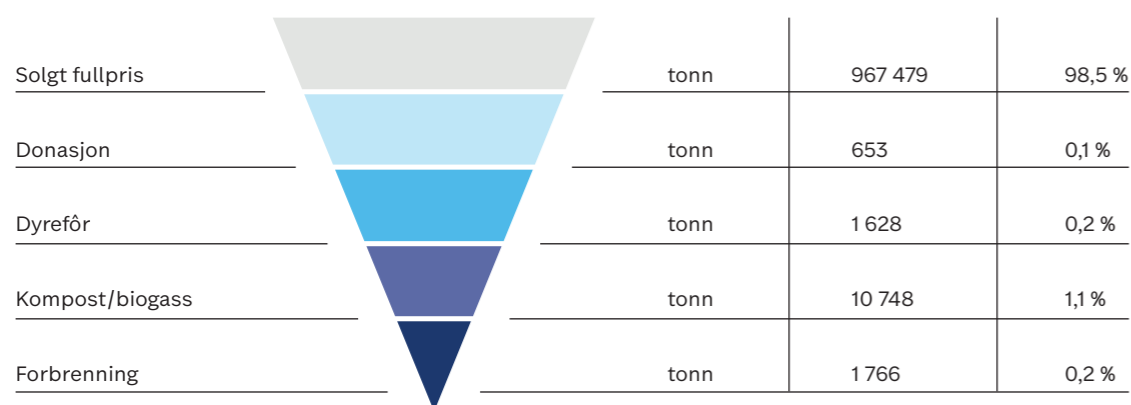
Egen	Fordeling matsvinn	Enhet	2020	2019
	Brød/brødvarer	andel	31,0 %	30,8 %
	Fisk	andel	1,8 %	1,9 %
	Frukt & Grønt	andel	43,1 %	42,4 %
	Frysevarer	andel	0,8 %	0,9 %
	Kioskvarer	andel	0,4 %	0,5 %
	Kjøtt/Delikatesse	andel	9,2 %	9,5 %
	Meierivarer flytende, egg	andel	7,2 %	7,1 %
	Ost, norsk/import	andel	0,6 %	0,6 %
	Tørrevarer	andel	3,8 %	4,4 %
	Øl/Mineralvann	andel	1,9 %	1,9 %

Fordelingen av matsvinn er basert på samme metodikk som 'Nullvisjon for kasting av mat'. Brød/brødvarer og frukt og grønt er særlig krevende kategorier. Økningen i deres andel skyldes i stor grad nedgang i andre vareområder.

Egen	Fordeling matsvinn	Enhet	2020
	Brød/brødvarer	utvikling	-2 %
	Fisk	utvikling	-6 %
	Frukt & Grønt	utvikling	0 %
	Frysevarer	utvikling	-16 %
	Kioskvarer	utvikling	-26 %
	Kjøtt/Delikatesse	utvikling	-5 %
	Meierivarer flytende, egg	utvikling	0 %
	Ost, norsk/import	utvikling	-7 %
	Tørrevarer	utvikling	-15 %
	Øl/Mineralvann	utvikling	2 %

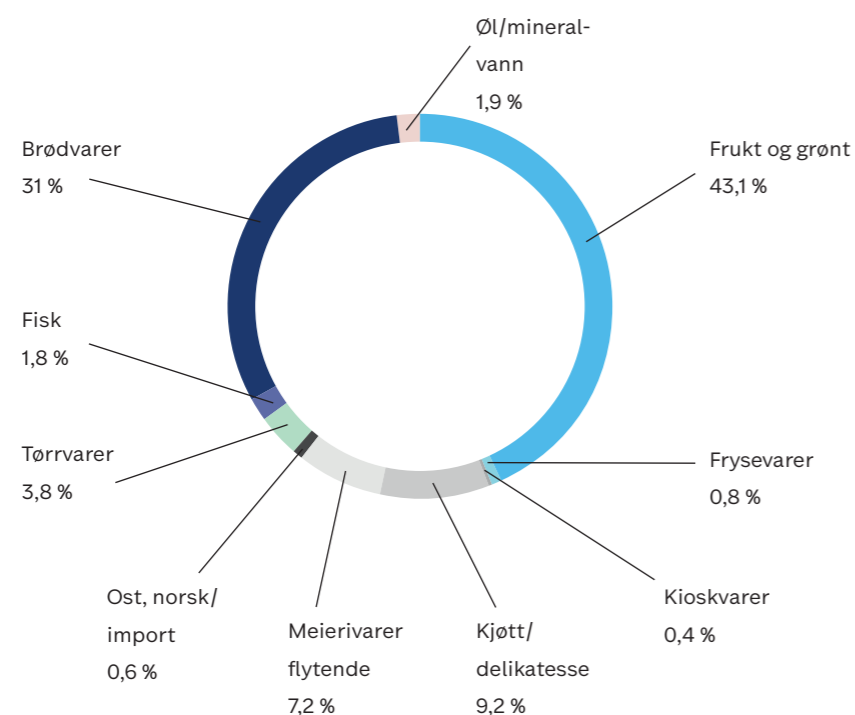
Utviklingen i de enkelte vareområdene var svært positiv i 2020. Mindre utvikling på brød og brødvarer, samt frukt og grønt bremser den totale nedgangen.

Matsvinnpyramiden*



* Viser håndteringen av utsortert matavfall, samt registrert solgte varer i butikk. Sammenlikningen er ikke 1:1.

Fordeling matsvinn basert på vareområde



Avfall



Sorteringsgrad

GRI 306-2	Avfall	Enhet	2020	2019	2018	2017
	Sorteringsgrad	andel	78,1 %	75,7 %	73,9 %	72,7 %
	Totalt	tonn	68 694	65 016	64 469	63 697
306-2 a	Farlig avfall	tonn	417	313	351	227

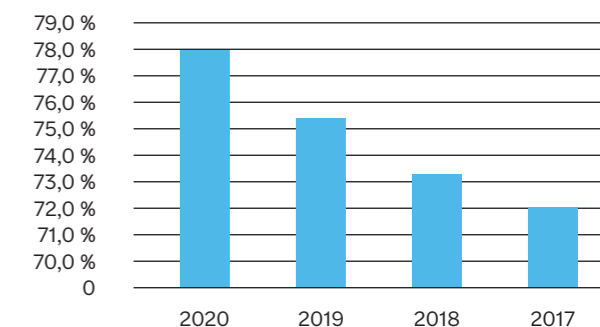
306-2 b	Avfall	Enhet	2020	2019	2018	2017
	Matavfall	tonn	14 142	14 579	14 098	13 088
	Papp, papir og kartong	tonn	29 179	25 899	25 339	24 865
	Plast	tonn	2 031	1 747	1 732	1 893
	Blandet avfall (restavfall)	tonn	15 075	15 776	16 848	17 383
	Annet (Bioavfall og slam, EE-avfall, glass, masser og uorganisk materiale og metall, gummi)	tonn	7 849	6 702	6 100	6 240

306-2 b	Gjenvinningsgrad	Enhet	2020	2019	2018	2017
	Gjenvinningsgrad, av totalt avfall*	andel	99,6 %	99,8 %	99,7 %	99,7 %
	Materialgjenvinning**	andel	69,7 %	71,4 %	69,0 %	66,3 %
	Energigjenvinning***	andel	29,9 %	28,4 %	30,6 %	33,3 %
	Deponering	andel	0,3 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %
	Fyll/dekkmasse	andel	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %

Coop har i samarbeid med renovatørene satt en ambisiøs målsetting om 92 % sorteringsgrad i 2023. Utviklingen de siste årene er positiv, men avfall vil bli et prioritert område mot målet i 2023.

* Viser gjenvinningsgrad av totalt avfall. Videre vises andelssammensetningen av avfallet som blir gjenvunnet etter behandling
 ** Materialgjenvinning, dyrefôr, kompostering, biogass
 *** 81 % av avfallet som går til energigjenvinning blir effektivt gjenvunnet som energi ihht SSB. Resterende andel skal fordeles på deponi/materialgjenvinning. Coop vil justere for dette i neste års rapport, etter etablering av rapporteringsrutine med renovatørene.

Sorteringsgrad



ET ANSVARLIG COOP

414	Leverandørvurdering sosiale forhold	2020
	Antall leverandører	711
	Antall risikoleverandører (desktop)	146

Risikoleverandører definert som leverandører i, eller som har produksjon i BSCI -definerte risikoland.

*Gjelder kun innkjøp av varer for videresalg (IA ekskludert), Industri omfatter kun A/S Røra Fabrikker og TradeWay AS.

414	Leverandørvurdering, egne merkevarer	Enhet	2020	Avgrensning
414-1	Nye leverandører risikovurdert	andel	100	Coop Trading AS
414-2 a	Leverandører vurdert mht sosiale forhold*	antall	146	Coop Trading AS, dagligvare og faghandel
	Leverandører godkjent**	antall	113	Coop Trading AS, dagligvare og faghandel
	Leverandører uten gyldig sertifikat/rapport	antall	17	Coop Trading AS, dagligvare og faghandel
414-2 b	Leverandører hvor alvorlige avvik avdekket***	antall	16	Coop Trading AS, dagligvare og faghandel
414-2 e	Andel leverandører med avvik hvor avtalen er avsluttet	antall	0	Coop Trading AS, dagligvare og faghandel

* Leverandører i eller med produksjon i risikoland.

** Leverandører med godkjent revisjon.

*** Førsteledd, non compliant som resultat av ugyldig eller ikke godkjent revisjon.

Coop er en stor innkjøper, med en kompleks innkjøpsstruktur. Tabellen under viser antall leverandører for egne merkevarer som forhandles med den enkelte enhet. 'Innkjøp indirekte anskaffelser' fremgår ikke av tabellen.

Innkjøpsstruktur	Antall leverandører
Innkjøp dagligvare	125
Innkjøp Coop Trading AS	357
Innkjøp faghandel	126
Innkjøp industri*	103
Leverandører totalt	711

*Innkjøp industri omfatter innkjøp gjennom A/S Røra Fabrikker og TradeWay AS.

ET ANSVARLIG COOP

416	Trygg mat, egne merkevarer	Enhet	2020	2019	2018
416-2	Tilbakekallinger (fare for liv og helse)	antall	12	14	8
416-2	Tilbaketrekkinger (kvalitet)	antall	33	18	34

417	Produktmerking, egne merkevarer	Enhet	2020	2019	2018	Avgrensning/kommentar
417-2	Tilbaketrekkinger/kallinger pga. feilmerking	antall	16	11	17	Disse er også inkludert i 416-2
417-3	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for markedsføring	antall	0	0	0	

Egen	Dyrevelferd	2020
	Rangering BBFAW*	4

* Business Benchmark on Farm Animal Welfare (BBFAW) er en internasjonal rangering av hvordan virksomheter følger opp forhold som påvirker velferd hos produksjonsdyr. Vurderingen skjer på grunnlag av offentlig tilgjengelig informasjon fra virksomhetene og angis på en skala fra 1-6, hvor 1 er best. Coop ble vurdert til å ligge på nivå 4 i 2020. BBFAW er nytt i Norden, og er fortsatt i etableringsfasen.

Vi vil gjøre nærmere undersøkelser vedrørende standarden i 2021, for å se på om dette er en relevant målemetode for Coop. Vi velger likevel å rapportere resultatet i årets rapport, da eksterne parters syn på vår drift uansett er relevant.

Egen	Palmeolje	Enhet	2020	2019	2018
	Sertifisert palmeolje i matvarer egne merkevarer	andel	100 %	97,6 %	97,6 %

GRI 307	Bøter og sanksjoner	Enhet	2020	2019	2018	2017
	Bøter og sanksjoner for brudd på miljøregelverk	antall	0	0	0	0

ET MANGFOLDIG COOP

403	Skader og sykefravær	Enhet	2020	Avgrensning
403-9	Skademeldinger	antall	159	Coop Norge SA
	Avvik	antall	799	
	Uønskede hendelser	antall	610	
403-10	Sykefravær totalt	andel	5,20 %	Coop Norge konsern
405	Arbeidsliv	Enhet	2020	Avgrensning
405-1 a	Likestilling styre og ledelse			Coop Norge konsern
	Konsernledelse og øvrige direktører			
	Menn	andel	69 %	
	Kvinner	andel	31 %	
	Styret			
	Menn	andel	56 %	
	Kvinner	andel	44 %	
405-1 a	Årsmøtorepresentanter			
	Menn	andel	65 %	
	Kvinner	andel	35 %	
405-1	Funksjonærer og kontormedarbeidere			
	Menn	andel	59 %	
	Kvinner	andel	41 %	
	Industrimedarbeidere			
	Menn	andel	68 %	
	Kvinner	andel	32 %	
	Lager- og transportmedarbeidere			
	Menn	andel	89 %	
	Kvinner	andel	11 %	
	Butikkmedarbeidere			
	Menn	andel	42 %	
	Kvinner	andel	58 %	
405-1 b	Likestilling og aldersfordeling ansatte			
	Menn	andel	56 %	
	Kvinner	andel	44 %	
405-1 b	Andel ansatte under 30 år	andel	20 %	Coop Norge konsern eksl. Norsk
405-1 b	Andel ansatte 30-50 år	andel	49 %	Butikkdrift AS
405-1 b	Andel ansatte over 50	andel	31 %	Coop Norge konsern eksl. Norsk
405-2	Lønnsforskjeller mellom menn og kvinner (kvinnens andel av menns lønnsratio)	andel	77 %	Butikkdrift AS Coop Norge konsern eksl. Norsk Butikkdrift AS Coop Norge konsern

Tabellen tar for seg skader, sykefravær og arbeidsliv for henholdsvis CNSA og Coop Norge konsern. For tall for samvirkelagene henvises det til respektive årsrapporter.

Uavhengig attestasjonsuttalelse - bærekraftsrapport for 2020

Til styret i Coop Norge SA

Vi har utført et attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet for nærmere angitte deler av bærekraftsrapporten for 2020 for Coop Norge SA for perioden 1.januar 2020 til 31.januar 2020.

Vårt oppdrag er å attestere på deler av bærekraftsrapporteringen som inkluderer følgende definerte områder:

- Utslipp (Global Reporting Initiative 305), side 82 i bærekraftsrapporten for 2020
- Avfall (Global Reporting Initiative 306), side 87 i bærekraftsrapporten for 2020
- Matsvinn (Ikke Global Reporting Initiative - egendefinert), side 84-85 i bærekraftsrapporten for 2020

Coop Norge SA har benyttet Global Reporting Initiatives temaspesifikke standarder for Utslipp (GRI 305) og avfall (GRI 306) ved utarbeidelsen av bærekraftsrapporten. Kriteriene er offentlig tilgjengelig på www.globalreporting.org.

Ledelsens ansvar

Ledelsen er ansvarlig for Coop Norge SAs rapportering om bærekraft og for at den er utarbeidet i overensstemmelse med standardene utgitt av The Global Reporting Initiative for de temaene der dette er relevant. Ansvaret omfatter å utforme, implementere og vedlikeholde en intern kontroll som ivaretar Coop Norge SAs rapportering på bærekraft og måling og oppfølging av nøkkeltall for bærekraft.

Vår uavhengighet og kvalitetskontroll

Vi er uavhengige av selskapet i overensstemmelse med lov og forskrift og Code of Ethics for Professional Accountants (IEASBA Code) med de etiske kravene som er relevante for vårt oppdrag, og vi har oppfylt våre etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene og IESBA Code. Vi anvender ISQC 1 - Kvalitetskontroll for revisjonsfirmaer som utfører revisjon og forenklet revisorkontroll av regnskapet samt andre attestasjonsoppdrag og beslektede tjenester og opprettholder et omfattende system for kvalitetskontroll inkludert dokumenterte retningslinjer og prosedyrer vedrørende etterlevelse av etiske krav, standarder og gjeldende lovmessige og regulatoriske krav.

Våre oppgaver og plikter

Vår oppgave er å uttrykke en konklusjon om de angitte områdene utslipp, avfall og matsvinn, basert på dokumentasjonen vi har mottatt.

Vårt oppdrag ble gjennomført i samsvar med ISAE 3000 - «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon» og ISAE 3410 - «Attestasjonsoppdrag om klimagassrapporter». Disse standardene krever at vi planlegger og utfører vårt oppdrag for å oppnå moderat sikkerhet for at informasjonen presentert i bærekraftsrapporten utslipp, avfall og matsvinn i all vesentlig grad samsvarer med Kriteriene, og å utstede en uavhengig attestasjonsuttalelse. Omfanget, tidspunktet og omfanget av de valgte prosedyrene avhenger av vårt skjønn, inkludert vurdering av risikoen for vesentlig feilinformasjon, enten på grunn av misligheter eller feil. Prosedyrer utført i et verifiseringsoppdrag som skal gi moderat sikkerhet,

varierer i type og omfang, og er mindre i omfang enn et verifiseringsoppdrag som skal gi betryggende sikkerhet. Følgelig er sikkerhetsnivået i et verifiseringsoppdrag med moderat sikkerhet vesentlig lavere enn dersom verifiseringsoppdraget var utført for å oppnå betryggende sikkerhet. Våre prosedyrer ble utformet for å oppnå et moderat sikkerhetsnivå å basere vår konklusjon på og innhenter ikke alle bevisene som ville vært nødvendige for å uttrykke et betryggende sikkerhetsnivå.

Selv om vi vurderte effektiviteten av ledelsens interne kontroller når vi bestemte arten og omfanget av våre prosedyrer, var vårt verifiseringsoppdrag ikke utformet for å gi noen sikkerhet for selskapets internkontroll. Våre prosedyrer inkluderte ikke testing av kontroller eller handlinger knyttet til aggregering av eller beregning av data i IT-systemene.

Kvantifiseringsprosessen for klimagasser er underlagt vitenskapelig usikkerhet, som oppstår på grunn av ufullstendig vitenskapelig kunnskap om måling.

Vårt arbeid har bestått av følgende handlinger:

- Møter med nøkkelansatte innenfor de definerte områdene for å vurdere internkontroll og rutiner knyttet til rapportering på utslipp, avfall og matsvinn
- Innsamling og gjennomgang av relevant informasjon som støtter fremstillingen av nøkkeltall for utslipp, avfall og matsvinn
- Rimelighetsvurdering av de presenterte nøkkeltallene for utslipp, avfall og matsvinn
- Kontrollberegninger av nøkkeltall for utslipp, avfall og matsvinn basert på en vurdering av risiko for feil i sammenstillingen av nøkkeltallene

Etter vår mening er innhentede bevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon med moderat sikkerhet.

Konklusjon

Basert på vår kontroll og innhentede bevis er vi ikke blitt oppmerksomme på forhold som gir oss grunn til å tro at

- Nøkkeltall for utslipp ikke i det all vesentlige utarbeidet, målt og rapportert i overensstemmelse med kravene i standarden Global Reporting Initiative 305
- Nøkkeltall for avfall ikke i det all vesentlige utarbeidet, målt og rapportert i overensstemmelse med kravene i standarden Global Reporting Initiative 306
- Nøkkeltall for matsvinn ikke er utarbeidet, målt og rapportert uten vesentlige avvik fra måleprinsippene som er beskrevet på side 84-85 i bærekraftsrapporten for 2020

Oslo, 26.05.2021

BDO AS

Martin Aasen
statsautorisert revisor

Årsberetning og årsregnskab

STYRET



Tore Tjomsland
(Coop Øst)
Styrets leder



Torbjørn Skei
(Coop Midt-Norge)
Styrets nestleder



Tore Klovning
(Coop Sørvest)
Styremedlem



Anne Berg Behring
(Coop Vestfold og Telemark)
Styremedlem



Yngve Haldorsen
(Coop Nord)
Styremedlem



Jan-Ivar Alsén
(Coop Finnmark)
Styremedlem



Arild Sørlien
(Coop Nordvest)
Styremedlem



Gunn Pinslund
(Representant for de ansatte)
Styremedlem



Øystein Berg
(Representant for de ansatte)
Styremedlem



Tore Veia Berghagene
(Representant for de ansatte)
Styremedlem



Knut Berg
(Representant for de ansatte)
Styremedlem



Geir Inge Stokke
Konsernsjef

ÅRSBERETNING 2020

HOVEDPUNKTER I 2020

Sterk markedsvekst i 2020 drevet av nedstenging av samfunnet ga en kraftig økning i omsetningsvolum for Coop Norge konsern. Konsernet er en viktig del av den samfunnskritiske matvarefunksjonen og det har vært jobbet hardt for å sikre vareforsyningen til befolkningen. Under covid 19-pandemien har Coop i Norge tilpasset virksomheten til nye krav og endrede forutsetninger, samtidig som det er oppnådd gode økonomiske resultater.

- Coop Norge SA tok sin samfunnskritiske oppgave på alvor og fikk på rekordtid utviklet en løsning for bestilling av matvarer på nett våren 2020. Dette for å sikre at kunder i karantene kan bestille varer og få levert disse hjem.
- Det har vært høyt fokus på å opprettholde gode leveranser under pandemiforløpet. Den sterke veksten har imidlertid medført enkelte leveranseutfordringer i perioder, både innenfor dagligvare og faghandel. I tillegg har man ivaretatt investeringstrykket på strategiske prosjekter for å sikre gode kundeopplevelser i nåtid og fremtid. Investeringene omfatter blant annet digital utvikling, effektivisering av vareforsyning og videreutvikling av netthandel.
- Coop i Norge oppnådde en vekst innenfor dagligvaremarkedet på 16,6 %. Markedsandelen falt marginalt med 0,1 prosentpoeng til 29,3 %. Nedgangen i markedsandel skyldes i hovedsak at veksten har vært størst i områder hvor markedsandelen er noe lavere enn gjennomsnittet, samt redusert markedstrykk i perioder av andre tertial. Extra var også i 2020 Norges raskest voksende dagligvarekjede, med en omsetningsøkning på 25 %.
- Bygg i Coop hadde en sterk vekst på 26,6 % og styrket posisjonen som markedsleder i privatmarkedet. Coops markedsandel i privatmarkedet økte med 0,7 prosentpoeng og endte på 35,8 %.
- Coop Norge konsern oppnådde et resultat før skatt på totalt MNOK 1 040, drevet av høyt volum og god underliggende drift.
- Samvirkelagene har 1,9 millioner medeiere, en økning på 5,4 % fra 2019. Yngre medeiere sto for den største delen av veksten. 60 % av de nye eierne var 40 år eller yngre.
- Coop ble i 2020 kåret til «Årets idrettsponsor» av Sponsor- og Eventforeningen, hvor konseptet «Vi heier på alle» ble trukket frem.
- Det har gjennom året vært arbeidet bredt med videreutvikling av strategiske mål for Coop i Norge og Coop Norge konserns fremtidige strategiske bidrag, herunder et sterkt fokus på bærekraft.

DETTE ER COOP

Coop er i dag Norges nest største dagligvareaktør, den største aktøren innenfor privatsegmentet i byggmarkedet, og har en sterk strategisk posisjon og plass i forbrukernes hverdag på mange områder.

Samvirkelagene eier Coop Norge SA, og selskapet er samvirkelagenes fellesorganisasjon. Coop Norge SA har forretningskontor i Oslo og er morselskap i Coop Norge konsern.

Som fellesorganisasjon for samvirkelagene har Coop Norge konsern en bredt sammensatt virksomhet, som omfatter grossist-, industri- og eiendomsvirksomhet, samt butikkdrift (Norsk Butikkdrift AS). Konsernet inkluderer Coop Norge SA, Coop Norge Eiendom konsern, Coop Norge Industri konsern, Coop Norge Transport AS, Norsk Butikkdrift AS (tidligere Ica Norge AS) og eierselskaper for logistikkeiendommer.

Samvirkelagene

Samvirkelagene er egne selvstendige juridiske enheter eid og styrt av medeierne lokalt/regionalt.

Ved utgangen av 2020 var 66 samvirkelag medeiere i Coop Norge SA, 7 færre enn ved utgangen av 2019. Nedgangen skyldes at Coop Helgeland SA har fusjonert med Coop Midt-Norge SA, Coop Hattfjelldal SA har fusjonert med Coop Nordland SA, Coop Røldal SA har fusjonert med Coop Sørvest SA og Coop Hamarvik SA, Coop Korsveien SA og Coop Sykkylven SA har fusjonert med Coop Nordvest SA. I tillegg er Coop Grong SA under avvikling. I løpet av 2020 ble det også vedtatt fusjoner mellom Coop Høylandet SA, Coop Skaun SA og Coop Midt-Norge SA, som ble gjennomført 1. mars 2021. Målet om en mer helhetlig markedstenkning, kostnadssynergier og samling av kompetanse ligger bak fokuset på strukturelle tiltak.

Samvirkelagene hadde en omsetningsvekst på 16,9 % i 2020. Samlet omsetning i 2020 var MNOK 54 500. Samvirkelagene oppnådde en betydelig bedring i driftsresultatet som har økt fra MNOK 524 til MNOK 1 816. Resultatforbedringen skyldes kraftig omsetningsøkning og positiv underliggende drift. Resultat før skatt for 2020 endte på MNOK 1 959 mot MNOK 1 003 året før.

Samvirkelagene skal utøve aktivt eierskap i Coop Norge SA, og selskapet tjener som interesseorganisasjon for disse. Videre skal Coop Norge SA ivareta fellesoppgaver for å trygge og skape verdier, og gjennom dette bidra til at samvirkelagene drives effektivt og profesjonelt til det beste for medeierne.

Coop medlem

Også i 2020 opplevde samvirkelagene stor økning i medlemsmassen, med til sammen 120 384 nye medeiere. Netto tilvekst i 2020 utgjorde 5,4 % eller 97 521 medlemmer. Det er tydelig at Coops eierform, delingsøkonomi og egenart treffer de unge, da 38 % av de nye medeierne er under 30 år og 60 % er under 40 år. Per 31.

desember 2020 hadde samvirkelagene totalt 1 887 302 medeiere. Den kraftige veksten de siste årene har blant annet vært drevet av et utvidet butikknett, attraktivt medlemsprogram, Coops gode omdømme og fokus på å skape gode kundeopplevelser. Stadig flere medeiere bruker digitale kanaler for å benytte seg av sine fordeler i Coop, og ved utgangen av 2020 hadde 1,1 millioner unike medeiere vært aktive i Coops medlemsapp den siste måneden. En viktig milepæl for appen i 2020 var lansering av nytt og forbedret design.

Medeierne i samvirkelagene er lojale. Registrert handel fra medeiere (gjennom medlemskort eller app) er høy og økende. Samlet medeiernytte for 2020 var MNOK 2 425 (MNOK 2 132). Av dette fikk medeierne utbetalt MNOK 1 277 til medlemskonto. Tallet inkluderer kjøpeutbytte, bonus fra samarbeidspartnere, kjedevise bonuser samt gjenbruksbonus på handlenett. I tillegg fikk medeierne kontantrabatter på MNOK 1 147 knyttet til blant annet medlemskupp og kuponger.

Samarbeidspartnerne i medlemsprogrammet bidrar til bonus til medeierne og inntekter til Coop Norge SA. Medlemsbonus fra partnerne utgjorde MNOK 213 i 2020.

Samvirkelagenes Garantifond AL

Samvirkelagenes Garantifond er et andelslag hvor Coop Norge SA er eneeier, men ikke har kontrollerende innflytelse, og regnskapet konsolideres ikke inn i Coop Norge konsern. Formålet med fondet er å skape trygghet for medeierne ved å garantere for låneinnskudd i samvirkelag som er tilsluttet Coop Norge SA. Fondet bygges opp med avkastning fra fondets kapital og innbetaling av avgift fra samvirkelagene og Coop Norge SA. Fondet forvaltes i en portefølje med en moderat risikoprofil, bestående av norske pengemarkedsplasseringer, samt norske og globale obligasjons- og aksjefond.

Fondets totale drifts- og finansinntekter ble i 2020 MNOK 88 (MNOK 66), og fondet oppnådde et årsresultat på MNOK 86 (MNOK 59). Fondets totale balanse per 31. desember 2020 var MNOK 968 (MNOK 882), og fondet er 100 % egenkapitalfinansiert. Innskuddsordningen i samvirkelagene er underlagt tilsyn av Finanstilsynet, og Samvirkelagenes Garantifond ivaretar rapportering og oppfølging opp mot Finanstilsynet på vegne av samvirkelagene.

COOP OG MARKEDET I 2020

Dagligvarer

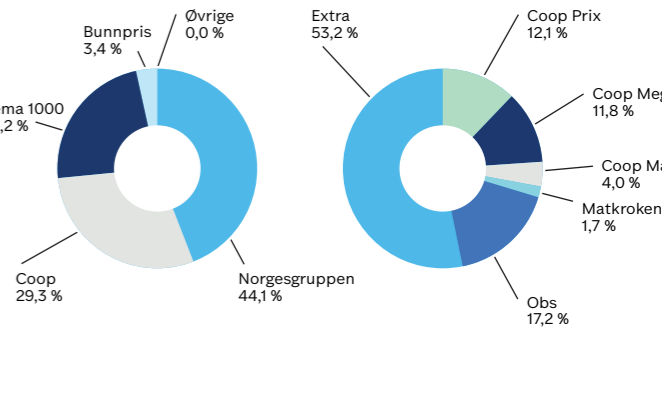
2020 har vært et svært spesielt år for dagligvarebransjen som følge av utbruddet av covid-19. De første ukene etter utbruddet var preget av sterk hamstring innenfor enkelte varegrupper. Etter hvert økte etterspørselen etter typiske grensehandelsvarer. Kundene handlet sjeldnere, men hadde betydelig større handlekurv enn før covid-19-utbruddet. Markedsveksten har vært høy gjennom hele covid-19-perioden med en snittvekst mot samme periode året før på rundt 18 %. Den økte omsetningen var i hovedsak et resultat av lavere grensehandel, mindre reisevirksomhet og at flere måltider tilberedes og spises hjemme. Veksten var ulikt fordelt i Norge, og sterkest vekst finner man i de befolkningstette

og grensenære områdene som omfatter de tidligere fylkene Østfold, Akershus, Vestfold og Oslo.

Totalt for året ble markedsveksten 17 % hvorav prisveksten utgjorde 3,5 %. Samlet vekst for Coop i Norge endte på 16,6 % og markedsandelen gikk ned med ca. 0,1 % til 29,3 %. Extra var også i 2020 Norges raskest voksende dagligvarekjede, med en omsetningsøkning på 25 %. Den organiske veksten var på 17 %, som er høyere enn den organiske markedsveksten på 15,5 %. Extra, som ble etablert i 2006, står for over halvparten av dagligvareomsetningen.

De store lavprisaktørene har tidvis vært de prefererte kjedene under koronaperioden, og lavprisandelen økte dermed også i 2020. Høy organisk vekst, i tillegg til mange nyetableringer og omprofileringer til segmentet fra andre segmenter, førte til at lavpris økte sin andel fra 67,1 % til 68,3 %. Størst nedgang hadde nærbutikker og supermarkeder, med henholdsvis 0,7 og 0,6 prosentpoeng.

Paraplykjedenes markedsandeler



Samvirkelagene etablerte 19 dagligvarebutikker i 2020. I tillegg omprofilerte både samvirkelagene og Norsk Butikkdrift AS mange butikker i 2020. 15 butikker ble omprofilert til Extra og 21 butikker ble omprofilert til Coop Prix. Totalt hadde Coop i Norge 1 125 dagligvarebutikker per 31. desember 2020. Extra hadde en tilvekst på 41 butikker i 2020 gjennom nyetableringer og omprofileringer fra andre kjeder og har 506 butikker per utgangen av 2020.

Byggevarer

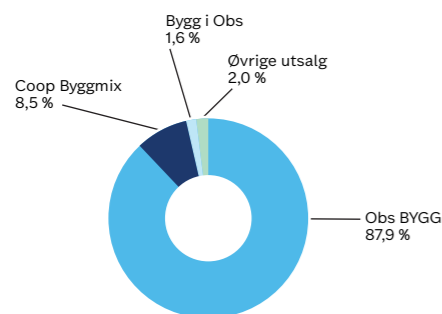
Det viktigste og største faghandelsområdet for Coop i Norge er byggevarer, som utgjør ca. 10 % av omsetningen ut av butikk. Man har med satsingen på byggevarehandel gjennom kjeden Obs BYGG og konseptet Coop Byggmix lykket med å opparbeide en sterk markedsposisjon. Obs BYGG er prisleder i bransjen og største aktør i privatmarkedet. Obs BYGG-kjeden ble ytterligere forsterket i 2020 gjennom etablering av et nytt byggevarehus i Sandefjord. Per 31. desember 2020 hadde samvirkelagene 55 Obs BYGG og 52 Coop Byggmix.

I likhet med flere bransjer innen hus og hjem hadde også byggevaremarkedet en formidabel vekst i 2020. Markedstallene fra Virke viser at omsetningsveksten for byggevarekjeder i 2020 var på

11,9 %, hvorav proffmarkedet økte med 4,1 % og privatmarkedet økte med hele 24,4 %. Coop styrket posisjonen som markedsleder i privatmarkedet for bygg, hadde en vekst på 26,6 % og endte på en omsetning på NOK 7,2 MRD.

Coops markedsandel i privatmarkedet gikk opp 0,7 prosentpoeng og endte på 35,8 %.

Konseptenes andel av Coops byggvareomsetning



REDEGJØRELSE FOR ÅRSREGNSKAPET

COOP NORGE KONSERN

Økt omsetning og styrket satsing på fremtidens løsninger

Coop Norge konsern oppnådde et årsresultat i 2020 på MNOK 817 (MNOK 380). Resultat før skatt i 2020 var MNOK 1 040 (MNOK 479). Årsresultatet for 2020 ble forbedret som følge av betydelig omsetningsvekst, drevet av pandemiforløpet og konsekvenser inn mot bl.a. dagligvare- og byggmarkedet.

Coop Norge konsern hadde i 2020 salgsinntekter på MNOK 56 092 (MNOK 48 164), en økning fra 2019 på 16,5 %, og var preget av høy vekst både i dagligvaremarkedet og på bygg. Salgsinntektene er redusert med utbetalt kjøpeutbytte på 1,5 % til samvirke-lagene på MNOK 358 (MNOK 304). Andre driftsinntekter utgjorde MNOK 2 540 (MNOK 2 444).

Bruttofortjenesten for konsernet for 2020 ble MNOK 7 332 (MNOK 6 166). Dette innebærer en økning med 0,3 prosentpoeng fra 12,8 % til 13,1 % og økningen skyldes noe bedre margin for alle konsern-selskapene. Økningen skyldes blant annet endret markedstrykk i første halvår samt effekt av forbedret kundeinnsikt.

Sum driftskostnader eksklusive varekostnad var MNOK 8 886 (MNOK 8 097), og utgjorde henholdsvis 15,8 % (16,8 %) av salgs-inntekter. Den høye omsetningen ga stordriftsfordeler og positive effekter for driftskostnadene i prosent av salgsinntektene for hele konsernet. Stordriftsfordelene klarte man å hente ut selv om det har vært midlertidig tyngre drift som følge av utbygginger av lagerenhetene på Langhus og Gardermoen. Det har videre i 2020 vært store satsinger på å utvikle gode tjenester til samvirke-lag og butikker for å sikre sømløse kundeopplevelser for Coops kunder.

Netto finansposter utgjorde MNOK 54 i 2020 (MNOK -34). Finans-inntektene utgjorde MNOK 356 (MNOK 195), og økte betydelig som følge av en betydelig økning av forvaltningsporteføljen, samtidig som det var et sterkt år for avkastning i finansmarkedene både i Norge og globalt. Usikkerhet omkring konsekvenser av pandemien skapte til dels store svingninger i aksjemarkedene i begynnelsen av året, men sett under ett utviklet både aksje- og obligasjonsmarke-dene seg positivt, godt hjulpet av fallende renter.

Opprettholder solid balanse

Coop Norge konserns totalbalanse per 31. desember 2020 var på MNOK 20 002 (MNOK 16 989). Anleggsmidler økte som følge av investeringer i driftsmidler og aksjer, mens omløpsmidlene økte som følge av økte finansielle investeringer. Strategiske utviklings-prosjekter (forskning og utvikling) er klassifisert som immaterielle eiendeler. Balanseført verdi på forskning og utvikling, inklusive prosjekter under arbeid per 31. desember 2020 utgjorde MNOK 611.

Egenkapitalen utgjorde per 31. desember 2020 MNOK 6 887 (MNOK 6 045). Dette utgjør en egenkapitalandel på 34,4 %, en reduksjon på 1,2 prosentpoeng fra 2019. En sterk økning i finansi-elle investeringer økte totalkapitalen og er hovedforklaringen på redusert egenkapitalprosent. Utviklingen er i tråd med styrets forventning, og egenkapitalen vurderes som tilstrekkelig for frem-tidig drift og investeringer.

Rentebærende gjeld utgjorde per 31. desember 2020 MNOK 5 882 (MNOK 4 638). Dette inkluderte låneinnskudd fra samvirke-lagene med MNOK 3 733 (MNOK 3 062).

Økt likviditetsbuffer og positiv kontantstrøm

Coop Norge konsern har kredittrammer på til sammen MNOK 4 131. Total tilgjengelig likviditet per 31. desember 2020 utgjorde MNOK 3 103, hvorav MNOK 2 403 i kommiterte, ubenyttede kreditt-rammer og MNOK 700 i likvide midler. Av de likvide midlene var fritt benyttbare bankinnskudd MNOK 616. Finansielle investeringer var bokført til markedsverdi og utgjorde MNOK 4 971 (MNOK 2 197) ved årsskiftet.

Coop Norge konsern hadde i 2020 en netto endring i likviditets-beholdning på MNOK -428 (MNOK 297). Kontantstrøm fra driften var MNOK 2 618, en betydelig forbedring fra 2019, og en stor andel av den økte likviditeten er ivaretatt gjennom en betydelig økning i finansielle investeringer gjennom året.

NÆRMERE OM DATTERSELSKAPER

Coop Norge Industri konsern

Coop Norge Industri konsern består av A/S Røra Fabrikker, Fersk-varehuset AS, Nord Blomst AS, TradeWay AS og bakerikonsernet Goman AS. Industrikonsernet oppnådde et resultat før skatt i 2020 på MNOK 118 (MNOK 65). Resultatet er preget av sterk salgsutvik-ling innen nye kategorier, store endringer i forbrukers kjøpsadferd, og god kostnadskontroll. Goman har gjennom året fått bygget og etablert nytt bakeri i Fauske i Nordland, og Ferskvarehuset AS ferdigstilte en stor utbygging av ny frysefabrikk. Det ble besluttet å etablere et nytt bakeri på Åsane i Bergen, hvor arbeidet har startet og bakeriet skal stå klart i løpet av 2021.

Coop Norge Industri har en solid posisjon, men i dagligvarebran-sjen hvor konkurransen er økende, må industrikonsernet være i for-kant med endringer og forbedringer, og være forberedt til å innta nye markedsområder og bransjer hvis mulighetene byr seg.

Coop Norge Eiendom konsern

Coop Norge Eiendom konsern oppnådde et resultat før skatt på MNOK -35 i 2020 (MNOK 51). Det negative resultatet skyldes i hovedsak nedskrivning av eiendommer, men også utsatt gjen-nomføring av salgsprosesser som vil gi en god start på 2021.

Virksomheten har i 2020 hatt fokus på å erverve nye eiendommer som skal legge til rette for en god etableringstakt av forretninger for samvirke-lagene i Norge. Flere erverv ble gjort sammen med andre tunge eiendomsmiljøer i Norge. Slike samarbeid vil øke muligheten for fremtidig deltagelse i andre større utviklingspro-sjekter i sentrale strøk.

Ny administrerende direktør tiltrådte høsten 2020, og vil i 2021 arbeide videre med utvikling av selskapet for å bidra til Coops konkurransekraft i Norge. Coop Norge Eiendom konsern ble i begrenset omfang påvirket av covid-19 i 2020, men det ble foretatt enkelte nedskrivninger i eiendomsporteføljen som følge av markedsutviklingen. Utviklings- og byggeprosjektene ble ikke vesentlig påvirket.

Coop Norge Eiendom AS forvalter en betydelig portefølje av handelseiendommer, og har ved utgangen av 2020 utleiearealer som utgjør ca. 270 000 kvm i både kjøpesenter og enkeltstående butikkeiendommer.

Norsk Butikkdrift AS

Norsk Butikkdrift AS (tidligere Ica Norge AS), ble overtatt gjennom oppkjøp i 2015. Ved utgangen av 2020 hadde Norsk Butikkdrift AS 323 butikker fordelt over hele landet. Butikkene drives dels som filialer og er dels tilknyttet på franchisebasis. I forbindelse med vedtaket i Årsmøtet Coop Norge SA om oppkjøp ble det lagt til grunn at butikkene på sikt skal overtas av samvirke-lagene under visse forutsetninger.

Selskapet oppnådde et resultat før skatt i 2020 på MNOK 402 (MNOK 190). Resultatet i 2020 ble påvirket av sterk omsetnings-vekst som følge av stengte grenser og covid-19, samt en betydelig forbedring i underliggende butikkdrift sammenlignet med 2019. Hjemmekontor, karantene og reiserestriksjoner har bidratt til sterk vekst i grensenære områder.

Driften i butikkene har gjennom året vært preget av løpende oppfølging av smittevernstiltak og anbefalinger fra helsemyndig-hetene for å trygge medarbeidere og kunder. Summen av innførte tiltak har hatt god effekt og ingen ansatte ble smittet av covid-19 på jobb i 2020. Det er lagt betydelig vekt på dialog med og infor-masjon til medarbeiderne gjennom pandemien, og resultat fra medarbeiderundersøkelsen bekrefter at de klarer å opprettholde motivasjon, samt at de opplever at det er tilrettelagt for en trygg og smittefri arbeidshverdag.

COOP NORGE SA

Resultat

Coop Norge SA oppnådde i 2020 et resultat før skatt på MNOK 532 (MNOK 215). Resultatforbedringen skyldes i hovedsak høyere salgsinntekter som en følge av covid-19. Salgsinntektene økte med 16,3 % fra MNOK 46 740 til MNOK 54 353. Kostnadsprosent eksklusive varekostnad er redusert fra 2019 til 2020 og skyldes i hovedsak stordriftsfordeler som følge av økt omsetning.

Selskapets bruttofortjeneste for 2020 ble MNOK 4 278 (MNOK 3 574), en økning med 0,2 prosentpoeng fra 7,7 % til 7,9 %. Økningen skyldes blant annet endret markedstrykk i første halvår samt effekt av forbedret kundeinnsikt.

Balanse

Totalbalansen per 31. desember 2020 var MNOK 18 013 (MNOK 14 690). Omløpsmidlene økte hovedsakelig som følge av økte finansielle investeringer. Anleggsmidlene økte som følge av økte investeringer i immaterielle eiendeler og pågående prosjekter for investeringer i automatiserte lagre. Egenkapitalen i Coop Norge SA utgjorde per 31. desember 2020 MNOK 5 160 (MNOK 4 735) som ga en egenkapitalandel på 28,6 % (32,2 %).

Andre forhold

15. desember 2020 mottok de tre største aktørene i dagligvare-bransjen varsel om milliardgebyr fra Konkurransetilsynet som følge av det tilsynet mener er brudd på konkurranse-loven. Varslet gebyr for Coop Norge SA lyder på NOK 4,8 MRD. Begrunnelsen fra Konkurransetilsynet er at bruken av «prisjegere» knyttet til innhenting av fullt tilgjengelige priser i konkurrerende butikker, kan ha bidratt til høyere priser ut til forbruker. Konkurransetil-synet presiserer at vurderingene er foreløpige, og at det ikke er truffet endelig vedtak i saken. Selskapet har foreløpig frist til 30. juni 2021 for å gi sitt tilsvarende til varselet. Coop Norge SA mener at bruken av «prisjegere» har fremmet konkurransen i dagligvaremar-kedet - ikke svekket konkurransen. Praksisen er en del av «Bransje-norm for sammenlignende reklame». Normen kom i stand etter et initiativ fra Forbrukerombudet i 2010. Det har alltid vært full åpenhet rundt bransjenormen generelt og bruken av «prisjegere», og Konkurransetilsynet har vært informert og oppdatert ved flere anledninger helt siden 2010. Det er ikke mulig å angi når rettskraft-ig avgjørelse i saken vil foreligge.

I forbindelse med oppløsning av SAMFO (arbeidsgiverforeningen for samvirkeforetak) i 2020 ble midlene i samsvar med § 18 i foreningens vedtekter overført til de fellesorganisasjoner hvor hovedtyngden av medlemsbedriftene var tilsluttet. Midlene skal i henhold til samme vedtektsbestemmelse øremerkes for ivareta-kelse av medlemsbedriftenes næringsinteresser med særlig vekt på deres interesser som arbeidsgivere. Coop Norge SA mottok i den forbindelse MNOK 68, og disse midlene skal anvendes i sam-svar med vedtektenes § 18 og generalforsamlingens supplerende vedtak ved oppløsningen 7. januar 2020.

FORSLAG TIL DISPONERING AV ÅRETS OVERSKUDD

Årsresultatet for Coop Norge SA ble MNOK 430 i 2020.

Styret foreslår følgende anvendelse av årets overskudd:

Avgitt renter på andelsinnskudd	MNOK	5
Overført til annen egenkapital	MNOK	425

Styret anser at fremlagt årsregnskap gir et rettviseende bilde av virksomheten og resultatet fra selskapets drift for 2020. I samsvar med regnskapsloven og god regnskapsskikk bekrefter styret at forutsetning for fortsatt drift er til stede. Årsregnskapet er dermed fremlagt etter prinsipp om at selskapets drift videreføres.

FINANSIELL RISIKO

Coop Norge konsern skal ha en forsvarlig finansiell styring, med hovedmål om å skape forutsigbare rammebetingelser for virksomheten. Gjennom virksomheten er konsernet eksponert for finansiell risiko. Håndteringen av finansiell risiko er regulert gjennom finanspolicy.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Styret vurderer at Coop Norge konsern har en betryggende finansieringsprofil, basert på plasseringer fra samvirkelagene, fordelt på termininnskudd og flytende plasseringer, i tillegg til at det er etablert langsiktige finansieringsrammer med flere långivere og spredt forfallsstruktur. Refinansieringsrisikoen vurderes derfor å være begrenset. Likviditeten ved årsslutt 2020 er tilfredsstillende.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Langsiktig gjeld er knyttet opp mot pengemarkedsrenten NIBOR, og det er inngått rentesikringsforretninger for å redusere risiko for svingninger i kontantstrømmen som følge av endringer i det kortsiktige rentemarkedet. En betydelig del av rentesikringen er tilknyttet eiendomsvirksomheten.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Konsernet er eksponert for valutasvingninger gjennom import av varer og enkelte øvrige kostnader, samt ved gjennomføring av enkelte investeringer. Det benyttes finansielle instrumenter for å sikre deler av valutarisikoen. I prosjektinvesteringer som er utsatt for valutasvingninger, skal som hovedregel minst 50 % av investeringsbeløp som forfaller innen de kommende 12 måneder, valutasikres. Minstekravet til slik valutasikring var oppfylt med god marin per 31. desember 2020. Innenfor industrivirksomheten kjøpes det inn konserver og sukker, som er utsatt for eksponering mot råvarerisiko. For kjøp av kraft er det inngått prissikringskontrakter.

Kredittrisiko knyttet til kundefordringer vurderes som begrenset og følges tett opp med risikoreduserende tiltak. Som motparter ved derivatkontrakter og finansplasseringer velges finansinstitusjoner med solid kredittverdighet.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Finansforvaltningen i Coop Norge SA har sitt utspring i samvirkelagenes plasseringsplikt hos Coop Norge SA for overskuddslikviditet. Styret har vedtatt en strategi for kapitalforvaltning i likvide plasseringer med en moderat risikoprofil, for å sikre en forsvarlig, langsiktig forvaltning. Plasseringsporteføljen består av

investeringer i bankinnskudd, samt pengemarkeds-, obligasjons- og aksjefond. Gjennom forvaltningen skal selskapet søke å oppnå en realavkastning for midlene som i størst mulig grad samsvarer med realveksten i norsk økonomi.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

MEDARBEIDERE – HELSE, MILJØ OG SIKKERHET

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

HR- og kompetansearbeid i Coop Norge konsern skal legge til rette for at medarbeidere og ledere skal kunne ivareta gode leveranser og settes i stand til å utvikle virksomheten i tråd med vedtatt strategi. Det ble i 2020 implementert et felles HR-system for å styrke dette området.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Arbeidsmiljø

I Coop Norge konsern utvikles ledelsessystemer som sørger for at hver enkelt medarbeider kan bli sett for de kvalitetene de besitter og at disse kan brukes til det beste for virksomheten. Medarbeiderundersøkelse som omhandler trivsel, engasjement og samarbeid ble gjennomført i 2020 med en svarprosent på 81 %. Oppfølging av undersøkelsene gjøres i hver avdeling, og er en naturlig del av arbeidet med arbeidsmiljøet og inngår i HMS-arbeidet.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Per 31. desember 2020 hadde Coop Norge konsern 5 647 ansatte, fordelt på 2 479 kvinner og 3 168 menn.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Totalt sykefravær i konsernet var i 2020 på 5,7 % (5,6 %). Det gjennomføres forebyggende tiltak mot arbeidsrelaterte plager og sykdom i samarbeid med Virke gjennomført et lederprogram med temaet «Nærvær, ledelse og sykefraværshåndtering» for alle teamledere i logistikkenhetene. Det er videre i stor skala gitt ansatte på hjemmekontor tilbud om nødvendig utstyr så arbeidet kan utføres i tråd med gjeldende ergonomiske retningslinjer. Flere spørreundersøkelser ble foretatt gjennom året hvor et etterfølgende tiltak har vært utvikling av et samtaleverktøy for leder til bruk i dialog med medarbeidere.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Driften var gjennom året preget av smittevernstiltak og oppfølging av helsemyndighetenes anbefalinger knyttet til covid-19, for å trygge medarbeidere og kunder. Summen av innførte tiltak har hatt god effekt, og sykefraværet ble ikke nevneverdig endret fra tidligere år.

Mangfold og likestilling

Coop Norge konserns mangfolds- og likestillingsarbeid omfatter en bred definisjon av mangfold og inneholder alder, kjønn, funksjonsgrad, etnisitet, livssyn, kulturell bakgrunn, seksuell orientering, utdanning, erfaring, kompetanse og interesser. Mangfolds- og likestillingsarbeidet er viktig for å bygge kultur.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Under ellers like vilkår skal personer av det underrepresenterte kjønn prioriteres ved ansettelser. I alle valgte organer i Coop Norge SA tilstrebtes en kjønnsmessig likeverdig representasjon. Coop Norges SAs konsernledelse har 36,4 % kvinner. Kvinneandelen i Årsmøtet Coop Norge SA er 35 %, og i styret er 18 % av medlemmene kvinner.

	KJØNNSBALANSE	
	Antall kvinner	Antall menn

Total	2 479	3 168
Konsernledelsen og deres ledergrupper	27	61
Funksjonærer og kontomedarbeidere	443	647
Industrimedarbeidere	160	343
Lager- og transportmedarbeidere	108	872
Butikkmedarbeidere	1 741	1 245

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

I gjennomsnitt er 43,9 % av de ansatte i konsernet kvinner og 56,1 % menn, hvor det er forskjeller i de underliggende kategoriene. Årsakene til de respektive forskjellene er ikke gjennomanalysert. Det vil i kommende periode gjennomføres en undersøkelse av årsaksforklaringene og det vil iverksettes relevante tiltak om forskjellene ikke har naturlige forklaringer. I kommende periode vil også eventuelle forskjeller i lønn analyseres, og resultatene av lønnskartleggingen publiseres med spesifikasjoner i kommende årsberetning.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Midlertidig ansatte (209 kontrakter)	Deltidskontrakter (3 973 kontrakter)	Ufrivillig deltid (% av antall respondenter per kjønn)			
Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
45,2 %	54,8 %	59,2 %	40,8 %	36,4 %	36,8 %

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

I etterkant av undersøkelsen er det satt sammen et utvalg som utarbeider en handlingsplan med aktuelle tiltak for å forebygge kjønnsdiskriminering.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Foreldrepermisjon	Ufrivillig deltid		
Gjennomsnitt antall uker	% av antall respondenter per kjønn		
Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
23,9	11,6	36,4 %	36,8 %

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Arbeid for mangfold og likestilling
I Coop Norge konsern er det nedsatt en arbeidsgruppe som skal jobbe frem en ledelsespraksis som fremmer mangfold og likestilling for å rulle ut i organisasjonen. Arbeidet har til hensikt å styrke lederskapet, gi mer robuste beslutningsprosesser og forbedre innovasjonsprosesser. Arbeidet er i tråd med diskrimineringslovenes formål, og aktivitetene omfatter blant annet rekruttering, lønns- og arbeidsvilkår, forfremmelse, utviklingsmuligheter og beskyttelse mot trakassering. En større gruppe har gjennomført et sertifiseringsløp i mangfoldsledelse gjennom Seema AS, i NS11201:2018.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

En viktig del av medarbeiderundersøkelsen omhandler kritikkverdige forhold. Slike tilfeller tas på høyeste alvor og tilpassede handlingsplaner følges opp i avdelingene hvor dette har forekommet. Alle medarbeidere følges opp gjennom medarbeider-

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

	KJØNNSBALANSE	
	Antall kvinner	Antall menn

Total	2 479	3 168
Konsernledelsen og deres ledergrupper	27	61
Funksjonærer og kontomedarbeidere	443	647
Industrimedarbeidere	160	343
Lager- og transportmedarbeidere	108	872
Butikkmedarbeidere	1 741	1 245

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Coop Norge konsern har i 2020 gjennomført en kartlegging av uønsket deltid i forbindelse med aktivitetsplikten, med en svarprosent på 36,1 %. «Ufrivillig deltid» er respondenter fra undersøkelsen som svarte ja til at de ønsket en fulltidsstilling i konsernet, og hvor man ser en tilnærmet lik svarprosent mellom kjønnene. «Midlertidig ansatte» er kontrakter definert som ringehjelp, sesonghjelp og andre tidsberammede kontrakter. Resultatet av undersøkelsen følger i tabellen nedenfor.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Midlertidig ansatte (209 kontrakter)	Deltidskontrakter (3 973 kontrakter)	Ufrivillig deltid (% av antall respondenter per kjønn)			
Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
45,2 %	54,8 %	59,2 %	40,8 %	36,4 %	36,8 %

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Konsernet hadde i alt 197 ansatte i foreldrepermisjon i løpet av 2020, hvorav 93 kvinner og 104 menn. I gjennomsnitt hadde kvinner 23,9 uker og menn 11,6 uker foreldrepermisjon i 2020.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Foreldrepermisjon	Ufrivillig deltid		
Gjennomsnitt antall uker	% av antall respondenter per kjønn		
Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
23,9	11,6	36,4 %	36,8 %

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

samtalene for å forholde seg til den uttalte nulltoleranse mot trakassering og kritikkverdige forhold.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Kultur og kompetanseutvikling

I 2020 har lederskap, læring og samhandling i Coop Norge konsern vært i fokus. Innføring av nytt HR-system har endret ledelsesprosessene, og et utviklingsprogram – «Lett å lede» ble etablert for å støtte lederne i prosessene.

Et bilde av Coop Norge konsern som viser hvordan de ulike selskapene er plassert i konsernet.

Gjennom Læringsportalen tilbys flere nye kurs og webinarer til ansatte i Coop Norge konsern og samvirkelagene. Disse utvikles kontinuerlig og er godt mottatt blant deltakerne. Dette omfatter blant annet Kjedeskolen og ulike lederprogrammer som brukes av talenter, butikksejfer og andre ledere i samvirkelagene.

HMS

Coop Norge konsern har mål, handlingsplaner og rutiner for internkontroll/HMS-arbeid ved alle enheter. Helse, miljø og sikkerhet vektlegges på lik linje med produksjon, teknikk og økonomi, og det gjennomføres årlige internrevisjoner innen de viktigste HMS-områdene. Covid-19-situasjonen har imidlertid ført til at de fleste HMS-revisjonene ikke har latt seg gjennomføre i 2020.

Hver enhet i konsernet har et eget partssammensatt samarbeidsutvalg (LAMU), og alle er tilknyttet bedriftshelsetjenesteordning. Fra 2020 har man også et sentralt AMU i konsernet (AMUK), hvor også et nytt hovedverneombud (HVOK) sitter. Det utarbeides årlig en rapport for HMS til styret i Coop Norge SA.

Fokus på HMS-kompetanse og forbedret struktur på arbeidet har gitt økt bevissthet omkring helse, miljø og sikkerhet ute i enhetene, som følge av sømløs og mer tilgjengelig HMS-informasjon på intranett. Elektronisk registrering av avvik, uønskede hendelser og skademeldinger har også bidratt til denne forbedringen, og har synliggjort hva som er nødvendig å jobbe mer med i kommende år.

I 2020 registrerte man totalt 159 skademeldinger, 799 avvik og 610 uønskede hendelser. Mot slutten av året tok Coop Norge Industri konsern (herunder Goman-konsernet) i bruk et annet kvalitets- og avvikssystem. Uten Coop Norge Industri var tallene hhv. 140 skademeldinger, 697 avvik og 578 uønskede hendelser. Goman-konsernet hadde 19 skademeldinger, 102 avvik og 32 uønskede hendelser. Økte tall fra foregående år er en god indikator på at flere saker rapporteres inn som følge av økt fokus, og gjør virksomheten bedre i stand til å gjennomføre et godt forebyggende arbeid.

BÆREKRAFT

Gjennom året har organisasjonen vært bredt involvert for å stake ut ny kurs for bærekraftsarbeidet. For å imøtekomme nye og økte eksterne krav, er dette en sentral del av strategiarbeidet og vil gi retning for alle deler av Coop Norge konsern. Strategien synliggjør kobling til relevante FNs bærekraftsmål og dekker de vesentlige deler av bærekraftsområdet. Arbeidet er ikke fullendt, og vil videreutvikles i tråd med samfunnsutviklingen fremover.

Målet med det strategiske bærekraftsarbeidet er at Coop Norge SA, som en ansvarlig aktør, skal bidra positivt for miljøet, kundene og samfunnet, møte skjerpede forventninger fra kunder, medeiere og øvrige interessenter og bidra til markedsutviklingen.

Arbeidet med å redusere plastproblemet har pågått for fullt i 2020. Coop Norge SA tok «Plastløftet» - et initiativ for å få flere selskaper til å bidra til en mer sirkulær plastøkonomi. Tiltak for forbedret emballasje i tråd med emballasjestrategien har gitt veldig gode resultater og kunder og medeiere reduserer bruken av plastbæreposer, til fordel for bruk av handlenett. Gjennom vederlaget på 50 øre fra hver plastbærepose, bidro kundene med over MNOK 80 til Handelens miljøfond i 2020. Midlene går til en rekke viktige miljøprosjekter knyttet til plast.

Koronapandemien medførte en betydelig vekst i butikkomsetningen. Styret ser det som svært positivt at omsetningen av økologiske produkter økte mer enn den generelle veksten i korona-året 2020. Änglamark-serien utvides stadig, og er viktig for at kundene enkelt skal kunne velge mer miljøvennlige produkter. I lys av omsetningsveksten er det også gledelig at matsvinn er redusert i 2020, og at utviklingen for bransjen er i tråd med forpliktelsene man har påtatt seg. Coop i Norge er største leverandør til matsentralene i Norge.

Utvikling av samarbeidsavtalene for renovasjon bidrar til at stadig mer brukt emballasje og avfall blir gjenvunnet. Dette er viktig både i et miljø- og kostnadsperspektiv. Investeringer i energieffektiverende tiltak og innovative prosjekter, både innen bygg og transport, reduserer klimafotavtrykket.

2020 har ytterligere tydeliggjort bærekraft som et virksomhetskritisk område for Coop Norge SA. Styret anser derfor en åpen, ærlig og tilgjengelig rapportering som viktig for risikovurdering, prioritering og oppfølging, og viser til øvrige deler av årsrapporten for detaljer og resultater.

VIKTIG SPONSORSAMARBEID – OGSÅ I ANNERLEDESÅRET 2020

Coop ble i 2020 kåret til Årets idrettssponsor av Sponsor- og Eventforeningen, og det helhetlige sponsorkonseptet «Vi heier på alle» ble trukket fram. Coop heier på like muligheter for alle, uansett kjønn, bakgrunn, økonomi og funksjonsevne. Prisen er en hyggelig bekreftelse på at det omfattende sponsorarbeidet blir lagt merke til.

Coop er en av Norges største og mest profilerte sponsorer innen kultur, idrett og humanitært arbeid både lokalt, nasjonalt og internasjonalt. Sponsorvirksomheten er viktig for å underbygge og vedlikeholde Coops solide omdømme, og et viktig virkemiddel for å styrke merkevarer og fokusområder. Sponsorvirksomheten består av aktiviteter og samarbeidspartnere som er relevante for butikker, medeiere og ansatte over hele landet.

Coop er eid av folket, og man har derfor valgt å fokusere på folkesportene som engasjerer flest mulig medeiere. I dag er dette folkesportene fotball, ski, friidrett og sykkel.

Det er ønskelig å spille på lag med barne- og breddeidretten. Mange barn faller imidlertid utenfor dette fellesskapet på grunn av vanskelig familieøkonomi. I 2020 har Coop-dugnaden sammen med Røde Kors, der barn fra familier med svak økonomi kan få dekket treningsavgift og medlemskontingent av Coop, vært viktige enn noen gang. Gjennom Coop-dugnaden har Coop Norge SA gitt over 5 000 barn fra hele Norge muligheten til å delta i valgfri fritidsaktivitet, og i 2020 ble satsingen også utvidet til å bidra med treningsutstyr til de barna som trenger det mest.

Coop er aktive i kampen mot folkesykdommen kreft. Sykdommen rammer dessverre så altfor mange, og saken engasjerer derfor ansatte og kunder sterkt. I 2020 ble det en dobling fra

donasjonsrekorden året før, og Coop bidro med over MNOK 10 til Rosa sløyfe-aksjonen.

Året 2020 ble naturlig nok et veldig annerledes sponsorår, med avlyste arrangement og stans av all idrett. Det har likevel vært viktig for Coop å vise solidaritet med alle samarbeidspartnere, og sammen er det skapt alternative aktiviteter. Coop heier på alle – og aldri før er det heiet så sterkt som i år.

Coops Solidaritetsfond
Coop Solidaritetsfond har til formål å samle inn og forvalte pengemidler som skal nyttes til solidaritetsarbeid og kooperativ tiltak i utviklingsland og i Norge, for gjennom dette å fremme den sosiale og økonomiske utvikling på vedkommende sted. Inntektene til Solidaritetsfondet kommer fra donasjon på de panteautomatene i butikkene som har den såkalte «Pante-knappen».

Fondet har siden 2006 samarbeidet med Norsk Folkehjelp om demokratiprosjekter i Kambodsja, Mosambik og Bolivia, og fra 2010 om minerydding og minehundsenteret i Sarajevo. Coop Solidaritetsfond støtter også rydding av klasebomber og landminer utenfor Mostar i Bosnia-Hercegovina. Solidaritetsfondet støtter også sommerkurs for unge hjelpearbeidere tilsluttet Norsk Folkehjelp. Videre har fondet bidratt til forbedrede rettigheter for kvinner i Mosambik og faste ansettelseskontrakter for 1 500 arbeidere i kles- og skotøyindustrien i Kambodsja. Alle ovennevnte prosjekter er i regi av Norsk Folkehjelp og det totale bidraget var i 2020 på MNOK 3,2.

EIERSTYRING OG SELSKAPSLEDELSE

Årsmøtet Coop Norge SA er organisasjonens høyeste organ, og alle samvirkelag som er medeier i Coop Norge SA har rett til å være representert med én årsmøterepresentant som utøver eierrettighetene på vegne av samvirkelaget. I tillegg har enkelte samvirkelag rett til å møte med ytterligere én eller flere årsmøterepresentanter med møte- og talerett i tråd med bestemmelser i vedtektene. De ansatte har fire representanter som er valgt av og blant de ansatte i Coop Norge konsern i henhold til særlige valgregler.

Årsmøtets viktigste oppgave er å kontrollere at Coop Norge SA blir ledet i samsvar med formålet, den alminnelige lovgivning, Coop Norge SAs vedtekter og de vedtak som Årsmøtet Coop Norge SA ellers fatter.

Styret i Coop Norge SA består av 11 styremedlemmer, hvorav 7 styremedlemmer velges av Årsmøtet Coop Norge SA, og 4 velges av og blant de ansatte. Styret består per i dag av 9 menn og 2 kvinner. Styrets hovedfokus har gjennom året blant annet vært knyttet til tilsyn og kontroll med driften, governance, forretningsutvikling og utforming av revidert strategi for Coop Norge SA, med tydeliggjøring av ambisjoner og viktige satsingsområder for Coop Norge konsern, i tillegg til økonomisk oppfølging.

SPESIELLE HENDELSER I DRIFTSÅRET – HÅNDBTERING AV COVID-19-PANDEMIEN

WHO erklærte koronautbruddet som en global folkehelsekrise 30. januar 2020 og som en global pandemi 11. mars 2020. Koronasituasjonen skiller seg fra andre kriser både ved at den er langvarig og at den har lav intensitet.

Dagligvarebransjen er en del av samfunnets beredskap gjennom å sikre matforsyningen. Et effektivt samarbeid mellom bransje og myndigheter, og en høy grad av tillit fra forbrukerne, har bidratt til at behovet for konkrete tiltak fra myndighetens side har vært lavt under pandemien.

Beredskapsarbeidet er preget av at virksomheten i Coop i Norge er en samfunnskritisk funksjon som skal opprettholdes, og for Coop Norge konsern etablerte konsernledelsen og styret en egen krisestab allerede i februar 2020. Det har fortløpende vært iverksatt systematiske tiltak for å håndtere de utfordringer som har oppstått i verdikjeden. I tillegg har man arbeidet med scenario-analyser, for å være forberedt på ulike utfall av pandemien.

FREMTIDSUTSIKTER

2020 har vært et spesielt år, sterkt preget av covid-19, noe som også har berørt bransjene Coop opererer i. Pandemien har bidratt til sterk endring i forbrukernes vaner og handlemønster, med en økt omsetning for både dagligvarer og bygg i det norske markedet. Utviklingen fremover i smittespredning og vaksinering vil påvirke i hvilken takt en normalisering av markedene forventes. Prognoser og scenarier for omsetningsutvikling vurderes opp mot dette samt tiltak fra myndighetene. En gradvis reduksjon av nedstengning av samfunnet, og etter hvert en normalisering av arbeidslivet forventes å gi en reduksjon i omsetning, men det antas at omsetningen vil være på et høyere nivå enn da pandemien startet.

Stengte grenser og bortfall av grensehandel har vært en viktig faktor for økt omsetning i 2020. Avgiftsendringer på enkelte varegrupper kan bidra til å motvirke en rask økning av grensehandel til samme nivå som tidligere. Ytterligere styrking av vekst skjer gjennom en tydelig satsing på etablering av nye butikker, og det planlegges et betydelig antall nyetableringer og omprofileringer hos samvirkelagene i 2021. Dette forventes å gi en positiv effekt på markedsandelen fremover.

Covid-19 har gitt en kraftig vekst i netthandel over hele verden, også på dagligvare. Denne veksten forsterker en allerede skarp konkurranse i dagligvaremarkedet, med nye aktører. Coop Norge SA etablerte på noen få uker Coop Hjemlevering, som dekker 90 % av alle husstander i Norge, og som skal hjelpe dem som er forhindret fra å handle selv. Coop Norge SA følger utviklingen i dagligvarer på nett i Norge, og vurderinger knyttet til netthandel er en naturlig del av strategiarbeidet.

Teknologiutvikling og endring i kundens preferanser er sentrale drivere for utvikling både i dagligvare-, faghandel- og byggevaremarkedene. Fleksibilitet og raske beslutninger er avgjørende i en

tid hvor omstilling skjer raskt. For å ivareta konkurransekraften fremover må kundenes forventninger ivaretas gjennom å skape relevante, effektive og engasjerende kundereiser. Personalisering, relevans, bærekraft og digitalisering er noen av de trendene som man vil ha fokus på fremover.

I 2020 vokste netthandelsomsetningen til Obs BYGG med over 105 %. For Obs BYGG er det nå sterkt fokus på å styrke nettbutikken ytterligere fordi analyser av kundeadferd har synliggjort at kundereisen starter her, og er dermed viktig for videre vekst.

Konkurransekraft for Coop i Norge sikres blant annet gjennom å sette kunden først og ha bransjens mest effektive verdikjede. Dette krever investeringer, endringsvilje og nytenkning. Organisasjonen jobber målrettet og proaktivt med strategiske tiltak, og det skjer en kontinuerlig videreutvikling for å etterstrebe alltid å være kundens førstevalg. Pandemien har forsterket behovet for å arbeide ytterligere for å styrke utviklingen på de strategiske

satsingsområdene. De pågående investeringer i logistikkvirksomheten innenfor dagligvare og faghandel forsterker automatisering, øker kapasiteten, og gjør Coop Norge konsern bedre rustet til å møte omsetningsvekst og endringer i kundepreferanser.

Samvirkelagene har til sammen nær 1,9 millioner medeiere, og den brede eierformen anses å være et sterkt konkurransefortrinn. Sterke bidrag til samfunnet, både nasjonalt og lokalt, er viktige elementer for at samvirkelagenes medeiere skal oppleve at Coop er «litt mitt». Det er derfor viktig fremover å synliggjøre at medeierne har innflytelse og medbestemmelsesrett.

Engasjerte ansatte er en viktig ressurs, og gode prestasjoner er avgjørende. En sentral del av strategiarbeidet omfatter videre utvikling av organisasjonen for å sikre at fremtidens organisasjon og kompetanse kan ivareta fremtidige forventninger fra kunder og samfunnet omkring.

Styret vil takke alle samvirkelag og forretningsforbindelser for godt samarbeid i året som har gått.

Styret vil også rette en stor takk til alle ansatte for deres innsats og bidrag til et godt resultat i 2020. Covid-19 har satt fokus på og synliggjort den fantastiske innsatsen som hver dag gjøres av

alle ansatte. Ansatte på alle nivåer gjennom hele verdikjeden har jobbet på spreng for å sikre varer i butikk, og for å sikre at man møter kundens behov. De har gjennom denne perioden vist engasjement, vilje og evne til utvikling og omstilling i en krevende hverdag med stadig nye krav både til beredskap og smittevern.

Oslo, 25. mars 2021

Tore Tjomsland Styrets leder	Torbjørn Skei Nestleder	Tore Klovning Styremedlem
Yngve Haldorsen Styremedlem	Anne Berg Behring Styremedlem	Jan Ivar Alsén Styremedlem
Arild Sørlien Styremedlem	Gunn Elisabeth Danielsen Pinslund Styremedlem	Knut Roar Berg Styremedlem
Tore Veia Berghagene Styremedlem	Øystein Berg Styremedlem	Geir Inge Stokke Konsernsjef

RESULTATREGNSKAP

MORSELSKAP				KONSERN	
2019	2020	Note	MNOK	2020	2019
DRIFTSINNTEKTER					
46 740	54 353		Salgsinntekter	56 092	48 164
1 943	2 069		Andre driftsinntekter	2 540	2 444
48 683	56 422	4	Sum driftsinntekter	58 632	50 608
DRIFTSKOSTNADER					
43 166	50 075		Varekostnad	48 760	41 998
1 764	2 006	5, 6, 7	Personalkostnader	3 478	3 145
228	240	8, 9	Av- og nedskrivninger	724	670
3 369	3 663	10	Andre driftskostnader	4 684	4 282
48 527	55 984		Sum driftskostnader	57 646	50 095
156	438		DRIFTSRESULTAT	986	513
Inntekt på investering i datterselskap, tilknyttet selskap og felleskontrollert virksomhet					
195	365	11, 15	Finansinntekter	(70)	(40)
(136)	(271)	11, 15	Finanskostnader	(232)	(189)
59	94		Sum netto finans	54	(34)
215	532		RESULTAT FØR SKATT	1 040	479
(36)	(102)	12	Skatt på resultat	(223)	(99)
179	430		ÅRSRESULTAT	817	380
Minoritet					
				22	13
MAJORITETENS ANDEL AV ÅRSRESULTAT					
10	5		Avgitt renter på andelsinnskudd		
169	425		Overført til annen egenkapital		
179	430		Sum overføringer		

BALANSE

MORSELSKAP				KONSERN	
2019	2020	Note	MNOK	2020	2019
139	81	12	Utsatt skattefordel	923	1 125
1 115	1 232	8	Immaterielle eiendeler	1 479	1 425
1 025	1 224	9	Varige driftsmidler	5 611	5 439
5 094	5 178	3, 24	Investeringer i aksjer og andeler	1 672	1 599
691	774	13	Andre langsiktige fordringer	280	197
8 064	8 489		Anleggsmidler	9 965	9 785
1 366	1 437	14	Varer	2 071	1 934
2 005	1 612		Kundefordringer	1 250	1 715
567	972		Andre kortsiktige fordringer	1 042	695
2 197	4 971	15	Finansielle investeringer	4 971	2 197
491	532	16	Bankinnskudd, kontanter o.l.	703	663
6 626	9 524		Omløpsmidler	10 037	7 204
14 690	18 013		SUM EIENDELER	20 002	16 989
694	693	17	Andelsinnskudd	693	694
4 041	4 467		Annen egenkapital	6 144	5 307
-	-		Minoritetsinteresser	50	44
4 735	5 160		Egenkapital	6 887	6 045
322	343	7	Pensjonsforpliktelser	364	341
166	152		Andre langsiktige forpliktelser	157	174
488	495		Avsetning for forpliktelser	521	515
1 233	2 011	15	Langsiktige innskudd	2 011	1 233
40	526	18	Annen langsiktig gjeld	1 897	1 491
1 273	2 537		Langsiktig gjeld	3 908	2 724
1 829	1 722	15	Kortsiktige innskudd	1 722	1 829
-	-	16	Kassekreditt	6	9
4 071	4 614		Leverandørgjeld	4 545	3 992
7	8	12	Betalbar skatt	22	16
101	129		Offentlige avgifter	272	221
76	230		Forskudd fra kunder	246	92
2 110	3 118		Annen kortsiktig gjeld	1 873	1 546
8 194	9 821		Kortsiktig gjeld	8 686	7 705
14 690	18 013		SUM EGENKAPITAL OG GJELD	20 002	16 989

Oslo, 25. mars 2021, Styret i Coop Norge SA

Tore Tjomsland Styrets leder	Torbjørn Skei Nestleder	Tore Klovning Styremedlem	Yngve Haldorsen Styremedlem	Anne Berg Behring Styremedlem	Jan-Ivar Alsén Styremedlem
Arild Sørlien Styremedlem	Gunn Elisabeth Danielsen Pinslund Styremedlem	Knut Roar Berg Styremedlem	Tore Veia Berghagene Styremedlem	Øystein Berg Styremedlem	Geir Inge Stokke Konsernsjef

KONTANTSTRØMOPPSTILLING

MORSELSKAP				KONSERN	
2019	2020	Note	MNOK	2020	2019
215	532		Resultat før skattekostnad	1 040	479
228	360	8, 9	Avskrivninger og nedskrivninger	724	670
(76)	(273)		Skatt, gevinster etc	(226)	(124)
367	618		Tilført fra årets virksomhet	1 538	1 025
(52)	(71)		Endring i varebeholdning	(137)	(62)
(74)	393		Endring i kundefordringer	466	(73)
243	543		Endring i leverandørgjeld	552	136
267	74		Endring i andre tidsavgrensingsposter	198	25
751	1 558		Netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter (1)	2 618	1 051
6	-		Innbetalinger ved salg av driftsmidler	39	15
(580)	(556)		Utbetalinger kjøp av driftsmidler og immaterielle eiendeler	(1 212)	(1 157)
2	57		Innbetalinger ved salg av aksjer og andeler	323	179
(63)	(59)		Utbetalinger ved kjøp av aksjer og andeler	(198)	(274)
(809)	(3 000)		Endring i finansielle investeringer	(3 000)	(809)
1 319	(125)		Endring i langsiktige fordringer	(35)	300
(125)	(3 682)		Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter (2)	(4 084)	(1 746)
(40)	(14)		Nedbetaling av langsiktig gjeld	(238)	(310)
-	500		Opptak av ny langsiktig gjeld	630	1 300
(41)	535		Endring konsernkonto mot datterselskap	-	-
(263)	671		Endring av innskudd, kassekreditt og andre forpliktelser	665	22
(7)	(10)		Utbetalt renter på andelsinnskudd og utbytte	(18)	(20)
(351)	1 681		Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter (3)	1 038	992
275	(443)		Netto endring i likviditetsbeholdning (1+2+3)	(428)	297
870	1 145		Likvide midler per 1.1.	1 317	1 026
-	-		Kontanter ved tilgang/avgang selskaper i løpet av året	(16)	(6)
1 145	702		Likvide midler per 31.12.	873	1 317
275	(443)		Endring i likviditetsbeholdning	(428)	297
			Likvide midler		
491	532		Ikke bundne bankinnskudd og kontanter	700	661
-	-		Bundne bankinnskudd	3	2
654	170		Finansielle investeringer	170	654
1 145	702		Sum	873	1 317

EGENKAPITALOPPSTILLING

MORSELSKAP		KONSERN		
MNOK	Andelsinnskudd	Annen egenkapital	Total	
Egenkapital 1.1.2019	694	3 873	4 567	
Årets resultat		179	179	
Avgitt renter på andelsinnskudd		(10)	(10)	
			-	
Egenkapital 31.12.2019	694	4 041	4 735	
Årets resultat		430	430	
Avgitt renter på andelsinnskudd		(5)	(5)	
Avgang	(1)	-	(1)	
			-	
Egenkapital 31.12.2020	693	4 467	5 160	
KONSERN		KONSERN		
MNOK	Andelsinnskudd	Annen egenkapital	Minoritetsinteresser	Total
Egenkapital 1.1.2019	694	4 978	32	5 704
Årets resultat		367	13	380
Utbytte		-	(10)	(10)
Avgitt renter på andelsinnskudd		(10)	-	(10)
Tilgang/avgang		(9)	9	-
Omregningsdifferanse/annet		(19)	-	(19)
Egenkapital 31.12.2019	694	5 307	44	6 045
Årets resultat		795	22	817
Utbytte		-	(16)	(16)
Avgitt renter på andelsinnskudd		(5)	-	(5)
Tilgang/avgang	(1)	35	-	35
Omregningsdifferanse/annet		12	-	12
Egenkapital 31.12.2020	693	6 144	50	6 887

NOTER TIL ÅRSREGNSKAPET 2020

1. REGNSKAPSPRINSIPPER

Generelt

Coop Norge SA eies av 66 samvirkelag som er Coop Norge SAs medlemmer. Som fellesorganisasjon for samvirkelagene har Coop Norge konsern en bredt sammensatt virksomhet, som omfatter grossist-, industri- og eiendomsvirksomhet, samt butikkdrift (Norsk Butikkdrift AS). Coop Norge konsern inkluderer Coop Norge SA, Coop Norge Eiendom konsern, Coop Norge Industri konsern, Coop Norge Transport AS, Norsk Butikkdrift AS (tidligere Ica Norge AS) og eierselskaper for logistikkeiendommer.

Et samvirkelag er et selskap hvor hvert medlems ansvar er begrenset til andelsinnskuddet og hvor selskapets eventuelle utbetaling av overskudd fordeles på medlemmene i henhold til deres kjøp fra samvirkelaget (kjøpeutbytte/etterbetaling). Et samvirkelag har som formål å skaffe sine medlemmer hensiktsmessige varer til konkurransedyktige priser.

Hvert samvirkelag har innbetalt andelsinnskudd til Coop Norge SA. 25 % av eventuell etterbetaling (overskuddsdeling) fra Coop Norge SA reinvesteres i økt andelsinnskudd. Dermed er det forskjell på det enkelte samvirkelags andelsinnskudd i Coop Norge SA. Andelsinnskuddet kan ikke omsettes. Dersom et medlem melder seg ut, blir andelsinnskuddet tilbakebetalt. Eierne har således ingen mulighet til gjennom salg å realisere de verdiene som egenkapitalen representerer. Utover den nominelle verdi har andelsinnskuddet kun verdi gjennom de fordeler som medlemskapet gir; kjøpeutbytte, etterbetaling, medlemstilbud, rabatter, gode rentevilkår mv. Samvirkelag kan ikke kjøpes. Dette er en naturlig konsekvens av at andelsinnskuddet ikke kan omsettes.

Samvirke-, innkjøps-, salgs- og produksjonslag som er enige i lagets formål og vedtekter, har rett til å søke styret i Coop Norge SA om å bli medlem mot å betale det fastsatte andelsinnskuddet. Se for øvrig vedtektene i Coop Norge SA paragraf 4 og 6.

Styret i Coop Norge SA har gitt retningslinjer for hvordan overskuddslikviditet i Coop Norge SA kan plasseres i verdipapirer og/eller bankinnskudd.

Regnskapet er satt opp i henhold til de krav som følger av regnskapsloven med forskrifter og god regnskapsskikk.

KONSOLIDERINGSPRINSIPPER

Konsoliderte selskap

Datterselskap er i konsernet definert som selskap der Coop Norge SA har bestemmende innflytelse ved å kontrollere mer enn 50 % av stemmene, direkte eller indirekte.

Tilknyttede selskap er i konsernregnskapet definert som selskap der Coop Norge SA har betydelig innflytelse gjennom en eierandel på 20-50 %. Disse selskapene konsolideres etter egenkapitalmetoden.

Eliminering av aksjer i datterselskap

I konsernregnskapet er datterselskap konsolidert etter oppkjøpsmetoden. Ved oppkjøp av selskap er differansen mellom kjøpesummen for aksjene og selskapets totale egenkapital henført til de av selskapets eiendeler eller forpliktelser som har mer-/mindreverdier. Mer-/mindreverdier behandles i henhold til selskapets øvrige vurderingsprinsipper. Eventuell ytterligere restverdi er i konsernregnskapet behandlet som goodwill, og oppføres med både majoritetens og minoritetens andel. Goodwill avskrives i takt med de underliggende forhold, dog med minst 10 % per år. Andre merverdier i konsernregnskapet avskrives over de oppkjøpte eiendelenes forventede levetid. Merverdier tilknyttet oppkjøp er bokført med utsatt skatt i henhold til merverdianalysen, med unntak av eiendommer anskaffet for utvikling/vidersalg hvor gevinster og tap realiseres gjennom salg av aksjer innenfor fritaksmodellen.

Tilknyttede selskap vises i henhold til egenkapitalmetoden, dvs. konsernets kostpris reguleres med andelen av selskapets resultat etter skatt. Ved negativt resultat tas disse inn inntil kostprisen er i null, med mindre ansvar for selskapets gjeld utover eierandelen er avtalt. Resultatandeler vises som del av finansinntekter og -kostnader.

Eliminering av interne transaksjoner

Alle vesentlige transaksjoner og mellomværender mellom selskap som inngår i konsernregnskapet er eliminert. Minoritetsinteressene er spesifisert på egen linje etter ”Årsresultat” og på egen linje i balansen under ”Egenkapitalen”. Konserninterne gevinster ved salg av anleggsmidler i mor er reversert og behandlet som en utsatt inntektsføring.

Omregning av utenlandske selskaper

Ved konsolidering av utenlandske selskaper er resultatregnskapet omregnet til norske kroner etter gjennomsnittskurs for regnskapsperioden, mens balansen er omregnet etter balansedagens kurs. Effekt av omregning vises direkte som endring i egenkapitalen.

VURDERINGS- OG KLASIFISERINGSPRINSIPPER

Eiendeler

Eiendeler bestemt til varig eie eller bruk klassifiseres som anleggsmidler. Eiendeler som er tilknyttet varekretsløpet klassifiseres som omløpsmidler. Fordringer klassifiseres som omløpsmidler hvis de skal tilbakebetales i løpet av ett år etter utbetalingstidspunktet. For gjeld legges analoge kriterier til grunn.

Omløpsmidler vurderes til det laveste av anskaffelseskost og virkelig verdi. Kortsiktig gjeld i norske kroner balanseføres til nominelt beløp på etableringstidspunktet.

Anleggsmidler vurderes til anskaffelseskost. Varige anleggsmidler som forringes i verdi avskrives lineært over forventet økonomisk levetid. Anleggsmidlene nedskrives til gjenvinnbart beløp ved verdifall som ikke forventes å være forbigående. Gjenvinnbart beløp er det høyeste av netto salgsverdi og verdi i bruk. Verdi i bruk er nåverdien av de fremtidige kontantstrømmene som eiendelen forventes å generere. Avsetninger neddiskonteres hvis renteelementet er vesentlig, det vil si normalt sett hvis avsetningen løper over mer enn ti år.

Salgsinntekter og netto driftsinntekter

Inntektsføring ved salg av varer skjer på leveringstidspunktet. Tjenester inntektsføres i takt med utførelsen. Netto driftsinntekter presenteres etter fradrag for rabatt, merverdiavgift, eventuelle offentlige tilskudd og vareforbruk. Ordinære salgsrabatter (samarbeidsrabatter) samt etableringsrabatter er ført til fradrag på salgsinntekter. Rabatter og provisjoner fra leverandører er ført til fradrag på varekjøp.

Datterselskaper og tilknyttede selskaper

Datterselskaper og tilknyttede selskaper er vurdert etter kostmetoden i selskapsregnskapet.

Skatter

Skattekostnaden i resultatregnskapet omfatter både betalbar formueskatt i morselskapet, betalbar skatt på inntekt og endring i utsatt skatt. Utsatt skatt på balansedagen er beregnet med 22 % på grunnlag av midlertidige forskjeller mellom regnskapsmessige og skattemessige verdier som forventes å gi opphav til betalbar skatt, samt eventuelt ligningsmessig underskudd til fremføring ved utgangen av regnskapsåret. Effekt av endringer i skatteprosent tas med som del av årets skattekostnad (estimatendring). Skatteøkende og skattereduserende midlertidige forskjeller er forskjeller oppstått i én periode og reverseres eller kan reversere i en senere periode. Utsatt skatt og utsatt skattefordel som kan utlignes er oppført netto i balansen.

Immaterielle eiendeler

Immaterielle eiendeler balanseføres i den utstrekning kriteriene for balanseføring er oppfylt. De immaterielle eiendelene avskrives lineært over forventet levetid.

Immaterielle eiendeler består av forskning og utvikling, systemverdi, andre rettigheter og goodwill.

Varige driftsmidler

Varige driftsmidler er ført opp i balansen til historisk kostpris, redusert med lineære avskrivninger og eventuelle nedskrivninger. Avskrivningene er klassifisert i resultatregnskapet som ordinære avskrivninger. Satsene for beregning av avskrivningene er fastsatt ut fra vurdering av de enkelte driftsmidlers økonomiske levetid. Driftsmidler hvor gjenvinnbart beløp er lavere enn balanseført verdi, er nedskrevet. Ved salg eller annen avhendelse av varige driftsmidler er gevinst ført som driftsinntekter og tap som drifts-kostnader.

Leieavtaler

Leieavtaler klassifiseres som finansiell eller operasjonell leie etter en konkret vurdering av den enkelte leieavtale. Leieavtaler der leietaker ikke har en vesentlig del av risiko klassifiseres som operasjonelle leieavtaler. Utbetaling ved operasjonelle leieavtaler (med fradrag for eventuelle økonomiske tilskudd/bidrag fra utleier) føres over resultatregnskapet lineært over leieperioden.

Leieavtaler der konsernet har den vesentlige risiko og kontroll klassifiseres som finansiell leieavtale. Varige driftsmidler under finansielle leieavtaler balanseføres og tilhørende leieforpliktelser blir inkludert i balanseposten annen langsiktig gjeld til nåverdi-en av leiebetalingene. Driftsmiddelet avskrives planmessig, og forpliktelsen reduseres med betalt leie etter fradrag for beregnet rentekostnad.

Lån

Lån klassifiseres som kortsiktig gjeld med mindre det foreligger en ubetinget rett til å utsette betaling av gjelden i mer enn tolv måneder fra balansedato.

Rentebytteavtaler (renteswap)

Selskapet bruker rentebytteavtaler til å styre sin risikoeksponering for endringer i rentenivået (kontantstrømsikring). Rentebytteavtaler som oppfyller kravene til å være kontantstrømsikringsinstrumenter balanseføres ikke.

Garantiansvar

Forventede utgifter til fremtidige garantiarbeider knyttet til salg/ avsluttede prosjekter kostnadsføres, og føres som avsetning under kortsiktig gjeld i balansen. Avsetningen baseres på historiske erfaringstall for garantier.

Finansielle investeringer

Verdipapirer i form av obligasjoner, sertifikater og omløpsaksjer er klassifisert som finansielle investeringer og vurdert til markedsverdi ved årets slutt. Anleggsaksjer klassifisert som langsiktige investeringer er vurdert til anskaffelseskost. Anleggsaksjer nedskrives når gjenvinnbart beløp er lavere enn balanseført verdi og verdifallet ikke antas å være av forbigående karakter.

Innskudd

Samvirkelag har anledning til å motta og forvalte spareinnskudd fra medlemmene. Ved siden av egenkapitalen er dette en viktig finansieringskilde for lagene. I den grad samvirkelag har overskuddslikviditet, skal denne plasseres i Coop Norge SA. I balansen er disse innskuddene klassifisert både som langsiktig gjeld og kortsiktig gjeld,

1. REGNSKAPSPRINSIPPER fortsetter

Avhengig av bindingstid.

avhengig av bindingstid. Rentenivået på plasseringskonti i Coop Norge SA er knyttet til 3-måneders NIBOR slik denne fastsettes i pengemarkedet bankene imellom. Det gis i tillegg tilbud der sam-virkelagene kan binde innskudd med fast rente. Se også note 15.

Avhengig av bindingstid.

Valuta
Fordringer, leverandørgjeld og vareforskudd i utenlandsk valuta er omregnet til norske kroner etter valutakurser per 31. desember.

Realisert kursgevinst og kurstap knyttet til varestrømmen er ført

Realisert kursgevinst og kurstap knyttet til varestrømmen er ført under drift. Øvrige valutaeffekter er klassifisert under *finansielle poster*, mens omregningsdifferanser på fordringer og gjeld til utenlandske datterselskaper og tilknyttede selskaper er regnskapsført direkte mot egenkapitalen. Av øvrige poster i balansen er kun ubetydelige poster regnskapsført i utenlandsk valuta.

Konsernet kan benytte sikringsinstrumenter for å kontantstrøm-

Sikring
Konsernet kan benytte sikringsinstrumenter for å kontantstrøm-sikre valutarisiko. Verdiendring på sikringsinstrumenter regnskapsføres ikke før sikringsinstrumentet realiseres.

Kontantstrømoppstilling

Kontantstrømoppstillingen utarbeides etter den indirekte metoden. Kontanter og kontantekvivalenter omfatter kontanter, bankinnskudd, andre kortsiktige og likvide plasseringer som umiddelbart og med uvesentlig kursrisiko kan konverteres til kjente kontantbeløp og med forfallsdato kortere enn tre måneder fra anskaffelsesdato.

De beskrevne regnskapsprinsippene innebærer at ledelsen i Coop

Bruk av estimater og informasjon om betydelige estimater
De beskrevne regnskapsprinsippene innebærer at ledelsen i Coop Norge SA har anvendt estimater og forutsetninger som påvirker poster i resultat og balanse. Estimatenes baseres på erfaring og en vurdering av underliggende faktorer. Fremtidige hendelser og endringer i rammebetingelser kan medføre at estimater og forutsetninger må endres. Endringer i regnskapsmessige estimater resultatføres i den perioden estimatene endres med mindre utsatt resultatføring følger av god regnskapsskikk. Vurderinger, estimater og forutsetninger som har vesentlig effekt for regnskapet oppsummeres nedenfor.

Avskrivninger av immaterielle eiendeler og varige driftsmidler

Avskrivninger
Avskrivninger av immaterielle eiendeler og varige driftsmidler er basert på antatt levetid for disse. Endrede markedsforhold, teknologisk utvikling og fremtidige beslutninger kan påvirke forventet levetid. Dette kan gi grunnlag for endrede avskrivnings-profiler og kan påvirke fremtidige resultater.

Ved indikasjon på at balanseført verdi av et anleggsmiddel er høye-

Nedskrivning av anleggsmidler
Ved indikasjon på at balanseført verdi av et anleggsmiddel er høye-re enn virkelig verdi, foretas det test for verdifall. Testen foretas for det laveste nivå av anleggsmidler som har selvstendige kontant-strømmer. Hvis balanseført verdi er høyere enn gjenvinnbart beløp, foretas det nedskrivning til gjenvinnbart beløp. Gjenvinnbart beløp er det høyeste av netto salgsverdi og verdi i bruk. Tidligere ned-skrivninger reverseres hvis forutsetningene for nedskrivningen ikke lenger er til stede, med unntak av nedskrivning av goodwill.

Kundefordringer og andre fordringer oppføres i balansen til på-

lydende etter fradrag for avsetning til forventet tap. Avsetning til tap gjøres på grunnlag av individuelle vurderinger av de enkelte for-dringene. I tillegg gjøres det en uspesifisert avsetning for å dekke antatte tap.

Lager av innkjøpte varer verdsettes til laveste av anskaffelseskost

Varelager
Lager av innkjøpte varer verdsettes til laveste av anskaffelseskost etter glidende gjennomsnitt og virkelig verdi. Egentilvirkede ferdigvarer og varer under tilvirkning vurderes til full tilvirknings-kost. Det foretas nedskrivning hvis virkelig verdi (salgspris med fradrag for salgskostnader) er lavere enn kostpris. Salgskostnader inkluderer alle gjenværende salgs-, administrasjons- og lagrings-kostnader.

Utsatt skattefordel

Utsatt skattefordel
Utsatt skattefordel balanseføres normalt bare i den grad det er sannsynlig at det vil være framtidig skattepliktig overskudd som er stort nok til å nyttiggjøre seg skattefordelen eller ved at det er identifisert eiendeler med merverdier.

Det foretas avsetninger for forventede fremtidige kostnader i

Avsetninger
Det foretas avsetninger for forventede fremtidige kostnader i regnskapet basert på estimater og informasjon som er tilgjengelig på tidspunkt for regnskapsavleggelse. Disse avsetningene kan avvike fra faktisk kostnad. Avsetninger knytter seg eksempelvis til omstillingskostnader, tap på fordringer, ukurans på varer og betinget tap som er sannsynlige og kvantifiserbare, herunder omtvistede forhold og rettssaker.

Kostnader knyttet til restrukturering av virksomhet periodiseres

Restruktureringskostnader
Kostnader knyttet til restrukturering av virksomhet periodiseres i henhold til sammenstillingsprinsippet. Kostnader knyttet til restrukturering anses som pådratt når plan for gjennomføring er vedtatt og, hvor aktuelt, nødvendig informasjon er gitt til berørte ansatte.

Pensjonskostnader og -forpliktelser

Pensjonskostnader og -forpliktelser
Ytelsesbaserte pensjonsordninger: Pensjonskostnader og -forpliktelser beregnes etter lineær opp-tjening, basert på forutsetninger om diskonteringsrente, fremtidig regulering av lønn, pensjoner og ytelser fra folketrygden, fremtidig avkastning på pensjonsmidler samt aktuarmessige forutsetninger om dødelighet og frivillig avgang. Estimatavvik som overstiger 10 % av det høyeste av forpliktelse og verdier, amortiseres over gjennomsnittlig opptjeningstid.

Innskuddsbaserte pensjonsordninger:

Innskuddsbaserte pensjonsordninger: Premier til innskuddsbasert ordning kostnadsføres løpende.

Avtalefestet pensjon:

Avtalefestet pensjon: Avtalefestet pensjon er en ytelsesbasert flerforetaksordning. Da denne ikke er målbar, regnskapsføres denne som en inn-skuddsordning med full resultatføring av premien når den påløper.

2. ENDRINGER I KONSERNET

Coop Norge Industri konsern

FUSJONER	Eierandel	Type selskap
Goman Bakeriet AS Østfold inn i Goman AS	100 %	Datterselskap
Goman-Bakeriet AS Hønefoss inn i Goman AS	100 %	Datterselskap
Goman-Bakeriet AS Jæren inn i Goman AS	100 %	Datterselskap
Goman Bakeriet AS Trondheim inn i Goman AS	100 %	Datterselskap
Goman-Bakeriet Sørlandet AS inn i Goman AS	100 %	Datterselskap

Coop Norge Eiendom konsern

Coop Norge Eiendom AS har som formål å kjøpe, utvikle, drifte og videre selge forretningseiendommer, først og fremst for Coops handelsvirksomhet i Norge. Ved rullering av porteføljen av eiendommer vil et antall selskaper og andeler hvert år selges og nye komme til. Følgende vesentlige endringer har funnet sted i 2020:

SALG	Eierandel	Type selskap
Bjerkesenteret AS	100 %	Datterselskap
Orkidehøgda Mjøndalen AS	100 %	Datterselskap
Lofot-Senteret AS	24 %	Tilknyttet selskap
Innlandsporten Eiendom 2 AS	50 %	Tilknyttet selskap
Coop Vest Eigedom AS	50 %	Tilknyttet selskap

ETABLERINGER	Eierandel	Type selskap
Hellestubben Eiendom AS	100 %	Datterselskap
Forum Tjensvoll AS	100 %	Datterselskap
Verdal Utvikling AS (CNE Prosjekt 5 AS)	100 %	Datterselskap
Lauvåsen Kristiansand AS	100 %	Datterselskap
Egils vei 16 Eiendom AS	100 %	Datterselskap
Coop Vest Eigedom II AS	50 %	Tilknyttet selskap

KJØP	Eierandel	Type selskap
Salhusveien Utvikling I AS	100 %	Datterselskap
Salhusveien Utvikling II AS	100 %	Datterselskap
Salhusveien Utvikling III AS	100 %	Datterselskap

FUSJONER	Eierandel	Type selskap
Dahlsrud Eiendom AS inn i Dr Munks gt 6 Porsgrunn AS	100 %	Datterselskap

FISJONER	Eierandel	Type selskap
Coop Vest Eigedom III AS ut fra Coop Vest Eigedom AS	100 %	Datterselskap

3. INVESTERINGER I AKSJER OG ANDELER

DATTERSELSKAP I MORSELSKAP

MNOK	Forretnings- kontor	Eier-/ stemmeandel	Balanseført verdi 31.12.2020
Bergmoen Øst 2 AS	Oslo	100 %	4
Bergmoen Øst 4 AS	Oslo	100 %	4
Coop Norge Eiendom AS	Nordre Follo	100 %	1 063
Coop Norge Industri AS	Oslo	100 %	176
Coop Norge Langhus Eiendom AS	Oslo	100 %	185
Coop Norge Transport AS	Oslo	100 %	1
Coop Norge Tromsø Eiendom AS	Oslo	100 %	46
Coop Norge Trondheim Eiendom AS	Oslo	100 %	116
Coop Norge Stavanger Eiendom AS	Oslo	100 %	52
Coop Norge Stavanger Eiendom II AS	Oslo	100 %	34
Norsk Butikkdrift AS	Oslo	100 %	3 347
Sum investering i datterselskap			5 028
Investering i tilknyttede selskap			148
Investering i andre aksjer og andeler			2
Sum investering i aksjer og andeler			5 178

Det er i 2020 resultatført en nedskrivning på investering i tilknyttede selskap på MNOK 120.

TILKNYTTETE SELSKAP I KONSERN

Nedenfor er vist årets endring i konsernets verdi for vesentlige tilknyttede selskaper.

MNOK	Anskaffelses- kost	Balansef. verdi	Tilgang	Avgang	Res.- andel	Utbytte	Andre just.	Balanse- ført verdi
	1.1.2020	1.1.2020	2020	2020	2020	2020	2020	31.12.2020
Aera Payment & Identification AS	162	46	100		(87)			60
Amco Eiendom AS	249	342			9			351
Coop Hordaland Eiendom AS	205	214			3			217
Coop Innlandet Eiendom AS	69	79			7			86
Coop Trading AS	16	33		(12)	1		3	24
Coop Vest Eignedom AS	21	90		(49)	-		(41)	-
Coop Vest Eignedom II AS	-	-			1		46	47
Coop Vestfold og Telemark Eiendom AS	64	48	10		5		1	64
Demag Utvikling AS	31	15	16		(8)			23
dunnhumby Norge AS	3	18			16	(10)		24
Gardermoen Logistikkcenter AS	-	-	97		-			97
Kilen Handlsark AS	50	32			-			32
Krokdalsmyra Eiendom AS	35	36	5		1			42
Nedremarka Eiendom AS	156	177			8			185
Sjøgata 42 AS	20	20			1			21
Trimveien 41 AS	46	48	2		1			50
Tverrlandssenteret AS	19	19			(6)			14
Ålgård Sentrum Eiendom AS	47	43			-	(4)		39
Øvrige tilknyttede selskaper	256	229		(27)	(8)	(4)	7	197
Sum tilknyttede selskap	1 448	1 489	230	(88)	(57)	(18)	16	1 572
Investering i andre aksjer og andeler		110	89				(99)	100
Sum investeringer i aksjer og andeler		1 599						1 672

4. VIRKSOMHETSOMRÅDER

KONSERN 2020

MNOK	Vareforsyning/ engros	Detaljhandel	Eiendoms- virksomhet	Annet/ eliminering	Konsern
Driftsinntekter	56 412	9 708	193	(7 681)	58 632
herav interne	7 423	247	11	(7 681)	-

KONSERN 2019

MNOK	Vareforsyning/ engros	Detaljhandel	Eiendoms- virksomhet	Annet/ eliminering	Konsern
Driftsinntekter	48 631	8 303	217	(6 543)	50 608
herav interne	6 313	219	11	(6 543)	-

Konsernets virksomhet utenfor Norge er ubetydelig, og det presenteres derfor ikke geografisk segmentinformasjon.

5. PERSONALKOSTNADER

MORSELSKAP 2019 2020 MNOK 2020 2019 KONSERN

1 452	1 673	Lønninger, honorarer, m.m.	2 919	2 614
197	207	Arbeidsgiveravgift	368	363
111	120	Pensjonskostnader	162	153
4	6	Andre ytelser	29	15
1 764	2 006	Personalkostnader	3 478	3 145
1 719	1 893	Antall gj.sntl. årsverk	4 220	3 968

6. GODTGJØRELSER

GODTGJØRELSER TIL LEDENDE PERSONER

COOP NORGE SA		
TNOK	2020	2019
Årsmøtet	175	175
Styret	2 385	2 277
Konsernsjef		
Lønn	7 129	6 896
Naturalytelser	391	435
Sum lønn og godtgjørelser eksklusiv pensjonskostnad		
	7 520	7 331
Pensjonskostnad	5 873	5 233

Konsernsjef

Konsernsjefen er medlem av og inngår i de til enhver tid gjeldende kollektive pensjons- og forsikringsordninger i konsernet. I tillegg er han medlem av Coop Norge SA' individuelle driftspensjonsordning med pensjonsalder 67 år. Denne ordningen har et tak mht. pensjonsgrunnlaget, og det er derfor inngått en særskilt pensjonsavtale mellom konsernsjef og Coop Norge SA som sikrer en pensjon tilsvarende 66 % av sluttlønn ved fylte 64 år.

Konsernsjefen deltar for tiden ikke i noen bonusordninger og er heller ikke berettiget til særskilt vederlag for styreverv i konsernets selskaper. Den gjensidige oppsigelsestiden er 6 måneder, og ved oppsigelse fra Coop Norge SA sin side har konsernsjefen rett til å motta etterlønn i 18 måneder.

GODTGJØRELSE TIL KONSERNREVISOR

MORSELSKAP			KONSERN	
2019	2020	TNOK	2020	2019
1 002	787	Lovbestemt revisjon ¹	3 485	3 705
326	174	Attestasjon	410	594
1 173	1 001	Andre tjenester	1 654	2 138
2 501	1 962	Sum	5 549	6 437

¹ Avtalt revisjonshonorar for Coop Norge SA er TNOK 890. Kostnadsført revisjonshonorar for 2020 er TNOK 787 som følge av reversert avsetning fra 2019.

7. PENSJONSFORPLIKTELSE

Selskapene i Coop Norge konsern er pliktig til å ha tjenestepensjonsordning etter lov om obligatorisk tjenestepensjon. Pensjonsordningene i konsernet tilfredsstiller kravene i denne loven.

Konsernets kollektive ytelsesbaserte pensjonsordninger ble avvirket i 2015. De gjenstående på denne ytelsesordningen er syke eller delvis uføre som ikke kan flyttes.

Selskapene i konsernet har som hovedordning en innskuddsbasert pensjonsordning for sine ansatte. I en innskuddsordning setter foretaket av et fast bidrag til en pensjonskonto. Den fremtidige pensjonen er avhengig av bidragenes størrelse og avkastningen på pensjonskontoen. Når innskuddene er betalt har foretaket ingen ytterligere betalingsforpliktelser knyttet til innskuddspensjonen, og innbetalingen til pensjonskonto kostnadsføres fortløpende.

Flere av selskapene i konsernet er med i fellesordningen for avtalefestet pensjon AFP. AFP-ordningen gir et livslangt tillegg til den ordinære pensjonen og er en flerforetaks pensjonsordning. Det foreligger ikke tilgjengelig, pålitelig informasjon for innregning av forpliktelsen i balansen. Ordningen blir finansiert gjennom årlig premie.

I tillegg til innskuddsordningene er det også usikrede tilleggsordninger for ledende ansatte for lønn ut over 12G. Tilleggsordningene er både innskuddsbaserte og ytelsesbaserte. For ytelsesordningene for lønn ut over 12G avsettes det for påløpte forpliktelser og utbetalinger dekkes over drift. For Coop Norge konsern utgjør ikke resultatført actuarielt tap MNOK 158 per 31. desember 2020.

Konsernets kostnader og forpliktelser knyttet til over-drift pensjoner er beregnet av aktuar. Det er benyttet forutsetninger i tråd med anbefalingene fra Norsk Regnskapsstiftelse.

MORSELSKAP			KONSERN	
2019	2020	MNOK	2020	2019
Beregningsforutsetninger				
2,1 %	1,5 %	Diskonteringsrente	1,5 %	2,1 %
4,2 %	2,4 %	Avkastning på pensjonsmidler	2,4 %	4,2 %
2,3 %	2,0 %	Lønnsregulering	2,0 %	2,3 %
2,3 %	1,8 %	G-regulering	1,8 %	2,3 %
0,7 %/1,5 %	0,0 %/1,5 %	Pensjonsregulering	0,0 %/1,5 %	0,7 %/1,5 %
Sammensetning av netto pensjonskostnader				
18	17	Nåverdi av årets pensjonsopptjening	19	20
9	8	Rentekostnad på pensjonsforpliktelse	8	10
(1)	(1)	Forventet avkastning på pensjonsmidler	(1)	(1)
9	13	Resultatført avvik fra forutsetninger/plan	13	7
36	38	Netto pensjonskostnader etter NRS	40	36
76	82	Kostnadsført innskudd og pensjoner over drift	123	117
111	120	Sum pensjonskostnader	162	153
Sammensetning av netto pensjonsforpliktelse per 31.12.				
431	495	Brutto pensjonsforpliktelse	520	458
20	21	Pensjonsmidler	35	34
411	474	Netto pensjonsforpliktelse	485	423
(112)	(158)	Ikke-resultatførte avvik fra forutsetninger	(158)	(113)
299	316	Balanseført netto pensjonsforpliktelse	327	310
23	27	Uforsikret pensjonsforpliktelse utenfor NRS	37	31
322	343	Balanseført netto pensjonsforpliktelse	364	341

8. IMMATERIELLE EIENDELER

MORSELSKAP				
MNOK	Forskning og utvikling	Andre immatr. eiendeler	Prosjekt under utvikling	Sum
Anskaffelseskost 1.1.2020	245	802	393	1 440
Tilgang	(10)	-	222	212
Reklassifisering	249	-	(249)	-
Anskaffelseskost 31.12.2020	484	802	366	1 652
Akkumulerte avskrivninger 31.12.	(231)	(181)	-	(412)
Akkumulerte nedskrivninger 31.12.	(7)	-	-	(7)
Balanseført verdi 31.12.2020	245	621	366	1 232
Årets avskrivninger på immaterielle eiendeler	68	23	-	91
Årets nedskrivninger på immaterielle eiendeler	4	-	-	4
Årets av- og nedskrivninger	72	23	-	95
Den økonomiske levetid	3-5 år	33 år		

KONSERN					
MNOK	Forskning og utvikling	Andre immatr. eiendeler	Goodwill	Prosjekt under utvikling	Sum
Anskaffelseskost 1.1.2020	245	1 484	369	393	2 491
Tilgang	(10)	-	-	222	212
Reklassifisering	249	-	-	(249)	-
Anskaffelseskost 31.12.2020	484	1 484	369	366	2 703
Akkumulerte avskrivninger 31.12.	(231)	(624)	(361)	-	(1 216)
Akkumulerte nedskrivninger 31.12.	(7)	-	-	-	(7)
Balanseført verdi 31.12.2020	245	860	8	366	1 479
Årets avskrivninger på immaterielle eiendeler	68	79	6	-	153
Årets nedskrivninger på immaterielle eiendeler	4	-	-	-	4
Årets av- og nedskrivninger	72	79	6	-	157
Den økonomiske levetid	3-5 år	3-33 år	5 år		

Goodwill i konsernet med bokført verdi på MNOK 8 per 31. desember 2020 relateres til Ferskvarehuset AS.

Ved tilbakekjøpet av Coop Norge Handel AS (fusjonert inn i Coop Norge SA i 2017) fra Coop Norden AB i 2007 fikk Coop Norge SA full tilgang til Coop Norge Handels virksomhet i Norge; leveran-

døravtaler, systemer knyttet til logistikk og distribusjon av varer til samvirkelagene i Norge. Kostpris knyttet til denne verdien, kalt systemverdi, er balanseført som andre immaterielle eiendeler og avskrives lineært over antatt levetid. Bokført verdi per 31. desember 2020 utgjør MNOK 621.

9. VARIGE DRIFTSMIDLER

MORSELSKAP					
MNOK	Tomter, bygn. og annen fast eiendom	Maskiner og anlegg	Driftsløsøre, inventar, transp.midler	Anlegg under utførelse	Sum
Anskaffelseskost 1.1.2020	66	808	663	271	1 808
Tilgang	-	21	41	282	344
Avgang	-	(2)	(7)	-	(9)
Reklassifisering	34	6	5	(45)	-
Anskaffelseskost 31.12.2020	100	833	702	508	2 143
Akkumulerte avskrivninger 31.12.	(40)	(344)	(513)	-	(897)
Akkumulerte nedskrivninger 31.12.	-	(2)	(20)	-	(22)
Balanseført verdi 31.12.2020	60	487	169	508	1 224
Årets avskrivninger på varige driftsmidler	7	56	79	-	142
Årets nedskrivninger på varige driftsmidler	-	-	3	-	3
Årets av- og nedskrivninger på varige driftsmidler	7	56	82	-	145

Ikke balanseførte leieforpliktelser vedrørende driftsmidler

Årlig leie av ikke balanseførte driftsmidler	282	13	74	-	369
--	-----	----	----	---	-----

Finansiell leasing

Balanseført verdi 31.12.2020 som er finansiell leasing	-	26	-	-	26
--	---	----	---	---	----

<u>Den økonomiske levetiden</u>	20 år ¹	5-10 år	3-7 år		
---------------------------------	--------------------	---------	--------	--	--

¹ Tomter og boliger avskrives ikke.

9. VARIGE DRIFTSMIDLER forts.

KONSERN					
MNOK	Tomter, bygn. og annen fast eiendom	Maskiner og anlegg	Driftsløsøre, inventar, transp.midler	Anlegg under utførelse	Sum
Anskaffelseskost 1.1.2020	4 164	1 479	2 835	597	9 075
Tilgang	355	178	264	203	1 000
Avgang	(51)	(19)	(243)	(22)	(335)
Tilgang/avgang kjøp og salg konsernselskaper	(235)	-	-	-	(235)
Reklassifisering	38	11	5	(54)	-
Anskaffelseskost 31.12.2020	4 271	1 649	2 861	724	9 505
Akkumulerte avskrivninger 31.12.	(1 086)	(819)	(1 866)	-	(3 771)
Akkumulerte nedskrivninger 31.12.	(95)	(8)	(20)	-	(123)
Balanseført verdi 31.12.2020	3 090	822	975	724	5 611
Årets avskrivninger på varige driftsmidler	85	118	320	-	523
Årets nedskrivninger varige driftsmidler ²	39	1	4	-	44
Sum årets av- og nedskrivninger	124	119	324	-	567
<u>Ikke balanseførte leieforpliktelser vedrørende driftsmidler</u>					
Årlig leie av ikke balanseførte driftsmidler	734	29	91	-	853
<u>Finansiell leasing</u>					
Balanseført verdi 31.12.2020 som er finansiell leasing	-	106	-	-	106
<u>Den økonomiske levetiden</u>	7-100 år ¹	5-20 år	3-10 år		

¹ Tomter og boliger avskrives ikke.

² Nedskrivningene i 2020 stammer hovedsakelig fra Coop Norge Eiendom konsern.

10. ANDRE DRIFTSKOSTNADER

MORSELSKAP			KONSERN	
2019	2020	MNOK	2020	2019
1 170	1 210	Markedsføringskostnader	1 266	1 203
792	913	Frakt	1 033	895
327	345	Leie lokaler, energi og øvrige lokalkostnader	1 052	1 034
190	239	Leie maskiner, inventar og kostnadsførte anskaffelser	361	288
187	269	Fremmede tjenester	356	296
95	100	Reparasjon og vedlikehold	236	193
608	587	Andre driftskostnader	380	373
3 369	3 663	Sum	4 684	4 282

11. FINANSIELLE POSTER

MORSELSKAP			KONSERN	
2019	2020	MNOK	2020	2019
26	19	Renteinntekter fra datterselskap	-	-
2	2	Renteinntekter fra tilknyttede selskap	4	6
1	-	Renteinntekter fra samvirkelag	-	1
20	5	Renteinntekter fra andre	29	50
1	34	Gevinst ved avgang datterselskap	-	-
108	263	Avkastning på investeringsportefølje/verdijustering	263	108
22	30	Valutagevinst	55	25
15	12	Andre finansinntekter	5	5
195	365	Sum finansinntekter	356	195
22	11	Rentekostnader til datterselskap	-	-
98	91	Rentekostnader til samvirkelag	95	98
19	20	Rentekostnader andre inkl. rentebytteavtale	81	83
16	28	Valutatap	53	18
-	120	Nedskrivning finansielle anleggsmidler	-	-
(19)	1	Andre finanskostnader	3	(10)
136	271	Sum finanskostnader	232	189

12. SKATTER

MORSELSKAP			KONSERN	
2019	2020	MNOK	2020	2019
Årets skattekostnad				
-	-	Betalbar skatt	13	10
-	36	Skatt konsernbidrag	-	-
(3)	-	For mye avsatt i fjor	(1)	(3)
32	58	Endring i utsatt skatt	202	85
7	8	Formueskatt	8	7
36	102	Skattekostnad	223	99
Beregning av årets betalbare skatt				
215	532	Resultat før skatt	1 040	479
-	-	Resultatandeler fra tilknyttede selskap	57	(14)
-	(162)	Mottatt/avgitt konsernbidrag	-	-
(69)	(107)	Permanente forskjeller	(176)	(73)
168	202	Endring midlertidige forskjeller	150	64
(314)	(465)	Endring i framførbart underskudd	(1 013)	(411)
-	-	Grunnlag betalbar skatt	57	45
-	-	Skatt 22 %	13	10
-	-	Annet	1	-
7	8	Formueskatt	8	7
7	8	Sum betalbar skatt i balansen	22	16
Spesifikasjon av grunnlag for utsatt skatt				
216	210	Varige driftsmidler	271	236
208	123	Fordringer	99	198
(155)	(160)	Varelager	(210)	(207)
(322)	(342)	Avsetninger for forpliktelser	(405)	(338)
142	113	Gevinst- og tapskonto	224	277
(254)	(312)	Avsetning etter god regnskapsskikk	(382)	(395)
(465)	-	Ligningsmessig underskudd	(3 836)	(4 820)
(630)	(367)	Grunnlag beregning utsatt skatt	(4 240)	(5 049)
-	-	Midlertidige forskjeller som ikke inngår i beregning av utsatt skatt	(45)	65
(630)	(367)	Sum skattereduserende midl. forskjeller	(4 195)	(5 114)
(139)	(81)	Utsatt skattefordel i balansen	(923)	(1 125)
32	58	Endring utsatt skattefordel i resultatregnskapet	203	85
Avstemning av konsernets skatteprosent				
47	117	22 % skatt av resultat før skatt	229	105
7	8	Formueskatt	8	7
(15)	(24)	Permanente forskjeller	(26)	(19)
(3)	-	Korreksjon av skatt for tidligere år	(1)	(3)
-	-	Andre endringer	13	9
36	102	Skattekostnad	223	99

13. ANDRE LANGSIKTIGE FORDRINGER

MORSELSKAP			KONSERN	
2019	2020	MNOK	2020	2019
Langsiktige fordringer på				
400	596	Datterselskap, rentebærende	-	-
42	-	Tilknyttede selskap, rentebærende	129	147
18	14	Andre selskap/organisasjoner, rentebærende	57	21
-	-	Tilknyttede selskap, rentefri	2	16
231	164	Andre fordringer, rentefri	92	13
691	774	Andre langsiktige fordringer	280	197

14. VARER

MORSELSKAP			KONSERN	
2019	2020	MNOK	2020	2019
-	-	Innkjøpte råvarer	89	47
-	-	Ferdige tilvirkede varer	24	27
1 366	1 437	Varer	1 958	1 860
1 366	1 437	Sum varer	2 071	1 934

15. INNSKUDD OG FINANSIELLE INVESTERINGER

MNOK	2020	2019
Langsiktige innskudd	2 011	1 233
Kortsiktige innskudd	1 722	1 829
Sum innskudd	3 733	3 062

Samvirkelegene og noen relaterte selskaper plasserer sin overskuddslikviditet hos Coop Norge SA. Disse innskuddene utgjør ved årsslutt MNOK 3 733 inkludert renter. Renten på plasseringskonto fastsettes kvartalsvis i forhold til 3 måneders NIBOR, men er avhengig av innskuddets størrelse (rentetrinn ved MNOK 5 og 100).

Det tilbys også fast rente på tidsinnskudd med løpetid på 1 til 3 år. Disse innskuddene utgjorde MNOK 2 826 per 31. desember 2020 og er inkludert i beløpet over. Rentekostnaden i 2020 var 2,65 % av gjennomsnittlig innskudd.

MNOK	31.12.2020	1 måned oppsigelse	Forfall 31.12.2021	Forfall 31.12.2022	Forfall 31.12.2023
Innskudd fra samvirkelegene	3 733	907	815	992	1 019

FINANSIELLE INVESTERINGER

MNOK	Pålydende/ Ansk.kost 31.12.2020	Balanseført markedsverdi 31.12.2020	Avkastning 2020	Pålydende/ Ansk.kost 31.12.2019	Balanseført markedsverdi 31.12.2019
Bankinnskudd og sertifikater ¹	572	572	1,4 %	654	654
Norske aksjefond	625	759	5,6 %	183	228
Globale aksjefond	594	719	13,8 %	186	243
Norske obligasjonsfond	1 153	1 161	5,7 %	428	424
Globale obligasjonsfond	1 694	1 760	5,0 %	612	648
Sum/gjennomsnitt	4 638	4 971	6,8 %	2 063	2 197

¹ MNOK 170 av disse blir i kontantstrømoppstillingen klassifisert som likvide midler.

16. BANKINNSKUDD OG TILGJENGELIG LIKVIDITET

MORSELSKAP			KONSERN	
2019	2020	MNOK	2020	2019
-	-	Kontanter	84	87
-	-	Bundne midler	3	2
491	532	Andre bankinnskudd	616	574
491	532	Sum bankinnskudd og kontanter	703	663

Coop Norge SA

Konsernet har skattetrekkskonto med saldo MNOK 3 tilknyttet to av datterselskapene. Resten av konsernet har skattetrekksgarantier fra et garantiinstitutt på til sammen MNOK 160, hvorav MNOK 90 gjelder Coop Norge SA. Morselskapet har en kassekreditt på MNOK 400 og en trekkfasilitet i bank på MNOK 2 000. Per årsskiftet er det ikke trukket på fasilitetene. Enkelte deleide selskap i Coop Norge Industri konsern har kassekredittrettigheter på til sammen MNOK 110, hvor det er trukket MNOK 6 per 31. desember 2020.

Coop Norge Eiendom AS

Selskapet har en trekkfasilitet i bank på MNOK 1 500, hvorav MNOK 373 er ubenyttet per 31. desember 2020. I tillegg har selskapet en trekkramme på MNOK 646 i Coop Norge SA, hvorav MNOK 50 er ubenyttet per årsskiftet.

17. ANDELSINNSKUDD I MORSELSKAPET

Andelskapitalen i Coop Norge SA består av andelsinnskudd fra innmeldte lag. Lagenes ansvar for Coop Norge SAs forpliktelser begrenses til andelskapitalen. Selskapet kan utdele etterbetaling (overskuddsdeling) til medlemmene innenfor rammen av

forsvarlig egenkapital og vedtektenes bestemmelser, begrenset oppad til årsoverskuddet. Selskapet kan innenfor de samme rammene yte konsernbidrag til innmeldte lag og foretak i Coop Norge konsern.

DE STØRSTE EIERNE AV COOP NORGE SA

	MNOK		Antall medlemmer
	Andelsinnskudd	Andelsinnskudd	
Coop Øst SA	129	18,6 %	434 197
Coop Midt-Norge SA	115	16,6 %	247 984
Coop Nordvest SA	85	12,3 %	163 197
Coop Sørvest SA	63	9,1 %	222 979
Coop Innlandet SA	46	6,7 %	100 434
Coop Nord SA	45	6,4 %	102 393
Coop Hordaland SA	34	5,0 %	151 283
Coop Nordland SA	30	4,4 %	65 031
Coop Økonom SA	29	4,2 %	76 639
Coop Vestfold og Telemark SA	28	4,0 %	128 610
Coop Finnmark SA	17	2,5 %	29 995
Coop Vestviken SA	16	2,4 %	54 426
Coop Oppdal SA	12	1,8 %	20 490
Coop Fosen SA	6	0,9 %	7 612
Madla Handelslag SA	5	0,7 %	26 512
Coop Klepp SA	4	0,5 %	11 714
Coop Ottadalen SA	3	0,5 %	4 088
Coop Nærbø SA	2	0,3 %	4 168
Coop Hammerfest SA	2	0,3 %	4 849
Coop Gjesdal SA	2	0,3 %	6 103
20 største eiere	676	97,5 %	1 862 704
Alle Coop Norges 66 eiere per 31.12.2020	693	100 %	1 887 302

18. ANNEN LANGSIKTIG GJELD

MORSELSKAP

MNOK	2020				2019			
	Beløp	Gj.snitt rente	Forfall innen 1 år	Forfall etter 5 år	Beløp	Gj.snitt rente	Forfall innen 1 år	Forfall etter 5 år
Annen langsiktig gjeld 31.12.	526	1,5 %	7	321	40	2,9 %	4	6

KONSERN

MNOK	2020				2019			
	Beløp	Gj.snitt rente	Forfall innen 1 år	Forfall etter 5 år	Beløp	Gj.snitt rente	Forfall innen 1 år	Forfall etter 5 år
Annen langsiktig gjeld 31.12.	1 897	1,9 %	112	379	1 491	3,5 %	106	55

Finansielle leieavtaler (er inkludert i langsiktig gjeld ovenfor)

MORSELSKAP OG KONSERN

MNOK	2020				2019			
	Beløp	Forfall innen 1 år	Forfall innen 2-5 år	Forfall etter 5 år	Beløp	Forfall innen 1 år	Forfall innen 2-5 år	Forfall etter 5 år
Coop Norge SA	26	7	19	-	40	4	30	6
Datterselskap	83	8	32	43	-	-	-	-
Sum finansielle leieavtaler	109	15	51	43	40	4	30	6

19. FINANSIELL RISIKO

Coop Norge konsern er hovedsakelig utsatt for finansiell risiko gjennom renterisiko, valutarisiko, råvarerisiko og likviditetsrisiko. Håndteringen av konsernets finansielle risiko er regulert gjennom en overordnet finanspolicy, som godkjennes av styret i Coop Norge SA. Det er styrets ansvar å vurdere at konsernets finanspolicy er tilpasset formålet og konsernets risikobærende evne og vilje.

Kapitalstyring

Coop Norge konsern opprettholder en egenkapital som reflekterer konsernets mål om en sunn risikoprofil. Konsernets egenkapitalandel var 34,4 % per 31. desember 2020.

Samvirkelagene har en plasseringsplikt for overskuddslikviditet hos Coop Norge SA, forutsatt konkurransedyktige betingelser sett opp mot sammenlignbare innskuddsbetingelser hos banker. Innskudd fra samvirkelagene bidrar til en diversifisert og stabil finansieringsstruktur i konsernet. Konsernet skal generelt søke å opprettholde en diversifisert finansieringsstruktur med spredt forfallsstruktur som gjør konsernet mindre sårbart overfor spesielle finansieringskilder og -instrumenter.

Konsernets finanspolicy setter rammer for håndtering av finansiell risiko, slik at den finansielle risikoen er innenfor konsernets risikotoleranse. Risikotoleransen er et uttrykk for konsernets evne og vilje til å ta risiko i lys av hvordan ulike risikofaktorer påvirker virksomheten, og risikotoleransen gjenspeiles i finansielle måltall for konsernet.

Konsernets låneavtaler inneholder betingelser (finansielle covenants) knyttet til oppfyllelse av visse nøkkeltall i forhold til rentedekningsgrad, forholdet mellom kontantstrøm, gjeldsnivå og egenkapitalandel. I henhold til låneklusulene skal konsernet til enhver tid oppfylle kravene til netto gjeld som andel av EBITDA på maks 3,0x, samt en egenkapitalandel på minst 25 %. I tillegg skal Coop Norge Eiendom konsern møte krav om en rentedekningsgrad på minst 2,0x. Konsernet tilfredsstiller alle disse betingelsene med god margin. Coop Norge konsern skal søke å oppfylle kravene til en risikoprofil lik "Investment Grade", som tilsvarer en kredittrating på minst BBB-. Konsernet skal følgelig søke å opprettholde buffer mot kravene i finansielle covenants.

19. FINANSIELL RISIKO forts.

Risiko tilknyttet finansplasseringer

Risiko tilknyttet finansplasseringer har sammenheng med risikoen for at finansplasseringene ikke fungerer som en tilstrekkelig likviditetsbuffer for innskudd fra samvirkelag. Coop Norge SAs strategi for kapitalforvaltning, som vedtas av styret, setter rammen for en forsvarlig og sunn forvaltning av plasseringskontoen til samvirkelagene. Gjennom forvaltningen skal Coop Norge SA søke å oppnå en realavkastning for midlene som i størst mulig grad samsvarer med realveksten i norsk økonomi. Dette betyr at avkastningen minst må tilsvare inflasjonen.

Finansplasseringer klassifiseres som likvide eiendeler, og bufferen i de likvide midlene må være tilstrekkelig til å kunne dekke innskudd fra samvirkelagene. Avkastningen på finansplasseringene må også være høy nok til å kunne tilby samvirkelagene innskuddsrenter på markedsmessige vilkår.

Renterisiko

Renterisiko knytter seg i hovedsak til konsernets innlånsportefølje.

Formålet med håndteringen av konsernets renterisiko er å sikre at konsernets eksponering for endringer i markedsrentene er på et akseptabelt nivå, for å ivareta konsernets finansielle posisjon.

Finansielle instrumenter kan benyttes for å dempe rentesensitiviteten i gjeldsporteføljen, med formål å tilpasse renterisikoen og opprettholde finansiell fleksibilitet. Rentebytteavtaler sikrer selskaper i Coop Norge konsern en fast rente og forutsigbarhet på deler av langsiktig gjeld. En betydelig del av rentesikringen er tilknyttet eiendomsvirksomheten i konsernet. Gjeldsporteføljens rentebindingsprofil dannes gjennom valg av rentestruktur på selskapenes lån og ved å benytte rentebytteavtaler.

I tabellen under vises markedsverdien på disse avtalene dersom de ble realisert per 31. desember 2020. På grunn av lavere rentenivå enn avtalt er markedsverdien negativ. Rentebytteavtaler som oppfyller kravene til å være kontantstrømsikringsinstrumenter balanseføres ikke. Ingen av de eksisterende avtalene er balanseført.

KONSERN					
MNOK	Sikret lånebeløp	Løpetid	Bokført verdi	Markedsverdi 31.12.2020	Markedsverdi 31.12.2019
Coop Norge Eiendom AS	80	30.08.2019 - 14.11.2025	-	(2)	2
Coop Norge Eiendom AS	70	30.08.2019 - 14.11.2026	-	(2)	2
Coop Norge Eiendom AS	70	30.08.2019 - 14.11.2027	-	(2)	2
Coop Norge Eiendom AS	80	30.08.2019 - 14.11.2023	-	(2)	1
Coop Norge Eiendom AS	80	30.08.2019 - 14.11.2024	-	(2)	2
Coop Norge Eiendom AS	70	30.08.2019 - 14.11.2022	-	(1)	1
Coop Norge Eiendom AS	70	30.08.2019 - 14.11.2021	-	(1)	0
Coop Norge SA	375	04.04.2016 - 06.04.2021	-	(1)	2
Sum	895		-	(14)	13

Valutarisiko

Coop Norge SA er eksponert for valutasvingninger gjennom import av varer og enkelte øvrige kostnader, samt ved gjennomføring av enkelte investeringer. Policy for å sikre valutaeksponeringen vil avhenge av hvor i organisasjonen valutaeksponeringen oppstår, størrelse på nettoeksponering, og tidsrom for eksponeringen. Det skilles mellom håndtering av driftsrelatert og prosjektrelatert valutarisiko.

Det er foretatt sikring av deler av valutaeksponeringen i prosjektinvesteringer gjennom bruk av derivater. Coop Norge SA har omfattende teknologiinvesteringer i utenlandsk valuta i forbindelse med automatisering av lagerbygg. I prosjektinvesteringer som er utsatt for valutasvingninger, skal som hovedregel minst 50 % av investeringsbeløp som forfaller innen de kommende 12 måneder, valutasikres.

Per 31. desember 2020 hadde konsernet valutasikret om lag 80 % av teknologiinvesteringer med forfall det kommende året, samtidig som 70 % av samtlige gjenværende teknologiinvesteringer var sikret i samme periode.

Kjent valutaeksponering innen dagligvare og faghandel som ikke i tilstrekkelig grad kan utlignes med justerte priser mot kundene, kan vurderes sikret mot valutasvingninger. I 2020 importerte Coop Norge SA varer og tjenester i utenlandsk valuta, og av konsernets samlede leverandørgjeld per 31. desember 2020 på MNOK 4 545 utgjorde leverandørgjelden i utenlandsk valuta MNOK 516. Resultat-effekten av valutahåndteringen relatert til drift ga i 2020 et netto tap på MNOK 20 og resultateffekter av finansiell karakter ga en nettogevinst på MNOK 2.

I tabellen på neste side vises Coop Norge konsernets bokførte verdier av leverandørgjeld i utenlandsk valuta per 31. desember 2020, omregnet til norske kroner.

MNOK	2020	2019
DKK	23	24
EUR	433	367
GBP	1	5
SEK	14	12
USD	45	37
Sum	516	445

Råvarepriserisiko

Råvarepriserisiko i Coop Norge konsern er primært knyttet til innkjøp av kraft. Priserisiko tilknyttet sukker og konsentrater er av begrenset betydning for konsernet. For kjøp av kraft har Coop Norge konsern inngått prissikringskontrakter. Per 31. desember 2020 har porteføljen en urealisert gevinst på MNOK 13 beregnet ut fra markedsverdi per 31. desember 2020. Det er for øvrig ikke gjort andre sikringer av råvarepriser i 2020.

Likviditetsrisiko

Likviditetsrisiko er risikoen for at konsernet ikke kan møte sine betalingsforpliktelser ved forfall. Tilgang på likviditet styres aktivt gjennom likviditetsplanlegging og rapportering fra løpende drift, kortsiktige og langsiktige låneopptak, samt forvaltning av en likvid plasseringsportefølje. Finansielle plasseringer skal i all hovedsak være likvide, slik at midler kan realiseres innenfor en tidsramme på få dager. Samlet likviditetsrisiko anses som lav.

Coop Norge SA og Coop Norge Eiendom AS har etablert kommitterte kredittrammer hos banker for å sikre tilgjengelig likviditet ved behov, og Coop Norge SA har i tillegg en løpende kassekreditt.

Kredittrisiko

Kredittrisiko er risiko for at en motpart ikke overholder sine betalingsforpliktelser. Coop Norge konsern er eksponert mot kreditt- og motpartsrisiko i forbindelse med investeringer i aksje- og obligasjonsfond og pengemarkedsplasseringer, i tillegg til daglig drift med varehandel.

Håndtering av kredittrisiko knyttet til kundereskontro er definert i Coops kredittpolicy. Kredittrisiko fra kundefordringer følges tett opp med risikoreducerende tiltak og vurderes som begrenset. Som motparter ved derivatkontrakter og finansplasseringer velger Coop Norge konsern finansinstitusjoner med solid kredittverdighet.

Finansiell markedsrisiko som følge av covid-19

Koronapandemien traff finansmarkedene ute og her hjemme med full styrke fra våren 2020, i det markedsaktiviteten i store deler av verden stengte ned som følge av at myndigheter innførte strenge smitteverntiltak. Kraftige fall i aksje- og kredittmarkedene, i tillegg til dramatisk svekket oljepris og kronekurs, førte til at Coop Norge SAs plasseringsportefølje hadde negativ avkastning gjennom første kvartal i 2020.

Til tross for at finansmarkedene gjennomgikk en historisk dyp nedgangsperiode tilknyttet virusutbruddet, normaliserte markedene seg raskere enn ventet i fjor. Det har sammenheng med bedre kontroll på smitteutviklingen underveis samt lanseringen av vaksine mot viruset på tampen av fjoråret. Sentralbankens historiske lave renter og støttelån til institusjonelle lånetakere har, i lag med myndighetenes krisepakker, også bidratt til å dempe effekten av covid-19. Følgelig endte den akkumulerte avkastningen i flere aktivaklasser i finansmarkedene på et positivt nivå i 2020. Plasseringsporteføljen til Coop Norge SA gjenopprettet positiv avkastning langt raskere enn man har observert for tilsvarende porteføljer i etterkant av andre kriser gjennom de siste 35 årene.

Den norske kronekursen nådde historiske bunnivåer gjennom våren 2020, noe som økte importkostnadene i konsernet drastisk. Til tross for et kraftig tilbakeslag i kronekursen, ble effekten av dette i den daglige driften dempet som følge av at prisene på importerte varer ble justert videre i verdikjeden, dog med et noe større tidsetterslep. Valutasikringene i prosjektinvesteringer i utenlandsk valuta bidro også til å begrense effekten av den svake kronekursen.

Flere ulike næringer er usedvanlig hardt rammet som følge av virusutbruddet og påfølgende tiltak for å dempe smitte blant befolkningen. Gjennom denne krisen har Coop Norge SA derimot hatt en motsyklisk omsetning, da lavere reisevirksomhet og stengte landegrenser har ført til høyere etterspørsel etter dagligvarer og byggevarer her hjemme. Dette har styrket likviditetsposisjonen til Coop Norge SA ytterligere.

Det er fremdeles lav aktivitet i handels- og tjenestesektoren verden over, og usikkerheten rundt utviklingen i finansmarkedene fremover er fortsatt høy. Likevel preges markedene av en generell optimisme grunnet en forventning om at markedstilstanden vil normaliseres i takt med at større deler av verdensbefolkningen blir vaksinert mot viruset. På grunn av uforutsigbarheten rundt hvor raskt pandemien kommer under kontroll, forventes fortsatt høy volatilitet i finansmarkedene en stund fremover. Den finansielle risikostyringen i Coop Norge SA har imidlertid vist seg å være robust gjennom krisen i 2020, og den finansielle risikoen vil også fremover håndteres på en måte som gjør konsernet minst mulig sårbart for økt markedsrisiko.

20. MELLOMVÆRENDE MED SELSKAP I SAMME KONSERN

MORSELSKAP		KONSERN	
Fordringer	MNOK	2020	2019
Langsiktige fordringer		596	400
Kundefordringer		426	360
Andre kortsiktige fordringer		5	-
Gjeld			
Leverandørgjeld		400	380
Annen kortsiktig gjeld		1 790	1 062
Resultatposter			
Salgsinntekter ¹		7 259	6 167
Andre driftsinntekter		230	191
Varekjøp		2 035	1 935
Andre driftskostnader		430	422
Renteinntekter		19	26
Rentekostnader		11	22

¹ Coop Norge SA sitt salg til egneide butikker i Norsk Butikkdrift AS.

21. TRANSAKSJONER OG MELLOMVÆRENDE MED SAMVIRKELAG

Coop Norge SA er samvirkelegenes fellesorganisasjon og var eid av 66 samvirkeleg per 31. desember 2020. Transaksjoner med samvirkelegene er dermed å betrakte som nærstående parter. Disse vises spesifisert under.

MORSELSKAP			KONSERN	
2019	2020	MNOK	2020	2019
Resultatposter				
36 763	42 833	Salgsinntekter	42 658	36 603
229	381	Andre driftsinntekter	415	258
1	-	Renteinntekter	-	1
98	91	Rentekostnader	95	98
Balanseposter				
830	680	Kundefordringer	684	833
-	-	Andre kortsiktige fordringer	-	2
2 852	3 584	Innskudd	3 584	2 852
76	230	Forskudd fra kunder	230	76
150	103	Annen kortsiktig gjeld	127	173

22. PANTSTILLELSER OG GARANTIER

MORSELSKAP			KONSERN	
2019	2020	MNOK	2020	2019
Pantstillelser				
-	-	Pantesikret langsiktig gjeld	1 356	1 402
360	374	Pantstillelser forpliktelser	374	360
-	-	Pantesikret kassekreditt	11	20
360	374	Sum pantstillelser	1 741	1 782
Bokført verdi på pantsatte eiendeler				
-	-	Eiendom/driftsmidler	2 332	2 269
185	185	Aksjer/netto eiendeler i konsernselskaper	110	106
-	-	Andre eiendeler	120	94
185	185	Sum bokført verdi på pantsatte eiendeler	2 562	2 469
Garantier				
369	369	Garantiforpliktelser husleie, lån i tilhørende prosjekter og driftsrelaterte forhold	662	625
369	369	Sum garantier	662	625

Morselskap

Det er ikke knyttet pant til gjeld i morselskapet. Banklån i Coop Norge SA er basert på en negativ pantsettelseserklæring. Coop Norge SA har stilt en betinget garanti for husleie overfor eier av Logistikkcenteret på Bergmoen. Garantien utløses dersom engrosvirksomhet ikke lenger er kjernevirksomhet i Coop Norge SA.

Konsern

Aksjene i Coop Norge SA sitt datterselskap Coop Norge Langhus Eiendom AS er stilt som sikkerhet for pensjonsforpliktelser over drift. Coop Norge Eiendom AS har inngått en avtale om garantert restverdi for en eiendom i Fredericia Danmark overfor SG Finans Danmark. Garantien løper til 1. oktober 2022, og garantert restverdi er estimert til MDKK 35.

23. HENDELSER ETTER BALANSEDAGEN OG IKKE BALANSEFØRTE FORPLIKTELSER

15. desember 2020 mottok de tre største aktørene i dagligvarebransjen varsel om milliardgebyr fra Konkurransetilsynet som følge av det tilsynet mener er brudd på konkurranseloven. Varslet gebyr for Coop Norge SA lyder på NOK 4,8 MRD. Begrunnelsen fra Konkurransetilsynet er at bruken av "prisjegere" knyttet til innhenting av fullt tilgjengelige priser i konkurrerende butikker, kan ha bidratt til høyere priser ut til forbruker. Konkurransetilsynet presiserer at vurderingene er foreløpige, og at det ikke er truffet endelig vedtak i saken. Selskapet har foreløpig frist til 30. juni 2021 for å gi sitt tilsvaret til varselet.

Coop Norge SA mener at bruken av "prisjegere" har fremmet konkurransen i dagligvaremarkedet, ikke svekket konkurransen.

Praksisen er en del av "Bransjenorm for sammenlignende reklame". Normen kom i stand etter et initiativ fra Forbrukerombudet i 2010. Det har også vært full åpenhet rundt bransjenormen generelt og av bruken av "prisjegere", og Konkurransetilsynet har vært informert og oppdatert ved flere anledninger helt siden 2010. Det er ikke mulig å angi når rettskraftig avgjørelse i saken vil foreligge.

Annet

Det har ikke inntruffet andre hendelser etter balansedagen 31. desember 2020, og konsernet er ikke involvert i andre tvister eller rettsaker av betydning for å bedømme konsernets stilling og resultat av den økonomiske virksomhet.

24. SELSKAP I KONSERNET

Coop Norge konsern består 31. desember 2020 av følgende selskap under morselskapet Coop Norge SA:

DATTERSELSKAP	EIERANDEL
Coop Norge Industri AS, Oslo <i>(eget konsern, se under)</i>	100 %
Norsk Butikkdrift AS, Oslo	100 %
Coop Norge Stavanger Eiendom AS, Oslo	100 %
Coop Norge Tromsø Eiendom AS, Oslo	100 %
Coop Norge Trondheim Eiendom AS, Oslo	100 %
Coop Norge Langhus Eiendom AS, Oslo	100 %
Coop Norge Stavanger Eiendom II AS, Oslo	100 %
Bergmoen Øst 2 AS, Ullensaker	100 %
Bergmoen Øst 4 AS, Ullensaker	100 %
Coop Norge Eiendom AS, Nordre Follo <i>(eget konsern, se under)</i>	100 %
Coop Norge Transport AS, Oslo	100 %
Coop Forum SA, Oslo	100 %
Monsterrykk AS, Oslo	100 %

TILKNYTTETE SELSKAP/FELLESKONTROLLERT VIRKSOMHET	EIERANDEL
dunnhumby Norge AS, Oslo	50 %
Aera Payment & Identification AS, Oslo	50 %
Coop Trading A/S, Albertslund, Danmark	33 %
Dagligvarehandelens Miljøforum AS, Oslo	33 %

Coop Norge Industri konsern

DATTERSELSKAP	EIERANDEL
Coop Norge Industri AS	
Coop Norge Kaffe AS, Oslo	100 %
A/S Røra Fabrikker, Inderøy	100 %
Goman AS, Oslo	100 %
Goman Nordland AS, Fauske	100 %
Goman-Bakeriet AS Nord-Trøndelag, Verdal	100 %
Goman Lindås AS, Lindås	100 %
Goman Nordvest AS, Søvik	50,01 %
Goman Kjelstad AS, Lena	50,01 %
Nord Blomst AS, Lørenskog	50,10 %
TradeWay AS, Trondheim	50,01 %
Ferskvarhuset AS, Ullensaker	50,05 %

TILKNYTTETE SELSKAP	EIERANDEL
Norsk Kvalitetsmat AS, Surnadal	45 %

Coop Norge Eiendom konsern

DATTERSELSKAP	EIERANDEL
Ankertunet AS, Nordre Follo	100 %
Beitostølen AS, Nordre Follo	100 %
Coop Eiendom Forvaltning AS, Nordre Follo	100 %
Coop Raufoss Kjøpesenter AS, Nordre Follo	100 %
Coop Vest Eieendom III AS, Nordre Follo	100 %
Dr. Munks gate 6 Porsgrunn AS, Nordre Follo	100 %
Egils vei 16 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Einerhaugveien 1 og 2 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Enebakkveien 289 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Gomsrudveien 2 AS, Nordre Follo	100 %
Granstunet Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Haakon Tvetersvei 8 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Heggedalsveien 350 AS, Nordre Follo	100 %
Hellestubben Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Hesthaugveien 30 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Hommersåkveien 20 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Ingeborg Aas vei 4 AS, Nordre Follo	100 %
Jernbanegata 6 Kongsvinger AS, Nordre Follo	100 %
Kjeppestadveien 2 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Kvartal 15 Gjøvik AS, Nordre Follo	100 %
Lauvåsen Kristiansand AS, Nordre Follo	100 %
Meierikvartalet AS, Nordre Follo	100 %
Nedre Nøttveit 12 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Pustutveien 6-14 AS, Nordre Follo	100 %
Rosenlund Bydelscenter AS, Nordre Follo	63 %
Salhusveien Utvikling I AS, Nordre Follo	100 %
Salhusveien Utvikling II AS, Nordre Follo	100 %
Salhusveien Utvikling III AS, Nordre Follo	100 %
Sentrumsbygget Nes AS, Nordre Follo	100 %
Stoa Holding AS, Nordre Follo	83 %
Svaleveien 6 AS, Nordre Follo	100 %
TAG Tromøy AS, Nordre Follo	100 %
Tåsenveien 28 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Veitvedt Utvikling AS, Nordre Follo	100 %
Verdal Utvikling AS, Nordre Follo	100 %
Vestli Nærcenter Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Ørsnesveien 33 AS, Nordre Follo	100 %
Årdalssenteret AS, Nordre Follo	100 %

24. SELSKAP I KONSERNET forts.

Coop Norge Eiendom konsern

AKSJER EIET AV DATTERSELSKAPER

	EIERANDEL
Coop Vest Eigedom III AS	
Coop Vest Eigedom Volda AS, Nordre Follo	100 %
Coop Vest Eigedom II AS, Nordre Follo	50 %
Setrevegen 2 AS, Stryn	45 %
Granstunet Eiendom AS	
Granstunet Parkering AS, Nordre Follo	100 %
Rosenlund Bydelssenter AS	
Gudbrandsdalvegen 190 AS, Nordre Follo	100 %
Industrigata 17 AS, Nordre Follo	100 %
Industrigata 17 1 AS, Nordre Follo	100 %
Industrigata 17 2 AS, Nordre Follo	100 %
Xanto Lillehammer AS, Nordre Follo	100 %
Stoa Holding AS	
Stoa Bransjesenter AS, Nordre Follo	100 %

Coop Norge Eiendom konsern

TILKNYTTETE SELSKAP

	EIERANDEL
Amco Eiendom AS, Surnadal	50 %
Atriumsgården AS, Klepp	33 %
Bjerketunet AS, Kongsvinger	50 %
Byggforvaltning Norge AS, Ålesund	33 %
Coop Eiendom Rogaland AS, Klepp	20 %
Coop Eiendom Sørvest AS, Nordre Follo	50 %
Coop Hordaland Eiendom AS, Kokstad	50 %
Coop Innlandet Eiendom AS, Nordre Follo	50 %
Coop Oppdal Eiendom AS, Nordre Follo	50 %
Coop Vestfold og Telemark Eiendom AS, Nordre Follo	50 %
Coop Øst Etablering AS, Nordre Follo	50 %
Demag Utvikling AS, Narvik	46 %
Fiskå Utvikling AS, Nordre Follo	50 %
Forum Tjensvoll AS, Nordre Follo	50 %
Gardermoen Logistikkcenter AS, Ullensaker	50 %
Glommengata 3 AS, Kongsvinger	50 %
IEU Møbel Invest AS, Nordre Follo	50 %
Kilen Handelspark AS, Asker	40 %
Krokaldsmyra Eiendom AS, Langhus	50 %
Kvassnesveien 3 og 5 AS, Bergen	50 %
Leknesletta AS, Svolvær	25 %
Lumberveien 5-7 AS, Nordre Follo	50 %
Madla Revheim Utvikling AS, Klepp Stasjon	33 %
Mariero Utvikling AS, Stavanger	50 %
Marstrandgata 9 & 11 Prosjekt AS, Oslo	34 %
Nedremarka Eiendom AS, Bryne	50 %
Randabergveien Utvikling AS, Stavanger	25 %
Ruggevik Næringspark AS, Harstad	50 %
Sandviksveien 73/75 AS, Nordre Follo	50 %
Sjøgata 42 AS, Nordre Follo	50 %
Skjjettenveien 40 Eiendom AS, Nordre Follo	50 %
Somaveien Holding AS, Klepp	25 %
Strandparken Utvikling AS, Asker	40 %
Strømsø Utvikling AS, Oslo	33 %
Stølstunet AS, Beitostølen	50 %
Teie Eiendom AS, Nøtterøy	50 %
Teie Torg Eiendom AS, Nordre Follo	50 %
Tolvsrød Eiendom AS, Tønsberg	50 %
Trimveien 41 AS, Tønsberg	50 %
Tverrlandssenteret AS, Bodø	50 %
Vear Utvikling AS, Tønsberg	50 %
Våland Utvikling AS, Stavanger	25 %
Øksnes Handelspark AS, Bodø	50 %
Ålgård Sentrum Eiendom AS, Ålgård	33 %
Åsane Bolig AS, Asker	25 %
Åsane Energi AS, Asker	25 %

24. SELSKAP I KONSERNET forts.

Coop Norge Eiendom konsern**AKSJER EIET AV TILKNYTTETE SELSKAP****EIERANDEL****Amco Eiendom AS**

Amco Bygg Nærbø AS, Surnadal	50 %
Amfi Bygg 2 Nærbø AS, Surnadal	100 %
Amfi Bygg Eidsvoll AS, Surnadal	100 %
Amfi Bygg Elverum AS, Surnadal	100 %
Amfi Bygg Fauske AS, Surnadal	100 %
Amfi Bygg Årnes AS, Surnadal	100 %
Coop Rørvik Eiendom AS, Surnadal	50 %
Skippergata 1 AS, Surnadal	100 %
Dølastugu Eiendom AS, Surnadal	50 %
Sogningen Storsenter AS, Surnadal	100 %

Coop Eiendom Rogaland AS

Madla Vest AS, Klepp	100 %
----------------------	-------

Teie Torg Eiendom AS

Teie Bolig AS, Tønsberg	100 %
-------------------------	-------

Vear Utvikling AS

Bekkeveien 200 AS, Tønsberg	100 %
-----------------------------	-------

Coop Oppdal Eiendom AS

M 8 Oppdal AS, Nordre Follo	100 %
M 11 Oppdal AS, Nordre Follo	100 %
Moøya Støren AS, Nordre Follo	100 %

Coop Innlandet Eiendom AS

Birivegen 56 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Fabrikkvegen 6 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Fagernes Sentrum Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Hovdesvingen Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Innlandsporten Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Jernbanegata 1 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Kongsvegen 5 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Lomoen Vinstra AS, Nordre Follo	100 %
Ringebu Sentrum Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Sødorptunet Eiendom AS, Nordre Follo	100 %

Coop Vest Eignedom II AS

Citus AS, Førde	50 %
Coop Vest Eignedom Ulsteinvik AS, Nordre Follo	100 %
Coop Vest Eignedom Ørsta AS, Ørsta	100 %
Førde Handelpark AS, Surnadal	50 %
Moengården Vest AS, Nordfjordeid	38 %

AKSJER EIET AV TILKNYTTETE SELSKAP**EIERANDEL****Coop Vestfold og Telemark Eiendom AS**

Holmejordet Tomteselskap, Nordre Follo	100 %
Jernbanegt. 3 Porsgrunn AS, Nordre Follo	100 %
Lauvåsen Drangedal AS, Nordre Follo	100 %
Storgt. 137 AS, Nordre Follo	100 %
Telemarksvegen AS, Nordre Follo	100 %

Strandparken Utvikling AS

Strandparken Holding AS, Hammerfest	50 %
Strandparken 2 AS, Hammerfest	100 %
Strandparken Mellom AS, Hammerfest	100 %

Ålgård Sentrum Eiendom AS

Magneten Handel AS, Ålgård	100 %
Magneten Næring AS, Ålgård	100 %
Stasjonen Eiendom AS, Ålgård	100 %
Stasjonen Bolig AS, Ålgård	100 %

Coop Hordaland Eiendom AS

Bergen Logistikkbygg AS, Kokstad	100 %
Åsane Utvikling AS, Kokstad	100 %
Åsane Handel AS, Kokstad	100 %
Horisont Drift AS, Kokstad	100 %

Kilen Handelpark AS

Kilen Syd AS, Asker	100 %
Reservatveien Bolig AS, Asker	100 %
Tolvkanten AS, Asker	100 %
Tolvkanten Bolig AS, Asker	100 %

Trimveien 41 AS

Trimveien 33 AS, Tønsberg	100 %
---------------------------	-------

Marstrandgata 9 & 11 Prosjekt AS

Marstrandgata 9 & 11 AS, Oslo	100 %
-------------------------------	-------

Tolvsrød Eiendom AS

Valløveien 62 AS, Tønsberg	100 %
Valløveien 60A AS, Tønsberg	100 %
Valløveien 60B AS, Tønsberg	100 %

Gardermoen Logistikkcenter AS

Glas Grunneiendom AS, Ullensaker	100 %
----------------------------------	-------

SAMVIRKELAGENES GARANTIFOND AL

Samvirkelagenes Garantifond AL er eid av Coop Norge SA. Garanti-
fondets styre velges av samvirkelagene og Coop Norge SA har

dermed ikke bestemmende innflytelse overfor Samvirkelagenes
Garantifond AL. Garantifondet blir av denne grunn ikke konsolidert
i Coop Norge konsern. Se egen oppstilling i etterfølgende note.

TALL FRA REGNSKAPET I SAMVIRKELAGENES GARANTIFOND AL

Resultatregnskap	MNOK	2020	2019
Driftsinntekter			
Medlemsavgift fra samvirkelegene		38	38
Renteinntekter obligasjoner		-	16
Renteinntekter Coop Norge SA innskudd		-	4
Kursgevinst obligasjoner		7	6
Verdiøkning markedsbaserte finansielle omløpsmidler		43	2
Sum driftsinntekter		88	66
Driftskostnader			
Andre driftskostnader		2	1
Tap på garantiansvar		-	6
Sum driftskostnader		2	7
Driftsresultat		86	59
Årsresultat		86	59
Balanse	MNOK	2020	2019
Omløpsmidler			
Finansielle investeringer		836	750
Coop Norge SA innskudd		132	132
Sum omløpsmidler		968	882
Sum eiendeler		968	882
Egenkapital og gjeld			
Egenkapital		968	882
Sum egenkapital og gjeld		968	882

REVISORS BERETNING



Munkedamsveien 45
Postboks 1704 Viken
0121 Oslo
www.bdo.no

Uavhengig revisors beretning

Til Årsmøtet i Coop Norge SA

Uttalelse om revisjonen av årsregnskapet

Konklusjon

Vi har revidert Coop Norge SA sitt årsregnskap.

Årsregnskapet består av:

- Selskapsregnskapet, som består av balanse per 31. desember 2020, resultatregnskap, kontantstrømsoppstilling, egenkapitaloppstilling for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper, og
- Konsernregnskapet, som består av balanse per 31. desember 2020, resultatregnskap, kontantstrømsoppstilling, egenkapitaloppstilling for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper.

Etter vår mening:

- Er årsregnskapet avgitt i samsvar med lov og forskrifter
- Gir selskapsregnskapet et rettvise bilde av den finansielle stillingen til Coop Norge SA per 31. desember 2020 og av selskapets resultater og kontantstrømmer for regnskapsåret som ble avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge
- Gir konsernregnskapet et rettvise bilde av den finansielle stillingen til konsernet Coop Norge SA per 31. desember 2020 og av konsernets resultater og kontantstrømmer for regnskapsåret som ble avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

Grunnlag for konklusjonen

Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder de internasjonale revisjonsstandardene International Standards on Auditing (ISA-ene). Våre oppgaver og plikter i henhold til disse standardene er beskrevet i Revisors oppgaver og plikter ved revisjon av årsregnskapet. Vi er uavhengige av selskapet slik det kreves i lov og forskrift, og har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

Annen informasjon

Ledelsen er ansvarlig for annen informasjon. Annen informasjon består av årsberetningen (men inkluderer ikke regnskapet og vår revisjonsberetning til regnskapet), som vi innhentet før datoen for denne revisjonsberetningen, og årsrapporten, som forventes å bli gjort tilgjengelig for oss etter denne datoen.

Vår uttalelse om revisjonen av årsregnskapet dekker ikke annen informasjon, og vi attesterer ikke den andre informasjonen.

I forbindelse med revisjonen av årsregnskapet er det vår oppgave å lese annen informasjon identifisert ovenfor med det formål å vurdere hvorvidt det foreligger vesentlig inkonsistens mellom annen informasjon og årsregnskapet, kunnskap vi har opparbeidet oss under revisjonen, eller hvorvidt den tilsynelatende inneholder vesentlig feilinformasjon.



Dersom vi, på bakgrunn av arbeidet vi har utført på annen informasjon som vi har innhentet før datoen på revisjonsberetningen, konkluderer med at disse andre opplysningene inneholder vesentlig feilinformasjon, er vi pålagt å uttale oss om dette. Vi har ingenting å rapportere i så henseende.

Dersom vi ved gjennomlesing av årsrapporten konkluderer med at rapporten inneholder vesentlig feilinformasjon, er vi pålagt å kommunisere forholdet til styret.

Styret og daglig leders ansvar for årsregnskapet

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet i samsvar med lov og forskrifter, herunder for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge. Ledelsen er også ansvarlig for slik intern kontroll som den finner nødvendig for å kunne utarbeide et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av mistligheter eller utilsiktede feil.

Ved utarbeidelsen av årsregnskapet må ledelsen ta standpunkt til selskapets og konsernets evne til fortsatt drift og opplyse om forhold av betydning for fortsatt drift. Forutsetningen om fortsatt drift skal legges til grunn for årsregnskapet så lenge det ikke er sannsynlig at virksomheten vil bli avvirket.

Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet

Vårt mål er å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet som helhet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av mistligheter eller utilsiktede feil, og å avgi en revisjonsberetning som inneholder vår konklusjon. Betryggende sikkerhet er en høy grad av sikkerhet, men ingen garanti for at en revisjon utført i samsvar med lov, forskrift og god regnskapsskikk i Norge, herunder ISA-ene, alltid vil avdekke vesentlig feilinformasjon som eksisterer. Feilinformasjon kan oppstå som følge av mistligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon blir vurdert som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke økonomiske beslutninger som brukerne foretar basert på årsregnskapet.

For videre beskrivelse av revisors oppgaver og plikter vises det til:
<https://revisorforeningen.no/revisjonsberetninger>

Uttalelse om andre lovmessige krav

Konklusjon om årsberetningen

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, mener vi at opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om fortsatt drift og forslaget til anvendelse av overskuddet er konsistente med årsregnskapet og i samsvar med lov og forskrifter.

Konklusjon om registrering og dokumentasjon

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendig i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon», mener vi at ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av selskapets og konsernets regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringsskikk i Norge.

Oslo, 23. april 2021
BDO AS


Martin Aasen
statsautorisert revisor

BDO AS, et norsk aksjeselskap, er deltaker i BDO International Limited, et engelsk selskap med begrenset ansvar, og er en del av det internasjonale BDO-nettverket, som består av uavhengige selskaper i de enkelte land. Foretaksregisteret: NO 593 606 650 NIVA.

side 2 av 2

SAMVIRKELAGENE OG COOP I NORGE

Ved utgangen av 2020 var 66 samvirkelag medeiere i Coop Norge SA.

Samvirkelagene har hatt sterk vekst i salgstinntekter på 16,9 % i 2020. Samlet for 2020 ble salgstinntektene MNOK 54 500.

Driftsresultatet for samvirkelagene samlet ble MNOK 1 816 mot MNOK 524 i fjor. Målt i prosent av salgstinntekter har driftsresultatet økt med 2,2 prosentpoeng i forhold til 2019. Bruttofortjeningen i prosent for samvirkelagene har økt med 0,5 prosentpoeng. Personalkostnader er redusert med 1,1 prosentpoeng og andre driftskostnader er redusert med 1,0 prosentpoeng. Resultat før skatt for samvirkelagene samlet er på MNOK 1 959, mot MNOK 1 003 i 2019.

Driftsresultat for Coop i Norge ble MNOK 2 839 i 2020, som er en økning på MNOK 1 771 fra 2019. I prosent av salgstinntekter har driftsresultatet økt med 2,4 prosentpoeng i forhold til 2019. Resultat før skatt for 2020 ble MNOK 3 086, som er en økning på MNOK 1 546 fra 2019.

I løpet av 2020 har Coop økt medlemsmassen med 96 508 medlemmer, og det var totalt 1 887 302 medlemmer i Coop ved utgangen av året.

Totalt har medlemmene opptjent MNOK 1 277 i kjøpeutbytte i Coops butikker og medlemsrabatter fra samarbeidspartnere, mot MNOK 1 096 i 2019.

RESULTATREGNSKAP

SAMVIRKELAGENE SAMLET				COOP I NORGE		
2018	2019	2020	MNOK	2020	2019	2018
45 728	46 612	54 500	Salgstinntekter	67 934	58 174	57 079
1 126	1 210	1 254	Andre driftsinntekter	3 090	3 068	3 036
46 854	47 822	55 754	Sum driftsinntekter	71 024	61 241	60 115
36 379	36 786	42 719	Varekostnad	49 194	42 529	42 234
5 545	5 836	6 234	Personalkostnader	9 712	8 981	8 523
4 489	4 748	4 999	Andre driftskostnader	9 293	8 736	8 401
46 413	47 371	53 951	Driftskostnader	68 199	60 246	59 159
(4)	72	14	Andre poster	14	72	(4)
438	524	1 816	Driftsresultat	2 839	1 068	952
124	199	37	Resultatandel tilknyttede selskap	(32)	159	97
(39)	280	105	Finansielle poster	279	314	(154)
523	1 003	1 959	Resultat før skatt	3 086	1 540	895

FIRMAINFORMASJON OG ADRESSER

COOP NORGE SA

Organisasjonsnummer: 936 560 288 MVA
Hovedkontor: Østre Aker vei 264, 0977 Oslo
Postadresse: Postboks 21 Haugenstua, 0915 Oslo
inngang fra Haavard Martinsens vei.
Telefon: 22 89 95 95

KONSERNLEDELSEN

Konsernsjef: Geir Inge Stokke
Direktør Sømløse kundeopplevelser, viseadministrerende direktør: Gøril Joys Johnsen
HR-direktør: Siri Sandholt
Direktør Økonomi og finans: Merete Egelund Valderhaug
Direktør Organisasjon og medlem: Geir Jostein Dyngeseth
Kommunikasjonsdirektør: Bjørn Takle Friis
Direktør Innkjøp & Sortiment: Tor Helge Gundersen
Direktør Faghandel: Lars Petter Olafsen
Direktør Logistikk: Roger Nyeng
Direktør Kjede: Håvard Jensen
IT-direktør: Anne Bøe

DATTERSELSKAP AV COOP NORGE SA

Coop Norge Industri AS

Kontoradresse: Østre Aker vei 264, 0977 Oslo
Postadresse: Postboks 21 Haugenstua, 0915 Oslo
inngang fra Haavard Martinsens vei.
Telefon: 22 89 95 95
Styreleder: Geir Inge Stokke
Styremedlemmer: Tor Helge Gundersen, Knut Berg, Bjørn Vik-Mo, Olav Rønningen, Asle Tobiassen, Gunhild H. Grande
Administrerende direktør: Hege Berg-Knutsen

Coop Norge Eiendom AS

Kontoradresse: Regnbueveien 5, 1405 Langhus
Postadresse: Postboks 3005, 1402 Ski
Styreleder: Geir Inge Stokke
Nestleder: Lars Arve Jakobsen
Styremedlemmer: Lars Weyer Larsen, Merete E. Valderhaug, Morten Erik Stulen, Bjørn Tore Skaug
Administrerende direktør: Helge Christian Haugen

Norsk Butikkdrift AS

Kontoradresse: Nydalsveien 24, 0484 Oslo
Postadresse: Postboks 4602 Nydalen, 0405 Oslo
Telefon sentralbord Coop: 22 89 95 95
Styreleder: Geir Inge Stokke
Styremedlemmer: Roar Steingrimsen, Merete E. Valderhaug, Arild Sørlien, Lars Arve Jakobsen, Kay Arne R. Nedrejord, Linn Imen Torve, Thomas Hansen, Trond Skarpnes (observatør), Jorunn Martinsen (observatør)
Administrerende direktør: Bent O. Aamotsmo

Coop Norge Transport AS

Kontoradresse: Lautmovegen 91, 2067 Jessheim
Postadresse: Lautmovegen 91, 2067 Jessheim
Telefon: 46 82 59 36
Styreleder: Roger Nyeng
Styremedlemmer: Astrid Tveten, Eirik Borge, Per Einar Kristoffersen, Tor Arne Akselsen (observatør)
Daglig leder: Tormod Rønningen

ÅRSMØTET COOP NORGE 2020

Ordfører: Stig E. Mortensen (Coop Nord SA)
Varaordfører: Merete Fogh Lund (Coop Sørvest SA)
Per 31. desember 2020 var det 66 samvirke­lag som kunne stille med totalt 66 hovedrepresentanter med møte/-tale- og stemme­rett, samt 22 årsmøtere­presen­tanter med møte- og talerett. I tillegg er det fire representanter fra de ansatte i Coop Norge konsern.

Antall stemmer per samvirke­lag beregnes ut fra varekjøp i Coop Norge SA.

Ansvarlig utgiver: Kommunikasjon og samfunnskontakt, Coop Norge SA

Tekst: Core Agency **Design:** Core Agency, Rood Design

Foto: Rune Bendiksen (hanrune.no), Eirik Skeide, Coop, Marius Fiskum, Shutterstock, Baard Næss, Decisions AS, Multifoto.no, GLAVA og Loveleen Brenna

Trykk: Mentor Media **Opplag:** 250

MAI 2021



