



COOP NORGE SA
ÅRS- OG
BÆREKRAFTS-
RAPPORT 2023

Nøkkeltall

4

Året oppsummert

22

Årsregnskap

54

Lavprisåret ved
Philipp Engedal

10

Styret og
årsberetning

38

Bærekraftsrapport

94

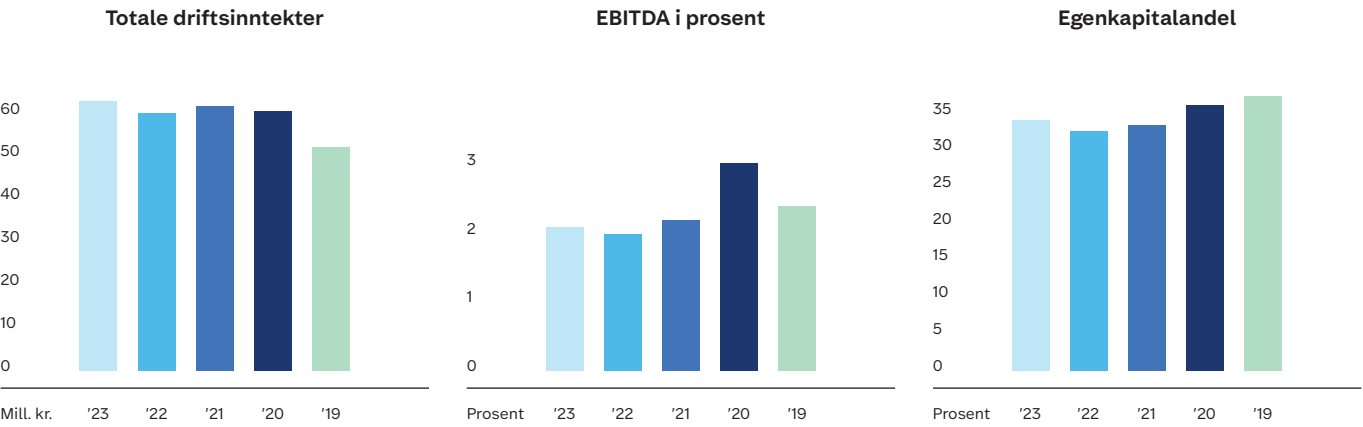
Kjedeoversikt

14

Nøkkeltall	4	Styret og årsberetning	38
Coop i Norge	6	Årsregnskap	54
Dette er Coop Norge SA	8	Noter til årsregnskapet	58
Lavprisåret ved Philipp Engedal	10	Revisors beretning	90
Kjedeoversikt	14	Bærekraftsrapport	94
Året oppsummert	22	Firmainformasjon og adresser	168
Coop inn i fremtiden	32		

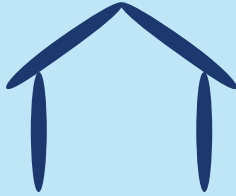
NØKKELTALL 2023

COOP NORGE KONSERN



MNOK	2023	2022	2021	2020	2019
Totale driftsinntekter	60 927	58 315	59 939	58 632	50 608
Driftsresultat uten avskrivninger/nedskrivninger (EBITDA)	1 240	1 131	1 232	1 710	1 183
Driftsresultat (EBIT)	258	347	520	986	513
Resultat før skattekostnad	316	(402)	603	1 040	479
Årsresultat	228	(451)	499	817	380
Kapital					
Totalkapital	21 913	22 268	23 193	20 002	16 989
Egenkapital, inkl. minoritetsinteresser	7 097	6 913	7 371	6 887	6 045
Egenkapitalandel	32,4 %	31,0 %	31,8 %	34,4 %	35,6 %
Kontantstrøm					
Netto kontantstrøm	705	(482)	(220)	(445)	297
Lønnsomhet					
EBITDA	2,0 %	1,9 %	2,1 %	2,9 %	2,3 %
EBIT	0,4 %	0,6 %	0,9 %	1,7 %	1,0 %
Resultat før skattekostnad	0,5 %	-0,7 %	1,0 %	1,8 %	0,9 %
Årsresultat	0,4 %	-0,8 %	0,8 %	1,4 %	0,8 %
Annet					
Gjennomsnitt antall årsverk for Coop Norge konsern	4 271	4 421	4 456	4 220	3 968
Antall medlemmer i samvirkelagene	2 153 891	2 066 651	1 983 334	1 887 302	1 790 794
Antall samvirkelag	58	59	62	66	73

Reduksjon i matsvinn i butikk og lager



-42 %

Utvikling fra 2019

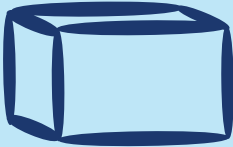
Ånglamark-produkter



328

Antall

Sorteringsgrad



83 %

Reduksjon i plastbæreposer solgt



-21 %

Utvikling fra 2019

Kjønnsbalanse ansatte menn/kvinner i Coop Norge konsern



59 %



41 %

Om lag to tredjedeler av norske husstander er medlemmer i et samvirkelag i Coop. Alle medlemmer har mulighet til å si sin mening og påvirke. Slik er medlemsdemokratiet bygget opp:

2,1 MILLIONER 
MEDLEMMER

Hvert medlem har et andels-innskudd i et samvirkelag og er dermed medlem i ett av Coops 58 samvirkelag i Norge.

1 900

MEDLEMSVALGTE I SAMVIRKELAGENE



Medlemmene velger sine representanter i lagenes årsmøter gjennom valg i samvirkelagene, enten årlig eller annethvert år.

58

SAMVIRKELAG



Samvirkelagene eier og driver Coops butikker i hele landet. Samvirkelagene eier også fellesorganisasjonen Coop Norge SA. Styret i hvert enkelt samvirkelag utpeker lagets årsmøtereprerentanter til Årsmøtet i Coop Norge SA.



ÅRSMØTE

Årsmøtet i Coop Norge SA er foretakets høyeste organ. Årsmøtet i Coop Norge SA er et åpent årsmøte, noe som tilsier at alle samvirkelag tilmeldt Coop Norge SA har rett til å delta med én årsmøte-representant som utøver medlemsrettighetene på vegne av samvirkelaget. I tillegg kommer fire representanter med møte- og talerett valgt av og blant de ansatte i Coop Norge konsern. I Årsmøtet i Coop Norge SA velges blant annet styret i Coop Norge SA og valgkomitéen i Coop Norge SA.

11

MEDLEMMER

Styret i Coop Norge SA består av 11 styremedlemmer og 3 varamedlemmer. 7 er valgt av Årsmøtet i Coop Norge SA, mens 4 er valgt av og blant de ansatte.



Samvirkelag

1. Coop Øst SA

2. Coop Midt-Norge SA

3. Coop Sørvest SA

4. Coop Nordvest SA

5. Coop Nord SA

6. Coop Hordaland SA

7. Coop Nordland SA

8. Coop Innlandet SA

9. Coop Sørøst SA

10. Coop Økonom SA

11. Coop Finnmark SA

12. Coop Vestviken SA

13. Coop Oppdal SA

14. Coop Klepp SA

15. Madla Handelslag SA

16. Coop Fosen SA

17. Coop Gjesdal SA

18. Coop Nærbø SA

19. Coop Svalbard SA

20. Coop Ottadalen SA

21. Coop Hammerfest SA

22. Coop Vikeså SA

23. Coop Finnøy SA

24. Undheim Handelslag SA

25. Coop Jølster SA

26. Coop Nesna SA

27. Coop Havøysund SA

28. Coop Brusand SA

29. Coop Å SA
30. Sandeid Handelslag SA

31. Coop Eidfjord SA

32. Coop Meldal SA

33. Coop Høle SA

34. Budal Samvirkelag SA

35. Coop Kroken SA

36. Coop Dønna SA

37. Coop Vallersund SA

38. Coop Modalen SA

39. Coop Mausund SA

40. Coop Leka SA

41. Coop Rye SA

42. Coop Olderdalen SA

43. Coop Veidholmen SA

44. Coop Vikhals SA

45. Coop Opløfjorden SA

46. Coop Skjånes SA

47. Coop Meløy SA

48. Coop Seløy SA

49. Bøfjord Samvirkelag SA

50. Coop Helligvær SA

51. Coop Fjelli SA

52. Coop Tørdal SA

53. Inderøy Forbruksforening SA

54. Austbø Samvirkelag SA

55. Skorovas S-lag SA

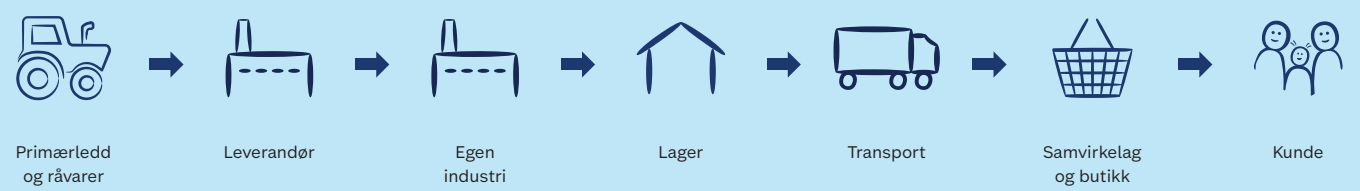
56. Akkarfjord Forbrukerlag SA

57. Coop Kviby SA

58. Coop Sørbury SA

DETTE ER COOP NORGE SA

Samvirkelagene eier FELLESGORGANISASJONEN COOP NORGE SA, som ivaretar sentrale fellesoppgaver som løses i samhandling med samvirkelagene. Dette omfatter grossist-, industri- og eiendomsvirksomhet, utvikling og forvaltning av kjedekonsepter og medlemsprogrammet, samt markedsføring av dagligvarer og faghandelsvarer til Coops butikker i Norge.



COOP NORGE KONSERN SOM FELLESGORGANISASJON SKAL SIKRE GODE LEVERANSER TIL

58	1 204	24 000
SAMVIRKELAG	BUTIKKER	ANSATTE
	Fordelt på seks dagligvarekjeder og to byggevarekjeder over hele landet.	5 868 av dem jobber i Coop Norge konsern.
	Antall butikker inkluderer fem ikke-kjedespesifikke dagligvarebutikker. Totalen avviker derfor fra antallet butikker i kjedeoversikten på sidene 15 til og med 21.	



Coop Norge SA

er morselskap i et konsern som til sammen leverer på sentrale fellesoppgaver, og virksomheten i de sentrale datterselskapene er beskrevet nedenfor.

Coop Norge Industri AS

er et heleid datterselskap av Coop Norge SA. Coop Norge Kaffe AS, A/S Røra Fabrikker, Ferskvarehuset AS, Totenpoteter AS, Himmelgrønt AS, Nord Blomst AS, TradeWay AS og bakerikonsernet Goman er datterselskaper av Coop Norge Industri AS.

Norsk Butikkdrift AS

er et heleid datterselskap av Coop Norge SA. Selskapet driver detaljhandel innenfor Coops kjedekonsepter. Ved utgangen av 2023 hadde Norsk Butikkdrift AS 305 butikker, som drives dels som filialer, og som dels er tilknyttet på franchisebasis.

Coop Norge Eiendom AS

er et heleid datterselskap av Coop Norge SA. Det er et fullsortiments eiendomshus som bidrar til utvikling og nyetablering av Coop-virksomhet over hele landet, i tett samarbeid med samvirkelagene.

Coop Norge Transport AS

er et heleid datterselskap av Coop Norge SA som transporterer varer for Coop Norge SA fra Coop Logistikkcenter på Gardermoen til butikker i Oslo og Akershus og fra leverandører i samme område tilbake til logistikkcenteret.

Inkognito AS

Etter 30 års samarbeid inngikk Coop Norge SA i mai 2023 en avtale om å kjøpe samtlige aksjer i Inkognito AS. Inkognito AS er et fullverdig produksjonsbyrå som tilbyr tjenester og ekspertise innen kreativ produksjon til Coop Norge og samvirkelagene.

Obs BYGG Montering AS

er et heleid datterselskap av Coop Norge SA, som er i gang med å utvikle tilbudet av monterings- og håndverktjenester for produkter du kjøper hos Obs BYGG.



LAVPRISÅRET

2023

Året som nå ligger bak oss, vil bli husket for mye økonomisk usikkerhet, økte renter og endrede handlevaner. For Coop Norge og Philipp Engedal, selskapets nye administrerende direktør, var dagene preget av spennende muligheter, krevende utfordringer og et år med rekordstort kjøpeutbytte i samvirkelagene.

Nødvendig endring

Å skulle oppsummere et helt år på en oversiktlig og kortfattet måte er ikke alltid enkelt. Men Philipp er en mann som liker utfordringer, og tar oppgaven på strak arm:

– 2023 var lavprisåret. Det er selve overskriften. Ytre omstendigheter påvirket oss alle i betydelig grad, noe som resulterte i store og – for oss – nødvendige endringer.

Philipp, som er kledd i sitt vanlige arbeidsantrekk med dress og skjorte, retter seg opp i stolen og lener seg fremover, før han fortsetter:

– I utfordrende tider, som 2023 jo på mange måter var, vil noen hevde at den amerikanske bokseren Mike Tyson for én gang skyld sa noe fornuftig: «Everybody has a strategy until they get punched in the face». Dette er en sitatklassiker som er betegnende for noen av utfordringene vi som bransje møtte under fjoråret. Men personlig synes jeg analogien om å ha et vilt dyr i hælene er mer passende for 2023.

Ved inngangen til året ble det åpenbart for Philipp og resten av ledelsen i Coop Norge at de eksisterende strategiene måtte oppdateres. Forbrukernes tiltro til

dagligvarebransjen var svekket, samtidig som renten fortsatte å øke i likhet med prisen på de aller fleste innsatsfaktorer. Utfordringene sto i kø for både bedrifter og husholdninger.

– Det ville dyret, altså omverdenen rundt oss, gjorde at vi virkelig fikk testet hvor fort vi kunne løpe. De eksisterende planene hadde ikke hensyntatt det nye tempoet vi måtte forholde oss til fra uke til uke. Vi måtte lage nye planer og finne veien videre mens vi gikk – eller i vårt tilfelle, løp.

Gjennom samvirkelagene har Coop en bred butikkportefølje som inkluderer alt fra lavprisbutikker til supermarkeder, nabolagsbutikker, varehus og byggevarehandel. Sistnevnte, blant annet representert ved kjeden Obs BYGG, har lagt bak seg et svært godt 2023. Selv i et tøft marked har kjeden vokst videre på 22. året på rad og levert langt bedre enn både markedet og konkurrentene. Lavpris har også økt under fjoråret, men i sum har det blitt dyrere å drive helheten.

– For å håndtere de nye utfordringene startet vi et transformasjonsprogram der vi definerte syv arbeidsstrømmer hvor initiativer, aktiviteter og business cases skal videreutvikles og konkretiseres.

– Målet er selvsagt å øke omsetningen og markedsandeler, og i dette ligger naturlig nok også debatten om ulike innkjøpspriser. Vi i Coop er store nok til at vi skal kunne utjevne disse forskjellene, men det fordrer også at vi gjør noen endringer selv. Et viktig tiltak

er å gi kjedene enda større ansvar for sine egne aktiviteter, slik at samarbeidet med leverandørene styrkes ytterligere.

Som leder gjennom mange år i ulike selskaper har Philipp lært seg å puste med magen.

– Å lede når alt går bra, tør jeg påstå er forholdsvis lett, humrer han.

– Men når tidene er mer krevende, er det en leders oppgave å skaffe seg oversikt, forstå det store bildet og finne de riktige knappene å trykke på. Man må finne ro til å se det større perspektivet, uten at man mister farten som kreves for å gjøre de nødvendige endringene.

Coop Norge har gjennomgått flere viktige endringer i 2023. Kostnader er kuttet, mer teknologi er tatt i bruk, energiforbruket er redusert, og en rekke andre tiltak har bidratt til Coops overordnede mål, nemlig å skape verdier og dele overskuddet.

– Sammen med våre eiere, altså samvirkelagene, har vi levert et rekordstort kjøpeutbytte. I 2023 ble over 1,4 milliarder kroner gitt tilbake til samvirkelagenes medlemmer. Kombinert med kupong- og medlemskuprabatter ble den totale medlemsnyttens i 2023 på over 2,5 milliarder kroner. Dette er tall det er lov til å være stolt av. Like viktig, i hvert fall om man skal tillate seg å se litt innover, har det vært å oppleve hvordan mine kollegaer gjennom året har vist en positiv pågangsvilje og imponerende endringsvillighet. Det lover godt for fortsettelsen!

Voldsom fremgang

De siste tolv månedene har egne merkevarer (EMV) virkelig skutt fart. 23,5 prosent av alle produktene som selges i Coops butikker og varehus, er nå EMV, noe som er en rekordhøy andel.

- Det overrasker meg ikke, sier Philipp engasjert.
- Kundenes prisbevissthet i 2023 gjorde at mange utforsket EMV for første gang. Utvalget er bredt, og produktene er gode. Våre tester og resultater viser at kundene opplever produktene som minst like gode som merkeleverandørenes varer.

Selv om Norge fremdeles ligger bak store deler av Europa når det gjelder andelen av egne merkevarer i dagligvarehandelen, tror Philipp at utviklingen fra 2023 vil fortsette inn i 2024.

- Kategorien har et enormt potensial når det gjelder både pris, kvalitet og innovasjon. Jeg har selv testet og smakt på mye av det som kommer fremover, og kan med hånden på hjertet varmt anbefale det til medlemmer, kunder og selvsagt også mine kollegaer. Vi baserer produktutviklingen på vår unike kundeinnsikt, og målet er alltid å kunne tilby kundene det beste mangfoldet av kvalitetsprodukter til gode priser. Til de som er bekymret over utviklingen innen egne merkevarer, vil jeg si at det også fremover utvilsomt vil være en god miks av andres og våre egne merkevarer i våre butikker.

Bærekraftig salat
Bærekraft har blitt en naturlig del av alle store bedrifters hverdag,

– I Coop jobber vi med bærekraft hver eneste dag. Noe annet alternativ eksisterer ikke.

samtidig som dette området med sine mange kompliserte tema-tikker har gjennomgått en viktig modningsprosess de siste årene.

– I 2023 startet vi en prosess for å gjennomføre en såkalt dobbelt vesentlighetsanalyse, et verktøy som er mer relevant å bruke enn noen gang. I 2024 blir det viktig for oss å ta dette arbeidet videre.

Vi har blant annet sett på

hvordan organisasjonen påvirkes av miljøfaktorer som tørke, flom og andre klimaendringer. Den nevnte modningen på området gjør at dette arbeidet nå blir en mer naturlig del av alt Coop Norge og samvirkelagene gjør.

- La meg få understreke at bærekraft ikke primært er et kommersielt hensyn. Bærekraft er noe vi har brukt mye tid og ressurser på tidligere, og innsatsen

vil bare øke i årene fremover. Vi har alltid som mål å levere gode resultater, men dersom ikke dette gjøres på en ansvarlig måte, ja da er det ikke lenger holdbart. Så enkelt er det.

Uansett hva slags type bærekraftsarbeid det gjelder, har Coop Norge som mål å skulle påvirke i positiv retning.

- Vi har satt oss tydelige mål for alt fra hvordan vi behandler ansatte og mennesker i verdikjeden vi er en del av, til matsvinn, energiforbruk og utslipp. Der vi kan bidra aller mest akkurat nå, er ved å redusere utslipp knyttet til vår primærdrift. Det er en oppgave vi tar på alvor, og som vi kontinuerlig skal bli bedre på.

Med over 2 millioner medlemmer i samvirkelagene har Coop i Norge en betydelig mulighet til å gjøre en forskjell.

- Samarbeidet med organisasjoner som Kreftforeningen og deres Rosa sløyfe-kampanje, og vårt eget prosjekt Coopdugnaden i samarbeid med Røde Kors, er begge gode eksempler på hvordan vi tenker langsiktig rundt det sosiale aspektet inn-enfor bærekraft. Jeg vet at jeg snakker for mange som jobber i Coop Norge, når jeg sier at denne typen prosjekter ikke bare gir oss muligheten til å bidra, det gjør også arbeidshverdagen mer meningsfull.

Selv om Philipp er tilhenger av prinsippet «ingen nevnt, ingen glemt», er han villig til å gjøre et unntak for et av fjorårets mest spennende prosjekter: Himmelgrønt.

- Vårt datterselskap Coop Norge Industri har inngått et samarbeid med teknologiprodusenten Avisomo. Målet er enkelt, nemlig å produsere mest mulig salater med minst mulig innsatsfaktorer som vann og energi, alt helt uten bruk av sprøytemidler.

Himmelgrønt baserer seg på såkalt hydroponisk, vertikal dyrking i en lagerhall, der alt arbeid utføres av roboter. Den helautomatiserte prosessen

sørger for at salatene som produseres, får bedre holdbarhet, og at matsvinnet reduseres betraktelig.

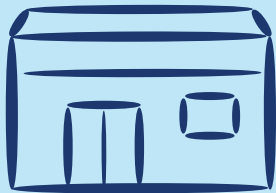
- Jeg har forståelse for at noen kanskje synes at dette er en overraskende utvikling. Men skal vi få bukt med utfordringene der stadig mer natur bygges ned og jorda sprøytes med kjemikalier, må vi tenke nytt. For å nå de ambisiøse klima- og naturmålene som verden har forpliktet seg til, ja da må vi samtidig være åpne for ny teknologi og bedre løsninger på gamle problemer.

I første omgang vil Himmelgrønt revolusjonere tilgangen til ferske salater. Coops kunder vil få en mer stabil og mer bærekraftig vei til populære bladsalater av topp kvalitet.

- Himmelgrønt representerer mye av det vi i Coop Norge er opptatt av, nemlig bærekraft og teknologi. Jeg ser frem til det positive bidraget denne nyvinningen vil ha, og gleder meg like mye til nye prosjekter som vil komme i kjølvannet av denne satsingen, avslutter Philipp.



Philipp Engedal
Administrerende direktør i Coop Norge SA



KJEDEOVERSIKT

Coop Norge SA har ansvaret for kjedekonseptene, og samvirkelagene eier og drifter butikker og varehus over hele landet. Vi er stolte over vår brede kjedepordefølge som inkluderer Extra, Coop Mega, Obs, Coop Prix, Coop Marked, Matkroken, Obs BYGG og Coop Byggmix. På de neste sidene kan du lese litt mer om hver og én av kjedene.



EXTRA ER LAVPRISBUTIKKEN MED STØRST UTVALG

Lavpriskjeden Extra er Norges yngste og raskest voksende lavpriskjede, med en omsetning på hele 37 milliarder kroner og en vekst som inkluderer nærmere 30 nye butikker i 2023. Extra er landets tredje største dagligvarekjede. Extra-butikkene betjener over 3,2 millioner kunder ukentlig og sysselsetter over 10 000 ansatte. Lavpriskjeden, som også har en stor andel selvbetjente kasser, skiller seg ut i lavprissegmentet med sitt brede varesortiment på over 5 000 ulike varer, betydelig mer enn lavpriskonkurrentene. Extra appellerer spesielt til barnefamilier ved å tilby et stort utvalg av ferskvarer, middagsløsninger, frukt og grønt, brødvarer og spesialprodukter til ekstra lave priser. Takket være kjedens brennende engasjement for kundeservice, lave priser og kampanjer kan den tilby kundene en best mulig handleopplevelse og Coops medlemmer gode og relevante fordeler. Hos Extra kan kundene forvente seg lave priser, stort utvalg og hyggelige ansatte.



Omsetning: 37 milliarder kroner
Antall butikker: 564

Slagord: Gjør det billig!
Kjededirektør: Håvard Jensen



COOP MEGA ER ET INSPIRERENDE MØTESTED I HVERDAGEN

Coop Mega er den grønne, mangfoldige supermarkedkjeden hvor matglede står i fokus. Kjedenes slagord «Lenge leve mangfoldet» gjenspeiler butikkenes ambisjon om å tilby et bredt spekter av matvarer som inspirerer til gode matopplevelser. Ved å være ledende på nye matvaretrender og prioritere ferske kvalitetsprodukter er Coop Mega et fremtidsrettet supermarked. Kjedenes suksess vises gjennom positiv vekst i nøkkeltallene, med økning i både kundebase og omsetning. Coop Mega har etablert seg som en landsdekkende kjede og er ofte et viktig anker som trekker kundene til kjøpesentre. Kjeden har også et sterkt engasjement for bærekraft, med en særskilt posisjon innen økologiske og vegetariske produkter, blant annet gjennom en populær medlemsbonus på Ånglamark – Coops egen serie av bærekraftige, allergivennlige og økologiske produkter. Den bærekraftige profilen styrkes av sertifiseringen som Norges eneste debiosertifiserte dagligvarekjede, som fremmer valg av bærekraftige produkter blant forbrukerne.



	Omsetning:	6,7 milliarder kroner	Slagord:	Lenge leve mangfoldet
	Antall butikker:	66	Kjededirektør:	Stian Lysaker



HOS OBS SPARER DU TID OG PENGER

Obs er en innovativ kjede som tilbyr inspirerende og smarte handleopplevelser for alle som ønsker å spare både tid og penger. Kjeden skiller seg ut ved å kombinere dagligvarer med faghandelsvarer, slik at kundene får en komplett handleopplevelse på ett sted – et konsept som er unikt i Norge. Med en visjon om å levere verdi for pengene trekker Obs til seg lojale kunder som er villige til å reise langt for å få en inspirerende handel med gode tilbud og stort utvalg. Obs har spesielt fokus på å gjøre seg attraktive for familier. Siden de ofte kjøper både faghandelsvarer og dagligvarer, utgjør de en viktig kundegruppe. Kjedenes verdiforslag innebærer blant annet å være best på sesong og anledninger, samt å tilby en sømløs kundereise både i fysisk og digital form, slik at kundene kan gjennomføre hele handelen sin på en effektiv og inspirerende måte. Obs sitt slagord «Kunsten å handle smart» er like sant både i varehusene og på nettet.



	Omsetning:	10 milliarder kroner	Slagord:	Kunsten å handle smart
	Antall varehus:	31	Kjededirektør:	Lars Midttun



COOP PRIX ER DEN HYGGELIGE NABOLAGSBUTIKKEN

Coop Prix profilerer seg som den innbydende nabolagsbutikken for enkle hverdagsinnkjøp. Butikken er kjent for å tilby hurtige løsninger for daglighandelen og legger vekt på effektivitet, tilgjengelighet og bekvemmelighet. Med et konsept som er skreddersydd for både urbane og rurale behov, tilpasser Coop Prix seg forskjellige typer lokaler og kundebaser. Enten det er snakk om en stor eller liten handel, tilbyr kjeden et skalerbart format som møter forbrukernes forventninger. I tråd med sitt løfte om raske og enkle løsninger går Coop Prix foran innen teknologisk innovasjon. Kjeden innfører fremtidsrettede butikkonsepter, inkludert døgnåpne og digitalt bemannede butikker, nye betalingsløsninger samt personlige tilbud og tjenester som gir kundene enda mer verdi. Coop Prix er dedikert til å levere en raskest mulig dagligvarehandel, og reklamemaskoten Dovendyret har på kort tid blitt selve symbolet på at en handletur i en av kjedens butikker alltid er «Fort gjort». Med en klar ambisjon om å forbedre kundeopplevelsen har Coop Prix de siste årene oppgradert flesteparten av butikkene sine for å kunne tilby en enda mer strømlinjeformet og kundevennlig handleopplevelse.



	Omsetning:	7 milliarder kroner	Slagord:	Fort gjort
	Antall butikker:	255	Kjededirektør:	Aud Lundstad



COOP MARKED OG MATKROKEN KNYTTER LOKALSAMFUNN SAMMEN

Coop Marked og Matkroken er Coops lokale nærbutikker, som er strategisk plassert rundt om i både små og store norske kommuner. Disse kjedene er gjerne knutepunkter i lokalsamfunnene, kjent for sitt engasjement for norske mattradisjoner og personlig kundeservice. De ansatte, som ofte får ros for sin genuine service, spiller en nøkkelrolle i å opprettholde butikkenes popularitet. For å øke tilgjengeligheten har flere av butikkene vist stor interesse

for å ta i bruk moderne teknologi, inkludert digital bemanning i deler av åpningstiden. Dette er fremtiden for de minste butikkene. På den måten kan de opprettholde lønnsomheten, slik at kundene får beholde nærbutikken sin. Ved å kombinere tradisjonelle verdier med innovativ teknologi kan Coop Marked og Matkroken fortsette å være en viktig del av dagliglivet i de respektive lokalsamfunnene.



	Omsetning:	1,2 milliarder kroner	Slagord:	Godt vi har hverandre
	Antall butikker:	103		
	Omsetning:	800 millioner kroner	Kjededirektør:	Aud Lundstad
	Antall butikker:	81		



OBS BYGG GIR LAVPRIS TIL ALLE

Obs BYGG utmerker seg som Norges største lavpriskjede innen byggevarer og gjør det mulig for kundene til å realisere sine drømmer for hjemmene og fritidsboligene sine på en tids- og kostnadseffektiv måte. Med 59 varehus strategisk plassert fra Alta i nord til Kristiansand i sør har kjeden et solid nasjonalt nærvær i forbrukermarkedet for byggevarer. Med en imponerende omsetning på over 6 milliarder kroner, der en stadig større andel kommer fra netthandel, samt en markedsandel på 40 % i privatmarkedet, har Obs BYGG en ledende rolle i bransjen. Kjedens misjon er å levere byggevarer til lavest mulig pris, med slagordet «Enklere å si ja». En særegenhet er at deres drive-in-løsning, som tilbyr en unik og praktisk handleopplevelse, også tilbys til privatmarkedet. Kundene kan bruke bilen som handlevogn, plukke og handle byggevarer innendørs og avslutte handelen med å betale i kassen eller med Coopay. Obs BYGG skal gjøre det så kostnadseffektivt og enkelt som mulig å igangsette nye byggeprosjekter. Obs BYGG er i dag den kjeden som har best skår på prisoppfatning, høyest kundetilfredshet og sterkeste preferanse blant kundene i markedet. Dette er solide bevis på at forbrukerne foretrekker å handle sine byggevarer hos Obs BYGG.



	Omsetning:	6,7 milliarder kroner	Slagord:	Enklere å si ja
	Antall varehus:	59	Kjededirektør:	Espen Braaten



COOP BYGGMIX ER DEN LOKALE BYGGEVAREFORRETNINGEN

Coop Byggmix, med sine 40 varehus og en omsetning på 460 millioner kroner, skiller seg ut som en av Coops mest kundeorienterte profiler. Dette bekreftes av en imponerende kundetilfredshet på 85,6 prosent ifølge Løpende Kundemålinger (LKM), den høyeste blant alle kjeder og profiler. Som en landsdekkende byggevareprofil tilbyr Coop Byggmix et omfattende utvalg av produkter og varekategorier til privat- og bedriftskunder bestående av både egne og velkjente merkevarer. Med en policy om faste lave priser, supplert med kampanjer og sesongmessige tilbud, sikrer profilen at prisene forblir konkurransedyktige året rundt. Coop Byggmix tilbyr et variert og lokalt tilpasset sortiment som omfatter maling, verktøy, jernvare og gulv, samt sesongrelaterte varer som hageredskaper og oppvarmingsprodukter. De større butikkene tilbyr også trelast og tyngre bygg- og betongprodukter, samt et utvalg av gulv og baderom.



	Omsetning:	460 millioner kroner
	Antall varehus:	40

ÅRET OPPSUMMERT

2023 bød på en rekke små og store høydepunkter for de ansatte, kundene og samvirkelagenes medlemmer. På de neste sidene kan du lese om noen av de viktigste.

FØRSTE KVARTAL



Rekordhøyt kjøpeutbytte

I februar fikk medlemmene av samvirke-lagene i Coop utbetalt over 1,3 milliarder kroner i kjøpeutbytte. Kombinert med kupong- og medlemskupprabatter ble den totale medlemsnytt i 2023 på over 2,5 milliarder kroner – nok et bevis på at det lønner seg å velge Coop.



Ny administrerende direktør på plass

Philipp Engedal starter i jobben som administrerende direktør for Coop Norge SA 1. februar. Han kommer fra samme stilling i Flytoget. Philipp har tidligere erfaring som toppleder i dagligvarebransjen, blant annet som leder for logistikk og vareflyt i den svenske og tidligere norske delen av dagligvare-konsernet ICA.



Sustainable Brand Index

For andre året på rad toppet Coop Norge dagligvare-kategorien, og Obs ble ran-gert som beste virksomhet innenfor kategorien Hobby & Fritid. Sustainable Brand Index, som er Europas største markedsstudie på bærekraft, har fått 11 000 norske forbruk-ere til å vurdere 248 norske virksomheter.



Medlemskupp

I 2023 ble det tatt en rekke grep for å øke den kommer-sielle kraften i Coops medlemskupp. To tiltak som har løftet konseptet til nye høyder, var å lansere et nytt medlemskuppdesign samt å sørge for tydeligere kommu-nikasjon ut til kundene. Resul-tatene fra medlemskuppet «-50 % på all Pizza Grandiosa» i uke 6 satte nye rekorder og viste hvilken kraft dette konseptet har.



Totenpoteter AS

Coop Norge har som mål både å sikre kompe-tanse på og øke konsumet av norskproduserte poteter. 1. februar overtok Coop Norge Industri AS alle aksjene i Totenpoteter AS, som tidligere var deleid sammen med Hoff SA. Bedriften pakker årlig mellom 8 000 og 10 000 tonn poteter i forbrukerpakninger for salg i Coops mange dagligvarebutikker.



Samarbeid om Skjettenveien 40

Coop Norge Eiendom AS (CNE) skal blant annet bistå samvirkelag med å utvikle sin eiendoms-portefølje, samt bidra til å utvikle gode nærings-lokaler for handelsvirksomhet. I februar ferdig-stilte CNE et større prosjekt i samarbeid med Ø.M. Fjeld AS bestående av 63 leiligheter og en ny Extra-butikk for Coop Øst SA, i Skjettenveien 40 på Strømmen utenfor Oslo.

ANDRE KVARTAL



Nyt Norge

Coop Norge prioriterer norskproduserte varer. Det er fordi vi i Norge har svært god dyrehelse, leverer friske planter, er et av landene i verden som bruker minst antibiotika i matproduksjon, og ikke minst fordi kundene etterspør norske varer. Coop er selv den største brukeren av Nyt Norge-merket gjennom våre egne merkevarer (EMV). I 2023 var det 649 varer med Nyt Norge-merket fordelt på Coops egne merkevarer Coop, Xtra, Änglamark, Smak* og Henriettes.

Inkognito AS + Coop Norge SA = Enda mer sant

Etter 30 års samarbeid med Inkognito AS inngikk Coop Norge SA i mai en avtale om å kjøpe samtlige aksjer i dette selskapet. Inkognito, et fullverdig produksjonsbyrå som tilbyr tjenester og ekspertise innen kreativ produksjon, vil driftes videre som et heleid datterselskap. Vi ønsker Inkognitos 35 ansatte velkommen til å bli en del av Coop-familien.

Europeisk premiedryss!

I mai vant Coops egne merkevarer gull i tre kategorier under den internasjonale konkurransen Salute to Excellence Awards, som hedrer dagligvareaktører for innovasjon innen egne merkevarer (EMV). Dommerpanelet vurderte over 500 produkter i 90 ulike kategorier fra 20 land, og de tre prisene Coop innkasserte, var for Coop Frøknekebrød, Coop Fra havet Fiskeburger Mac'n Cheese og Änglamark vindusspray og refill.

Nytt styre i Coop Norge SA

På Årsmøtet i Coop Norge SA, som ble avholdt 8. juni, ble et nytt styre valgt. Valgkomitéens mål var å sikre en sammensetning av solid kompetanse og erfaring fra samvirkelagene, kombinert med erfarne og kompetente ledere med nye perspektiver. Å finne balansen mellom kontinuitet og fornyelse var svært viktig for komitéens arbeid.

Pristak i Extra

1. juli innførte lavpriskjeden Extra pristak, et tiltak kjeden var først ute med å innføre i august året før, på over 100 populære sommervarer. For å avhjelpe nordmenns økonomi gjennom en sommer med høy inflasjon og høy kronekurs garanterte Extra at prisen på produkter som grillribbe, sommerkoteletter, krone-is og maiskolber ikke ville gå opp, men bare kunne gå ned.

Dovendyret vinner Gullfuglen

Coop Prix sin maskot, Dovendyret, vant i andre kvartal TV2.no sin digitale konkurranse Gullfuglen. Tydelighet og gjenkjennelighet var elementer som gjorde at TV2s lesere raskt la merke til annonsen, noe som støttes av en måling som viste at hele 77 prosent hadde lagt merke til det. Dovendyret har på kort tid klart å bli en kjenning i dagligvarebransjen.

TREDJE KVARTAL



Salget av plastposer stuper

Tirsdag 1. august ble prisen på plastposer justert til 4,25 kroner etter at kontingenten til Handelens Miljøfond ble doblet, ett av mange tiltak for å redusere plastposeforbruket. Sammenlignet med samme uke i 2022 opplevde Coops butikker en salgsøkning av handlenett på hele 320 prosent. Handlenettene, som er laget av plast og utvunnet av sukkerrør, er det mest miljøvennlige alternativet på markedet i dag. De kan brukes mange hundre ganger og gjenvinnes som vanlig plast når de er utslitt, pluss at de gir medlemmene gjenbruksbonus hver gang de benyttes.



Medieavtale med WAL

I august utvidet Coop samarbeidet med reklamebyrået WAL (We Are Live) til også å inkludere mediebyråtjenester. Planen er å bygge et spesialisert fagmiljø innen media der målet er å jobbe raskere og mer sømløst sammen. Dagligvarebransjen og kunde-adferden er i sterk utvikling, og den nye avtalen vil sikre at Coop når ut til kundene sine på en best og mest mulig effektiv måte.



Ny ledergruppe

1. september ble det etablert en ny ledergruppe for Coop Norge som et ledd i å øke selskapets konkurransekraft (les mer om transformasjonsprogrammet på side 35). Målet med den nye organiseringen er å bli mer forretningsorientert, hvor butikkjedene kommer tettere på forretningsledelsen. Strukturer og prosesser skal forenkles og tilpasses mer datadrevne beslutninger med et tydeligere ansvar og mandat i linjen.



ÄNGLAMARK

Änglamark-bonus hos Coop Mega

Änglamark-bonus har vært en viktig satsing over flere år, og det har bidratt til økt lojalitet blant kundene. Produktene blir stadig forbedret, og utvalget øker kontinuerlig, noe som har vært spesielt populært blant dem som handler hos Coop Mega. Til tross for at dyrtid har dominert 2023, økte salget av Änglamark-produkter i tredje kvartal, og dermed også Änglamark-bonusen.



Coop-dugnaden ble enda sterkere

Coop-dugnaden er et samarbeid mellom Coop Norge og Røde Kors som gir økonomisk støtte til lavinntektsfamilier ved å ta regningen for medlemskontingent, treningsavgift, utstyr og andre relaterte kostnader. For å bidra inn til det stadig voksende samfunnsproblemet fikk Coop Norge med seg TINE, Orkla Foods Norge og Goman på laget i tredje kvartal av 2023. Coop-dugnaden har siden oppstarten i 2018 hjulpet nærmere 8 000 barn fra hele landet og delt ut over 25 millioner kroner.



Matsvinn

En av de største miljøutfordringene i den globale matbransjen er matsvinn. Som Norges nest største dagligvareaktør er Coop dermed en del av både utfordringen og løsningen. I 2023 har Coop Norge konsern redusert matsvinnet med 42 prosent sammenlignet med basisåret 2019, samt videreført og styrket samarbeidet med Matsentralen og Too Good To Go og solgt store mengder mat gjennom konseptet Matredder'n.

FJERDE KVARTAL



Årets annonsør

I oktober vant Coop Norge den gjeve Annonsørprisen da Mediaforum delte ut årets Mediepriser på sin årlige høstkonferanse. Prisen, som har til hensikt å hedre en annonsør som har bidratt til at mediefaget videreutvikles, gikk til Coop Norge blant annet fordi selskapet jobber svært forbilledlig med innsikt og er en av få aktører som måler effekten av alle markedsinvesteringene gjennom en egen salgsmodellering.



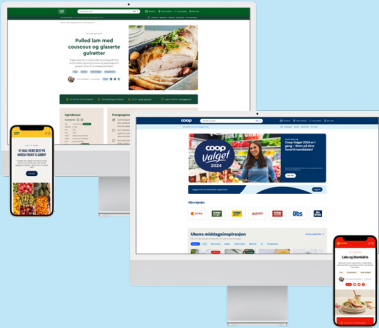
Dagligvarebransjens beste omdømme

I den årlige omdømmeundersøkelsen av landets største virksomheter utført av Ipsos i oktober landet Coop Norge på en femteplass. Resultatet er nok en gang betydelig bedre enn våre nærmeste konkurrenter. Det er spesielt blant yngre mennesker at Coop Norge oppnår høyest anseelse. Syv av ti spurte under 25 år har et godt eller svært godt inntrykk av Coop Norge.



Rosa sløyfe-rekord

I oktober støttet Coops kunder nok en gang Rosa sløyfe-aksjonen ved å kjøpe frukt og grønt, utvalgte hygieneprodukter, rosa gjenbruksnett og donasjonsvarer. Resultatet ble en rekordstor donasjon på over 13,2 millioner kroner til kampen mot brystkreft. Coop Norge har vært samarbeidspartner med Kreftforeningen i over 15 år og er stolt over å være hovedsponsor av denne viktige aksjonen.



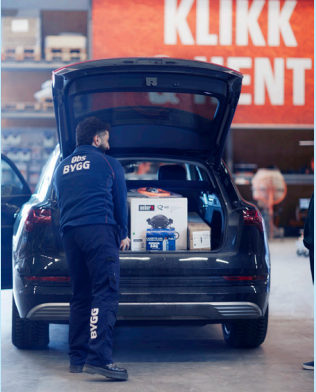
Nytt coop.no

I uke 48 lanserte Coop nye nettsider. For å skape enda bedre og mer relevante kundeopplevelser, samt utvikle organisasjonens digitale økosystem, er nettstedet basert på en fremtidsrettet teknologi. Prosjektet har involvert ulike fagekspertter fra mange ulike avdelinger i Coop Norge.



Digital bemanning

14. september åpnet dørene for den nyoppussede og digitalt bemannede Matkroken-butikken i Storvika, som er nok et eksempel på Coops rike innovasjonshistorie. For 70 år siden startet kooperasjonen med selvbetjente butikker, Shop Express ble lansert i 1998, og selvbetjente kasser kom for snart ti år siden. Takket være ny teknologi kan små distriktsbutikker overleve, og butikken i Storvika har allerede opplevd betydelig økt omsetning som følge av tiltak som oppussing og utvidet åpningstid med digital bemanning i deler av den.



Black Week og nettrekorder

Under Black Week, den årlige handleuken med lave priser og ekstra gode tilbud, økte faghandelsomsetningen på nettet med utrolige 24 prosent for Obs og Obs BYGG. I 2023 passerte også omsetningen i nettbutikken 1 milliard kroner, og veksten fortsetter inn mot 2024.

FJERDE KVARTAL forts.



NM i kjøttprodukter

Coops egne merkevarer hevdet seg nok en gang sterkt i kjøttbransjens NM-kåring, en årlig konkurranse som arrangeres av Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund, og som i år ble avholdt i november. I år var 562 produkter fra 60 kjøttprodusenter påmeldt, og Henriettes pinnekjøtt urøkt vant både gullmedalje og norgesmestertittelen. Dommerpanelet på 20 uavhengige fagfolk tildelte også gullmedaljer til Coop italienske kjøttboller, Coop okserull, Coop kokt skinke og Xtra ribberull.



Nye butikker i Norsk Butikkdrift AS

I løpet av 2023 åpnet og oppgraderte Norsk Butikkdrift en rekke flotte butikker. Tre av nyåpningene var Extra Leuthenhaven i Trondheim i mars, Coop Mega Ullevål i Oslo og Extra Åssiden i Drammen, som begge åpnet i november. Extra-butikken i Trondheim ligger sentralt plassert i sentrum. På Ullevål har Coop Mega-butikken flyttet fra et lokale tilknyttet landslagsarenaen til et annet, og i Drammen er Extra-butikken åpnet i et flunkende nytt bygg. Med det teller Norsk Butikkdrift 305 butikker over hele landet.



Snipetjernveien 2

Mot slutten av 2023 gikk Coop Norge Eiendom seirende ut av kampen om å kjøpe Snipetjernveien 2 på Langhus. Tomta, omtalt som en meget sentral og god logistikkeiendom, er nabo til Coop Norges eksisterende hovedlager for faghandelsprodukter. Dette gjør det til et strategisk viktig tomtekjøp som gjør Faghandel i Coop Norge klar for fremtidig vekst.



22 års vekst

Obs BYGG avsluttet året på samme måte som de siste 21, nemlig med vekst sammenlignet med både fjoråret og markedet. Rekken er ekstra imponerende i et år hvor byggevaremarkedet har negativ utvikling totalt sett og er krevende for de fleste. Obs BYGG Montering AS, som ble lansert i 2023, er ett av flere nye initiativer som skal bidra til vekst også i årene fremover.



Himmelgrønt AS

27. november etablerte Avisomo – på bildet representert med Martin Molenaar, gründer og daglig leder, og Jo André Flåseth, gründer og Lead Systems Developer – og Coop Norge Industri selskapet Himmelgrønt, som skal drive innendørs vertikal dyrking av salater og urter, et bidrag til en mer fremtidsrettet og bærekraftig norsk matproduksjon. Les mer om Himmelgrønt på side 33.



COOP INN I FREMTIDEN

I en årsrapport ligger mye av oppmerksomheten på viktige hendelser fra et avsluttet år. Men 2023 la også fundamentet for en rekke spennende prosjekter som vil få effekt i årene som ligger foran oss.

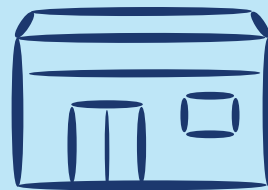


Obs BYGG fortsetter ekspansjonen

I et byggevaremarked som har gjennomgått krevende økonomiske tider, skiller Obs BYGG seg ut med en imponerende omsetningsvekst for 22. året på rad. Med nye varehus planlagt i Bodø, Tønsberg, Fredrikstad og Elverum i 2024 utvider vi til nye markedsområder med stor entusiasme og forventning om god omsetning.

Tilpasning til ulike markedsforhold har vært sentralt for Obs BYGGs suksess. Derfor tester vi også ut et mindre varehusformat som kan etableres over hele landet. Obs BYGG Støren, som nylig ble omprofilert fra Coop Byggmix, er første pilot ut og viser allerede bemerkelsesverdige veksttall. Neste på listen er Elverum, med åpning i juli 2024, etterfulgt av ytterligere varehus i 2025. Disse pilotene er viktige skritt mot å etablere Obs BYGG i lokale markeder, og vi har stor tro på at dette nye formatet skal oppnå gode resultater. Vårt mål er ikke bare å ekspandere, men å være et foretrukket handlested for byggevarer og realisere drømmen om oppussing av hjem og fritidsboliger for enda flere.

Obs BYGGs merkevare har etablert en sterk posisjon innenfor landets byggevarehandel, hvor kundenes lojalitet er drivkraften bak den kontinuerlige veksten. Ved å videreutvikle dette konseptet, og med en ambisjon om å øke kundetilfredsheten ytterligere, har vi store forventninger om videre ekspansjon og stadig nye omsetningsrekorder i 2024.



Obs Fredrikstad

Obs går nye veier med sin etablering på Værstetomta, et pulserende område i hjertet av Fredrikstad. Dette 4 228 kvm store varehuset, som åpnes i fjerde kvartal 2024, vil være en milepæl for Obs. Ikke bare er det første gang vi åpner et varehus i et bysentrum, det er også den første nyetableringen siden Obs Haugenstua i 2017.

Innenfor varehusets primærområde bor det over 53 000 mennesker. Med en estimert omsetning på 1,5 milliarder kroner fra varehandelen er vi overbevist om at dette nye varehuset vil bli en betydelig aktør i regionen. Obs skiller seg ut med et unikt konsept som kombinerer omfattende vareutvalg og attraktive tilbud. Med et sterkt fundament i både dagligvare og faghandel forventer vi at Obs vil ha en tiltrekningskraft for hele området. Værste AS har vært katalysatoren for transformasjonen av det 28 mål store området, som allerede huser Fredrikstad Stadion, Høgskolen i Østfold, Helsehuset og Cowi.

Med sitt slagord «Kunsten å handle smart» understreker Obs sin rolle som en innovativ kjede som tilbyr inspirerende og smarte handleopplevelser. Spesielt for familier som ønsker å spare både tid og penger, tilbyr vi en unik og komplett handleopplevelse. Det nye varehuset i Fredrikstad vil uten tvil styrke Obs sin posisjon innenfor detaljhandel og tilby kundene en handleopplevelse som er både praktisk og prisgunstig – alt under ett og samme tak.



Himmelgrønt

Coop Norge Industri satser friskt og fremtidsrettet med sitt nystartede Himmelgrønt AS, et partnerskap med teknologipioneren Avisomo. Sammen tilbyr de en ny æra av matproduksjon med hel-automatisk, vertikal salatdyrking.

Klimaendringenes påvirkning på jordbruket stiller oss overfor økende utfordringer med å sikre stabile leveranser av bladsalater til Norge. Med innendørs dyrking tar vi denne utfordringen på strak arm og innleder en ny og bærekraftig fase av matproduksjon. Denne teknologien, som er levert av Avisomo, vil revolusjonere tilgangen på ferske bladsalater og gi Coop en stabil tilgang og et langt lavere klimaavtrykk sammenlignet med import. Himmelgrønt skal levere renere produkter med lengre holdbarhet, noe som betyr mindre matsvinn og større fordeler for miljøet så vel som kundene. Vertikalt landbruk er ikke bare arealeffektivt, men også en mulighet for innovasjon innen nye produkter og smaker. Vårt mål er å redusere svinn i alle ledd, blant annet gjennom kortere og mer skånsomme behandlingsprosesser. Den hel-automatiske produksjonen er både skalerbar og fleksibel og gir effektiv drift og økt konkurransekraft.

Himmelgrønt forener det beste fra industri og detaljhandel i en innovativ løsning, med mål om å utvide omfanget basert på vellykkede piloter. For Coop åpner dette opp for en rekke nye kvalitetsprodukter for kundene, og for Avisomo gir dette et springbrett til internasjonal ekspansjon.



Matsvinn

Coop Norge har inntatt en ledende rolle i kampen mot matsvinn, med mål om å halvere det innen 2030, i tråd med nasjonale forpliktelser og bransjeavtalen for matsvinn signert i 2017. Som Norges nest største dagligvareaktør både bør og skal vi ta ansvar for matsvinn i hele verdikjeden vår.

Aller først skal vi minimere matsvinn i butikkene og på lagrene våre med 30 prosent innen 2025, sammenlignet med basisåret 2019. Dette skal skje gjennom en helhetlig og forbedret varebestilling, samt presise rutiner for varehåndtering og emballering. I tillegg vil samarbeid med leverandører for å forlenge holdbarheten på ferskvarer, samt innovasjon i nedprisings- og donasjonsløsninger, inngå i våre strategiske grep for å nå målsettingene.

Blant konkrete tiltak i 2023 som fikk mye positiv oppmerksomhet fra både medarbeidere og kunder, er det naturlig å trekke frem konseptet Matredder'n og partnerskapene med Matsentralen og Too Good To Go. Her er kundene selv en aktiv part som er med på å gjøre gode, miljømessige grep, samtidig som de kan spare penger. Disse tiltakene fortsetter inn i 2024 og suppleres blant annet med «Best før 70 prosent», et nytt nedprisningskonsept der varer som har passert «best før»-dato, selges med 70 prosent rabatt. På den måten skal vi sammen bidra til å nå Norges ambisiøse mål om 50 prosent reduksjon av matsvinn innen 2030.

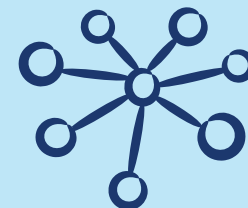


Obs BYGG Montering

Obs BYGG Montering er en dynamisk oppstartsbedrift med en tydelig visjon: å gjøre det enkelt for kundene å si ja til ferdig montering. Hos oss får du tilbud om befaring utført av fagfolk og et uforpliktende fastpristilbud inkludert handleliste. Du handler varene i ditt nærmeste Obs BYGG-varehus og overlater monteringen til fagfolk som garanterer et godt resultat og dokumentasjon på arbeidet.

Vi har fått marsjordre om å ta opp kampen mot konkurrenter som utfordrer markedet. Sammen med resten av Coop skal vi realisere et spennende potensial og imøtekomme de økende forventningene fra våre kunder. Ved å sette kunden først og bidra til å styrke Obs BYGG-konseptet skal vi skape verdier for våre medlemmer, samvirkelag og partnere. I 2023 gjennomførte vi flere pilotprosjekter før vi startet offisielt i desember. Konkurransen er tøff, men vi er godt posisjonert og klare for å møte både utfordringer og muligheter.

Ambisjonene våre er store, men ikke urealistiske. Totalmarkedet, det såkalte ROT-markedet, er stort, og nylige vedtatte EU-krav om mer energieffektive boliger vil legge press på svært mange boligeiere om å etterisolere og gjøre oppgraderinger. Allerede nå tilbyr vi tjenestene våre i og rundt Oslo, Bergen og Trondheim. Våre viktigste fokusområder i 2024 er å skape gode kundeopplevelser, levere solid kvalitet, øke digitaliseringen og være en pålitelig støttespiller for varehusene. Videre vil vi jobbe med å forbedre tjenestetilbudet og styrke vår tilstedeværelse nasjonalt.

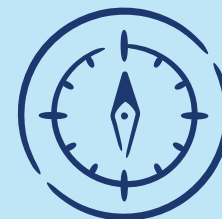


Digitalt økosystem

Vi intensiverer den digitale innsatsen, og fremover skal vi utnytte vårt omfattende digitale økosystem mer effektivt. Vi ønsker å forbedre kundeopplevelsen og utløse vårt fulle kommersielle potensial ved å bruke våre egne kundedata og kanaler mer strategisk. I et mediemarked i endring, hvor personvern blir prioritert og tradisjonell digital annonsering blir mer komplekst, må vi omfavne nye muligheter for å nå flere kunder via våre egne kanaler i enda større grad.

Med seks nye produktteam er målet å akselerere utviklingen av produkter og digitale tjenester ved å endre arbeidsmetodikk og sikre at vi leverer verdi til våre kunder og medlemmer. Disse teamene, som er spesialisert på områdene App, Web, Betaling, Shopping, ID og Medlem & Partner, er opprettet for å forsterke samarbeidet og øke tempoet på utviklingen av vårt digitale økosystem. Et annet viktig grep er oppkjøpet av reklamebyrået Inkognito og det utvidede mediasamarbeidet med reklamebyrået WAL. Ved å samle medie- og reklametjenestene skal vi jobbe mer effektivt og satse mer på eget innhold og våre egne kanaler, noe som vil øke Coops konkurransekraft ytterligere.

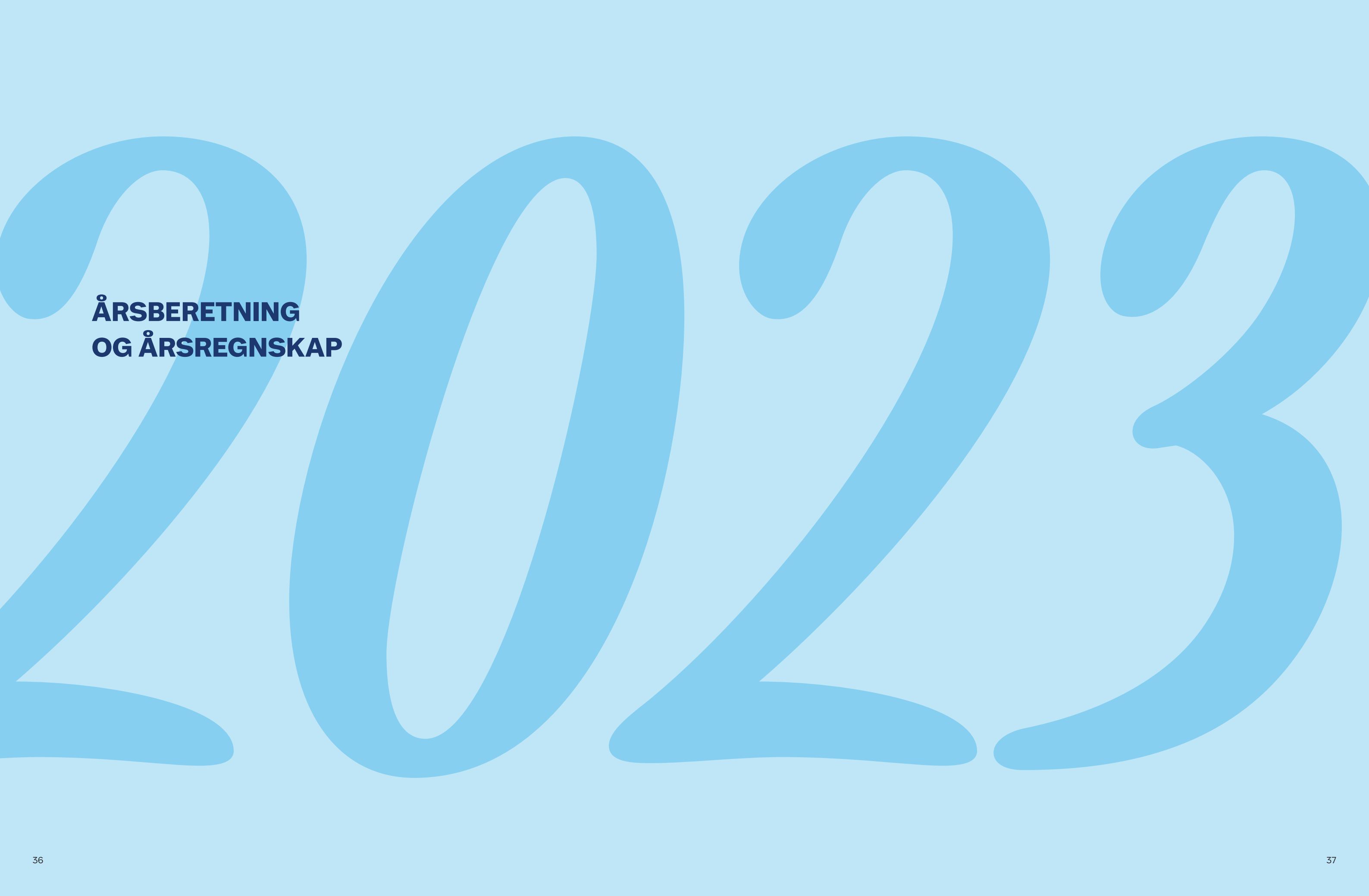
Vårt arbeid omfatter ikke bare teknologi og funksjoner, men også produksjon av engasjerende innhold. Produktteamene i Marketing Operations skal nå jobbe tett med kjedene, mormerket og samvirkelagene for å utvikle og distribuere innhold som forsterker Coops merkevarer på tvers av våre digitale kanaler. Ved å sette mål, måle resultater og kontinuerlig optimalisere vil vi sikre at initiativene resulterer i konkret forretningsverdi.



Ny strategi og transformasjonsprogram

Coop opererer i krevende markeder med sterk konkurranse og raske endringer. For å opprettholde vår konkurranseevne må vi være fleksible og ha evnen til å gjøre hurtige omstillinger. Skal Coop kunne levere på de ambisiøse målsettingene vi har satt oss, må organisasjonen ha en tydelig retning å navigere etter. I august startet derfor arbeidet med den nye strategien for Coop i Norge, som skal gjelde frem til 2030. Strategien har blitt utviklet av styret i Coop Norge SA, med innspill fra en referansegruppe bestående av representanter for samvirkelagene. Underveis har arbeidet blitt presentert for alle samvirkelagene på Daglig leder forum, og det vil bli sendt på høring før Årsmøtet i juni 2024, der den overordnede strategien skal vedtas formelt.

Parallelt med dette utarbeider Coop Norge en egen strategi for å realisere Coop i Norge sine ambisjoner. Som en del av denne strategiutviklingen ble det høsten 2023 igangsatt et større arbeid med å avdekke forbedringsområder gjennom et transformasjonsprogram. Dette programmet har foreløpig bestått av arbeidsstrømmer innenfor Fukt og grønt, Dagligvarekjedene, Logistikk / Supply Chain, Bygg, Markedsføring, Innkjøp samt Kultur og ledelse. Programmet inkluderer en rekke initiativer og aktiviteter som skal videreutvikles og konkretiseres, og Coop Norge er allerede godt i gang med arbeidet innenfor de prioriterte områdene.



ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP

STYRET



Tore Tjomsland
(Coop Øst SA)
Styrets leder



Yngve Haldorsen
(Coop Nord SA)
Nestleder



Hilde Førland
(Coop Hordaland SA)
Styremedlem



Anne Berg Behring
(Coop Sørøst SA)
Styremedlem



Bjørn Vik-Mo
(Coop Midt-Norge SA)
Styremedlem



Lars Arve Jakobsen
(Coop Nordland SA)
Styremedlem



Runar Laukvik Leite
(Coop Sørvest SA)
Styremedlem



Gunn Pinslund
(Representant for de ansatte)
Styremedlem



Øystein Berg
(Representant for de ansatte)
Styremedlem



Tore Veia Berghagene
(Representant for de ansatte)
Styremedlem



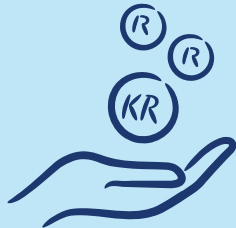
Knut Berg
(Representant for de ansatte)
Styremedlem

COOP ER KLAR FOR VIDERE VEKST

Coop Norge konsernet er klar for videre vekst takket være utvidet logistikkapasitet innenfor både dagligvare og faghandel. De store logistikk-prosjektene for dagligvare (Gardermoen) og faghandel (Langhus) er implementert og over i en stabil driftsfase. I tillegg til dette gjør en ny organi-sasjonsstruktur med styrket forretningsfokus og et sterkere mandat hos de enkelte kjedene organisa-sjonen bedre rustet for en tydeligere segment-konkurranse og raske endringer i en dynamisk bransje.

¹ Kilde: Nielsen
² Kilde: Virke

Endret forbrukeradferd ga sterkt prispress på dagligvarer.



Dyrtid, høy inflasjon og stadige rentehevinger kombinert med økte dagligvarepriser har endret forbrukeradferden. Forbrukerne er blitt mer prisbevisste og velger oftere lav-pris- og tilbudsvare samt kjedenes egne merkevarer (EMV), mens de handler færre småvarer og ting på impuls. Som følge av denne utviklingen har dagligvaremarkedet vært preget av sterk priskonkurranse og press på marginer.

Nye forretningsområder bidrar til bærekraftig vekst.



I 2023 ble det etablert nye forretningsområder som skal gi kundene et bedre tilbud og bidra til bærekraftig vekst. Obs BYGG Montering AS er i gang med å utvikle tilbudet av mon-terings- og håndverkertjenester for produkter du kjøper hos Obs BYGG. Gjennom det nyetablerte selskapet Himmelgrønt AS satser Coop på helautomatisk, vertikal dyrking av salat og urter for å bidra til en mer fremtidsrettet og bærekraftig norsk matproduksjon.

Extra styrket posisjonen innenfor lavpris.



29,2 %

Lavpriskjeden Extra oppnådde en vekst på 10,2 % i 2023, den høyeste veksten blant Coops kjeder, og økte sin markeds-andel med 0,6 prosentpoeng til 17,3 %. Extra sto for 59,2 % av Coops dagligvareomsetning i 2023. Til sammen hadde Coops dagligvarebutikker en omsetning på MNOK 63 012, og markedsandelen falt fra 29,5 % i 2022 til 29,2 %¹ i 2023.

Fortsatt god medlemsvekst, særlig blant yngre.



2 153 891

Antall medlemmer i samvirkelagene øker betydelig, og ved utgangen av året utgjorde antall medlemmer 2 153 891. Med stor økning særlig blant yngre medlemmer blir digitale kanaler stadig viktigere, både i appen og på nettet. Coops egen mobilbetalingsløsning Cooppay har skapt et konku-ransefortrinn i flere år, og nesten 770 000 medlemmer fore-trekker å bruke det som betalingsmiddel i Coops butikker.

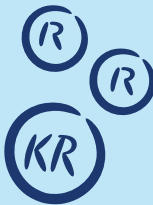
Coop forsterket markedslederposisjonen innenfor byggevarer i privatmarkedet.



40 %

Coops markedsandel i privatmarkedet for byggevarehandel økte med 2,4 prosentpoeng og har med dette passert 40 %². Coops omsetning innenfor byggevare økte med 0,9 % – i et marked som hadde fallende omsetning i 2023.

Bedre årsresultat i 2023 i Coop Norge konsern.



MNOK 228

Årsresultatet for Coop Norge konsern i 2023 endte på MNOK 228. Dette er et sterkt resultat i et år der driften var preget av sterk konkurranse og press på marginer, i tillegg til at stadige renteøkninger ga press på eiendomsverdier. Kapitalmarked-ene bidro sterkt, og finansporteføljen hadde en avkastning på 7,9 % i 2023.

DETTE ER COOP

Coop er Norges nest største aktør i dagligvaremarkedet og den største innenfor privatsegmentet i byggevaremarkedet. Coop har en sterk strategisk posisjon og plass i forbrukernes hverdag på mange områder. Coop ønsker å skape positive verdier for mennesker, miljøet og samfunnet for øvrig.

Over 2,1 millioner medlemmer har eierskap i Coop gjennom sine lokale samvirkelag.

Coop Norge SA eies av samvirkelagene og 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, utvikling og forvaltning av kjedekonsepter samt butikkdrift (Norsk Butikkdrift AS). Utover morselskapet Coop Norge SA er de største virksomhetene Coop Norge Eiendom konsern, Coop Norge Industri konsern og Norsk Butikkdrift konsern.

Samvirkelagene

Per 31. desember 2023 var 58 samvirkelag medlemmer og eiere av sekundærsamvirket Coop Norge SA.

Samvirkelagene hadde en økning i omsetning på 5,4 % i 2023. Samlet omsetning i 2023 var MNOK 56 696 (MNOK 53 791). Samvirke-lagene hadde en svak økning i driftsresultatet fra MNOK 911 til MNOK 966, og en lavere margin ble oppveid av høyere omsetning og lavere driftskostnader i prosent av omsetning. Resultat før skatte-kostnad for 2023 endte på MNOK 1 549 (MNOK 979).

Coop Medlem

Yngre medlemmer strømmer fortsatt til Coop. Blant 131 878 nye medlemmer i samvirkelagene i 2023 var 38 % under 30 år og 60 % under 40 år. Ved utgangen av 2023 hadde samvirkelagene totalt 2 153 891 medlemmer, pluss 285 537 familiemedlemmer.

Samlet medlemsnytte for 2023 var MNOK 2 806 (MNOK 2 531), en økning på 10,9 %. Av dette fikk medlemmene til sammen utbetalt MNOK 1 394 på medlemskonto, som inkluderte kjøpeutbytte, bonus fra samarbeidspartnere, kjedevise bonuser samt gjenbruksbonus for handlenett. Medlemmene fikk også kontantrabatter på MNOK 1 412 i form av medlemskupp, kuponger og kontantrabatter hos samarbeidspartnere i medlemsprogrammet. Samarbeidspart-nerne bidro både med bonus til medlemmene og inntekter til Coop.

Stadig flere medlemmer bruker Coops digitale kanaler både i appen og på nettet. Det jobbes kontinuerlig med å styrke de digitale kanalene for å gi kundene og medlemmene økt inspirasjon og flere muligheter. I 2023 ble det lansert nye nettsider på coop.no. Coopay er veletablert og er et foretrukket betalingsmiddel for mange av de mest lojale medlemmene. Ved årsskiftet hadde Coopay 985 666 registrerte brukere, og det bidrar til å styrke lojaliteten hos medlem-mene. Registrert medlemsandel (handel med medlemskortet eller appen) er stabilt høy og lå på 69,2 % i 2023.

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 konsernet. Formålet med fondet er å sikre innskuddsordningen 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 sam-virkelagene og forvaltes i en portefølje med moderat risikoprofil, bestående av norske pengemarkedsplasseringer samt norske og globale obligasjons- og aksjefond.

Fondet hadde en totalbalanse per 31. desember 2023 på MNOK 1 150 og er 100 % egenkapitalfinansiert. Finanstilsynet har tilsyn med inn-skuddsordningen i samvirkelagene og skal godkjenne fondets ved-tekter. Finanstilsynet har bestemt metodikk for å beregne fondets minimumsstørrelse og avgiften som skal betales til fondet, og stiller også andre krav og forutsetninger for at innskuddsordningen kan opprettholdes. Samvirkelagenes Garantifond ivaretar rapportering og oppfølging opp mot Finanstilsynet på vegne av samvirkelagene.

MEDLEMSSTYRING OG FORETAKSLEDELSE I COOP NORGE SA

Samvirkene, interesseorganisasjonen for samvirkeforetak i Norge, har utarbeidet «Samvirkeanbefalingen» med formål om å bidra til god medlemsstyring og foretaksledelse (tilsvarende eierstyring og selskapsledelse i andre selskapsformer som f.eks. aksjeselskaper). Formålet med anbefalingen er å styrke tilliten til foretakene og bidra til størst mulig verdiskapning over tid til beste for både medlemmene, de ansatte, kreditorer og andre tredjeparter som har interesser i samvirkeforetakene, og samfunnet som helhet.

Samvirkeanbefalingen er utarbeidet generelt for å kunne dekke et mangfold av samvirkeforetak med tanke på virksomhet, størrelse og antall medlemmer. Den skal også dekke sentrale samvirkesek-torer som forbrukersamvirke, boligsamvirke, landbrukssamvirke og fiskerisamvirke. Dette innebærer at anbefalingen ikke tar hensyn til eventuelle særskilte reguleringer og praksis som disse samvirke-sektorene har utviklet og etablert historisk sett basert på lov og sedvane.

Forbrukersamvirket Coop i Norge har vært et føderativt sam-virke (jf. samvirkeloven § 4) helt siden 1906, da samvirkelagene sammen etablerte sekundærsamvirket Coop Norge SA. I denne strukturen er samvirkelagene selvstendige juridiske enheter kalt primærsamvirker, og som samvirkeforetak er de medlemmer av sekundærsamvirket Coop Norge SA.

Gjennom utviklingen av Coop Norge SA som fellesorganisasjon har samvirkelagene gjennom generasjoner overlatt ulike felles-oppgaver o.l. til foretaket der det har vært ansett som hensikts-messig. Grunntanken har vært, og er stadig, å hente ut synergier som bidrar til å støtte opp om god og effektiv drift for samvirke-lagene. Eksempler på dette er felles innkjøp, felles markedsføring, logistikk og forskjellige tjenester/løsninger som gir synergier og bidrar til positiv verdiskapning for de respektive samvirkelagene.

Nedenfor redegjøres det for hvordan Coop Norge SA oppfyller de ulike punktene i Samvirkeanbefalingen, og redegjørelsen er nummerert i tråd med anbefalingen.

1. Medlemsstyring og foretaksledelse

Per 31. desember 2023 var 58 samvirkelag medlemmer og eiere av sekundærsamvirket Coop Norge SA. Alle samvirkelagene har møterett på årsmøtet i Coop Norge SA og lik mulighet til å bli valgt til tillitsverv i foretaket. Stemmemfordelingen på årsmøtet i Coop Norge SA baseres på lagenes kjøp i Coop Norge SA per 31. desember foregående år. Se for øvrig punkt 5. «Årsmøtet».

Medlemsstyring og foretaksledelse av Coop Norge SA er regulert i foretakets vedtekter mv., sist revidert i 2022. Foretakets organer (årsmøtet, styret og daglig leder) legger til grunn og følger sam-virkeloven og lagets vedtekter i sin samlede virksomhetsutøvelse. Disse bygger også på samvirkeprinsippene.

2. Virksomhet – Coop Norge konsern

§ 2 i vedtektene til Coop Norge SA angir tydelig formålet til foretaket, og dermed dets virksomhet:

Coop Norge skal bygge på samvirkelagenes aktive eierskap og tjene som en interesseorganisasjon for disse, samt ivareta fellesopp-gaver for å trygge, skape verdier og medvirke til at lagene drives og utvikles til det beste for medlemmene.

Coop Norge skal gjennom samhandling med samvirkelagene sikre at disse forsynes med gode og hensiktsmessige varer og tjenester til konkurransedyktig pris og kvalitet til medlemmenes fordel.

Styret har utarbeidet klare mål og strategier og en klar risikoprofil for virksomheten, som revideres årlig.

3. Medlemskap

Medlemskap i Coop Norge SA er regulert i foretakets vedtekter, herunder samvirkelagenes rettigheter og plikter i forhold til Coop Norge SA.

Rett til medlemskap fremgår av vedtektenes §§ 1 og 4, hvor samvirkeforetak som er enig i foretakets formål og godtar fore-takets vedtekter, kan bli medlem. I vedtektenes § 7 er det gitt nærmere bestemmelser om opphør av medlemskap i Coop Norge SA.

De 58 samvirkelagene som er medlemmer og eiere av Coop Norge SA, har lik rett til å benytte varene og tjenestene som Coop Norge SA tilbyr. Videre er disse samvirkelagene underlagt et felles be-tingelsessett vedtatt av styret, med de rettigheter og plikter dette innebærer.

I tråd med samvirkelovens normalordning er det ikke anledning til å overføre medlemskapet til et annet foretak.

4. Likhetsprinsippet

Alle samvirkelag som er medlemmer i Coop Norge SA, har rett til medinnflytelse og representasjon i henhold til Coop Norges SAs vedtekter, som vedtatt av samvirkelagene på årsmøtet i Coop Norge SA. For å fremme foretakets og medlemsfelleskapets interesser har foretaket saklig begrunnede og nedfelte samhandlingsvilkår i samhandlingen med samvirkelagene.

5. Årsmøtet

Samvirkelagene utøver sitt eierskap gjennom årsmøtet i Coop Norge SA, som er selskapets øverste beslutningsorgan. Alle samvirkelag-ene har møte-, tale-, forslags- og stemmerett på årsmøtet i Coop Norge SA. Årsmøtet avholdes én gang i året, med mulighet for ekstraordinære årsmøter etter nærmere regler.

Det kan totalt avgis én million stemmer på årsmøtet i Coop Norge SA. Stemmene fordeles mellom de 58 samvirkelagene basert på deres kjøp i Coop Norge per 31. desember foregående år, men ingen samvirkelag kan ha mer enn 20 % av stemmene. I tillegg til de oven-nevnte én million stemmene har de ansattes valgte representanter på årsmøtet i Coop Norge SA 72 000 stemmer som kan benyttes i saker som omhandler betydelige investeringer, omorganiseringer og omlegging av virksomheten.

I tillegg til de ordinære årsmøtefunksjonene som godkjenning av årsregnskap og årsberetning velger årsmøtet styre, valgkomité og revisor og vedtar godtgjørelser. Coop Norge SAs vedtekter godkjen-nes av årsmøtet i Coop Norge SA, og en vedtektsendring krever 2/3 flertall av de avgitte stemmene på årsmøtet.

6. Valgkomitéen

Valgkomitéen i Coop Norge SA består av fem medlemmer og tre varamedlemmer, som velges av årsmøtet i Coop Norge SA. Funksjonstiden er på to år, og det er en rullerende valgordning. Den totale sammenhengende funksjonstiden i valgkomitéen er begrenset til åtte år. Valgkomitéen innstiller til alle valg årsmøtet i Coop Norge SA skal foreta. Valgkomitéen gir sin innstilling til valg basert på retningslinjer vedtatt av årsmøtet i Coop Norge SA, som omhandler retningslinjer for valgkomitéens sammensetning, komitéens arbeid, styrets sammensetning og komitéens innstilling-er. Videre er det valgkomitéen som innstiller på honorarer og alle godtgjørelser for årsmøtet i Coop Norge SA, styret i Coop Norge SA og andre tillitsverv.

Valgkomitéen gir sin skriftlig begrunnede innstilling til valg basert på retningslinjer vedtatt av årsmøtet i Coop Norge SA. Valgkomitéen har kontakt med samvirkelagene, styremedlemmer og daglig leder som ledd i sitt arbeide med innstillingen. Valgkomitéen redegjør for sin innstilling ved valg på årsmøtet.

Ved valg av medlemmer av valgkomitéen legges det bl.a. vekt på at Coop Norges og samvirkelagenes interesser blir ivaretatt, og på forståelse for organisasjonens egenart, Coop Norge som felles-organisasjon og sekundærsamvirke, foretakets formål og strategi. Medlemmer/varamedlemmer av styret kan ikke samtidig være medlem av valgkomitéen i Coop Norge. Det tilstrebes kjønnsmessig likeverdig representasjon i valgkomitéen.

7. Styrets sammensetning

Basert på valgkomitéens innstilling velger årsmøtet i Coop Norge SA syv styremedlemmer og tre varamedlemmer til styret i Coop Norge, inkludert styrets leder og nestleder. Funksjonstiden er på to år, og det er rullerende valgordning. Ved styrets sammensetning legges det bl.a. vekt på vedtektenes bestemmelser i § 10 om valgbarhet, foretakets behov for kompetanse, medlemsfellesskapets interesser, uavhengighet i forhold til særinteresser og mangfold jf. valgkomitéens retningslinjer. I løpet av 2024 vil nye lovkrav til kjønssammensetningen i styret iverksettes. De medlemsvalgte medlemmene i styret er uavhengig av ledende ansatte og vesentlige forretningsforbindelser til foretaket. Ledende ansatte er ikke medlemmer i styret. Videre velges fire styremedlemmer og seks varamedlemmer av og blant de ansatte.

8. Styrets arbeid

Styret i Coop Norge SA står blant annet for overordnet organisering, forvaltning og tilsyn av virksomheten, herunder ansettelse av administrerende direktør. Nærmere beskrivelse av styrets ansvar og sentrale oppgaver fremgår av vedtektenes § 16.

Styret i Coop Norge SA arbeider i henhold til fastsatt styreinstruks. I 2023 ble det ikke inngått noen avtaler mellom foretaket og tilknyttede parter. Gjennom året ble det gjort løpende undersøkelser av habilitet i forbindelse med styrets behandling av de enkelte sakene.

Foretaket har vurdert å etablere et revisjons- og kompensasjonsutvalg. Ut fra virksomhetens art og omfang har styret kommet frem til at dette arbeidet ivaretas uavhengig og godt, blant annet av virksomhetens uavhengige revisor, virksomhetens internkontroll og styrets tilsynsfunksjon.

I 2023 ble det avholdt 25 styremøter, hvorav 14 møter var digitale. Totalt ble 179 saker behandlet. Alle styrevedtak forelegges årsmøtet i Coop Norge SA til orientering.

9. Risikostyring og internkontroll

Coop Norge konsern jobber systematisk med risikostyring, med hovedfokus på risiko for ikke å nå fastsatte forretningsmål. Det arbeides kontinuerlig med bevisstgjøring og tiltak for risikoreduksjon i hele organisasjonen. Styret gjennomgår årlig de risikoområdene som vurderes som mest kritiske for virksomheten, og påser at disse blir fulgt opp med relevante tiltak.

Virksomheten har en risikobasert tilnærming til internkontrollarbeidet. Det arbeides systematisk og målrettet med internkontroll på en rekke områder i virksomheten. I 2023 ble det gjennomført organisatoriske tiltak for å styrke dette arbeidet ytterligere på tvers av fagfelt. Styret gjennomgår hvert år status på internkontrollarbeidet.

10. Styremedlemmenes godtgjørelse

Styremedlemmenes godtgjørelse fastsettes av årsmøtet i Coop Norge SA etter innstilling fra valgkomitéen (se punkt 6. «Valgkomitéen»). Godtgjørelsen er fast og ikke resultatavhengig. Styremedlemmene har heller ingen tilleggsoppgaver for selskapet. I den grad noen av styrets medlemmer påtar seg slike oppgaver, skal dette avklares med øvrige styremedlemmer i forkant. Styremedlemmenes godtgjørelse er gjengitt i notene til regnskapet for

Coop Norge SA for 2023. Godtgjørelsen reflekterer styrets ansvar, kompetanse og tidsbruk og virksomhetens kompleksitet, og den er ikke resultatavhengig. Det er ikke utbetalt konsulenthonorar til styrets medlemmer.

11. Lønn og annen godtgjørelse til ledende personer

Lønn og annen godtgjørelse til administrerende direktør i Coop Norge SA er redegjort for i note 7 «Godtgjørelser» til årsregnskapet for 2023.

Styret beslutter lønnsavtalen til administrerende direktør ut fra prinsippet om at avlønningen skal være konkurransedyktig, men ikke markedsledende. Administrerende direktør er ellers medlem av og inngår i de til enhver tid gjeldende kollektive pensjons- og forsikringsordningene i konsernet. Administrerende direktør deltar ikke i noen bonusordninger og er heller ikke berettiget til særskilt vederlag for styreverv i konsernets selskaper.

Administrerende direktør fastsetter lønn til ledende personer i foretaket, ut fra prinsippet om at avlønningen skal være konkurranse-dyktig, men ikke lønnsledende i bransjen. Ledende ansatte er ellers medlemmer av og inngår i de til enhver tid gjeldende kollektive pensjons- og forsikringsordningene i foretaket. Som utgangspunkt deltar ledende ansatte i foretakets bonusordning på lik linje med alle øvrige ansatte. For 2024 er det knyttet tre felles mål til ordningen som er vektet likt. Alle tre mål må være innfridd for å oppnå full bonusutbetaling. Bonusordningen skal finansieres av resultat over budsjett og således kun utbetales dersom selskapet leverer ekstraordinære finansielle resultater. Ledende ansatte er ikke berettiget til særskilt vederlag for styreverv i foretakets datterselskaper.

Foretaket har per i dag ikke utarbeidet egne retningslinjer for lønn og annen godtgjørelse til daglig leder og ledende ansatte. Foretaket foretar imidlertid løpende de nødvendige strategiske, forretningsmessige og markedsmessige vurderinger i denne forbindelse, hvor også foretakets interesser og økonomiske bæreevne blir tillagt betydelig vekt.

12. Opplæring og kommunikasjon

Coop Norge SA gjennomfører opplæring av egne ansatte og tillitsvalgte. På enkelte viktige områder gjennomfører Coop Norge SA også opplæring av ansatte i eierforetakene, for å øke forståelsen og kompetansen for Coop Norges egenart, eierskapsmodell og felles forståelse av verdikjeden.

13. Kapitalstruktur og bruk av årsoverskudd

Styret i Coop Norge SA har gjennom styrende dokumenter (finanspolicy) etablert retningslinjer for å sikre en kapitalstruktur og en forsvarlig risikoprofil som gir et godt grunnlag for den løpende virksomheten i Coop Norge konsern, samt for å sikre nødvendig finansiering for realisering av fastsatt strategi og mål. Coop Norge konsern hadde ved utgangen av 2023 en egenkapitalandel på 32,4 % og medlemsinnskudd fra samvirkelagene på 23,8 % av totalbalansen. Konsernet benytter for øvrig annen ekstern finansiering ved behov, herunder trekkrammer for å sikre finansiell fleksibilitet. For ytterligere informasjon henvises det til redegjørelsen om årsregnskapet.

Årsmøtet godkjenner årsberetningen og fastsetter årsregnskapet, herunder bestemmelse om anvendelse av årsoverskuddet.

14. Revisor

Coop Norge SA har en uavhengig ekstern revisor som er valgt av årsmøtet i Coop Norge SA etter innstilling fra styret. Videre anbefaler årsmøtet revisor for datterselskaper og godkjenner revisjons-honoraret. Revisor deltar på styremøtet hvor årsregnskapet for Coop Norge SA og Coop Norge konsern gjennomgås, og legger frem revisors beretning for årsmøtet. Foretakets nåværende revisor er BDO AS. Eventuelle andre tjenester fra revisor og omfang spesifiseres i noter til årsregnskapet.

COOP OG MARKEDET I 2023

Dagligvarer

2023 var et krevende år for dagligvarebransjen. Matvareprisene økte med 10,0 %, den høyeste veksten på flere tiår. Geopolitisk uro, klimaendringer og krevende markeder de siste årene har gitt økte kostnader for alle ledd i verdikjeden, og følgelig bidratt til økte matvarepriser for kundene. Naturkatastrofer som tørke og flom har påvirket dagligvaresektoren i 2023, både i Norge og andre land man importerer landbruksvarer fra, spesielt innenfor kategorien frukt og grønnsaker. I tillegg har lav kroneverdi gjort importvarer dyrere og ført til prispress på eksportvarer (som følge av økt betalingsvillighet fra utenlandske markeder).

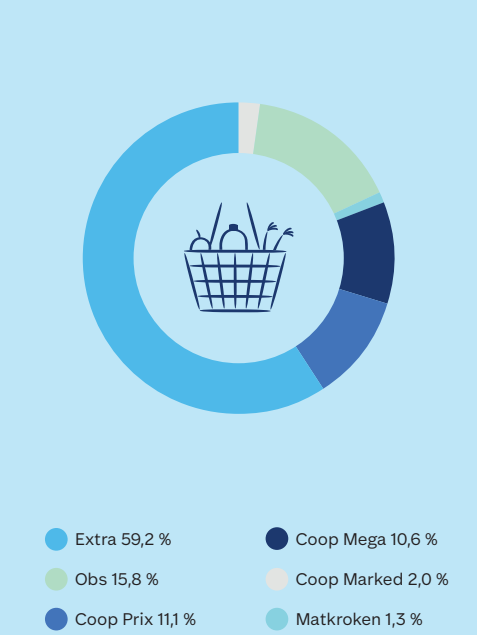
Selv om det norske dagligvaremarkedet er konsentrert, er det tøff konkurranse på detaljistleddet mellom de tre store dagligvareaktørene, og i 2023 har konkurransen vært tøffere enn på lenge. Sterk økning i innkjøpsprisene har utfordret etablerte prismekanismer i en bransje som kjennetegnes av lave marginer. Kostnadskontroll i alle ledd har derfor hatt sterkt fokus i 2023.

Dyrtid, høy inflasjon og stadige rentehevinger kombinert med økte dagligvarepriser har ført til en sterk dreining mot lavprissegmentet. Mens lavprissegmentet hadde en organisk vekst på 9 % i 2023, var veksten negativ i supermarkedssegmentet. Lavprissegmentet økte med 2,1 prosentpoeng til 71,8 %, mens supermarkedssegmentet hadde en tilbakegang på 1,5 prosentpoeng til 18,9 %. Samtidig handlet kundene billigere varer i enda større grad enn tidligere. De kjøpte flere tilbudsvarer, kuttet ned på impulshandel og handlet generelt sett færre varer. Akkumulert for året 2023 falt volumet med 3,1 %, inkludert effekten av lavprisdreiningen. Med en prisvekst på 10,0 % og en volumnedgang på 3,1 % økte dagligvareomsetningen med 6,8 % i 2023.

Til sammen hadde Coops dagligvarebutikker en omsetning på MNOK 63 012, og markedsandelen gikk ned fra 29,5 % i 2022 til 29,2 % i 2023. Lavpriskjeden Extra hadde den høyeste veksten av Coops kjeder både totalt og organisk med en vekst på henholdsvis 10,2 % og 7,6 %. Extra sto for 59,2 % av Coops dagligvareomsetning i 2023.

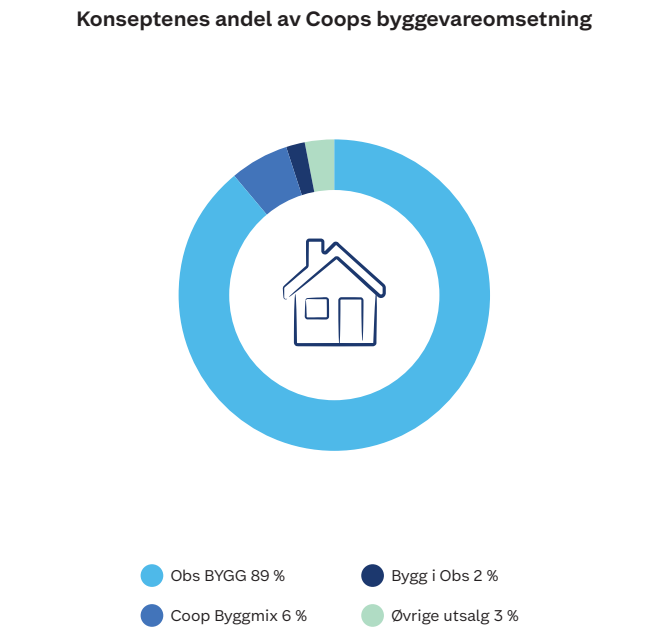
Totalt hadde Coop i Norge 1 104 dagligvarebutikker per 31. desember 2023. Butikkporteføljen er gjenstand for kontinuerlig strategisk tilpasning for å sikre Coops markedsposisjon og omsetning. Samvirkelagene etablerte 11 dagligvarebutikker i 2023, mens nedleggelser bidro til at det var en netto reduksjon på 22 butikker i porteføljen. Selv om antallet butikker ble redusert i 2023, ble omsetningen opprettholdt gjennom nyetableringer og omprofileringer.

Kjedenes andel av Coops dagligvareomsetning



Coops markedsandel i dagligvare





Byggevarer

Byggevarer er det viktigste og største faghandelsområdet for Coop i Norge, og utgjør ca. 10 % av butikkomsetningen. Byggevarehandel gjennom kjeden Obs BYGG og konseptet Coop Byggmix har bidratt til en sterk markedsposisjon. Obs BYGG er prisleder i bransjen og den største aktøren i privatmarkedet, og kjeden styrket posisjonen ytterligere i 2023. Obs BYGG Støren er første pilot ut på et mindre format av Obs BYGG, som har vist meget positiv omsetningsvekst etter oppstart. Per 31. desember 2023 hadde samvirkelagene 59 Obs BYGG og 40 Coop Byggmix.

Coop styrket nok en gang posisjonen som markedsleder i privatmarkedet for bygg. Mens privatmarkedet for byggevarer falt i 2023, vokste Coops byggevareomsetning med 0,9 % og endte på MNOK 7 265. Coops markedsandel i privatmarkedet økte med 2,4 prosentpoeng og har med dette passert 40 % ifølge Virke. Den store fremgangen skyldes svært god organisk vekst, spesielt for Obs BYGG, og viser betydningen av Coops sterke merkevare innen byggevare og Obs BYGGs tydelige posisjon som lavprisleder.

Markedstallene fra Virke viser en nedgang for byggevarekjedene på 10,8 % i 2023, hvorav proffmarkedet gikk tilbake med 13,7 %, og privatmarkedet gikk tilbake med 5,1 %.

MEDARBEIDERE – HELSE, MILJØ OG SIKKERHET

HR- og kompetansearbeid i Coop Norge konsern skal legge til rette for at medarbeidere og ledere kan ivareta gode leveranser og settes i stand til å utvikle virksomheten i tråd med vedtatt strategi. Arbeidet er organisert for å gi støtte til medarbeidere og ledere i deres arbeidshverdag og har fokus på utvikling av kompetanse, organisasjon og ledelse gjennom en strukturert tilnærming i et årshjul, en

velutviklet læringsplattform, samt støtte og rådgivning i det daglige arbeidet. Gjennom et godt og utstrakt samarbeid med tillitsvalgte, arbeidstakerorganisasjonene og verneorganisasjonen sikrer man at selskapene i konsernet oppfyller sitt arbeidsgiveransvar.

Per 31. desember 2023 hadde Coop Norge konsern 5 868 medarbeidere, fordelt på 2 425 kvinner, 3 441 menn og 2 ikke-binære.

Arbeidsmiljø

I 2023 hadde Coop Norge konsern et totalt sykefravær på 6,5 %, mens i Coop Norge SA var sykefraværet på 5,8 %. Det gjennomføres kartlegginger og forebyggende tiltak mot arbeidsrelaterte plager og sykdom lokalt både i egen regi og i samarbeid med bedriftshelsetjenestene. Gjennom året ble det gjennomført flere komprimerte medarbeiderundersøkelser («Puls») for å kartlegge arbeidsforhold og trivsel – for å være tett på i forbindelse med pågående organisasjonsendringer. Hver avdeling følger opp resultatene fra undersøkelsene. Dette inngår naturlig i HMS-arbeidet og innsatsen for å skape et godt arbeidsmiljø.

Identifisering og oppfølging av kritikkverdige forhold tas på høyeste alvor, og tilpassede handlingsplaner følges opp i de berørte avdelingene. Alle medarbeidere får spørsmål knyttet til den uttalte nulltoleransen for trakassering og kritikkverdige forhold under den årlige medarbeidersamtalen. I november 2023 ble det etablert en ny rutine for varsling av kritikkverdige forhold, inkludert en ekstern varslingskanal og et nyetablert varslingsutvalg for Coop Norge konsern.

Mangfold og likestilling

Coop Norge konserns mangfolds- og likestillingsarbeid er basert på en bred definisjon av mangfold, inkludert alder, kjønn, funksjonsgrad, etnisitet, livssyn, kulturell bakgrunn, seksuell orientering, utdanning, erfaring, kompetanse og interesser. Mangfolds- og likestillingsarbeidet er både viktig for å bygge kultur og en viktig del av arbeidet for sosial bærekraft.

Under ellers like vilkår skal personer av det underrepresenterte kjønn prioriteres ved ansettelser. I alle valgte organer i Coop Norge SA tilstrebes en kjønnsmessig likeverdig representasjon. I Coop Norges selskapsledelse var det 18 % kvinner per 31. desember 2023, og kvinneandelen i Coop Norge SAs styre er 27 %. I løpet av 2024 vil nye lovkrav til kjønns sammensetningen i styret iverksettes.

Kvinnerns lønnsandel av menns er hovedsakelig innenfor et normalvariasjonsområde. Innenfor kategorien «Selskapsledelsen og øvrige direktører» har kvinner en lav lønnsandel. Dette skyldes hovedsakelig at dette er en bred stillingskategori som omfatter direktører og ledere på flere nivåer, hvor det er en lav andel av kvinner i det øverste sjiktet (herunder selskapsledelsen). Det samme gjenspeiler seg også i den lave lønnsandelen for kvinner totalt sett i selskapet.

Ufrivillig deltid og foreldrepermisjon

Mot slutten av 2023 gjennomførte Coop Norge konsern en kartlegging av uønsket deltid i henhold til aktivitetsplikten. Undersøkelsen ble sendt ut til 2 547 medarbeidere i konsernet som ikke er definert som fulltidsansatte. Samlet svarprosent var 32,3 %, som er noe høyere enn i 2022. «Ufrivillig deltid» er de av respondentene i under-

	Ikke-binære	Kvinne	Mann	Totalsum	Kvinnerns lønnsandel
Coop Norge konsern					
Selskapsledelsen og øvrige direktører		36	71	107	81,0 %
Funksjonærer og kontormedarbeidere		460	659	1 119	90,9 %
Butikkmedarbeidere	2	1 550	1 285	2 837	111,4 %
Industrimedarbeidere		229	407	636	87,6 %
Logistikk- og transportmedarbeidere		150	1 019	1 169	101,1 %
Totalsum	2	2 425	3 441	5 868	81,9 %

Midlertidig ansatte (449 kontrakter)		Deltidskontrakter (2 098 kontrakter)		Ufrivillig deltid % av antall respondenter per kjønn		
Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Ikke-binære
43 %	57 %	53 %	47 %	37 %	38 %	60 %

Undersøkelsen omfattet 5 845 ansatte i Coop Norge SA med datterselskaper per 1. november 2023. Lærlinger, arbeidsmarkedstiltak og varig tilrettelagt arbeid inngår ikke i tallene. For Norsk Butikkdrift inkluderer tallene kun ansatte i selskapet, ikke i franchisene.

søkelsen som svarte «ja» på at de ønsket en fulltidsstilling i konsernet. Totalt svarte 37,5 % at de ønsket en fulltidsstilling, og fordelingen mellom kjønnene er vist i tabellen nedenfor. «Midlertidig ansatte» er definert som ringehjelp, sesonghjelp og andre tidsberammede kontrakter. Resultatet av undersøkelsen følger i tabellen ovenfor.

I etterkant av undersøkelsen settes det sammen et utvalg som utarbeider en handlingsplan med aktuelle tiltak for å imøtekomme problemstillinger knyttet til ufrivillig deltid.

Konsernet hadde i alt 188 ansatte i foreldrepermisjon i løpet av 2023, hvorav 65 kvinner og 123 menn. I gjennomsnitt hadde kvinner 21,4 ukers og menn 10,4 ukers foreldrepermisjon i 2023.

Arbeid for mangfold og likestilling

Lederskap som fremmer mangfold og likestilling, er helt sentralt for å nå konsernets strategiske mål. En større gruppe ledere har fått sertifisering i mangfoldsledelse i henhold til NS 11201:2018.

Alle ledere med personalansvar og beslutningsmyndighet har i sitt daglige arbeid et personlig ansvar for å gjennomføre en ledelsespraksis som fremmer likestilling og hindrer diskriminering. Temaer som berører mangfold og likestilling, diskuteres jevnlig av HR og øvrig ledelse.

Kartlegging av risikofaktorer knyttet til likestilling og mangfold har synliggjort at lederstyrt rekruttering, lønnsjusteringer, forfremmelser og tildeling av prosjekter og spennende oppgaver er situasjoner og arenaer hvor ubevisst diskriminering kan forekomme. Tiltak for å motvirke slik ubevisst diskriminering er ledertrening som fokuserer på den enkeltes faktiske kompetanse, verdien av mangfold og enhetlige prosesser med objektive kriterier for vurderingene som ligger til grunn, samt generelle tiltak hvor man fremmer mangfold og belyser verdiene for alle ansatte. Faste ressurser følger også opp rekrutteringsprosesser for å sikre at arbeidet er i tråd med konsernets ambisjoner på mangfoldsområdet.

Kultur og kompetanseutvikling

I 2023 har det vært fokus på videre oppbygging og produksjon av læringsinnhold i Coops læringsportal, Coopskolen. Coopskolen har til hensikt å skape en tett bro mellom mikrolæringen man får gjennom den digitale plattformen, og praktisering av dette i arbeidshverdagen. Etter lanseringen for Coop Norge SA i løpet av høsten 2022 ble dette rullet ut for resten av Coop i Norge gjennom 2023.

I Coopskolen kan medarbeiderne melde seg på en rekke fysiske kurs utover de digitale opplæringsløpene. Disse fysiske kursene holdes i hovedsak av egne medarbeidere, og kursporteføljen omfatter tilbud til både ledere og andre medarbeidere.

HMS

Coop Norge konsern har mål, handlingsplaner og rutiner for internkontroll/HMS-arbeid i alle enheter. Godt helse-, miljø- og sikkerhetsarbeid er en forutsetning for vekst og utvikling. Det gjennomføres årlige internrevisjoner på de viktigste HMS-områdene. I 2023 gjennomførte man internrevisjoner ved de fleste enheter med fokus på kjemikaliesikkerhet. Det er avdekket færre avvik, og avvikene har generelt lavere alvorlighetsgrad. Dette viser økt modning i enhetenes HMS-arbeid/internkontroll.

Hver enhet i konsernet har et partssammensatt arbeidsmiljøutvalg (LAMU), og alle er tilknyttet en bedriftshelsetjenesteordning. Sentralt AMU i konsernet (AMUK) har gjennomført en rekke møter gjennom året. Det utarbeides årlig en rapport om HMS til styret i Coop Norge SA.

Gjennom året har man styrket kompetansen og ressursbruken knyttet til Akan og psykisk helse. Organisasjonen har fått flere

verneombud, og samtlige enheter har fått et samlende hovedverneombud eller er i ferd med å få dette på plass. Coop Norge SA holder selv et lovpålagt 40-timers HMS-kurs for verneombud, ledere og medlemmer av arbeidsmiljøutvalgene. Under HMS-uken var det mange aktiviteter og foredrag som ble delt med samtlige enheter i Coop Norge SA.

I 2023 ble det i Coop Norge SA rapportert 275 personskader, 495 HMS-avvik, 288 uønskede hendelser og 64 forbedringsforslag. Av personskadene var 163 H1³-skader, 51 H2-skader og 61 H3-skader. For Coop Norge konsern ble det rapportert 417 personskader⁴, 1 128 HMS-avvik, 288 uønskede hendelser og 64 forbedringsforslag. Av personskadene⁵ var 177 H1-skader, 60 H2-skader og 112 H3-skader.

Rotårsaksanalyse er et viktig verktøy for å håndtere de alvorlige personskadene og uønskede hendelser med stort skadepotensial, og erfaringer deles mellom enhetene via HMS-organisasjonene.

Overenskomster og organisering

Ansatte i Coop Norge SA med datterselskaper er organisert i følgende fagforeninger:

Butikkmedarbeidere:	Landsoverenskomsten med Handel og Kontor
Kontor- og administrasjonsansatte:	Kontoroverenskomsten med Handel og Kontor
Ledere og butikksjefer mv.:	Lederoverenskomsten med Handel og Kontor
Lager- og logistikkmedarbeidere:	Grossistoverenskomsten med Fellesforbundet
Ledere og butikksjefer mv.:	Avtale for ledere med Lederne
Kontor/ledere:	Overenskomst med NITO
Baker og konditor:	Baker- og konditoroverenskomsten med Norsk Nærings- og nytelsesmiddelforbund
Mat og drikke:	Mat- og drikkeoverenskomsten med Norsk Nærings- og nytelsesmiddelforbund
Transport:	Overenskomst for transportselskaper med Fellesforbundet
Tekniske funksjonærer:	Overenskomst for tekniske funksjonærer med Forbundet for Ledelse og teknikk
Arbeidsledere:	Overenskomst for arbeidsledere med Forbundet for Ledelse og teknikk

BÆREKRAFT

Ansvarlig forretningspraksis

Coop er en betydelig samfunnsaktør som er forbrukereid, med totalt

over 2,1 millioner medlemmer i samvirkelagene. Denne eierkonstellasjonen gjør at det påhviler Coop et stort ansvar for hvordan virksomheten forvaltes og drives. Coop Norge SA har et ansvar for å utvise aktsomhet og fremme ansvarlig forretningspraksis gjennom

hele verdikjeden og bidra til dette for hele Coop i Norge. Selskapet har vedtatt overordnede retningslinjer for hvordan virksomheten skal håndtere viktige ansvarsområder som ansvarlig innkjøp, dyrevelferd, helse, miljø og sikkerhet, mattrygghet, personvern, antikorrusjon og sitt ansvar som arbeidsgiver. Sentrale elementer i arbeidet med alle disse områdene er bevisstgjøring, risikokartlegging, kontinuerlig forbedring og rapportering.

Coop Norge SA har i henhold til åpenhetsloven plikt til å utføre aktsomhetsvurderinger knyttet til arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, samt å offentliggjøre en redegjørelse for disse aktsomhetsvurderingene. Redegjørelsen for aktsomhetsvurderinger gjennomført i 2023 vil signeres av styret og publiseres innen 30. juni 2024. Redegjørelsen og ytterligere informasjon om selskapets arbeid med aktsomhetsvurderinger og åpenhetsloven finnes på Coops nettsider, Åpenhetsloven i Coop.

Strategi og rapportering

Coop Norge SA ønsker å bidra til omstillingen til en bærekraftig utvikling, både hva gjelder produksjon og forbruk. Dette omfatter målrettet arbeid for å redusere klimagassutslipp, matsvinn og miljøpåvirkning gjennom hele verdikjeden. Coop skal jobbe aktivt for å bevare natur og biomangfold og bidra til overgang til sirkulærøkonomi gjennom smartere ressursbruk, optimalisering av emballasje på egne merkevarer og bærekraftig håndtering av avfallet som genereres. I tillegg jobbes det målrettet med å tilrettelegge for folkehelse og et sunnere kosthold gjennom utvikling av sunnere produkter, vareplassering, medlemsfordeler og inspirasjon. For å videreutvikle virksomheten og sørge for fornøyde og engasjerte ansatte med rett kompetanse står arbeidet med læring og kompetanseutvikling, styrket lederskap og mangfold og likestilling sentralt.

Bærekraftsarbeidet er sentralt for Coops evne til å skape vekst, tillit og konkurransekraft i årene som kommer. Coop i Norge har derfor utarbeidet en felles bærekraftsstrategi med overordnede bærekraftsmål frem mot 2025. Strategien legger grunnlag for systematisk og målrettet arbeid innenfor disse fem fokusområdene: et sirkulært Coop, et ansvarlig Coop, et mangfoldig Coop, et miljøvennlig hjem og en sunnere handlekurv. En fullstendig bærekraftsrapport, attestert av ekstern revisor, er å finne på side 94–166 i årsrapporten.

VIKTIG SPONSORSAMARBEID OG SAMFUNNSENGASJEMENT

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 satsingsområder. Sponsorvirksomheten omfatter aktiviteter og samarbeidspartnere som er relevante for butikker, medlemmer og ansatte over hele landet.

2023 ble nok et aktivt sponsorår for Coop, hvor like muligheter i idretten har stått i fokus. Coop heier på alle og ønsker å gå fremst i kampen for at alle skal ha like muligheter, uansett kjønn, økonomi, kulturell bakgrunn og funksjonsevne. Sykkelsatsingen i Team Coop – Repsol ble styrket gjennom flere partnerskap, som sørger for at kvinner og menn har både lik lønn og likt sykkelutstyr. Team Coop er per i dag det eneste sykkellaget i verden med denne ordningen. Fra 2024 vil kvinne- og herrelaget ha samme navn (Team Coop – Repsol) samt felles sponsorer, ressurser og administrasjon.

Coop er en av landets største støttespillere for barne- og breddeidretter. Mange klubber sliter med bortfall av inntekter fra kontingenter, og mange barn faller utenfor fellesskapet på grunn av dårlig familieøkonomi. Coop-dugnaden, støtteordningen til Coop og Røde Kors, fikk rekordmange søknader fra barn i familier med svak økonomi. Sammen med utvalgte leverandører og med økt bidrag fra Coop fikk nesten 3 400 barn over hele landet hjelp i 2023, slik at de kunne starte på, eller fortsette med, fritidsaktiviteter sammen med venner og klassekamerater. Siden samarbeidet startet i 2018, har Coop-dugnaden hjulpet over 7 400 barn over hele landet.

Som hovedpartner til Røde Kors bidrar Coop med midler til humanitært arbeid over hele verden, gjennom hovedpartneravtalen og panteautomatene. Ved store kriser gjør Coop det i tillegg mulig for kunder å bidra ekstra gjennom en donasjonsknapp i kassene og i Coops medlemsapp. I 2023 gjorde Coop dette ved to anledninger – i forbindelse med jordskjelvene i Syria og Tyrkia i februar og da krigen mellom Israel og Hamas i Gaza brøt ut i oktober.

I 2023 ble det nok en rekordstor donasjon til Kreftforeningen, da Coop samlet inn MNOK 13,2 til Rosa sløyfe-aksjonen og forskning på brystkreft. Aksjonen i Coops butikker er svært godt likt, og målinger viser at hele 80 % av det norske folk er positive til samarbeidet⁶.

Coop Solidaritetsfond

Coop Solidaritetsfond har til formål å samle inn og forvalte penge-midler som skal benyttes på solidaritetsarbeid og kooperative tiltak i utviklingsland og i Norge for å fremme den sosiale og økonomiske utviklingen. Solidaritetsfondets inntekter kommer fra donasjoner på panteautomatene i butikkene. I 2023 har solidaritetsfondet hatt to samarbeidspartnere – Norsk Folkehjelp og Norges Vel.

I 2023 gikk støtten (til sammen MNOK 3) til minehundsenteret GTC i Sarajevo og utviklings- og sivilsamfunnsprosjekter i Bolivia, Mosambik og Kambodsja. I 2023 ga fondet i tillegg MNOK 2 til mine-rydding og beskyttelse av sivile i Ukraina mot eksplosive våpen, samt MNOK 0,8 til jordskjelvofrene i Syria med støtte til livsopphold, klær og husly. Siden 2022 har Coop Solidaritetsfond også støttet Norges Vels prosjekt for klimasmart risproduksjon i Tanzania med MNOK 1 per år, hvor målet er at 3 000 risbønder skal produsere ris tilsvarende et årlig forbruk for 300 000 mennesker.

^[1] H1 er personskade med fravær ut over skadedag, H2 er personskade hvor det trengs behandling, men uten fravær ut over skadedag, H3 er en førstehjelpsskade uten fravær.

^[2] 68 personskader hos Norsk Butikkdrift AS, tallene inkluderer franchise, da de ikke skiller mellom filial og franchise i HMS-avviksrapportering.

^[3] Norsk Butikkdrift AS rapporterer per i dag ikke personskader som H1/H2/H3, slik at 68 personskader kun er inkludert i summen på 417 personskader, og ikke videre fordelt.

^[4] Kilde: Norstat

REDEGJØRELSE FOR ÅRSREGNSKAPET

COOP NORGE KONSERN

God underliggende drift er sterkt påvirket av nedskrivninger av eiendom og positiv utvikling av finansporteføljen. Sterk priskonkurranse har gitt lavere marginer, men økt omsetning og god kostnadskontroll har gitt en bedret underliggende drift der- som man ser bort fra nedskrivninger av eiendomsverdier.

Coop Norge konsern hadde i 2023 salgsinntekter på MNOK 58 119 (MNOK 55 344), en økning på 5,0 % fra 2022. Økningen i salgsinntekt- er stammer hovedsakelig fra underliggende prisøkning på daglig- varer, motvirket av en svakt fallende volumutvikling. Andre driftsinn- tekter utgjorde MNOK 2 808 (MNOK 2 971), og nedgangen er blant annet relatert til nedskrivninger av eiendom i tilknyttede selskaper.

Bruttofortjenesten for konsernet for 2023 ble MNOK 7 840 (MNOK 7 619). Dette tilsvarer en reduksjon på 0,3 prosentpoeng fra 13,8 % til 13,5 %. Reduksjonen skyldes i hovedsak sterk priskonkur- ranse i markedet. Det har vært en kraftig økning i pris fra leverandø- rene, som ikke fullt ut er reflektert i økte priser for kundene.

Summen av driftskostnader eksklusive varekostnad var MNOK 10 390 (MNOK 10 243), og utgjorde 17,9 % (18,5 %) av salgsinntekt- ene. Selv med en høy prisstigning på konsernets innsatsfaktorer har kostnadsnivået i kroner holdt seg omtrent uendret. Dette skyldes et sterkt kostnadsfokus i organisasjonen, og i tillegg hadde man i 2022 engangskostnader i forbindelse med driftssetting av de utvidede ho- vedlagrene til dagligvare (CLog) og faghandel/bygg (Langhus). Økte renter og fall i eiendomsverdier har gitt utfordringer for Coop Norge Eiendom konsern, hvor det i 2023 er foretatt nedskrivninger i datter- selskaper på ca. MNOK 150. På tross av marginpress bruker Coop Norge konsern betydelige midler på forsknings- og utviklingsaktivi- teter, spesielt rettet inn mot å forenkle kundereisen både digitalt og i butikk for å opprettholde og styrke sin konkurransekraft på sikt.

Med utgangspunkt i det ovenstående endte driftsresultatet for Coop Norge konsern på MNOK 258 (MNOK 347), hvor nedgangen i hoved- sak skyldes nedskrivning av eiendom. Økte priser på konsernets innsatsfaktorer er ikke blitt kompensert fullt ut gjennom økte priser for kundene, men konsernet har likevel opprettholdt driftsresultatet gjennom kostnadsreduksjoner.

Netto finansposter for 2023 utgjorde MNOK 58 (MNOK -749). Mar- kedsrentene har økt betydelig gjennom året, men konsernets økte rentekostnader på innskudd fra samvirkelagene og ekstern rente- bærende gjeld ble oppveid av en god avkastning i forvaltningsporte- føljen på 7,9 %, som tilsvarer MNOK 424, som følge av sterke finans- markeder i Norge og globalt.

Coop Norge konsern oppnådde et resultat før skattekostnad på MNOK 316 (MNOK -402) i 2023. Årsresultatet i 2023 endte på MNOK 228 (MNOK -451) og ble påvirket av god omsetningsvekst, god underliggende drift og positiv utvikling av finansresultatet, mens fall i eiendomsverdier trakk resultatet ned.

Styrket egenkapital både i kroner og i prosent

Coop Norge konsern hadde per 31. desember 2023 en totalbalanse på MNOK 21 913 (MNOK 22 268).

Konsernets eiendeler utgjorde ved årsslutt MNOK 21 913 (MNOK 22 268). For anleggsmidlene var det kun mindre endringer fra 2022, og økningen i varige driftsmidler ble oppveid av nedgang i immateri- elle eiendeler som følge av årlige avskrivninger. For omløpsmidler er det også kun små endringer, og reduksjon i finansielle investeringer og varelager ble delvis oppveid av økte fordringer og bankinnskudd.

Langsiktig gjeld ble redusert med MNOK 1 422 til MNOK 3 529 per 31. desember 2023, hovedsakelig som følge av reduksjon i lang- siktige innskudd fra samvirkelagene. Kortsiktig gjeld økte med MNOK 919 til MNOK 10 768 per 31. desember 2023, i hovedsak gjennom økning i kortsiktige innskudd fra samvirkelag og økt leverandørgjeld. Dreiningen i innskudd fra samvirkelag til Coop Norge SA mot kortere løpetider kommer som følge av ønske om økt fleksibilitet i likvidi- tetsplasseringer.

Egenkapitalen utgjorde MNOK 7 097 (MNOK 6 913) per 31. desember 2023. Dette utgjorde en egenkapitalandel på 32,4 %, en økning på 1,3 prosentpoeng fra 2022.

Solid finansiell posisjon og positiv kontantstrøm fra drift.

Coop Norge konsern hadde ved utgangen av 2023 eksterne kreditt- rammer på til sammen MNOK 4 575. Total tilgjengelig likviditet per 31. desember 2023 utgjorde MNOK 3 716, hvorav MNOK 2 840 i kom- mitterte, ubenyttede kredittrammer og MNOK 876 i likvide midler. Finansielle investeringer var bokført til markedsverdi og utgjorde MNOK 5 018 (MNOK 5 985) ved årsskiftet.

Coop Norge konsern hadde i 2023 en netto endring i likviditets- beholdning på MNOK 705 (MNOK -482).

Kontantstrøm fra driften for 2023 var MNOK 1 036, hvor årets kontantstrøm tilført fra virksomheten var positiv med MNOK 900, men ble trukket ned av endringer i kundefordringer og andre tids- avgrensningsposter, mens varelager og leverandørgjeld slo positivt ut. Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter var MNOK 483, hvor in- vesteringer i varige driftsmidler i stor grad ble oppveid av reduksjon i finansielle investeringer. Netto uttak av innskudd fra samvirkelag og andre med til sammen MNOK 743 ga en netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter på minus MNOK 813.

COOP NORGE SA

Resultatet ble påvirket av en god omsetningsutvikling, fokus på kostnadseffektivitet og god utvikling i finansmarkedene. Salgsinntektene økte med 5,1 % fra MNOK 53 688 til MNOK 56 432 i 2023. Omsetningsøkningen skyldes i hovedsak økte priser fra leve- randører, mens volumnedgang trakk i motsatt retning. Markedet har vært preget av mer prisbevisste forbrukere som kjøper flere lavpris- og tilbudsvarer i tillegg til at de kutter ned på impulshandel.

Selskapets bruttofortjeneste for 2023 ble MNOK 4 615 (MNOK 4 577), som gir en prosentuell reduksjon i bruttomargin fra 8,5 % til 8,2 %. Den reduserte marginen kommer som følge av sterk priskonkurranse på dagligvarer, hvor Coop Norge SA ikke fullt ut har tatt ut økte priser fra leverandørene overfor butikkleddet.

Lavere margin for Coop Norge SA har gitt behov for å redusere kost- nadene i 2023. Kostnader knyttet til bemanning, konsulenter og markedsføring ble betydelig redusert sammenlignet med 2022. Totalt ble driftskostnadene, eksklusive varekostnad, redusert med om lag 1,0 % sammenlignet med 2022, til tross for høy inflasjon gjen- nom året. Fraktkostnadene hadde størst økning, med nærmere 9,0 % fra 2022 til 2023. Ferdigstillelsene og stabil drift av lagerutvidelsene for dagligvare og faghandel bidro til reduserte kostnader i verdi- kjeden samt til å sikre høy kvalitet på leveranser til butikk.

Netto finansposter for 2023 utgjorde MNOK 706 (MNOK -643). Positivt resultat reflekterer hovedsakelig en betydelig verdiøkning for forvaltningsporteføljen i tillegg til utbytte fra datterselskaper. Avkastningen i forvaltningsporteføljen var på 7,9 % eller MNOK 424 som følge av sterke finansmarkeder i Norge og globalt, og innhentet dermed langt på vei den negative avkastningen på MNOK 438 i 2022.

Resultatet før skattekostnad utgjorde MNOK 887 (MNOK -501), og god kostnadskontroll og positiv utvikling av finansplasseringene, inkludert inntekt på investering i datterselskaper, bidro til bedringen av resultatet.

Balanseutviklingen er et resultat av nedgang i investeringer i aksjer og andeler

Totalbalansen per 31. desember 2023 var MNOK 18 730 (MNOK 20 059). Reduksjonen i totalbalansen skyldes i hovedsak kapital- nedsettelse i og utbytte fra Norsk Butikkdrift AS til Coop Norge SA, som har redusert anleggsmidler og kortsiktig gjeld. Reduserte innskudd fra samvirkelagene gir lavere langsiktig gjeld. Egenkapi- talen i Coop Norge SA utgjorde MNOK 5 758 (MNOK 4 933) per 31. desember 2023, som tilsvarer en egenkapitalandel på 30,7 % (24,6 %).

FORSLAG TIL DISPONERING AV ÅRETS OVERSKUDD

Årsresultatet for Coop Norge SA ble MNOK 852 i 2023. Styret foreslår følgende disponering av årets overskudd:			
Avsatt renter på andelsinnskudd	MNOK	28	
Overført til annen egenkapital	MNOK	824	
Sum	MNOK	852	

Styret anser at fremlagt årsregnskap gir et rettviseende bilde av virk- somheten og resultatet fra selskapets drift for 2023. I samsvar med regnskapsloven og god regnskapsskikk bekrefter styret at forutset- ning for fortsatt drift er til stede. Årsregnskapet er dermed fremlagt etter prinsippet om at selskapets drift videreføres.

NÆRMERE OM DATTERSELSKAPER

Coop Norge Industri konsern

Coop Norge Industri konsern består av Coop Norge Kaffe AS, A/S Røra Fabrikker, Ferskvarehuset AS, Totenpoteter AS, Himmelgrønt AS, Nord Blomst AS, TradeWay AS og bakerikonsern- et Goman. Totenpoteter AS ble en del av konsernet i februar, og Himmelgrønt AS ble etablert i desember 2023. Industrikonsernet oppnådde et resultat før skattekostnad på MNOK -25 (MNOK -127) i 2023. Resultatet styrkes vesentlig mot fjoråret som følge av drifts- forbedringer, styrket servicegrad og endret produktmiks.

Resultatet er forbedret til tross for at året har vært utfordrende som følge av den vedvarende vridningen mot lavprisprodukter, fallende volum, svekket kronekurs, høy inflasjon og stigende renter. Sentrale fokusområder har vært å sikre og styrke servicegraden overfor kundene for butikkene og alle konsernets selskaper, videreutvikle sortimentet og optimalisere kostnadsbasen. Som et ledd i fortsatt utvikling og forbedring av arbeidet tilknyttet sikker produksjon og trygg mat ble flere produksjonsanlegg FSSC-sertifisert i løpet av året.

Gjennom en 51 % eierandel i det nyetablerte selskapet Himmelgrønt AS satser Coop Norge Industri på helautomatisk, vertikal dyrking av salat i partnerskap med det norske teknologi- selskapet Avisomo AS. Det skal bidra til en mer fremtidsrettet og bærekraftig matproduksjon, sikre bedre kvalitet og en mer effektiv og robust verdikjede, hvor en stor andel av importvarer erstattes med norsk produksjon.

Det pågår et kontinuerlig forbedringsarbeid i Coop Norge Industri konsern. Samtidig investerer selskapet for å sikre fremtidig vekst og utvikling av konsernets posisjon og portefølje, i et marked med økende konkurranse og endring. Konsernet er forberedt på å innta nye markedsområder og bransjer hvis det byr seg muligheter.

Coop Norge Eiendom konsern

Coop Norge Eiendom konsern har hovedfokus på butikketableringer gjennom utvikling av handelseiendom, og har ved årsskiftet i under- kant av 60 pågående store og små utviklingsprosjekter. Selskapet forvalter også en portefølje av eiendommer på til sammen 400 000 kvm, fordelt på kjøpesenter, logistikkanlegg og enkelt- stående butikkeiendommer. Coop Norge Eiendom konsern er i tillegg deleier i mange eiendomsselskaper, og den totale eiendomsmassen gjennom heleide og deleide selskaper utgjør ca. 650 000 kvm.

2023 har vært preget av økende renter og stigende usikkerhet med påfølgende høyere avkastningskrav (yield) i markedet for eiendoms- investeringer. Dette har bidratt til et svakt marked for salg av eiendom i 2023. Utviklingskostnader, og spesielt entreprisekostnader, har økt vesentlig, og dermed utfordret lønnsomhet i prosjektene. Konsernet har derfor et lavt antall investeringer i 2023.

Coop Norge Eiendom konsern har som følge av konsernets formål en rekke utviklingsprosjekter hvor det først oppstår inntekter når pro- sjekter er ferdigstilt. Flere av tomteervervelsene er gjort i en tid med lave yielder. Med høye utviklingskostnader har fremtidig forventning til verdi falt betraktelig i 2023. Sammen med den generelle markeds- utviklingen for næringseiendommer har dette resultert i vesentlige

regnskapsmessige nedskrivninger av eiendomsverdiene med totalt MNOK 285 for konsernet. Dette har også medført at 2023 har vært et svakt år for nye butikketableringer. I 2024 og 2025 forventer selskapet en betydelig bedring i etableringstakten, forutsatt et noe mer stabilt eiendomsmarked.

Coop Norge Eiendom konsern ferdigstilte i 2023 sin første bærekraftsrapport. For 2024 vil rapporten også inneholde et klimagass-regnskap og et GRI-regnskap. Disse verktøyene blir sentrale virkemidler i arbeidet med å redusere klimafotavtrykket for selskapet.

Gjennom forbedret virksomhetsstyring har konsernet redusert ledige arealer, oppnådd salgsgevinster over forventning i et krevende marked, tatt over eiendomsforvaltningen av strategisk viktige eiendommer for morselskapet og løftet medarbeidentilfredsheten ytterligere. 2024 vil preges av arbeid med en ny strategi for selskapet, lansering av et kompetanseprogram som vil tilgjengeliggjøres for samvirkelagene, og ytterligere skjerpet innsats i arbeidet med å sikre nyetableringer for Coops kjedekonsepter.

Norsk Butikkdrift konsern

Norsk Butikkdrift AS ble overtatt gjennom oppkjøp i 2015. Selskapets primære formål er å drive handel gjennom profesjonell butikkdrift. Ved utgangen av 2023 hadde Norsk Butikkdrift AS 305 butikker fordelt over hele landet. Butikkene drives dels som filialer og er dels tilknyttet på franchisebasis. I 2023 hadde filialene salgsinntekter på MNOK 8 985 og franchisebutikkene salgsinntekter på MNOK 5 061.

Norsk Butikkdrift konsern oppnådde et resultat før skattekostnad på MNOK 310 i 2023. Selskapets totale inntekter økte med 4,5 % fra 2022 til 2023. Dette kan blant annet ses i sammenheng med prisstigningen gjennom året i samfunnet generelt.

I 2023 har Norsk Butikkdrift gjennomført vesentlige energireducerende tiltak i butikkporteføljen gjennom utskiftning av kjølfrys, styring av ventilasjon og oppgradering av lys. Gjennomsnittlig energiforbruk er som følge av dette redusert med 10 % fra 388 kWh/m² til 349 kWh/m², totalt 9,4 millioner kWh. Som følge av andre bærekraftstiltak er antall solgte plastposer redusert med 16 %, sorteringsgrad for avfall er økt med 1,6 % til 81,6 %, og matsvinn er redusert fra 1,3 % til 1,1 % – tilsvarende 24 079 tonn mat.

Norsk Butikkdrift konsern består av Norsk Butikkdrift AS samt åtte selskaper som eier eiendommer hvor Norsk Butikkdrift AS har butikker. To av disse selskapene ble ervervet i 2023. Bakgrunnen for kjøpet er å sikre eierposisjon og langsiktig butikkdrift.

FINANSIELL RISIKO

Coop Norge konsern skal ha en forsvarlig finansiell styring, med hovedmål om å skape forutsigbare rammebetingelser i virksomheten. Gjennom virksomheten er konsernet eksponert for finansiell risiko, herunder renterisiko, valutarisiko, råvarerisiko, kredittisiko og likvidetsrisiko. Håndteringen av finansiell risiko reguleres gjennom finanspolicyen, som evalueres årlig. Finansiell risiko i Coop Norge konsern og håndteringen av denne er nærmere omtalt i note 1. Styret vurderer at håndtering av finansiell risiko i Coop Norge konsern gjennom konsernets finanspolicy er tilpasset konsernets risikobærende evne og vilje.

Finansforvaltningen i Coop Norge SA har utspring i samvirkelagens plikt til å plassere overskuddslikviditet hos Coop Norge SA. Gjennom forvaltningen skal selskapet søke å oppnå en realavkastning for midlene som i størst mulig grad samsvarer med realveksten i norsk økonomi. Styret har vedtatt en strategi for kapitalforvaltning i likvide plasseringer med en moderat risikoprofil for å sikre en forsvarlig og langsiktig forvaltning. Målt over et lengre historisk perspektiv har finansporteføljen gitt en positiv avkastning på nivå med det langsiktige avkastningsmålet til Coop Norge SA.

HENDELSER ETTER BALANSEDAGEN

Etter å ha iverksatt undersøkelser i april 2018 forhåndsvarslet Konkurransetilsynet (KT) 15. desember 2020 Coop Norge SA om et overtredelsesgebyr som følge av en angivelig overtredelse av konkurranseloven § 10 / EØS-avtalen art. 53. Varselet knytter seg til praktiseringen av bransjenormen for sammenlignende reklame. Det varslede gebyret er på om lag MNOK 4 800. Endelig varsel ble mottatt 9. juli 2021. Et varsel fra KT er et foreløpig skritt i saksbehandlingen og utgjør ikke et bindende vedtak. Coop Norge SA har som part i saken rett til å inngi merknader til varselet, slik at KTs videre saksbehandling kan bygge på en forsvarlig og kontraktorisk prosess. Resultatet av saksbehandlingen kan enten være at KT henlegger saken, eller at de går videre med et vedtak basert på hele eller deler av skadeteorien i varselet. I januar 2022 ble det avklart at Coop Norge SA fikk frist til 28. februar 2022 med å inngi tilsvaer til KT. Coop Norge SA er sterkt uenig i KT's konklusjoner i varselet og har signalisert at et eventuelt endelig vedtak vil bringes inn for domstolene. 31. januar 2024 ble Coop Norge SA informert av KT om at de hadde besluttet å legge bort den delen av saken som knytter seg til konkurransebegrensende formål. KT informerte samtidig om at de ville arbeide videre med den delen av saken som gjelder konkurransebegrensende virkning. Styrets oppfatning er at varselet bygger på flere faktiske og rettslige feilslutninger. Saken er således fremdeles til behandling hos KT, og et endelig vedtak fra KT foreligger ikke. Disse forholdene innebærer at det ikke er mulig å gjøre sannsynlighetsvurderinger opp mot NRS 13 knyttet til utfall i en sak.

FREMTIDSUTSIKTER

Coop opererer i krevende markeder med sterk konkurranse. Markedene er preget av raske endringer, hvor fleksibilitet og evne til rask tilpasning og omstilling er avgjørende. 2023 har vært et spesielt krevende år for dagligvarebransjen og andre bransjer hvor Coop er eksponert, med økende utfordringer grunnet inflasjon, høye transport- og strømpriser og svikt i enkelte forsyningskjeder. Dette har gitt økte kostnader i alle ledd av verdikjeden og bidratt til økte matpriser for kundene.

Konkurransekraft for Coop sikres gjennom å sette kunden først i tillegg til å ha en effektiv verdikjede. Dyrtid, høy inflasjon og stadige rentehevinger har utfordret virksomhetens økonomi på flere måter. Renteøkninger setter verdier under press og utfordrer lønnsomhet i eiendomsvirksomhet fremover, noe som kan bidra til færre nye prosjekter og lavere etableringstakt. Sammen med økte dagligvarepriser har utviklingen også gjort forbrukeren mer prisbevisst. Dette har ført til en ytterligere dreining mot og styrking av lavprissegmentet.

Coop erkjenner at kundene opplever økende økonomiske utfordringer, og det er derfor avgjørende å fortsette å tilby konkurransedyktige priser og sortiment. Dette intensiverer også kravet om kostnadsfokus og lønnsomhet i Coop. Gjennom 2023 har derfor Coop Norge gjennomført en analyse der kostnads- og lønnsomhetsnivået i virksomheten er vurdert opp mot sammenlignbare aktører. Analysen har vært bakteppe for en større organisasjonsendring og oppstart av et transformasjonsprogram med mål om økt konkurransekraft.

Gjennom grundige analyser av markedstrender og kundebehov vil Coop fortsette å tilpasse seg dynamikken i markedet for å møte fremtidige utfordringer på en bærekraftig måte. Strategiske veivalg, organisering og prioriterte prosjekter justeres løpende for å støtte opp rundt et sterkt og konkurransekraftig Coop.

Menneskene er Coops viktigste ressurs, og de ansatte er helt avgjørende for å lykkes fremover. Ved å utnytte styrken som ligger i dedikerte medarbeidere og robuste kjedekonsepter, er Coop godt posisjonert til å styrke markedsposisjonen ytterligere. Coop skal fortsette å levere lønnsom og bærekraftig vekst i årene som kommer.

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 i 2023. I en hverdag med skjerpet konkurranse om kundene har de ansatte lagt ned en betydelig innsats hver dag for å sikre at samvirkelagene har kunnet møte kundens behov og forventninger, som i sum har bidratt til et samlet Coop som er godt rustet for fremtiden.

Oslo, 21. mars 2024

Tore Tjomsland
Styrets leder

Yngve Haldorsen
Nestleder

Anne Berg Behring
Styremedlem

Runar Laukvik Leite
Styremedlem

Hilde Førland
Styremedlem

Lars Arve Jakobsen
Styremedlem

Bjørn Vik-Mo
Styremedlem

Gunn Elisabeth
Danielsen Pinslund
Styremedlem

Knut Roar Berg
Styremedlem

Tore Vea Berghagene
Styremedlem

Øystein Berg
Styremedlem

Philipp Engedal
Administrerende direktør

RESULTATREGNSKAP

Morselskap					Konsern
2022	2023	Note	MNOK	2023	2022
			DRIFTSINNTEKTER		
53 688	56 432	3, 4	Salgsinntekter	58 119	55 344
2 512	2 442	3, 4	Andre driftsinntekter	2 808	2 971
56 200	58 874	2	Sum driftsinntekter	60 927	58 315
			DRIFTSKOSTNADER		
49 111	51 817	4, 5	Varekostnad	50 279	47 725
2 380	2 326	6, 7, 8	Lønnskostnader	3 962	3 968
350	408	9, 10	Av- og nedskrivninger	982	784
4 217	4 142	7, 11	Andre driftskostnader	5 446	5 491
56 058	58 693		Sum driftskostnader	60 669	57 968
142	181		DRIFTSRESULTAT	258	347
-	611	12	Inntekt på investering i datterselskap, tilknyttet selskap og felleskontrollert virksomhet	25	(55)
83	554	13	Finansinntekter	489	70
(726)	(459)	5, 13	Finanskostnader	(456)	(764)
(643)	706		Sum netto finans	58	(749)
(501)	887		RESULTAT FØR SKATTEKOSTNAD	316	(402)
(11)	(35)	14	Skattekostnad	(88)	(49)
(512)	852		ÅRSRESULTAT	228	(451)
			Minoritetens andel av årets resultat	6	11
			Majoritetens andel av årets resultat	222	(462)
-	28		Avsatt renter på andelsinnskudd		
(512)	824		Overført fra/til annen egenkapital		
(512)	852		Sum disponeringer		

BALANSE

Morselskap					Konsern
2022	2023	Note	MNOK	2023	2022
104	91	5, 14	Utsatt skattefordel	644	733
1 267	1 118	9	Immaterielle eiendeler	1 220	1 424
1 724	1 576	10	Varige driftsmidler	6 704	6 576
5 318	3 647	12	Investeringer i aksjer og andeler	1 670	1 736
674	967	15	Andre langsiktige fordringer	131	161
9 087	7 399		Anleggsmidler	10 369	10 630
1 899	1 695	16	Varer	2 460	2 654
2 309	2 477	3	Kundefordringer	2 112	1 982
740	1 441		Andre kortsiktige fordringer	1 078	846
5 985	5 018	17	Finansielle investeringer	5 018	5 985
39	700	18	Bankinnskudd, kontanter o.l.	876	171
10 972	11 331		Omløpsmidler	11 544	11 638
20 059	18 730		SUM EIENDELER	21 913	22 268
693	693	19	Andelsinnskudd	693	693
4 240	5 065		Annen egenkapital	6 318	6 148
-	-		Minoritetsinteresser	86	72
4 933	5 758		Egenkapital	7 097	6 913
415	441	8, 20	Pensjonsforpliktelser	461	437
114	43		Andre langsiktige forpliktelser	58	118
529	484		Avsetning for forpliktelser	519	555
3 078	1 749	17	Langsiktige innskudd	1 749	3 078
520	479	20, 21	Annen langsiktig gjeld	1 780	1 873
3 598	2 228		Langsiktig gjeld	3 529	4 951
2 898	3 484	17	Kortsiktige innskudd	3 484	2 898
-	-	20	Kassekreditt	36	31
4 910	5 303	4	Leverandørgjeld	5 249	4 843
13	17	14	Betalbar skatt	21	22
115	125		Skyldig offentlige avgifter	295	281
219	69	3	Forskudd fra kunder	89	238
2 844	1 262	4	Annen kortsiktig gjeld	1 594	1 536
10 999	10 260		Kortsiktig gjeld	10 768	9 849
20 059	18 730		SUM EGENKAPITAL OG GJELD	21 913	22 268

Oslo, 21. mars 2024, styret i Coop Norge SA

Tore Tjomsland Styrets leder	Yngve Haldorsen Nestleder	Anne Berg Behring Styremedlem	Lars Arve Jacobsen Styremedlem	Runar Laukvik Leite Styremedlem	Knut Roar Berg Styremedlem
Øystein Berg Styremedlem	Gunn Elisabeth Danielsen Pinslund Styremedlem	Hilde Førland Styremedlem	Tore Vea Berghagene Styremedlem	Bjørn Vik-Mo Styremedlem	Philipp Engedal Administrerende direktør

KONTANTSTRØMOPPSTILLING

Morselskap				Konsern	
2022	2023	Note	MNOK	2023	2022
(501)	887	9, 10	Resultat før skattekostnad	316	(402)
350	408		Avskrivninger og nedskrivninger	982	784
(2)	(17)		Gevinster/tap ved salg av varige driftsmidler og aksjer	(40)	(31)
-	(594)		Inntekt på investeringer i datterselskap og tilknyttede selskap	57	29
438	(424)		Verdiendring finansielle investeringer	(424)	438
25	17		Skatt, pensjon, etc	9	9
311	278		Tilført fra årets virksomhet	900	828
(205)	204		Endring i varebeholdning	199	(277)
(421)	(167)		Endring i kundefordringer	(110)	(425)
286	393		Endring i leverandørgjeld	393	328
(156)	(351)		Endring i andre tidsavgrensningsposter	(346)	(142)
(185)	356		Netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter (1)	1 036	312
4	-		Innbetalinger ved salg av varige driftsmidler	47	11
(477)	(111)		Utbetalinger kjøp av varige driftsmidler og immaterielle eiendeler	(790)	(867)
-	22		Innbetalinger ved salg av aksjer og andeler	76	41
(55)	(154)		Utbetalinger ved kjøp av aksjer og andeler	(263)	(194)
486	1 392		Endring i finansielle investeringer	1 392	486
38	(293)		Endring i langsiktige fordringer	22	74
(4)	855		Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter (2)	483	(449)
11	-		Opptak av ny langsiktig gjeld	-	29
(9)	(41)		Nedbetaling av langsiktig gjeld	(97)	(38)
11	255		Endring konsernkonto mot datterselskap	-	-
(380)	(743)		Endring av innskudd, kassekreditt og andre forpliktelser	(726)	(395)
-	-		Innbetaling av egenkapital	19	-
861	-		Innbetaling av konsernbidrag	-	382
(771)	(22)		Utbetaling av konsernbidrag	-	(298)
(3)	-		Utbetaling av utbytte og renter på andelsinnskudd	(10)	(25)
(280)	(550)		Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter (3)	(813)	(345)
(469)	661		Netto endring i likviditetsbeholdning (1+2+3)	705	(482)
508	39	18	Likvide midler per 1.1.	171	653
39	700	18	Likvide midler per 31.12.	876	171
(469)	661		Endring i likviditetsbeholdning	705	(482)
39	700		Likvide midler		
-	-		Ikke bundne bankinnskudd og kontanter	866	171
			Bundne bankinnskudd	10	-
39	700		Sum	876	171

EGENKAPITALOPPSTILLING

Morselskap				Konsern	
MNOK	Andelsinnskudd	Annen egenkapital		Total	
Egenkapital 1.1.2022	693	4 753		5 446	
Årets resultat		(512)		(512)	
Egenkapital 31.12.2022	693	4 240		4 933	
Årets resultat		852		852	
Avsatt renter på andelsinnskudd		(28)		(28)	
Egenkapital 31.12.2023	693	5 065		5 758	
Konsern				Konsern	
MNOK	Andelsinnskudd	Annen egenkapital	Minoritets-interesser	Total	
Egenkapital 1.1.2022	693	6 607	71	7 371	
Årets resultat		(462)	11	(451)	
Utbytte		-	(10)	(10)	
Tilgang/avgang		2	-	2	
Omregningsdifferanse/annet		1	-	1	
Egenkapital 31.12.2022	693	6 148	72	6 913	
Årets resultat		222	6	228	
Utbytte		(16)	(12)	(28)	
Avsatt renter på andelsinnskudd		(28)	-	(28)	
Tilgang/avgang		(2)	20	18	
Omregningsdifferanse/annet		(6)	-	(6)	
Egenkapital 31.12.2023	693	6 318	86	7 097	

OVERSIKT NOTER TIL ÅRSREGNSKAPET FOR COOP NORGE SA OG KONSERN

	Regnskapsprinsipper
Note 1	Finansiell risiko
Note 2	Virksomhetsområder
Note 3	Transaksjoner og mellomværende med samvirkelag
Note 4	Mellomværende med selskap i samme konsern
Note 5	Brutto- og nettopresentasjon
Note 6	Lønnskostnader
Note 7	Godtgjørelser
Note 8	Pensjonsforpliktelser
Note 9	Immaterielle eiendeler
Note 10	Varige driftsmidler
Note 11	Andre driftskostnader
Note 12	Investeringer i aksjer og andeler
Note 13	Finansielle poster
Note 14	Skatter
Note 15	Andre langsiktige fordringer
Note 16	Varer
Note 17	Innskudd og finansielle investeringer
Note 18	Bankinnskudd og tilgjengelig likviditet
Note 19	Andelsinnskudd i morselskapet
Note 20	Pantstillelser og garantier
Note 21	Annen langsiktig gjeld
Note 22	Endringer i konsernet
Note 23	Selskap i konsernet
Note 24	Hendelser etter balansedagen og ikke balanseførte forpliktelser
Note 25	Samvirkelagenes Garantifond AL

NOTER TIL ÅRSREGNSKAPET 2023

REGNSKAPSPRINSIPPER

Generelt

Coop Norge SA eies av 58 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. Coop Norge konsern inkluderer Coop Norge SA (morselskap), Coop Norge Eiendom konsern, Coop Norge Industri konsern, Coop Norge Transport AS, Norsk Butikkdrift konsern, Inkognito AS, Obs BYGG Montering AS og eierselskaper for logistikkeiendommer. Det blir ikke avgitt konsernregnskap for disse nevnte underkonsernene.

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).

Hvert samvirkelag har innbetalt andelsinnskudd til Coop Norge SA. 25 % av eventuell etterbetaling (overskuddsdeling) fra Coop Norge SA reinvesteres i økt andelsinnskudd og fordeles på samvirkelagene basert på deres varekjøp det aktuelle året. 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

Konsernregnskapet til Coop Norge SA inkluderer de selskapene i Coop Norge konsern som beskrevet over.

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. Selskap som er kjøpt eller solgt i løpet av året inkluderes i konsernregnskapet fra det tidspunktet kontroll oppnås og inntil kontroll opphører. 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. 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/videresalg 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.

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 "Egenkapital". Konserninterne gevinster ved salg av anleggsmidler er reversert og behandlet som en utsatt inntektsføring.

REGNSKAPSPRINSIPPER forts.

Regnskapsprinsipper

Omregning av utenlandske selskaper

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

Vurderings- og klassifiseringsprinsipper

Eiendeler

Eiendeler bestemt til varig eie eller bruk klassifiseres som anleggs-midler. 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 virke-lig 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 for-ventes å generere. Avsetninger neddiskonteres hvis renteelementet er vesentlig, det vil si normalt sett hvis avsetningen løper over mer enn ti år.

Salgsinntekter

Inntekter ved salg av varer vurderes til virkelig verdi av vederlaget, netto etter fradrag for merverdiavgift, returer, rabatter, avslag og eventuelle offentlige tilskudd. Videre mottar konsernet godt-gjørølse fra leverandør som blir definert som annen driftsinntekt når konsernet leverer tjenester til leverandør. Tjenestene inntektsføres i den perioden hvor tjenesten utføres eller over avtaleperioden. Andre rabatter og provisjoner fra leverandører er ført som reduksjon i varekostnad.

Datterselskaper og tilknyttede selskaper

Datterselskaper og tilknyttede selskaper er vurdert etter kost-metoden i selskapsregnskapet. Investeringen er vurdert til anskaffelseskost for aksjene med mindre nedskrivning har vært nødvendig. Det er foretatt nedskrivning til virkelig verdi når verdifall skyldes årsaker som ikke kan antas å være forbigående og det må anses nødvendig etter god regnskapsskikk. Nedskrivninger er rever-sert når grunnlaget for nedskrivning ikke lenger er til stede.

Utbytte, konsernbidrag og andre utdelinger fra datterselskap er inntektsført samme år som det er avsatt i givers regnskap. Over-stiger utbyttet/konsernbidraget andel av opptjent resultat etter anskaffelsestidspunktet, representerer den overskytende del tilbakebetaling av investert kapital, og utdelingene er fratrukket investeringens verdi i balansen til morselskapet.

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. Skatteøkende og skattereduserende midlertidige forskjeller er forskjeller oppstått i én periode og rever-seres eller kan reversere i en senere periode. Utsatt skatt og utsatt skattefordel presenteres netto så langt de forventes å reversere i samme periode.

Samvirket

Samvirkeloven åpner for at det kan ytes konsernbidrag mellom samvirkelag som inngår i det føderative samvirket, herunder mellom to primærsamvirker. Coop Norge SA kan derfor både yte og motta konsernbidrag fra samvirkelagene som nevnt i avsnitt "Generelt" forutsatt at dette er vedtektstfestet hos både giver og mottaker.

Immaterielle eiendeler

Immaterielle eiendeler balanseføres i den utstrekning kriteriene for balanseføring er oppfylt. De immaterielle eiendelene avskrives lineært over forventet levetid. Dersom levetiden for balanseførte utviklingsutgifter ikke kan anslås pålitelig avskrives disse over maksimalt ti år. Dersom gjenvinnbart beløp for en vurderingsenhet er lavere enn bokført verdi, nedskrives vurderingsenheten til gjen-vinnbart beløp.

Goodwill

Immaterielle eiendeler består av forskning og utvikling, system-verdi, 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. Drifts-midler 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 driftskostnader.

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 opera-sjonelle leieavtaler. Utbetaling ved operasjonelle leieavtaler (med fradrag for eventuelle økonomiske tilskudd/bidrag fra utleier) føres over resultatregnskapet lineært over leieperioden.

Leieperiode

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)

Konsernet 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 markeds-verdi ved årets slutt. Anleggsaksjer klassifisert som langsiktige investeringer er vurdert til anskaffelseskost. Anleggsaksjer ned-skrives 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 spareinn-skudd 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, 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 samvirkelagene kan binde innskudd med fast rente.

Valuta

Fordringer og gjeld i utenlandsk valuta er omregnet til norske kroner etter valutakurser per 31. desember.

Sikring

Realisert og urealisert kursgevinst og kurstap knyttet til vare-strømmen 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.

Sikring

Konsernet kan benytte sikringsinstrumenter for å kontantstrømsikre 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.

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 oppsum-meres nedenfor.

Avskrivninger

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

Nedskrivning av anleggsmidler

Ved indikasjon på at balanseført verdi av et anleggsmiddel er høy-ere 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 nedskrivninger

Tidligere nedskrivninger reverseres hvis forutsetningene for ned-skrivningen ikke lenger er til stede, med unntak av nedskrivning av goodwill.

Fordringer

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 fordringene. I tillegg gjøres det en uspesifisert avsetning for å dekke antatte tap.

Varelager

Lager av innkjøpte varer verdsettes til laveste av anskaffelses-kost 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 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.

REGNSKAPSPRINSIPPER forts.

Avsetninger

Det foretas avsetninger for forventede fremtidige kostnader i regnskapet basert på estimer 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 om- tvistede forhold og rettssaker.

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.

Fjerningskostnader

Kostnader knyttet til fjerning av anlegg periodiseres i henhold til sammenstillingsprinsippet. Avsetningen bygges gradvis opp ved resultatføring i takt med driftsmidlets økonomiske levetid.

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 opptjenings- tid.

Innskuddsbaserte pensjonsordninger:

Premier til innskuddsbasert ordning kostnadsføres løpende.

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.

1. FINANSIELL RISIKO

Coop Norge konsern er hovedsakelig utsatt for finansiell risiko gjennom renterisiko, valutarisiko, råvarerisiko, kredittrisiko og likviditetsrisiko. Håndteringen av konsernets finansielle risiko er regulert gjennom en overordnet finanspolicy, som godkjennes av styret i Coop Norge SA og evalueres årlig. 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 egenkapital- andel var 32,4 % per 31. desember 2023.

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 og flere motparter, som gjør konsernet mindre sårbart overfor spesifikke finansieringskilder og -instrumenter.

Konsernets finanspolicy setter rammer for håndtering av finansi- ell 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 på- virker virksomheten, og risikotoleransen gjenspeiles i finansielle måltall for konsernet.

Konsernets låneavtaler inneholder betingelser (finansielle covenants) knyttet til oppfyllelse av visse nøkkeltall relatert til kontantstrøm, gjeldsnivå og egenkapitalandel. I henhold til låneklausulene skal Coop Norge konsern til enhver tid oppfylle kravene til netto gjeld som andel av EBITDA på maks 3,0x, samt en egenkapitalandel på minst 25 %. Konsernet tilfredsstiller alle lånebetingelsene med god margin. Coop Norge konsern skal søke å oppfylle kravene til en risikoprofil lik "Investment Grade". Konsernet skal følgelig søke å opprettholde buffer mot kravene i finansielle covenants.

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 rammene 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 avkast- ningen minst må tilsvare langsiktig inflasjon.

Finansplasseringer klassifiseres som likvide eiendeler, og bufferen i de likvide midlene må være tilstrekkelig til å kunne dekke inn- skudd fra samvirkelagene. Avkastningen på finansplasseringene må også være høy nok til å kunne tilby samvirkelagene innskudds- renter 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 rente- sensitiviteten i gjeldsporteføljen, med formål å tilpasse rente- risikoen og opprettholde finansiell fleksibilitet. Rentebytte- avtaler 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 rentebytte- avtaler. I henhold til konsernets finanspolicy skal minst 40-50 % av utestående bankgjeld i Coop Norge Eiendom konsern rentesikres, og sikringsandelen oppfylte kravet i 2023. Økte markedsrenter bidro til økning av finanskostnader i konsernet gjennom fjoråret, men effekten av renteøkningen dempes av rentesikringene.

I tabellen under vises markedsverdien på rentesikringsavtalene dersom de ble realisert per 31. desember 2023. På grunn av høyere rentenivå enn avtalt er markedsverdien samlet sett positiv. Rente- bytteavtaler som oppfyller kravene til å være kontantstrøms- sikringsintrumenter, balanseføres ikke. Ingen av de eksisterende avtalene er balanseført.

1. FINANSIELL RISIKO forts.

Konsern					
MNOK	Sikret lånebeløp	Løpetid	Bokført verdi	Markedsverdi 31.12.2023	Markedsverdi 31.12.2022
Forfalte avtaler					
Coop Norge Eiendom AS	80	30.08.2019 - 14.11.2023	-	-	2
Sum	80		-	-	2
Aktive avtaler					
Coop Norge Eiendom AS	80	30.08.2019 - 14.11.2024	-	2	3
Coop Norge Eiendom AS	80	30.08.2019 - 14.11.2025	-	3	4
Coop Norge Eiendom AS	70	30.08.2019 - 14.11.2026	-	4	4
Coop Norge Eiendom AS	70	30.08.2019 - 14.11.2027	-	5	5
Coop Norge Eiendom AS	70	14.11.2021 - 14.11.2028	-	5	5
Coop Norge Eiendom AS	70	14.11.2022 - 14.11.2029	-	5	5
Coop Norge Eiendom AS	40	14.11.2023 - 16.11.2026	-	0	-
Coop Norge Eiendom AS	40	14.11.2023 - 15.11.2027	-	(0)	-
Sum	520		-	25	27
Aktive med utsatt oppstart					
Coop Norge Eiendom AS	80	15.11.2024 - 15.11.2028	-	(0)	-
Sum	80		-	(0)	-

Valutarisiko

Coop Norge SA er eksponert for valutasingninger 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.

I prosjektinvesteringer som er utsatt for valutasingninger, skal som hovedregel minst 50 % av investeringsbeløp som forfaller innen de kommende 12 måneder, valutasikres. Per 31. desember 2023 hadde konsernet ingen prosjektinvesteringer med vesentlig valutaeksponering og tilhørende valutasikring.

Kjent valutaeksponering innen dagligvare og faghandel som ikke i tilstrekkelig grad kan utlignes med justerte priser mot kundene, kan vurderes sikret mot valutasingninger. I 2023 importerte Coop Norge SA varer og tjenester i utenlandsk valuta, og av konsernets samlede leverandørgjeld per 31. desember 2023 på MNOK 5 249 utgjorde leverandørgjelden i utenlandsk valuta MNOK 549. Resultateffekten av valutahåndteringen i Coop Norge SA relatert til drift ga i 2023 et netto tap på MNOK 28, og resultateffekter av finansiell karakter ga et netto tap på MNOK 10.

I tabellen under vises Coop Norge konsernets bokførte verdier av leverandørgjeld i utenlandsk valuta per 31. desember 2023, omregnet til norske kroner:

MNOK	2023	2022
DKK	30	28
EUR	472	367
GBP	1	41
SEK	16	11
USD	31	8
Sum	549	455

Råvareprisisiko

Råvareprisisiko i Coop Norge konsern er primært knyttet til innkjøp av kraft. Prisisiko tilknyttet innsatsfaktorer som importeres til industrien, som for eksempel sukker og konsentrater, er av begrenset betydning for konsernet. For kjøp av kraft har Coop Norge konsern inngått prissikringskontrakter. Per 31. desember 2023 har porteføljen et urealisert tap på MNOK 31 beregnet ut fra markedsverdi per 31. desember 2023. Det er for øvrig ikke gjort andre sikringer av råvarepriser i 2023.

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 kommiterte 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.

2. VIRKSOMHETSOMRÅDER

Morselskap		
MNOK	2023 Driftsinntekter	2022 Driftsinntekter
Vareforsyning/engros	58 874	56 200

Konsern				
MNOK	2023 Driftsinntekter	herav interne	2022 Driftsinntekter	herav interne
Vareforsyning/engros ¹	58 896	7 509	56 172	7 114
Detaljhandel	9 671	221	9 280	216
Eiendomsvirksomhet	117	27	205	12
Annet/eliminering	(7 757)	(7 757)	(7 342)	(7 342)
Sum	60 927	-	58 315	-

¹ Konsernets virksomhet utenfor Norge er ubetydelig, og det presenteres derfor ikke geografisk segmentinformasjon.

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

Utsikter til lavere markedsrenter og positiv avkastning, men finansmarkedene preges fortsatt av usikkerhet

Samtidig som oppgangen i finansmarkedene gjennom fjoråret ble tidvis svekket av en rekke sentralbankers forsøk på å kontrollere den høye inflasjonen gjennom renteøkninger, bidro forventninger om nært forestående rentetopper til at markedene steg betydelig mot slutten av 2023. Her hjemme er det ventet at Norges Bank har nådd et toppnivå for styringsrenten, og at det er duket for lavere renter utover året. For sentralbankene er det viktig å dempe inflasjonen slik at prisstigningen blir lav og stabil, men det er vel så viktig å påse at økonomien ikke går inn i en kraftig resesjon. Derfor blir rentebeslutningene og tiltakene for å senke inflasjonene nøye avveid mot tilstanden i realøkonomien og hensynet til finansiell stabilitet. Med bakgrunn i markedsforventninger om at rentetoppen ute og her hjemme er langt på vei nådd, ventes det at aksje- og obligasjonsmarkedene vil levere positiv avkastning i inneværende år. Tiltakende geopolitisk uro internasjonalt bidrar imidlertid til usikkerhet om utviklingen i markedene.

Finansporteføljen i Coop Norge SA hadde samlet sett positiv avkastning på 7,9 % i 2023, noe som tilsvarer MNOK 424. Både aksje-, obligasjons- og pengemarkedsporteføljen bidro til den positive avkastningen. Fjorårets avkastning innhentet også langt på vei den negative avkastningen på MNOK 438 i 2022. Målt over et lengre historisk perspektiv har finansporteføljen gitt en positiv avkastning på nivå med langsiktig avkastningsmål i Coop Norge SA.

3. TRANSAKSJONER OG MELLOMVÆRENDE MED SAMVIRKELAG

Coop Norge SA er samvirkelagenes fellesorganisasjon og var eid av 58 samvirkelag per 31. desember 2023. Transaksjoner med samvirkelagene er dermed å betrakte som nærstående parter. Disse vises spesifisert under.

Morselskap				Konsern
2022	2023	MNOK	2023	2022
Resultatposter				
42 723	44 906	Salgsinntekter	44 714	42 524
359	382	Andre driftsinntekter	420	399
1 159	1 174	Andre driftskostnader	1 174	1 159
202	268	Rentekostnader	268	202
Balanseposter				
985	1 249	Kundefordringer	1 259	988
-	-	Andre kortsiktige fordringer	2	1
5 945	5 212	Innskudd	5 212	5 945
219	69	Forskudd fra kunder	69	219
180	252	Annen kortsiktig gjeld	285	210

4. MELLOMVÆRENDE MED SELSKAP I SAMME KONSERN

Morselskap			
Resultatposter	MNOK	2023	2022
Salgsinntekter ¹		7 327	6 938
Andre driftsinntekter		227	228
Varekjøp ²		2 550	2 314
Andre driftskostnader		444	423
Finansinntekter		666	38
Finanskostnader		106	48
Fordringer	MNOK	2023	2022
Langsiktige fordringer		888	564
Kundefordringer		466	418
Andre kortsiktige fordringer		498	1
Gjeld	MNOK	2023	2022
Leverandørgjeld		489	445
Annen kortsiktig gjeld		111	1 764

¹ Coop Norge SA sitt salg til egneide butikker i Norsk Butikkdrift AS.
² Varekjøpet i Coop Norge SA er i hovedsak fra Coop Norge Industri konsern.

5. BRUTTO- OG NETTOPRESENTASJON

Morselskap		
MNOK	2023	2022
Varekostnad		
Varekostnad brutto	51 789	49 086
Valutagevinst	(83)	(70)
Valutatap	111	95
Varekostnad netto	51 817	49 111
Verdiendring finansielle plasseringer		
Realisert gevinst finansielle plasseringer	(251)	(1)
Realisert tap finansielle plasseringer	81	15
Urealisert gevinst finansielle plasseringer	(403)	(6)
Urealisert tap på finansielle plasseringer	190	482
Renteinntekter finansielle plasseringer	(40)	(52)
Verdiendring finansielle plasseringer netto	(424)	438

Konsern		
MNOK	2023	2022
Utsatt skattefordel		
Utsatt skattefordel brutto	726	817
Utsatt skatt	(82)	(84)
Utsatt skattefordel netto	644	733

6. LØNSKOSTNADER

Morselskap				Konsern
2022	2023	MNOK	2023	2022
1 934	1 845	Lønninger, honorarer, m.m.	3 197	3 246
249	261	Arbeidsgiveravgift	458	442
143	146	Pensjonskostnader	206	197
54	74	Andre ytelser	101	82
2 380	2 326	Lønnskostnader	3 962	3 968
1 947	1 881	Antall gj.sntl. årsverk	4 271	4 421

7. GODTGJØRELSE

Godtgjørelser til ledende personer

Coop Norge SA		
TNOK	2023	2022
Årsmøtet	344	426
Styret	2 328	2 153
<i>Administrerende direktør</i>		
Lønn	5 272	4 269
Pensjonskostnad	1 247	3 783
Annen godtgjørelse	1 451	4 536

Administrende direktør

Ny administrerende direktør i Coop Norge SA startet opp 1. februar 2023. Fram til da ble tidligere daglig leder i datterselskapet Norsk Butikkdrift AS innleid som konstituert administrerende direktør i Coop Norge SA. Kostnadene for innleie presenteres på linjen "Annen godtgjørelse" i tabellen over og utgjør TNOK 1 429 i 2023 og TNOK 4 412 i 2022.

Administrerende direktør i selskapet er medlem av og inngår i de til enhver tid gjeldende kollektive pensjons- og forsikringsordninger i konsernet. Administrerende direktør deltar 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 administrerende direktør rett til å motta etterlønn i 12 måneder.

Øvrig ledergruppe

Øvrig ledergruppe er medlemmer i de til enhver tid gjeldende pensjons- og forsikringsordninger som gjelder for konsernet, herunder driftspensjonsordninger for lønn over 12G. For ansatte med ytelsesbasert driftspensjonsordning gir denne en samlet pensjon inkludert folketrygdens ytelser på 66 % av lønn. For ansatte med innskuddspensjon avsettes det et årlig sparebeløp med utgangspunkt i lønn over 12G. Enkeltmedlemmer i ledergruppen har en pensjonsalder på 64 år. I perioden 64 til 67 år mottar de en pensjon tilsvarende 66 % lønn.

Samlet godtgjørelse og pensjonskostnad til de øvrige medlemmene av ledergruppen utgjorde MNOK 36 i godtgjørelser og MNOK 8 i pensjonskostnad.

Det er ikke ytet lån til eller stilt sikkerheter til fordel for administrerende direktør, øvrig ledergruppe eller styrets leder.

Godtgjørelse til konsernrevisor

Morselskap			Konsern	
2022	2023	TNOK	2023	2022
975	1 133	Lovpålagt revisjon	4 429	3 919
890	635	Attestasjon	972	1 205
-	-	Skatte- og avgiftsmessig bistand	257	69
2 282	1 026	Andre tjenester	2 875	3 345
4 147	2 794	Sum	8 533	8 538

8. 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.

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 42 per 31. desember 2023.

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

Morselskap			Konsern	
2022	2023	MNOK	2023	2022
Netto pensjonskostnader				
24	16	Nåverdi av årets pensjonsopptjening	17	26
9	17	Rentekostnad på pensjonsforpliktelse	18	9
(0)	(1)	Forventet avkastning på pensjonsmidler	(1)	(0)
10	6	Resultatført avvik fra forutsetninger/plan	6	11
42	38	Netto pensjonskostnader etter NRS	40	45
101	108	Kostnadsført innskudd og pensjoner over drift	166	152
143	146	Sum pensjonskostnader	206	197
Netto pensjonsforpliktelse per 31.12.				
456	437	Brutto pensjonsforpliktelse	450	472
20	20	Pensjonsmidler	25	27
437	417	Netto pensjonsforpliktelse	425	445
(72)	(40)	Ikke-resultatførte avvik fra forutsetninger	(42)	(73)
365	377	Balanseført netto pensjonsforpliktelse	383	372
50	64	Uforsikret pensjonsforpliktelse utenfor NRS	78	65
415	441	Balanseført netto pensjonsforpliktelse	461	437
Beregningsforutsetninger				
3,2 %	3,7 %	Diskonteringsrente	3,7 %	3,2 %
4,9 %	5,4 %	Avkastning på pensjonsmidler	5,4 %	4,9 %
3,8 %	3,8 %	Lønnsregulering	3,8 %	3,8 %
3,5 %	3,5 %	G-regulering	3,5 %	3,5 %
1,7 %/2,0 %	2,4 %/2,3 %	Pensjonsregulering	2,4 %/2,3 %	1,7 %/2,0 %

9. IMMATERIELLE EIENDELER

Morselskap				
MNOK	Forskning og utvikling	Andre immatr. eiendeler	Prosjekt under utvikling	Sum
Anskaffelseskost 1.1.2023	1 086	802	70	1 958
Tilgang	7	-	42	49
Reklassifisering	53	-	(53)	-
Anskaffelseskost 31.12.2023	1 147	802	59	2 007
Akkumulerte avskrivninger 31.12.	(633)	(250)	-	(882)
Akkumulerte nedskrivninger 31.12.	(7)	-	-	(7)
Balanseført verdi 31.12.2023	507	552	59	1 118
Årets avskrivninger	175	23	-	198
Økonomisk levetid	3-5 år	40 år		

Konsern					
MNOK	Forskning og utvikling	Andre immatr. eiendeler	Goodwill	Prosjekt under utvikling	Sum
Anskaffelseskost 1.1.2023	1 086	1 476	410	70	3 042
Tilgang	7	8	-	42	56
Avgang	-	-	(13)	-	(13)
Reklassifisering	53	-	-	(53)	-
Anskaffelseskost 31.12.2023	1 147	1 484	398	59	3 085
Akkumulerte avskrivninger 31.12.	(633)	(853)	(374)	-	(1 859)
Akkumulerte nedskrivninger 31.12.	(7)	-	-	-	(7)
Balanseført verdi 31.12.2023	507	631	24	59	1 220
Årets avskrivninger	175	78	8	-	260
Økonomisk levetid	3-5 år	3-40 år	5 år		

Tilgang goodwill består av en tilgang på MNOK 5 som følge av kjøpet av datterselskapet Inkognito AS. I tillegg består tilgangen av en negativ goodwill i forbindelse med Coop Norge Industri AS sitt kjøp av Totenpoteter AS med MNOK -5. Goodwill i konsernet med bokført verdi på MNOK 24 per 31. desember 2023 relateres ellers 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; leverandøravtaler, 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 2023 utgjør MNOK 552.

10. VARIGE DRIFTSMIDLER

Morselskap					
MNOK	Bygninger, tomter m.m.	Maskiner og anlegg	Driftsløsøre, inventar m.m.	Anlegg under utførelse	Sum
Anskaffelseskost 1.1.2023	219	1 652	1 091	39	3 000
Tilgang	1	16	20	26	62
Avgang	-	(21)	(12)	-	(33)
Reklassifisering	53	(3)	-	(50)	-
Anskaffelseskost 31.12.2023	273	1 644	1 098	15	3 029
Akkumulerte avskrivninger 31.12.	(71)	(576)	(784)	-	(1 431)
Akkumulerte nedskrivninger 31.12.	-	(2)	(20)	-	(22)
Balanseført verdi 31.12.2023	201	1 066	294	15	1 576
Årets avskrivninger	11	102	96	-	210
Årlig leie av ikke balanseførte driftsmidler	351	4	112	-	467
Balanseført verdi 31.12.2023 som er finansiell leasing	-	4	-	-	4
Økonomisk levetid	3-20 år ¹	5-20 år	3-20 år		

Konsern					
MNOK	Bygninger, tomter m.m.	Maskiner og anlegg	Driftsløsøre, inventar m.m.	Anlegg under utførelse	Sum
Anskaffelseskost 1.1.2023	5 042	2 598	3 457	225	11 322
Tilgang	279	60	246	118	702
Avgang	(72)	(34)	(142)	(1)	(249)
Tilgang/avgang konsernselskaper	199	35	1	-	234
Reklassifisering	159	38	1	(197)	-
Anskaffelseskost 31.12.2023	5 606	2 697	3 562	145	12 009
Akkumulerte avskrivninger 31.12.	(1 414)	(1 249)	(2 371)	-	(5 034)
Akkumulerte nedskrivninger 31.12.	(246)	(2)	(21)	(3)	(272)
Balanseført verdi 31.12.2023	3 946	1 446	1 170	142	6 704
Årets avskrivninger på varige driftsmidler	103	177	285	-	565
Årets nedskrivninger på varige driftsmidler	157	-	-	-	157
Årets av- og nedskrivninger	259	177	285	-	722
Årlig leie av ikke balanseførte driftsmidler	842	26	112	-	980
Balanseført verdi 31.12.2023 som er finansiell leasing	-	67	-	-	67
Økonomisk levetid	7-100 år ¹	5-20 år	3-20 år		

¹Tomter avskrives ikke.

11. ANDRE DRIFTSKOSTNADER

Morselskap				Konsern
2022	2023	MNOK	2023	2022
1 485	1 339	Markedsføringskostnader	1 371	1 552
1 077	1 174	Frakt	1 341	1 232
422	458	Leie lokaler, energi og øvrige lokalkostnader	1 346	1 272
215	220	Leie maskiner, inventar og kostnadsførte anskaffelser	323	321
250	177	Fremmede tjenester	245	331
131	140	Reparasjon og vedlikehold	315	280
637	634	Andre driftskostnader	505	503
4 217	4 142	Sum	5 446	5 491

12. INVESTERINGER I AKSJER OG ANDELER

Datterselskap i morselskap			
	Forretn. kontor	Eier-/ stemme- andel	Bal.ført verdi 31.12.2023
MNOK			
Bergmoen K6-2 AS	Oslo	100 %	137
Bergmoen Øst 2 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
Inkognito AS	Oslo	100 %	2
Norsk Butikkdrift AS ¹	Oslo	100 %	1 527
Obs BYGG Montering AS	Oslo	100 %	10
Sum investering i datterselskap			3 353
Tilknyttede selskap og felleskontrollert virksomhet i morselskap			
Aera Payment & Identification AS ²	Oslo	37,5 %	281
CO-Trans AS	Trondheim	34 %	1
Coop Trading A/S	Tåstrup, DK	25 %	3
dunnhumby Norge AS	Oslo	50 %	3
Sum investering i tilknyttede selskap og felleskontrollert virksomhet			288
Andre investeringer			
Investering i andre aksjer og andeler			7
Sum investering i aksjer og andeler			3 647

¹ Norsk Butikkdrift AS vedtok i desember 2023 en kapitalnedsettelse på MNOK 800 og et tilleggsutbytte på MNOK 1 700. Kapitalnedsettelsen og MNOK 1 106 av tilleggsutbytte er ført som en reduksjon av kostpris på aksjene i Norsk Butikkdrift AS. Resterende del av tilleggsutbytte på MNOK 594 er inntekstført i morselskapet på linjen "Inntekt på investeringer i datterselskap, tilknyttet selskap og felleskontrollert virksomhet".

² Verdssettelsen av aksjene i Aera Payment & Identification AS underbygges av en verdivurdering av selskapet i forbindelse med gjennomførte rettede emisjoner mot ekstern investor i 2023. Etter emisjonene er eierandelen til Coop Norge SA redusert fra 50 % ned til 37,5 %. Disse emisjonene resulterte i gevinster i konsernregnskapet på til sammen MNOK 84.

12. INVESTERINGER I AKSJER OG ANDELER forts.

Tilknyttede selskap i konsern

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

		Anskaff.	Bal.ført	Tilgang/	Res.andel/	Utbytte/	Bal.ført
	Eier-	kost	verdi	avgang	nedskr.	andre just.	verdi
MNOK	andel	1.1.2023	1.1.2023	2023	2023 ³	2023	31.12.2023
Aera Payment & Identification AS	38 %	401	56		13		68
Amco Eiendom AS	50 %	249	377	25	(28)	(25)	350
Coop Hordaland Eiendom AS	50 %	208	237	11	8		256
Coop Innlandet Eiendom AS	50 %	69	98		2		99
Coop Oppdal Eiendom AS	50 %	20	26		0		26
Coop Trading A/S	25 %	3	20		2	1	23
Coop Vest Eigedom II AS	50 %	40	52		2		54
Coop Vestfold og Telemark Eiendom AS	50 %	75	69		(0)		69
Malmporten Handelspark AS	46 %	61	52		(10)		43
dunnhumby Norge AS	50 %	3	27		11	(18)	20
Gardermoen Logistikkcenter AS	50 %	97	93		1		94
Krokdalsmyra Eiendom AS	50 %	40	45		(10)		35
Nedremarka Eiendom AS	50 %	156	165		6		171
Marstrandgata 9 & 11 Prosjekt AS	34 %	28	28	6	-		34
Sandviksveien73/75 AS	50 %	23	19		(8)		11
Sjøgata 42 AS	50 %	20	24		1	(3)	22
Skjettenveien 40 AS	50 %	25	22	(4)	25	(24)	19
Stasjonen Eiendom AS	33 %	31	28		1		29
Strømsø Utvikling AS	33 %	78	55		(14)		41
Tolvsrød Eiendom AS	50 %	16	15	6	-		20
Tverrlandsenteret AS	50 %	24	19	4	(15)		8
Vear Utvikling AS	50 %	14	13	1	-		14
Øksnes Handelspark AS	50 %	14	17		1		18
Ålgård Sentrum Eiendom AS	33 %	47	14		-		14
Øvrige tilknyttede selskaper		137	155	27	(44)	(21)	117
Sum tilknyttede selskap og felleskontrollert virksomhet		1 875	1 725	75	(57)	(88)	1 654
Investering i andre aksjer og andeler			11	4			15
Sum investeringer i aksjer og andeler			1 736				1 670

³ Av resultatandel er MNOK -82 i Coop Norge Eiendom konsern presentert under "Andre driftsinntekter". Resultatandel for resten av Coop Norge konsern presenteres under finans på regnskapslinjen "Inntekt på investering i datterselskap, tilknyttet selskap og felleskontrollert virksomhet" med MNOK 25.

13. FINANSIELLE POSTER

Morselskap				Konsern	
2022	2023	MNOK	2023	2022	
38	72	Renteinntekter fra datterselskap	-	-	
-	-	Renteinntekter fra tilknyttede selskap	4	3	
8	27	Renteinntekter fra andre	38	33	
-	424	Verdiendring av markedsbaserte finansielle omløpsmidler	424	-	
20	12	Valutagevinst	18	28	
17	19	Andre finansinntekter	5	6	
83	554	Sum finansinntekter	489	70	
48	105	Rentekostnader til datterselskap	-	-	
202	265	Rentekostnader til samvirkelag	265	202	
34	59	Rentekostnader andre inkl. rentebytteavtale	150	106	
438	-	Verdiendring markedsbaserte finansielle omløpsmidler	-	438	
4	22	Valutatap	29	12	
-	8	Andre finanskostnader	12	6	
726	459	Sum finanskostnader	456	764	

14. SKATTER

Morselskap				Konsern
2022	2023	MNOK	2023	2022
Årets skattekostnad				
-	-	Betalbar skatt	10	12
(1)	5	For mye avsatt i fjor	5	(1)
(1)	13	Endring i utsatt skatt ²	56	24
13	17	Formueskatt	17	13
11	35	Skattekostnad	88	49
Beregning av årets betalbare skatt				
(501)	887	Resultat før skattekostnad	315	(402)
-	-	Resultatandeler fra tilknyttede selskap	57	29
-	289	Mottatt/avgitt konsernbidrag ¹	377	-
494	(1 131)	Permanente forskjeller	(377)	554
(7)	(32)	Endring midlertidige forskjeller	(31)	(92)
14	(14)	Endring i framførbart underskudd ²	(320)	(51)
Grunnlag betalbar skatt				
-	0	Skatt 22 %	23	39
-	-	Formueskatt	5	9
13	17		17	13
13	17	Sum betalbar skatt i balansen	21	22
Spesifikasjon av grunnlag for utsatt skatt				
361	400	Varige driftsmidler	612	558
29	9	Fordringer	(14)	5
(259)	(254)	Varelager	(269)	(282)
(415)	(441)	Avsetninger for forpliktelser	(464)	(466)
73	58	Gevinst- og tapskonto	123	142
(250)	(188)	Avsetning etter god regnskapsskikk	(249)	(288)
(14)	-	Ligningsmessig underskudd	(2 686)	(3 017)
(475)	(416)	Grunnlag beregning utsatt skatt	(2 946)	(3 348)
-	-	Midlertidige forskjeller som ikke inngår i beregning av utsatt skatt	(18)	(15)
(475)	(416)	Sum skattereduserende midl. forskjeller	(2 929)	(3 333)
(104)	(91)	Utsatt skattefordel i balansen	(644)	(733)
Avstemming av konsernets skatteprosent				
(110)	195	22 % skatt av resultat før skattekostnad	69	(88)
13	17	Formueskatt	17	13
109	(249)	Permanente forskjeller	(83)	128
-	64	Konsernbidrag	83	-
(1)	5	Korreksjon av skatt for tidligere år	1	(1)
-	3	Andre endringer	2	(4)
11	35	Skattekostnad	88	49

¹ Coop Norge SA har skattemessig mottatt konsernbidrag i 2023 fra fem andre samvirkelag. Regnskapsmessig reflekteres disse konsernbidragene i 2024. Til sammen utgjør disse konsernbidragene fra samvirkelag MNOK 377.

² Det er i 2023 gjort en korreksjon av skattekostnaden for 2022, som medførte at det fremførbare underskuddet per 31. desember 2022 ble kroner 0. Effekten av endringer er i noten vist som endring i fremførbart underskudd.

15. ANDRE LANGSIKTIGE FORDRINGER

Morselskap				Konsern
2022	2023	MNOK	2023	2022
Langsiktige fordringer på				
564	888	Datterselskap, rentebærende	-	-
-	-	Tilknyttede selskap, rentebærende	82	86
5	-	Andre fordringer, rentebærende	2	7
105	79	Andre fordringer, rentefri	47	68
674	967	Andre langsiktige fordringer	131	161

16. VARER

Morselskap				Konsern
2022	2023	MNOK	2023	2022
-	-	Innkjøpte råvarer	190	167
-	-	Ferdige tilvirkede varer	61	54
1 899	1 695	Innkjøpte handelsvarer	2 209	2 433
1 899	1 695	Sum varer	2 460	2 654

17. INNSKUDD OG FINANSIELLE INVESTERINGER

MNOK	2023	2022
Langsiktige innskudd	1 749	3 078
Kortsiktige innskudd	3 484	2 898
Sum innskudd	5 233	5 976

Samvirkelagene og noen relaterte selskaper plasserer sin over-skuddslikviditet hos Coop Norge SA. Disse innskuddene utgjør ved årsslutt MNOK 5 233 inkludert renter. Renten på plasserings-konto fastsettes kvartalsvis i forhold til 3 måneders NIBOR tillagt en margin på 0,3 %-poeng. Det tilbys også fast rente på tids-

innskudd med løpetid på 1 opp til 3 år. Disse innskuddene utgjorde MNOK 4 116 per 31. desember 2023 og er inkludert i beløpet over. Rentekostnaden i 2023 var 3,89 % av gjennomsnittlig innskudd. Alle innskudd forfaller innen 2025.

Finansielle investeringer

	Pålydende/ Ansk.kost 31.12.2023	Balanseført mark.verdi 31.12.2023	Avkastning 2023	Pålydende/ Ansk.kost 31.12.2022	Balanseført mark.verdi 31.12.2022
MNOK					
Norske pengemarkedsfond	647	649	4,9 %	546	545
Norske aksjefond	506	668	8,8 %	694	911
Globale aksjefond	507	659	23,5 %	711	822
Norske obligasjonsfond	1 247	1 214	5,5 %	1 655	1 549
Globale obligasjonsfond	1 923	1 828	4,6 %	2 399	2 159
Sum/gjennomsnitt	4 830	5 018	7,9 %	6 005	5 985

18. BANKINNSKUDD OG TILGJENGELIG LIKVIDITET

Morselskap			Konsern	
2022	2023	MNOK	2023	2022
-	-	Kontanter	86	74
-	-	Bundne midler	10	-
39	700	Andre bankinnskudd	780	97
39	700	Sum bankinnskudd og kontanter	876	171

Coop Norge SA
Konsernet har skattetrekksgarantier fra et garantiinstitutt på til sammen MNOK 250, hvorav MNOK 120 gjelder Coop Norge SA. Morselskapet har en kassekreditt på MNOK 400 og en trekk-fasilitet i bank på MNOK 2 000. Per årsskiftet er det ikke trukket på fasilitetene. Enkelte hel- og deleide selskap i Coop Norge Industri konsern har kassekredittrettigheter på til sammen MNOK 86, hvor det er trukket MNOK 36 per 31. desember 2023.

Coop Norge Eiendom AS
Selskapet har en trekkfasilitet i bank på MNOK 1 500, hvorav MNOK 390 er ubenyttet per 31. desember 2023. I tillegg har selskapet en trekkramme på MNOK 997 i Coop Norge SA, hvorav MNOK 109 er ubenyttet per årsskiftet.

19. 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 forsvar-

lig 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 Andelsinnskudd	Prosent Andelsinnskudd	Antall medlemmer
Coop Øst SA	129	18,6 %	520 338
Coop Midt-Norge SA	116	16,8 %	275 332
Coop Nordvest SA	86	12,4 %	177 922
Coop Sørvest SA	63	9,1 %	252 163
Coop Innlandet SA	46	6,7 %	109 203
Coop Nord SA	45	6,4 %	113 565
Coop Hordaland SA	34	5,0 %	174 912
Coop Nordland SA	32	4,6 %	72 842
Coop Økonom SA	29	4,2 %	87 810
Coop Sørøst SA	28	4,0 %	153 657
Coop Finnmark SA	17	2,5 %	33 241
Coop Vestviken SA	16	2,4 %	70 378
Coop Oppdal SA	12	1,8 %	21 073
Coop Fosen SA	6	0,9 %	8 114
Madla Handelslag SA	5	0,7 %	29 247
Coop Klepp SA	4	0,5 %	12 845
Coop Ottadalen SA	3	0,5 %	4 193
Coop Nærbø SA	2	0,3 %	4 470
Coop Hammerfest SA	2	0,3 %	5 358
Coop Gjesdal SA	2	0,3 %	6 437
20 største eiere	679	98,0 %	2 133 100
Alle Coop Norges 58 eiere per 31.12.2023	693	100 %	2 153 891

20. PANTSTILLELSER OG GARANTIER

Morselskap				Konsern
2022	2023	MNOK	2023	2022
Pantstillelser				
-	-	Pantesikret langsiktig gjeld	1 299	1 353
391	427	Pantstillelser forpliktelse	427	391
-	-	Pantesikret kassekreditt	36	31
391	427	Sum pantstillelser	1 762	1 775
Bokført verdi på pantsatte eiendeler				
-	-	Eiendom/driftsmidler	2 126	2 372
185	185	Aksjer/netto eiendeler i konsernselskaper	112	111
-	-	Kundefordringer	104	99
185	185	Sum bokført verdi på pantsatte eiendeler	2 342	2 582
Garantier				
388	617	Garantiforpliktelser husleie, lån i tilhørende prosjekter og driftsrelaterte forhold	786	662

Morselskap

Det er ikke knyttet pant til bankgjeld i morselskapet. Bankgjeld i Coop Norge SA er basert på en negativ pantsettelseserklæring.

Konsern

Aksjene i Coop Norge SA sitt datterselskap Coop Norge Langhus Eiendom AS er stilt som sikkerhet for pensjonsforpliktelser over drift.

Coop Norge Eiendom konsern har pantsatt alle heleide eiendommer, aksjer i eierselskapene for eiendommene, samt kundefordringer som sikkerhet for sin banklånfasilitet.

21. ANNEN LANGSIKTIG GJELD

Morselskap								
MNOK	2023				2022			
	Beløp	Gj.snitt rente ¹	Forfall innen 1 år	Forfall etter 5 år	Beløp	Gj.snitt rente ¹	Forfall innen 1 år	Forfall etter 5 år
Gjeld til kredittinstitusjoner 31.12.	479	5,9 %	73	133	520	2,2 %	39	200

Konsern								
MNOK	2023				2022			
	Beløp	Gj.snitt rente ¹	Forfall innen 1 år	Forfall etter 5 år	Beløp	Gj.snitt rente ¹	Forfall innen 1 år	Forfall etter 5 år
Gjeld til kredittinstitusjoner 31.12.	1 780	6,7 %	81	155	1 873	3,8 %	46	231

¹ Gjennomsnittlig rente per. 31. desember.

Finansielle leieavtaler (er inkludert i langsiktig gjeld ovenfor)

Morselskap og konsern								
MNOK	2023				2022			
	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	6	4	2	-	10	4	6	-
Datterselskap	68	8	39	21	75	7	37	31
Finansielle leieavtaler 31.12.	74	12	41	21	85	11	43	31

22. ENDRINGER I KONSRNET

Tabellen under viser de største endringene over selskaper i Coop Norge konsern i 2023:

Coop Norge konsern

Kjøp og etableringer	Morselskap	Eierandel
Bergmoen K6-2 AS	Coop Norge SA	100 %
Inkognito AS	Coop Norge SA	100 %
Obs BYGG Montering AS	Coop Norge SA	100 %
Totenpoteter AS	Coop Norge Industri AS	100 %
Himmelgrønt AS	Coop Norge Industri AS	51 %
Trondheimsveien 5 Eiendom AS	Norsk Butikkdrift AS	100 %
Ragbakken 84 Eiendom AS	Norsk Butikkdrift AS	100 %
Sagveien Eiendom AS	Coop Norge Eiendom AS	100 %
Sagveien 5 Eiendom AS	Coop Norge Eiendom AS	100 %
Lumberveien 9 AS	Coop Norge Eiendom AS	50 %

22. ENDRINGER I KONSERNET forts.

Coop Norge konsern

Salg, avviklinger, endret eierandel	Morselskap	Eierandel
Aera Payment & Identification AS (fra 50 %)	Coop Norge SA	37,5 %
Goman Lindås AS	Goman AS	100 %
CNE Prosjekt 13 AS	Coop Norge Eiendom AS	100 %
Gomsrud Tomt AS	Coop Norge Eiendom AS	100 %
Haakon Tveters vei 8 Eiendom AS	Coop Norge Eiendom AS	100 %
Fusjoner	Overtakende selskap	Eierandel
Bjørnerud Eiendom AS (overdragende selskap)	Prost Blomst Gate	
(mor-datter fusjon)	Eiendom AS	100 %

23. SELSKAP I KONSERNET

Coop Norge konsern består 31. desember 2023 av følgende selskap under morselskapet Coop Norge SA:

Datterselskap	Eierandel
Bergmoen K6-2 AS, Oslo	100 %
Bergmoen Øst 2 AS, Oslo	100 %
Coop Forum SA, Oslo	100 %
Coop Norge Eiendom AS, Nordre Follo (eget konsern, se under)	100 %
Coop Norge Industri AS, Oslo (eget konsern, se under)	100 %
Coop Norge Langhus Eiendom AS, Oslo	100 %
Coop Norge Stavanger Eiendom AS, Oslo	100 %
Coop Norge Stavanger Eiendom II AS, Oslo	100 %
Coop Norge Transport AS, Oslo	100 %
Coop Norge Tromsø Eiendom AS, Oslo	100 %
Coop Norge Trondheim Eiendom AS, Oslo	100 %
Inkognito AS, Oslo	100 %
Monsterrykk AS, Oslo	100 %
Norsk Butikkdrift AS, Oslo (eget konsern, se under)	100 %
Obs BYGG Montering AS, Oslo	100 %

Tilknyttede selskap/felleskontrollert virksomhet	Eierandel
Aera Payment & Identification AS, Oslo	37,5 %
CO-Trans AS, Trondheim	34 %
Coop Trading A/S, Tåstrup, Danmark	25 %
Dagligvarehandelens Miljøforum AS, Oslo	33,3 %
dunnhumby Norge AS, Oslo	50 %

Coop Norge Industri konsern

Datterselskap	Eierandel
Coop Norge Industri AS	
A/S Røra Fabrikker, Inderøy	100 %
Coop Norge Kaffe AS, Oslo	100 %
Goman AS, Oslo	100 %
Goman Kjelstad AS, Lena	50,01 %
Goman Nordvest AS, Søvik	50,01 %
Ferskvarhuset AS, Ullensaker	100 %
Himmelgrønt AS, Ullensaker	51 %
Nord Blomst AS, Lørenskog	50,10 %
Totenpoteter AS, Lena	100 %
TradeWay AS, Trondheim	50,01 %

Tilknyttede selskap/felleskontrollert virksomhet	Eierandel
Norsk Kvalitetsmat AS, Surnadal	45 %

Norsk Butikkdrift konsern

Datterselskap	Eierandel
Norsk Butikkdrift AS	
Anders Wigans vei 2 AS, Oslo	100 %
Gauselbakken 8 Eiendom AS, Oslo	100 %
Gjerdeveien 49 Eiendom AS, Oslo	100 %
Håkongsgaten 36 Eiendom AS, Oslo	100 %
Nedre Prinsdalsvei 70-72 Eiendom AS, Oslo	100 %
Ragbakken 84 Eiendom AS, Oslo	100 %
Sandviksveien 94 Eiendom AS, Oslo	100 %
Trondheimsveien 5 Eiendom AS, Oslo	100 %

Coop Norge Eiendom konsern

Datterselskap	Eierandel
Ankertunet AS, Nordre Follo	100 %
Baglo Holding AS, Nordre Follo	100 %
Beitostølen AS, Nordre Follo	100 %
Byportalen AS, Nordre Follo	100 %
CNE Prosjekt 10 AS, Nordre Follo	100 %
CNE Prosjekt 11 AS, Nordre Follo	100 %
CNE Prosjekt 12 AS, Nordre Follo	100 %
CNE Prosjekt 14 AS, Nordre Follo	100 %
CNE Prosjekt 15 AS, Nordre Follo	100 %
Coop Eiendom Forvaltning AS, Nordre Follo	100 %
Coop Eiendom Sørvest AS, Nordre Follo	100 %
Coop Raufoss Kjøpesenter AS, Nordre Follo	100 %
Coop Vest Eigedom III AS, Nordre Follo	100 %
Dr. Munks gate 6 Porsgrunn AS, Nordre Follo	100 %
Drøbakveien 14 og 18 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Einerhaugveien 1 og 2 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Enebakkveien 289 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Granstunet Eiendom AS, Nordre Follo	100 %

23. SELSKAP I KONSERNET forts.

Coop Norge Eiendom konsern forts.

Datterselskap	Eierandel
Heggedalsveien 350 AS, Nordre Follo	100 %
Hellestubben 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 %
Prost Bloms Gate Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Prost Bloms Gate Eiendom 32 B AS, Nordre Follo	100 %
Pustutveien 6-14 AS, Nordre Follo	100 %
Rosenlund Bydelssenter AS, Nordre Follo	63 %
Sagveien Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Sagveien 5 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Sagveien Stokke AS, Nordre Follo	100 %
Salhusveien Utvikling I AS, Nordre Follo	100 %
Sandstuveien 57 AS, Nordre Follo	100 %
Smidsrød Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Stoa Bransjesenter AS, Nordre Follo	100 %
Stoa Holding AS, Nordre Follo	100 %
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 %
Vestli Nærsenter Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Ørsnesveien 33 AS, Nordre Follo	100 %
Årdalssenteret AS, Nordre Follo	100 %

Coop Norge Eiendom konsern

Aksjer eiet av datterselskaper	Eierandel
Coop Vest Eigedom III AS	
Coop Vest Eigedom Volda AS, Nordre Follo	100 %
Ingeborg Aas vei 4 AS	
Risvollan Utvikling AS, Trondheim	50 %
Rosenlund Bydelssenter AS	
Industrigata 17 AS, Nordre Follo	100 %

Coop Norge Eiendom konsern forts.

Tilknyttede selskap	Eierandel
Amco Eiendom AS, Surnadal	50 %
AS Auglendsdalen 80, Stavanger	33 %
Atriumsgården AS, Klepp	33 %
Bjerketunet AS, Kongsvinger	50 %
Coop Eiendom Rogaland AS, Klepp	20 %
Coop Hordaland Eiendom AS, Kokstad	50 %
Coop Innlandet Eiendom AS, Nordre Follo	50 %
Coop Oppdal Eiendom AS, Nordre Follo	50 %
Coop Vest Eigedom II AS, Nordre Follo	50 %
Coop Vestfold og Telemark Eiendom AS, Nordre Follo	50 %
Coop Øst Etablering AS, Nordre Follo	50 %
Fiskå Utvikling AS, Nordre Follo	50 %
Forum Tjensvoll AS, Nordre Follo	50 %
Gardermoen Logistiksenter AS, Ullensaker	50 %
Glommengata 3 AS, Kongsvinger	50 %
Kilen Handelspark AS, Asker	40 %
Krokdalsmyra Eiendom AS, Fauske	50 %
Kvassnesveien 3 og 5 AS, Bergen	50 %
Leknesletta AS, Svolvær	25 %
Lumberveien 5-7 AS, Nordre Follo	50 %
Lumberveien 9 AS, Nordre Follo	50 %
Madla Revheim Utvikling AS, Klepp Stasjon	33 %
Malporten Handelspark AS, Narvik	46 %
Mariero Utvikling AS, Stavanger	50 %
Marstrandgata 9 & 11 Holding AS, Oslo	34 %
Nedremarka Eiendom AS, Bryne	50 %
Randabergveien Utvikling AS, Stavanger	25 %
Ruggevik Næringspark AS, Nordre Follo	50 %
Sandviksveien 73/75 AS, Nordre Follo	50 %
Setrevegen 2 AS, Stryn	46 %
Sjøgata 42 AS, Nordre Follo	50 %
Skjettenveien 40 Eiendom AS, Jessheim	50 %
Somaveien Holding AS, Klepp	25 %
Stasjonen Eiendom AS, Ålgård	33 %
Strandparken Utvikling AS, Asker	40 %
Strømsø Utvikling AS, Oslo	33 %
Teie Eiendom AS, Nøtterøy	50 %
Teie Torg Eiendom AS, Nordre Follo	50 %
Tolvsrød Eiendom AS, Tønsberg	50 %
Tverrlandssenteret AS, Bodø	50 %
Vear Utvikling AS, Tønsberg	50 %
Øksnes Handelspark AS, Bodø	50 %
Ålgård Sentrum Eiendom AS, Ålgård	33 %
Åsane Bolig AS, Asker	25 %
Åsane Energi AS, Asker	50 %

Coop Norge Eiendom konsern forts.

Aksjer eiet av tilknyttede selskap	Eierandel
Amco Eiendom AS	
Amfi 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 Elverum 2 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 %
Coop Hordaland Eiendom AS	
Bergen Logistikkbygg AS, Kokstad	100 %
Sluttraaen AS, Kokstad	100 %
Åsane Utvikling AS, Kokstad	100 %
Åsane Handel AS, Kokstad	100 %
Horisont Drift AS, Kokstad	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 %
Heggedalsvegen 15 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Innlandsporten Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Jernbanegata 1 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Kongsvegen 3 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Kongsvegen 5 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Lomoen Vinstra AS, Nordre Follo	100 %
Reinsvoll Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Sommerrovegen 1A Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Storgata 34 Eiendom AS, Nordre Follo	100 %
Sødorptunet Eiendom AS, Nordre Follo	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 Vest Eigedom II AS	
Citus AS, Førde	50 %
Coop Vest Eigedom Ulsteinvik AS, Nordre Follo	100 %
Førde Handelspark AS, Surnadal	50 %
Moengården Vest AS, Nordfjordeid	38 %
Eidsgata 33 AS, Nordfjordeid	100 %
Coop Vestfold og Telemark Eiendom AS	
Jernbanegt. 3 Porsgrunn AS, Nordre Follo	100 %
Lauvåsen Drangedal AS, Nordre Follo	100 %
Telemarksvegen AS, Nordre Follo	100 %

Coop Norge Eiendom konsern forts.

Aksjer eiet av tilknyttede selskap	Eierandel
Kilen Handelspark AS	
Kilen Syd AS, Asker	100 %
Reservatveien Bolig AS, Asker	100 %
Reservatveien 4 AS, Asker	100 %
Reservatveien 8 AS, Asker	100 %
Tolvkanten AS, Asker	100 %
Tolvkanten Bolig AS, Asker	100 %
Marstrandgata 9 & 11 Prosjekt AS	
Marstrandgata 9 & 11 AS, Oslo	100 %
Somaveien Holding AS	
Somaveien 1 AS, Klepp Stasjon	100 %
Strandparken Utvikling AS	
Strandparken Holding AS, Hammerfest	50 %
Strandparken 2 AS, Hammerfest	100 %
Strandparken Mellom AS, Hammerfest	100 %
Strømsø Utvikling AS	
Bjørnstjerne Bjørnsonsgate AS, Oslo	100 %
Bjørnstjerne Bjørnsonsgate 84 AS, Oslo	100 %
Bjørnstjerne Bjørnsonsgate 86-92 AS, Oslo	100 %
Bjørnstjerne Eiendom AS, Oslo	100 %
C O Lunds Gate 26 AS, Oslo	100 %
Drammen Handelspark AS, Oslo	100 %
Teie Torg Eiendom AS	
Smidsrødveien 2 B AS, Tønsberg	100 %
Smidsrødveien 4 A AS, Tønsberg	100 %
Smidsrødveien 4 C AS, Tønsberg	100 %
Teie Bolig AS, Tønsberg	100 %
Tolvsrød Eiendom AS	
Valløveien 62 AS, Tønsberg	100 %
Valløveien 60A AS, Tønsberg	100 %
Valløveien 60B AS, Tønsberg	100 %
Vear Utvikling AS	
Bekkeveien 200 AS, Tønsberg	100 %
Bekkeveien Eiendom AS, Tønsberg	100 %
Ålgård Sentrum Eiendom AS	
Magneten Handel AS, Ålgård	50 %
Magneten Næring AS, Ålgård	100 %
Norwegian Outlet AS, Farsund	50 %
Stasjonen Bolig AS, Ålgård	100 %
SAMVIRKELAGENES GARANTIFOND AL	
Samvirkelagenes Garantifond AL er eid av Coop Norge SA.	
Garantifondets 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 note 25.

24. HENDELSER ETTER BALANSEDAGEN OG IKKE BALANSEFØRTE FORPLIKTELSE

Konkurransetilsynet
Etter å ha iverksatt undersøkelser i april 2018 forhåndsvarsl

Konkurransetilsynet (KT) 15. desember 2020 Coop Norge SA om et overtredelsesgebyr som følge av en angivelig overtredelse av konkurranse

loven § 10/EØS-avtalen art. 53. Varselet knytter seg til praktiseringen av Bransjenormen for sammenlignende reklame. Det varslede gebyret er på om lag MNOK 4 800. Endelig varsel ble mottatt 9. juli 2021. Et varsel fra KT er et foreløpig skritt i saksbehandlingen, og utgjør ikke et bindende vedtak. Coop Norge SA har som part i saken rett til å inngi merknader til varsel

et, slik at KTs videre saksbehandling kan bygge på en forsvarlig og kontradiktorisk prosess. Resultatet av saksbehandlingen kan enten være at KT henlegger saken, eller går videre med et vedtak basert på hele eller deler av skadeteorien i varselet. I januar 2022 ble det avklart at Coop Norge SA fikk frist til 28. februar 2022 med å inngi tilsvar til KT. Coop Norge SA er sterkt uenig i KTs konklusjoner i varselet, og har signalisert at et eventuelt endelig

vedtak vil bringes inn for domstolene. 31. januar 2024 ble Coop Norge SA informert av KT om at de hadde besluttet å legge bort den delen av saken som knytter seg til konkurransebegrensende formål. KT informerte samtidig om at de ville arbeide videre med den delen av saken som gjelder konkurransebegrensende virk

ning. Styrets oppfatning er at varselet bygger på flere faktiske og rettslige feilslutninger. Saken er således fremdeles til behandling hos KT, og et endelig vedtak fra KT foreligger ikke. Disse forholdene innebærer at det ikke er mulig å gjøre sannsynlighetsvurderinger opp mot NRS 13 knyttet til utfall i en sak.

Annet
Det har ikke inntruffet andre hendelser etter balansedagen 31. desember 2023, og konsernet er ikke involvert i andre tvister eller rettsaker av betydning for å bedømme konsernets stilling og resultat av den økonomiske virksomhet.

25. SAMVIRKELAGENES GARANTIFOND AL

Tall fra regnskapet i Samvirkelagenes Garantifond AL

Resultatregnskap	MNOK	2023	2022
DRIFTSINNTEKTER			
Medlemsavgift fra samvirkelagene		49	53
Renteinntekter finansielle investeringer		7	8
Verdiøkning markedsbaserte finansielle omløpsmidler		72	-
Sum driftsinntekter		128	61
DRIFTSKOSTNADER			
Netto kurstap obligasjoner		7	-
Verdireduksjon markedsbaserte finansielle omløpsmidler		-	71
Andre driftskostnader		1	1
Sum driftskostnader		8	72
DRIFTSRESULTAT		120	(11)
ÅRSRESULTAT		120	(11)

Balanse	MNOK	2023	2022
OMLØPSMIDLER			
Finansielle investeringer		1 148	1 027
Bankinnskudd, kontanter o.l.		2	2
Sum omløpsmidler		1 150	1 029
SUM EIENDELER		1 150	1 029
EGENKAPITAL OG GJELD			
Egenkapital		1 150	1 029
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		1 150	1 029



BDO AS
Munkedamsveien 45
Postboks 1704 Vikå
0121 Oslo

Uavhengig revisors beretning

Til årsmøtet i Coop Norge SA

Konklusjon

Vi har revidert årsregnskapet for Coop Norge SA.

Årsregnskapet består av: - Selskapsregnskapet, som består av balanse per 31. desember 2023, resultatregnskap, oppstilling over endringer i egenkapital og kontantstrømpoppstilling for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper, og - Konsernregnskapet, som består av balanse per 31. desember 2023, resultatregnskap, oppstilling over endringer i egenkapital og kontantstrømpoppstilling for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper.	Etter vår mening: - Oppfyller årsregnskapet gjeldende lovkrav - Gir selskapsregnskapet et rettviseende bilde av selskapets finansielle stilling per 31. desember 2023 og av dets resultater og kontantstrømmer for regnskapsåret som ble avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge, og - Gir konsernregnskapet et rettviseende bilde av konsernets finansielle stilling per 31. desember 2023 og av dets 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 International Standards on Auditing (ISA-ene). Våre oppgaver og plikter i henhold til disse standardene er beskrevet nedenfor under Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet. Vi er uavhengige av selskapet og konsernet i samsvar med kravene i relevante lover og forskrifter i Norge og International Code of Ethics for Professional Accountants (inkludert internasjonale uavhengighetsstandarder) utstedt av International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA-reglene), og vi har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Innhentet revisjonsbevis er etter vår vurdering tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

Annen informasjon

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlig for annen informasjon. Annen informasjon består av årsberetningen og annen informasjon i årsrapporten, men inkluderer ikke årsregnskapet og revisjonsberetningen. Årsrapporten for øvrig forventes å bli gjort tilgjengelig for oss etter denne datoen. Vår konklusjon om årsregnskapet ovenfor dekker ikke annen informasjon.

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



hvorvidt informasjon i annen informasjon ellers fremstår som vesentlig feil. Vi har plikt til å rapportere dersom annen informasjon fremstår som vesentlig feil. 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.

Konklusjon om årsberetningen

Basert på kunnskapen vi har opparbeidet oss i revisjonen, mener vi at årsberetningen

- er konsistent med årsregnskapet og
- inneholder de opplysninger som skal gis i henhold til gjeldende lovkrav.

Styret og daglig leders ansvar for årsregnskapet

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet og 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 misligheter 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 avviklet.

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 misligheter 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 ISA-ene, alltid vil avdekke vesentlig feilinformasjon. Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon er å anse som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke de økonomiske beslutningene som brukerne foretar på grunnlag av årsregnskapet.

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

Oslo, 19.april 2024
BDO AS


Martin Aasen
Statsautorisert revisor

SAMVIRKELAGENE OG COOP I NORGE

Ved utgangen av 2023 er det 58 samvirke­lag som er en del av Coop. Ett samvirke­lag har blitt avvirket i løpet av 2023.

Samvirke­lagene har hatt en økning i salgsinntekter på 5,4 % i 2023. Samlet for 2023 ble salgsinntektene MNOK 56 696. Bruttofortjenesten i prosent har en nedgang på 0,4 prosent-poeng fra 2022. Driftsresultatet for samvirke­lagene ble MNOK 966 mot MNOK 911 i 2022. Målt i prosent av salgsinntekter er driftsresultatet på samme nivå som 2022. Resultat før skatte­kostnad ble for 2023 på MNOK 1 549 mot MNOK 979 i 2022.

Coop i Norge, som består av samvirke­lagene, Samvirke­lagenes Garantifond AL og Coop Norge konsern, oppnådde salgsinntekter i 2023 på MNOK 70 101 mot MNOK 66 611 i 2022. Dette utgjør en økning på 5,2 %. Driftsresultatet for 2023 utgjorde MNOK 1 271 mot MNOK 1 310 i 2022. Resultat før skatte­kostnad hadde en økning på MNOK 1 418 og endte opp på MNOK 1 985.

I løpet av 2023 hadde Coop en netto økning i medlemsmassen på 87 240 medlemmer, og det var totalt 2 153 891 medlemmer i Coop ved utgangen av året.

Totalt har medlemmene i Coop fått utbetalt MNOK 1 394 i kjøpeutbytte og medlemsbonuser opptjent i 2023 mot MNOK 1 324 i 2022.

Resultatregnskap

Samvirke­lagene samlet				Coop i Norge		
2021	2022	2023	MNOK	2023	2022	2021
55 105	53 791	56 696	Salgsinntekter	70 101	66 611	68 694
1 634	1 411	1 426	Andre driftsinntekter	3 485	3 639	3 632
56 738	55 202	58 122	Sum driftsinntekter	73 586	70 250	72 326
43 390	42 142	44 671	Varekostnad	50 769	47 788	49 978
6 503	6 492	6 635	Lønnskostnader	10 597	10 459	10 414
5 321	5 662	5 882	Andre driftskostnader	10 981	10 698	9 847
55 214	54 296	57 188	Sum driftskostnader	72 347	68 945	70 239
36	5	32	Andre poster	32	5	36
1 560	911	966	DRIFTSRESULTAT	1 271	1 310	2 124
110	123	164	Inntekt på investering i tilknyttede selskap	189	68	59
251	(55)	419	Finansielle poster	525	(811)	412
1 921	979	1 549	RESULTAT FØR SKATTEKOSTNAD	1 985	567	2 596

BÆREKRAFTS-
RAPPORT

Introduksjon

98

Et miljøvennlig
hjem

111

Et ansvarlig
Coop

133

En sunnere
handlekurv

108

Et sirkulært
Coop

114

Et mangfoldig
Coop

142

Introduksjon	
FNs bærekraftsmål og Coop	98
Strategi, ambisjoner og mål	100
Organisering og styringsrutiner	
for bærekraft i Coop	100
Coops vesentlige bærekraftstemaer	103
Interessentdialog	106
Coops bærekraftsrapportering	107
En sunnere handlekurv	
Ernæring og folkehelse	108
Et miljøvennlig hjem	
Bærekraftige produkter	111

Et sirkulært Coop	
Klimaendringer	114
Natur og økosystem	122
Sirkulær økonomi	125
Matsvinn	127
Plast og emballasje	130
Et ansvarlig Coop	
Ansvarlighet og etikk	133
Menneskerettigheter og anstendige	
arbeidsforhold	136
Trygg vare	139

Et mangfoldig Coop	
Trygg og ansvarlig arbeidsgiver	142
Likestilling og mangfold	146
Vedlegg	
Forkortelser, merkeordninger og samarbeid	149
Attestasjon fra revisor	154
GRI-indeks	156
Måltall og nøkkeltall for Coop i Norge	164

VIKTIGSTE RESULTATER I 2023

Rapporteringen gir en helhetlig framstilling av hvordan Coop Norge konsern jobber med bærekraft, vår påvirkning på mennesker, miljø og samfunn og informasjon om hvordan vi håndterer dette. Rapporteringen viser virksomhetens utvikling og resultater for 2023.

Reduksjon av matsvinn

I 2023 er matsvinnet i butikk og lager i Coop Norge konsern redusert med 42 prosent sammenlignet med basisåret 2019. Vi har donert rett i overkant av 900 tonn mat fra våre lagerenheter og bakerier til Matsentralen. Det er gjennomført flere tiltak i butikk for å redusere matsvinnet, med et særskilt fokus på gode rutiner for bestilling, varerullering, varehåndtering og datokontroll av varene. Nye nedprisingsløsninger for varer som er i ferd med å gå ut på dato har bidratt positivt til å redusere matsvinnet.

Satsing på bærekraftig matproduksjon

Himmelgrønt AS ble etablert i 2023, et joint venture mellom Coop Norge Industri AS og det norske teknologiselskapet Avisomo. Selskapet satser på helautomatisk, innendørs vertikal dyrking av salat og urter, for å bidra til en mer fremtidsrettet og bærekraftig norsk grønnsaksproduksjon.

Satsing på ansatte

I Coop Norge konsern satser vi på menneskene som jobber hos oss, da de er vår viktigste ressurs. For å videreutvikle virksomheten og sørge for motiverte og engasjerte ansatte med rett kompetanse har arbeidet med læring, kompetanseutvikling og styrket lederskap stått sentralt i 2023. I rapporteringsåret har vi gitt de ansatte en rekke kompetanseutviklingstilbud gjennom ledersamlinger, lederutviklingsprogrammer, introduksjonsuker og en rekke fagspesifikke kurs og programmer.

Styrket arbeidet med ansvarlig forretningspraksis

Coop Norge konsern har ansvar for å utvise aktsomhet og fremme ansvarlig forretningspraksis gjennom hele verdikjeden og bidra til dette for hele Coop i Norge. Dette er noe vi har jobbet aktivt med i lang tid, og i rapporteringsåret har vi særlig styrket og utvidet arbeidet med aktsomhetsvurderinger for ivaretagelse av menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i våre leverandørkjeder.

Bedre innsikt i klimapåvirkning

I 2023 startet vi arbeidet med å kartlegge våre indirekte klimagassutslipp i oppstrøms- og nedstrømsaktiviteter som er av betydning (Scope 3). Scope 3 utgjør den største andelen av våre totale klimagassutslipp, og kartleggingen gjør oss bedre i stand til å iverksette tiltak for å redusere påvirkningen gjennom tydeligere krav og samarbeid med våre leverandører og samarbeidspartnere.

Største økologiske merkevare

Vår økologiske merkevare, Ånglamark, har en solid posisjon i det norske dagligvaremarkedet som den største merkevaren innenfor økologisk mat. Gjennom Ånglamark får kundene et godt utvalg av økologiske produkter til gode priser i alle Coop i Norges dagligvarebutikker.

INTRODUKSJON

FNs BÆREKRAFTSMÅL OG COOP

FNs bærekraftsmål er verdens felles arbeidsplan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe klima- og natur- endringene innen 2030¹. Coop Norge konsern ønsker å være en tydelig bidragsyter til den globale dugnaden og bruker FNs bærekraftsmål aktivt i arbeidet med bærekraft for å sikre at vårt eget arbeid er relevant og bidrar i positiv retning.

For Coop Norge konsern handler bærekraft om å skape positive verdier og sikre en trygg fremtid for mennesker, miljøet, samfunnet og egen virksomhet. Vi er en betydelig samfunnsaktør som eies av over to millioner medlemmer i samvirkelagene. Dette innebærer et stort ansvar for hvordan vi driver virksomheten.

Helt siden kooperasjonens opprinnelse har vi hatt som målsetting å løse samfunnsproblemer i fellesskap. Coop Norge konsern har ansvar for å utvise aktsomhet og fremme ansvarlig forretningspraksis gjennom hele verdikjeden og bidra til dette for hele Coop i Norge. Vi ønsker å bidra til omstillingen til en bærekraftig utvikling med hensyn til både produksjon og forbruk. Dette omfatter målrettet arbeid for å redusere klimagassutslipp, matsvinn og miljøpåvirkning samt å arbeide for å fremme menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold gjennom hele verdikjeden.

Coop Norge konsern skal jobbe aktivt for å bevare naturen og biomangfold og bidra til overgangen til en sirkulær økonomi gjennom smartere ressursbruk, optimalisering av emballasje på egne merkevarer og bærekraftig håndtering av avfallet vi genererer. I tillegg jobbes det målrettet for å tilrettelegge for bedre folkehelse og et sunnere kosthold gjennom utvikling av sunnere produkter, vareplassering, markedsføring, medlemsfordeler og inspirasjon. For å videreutvikle virksomheten og sørge for motiverte og engasjerte ansatte med rett kompetanse står arbeidet med læring og kompetanseutvikling, styrket lederskap samt mangfold og likestilling sentralt.

Coop Norge konsern har prioritert følgende bærekraftsmål, med utgangspunkt i hvor vi har størst påvirkning:

¹ FN (2023). The 17 goals. Hentet fra: www.SDGS.un.org/goals
² Helsedirektoratet (2023). Kostrådene og næringsstoffer. Hentet fra Kostrådene – Helsedirektoratet.
³ Helsedirektoratet (2023). Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold. Hentet fra Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold – Helsedirektoratet.



#3 God helse og livskvalitet:
Coop Norge skal påvirke handlevaner og helse i positiv retning. Vi skal prioritere sunne matvarekategorier i tråd med nasjonale kostholdsråd² og målsettinger, og bidra til Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold³, som er inngått mellom matbransjen og helsemyndighetene. Vi skal benytte mulighetene som ligger i produktutvikling, markedstiltak og andre aktiviteter for å fremme sunnere valg og bedre helse.



#9 Industri, innovasjon og infrastruktur:
Coop Norge skal investere i og ta i bruk ny teknologi knyttet til transport, energiproduksjon og energiforsyning, samt bidra til den sirkulære økonomien gjennom økt gjenvinning og bruk av resirkulerte materialer. Effektiv ressursbruk og redusert miljø- og klimaavtrykk vil redusere klimarisikoen og skape nye kommersielle muligheter.



#10 Mindre ulikhet:
Coop Norge skal fremme mangfold i alle deler av organisasjonen og bidra til mindre ulikhet i verdikjeden. Med over 2,1 millioner medlemmer i samvirkelagene, 24 000 ansatte i Coop i Norge og samarbeid i globale verdikjeder har vi stor påvirkningskraft for å oppnå mindre ulikhet. Strategisk arbeid med mangfold vil gi oss bedre prestasjoner, og større fokus på verdikjeden vil sikre en ansvarlig og forbedret produksjon der den finner sted.



#11 Bærekraftige byer og lokalsamfunn:
Coop Norge skal bidra til å opprettholde gode og levende lokalsamfunn over hele landet. Vi skal bidra til sysselsetting og bevaring av arbeidsplasser. Vi skal tilpasse oss lokale forhold og ved hjelp av teknologi tilby løsninger som bidrar til opprettholdelse av butikker i distriktene.



#12 Ansvarlig forbruk og produksjon:
Coop Norge skal redusere avtrykket på miljøet ved å velge bærekraftige råvarer og produksjonsmetoder, ta i bruk resirkulerte materialer og bidra til god kildesortering og sirkulære ressursstrømmer. Gjennom tett samarbeid med leverandører og produsenter skal vi fremme forsvarlige arbeidsforhold. Vi skal sette medlemmene i samvirkelagene og kundene våre i stand til å ta informerte valg, til beste for seg selv, dyr og naturen.



#13 Stoppe klimaendringene:
Coop Norge skal redusere 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 vår virksomhet. Coop Norge skal alltid være en ettertraktet samarbeidspartner og skal invitere myndigheter, organisasjoner, leverandører, medlemmer og kunder til nye former for samarbeid med mål om å skape verdier og bærekraftige løsninger. Gjennom standardiseringer og samarbeid som STAND, Infinitum og Tradesolution skal vi være en bidragsyter til det bærekraftige skiftet.

STRATEGI, AMBISJONER OG MÅL

Bærekraftsarbeidet er sentralt for Coop i Norges evne til å skape vekst, tillit og konkurransekraft i årene som kommer. Et strukturert arbeid med bærekraft bidrar til å redusere risiko og skape lønnsomhet. Bærekraft har derfor en sentral plass i Coop i Norge sin felles strategi mot 2025.

Strategien ble vedtatt av styret i Coop Norge SA i 2021 og er førende for Coop i Norges arbeid mot 2025. Bærekraft er løftet frem gjennom et strategisk mål og hovedstrategien «Et bærekraftig Coop», som gjelder for hele Coop i Norge. Bærekraft er integrert i Coop Norge konserns delstrategier.

Hovedstrategien «Et bærekraftig Coop» identifiserer fem hovedområder for en bærekraftig utvikling: «Et sirkulært Coop», «Et ansvarlig Coop», «Et mangfoldig Coop», «Et miljøvennlig hjem» og «En sunnere handlekurv». Strategien legger grunnlaget for systematisk og målrettet arbeid innenfor disse fem sentrale bærekraftsområdene for å møte våre egne og interessentenes forventninger til utvikling og resultater for hele Coop i Norge. Strategien og dens målområder er tydelig integrert i virksomhetens daglige aktiviteter, strategiske planer og mål. Bærekraft og lønnsomhet går hånd i hånd, så for at vi skal oppnå langsiktig suksess, er det viktig at bærekraft integreres både i forretningsstrategien og i den daglige virksomheten. Dette prinsippet står sentralt i vår styringsstruktur, og vi tar bevisste skritt for å sikre at bærekraft er en drivkraft for innovasjon og vekst i Coop Norge konsern.

Policyer og retningslinjer for «Et bærekraftig Coop»

Coop Norge konserns bærekraftsarbeid tar utgangspunkt i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Våre forventninger til oss selv, leverandører og samarbeidspartnere er gjengitt i våre etiske retningslinjer (Code of Conduct) og retningslinjene legges ved alle leverandøravtaler. Retningslinjene er vedtatt av ledelsen og styret i Coop Norge SA. Coop Norge SA var med på å stifte Etisk handel Norge i 2000 og er som medlem forpliktet til å følge deres prinsipperklæring. Vi har utarbeidet «Coops prinsipper for bærekraftig forretningspraksis» og har i tillegg policyer for blant annet personvern, emballasjebruk og kommunikasjon om bærekraft.

Vi følger også Grønnvaskingsplakatens retningslinjer i arbeidet vårt. Retningslinjene og policyene er godt forankret i virksomheten og tilgjengelig for alle ansatte via intranettet. Det gis også opplæring gjennom interne kurs og en digital læringsplattform ved behov. Vi kommuniserer også disse retningslinjene og policyene til leverandører og samarbeidspartnere med forventning om at de etterlever dem.

ORGANISERING OG STYRINGSRUTINER FOR BÆREKRAFT I COOP

Måten vi styrer vår virksomhet på, er avgjørende for verdiskaping og bærekraft i verdikjeden. Nedenfor beskrives vår styringsstruktur og hvordan vi jobber aktivt med bærekraft i vår virksomhet.

Bærekraft er en integrert del av beslutningsprosesser på alle nivåer av virksomheten. Gjennom en tydelig og helhetlig tilnærming tar vi sikte på å håndtere våre påvirkninger, risikoer og muligheter på en god måte.

Styret og ledelse

Styret i Coop Norge SA har det øverste ansvaret for strategi og forretningsstyring, herunder arbeidet i Coop Norge konsern. Styret informeres jevnlig om virksomhetens bærekraftsarbeid, og er ansvarlig for å føre tilsyn med håndteringen av hvordan påvirkning fra vår virksomhet eller i våre leverandørkjeder håndteres. Dette inkluderer arbeid med aktsomhetsvurderinger og risikovurderinger, eksempelvis i forbindelse med ivaretagelse av pliktene i åpenhetsloven. Styret skal varsles ved alvorlige avvik relatert til Coops bærekraftsarbeid. I 2023 har styret fått orientering om at det har vært fire varsler relatert til virksomhetens bærekraftsarbeid.

I rapporteringsåret har styret fått informasjon om virksomhetens arbeid med åpenhetsloven. Styret godkjente og signerte redegjørelsen for aktsomhetsvurderinger gjennomført i 2022, som ble publisert på våre nettsider i juni 2023. Videre har styret fått informasjon om virksomhetens vesentlighetsanalyse og bærekraftsrapportering. Styret i Coop Norge SA evaluerer hvert år virksomheten og sin egen kompetanse, herunder med hensyn til Coop Norge SAs innvirkning på økonomien, miljøet og mennesker. Styret har ikke formelt signert bærekraftsrapporteringen for 2023.

Administrerende direktør i Coop Norge SA har ansvaret for implementeringen av de strategiske prosessene i Coop Norge konsern, herunder «Et bærekraftig Coop». Dette inkluderer strategisk håndtering av påvirkning, risiko og muligheter relatert til bærekraftsarbeidet.

Operativt ansvar

I 2023 er det gjennomført en større omorganisering i Coop Norge SA. Dette innebærer at organiseringen av det operative arbeidet er endret i rapporteringsåret. Frem til 1. november 2023 hadde direktør for HR og Kommunikasjon det operative ansvaret for implementering av strategien, arbeidet med bærekraft for øvrig og bærekraftsrapporteringen. Fra 1. november 2023 ble dette ansvaret flyttet til direktør for Økonomi og Finans. Begge stillingene er representert i ledergruppen i Coop Norge SA og rapporterer til administrerende direktør i Coop Norge SA.

Leder for bærekraft rapporterer til leder for Virksomhetsstyring, som igjen rapporterer til direktør for Økonomi og Finans. Leder for bærekraft har det daglige ansvaret for vår implementering av bærekraftstrategien, arbeidet med bærekraft for øvrig og bærekraftsrapporteringen. Denne personen har også lederansvar for rådgiver for klima og energi og for rådgiver for bærekraftig innkjøp, som har et særlig operativt ansvar for sine fagområder.

I Coop Norge konsern er vi opptatt av en god forankring og operasjonalisering av bærekraftsarbeidet på tvers av virksomheten. Derfor er ansvar for flere deler av arbeidet delegert til ulike fagområder.

Det jobbes målrettet med å øke bevisstheten rundt bærekraftstrategien. Blant annet deles informasjon via allmøter og avdelingsmøter i tillegg til at det arrangeres foredrag, webinarer og opplæring for ansatte, tilpasset deres funksjon og rolle.

Organisering av bærekraft i datterselskaper i Coop Norge konsern
Coop Norge Eiendom AS vedtok i 2022 en egen bærekraftstrategi. Strategien er utarbeidet i tråd med Coop i Norges hovedstrategi «Et bærekraftig Coop» og eksisterende arbeid og satsinger i samvirkelagene og Coop Norge SA. I 2022 publiserte Coop Norge Eiendom sin første bærekraftsrapport (publisert på coop.no). Coop Norge Eiendom vil også rapportere på bærekraft for rapporteringsåret 2023, i tråd med rapporteringsstandarden Global Reporting Initiative (GRI). Coop Norge Industri AS har også prioritert bærekraft tydeligere og styrer nå etter flere målsettinger for bærekraft.

Organisering av bærekraft i Coop i Norge

Coop Norge SA har 58 samvirkelag som eiere og medlemmer. Vedtektene til det enkelte samvirkelaget (§5, pkt f.) forplikter til å drive en aktiv miljøpolitikk og dette skjer blant annet ved en tett involvering i bærekraftsarbeidet i Coop Norge konsern. De største samvirkelagene deltar i en referansegruppe for bærekraft, der formålet er å bidra til å styrke og koordinere bærekraftsarbeidet på tvers av Coop i Norge. Referansegruppen møtes fire til seks ganger i året.

Samvirkelagene er selvstendige juridiske enheter som har egne strategier og handlingsplaner for sitt bærekraftsarbeid. Dette koordineres med arbeidet som gjøres i Coop Norge SA, gjennom Coop i Norges felles hovedstrategi «Et bærekraftig Coop».

Dette er Coop

Coop i Norge: Omfatter Coops totale virksomhet i Norge, samvirkelagene og Coop Norge konsern.

Coop Norge SA: Samvirkelagene er medlemmer og eiere av Coop Norge SA, som er samvirkelagenes fellesorganisasjon. Coop Norge SA er i henhold til våre vedtekter (§ 2) forpliktet til å ivareta sentrale fellesoppgaver for samvirkelagene. Coop Norge SA er morselskap i Coop Norge konsern som er en bredt sammensatt virksomhet. Coop Norge konsern omfatter grossist-, industri- og eiendomsvirksomhet, utvikling og forvaltning av kjedekonsepter, innkjøp, IT og teknologiutvikling, samt butikkdrift.

Coop Norge konsern: Utover morselskapet Coop Norge SA, er de største datterselskapene Coop Norge Eiendom AS, Coop Norge Industri AS og Norsk Butikkdrift AS.

Se side 6–7 i denne rapporten for en mer detaljert beskrivelse av eier- og organisasjonsstrukturen i Coop i Norge.

Vår verdikjede

Råvarer og materialer: I likhet med mange andre bransjer er det i råvare- og produksjonsleddet i leverandørkjedene man finner de største påvirkningene som vår virksomhet indirekte er en del av. Produksjon, uttak og utvinning av råvarer og materialer som benyttes som innstatsfaktorer til produktene som selges i butikk byr på betydelig klimagassutslipp og naturpåvirkning. Med komplekse, globale leverandørkjeder vil det også kunne være utfordringer knyttet til sosiale forhold.

Produksjon: I produksjonsleddet har matbransjen og faghandel utfordringer som klimagassutslipp, støy og støv. I likhet med råvareleddet er høy ressursbruk og matsvinn en utfordring, og enkelte steder vil også sosiale forhold kunne være en utfordring.

Transport og lager: I transportleddet er klimagassutslipp den største belastningen. Sosial dumping er også en potensiell utfordring i deler av transportsektoren. I lagerbygg er utslipp fra kjøle- og fryseanlegg og energi, matsvinn, avfallshåndtering og emballasjebruk påvirkninger som må håndteres.

Butikk: I butikkleddet har vi utslipp fra kjøle- og fryseanlegg og energi. Videre er matsvinn, emballasjebruk og avfallshåndtering påvirkninger vi må håndtere på en god måte. Den største påvirkningen i butikkleddet er likevel indirekte gjennom utslipp og påvirkning fra varene som omsettes inn til videresalg.

Forbruker: Forbrukeren er det siste leddet i verdikjeden. I lys av nordmenns store forbruk er vår påvirkningsmulighet stor. Utover klima- og miljøpåvirkning knyttet til varenes vei til butikkhyllen, utgjør ernæring og folkehelse en ytterligere utfordring knyttet til vår bransje.

Vår innkjøpsstruktur

Vårt innkjøp skjer i flere enheter og avdelinger:

Innkjøp dagligvare er ansvarlig for innkjøp av dagligvarer; tørrvarer, "frysevarer, ferskvarer, frukt og grønt fra nasjonale og internasjonale leverandører. Innkjøpsavdelingen har også ansvar for innkjøp av importvarer via **Coop Trading AS** – vårt felles nordiske innkjøpsselskap for Coop-selskapene i Norden. Selskapet har til sammen over 100 ansatte på hovedkontoret i Danmark, og i Spania, der innkjøp av frukt og grønt er lokalisert.

Innkjøp faghandel er ansvarlig for innkjøp av egne og andre merkevarer innenfor non-food og byggevarer som selges i Coops butikker. Innkjøpene er inndelt i kategoriene sport og fritid, bolig og underholdning, byggevarer, farge, verktøy og hage.

Indirekte anskaffelser inngår avtaler for tjenester og varer som ikke er for videresalg, det være seg butikkutstyr og innredning, arbeidstøy og tjenesteavtaler til alle kjeder og enheter i Coop Norge SA samt samvirkelagene.

Coop Norge Industri konsern omfatter datterselskapene A/S Røra Fabrikker, Goman AS, TradeWay AS, Totenpoteter AS, Himmelgrønt AS og Ferskvarhuset AS, som kjøper inn eller produserer mange av våre egne merkevarer.

For å forsterke arbeidet med bærekraftig og ansvarlig innkjøp er det etablert en referansegruppe der representanter fra alle innkjøpsselskapene deltar. Gruppen ledes av Rådgiver bærekraftig innkjøp.

COOPS VESENTLIGE BÆREKRAFTSTEMA

En vesentlighetsanalyse gjennomføres for å vurdere hva som er viktigst å fokusere på i virksomhetens bærekraftsarbeid. Her legges virksomhetens påvirkning på miljøet, mennesker, samfunn og økonomi til grunn, og videre hva som er vesentlig for virksomhetens viktigste interessenter. Formålet er å identifisere de viktigste bærekraftstemaene en virksomhet bør jobbe med, styre etter og rapportere på. På denne måten kan organisasjonen iverksette tiltak og prioritere ressurser på en mer målrettet måte.

Prosess for vesentlighetsanalyse

Høsten 2022 gjennomførte vi for første gang en vesentlighetsanalyse. Analysen tok utgangspunkt i aktiviteter i Coop i Norge da vi ønsket å se på påvirkninger langs hele vår totale verdikjede, inkludert oppstrøms- og nedstrømsaktiviteter. Arbeidet startet med en innsiktsanalyse hvor de største globale utviklingstrekkene ble kartlagt, kjente påvirkninger i sektorene vi er en del av (dagligvare og faghandel), hvordan andre aktører i bransjen jobber med bærekraft, og hvor i verdikjeden påvirkninger gjør seg gjeldende. Analysen ble bygget på eksterne rapporter fra blant annet FNs klimapanel (IPCC), FNs naturpanel (IPBES) og Verdens naturfond (WWF) og tilpasset vår virksomhet og våre leverandørkjeder. Vi inkluderte også egne analyser som eksempelvis aktsomhetsvurderinger knyttet til ivaretakelse av menneske- og arbeidsrettigheter. Videre ble det gjort en analyse av hvilke temaer våre viktigste interessenter er opptatt av. Dette ble i hovedsak gjort gjennom desktop-analyser og gjennom etablerte kanaler for interessentdialog som medlems- og medarbeiderundersøkelser, i tillegg til løpende interessentdialog som myndighetskontakt.

Med utgangspunkt i analysegrunnlaget ble det gjennomført flere interne workshoper for å identifisere områder der Coop har påvirkninger av vesentlig karakter. I dette arbeidet bidro representanter fra de største samvirkelagene og fagressurser på tvers av Coop Norge konsern. Workshopene ble gjennomført delvis som en validering av funn i analysen og delvis for å få innspill fra organisasjonen om påvirkninger som eventuelt ikke var dekket i denne. Videre ble resultatet av disse workshopene brukt som grunnlag i en vurderingsprosess der deltakeren skulle gi en score på hvor de mener virksomheten har mulighet for påvirkning. Metoden som ble benyttet, var en skåring av de identifiserte temaene fra høyest vesentlighet (1) til lavest vesentlighet (11). Det ble også gjennomført dybdesamtaler med enkelte deltakere og andre nøkkelressurser som ikke deltok i workshopen, for å fange opp hva disse mener er viktig for virksomheten, men også for dens interessenter. Det samme ble gjort med interessenter, inkludert blant annet innkjøp for faghandel, myndighetskontakt og representanter fra enkelte datterselskaper. Vurderingen fra deltakere, samt kvalitative funn fra analysen om hvilke temaer interessentene er opptatt av ble brukt som utgangspunkt av arbeidsgruppen for å gjøre en endelig vurdering av temaene fra lav, middels til høy mulighet for påvirkning og lav til høy viktighet for interessenter. Arbeidsgruppen besto av bærekraftsavdelingen i Coop, som har en særlig innsikt i de vesentlige temaene.

COOPS VESENTLIGE BÆREKRAFTSTEMA forts.

Totalt ble tolv temaer identifisert som vesentlige for Coop, og resultatet av vurderingen er å finne i oppstillingen nedenfor. Da ingen av temaene ble vurdert å ha lav påvirkning eller lav viktighet for interessenter, har vi vurdert alle temaene som så vesentlige at det rapporteres på samtlige. I GRI-indeksen fremkommer det hvilke GRI-temastandarder (Topic Standards) som er valgt ut for å belyse temaene. Vesentlighetsanalysen og resultatet av denne er presentert for og godkjent av ledergruppen og styret i Coop Norge SA.

Coop ser arbeidet med vesentlighet som helt sentralt i bærekraftsarbeidet og har som tilnærming å vurdere vesentligheten og aktualiteten jevnlig. I 2023 har vi jobbet videre med vesentlighetsvurderingen og startet arbeidet med en analyse av dobbelt vesentlighet. Dette arbeidet ble igangsatt for å etterleve EUs nye direktiv for bærekraftsrapportering (CSRD), der dobbel vesentlighet står helt sentralt i den nye rapporteringsstandarden (ESRS). Metodikken vi har lagt til grunn i denne prosessen, følger veiledningen for vurdering av dobbel vesentlighet utviklet av European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG). I rapporteringsåret har vi identifisert påvirkning, risiko og muligheter og startet arbeidet med å vurdere graden av vesentlighet innenfor temastandarder definert av ESRS. Da dette arbeidet ikke er ferdigstilt innen offentliggjøringen av bærekraftsrapporten for 2023, har vi valgt å bygge rapporteringen på vesentlighetsvurderingen som ble gjennomført i 2022. Fra og med rapporteringsåret 2024 vil vi rapportere med utgangspunkt i

dobbelt vesentlighet og starte tilpasning til rapporteringsstandarden ESRS.

Utfallet av vesentlighetsvurderingen som bærekraftsrapporteringen for 2023 bygger på, er derfor ikke endret fra fjorårets rapportering. Det rapporteres på de samme temaene, og vurderingen av graden av vesentlighet er ikke endret. Det er imidlertid gjort noen endringer hva gjelder indikatorvalg og datainnsamling. Dette redegjøres det nærmere for i kapittelet om Coop bærekraftsrapportering på side 107.

Videre har vi der det er naturlig, og der det beriker rapporteringen og den eksisterende vesentlighetsvurderingen, inkludert innsikt om påvirkninger identifisert i den pågående vurderingen av dobbel vesentlighet. Dette inkluderer blant annet flere negative og positive påvirkninger enn hva som ble redegjort for i 2022. Videre er det gjort foreløpige vurderinger av hva vi anser som faktiske og potensielle påvirkninger. Dette er gjort med utgangspunkt i hva vi har tilgjengelig av informasjon om faktiske påvirkninger, eksempelvis oversikt over direkte og indirekte klimagassutslipp. Da vurderingen av påvirkningsvesentlighet og utfallet av den endelige listen av vesentlige temaer ikke er ferdigstilt, har vi valgt å begrense innsikten til forhold som omhandler våre eksisterende vesentlige temaer. Vi har ikke sett behov for å endre listen over vesentlige temaer for årets rapportering.

Mer informasjon om påvirkninger fremkommer i kapitlene om hvert vesentlige tema som følger i denne rapporten fra side 108.

Våre vesentlige temaer
Gjennom vesentlighetsanalysen har vi definert følgende temaer som vesentlige:

• Klimaendringer	• Menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold	• Trygg vare
• Ernæring og folkehelse	• Plast og emballasje	• Ansvarlighet og etikk
• Likestilling og mangfold	• Natur og økosystem	• Bærekraftige produkter
• Matsvinn	• Sirkulær økonomi	• Trygg og ansvarlig arbeidsgiver

I det følgende redegjøres det for de fem hovedområdene i hovedstrategien «Et bærekraftig Coop» og koblingen til de vesentlige temaene og FNs bærekraftsmål:

Strategi, vesentlige tema og FNs bærekraftsmål		
	En sunnere handlekurv Coop Norge konsern skal tilrettelegge for et sunnere kosthold og gjøre det enklere for kundene å ta sunnere valg gjennom produktutvikling, vareeksposnering, markedsføring og inspirasjon. Vesentlig tema: • Ernæring og folkehelse	
	Et miljøvennlig hjem Coop Norge konsern skal jobbe for at vårt vareutvalg understøtter behovet for produksjonsmetoder som minsker klimagassutslipp, tar vare på naturen og øker graden av sirkularitet. Vesentlig tema: • Bærekraftige produkter	
	Et sirkulært Coop Coop Norge konsern skal arbeide for å redusere klimagassutslipp, matsvinn og miljøpåvirkning gjennom hele verdikjeden. Vi skal jobbe aktivt for å bevare naturen og biomangfold og bidra til overgangen til en sirkulær økonomi gjennom smartere ressursbruk, optimalisering av emballasje på egne merkevarer og bærekraftig håndtering av avfallet vi genererer. Vesentlige temaer: • Klimaendringer • Natur og økosystem • Sirkulær økonomi • Matsvinn • Plast og emballasje	  
	Et ansvarlig Coop Coop Norge konsern har et ansvar for å utvise aktsomhet og fremme ansvarlig forretningspraksis gjennom hele verdikjeden. Vesentlige temaer: • Menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold • Trygg vare • Ansvarlighet og etikk	 
	Et mangfoldig Coop Coop Norge konsern skal være en ansvarlig, trygg og engasjerende arbeidsgiver for våre ansatte. Vi er en stor og utadvendt organisasjon som henvender seg til det brede lag av folket, og det er derfor en selvfølge at vi gjenspeiler hele samfunnet. Vesentlige temaer: • Likestilling og mangfold • Trygg og ansvarlig arbeidsgiver	

INTERESSENTDIALOG

Vi ønsker å ha en åpen og ærlig dialog med våre interessenter. Som en del av arbeidet med vesentlighetsanalysen har vi kartlagt og vurdert forventningene til dem vi anser som våre viktigste interessenter, når det gjelder ulike bærekraftstemaer. Denne analysen har en kvalitativ tilnærming der vi har undersøkt hvilke temaer som er viktige for interessentene våre, og tatt med oss dette inn i vurderingen av hvilke temaer som er vesentlige for vår virksomhet. Vurderingen er i likhet med vesentlighetsanalysen gjort med utgangspunkt i hele Coop i Norge, inkludert oppstrøms- og nedstrømsaktiviteter.

Interessentgruppene er valgt basert på hvor viktige de er for vår virksomhet generelt, og hvor viktige deres interesser er for bærekraftsarbeidet spesielt. For å kartlegge interessentenes forventninger har vi benyttet oss av medarbeiderundersøkelser og medlemsundersøkelser, samtaler og desktop-analyser. Innsikt fra interessentdialogen benyttes i tillegg til å videreutvikle bærekraftsarbeidet og forstå mer om hvordan vi påvirker miljøet, menn-esker og samfunnet rundt oss. Eksempelvis ser vi av medlemsundersøkelser at kundene ønsker at vi skal hjelpe dem med å ta sunne og bærekraftige valg, noe vi jobber med gjennom våre

vesentlige temaer ernæring og folkehelse og bærekraftige produkter. Videre er myndigheter en viktig interessent som påvirker vårt arbeid på områder som sirkulær økonomi, mattrygghet og ansvarlighet og etikk. Andre eksempler på områder der vi søker råd fra interessenter, er menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, der eksempelvis Etisk handel Norge er en viktig rådgiver i arbeidet med å forbedre våre aktsomhetsvurderinger. I forbindelse med det pågående arbeidet med analyse av dobbel vesentlighet er det gjort en utvidet interessentanalyse der vi har kartlagt interessentenes forhold og forventninger til ulike temastandarder i ESRS. Da arbeidet med denne vesentlighetsvurderingen er pågående, redegjør vi her kun for annen interessentdialog som ble gjennomført i rapporteringsåret.

Vi ser at vi med fordel kan forsterke arbeidet med interessentdialog fremover, spesielt for å forstå våre påvirkninger bedre, for å finne ut hvilke tiltak som kan være effektive, og videre for å få en bedre forståelse av hvorvidt tiltakene gir ønsket effekt. Dette vil vi gjøre gjennom blant annet intervjuer og samtaler.

I tabellen redegjøres det for de viktigste temaene våre interessenter har vært opptatt av i rapporteringsåret, samt på hvilke arenaer interessentdialogen generelt foregår.

Hvem	De viktigste temaene de er opptatt av	Dialog
Medlemmer og kunder	- Sunne produkter - Bærekraftige produkter - Matsvinn - Plast og emballasje - Klimaendringer - Naturpåvirkning	- Bærekraftsundersøkelsen - Løpende kundemålinger - Coop Medlemspanel
Ansatte	- Trygg og ansvarlig arbeidsgiver - Likestilling og mangfold - Matsvinn - Klimaendringer	- Medarbeiderundersøkelsen - Strategiarbeid
Leverandører	- Klimaendringer - Sunnhet og ernæring - Menneskerettigheter og arbeidsforhold i leverandørkjedene	Møter
Norske myndigheter	- Klimaendringer - Folkehelse - Menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold (åpenhetsloven)	- Møter og seminarer - Høringer - Via interesseorganisasjoner
Interesseorganisasjoner	- Klimaendringer - Matsvinn - Natur og biologisk mangfold - Menneskerettigheter	- Strategiske partnerskap - Prosjekter - Møter og seminarer
Finansinstitusjoner	- Klimautslipp - Klimarisiko - Selskapsstyring og rapportering	- Møter - Årsrapport og øvrig rapportering

COOPS BÆREKRAFTSRAPPORTERING

Bærekraftsrapporteringen er en viktig del av vårt arbeid med å sikre transparens og åpenhet i hele virksomheten. Denne rapporten dekker regnskapsåret 2023 og har til hensikt å informere om hvordan vi arbeider for «Et bærekraftig Coop», og hvordan vi styrer og håndterer våre vesentlige temaer.

Rapporteringens omfang
Bærekraftsrapporteringen omfatter Coop Norge konsern, det vil si Coop Norge SA og datterselskapene Coop Norge Industri AS, Coop Norge Eiendom AS, Coop Norge Transport AS og Norsk Butikk-drift AS. Bærekraftsrapporteringen dekker hovedsakelig aktivitetet i vår egen virksomhet, men også hvordan vi jobber sammen med samvirkelagene, våre samarbeidspartnere og leverandører. Samvirkelagene er selvstendige juridiske enheter og inngår ikke i denne rapporteringen. Det er samvirkelagene som eier og drifter de aller fleste av butikkene i Coop i Norge (ca. 75 prosent per 31. desember 2023). Informasjon om solgte matvarer og matsvinn i butikk er derfor begrenset til å omfatte butikkene som eies og driftes av Norsk Butikkdrift AS.

Gjennom hovedstrategien «Et bærekraftig Coop» har vi måltall for bærekraft på tvers av Coop i Norge. Vi presenterer utviklingen i disse måltallene på side 164-165 i denne rapporten.

Endringer i rapporteringsåret
Det er gjort betydelige endringer i rapporteringen for rapporteringsåret 2023 sammenlignet med fjoråret. Rapporteringen for 2022 var ikke konsekvent med hensyn til hvilke juridiske enheter rapporten omfattet⁴. I årets rapportering er vi konsekvente på at det er Coop Norge konsern som er omfattet av rapporteringen, tilsvarende den finansielle delen av denne rapporten. Denne endringen har ført til at det er gjort endringer i historiske data for flere av rapporteringsindikatorene. Utover dette har vi lagt til enkelte nye rapporteringsindikatorer, og datagrunnlaget er forbedret på andre. Der det er gjort endringer i historiske data eller tilført nye indikatorer, oppgis dette i GRI-indeksen og ved fremstilling av data (tabeller osv.).

Rapporteringsrammeverk
Bærekraftsrapporteringen er utarbeidet iht. rapporteringsstandarden Global Reporting Initiative (GRI). De vesentlige temaene er utgangspunktet for valg av GRI-indikatorer. Til tross for at enkelte temaer er viktigere enn andre, har Coop Norge konsern valgt å rapportere på samtlige vesentlige temaer, da vi mener at alle er vesentlige for hvordan vi påvirker samfunnet. GRI-indeksen avslutningsvis i rapporten gir en oversikt over hvilke GRI-temastandarder (Topic Standards) og tilhørende indikatorer som er benyttet for å belyse de vesentlige temaene, inkludert henvisninger til hvor i denne rapporten informasjonen er å finne. Vi har også inkludert egendefinerte indikatorer der det er nødvendig for å belyse arbeid med enkelte vesentlige temaer. En del av GRI-indikatorene har utelatelser. Dette skyldes fortrinnsvis mangel på data og er noe vi vil jobbe videre med i årene fremover når vi tilpasser rapporteringen til den nye rapporteringsstandarden European Sustainability Reporting Standard (ESRS). Der det er benyttet utelatelser, er dette beskrevet i GRI-indeksen.

Åpenhetsloven
Coop Norge SA har i henhold til åpenhetsloven plikt til å utføre aktsomhetsvurderinger knyttet til arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, samt å offentliggjøre en redegjørelse for disse aktsomhetsvurderingene årlig. Redegjørelsen for arbeid med aktsomhetsvurderinger i 2023 vil signeres av styret i Coop Norge SA og publiseres på våre nettsider innen 30. juni 2024. Redegjørelsen og ytterligere informasjon om virksomhetens arbeid med aktsomhetsvurderinger og åpenhetsloven finnes på Coops nettsider, Åpenhetsloven i Coop: coop.no/coop-og-barekraft/et-ansvarlig-coop/apenhetsloven-i-coop.

Klimaregnskap
Coop Norge konserns klimaregnskap er basert på den internasjonale standarden A Corporate Accounting and Reporting Standard, utviklet av Greenhouse Gas Protocol Initiative (GHG Protocol). GHG-protokollen er den mest anerkjente internasjonale standarden for måling av klimagassutslipp og er grunnlaget for ISO-standarden 14064-I. Klimaregnskapet er utarbeidet i samarbeid med tredjeparts-leverandøren CEMAsys og dekker store deler av grunnlaget for Coop Norge konsern innenfor Scope 1, Scope 2 og Scope 3. Nærmere beskrivelse av metode og utslippsfaktorer er å finne i kapittelet om klimaendringer på side 119.

Veien videre
I 2022 rapporterte Coop Norge konsern for første gang på utvalgte Scope 3-kategorier, og i dette rapporteringsåret har vi utvidet med flere kategorier for indirekte utslipp.

I 2023 har vi også jobbet med å forberede vår rapportering på klima- og naturrisiko. Det er gjennomført analyser og vurderinger av hvordan vi er eksponert for henholdsvis fysisk risiko, overgangsrisiko og -muligheter, og hvordan dette kan påvirke oss strategisk og finansielt. Vurderingen er gjort i tråd med anbefalinger utviklet av henholdsvis Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) og Task Force on Nature-related Financial Disclosures (TNFD). Arbeidet pågår fremdeles på det tidspunktet rapporten publiseres. Fra 2024 har vi som målsetting at disse redegjørelsene blir en del av rapporten.

I 2024 vil vi starte tilpasningen til EUs nye direktiv for bærekraftsrapportering (CSRD) og har mål om å gå over til rapporteringsrammeverket European Sustainability Reporting Standard (ESRS) fra rapporteringsåret 2025, med en prøverapportering for rapporteringsåret 2024.

Ansvarlig for rapportering
Direktør Økonomi og Finans er ansvarlig for Coops bærekraftsrapportering. Leder for Virksomhetsstyring, direktør for Økonomi og Finans og administrerende direktør i Coop Norge SA har sett gjennom rapporteringen og kommet med sine innspill. Bærekraftsrapporteringen, inkludert klimaregnskap, er revidert av BDO AS. Attestasjonen er å finne på side 154-155.

For spørsmål om Coops bærekraftsrapportering eller bærekraftsarbeid kontakt Siri Krona Johnsen, leder for Bærekraft, siri.krona.johnsen@coop.no.

⁴Noe av rapporteringen for 2022 omfattet Coop i Norge, noe Coop Norge konsern og noe Coop Norge SA.

EN SUNNERE HANDLEKURV



Som en del av bærekraftstrategien «Et bærekraftig Coop» skal vi jobbe for en sunnere handlekurv. Dette innebærer at vi innen 2025 har som mål å øke salget av frukt og grønt, fisk og sjømat og grove kornprodukter med 20 prosent sammenlignet med 2019, i tråd med Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold. Vi deler myndighetenes ambisjon om å tilrettelegge for et sunnere kosthold og skal gjøre det enklere for kundene å ta sunnere valg gjennom produktutvikling, vareeksponering, markedsføring og inspirasjon.

Innhold:

Ernæring og folkehelse

ERNÆRING OG FOLKEHELSE

Problembeskrivelse

Folkehelserapporten trekker frem dårlig kosthold og inaktivitet som noen av våre største helseutfordringer. Det pekes videre på at det norske kostholdet har klare ernæringsmessige svakheter, som bidrar til økt risiko for livsstilssykdommer. De nasjonale kostholdsrådene anbefaler et variert kosthold med mye grønnsaker, frukt og bær, grove kornprodukter, fisk og sjømat, og at mengden rødt og be- arbeidet kjøtt, mettet fett, salt og sukker begrenses. Ifølge den sam- me rapporten er det en tydelig sammenheng mellom et kosthold som er bra for helsen, og et kosthold med lav miljømessig påvirk- ning. Det vises til at nordmenn flest har et variert kosthold, men at inntaket av grove kornprodukter, grønnsaker, frukt og fisk ofte er for lavt, og at inntaket av matvarer med mye mettet fett, salt og sukker er for høyt⁵.

Vår påvirkning

Som dagligvareaktør har vi betydelig innflytelse på kostholdet til en stor andel av Norges befolkning. Selv om kundene selv velger hva de putter i handlekurven, har vi et ansvar for å bidra til at kostholds- utviklingen i Norge utvikler seg i en positiv retning, og vi er forpliktet til å jobbe i tråd med Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold, som er inngått mellom norske helsemyndigheter og matbransjen⁶.

På tross av avtalen og et økt fokus på sunne varer utvikler og selger vi også store mengder usunne varer, noe som indirekte bidrar til en negativ påvirkning på kosthold og folkehelse. Det er vanskelig å oppnå en vesentlig reduksjon av negativ påvirkning alene, og dette vil blant annet kreve reguleringer, bransjesamarbeid og endring i forbrukeratferd. Vi er likevel vårt ansvar bevisst og har en potensiell og faktisk positiv påvirkning på kosthold og folkehelse gjennom utvikling og salg av sunne varer som frukt og grønt, fisk og sjømat og grove kornprodukter. Det har også gjennom mange år blitt arbeidet systematisk med å forberede næringsinnholdet i egne merkevarer, der reduksjon av salt, sukker og mettet fett er viktige positive bidrag.

Vår tilnærming

Vårt arbeid med ernæring og folkehelse tar utgangspunkt i Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold. Avtalen forplikter oss til å bidra til at det norske kostholdet går i retning av kostholdsråd- ene. Dette betyr å legge til rette for et lavere inntak av salt, sukker og mettet fett og å øke befolkningens inntak av grønnsaker, frukt og bær, grove kornprodukter og sjømat med 20 prosent sammen- lignet med 2016. Avtalen innebærer også forventninger om at vi skal bidra til å påvirke forbrukeratferden i en positiv retning gjennom å øke salget av nøkkelhullsprodukter⁷ med 21,5 prosent i aktuelle kategorier. Intensjonsavtalen ble inngått i 2016 og er nå i sin andre avtaleperiode frem til 2025⁸.

I vår bærekraftsundersøkelse fra 2023 oppgir 65 prosent av de spurte medlemmene i samvirkelagene at de ønsker at vi gjør det lettere for dem å ta gode, sunne valg. For å bidra til en positiv utvik-

ling av det norske kostholdet og for å imøtekomme kundeforvent- ninger satser vi på sunne varekategorier og ønsker å gjøre det enklere for kundene å ta flere smarte og sunne valg. Innen 2025 er vårt mål å øke salget av frukt og grønt, fisk og sjømat og grove korn- produkter med 20 prosent (basisår 2019). Vårt arbeid for en sunnere handlekurv innebærer samarbeid på tvers av verdikjeden. For å øke salget av sunne varekategorier er produkt- og sortimentsutvikling, kvalitet, vareplassering, markedsføring, medlemskupp og medlems- bonus på 11 prosent i Extra på frukt og grønt viktige virkemidler.

Et høyere inntak av frukt og grønt er viktige bidrag til et sunnere kosthold og bedre folkehelse, blant annet grunnet kostfiber, vita- miner og mineraler. Frukt og grønt er også den viktigste kategorien for kundens valg av butikk. For å stimulere til et sunnere kosthold er det derfor viktig for oss å lykkes med å selge mer frukt og grønt. Denne varekategorien har lange ledetider og kort holdbarhet. For å sikre god kvalitet på frukt og grønt er vi derfor avhengig av et godt samspill i verdikjeden, med et helhetlig fokus på butikkhåndtering, sortimentsutvikling og vareforsyning.

Vi jobber kontinuerlig med å utvikle våre egne merkevarer og kon- septer for å stimulere og inspirere til valg som er bra for helsen. Dette innebærer å forbedre næringsinnholdet i våre egne merke- varer gjennom blant annet reduksjon av salt og sukker og fjerning av omdiskuterte tilsetningsstoffer. Vi har også som langsiktig mål å redusere mengden mettet fett i våre matvarer – og tilbyr sam- tidig lettalternativer i de fleste varekategorier. Vi forsøker også å stimulere til et sunnere kosthold gjennom tips og inspirasjon på emballasjen på våre egne merkevarer. Nøkkelhullet er også et viktig virkemiddel for å stimulere til et sunnere kosthold. I 2023 var 419 av våre egne merkevarer merket med Nøkkelhullet.

Inntaket av fisk og sjømat har dessverre hatt en negativ utvikling i befolkningen de siste årene⁹. Vi jobber derfor kontinuerlig med å utvikle nye produkter innenfor kategorien for å inspirere kundene til å handle flere produkter med råvarer fra havet. Vi fokuserer spesielt på yngre målgrupper og barnefamilier i dette arbeidet, da det er her inntaket har gått mest ned de siste årene og for å skape gode matvaner tidlig. På tvers av kjedene gjennomfører vi også kampanjer for å stimulere til økt inntak av fisk og sjømat.

I tillegg til vårt arbeid for å bidra til flere sunne varer i handle- kurven har vi gjennom flere år vært initiativtaker til og samar- beidspartner på en rekke arrangementer der det tilrettelegges for bedre folkehelse gjennom økt fysisk aktivitet. Blant annet er vi landets største støttespiller til barne- og breddeidretten.

Utvikling i 2023

Vi har i 2023 fortsatt det målrettede arbeidet med å stimulere til et sunnere kosthold. Vi ser likevel, i likhet med markedet gene- relt, en nedgang i salget av frukt og grønt og fisk og sjømat i 2023 sammenlignet med basisåret 2019. Vi selger mindre av de sunne varekategoriene enn både det vi og myndighetene har ambisjon

om, og vi er langt unna å nå målet om 20 prosent økt salg av frukt og grønt og fisk og sjømat. Denne utviklingen er vi ikke tilfreds med. I 2023 stod fisk og sjømat for 2,54 prosent av voluman- delen av de solgte matvarene (vekt) i våre butikker. Det har vært en negativ utvikling i salget av fisk og sjømat alle de foregå- ende årene sammenlignet med basisåret 2019. Denne trenden fortsatte dessverre også i 2023, med en nedgang på 7,95 prosent sammenlignet med basisåret. For å stimulere til et høyere inntak av fisk og sjømat, og for å legge til rette for at kunder som opp- lever redusert kjøpekraft grunnet økte levekostnader fortsatt kan ha fisk til middag, har vi i 2023 lansert to nye egne merke- varer av fiskematprodukter (Extra Fiskeburgere og Coop fiskekaker 900 g) med et gunstig prisbilde.

I 2023 stod frukt og grønt for 21,62 prosent av volumandelen av de solgte matvarene (vekt) i våre butikker. I rapporteringsåret har det vært en svak negativ utvikling i salget av frukt og grønt, med en nedgang på 1,00 prosentpoeng sammenlignet med basisåret.

Årsaken til den negative utviklingen i salget av de sunne vare- kategoriene er kompleks og sammensatt, men vi ser blant annet tendenser til at kundene i trangere økonomiske tider i større grad velger produkter i varegrupper der prisen påvirkes mindre av inflasjon og generell kostnadsutvikling. I tillegg til tiltak som produkt- og sortimentsutvikling, vareplassering og markeds- føring vil vi fremover vurdere andre mekanismer som kan ha en positiv effekt på salget innenfor disse kategoriene, slik at vi kan bidra til en positiv kostholdsutvikling og bedre folkehelse.

Merknad til utvikling

Vi har endret målemetoden for salg av frukt og grønt og fisk og sjømat for rapporteringsåret 2023. Målemetoden er basert på volumandelen i vekt av solgte matvarer¹⁰. Måltallet for frukt og grønt gjelder andelen fersk, frossen og hermetisk frukt og grønt (eksklusive poteter) av alle matvarer¹⁰. Måltallet for fisk og sjømat gjelder andelen fersk, frossen og hermetisk fisk og sjømat av alle matvarer¹⁰. I og med at vi har endret målemetoden, har vi også hentet ut nye historiske tall. Tidligere år har vi målt salg av frukt og grønt og fisk og sjømat i kilo per handlekurv og deretter omregnet tallet til prosentvis utvikling fra 2019.

Veien videre

Som landets nest største dagligvareaktør spiller vi en viktig rolle for å bidra til at kostholdet i Norge utvikler seg i riktig retning. Selv om vi ved utgangen av 2023 er langt unna ambisjonen om en sunnere handlekurv, vil vi fortsette å jobbe strukturert og mål- rettet med å stimulere til et sunnere kosthold og gjøre det enkelt for kundene å ta smarte og sunne valg. Målet skal nås ved å fokusere på å øke tilbudet og kvaliteten i de sunne varekategori- ene. Fremover vil vi styrke vår satsing på frukt og grønt gjennom ulike tiltak i hele verdikjeden.

⁵ Folkehelseinstituttet (2023) Folkehelserapporten.

⁶ Helsedirektoratet (2023) Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold.

Hentet fra Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold – Helsedirektoratet

⁷ Nøkkelhullmerkede varer inneholder mindre fett, salt, sukker og mer fiber sammenlignet med matvarer innenfor samme gruppe.

⁸ Helsedirektoratet (2023). Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold.

Hentet fra Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold – Helsedirektoratet.

⁹ Helsedirektoratet (2023). Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold.

Hentet fra Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold – Helsedirektoratet.

¹⁰ Eksklusiv øl, mineralvann og tobakk og kun sentralregistrerte varer

Videre utvider vi stadig sortimentet av matvarer det er ønskelig at forbrukerne spiser mer av og flere produktnyheter vil komme i 2024. Blant annet vil vi lansere et egenutviklet grovhetsmerke på brødene våre for å tydeliggjøre næringsinnholdet og stimulere til økt inntak av grove kornprodukter. Videre vil vi fortsette å jobbe med reduksjon av salt, sukker og mettet fett i våre egne merkevarer.

Ernæring og folkehelse									
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	Mål for 2025	2023	2022	2021	2020	Basisår 2019	Kommentar
Egendefinert	Fisk og sjømat	Volumandel av solgte matvarer	3,31 %	2,54 %	2,61 %	2,70 %	2,71 %	2,76 %	Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS. Ny målemetode fra 2023: Volumandel i vekt av solgte matvarer (eksklusive øl, mineralvann og tobakk). Måltallet for fisk og sjømat gjelder: Andelen fersk, frossen og hermetisk fisk og sjømat av alle matvarer (eksklusive øl, mineralvann og tobakk). Kun sentral-registrerte varer. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. ny målemetode og scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
	Vekst i fisk og sjømat	Volumandel av solgte matvarer							Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS. Målemetode: Endring i volumandel i vekt av solgte matvarer. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. ny målemetode og scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
Egendefinert	Frukt og grønt,	volumandel av solgte matvarer	26,21 %	21,62 %	21,92 %	21,51 %	21,53 %	21,84 %	Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS. Ny målemetode fra 2023: Volumandel i vekt av solgte matvarer (eksklusive øl, mineralvann og tobakk). Måltallet for frukt og grønt gjelder: Andelen fersk, frossen og hermetisk frukt og grønt (eksklusive poteter) av alle matvarer (eksklusive øl, mineralvann og tobakk). Kun sentralregistrerte varer. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. ny målemetode og scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
Egendefinert	Vekst i frukt og grønt	Volumandel av solgte matvarer	20 %	-1,00 %	0,37 %	-1,54 %	-1,45 %	-	Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS. Målemetode: Endring i volumandel i vekt av solgte matvarer. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. ny målemetode og scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
	Produkter med merkeordningen								Inkluderer kun egne merkevarer med merkeordningen
Egendefinert	Nøkkelhullet	Antall	-	419	-	-	-	-	Nøkkelhullet.

ET MILJØVENNLIG HJEM



Som en del av vår bærekraftstrategi «Et bærekraftig Coop» skal vi gjøre det enklere for kundene å ha et miljøvennlig hjem. Dette innebærer at vi skal jobbe for at produktene vi selger, ikke påvirker mennesker eller miljøet på en negativ måte. Videre innebærer dette at vårt vareutvalg skal understøtte behovet for produksjonsmetoder som minsker klimagassutslipp, tar vare på naturen og øker graden av sirkularitet. Dette står helt sentralt i et av våre vesentlige temaer: bærekraftige produkter.

Innhold:

Bærekraftige produkter

Problembeskrivelse

Produksjon av produktene som selges i dagligvarehandelen og faghandelen, byr på mange utfordringer – for både mennesker og miljøet. Kjente problemstillinger i matproduksjon er avskoging, overfiske, forsøpling og ødeleggelse av naturlige habitater¹¹. I faghandelssektoren er det stor bruk av naturressurser. Ivaretagelse av grunnleggende menneskerettigheter og sosiale rettigheter i leverandørkjedene er også en utfordring. Problemstillingene i de globale leverandørkjedene vi er en del av, er komplekse, noe som krever at vi er offensive og gjør det vi kan for å begrense negativ påvirkning.

Vår påvirkning

Vi ønsker at alle våre produkter skal produseres på en bærekraftig måte. Matsektoren har en betydelig påvirkning på mennesker og miljøet, spesielt i råvareleddet. Der kaffebønnene dyrkes og plukkes, fisken fanges og tomatene dyrkes, kan det oppstå både naturødeleggelse og brudd på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold¹¹. Også i produksjonsleddet finner vi disse utfordringene. Mange produkter produseres i land med stor grad av manuelle produksjonsprosesser, noe som kan innebære sosiale utfordringer. Det er også kjente utfordringer knyttet til både miljømessige og sosiale forhold hva gjelder varer som selges i faghandelen. Dette gjelder blant annet råvarer som bomull og ull i tekstiler samt trevirke, gummi, stål og bestanddeler som benyttes i elektronikk. Grunnet lange verdikjeder med mangel på transparens og innsyn er det vanskelig å fastslå faktisk negativ påvirkning i leverandørkjedene per nå, men dette er noe vi vil jobbe med å kartlegge videre fremover.

Gjennom våre egne merkevarer har vi stor påvirkning på hvilke prosesser som gjennomføres i våre leverandørkjeder. Vår felles innkjøpsorganisasjon i Norden (Coop Trading AS) har betydelig innkjøpsmakt og stiller strenge krav til sertifiseringer og krav om øvrig dokumentasjon fra våre leverandører. Et eksempel på dette er vår håndtering av utfordringer knyttet til bruk av palmeolje. Det er mange utfordringer knyttet til denne råvaren, for eksempel avskoging, klimagassutslipp, ødeleggelser av biomangfold og brudd på menneskerettigheter¹¹. Derfor har vi et stort ansvar for å sikre at palmeoljen som benyttes i våre egne merkevarer, er sporbar og produsert på en ansvarlig måte. Krav til sertifisert palmeolje, gjennom sertifiseringsordningen RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil), er et viktig tiltak for å redusere vår negative påvirkning. Et annet eksempel er bomull, der produksjonsprosessene krever mye vann, forurensrer og kan medføre tap av biomangfold¹¹. Bruk av sertifiseringsordningen GOTS (Global Organic Textil Standard) bidrar til å redusere vår negative påvirkning.

Vår tilnærming

Vi arbeider kontinuerlig med å utvikle varene vi selger, og begrense eventuell negativ påvirkning produksjonen måtte ha på mennesker, samfunn og miljøet. For egne merkevarer har vi et spesielt ansvar, hvor vi enten selv produserer varene eller har dedikerte produsenter. I tillegg har vi en viktig rolle å spille ved å stille krav til merkevareleverandørene. Her har vi også gjort en rekke forbedringer, inkludert at vi stiller krav om mer

¹¹ WWF (2021) Bringing it down to earth: Nature risk and agriculture

BÆREKRAFTIGE PRODUKTER forts.

bærekraftige produksjonsmetoder som eksempelvis krever kutt i klimagassutslipp, redusert innhold av skadelige kjemikalier, gjennomføring av aktsomhetsvurderinger og systematisk arbeid for bedre emballasjeløsninger.

En annen viktig komponent i dette arbeidet er sertifiseringer, som gir oss økt trygghet om at produkter fremstilles i tråd med anerkjente krav til miljømessige og sosiale forhold. Vi anvender internasjonalt anerkjente sertifiseringsordninger som er basert på omfattende, internasjonalt samarbeid mellom bedrifter og organisasjoner, med ambisiøse krav til og åpenhet om metodene som brukes. Sertifiseringsordninger brukes også aktivt for å forbedre varenes miljøegenskaper og for å gi kundene informasjonen de etterspør for å kunne ta gode valg. Sertifiseringsordninger er ikke tilstrekkelig til å sikre at produktene vi selger, ikke påvirker mennesker, samfunn eller miljøet negativt, men det er et viktig risikoreduserende tiltak. Svanemerket, Rainforest Alliance, Fairtrade, MSC, FSC og GOTS er noen av sertifiseringsordningene vi benytter oss av. En oversikt over merkeordningene er å finne på side 150-151 i denne rapporten.

Vi har en policy som forplikter oss til å redusere innholdet av palmeolje i alle egne merkevarer og til å erstatte denne råvaren med mer helse- og miljøvennlige alternativer. For produkter der det grunnet holdbarhet eller kvalitet ikke er teknisk mulig å fjerne palmeolje, har vi satt oss som mål å kun bruke palmeolje som er sertifisert etter Roundtable for Sustainable Palm Oil (RSPO).

Økologisk produksjon kan ha positiv innvirkning på miljøet, folkehelsen og dyrevelferd. Økologi har vært og er derfor et annet viktig satsingsområde. Vår økologiske merkevare, Änglamark, er den største i sitt slag i Norge. Et populært virkemiddel for å stimulere til at kundene velger økologiske produkter, er 20 prosent medlemsbonus ved kjøp av produkter fra Änglamark-serien i Coop Mega. Gjennom Änglamark får kundene et godt utvalg av økologiske produkter til gode priser i alle Coop i Norges dagligvarebutikker.

Utvikling i 2023

Arbeidet med å øke andelen av bærekraftige produkter er et samarbeid på tvers av virksomheter og leverandørkjeder. Vi er avhengig av tett samarbeid med både leverandørene av våre egne merkevarer og andre merkevareleverandører for å sørge for at miljømessige og sosiale forhold ivaretas og kontinuerlig forbedres på tvers av hele verdikjeden. En viktig del av arbeidet er å kartlegge den faktiske påvirkningen uttak av råvarer og produksjon av produkter har. Med globale og komplekse leverandørkjeder er dette et omfattende arbeid. I 2023 har vi tatt viktige skritt i dette arbeidet og for første gang estimert klimagassutslippene fra våre faghandelsvarer, både når det gjelder egne merkevarer og andre merkevarer. Les mer om klimagassutslippene fra våre faghandelsvarer på side 118 i denne rapporten.

Et viktig tiltak i rapporteringsåret er forsterkningen av vårt arbeid med økologi. Også i 2023 var vi størst på økologi av dagligvareaktørene i Norge, og Änglamark har en solid posisjon i markedet som den største merkevaren innenfor økologisk mat. Vi har opprettholdt et stort utvalg av økologiske og miljøvennlige produkter og hadde i 2023 rundt 320 Änglamark-produkter i sortimentet vårt.

For tekstilprodukter har vi i 2023 hatt en positiv utvikling hva gjelder andelen av produkter med GOTS-sertifisering, særlig innen barne- og dagligvaretekstiler. 31 prosent av disse produktene er nå sertifisert (egne merkevarer og varer fra merkevareleverandører). Innenfor kategorien hjemtekstil er andelen av sertifiserte produkter på samme nivå som i 2022.

Kaffe, te og kakao er tre andre råvarer som er definert som risikoprodukter, der vi søker en høy andel av sertifiserte råvarer. I 2023 hadde vi en andel på 96 prosent sertifiserte leverandører for disse tre råvarene totalt (egne merkevarer). Sertifiseringene vi benytter oss av, er UTZ, Fairtrade og Rainforest Alliance.

I 2023 benyttet vi kun 100 prosent RSPO-sertifisert palmeolje i egne merkevarer, og vi økte andelen av palmeolje med den høyeste sertifiseringsgraden.

Innen fisk og sjømat har vi i overkant av 100 produkter i sortimentet vårt som er sertifisert med MSC eller ASC. Tallene gjelder både egne merkevarer og produkter fra merkevareleverandører.

Av all interiørmaling er 90 prosent sertifisert med Svanemerket i 2023. Dette er en liten nedgang i kategorien fra fjoråret. På eksteriørmaling har vi derimot hatt en økning og ligger i 2023 på 29 prosent sertifiserte produkter.

Veien videre

Den globale matsektoren legger press på både mennesker og miljøet. Utfordringene er mange, og fremover vil vi styrke vårt arbeid med bærekraftige produkter ved å inkludere flere parametere som utslipp og forurensing, vannforbruk og påvirkning på natur og biodiversitet i våre aktsomhetsvurderinger og leverandørkrav. Videre vil vi fortsette å ha et tett leverandørsamarbeid for å sikre at miljømessige og sosiale forhold ivaretas, følges opp og kontinuerlig forbedres i leverandørkjedene. Her vil sertifiseringsordninger spille en viktig rolle også i fremtiden.

Videre vil vi forsterke arbeidet med å kartlegge den faktiske påvirkningen varene vi kjøper, har på mennesker og miljøet. Dette vil gjøre det enklere for oss å stille krav og redusere negativ påvirkning. Vi skal fortsatt være Norges største aktør innen økologi på tvers av varekategorier og kjeder.

Bærekraftige produkter								
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021	2020	Basisår 2019	Kommentar
Sertifiserte råvarer								
Egendefinert	Sertifisert palmeolje i matvarer	Prosent	100 %	100 %	100 %	-	-	Inkluderer kun egne merkevarer og matvarer
Egendefinert	Andel leverandører godkjent iht. til våre varekrav vedr. palmeolje	Prosent	91 %	-	-	-	-	Inkluderer kun egne merkevarer
Egendefinert	Sertifisert soya	Prosent	85 %	-	-	-	-	Inkluderer kun egne merkevarer
Egendefinert	Sertifisert kaffe, te, kakao	Prosent	96 %	-	-	-	-	Inkluderer kun egne merkevarer
Egendefinert	Sertifisert fisk og sjømat	Antall	105	-	-	-	-	Antall produkter i sortimentet med merkeordningen. Inkluderer egne merkevarer og produkter fra andre merkevareleverandører.
Produktsertifiseringer								
Egendefinert	Interiørmaling med Svanemerket	Prosent	90 %	98 %	-	-	-	Inkluderer egne merkevarer og produkter fra andre merkevareleverandører.
Egendefinert	Eksteriørmaling med Svanemerket	Prosent	29 %	22 %	-	-	-	Inkluderer egne merkevarer og produkter fra andre merkevareleverandører.
Egendefinert	Tekstilprodukter sertifisert med GOTS (Global Organic Textile Standard)	Prosent	31 %	10 %	7 %	-	-	Inkluderer egne merkevarer og produkter fra andre merkevareleverandører. Kategorier: barnetekstil og dagligvaretekstil.
Egendefinert	Hjemmetekstilprodukter sertifisert med GOTS (Global Organic Textile Standard)	Prosent	24 %	24 %	19 %	-	-	Inkluderer egne merkevarer og produkter fra andre merkevareleverandører. Kategori: hjemmetekstil.
Egendefinert	Produkter med merkeordningen Nyt Norge	Antall	649	750	-	-	-	Inkluderer kun egne merkevarer
Økologi (Änglamark)								
Egendefinert	Antall Änglamark-produkter	Antall	328	350	-	-	-	Änglamark-produkter i sortimentet i Norge. Merk at antall varer i sortimentet vil variere gjennom året da dette svinger i takt med sesongen (feks. frukt og grønt)

ET SIRKULÆRT COOP



Som en del av vår bærekraftstrategi «Et bærekraftig Coop» skal vi jobbe mot et sirkulært Coop. Vi skal sørge for reduksjon i klimagassutslipp og smart ressursbruk, samtidig som virksomheten vokser. På tvers av vår virksomhet jobber vi for å redusere matsvinn, innføre energismarte løsninger og øke bruken av fornybare energikilder. Vi skal øke andelen av lavutslippskjøretøy, optimalisere transporten, øke sorteringsgraden, redusere avfall og vannforbruk og sørge for en mer bærekraftig og sirkulær ressursbruk når det gjelder både produkter og emballasje. Våre vesentlige temaer innenfor dette fokusområdet i strategien er klimaendringer, natur og økosystem, sirkulær økonomi, matsvinn og plast og emballasje.

Innhold:

- Klimaendringer
- Natur og økosystem
- Sirkulær økonomi
- Matsvinn
- Plast og emballasje

KLIMAENDRINGER

Problembeskrivelse

FNs klimapanels sjette hovedrapport¹² viser at klimaendringene går raskere og blir stadig mer intense. Tørke, skogbranner, ekstreme nedbørsmengder, havforsuring, ismelting og økte havnivåer er konsekvenser av klimaendringene, som er ventet å øke i omfang. Ifølge FNs klimapanel er det fortsatt mulig å holde temperaturøkningen under 1,5 grader, men dette krever at klimagassutslippene reduseres til netto-null innen 2050. Fossil energi må fases ut til fordel for fornybar energi, naturen må styrkes for å kunne binde mer karbon, og avskogingen må avta. Ifølge FN¹³ står matproduksjon for ca. 30 prosent av CO2-utslippene globalt. Dette inkluderer utslipp i råvare- og produksjonsleddet, transport og salg. Mat, og måten vi produserer og distribuerer den på, er dermed en stor del av både utfordringen med og løsningen på klima-utfordringene verden står overfor. Dette ble også bekreftet på klimatoppmøtet i Dubai i 2023, der man for første gang erkjente at matsektoren må omstilles. I slutterklæringen fra forhandlingene ble det vektlagt at et mer klimarobust og bærekraftig matsystem og landbruk står sentralt for å oppnå klimakutt og lykkes med klimatilpasning.

Vår påvirkning

Som en stor handelsaktør har vi mange kilder til klimagassutslipp gjennom hele vår verdikjede. Vi har de siste årene jobbet med å kartlegge vår klimapåvirkning gjennom verdikjeden med utgangspunkt i GHG-protokollen. Dette har gitt oss en god oversikt over klimagassutslipp og energibruk i egen virksomhet. I tillegg jobber vi med å kartlegge alle indirekte klimagassutslipp av betydning.

I egen virksomhet er den største kilden til klimagassutslipp stasjonær forbrenning i Coop Norge Industri AS (ny utslippskilde i 2023), etterfulgt av egeneid transport (gjennom Coop Norge Transport AS og firmabiler) samt kjøle- og frysegasser og energiforbruk i butikker, lagerenheter, industrienheter og øvrige bygg.

Den største delen av Coop Norge konsern sitt totale klimagassutslipp oppstår imidlertid i leverandørkjedene våre. I 2023 startet vi arbeidet med å kartlegge våre indirekte utslipp i oppstrøms- og nedstrømsaktiviteter¹⁴ som er av betydning (Scope 3-utslipp). Det er et omfattende arbeid å få total oversikt over utslippene, men vi forventer at Scope 3 vil være det største utslippsområdet for vår virksomhet i årene fremover. Innkjøp av varer og tjenester (inkludert produksjon av produkter og inngående transport), avfallshåndtering, forretningsreiser og innleide transporttjenester vil være betydelige utslippskilder.

Scope 3-utslipp fra nedstrømsaktiviteter av betydning er relatert til avfallshåndtering og bruken av produkter som selges i våre butikker. Dette gjelder særlig faghandelsprodukter som krever energi, eller der produktene medfører klimagassutslipp i avfallshåndteringen etter at de er kassert. Også her trenger vi en bedre oversikt over

klimagassutslippene. I henhold til GHG-protokollen faller klimagassutslipp fra butikkene som eies av samvirkelagene, inn under nedstrømsaktiviteter for Coop Norge konsern. I likhet med butikker dekket under egen virksomhet er det her betydelige klimagassutslipp fra kjøle- og frysegasser og energiforbruk.

Vår tilnærming

Et av målene i «Et bærekraftig Coop» er at vi innen 2025 skal redusere klimagassutslippene i Coop i Norge (Scope 1 og Scope 2) med 40 prosent (basisår 2020). Coop Norge konsern har gjennom flere år gjennomført tiltak som bidrar til å redusere klimagassutslippene våre og ta oss nærmere reduksjonsmålet. Vi har blant annet skiftet ut fryse- og kjølemedier i butikk og på lager- og industrienheter til mer miljøvennlige alternativer. Videre har vi startet overgangen til lavutslippsløsninger som biogass og elektrisitet i transportvirksomheten vår. Vi har satt i gang tiltak for å redusere og effektivisere energibruken på tvers av hele vår virksomhet og vil fremover øke produksjonen og bruken av fornybare energikilder. Ved vårt sentrallager på Gardermoen (CLog) har vi et av Norges største solcelleanlegg, det er igangsatt elektrifisering av mobile kjøleaggregater og optimalisering av drift av kuldeanlegget, i tillegg til at en varmesentral ble satt i drift i starten av 2023. Via varmesentralen gjenbrukes overskuddsvarme som fjernvarme, som gir det lokale næringslivet en effektiv og miljøvennlig oppvarmingskilde. Disse tiltakene skal bidra til at CLog blir Norges første energipositive logistikkcenter.

For å kunne vurdere den totale påvirkningen vi som virksomhet har på klimaet, er det viktig for oss å få en oversikt over indirekte klimagassutslipp av betydning. Dette arbeidet er satt i gang, og fremover vil vi arbeide for å iverksette tiltak fra de utslippsområdene vi allerede har kartlagt, og som bidrar til størst utslipp i vår verdikjede. Per i dag stiller vi ingen krav til våre leverandører av produkter og tjenester hva gjelder reduksjon av klimagasser, men dette er et virkemiddel vi vil vurdere. Vi har et mål om reduksjon frem mot 2025 på tvers av Coop i Norge, men per 2023 har Coop Norge konsern ingen klimastrategi eller interne retningslinjer for reduksjon av klimapåvirkning i vår egen drift eller verdikjede. Vi har heller ikke satt vitenskapsbaserte klimamål (Science Based Targets). Dette er noe vi vil jobbe med fremover, i tråd med krav i EUs nye standard for bærekraftsrapportering (ESRS).

Coop Norge konsern baserer sin rapportering på klimagassutslipp på rapporteringsprinsippene i Greenhouse Gas (GHG)-protokollen.

Utvikling i 2023

I 2023 har vi jobbet videre med å redusere våre klimagassutslipp i egen virksomhet (Scope 1 og 2) samt startet arbeidet med å kartlegge indirekte utslipp (Scope 3) av betydning. Vi har for første gang estimert klimagassutslippene fra alle innkjøpte varer i faghandelsdelen av virksomheten vår, både egne merkevarer og produkter fra merkevaleleverandører. I 2023 har vi også estimert

klimagassutslippene fra all inngående transportvirksomhet fra utlandet og inn til våre lagerenheter. Dette er innleide transporttjenester på sjø, bane og vei og utgjør en betydelig utvidelse av tidligere rapportering av transportutslipp, som kun omfattet transport i Norge, hovedsakelig fra lager til butikk. Sistnevnte består i hovedsak av innleid transport, men også en mindre andel av egne lastebiler. I 2023 var det totale klimagassutslippet i Coop Norge konserns egen virksomhet (Scope 1 og 2) 12 238,7 tCO2e. De totale utslippene i Scope 1, 2 og 3 var 438 818,2 tCO2e.

I 2022 ble basisåret for målet om 40 prosent utslippsreduksjon i Coop i Norge innen 2025 (Scope 1 og Scope 2) endret fra 2017 til 2020. Opprinnelig ble utslippsmålet satt med utgangspunkt i oversikten vi som virksomhet hadde over våre utslipp i 2017. Bakgrunnen for å endre basisåret til 2020 var at vi korrigerte en feil der vi tidligere hadde inkludert innleide transporttjenester i Scope 1 (flyttet til Scope 3 i 2022), samt at vi endret fra markedsbasert til lokasjonsbasert beregning for energiutslipp da vi ikke kjøper opprinnelsesgarantier. Korrigeringene utløste en uforholdsmessig stor utslippsreduksjon fra kuldemedier i Scope 1, da vi i årene 2017 til 2020 reduserte utslipp fra kuldemedier med over 100 prosent, først og fremst grunnet usikre historiske data. I 2023 ser vi likevel at målet har svakheter, da vi siden 2022 har fått bedre oversikt over våre egne klimagassutslipp og innarbeidet flere kilder til utslipp i vårt klimaregnskap.

I 2023 er det inkludert flere utslippskilder i beregningen av Coop Norge konsern sine klimagassutslipp, noe som gjør det vanskelig å sammenligne utslippene med basisåret 2020. Blant annet er stasjonær forbrenning i Coop Norge Industri AS lagt til, noe som har økt utslippene i Scope 1 betydelig. Med disse endringene ser vi at vi er langt unna å nå reduksjonsmålet til Coop i Norge på 40 prosent (Scope 1 og Scope 2) innen 2025, og vi ser at vi i 2024 er nødt til å revidere målene vi har satt oss med utgangspunkt i det eksisterende klimaregnskapet. Dette vil også inkludere et arbeid med en klimastrategi og en overgangsplan, slik at vi kan sette i gang effektive tiltak for å nå våre utslippsmål.

Nå som stasjonær forbrenning er lagt til i klimaregnskapet, har vi en mer komplett og korrekt oversikt over klimagassutslippene i egen drift. Dette gir oss en bedre oversikt over vår påvirkning på klimaet og gjør oss i bedre stand til å iverksette tiltak for å redusere påvirkningen vår og måle effekten av tiltakene over tid. Dette er noe vi vil ha fokus på fremover i arbeidet med revidering av målene, klimastrategien og omstillingsplanen.

¹² IPCC (2021–2023). Sixth Assessment Report.

¹³ Food and Agriculture Organization of the United Nations (2021).

¹⁴ Utslipp i verdikjeden som eksempelvis produksjon av matvarer i utlandet (oppstrøm) eller avhending av solgte produkter (nedstrøm).

Totale klimagassutslipp i Coop Norge konsern (Scope 1, Scope 2 og Scope 3) ¹⁵							
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021	Basisår 2020	Kommentar
305-1	Scope 1	tCO2e	11 456,9	2 743,7	3 019,4	3 562,0	Økningen fra 2022 til 2023 skyldes at stasjonær forbrenning ble lagt til i 2023. Dette har ikke vært inkludert i tidligere år.
305-2	Scope 2	tCO2e	781,8	1 338,9	1 883,4	639,8	For deler av byggmassen som mangler sikre energidata, er det benyttet estimater. Grunnlagsdata for fjernvarme er tilsvarende som i 2022 grunnet manglende datagrunnlag i 2023.
305-3	Scope 3	tCO2e	426 579,6	32 113,4	31 598,0	33 865,7	Økningen fra 2022 til 2023 skyldes i hovedsak utvidelse av Scope 3, der innkjøpte varer til faghandel og økt andel av internasjonal inngående transport til Norge er nye utslippskategorier. Vi har benyttet estimater som målemetode og aggregert produkter til overordnede varegrupper (22 stk).
	Totalt for Scope 1 og Scope 2	tCO2e	12 238,7	4 082,6	4 902,8	4 201,8	
	Totalt for Scope 1, Scope 2 og Scope 3	tCO2e	438 818,2	36 196,0	36 500,8	38 067,5	

Videre følger en nærmere redegjørelse av Coop Norge konserns direkte og indirekte utslipp i rapporteringsåret:

Direkte utslipp fra egen virksomhet (Scope 1)
Scope 1 er obligatorisk rapportering av forbruket av fossile kilder og prosessutslipp. For Coop Norge konsern gjelder dette utslipp fra firmabiler, egeneide lastebiler, stasjonær forbrenning på industrilokasjonene våre og lekkasjer av fryse- og kjølemedier. I 2023 var våre totale klimagassutslipp fra Scope 1 11 456,9 tCO2e, en markant rapportert økning fra 2 743,7 tCO2e i 2022. Den store rapporterte økningen på 8 713,2 tCO2e skyldes at vi i 2023 har inkludert utslippene fra stasjonær forbrenning i Coop Norge Industri AS. Disse utslippene har ikke vært rapportert tidligere år. Ser man bort fra stasjonær forbrenning, er Coop Norge konserns

klimagassutslipp i Scope 1 redusert med 13 prosent fra 2022 til 2023. Denne nedgangen skyldes en reduksjon i utslipp knyttet til oppgradering av kjøle- og fryseanlegg for flere butikker, samt en reduksjon i utslipp fra lekkasjer av kuldemedier som et resultat av at vi har skiftet til mer miljøvennlige kuldemedier i forbindelse med anleggsoppgraderinger.

I egen transportvirksomhet ble utslippene redusert med 9 prosent fra 2022 til 2023. Dette skyldes blant annet en økning fra ca. 25 prosent i andelen av egeneide distribusjonsbiler som gikk på biogass i 2022, til ca. 28 prosent i 2023. Videre jobber vi kontinuerlig med optimalisering av ruteplaner for reduksjon av kjørte kilometer og økt fyllingsgrad, som også har bidratt til å redusere klimagassutslippene fra transportdelen av virksomheten.

Direkte utslipp fra egen virksomhet (Scope 1) ¹⁶					
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021
305-1	Transport	tCO2e	1 294,8	1 419,6	1 156,6
305-1	Stasjonær forbrenning	tCO2e	9 070,0	-	-
305-1	Kjølegasser	tCO2e	1 092,1	1 324,1	1 862,8
Totalt		tCO2e	11 456,9	2 743,7	3 019,4

Indirekte utslipp fra energi og elektrisitet (Scope 2)
Scope 2 er obligatorisk rapportering av indirekte utslipp knyttet til innkjøpt energi, elektrisitet og fjernvarme/-kjøling¹⁷. I 2023 var klimagassutslippene i denne kategorien 781,8 tCO2e (lokasjonsbasert metode), der 99 prosent av utslippene stammer fra elektrisitet. Dette er en betydelig reduksjon fra 2022, som i hovedsak skyldes at franchisebutikker tilknyttet Norsk Butikkdrift AS er skilt ut fra Scope 2 og lagt i Scope 3. Forbruk av elektrisitet i Scope 2 er redusert med 63 547 MWh, noe som tilsvarer 33 prosent fra fjoråret.

Indirekte utslipp fra energi og elektrisitet (Scope 2) ¹⁶					
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021
305-2	Elektrisitet	tCO2e	772,1	1 323,6	1 880,2
305-2	Egenprodusert elektrisitet (solenergi)	tCO2e	-	-	-
305-2	Elbiler	tCO2e	0,3	0,1	-
305-2	Fjernvarme	tCO2e	9,4	15,2	3,2
Totalt		tCO2e	781,8	1 338,9	1 883,4

¹⁵ Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.

¹⁶ Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
¹⁷ For fjernvarme og kjøling er det benyttet samme tall som i 2022. Dette skyldes manglende datagrunnlag i 2023.

Indirekte utslipp i verdikjeden (Scope 3)

Scope 3 er andre indirekte utslipp tilknyttet virksomheten. GHG-protokollen definerer indirekte utslipp som utslipp som ikke kommer fra utstyr som virksomheten eier, men fremdeles har en påvirkning på utover i sin verdikjede. GHG-protokollen består av 15 utslippskategorier i Scope 3, og vi har i 2023 jobbet med å se på hvilke av disse som er vesentlige for Coop Norge konsern. I 2023 rapporterer vi på syv av utslippskategoriene i Scope 3, og fremover vil vi jobbe videre med å kartlegge om det finnes andre utslippskategorier som bør inkluderes i klimaregnskapet. I det følgende redegjøres det for kategoriene kartlagt i 2023:

Indirekte utslipp i verdikjeden (Scope 3) ¹⁸							
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021	Basisår 2020	Kommentar
305-3	Innkjøpte varer og tjenester (faghandel)	tCO2e	306 931,8	-	-	-	Ny utslippskategori i 2023. Inkluderer egne merkevarer og produkter fra andre merkevare leverandører til faghandel.
305-3	Utslipp relatert til energiproduksjon	tCO2e	2 280,2	907,4	609,8	506,8	Økningen fra 2022 til 2023 skyldes at stasjonær forbrenning er lagt til i 2023. Dette har ikke vært inkludert tidligere år.
305-3	Oppstrøms transport og distribusjon	tCO2e	113 907,0	28 858,3	30 748,3	33 358,9	Økningen i utslipp skyldes større rapporteringsomfang for inngående transport. Totalt utslipp fra inngående transport er nå inkludert.
305-3	Avfall	tCO2e	1 961,1	1 760,8	-	-	
305-3	Forretningsreiser	tCO2e	676,1	584,5	206,3	-	
305-3	Utleide lokaler/utstyr	tCO2e	357,0	-	-	-	Ny utslippskategori i 2023. Gjelder utleide lokaler fra Coop Norge Eiendom til i hovedsak samvirkelag i Coop i Norge.
305-3	Franchiser	tCO2e	466,4	2,4	33,5	-	Økningen fra 2022 til 2023 skyldes at alle Norsk Butikkdrift AS sine franchiser nå er lagt i denne kategorien. Deler av franchisene var tidligere år lagt til Scope 2.
Totalt			426 579,6	32 113,4	31 597,9	33 865,7	

Kategori 1 – Innkjøpte varer og tjenester

Definisjonen av innkjøpte varer og tjenester er alle innkjøpte varer, produkter eller tjenester fra leverandører i rapporteringsperioden.

I 2023 startet vi arbeidet med å estimere utslipp fra våre innkjøpte varer og produkter, og dette er første gang vi rapporterer på denne utslippskategorien. Årets klimaregnskap inkluderer produkter som selges i faghandel, både egne merkevarer og merkevarer fra andre leverandører. Klimagassutslippet fra denne utslippskategorien i 2023 var 306 931,8 tCO2e. Innenfor denne utslippskategorien står produktkategoriene metall, bomull, isolasjon, maling, småelektrisk og trevirke for de største utslippene. Det varierer hvor godt utslippsfaktorene som er benyttet, passer

for de enkelte produktene.¹⁹ Da det er første gang vi rapporterer på denne utslippskategorien, har vi ikke noe sammenligningsgrunnlag for å vise utvikling.

Kategori 3 – Utslipp relatert til energiproduksjon (oppstrømsutslipp fra Scope 1 og 2)

Denne kategorien inkluderer utvinning, produksjon og transport av drivstoff, elektrisitet, fjernvarme og fjernkjøling som forbrukes av Coop Norge konsern (WTT – «Well to tank»)²⁰. Utslippet fra denne kategorien var 2 280,2 tCO2e i 2023, mot 907,4 tCO2e i 2022. Økningen i utslipp fra 2022 til 2023 skyldes at vi i 2023 for første gang også har inkludert utslipp relatert til utvinningen av propan, LPG og naturgass (stasjonær forbrenning) i industrivirksomheten.

Kategori 4 – Oppstrøms transport og distribusjon

Denne kategorien inkluderer all transport, logistikk og distribusjon som kjøpes inn som tjenester for å få varene fra produksjonsland inn til våre lagerenheter samt kjøp av øvrige transporttjenester i Norge. Dette er en betydelig kilde til indirekte utslipp og var i 2023 på 113 907 tCO2e. Nytt i 2023 er at vi inkluderer transport fra utlandet til Norge, der vi tidligere år kun har inkludert transport og distribusjon i Norge, i hovedsak mellom lagerenheter og butikk. Ved å inkludere utslippene fra utlandet og til våre lagerenheter har vi tatt et viktig steg i retningen av å få bedre oversikt over vår indirekte påvirkning på klima. Dette gjør oss i bedre stand til å iverksette tiltak for å redusere påvirkningen, eksempelvis gjennom leverandørkrav.

Per 2023 mangler vi oversikt over klimagassutslipp knyttet til direktetransport fra merkevareleverandører til våre butikker. Dette er transport som går utenom våre lagerenheter og noe vi vil jobbe med å få oversikt over fremover.

Kategori 5 – Avfall

I 2023 hadde vi et klimagassutslipp fra avfallshåndtering på 1 961,1 tCO2e. Disse utslippene økte med 11 prosent fra 2022 til 2023 grunnet en økning i avfallsmengden. Utslippsberegningene baserer seg på avfallstall hentet fra våre avfallsleverandører Norsk Gjenvinning og Retura Norge. For å redusere klimapåvirkningen i denne kategorien har Coop Norge konsern et stort fokus på avfallssortering og avfallshåndtering. For mer informasjon om dette, se side 125-127.

Kategori 6 – Forretningsreiser

Utslipp fra forretningsreiser inkluderer blant annet flyreiser, hotellovernattinger, togreiser og bil. I 2023 utgjorde utslipp fra forretningsreiser 676,1 tCO2e, en økning på 16 prosent fra 2022. Denne økningen skyldes at reisevirksomhet er tilbake på et mer normalt nivå etter pandemien.

Kategori 13 – Utleide ressurser

Denne kategorien inkluderer utslipp generert fra driften av eiendeler som eies av Coop Norge konsern og leies ut i rapporteringsåret. For Coop Norge konsern utgjør dette et utslipp på 357 tCO2e i 2023.

Kategori 14 – Franchiser

Franchiser inkluderer Scope 1 og 2-utslipp til Norsk Butikkdrift AS sine franchiser (48 prosent av den totale butikkmassen). I 2023 utgjorde dette et utslipp på 466,4 tCO2e. I 2022 var kun deler av franchisene som er tilknyttet Norsk Butikkdrift AS, inkludert i denne kategorien. I 2023 er samtlige franchiser inkludert.

Om GHG-protokollen og metode

Coop Norge konsern sitt klimaregnskap er basert på den internasjonale standarden A Corporate Accounting and Reporting Standard, utviklet av Greenhouse Gas Protocol Initiative (GHG Protocol)²¹. GHG-protokollen er den mest anerkjente internasjonale standarden for måling av klimagassutslipp²¹ og er grunnlaget for ISO-standarden 14064-I²⁵. Utslippsfaktorer i klimaregnskapet er hentet fra ulike databaser, blant annet Defra, IEA og ecoinvent, avhengig av hvilken utslippskategori som er relevant.

Utslippsfaktorer

En utslippsfaktor forteller hvor mange tonn CO2-ekvivalenter en aktivitet eller et produkt eller en tjeneste har. Disse faktorene er beregnede tall relatert til klimagassutslipp for en aktivitet, et produkt eller en tjeneste som har en utslippskilde²³. CEMAsys, som er vår tjenesteleverandør av klimaregnskap, har en database med tusenvis av utslippsfaktorer basert på sikre kilder, blant annet Defra, IEA og ecoinvent.

Utslippsfaktorene kan være generiske eller spesifikke for en type aktivitet, produkt eller tjeneste. Det er vanlig at utslippsfaktorer endrer seg fra år til år grunnet eksempelvis et bredere informasjonsgrunnlag. Derfor kan utslippsfaktorene som er valgt, være med på å forklare endringer i klimagassutslippene fra 2020 til 2023. Det globale oppvarmingspotensialet (GWP) som brukes i beregningene av våre CO2-ekvivalenter, er blant annet basert på den sjette hovedrapporten til FNs Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC, 2021) over et 100-årsperspektiv, i tillegg til IPCCs fjerde og femte hovedrapport (AR4 og AR5).

Coop Norge konserns totale klimaregnskap for 2023 er å finne på side 120-121 i denne rapporten. Klimaregnskapet er utarbeidet i samarbeid med CEMAsys og attestert av BDO AS.

¹⁸ Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
¹⁹ Vi benytter flere utslippsfaktorer for ulike produkter via CEMAsys, som bistår oss med klimaregnskapet.

²⁰ Energi forbrukt og/eller sluppet ut fra produksjon til avlevering av produktene.

²¹ Greenhouse Gas Protocol (2023). Companies and organizations. Hentet fra: Companies and Organizations | GHG Protocol
²² The international Organization for Standardisation (2018). ISO 14064-1:2018. Edition 2. Hentet fra ISO 14064-1:2018 – Greenhouse gases – Part 1: Specification with guidance at the organization level for quantification and reporting of greenhouse gas emissions and removals.

²³ Greenhouse Gas Protocol (2024). Calculation tools. Hentet fra: Calculation Tools | GHG Protocol

KLIMAENDRINGER forts.

Klimagassregnskap for Coop Norge konsern 2023 ²⁴					
Utslippskategori	Enhet	2023	2022	2021	Basisår 2020
Scope 1					
Transport	tCO2e	1 295	1 420	1 157	1 497
Stasjonær forbrenning	tCO2e	9 070	-	-	-
Kjølemidler	tCO2e	1 092	1 324	1 863	2 065
Totalt for Scope 1	tCO2e	11 457	2 744	3 019	3 562
Scope 2					
Elektrisitet (lokasjonsbasert metode)	tCO2e	772	1 324	1 880	634
Elektrisitet (markedsbasert metode)	tCO2e	62 557	76 579	75 586	27 894
Fjernvarme	tCO2e	9	15	3	6
Totalt for Scope 2 (lokasjonsbasert metode)	tCO2e	782	1 339	1 883	640
Totalt for Scope 2 (markedsbasert metode)	tCO2e	62 566	76 594	75 589	27 900
Scope 3					
Innkjøpte varer og tjenester (faghandel)	tCO2e	306 864	-	-	-
Elektriske artikler	tCO2e	23 841	-	-	-
Produkter av plast	tCO2e	11 857	-	-	-
Klær og tekstiler	tCO2e	43 920	-	-	-
Byggevare	tCO2e	88 898	-	-	-
Papp og papir	tCO2e	2 045	-	-	-
Glass og keramikk	tCO2e	636	-	-	-
Maling, kjemikalier og vaskemidler	tCO2e	38 227	-	-	-
Produkter av metall	tCO2e	31 885	-	-	-
Trevirke	tCO2e	58 762	-	-	-
Møbler og interiør	tCO2e	849	-	-	-
Øvrig	tCO2e	5 945	-	-	-
Innkjøpte varer og tjenester (vannforbruk)	tCO2e	68	-	-	-
Utslipp relatert til energiproduksjon	tCO2e	2 280	907	610	507
Oppstrøms transport og distribusjon	tCO2e	113 907	28 858	30 748	33 359
Avfall	tCO2e	1 961	1 761	-	-
Forretningsreiser	tCO2e	676	585	206	-
Leide lokaler/utstyr	tCO2e	357	-	-	-
Franchiser	tCO2e	466	2	34	-
Totalt for Scope 3	tCO2e	426 580	32 113	31 598	33 866
Totalt for Scope 1+2+3					38 068
(lokasjonsbasert metode)	tCO2e	438 818	36 196	36 501	65 328
Totalt for Scope 1+2+3					
(markedsbasert metode)	tCO2e	500 603	111 451	110 206	

GHG-intensitet i Coop Norge konsern 2023 ²⁵				
Indikatorreferanse	Kategori	Enhet	2023	Kommentar
305-4	Klimagassutslipp fra Scope 1, 2 og 3	tCO2e	438 818	
305-4	Antall ansatte i Coop Norge konsern i 2023	Ansatte	5 868	
305-4	GHG-intensitet	tCO2e/ansatte	74	

²⁴ Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.

²⁵ GHG-intensiteten omfatter følgende klimagasser, som er omregnet til CO2-ekvivalenter: CO2, CH4 (metan), N2O (lystgass), SF6, NF3, HFK og PFK.

Energiregnskap 2023

Coop Norge konsern har et betydelig energiforbruk i både butikk, lagerenheter og industrilokasjoner. Den store økningen på 37 800,4 MWh i Scope 1 skyldes at vi i 2023 har inkludert energiforbruket fra stasjonær forbrenning i Coop Norge Industri AS. Dette forbruket har ikke vært rapportert tidligere år. I Scope 2 er det en betydelig reduksjon i energiforbruket fra 2022 til 2023. Denne reduksjonen på 63 547,3 MWh skyldes i hovedsak at franchisebutikker tilknyttet Norsk Butikkdrift AS er skilt ut fra Scope 2 og lagt i Scope 3. For øvrig er det gjennomført betydelige energibesparende tiltak i butikkmassen, deriblant nye vifter, styring av ventilasjon, oppgraderte lyssystemer og nye kjøle- og fryseanlegg.

Under følger en oversikt over energiforbruket vårt fordelt på ulike kategorier og kilder:

Energiregnskap Coop Norge konsern 2023 ^{26 27}				
Indikatorreferanse	Kategori	Enhet	2023	2022
Scope 1				
302-1	Transport	MWh	8 300,90	9 807,30
302-1	Stasjonær forbrenning	MWh	39 306,80	-
302-1	Kjølegasser	MWh	-	-
302-1	Totalt Scope 1	MWh	47 607,70	9 807,30
Scope 2				
302-1	Elektrisitet	MWh	124 540,30	189 082,50
302-1	Egenprodusert elektrisitet (solenergi)	MWh	2 805,60	1 819,60
302-1	El-biler	MWh	11,10	2,20
302-1	Fjernvarme	MWh	454,60	454,60
302-1	Totalt Scope 2	MWh	127 811,60	191 358,90
Forbruk av fornybar energi				
302-1	Scope 1 fornybar energi	MWh	3 640,50	4 416,20
302-1	Scope 1 andel fornybar energi	Prosent	7,6	45
302-1	Scope 2 fornybar energi (lokasjonsbasert metode)	MWh	122 812,70	183 165,00
302-1	Scope 2 andel fornybar energi (lokasjonsbasert metode)	Prosent	96,10	95,70
Total fornybar energi (Scope 1 og Scope 2 lokasjonsbasert metode)			126 453,20	187 581,20
Total andel fornybar energi (Scope 1 og Scope 2 lokasjonsbasert metode)			Prosent	72,10
				93,20
Scope 2 fornybar energi (markedsbasert metode)			MWh	3 005,00
Scope 2 andel fornybar energi (markedsbasert metode)			Prosent	2,40
Total fornybar energi (Scope 1 og Scope 2 markedsbasert metode)			MWh	6 645,40
Total andel fornybar energi (Scope 1 og Scope 2 markedsbasert metode)			Prosent	3,80
				3,10

Nitrogenoksider (NOx), svoveloksider (SOx) og øvrig luftforurensning

Nitrogenoksider (NOx), svoveloksider (SOx) og øvrig luftforurensning (Scope 1) ²⁷					
Indikatorreferanse	Kategori	Enhet	2023	2022	Kommentar
305-7	NOx (nitrogenoksider)	Tonn	11,61	5,08	
305-7	SO2 (svoveldioksider)	Tonn	0,02	0,01	
305-7	NMVOC	Tonn	0,56	0,34	
305-7	TSP/PM	Tonn	0,48	0,07	

Årsaken til den store økningen fra 2022 til 2023 er at vi i 2023 har inkludert stasjonær forbrenning, som propan/LPG og naturgass (LNG), fra egen drift.

²⁶ Vi har lagt produksjonen av solenergi i Scope 2 fordi vi mangler mulighet til å velge utslippsfaktor for produksjon av solenergi i Scope 1. Fremover vil vi jobbe med bedre filteringsmuligheter for produksjon og forbruk av fornybare energikilder.

²⁷ Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.

KLIMAENDRINGER forts.

Klimarisiko

I 2023 gjennomførte vi for første gang en klimarisikoanalyse i tråd med rammeverket utviklet av Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). Her startet vi arbeidet med å kartlegge og vurdere hvordan vi som virksomhet er eksponert for fysisk klimarisiko, samt risikoer og muligheter knyttet til overgangen til en lavutslippsøkonomi. Da arbeidet fortsatt pågår ved publisering av rapporten, har vi som målsetting å inkludere redegjørelsen som en del av rapporteringen for 2024.

Veien videre

For å bidra til at Coop i Norge når målet om en utslippsreduksjon på 40 prosent innen 2025, må energieffektiviteten i Coop Norge konsern bedres, og vi må fortsette utfasing av utslippsintensi-ve kjøle- og frysemedier. Videre må vi jobbe for en overgang til fornybar energi og lavutslippstransport. I Coop Norge konsern vil vi arbeide med å etablere gode løsninger for distribusjon med elbil i relevante regioner i løpet av de kommende årene. Vi skal også fortsette vårt arbeid med å utvikle innovative klima-løsninger sammen med gode samarbeidspartnere og jobbe videre med å kartlegge og estimere indirekte klimagassutslipp av betydning i oppstrøms- og nedstrømsaktiviteter. Som en del av dette arbeidet vil vi vurdere å sette reduksjonsmål for indirekte utslipp (Scope 3) og tiltak som kan bidra til å redusere denne påvirkningen på klimaet, fortrinnsvis gjennom samarbeid med leverandører og ved å stille ytterligere varekrav til leverandører og samarbeidspartnere. Fremover vil vi også jobbe for å sette mål i tråd med Parisavtalens målsettinger. Dette innebærer blant annet arbeid med Science Based Targets og etablering av en tydelig klimastrategi og konkrete overgangsplaner, blant annet i tråd med rapporteringskrav i EUs nye standard for bærekrafts-rapportering (ESRS).

NATUR OG ØKOSYSTEM

Problembeskrivelse

En sentral pådriver for den globale økonomiske veksten er omfattende utvinning og bruk av naturressurser. Kombinert med effekten av klimaendringer har dette gjort, og gjør dette stadig, stor skade på naturen, økosystemer og biologisk mangfold²⁸. I en rapport fra WWF vises det til beregninger fra FNs naturpanel, hvor det estimeres at matsektoren bidrar til fem av de stør-ste driverne for naturtap globalt. Videre pekes det på behovet for å endre dagens matsystemer, og at tiltak som en overgang til bærekraftige landbrukspraksiser, plantebaserte dietter og reduksjon av matsvinn er tiltak matsektoren bør vurdere²⁹. Som dagligvareaktør har vi et ansvar for å bidra til å løse disse enorme utfordringene.

Vår påvirkning

Som dagligvare- og handelsaktør er vår største påvirkning på naturen og økosystemer fra de varene vi kjøper inn for videresalg. Matsektoren har betydelige utfordringer globalt, som avskoging, overfiske og ødeleggelse av matjord, og det er ingen tvil om at varene vi selv produserer og kjøper fra leverandører og produ-senter, har et avtrykk på naturen og økosystemer. Matsektoren er svært naturintensiv i form av arealbehov. Videre har utvinning av naturressurser og utslipp og forurensing fra industrielle proses-ser i forbindelse med matproduksjon og øvrig vareproduksjon negativ påvirkning på biodiversitet og økosystemer. I matsektoren benyttes det kjemikalier, kunstgjødsel og sprøytemidler som kan forurense både jord, vann og luft og føre til ødelagt matjord, ubru-kelige vannkilder og mikroplast i naturen²⁹. Mange av de samme utfordringene finner vi også i sektorene som produserer tekstil.

Landbruket og produksjon av eksempelvis tekstil er også svært vannintensivt. I utvinning og produksjon er det videre risiko for forurensing fra avløpsvann. Dette kan bidra til ødelagte øko-systemer og forurensing av drikkevann, grunnvann og elveløp. Der varene blir fraktet med skip, kan forurenset ballastvann og utslipp av kjemikalier være en utfordring²⁹. Grunnet lange verdikjeder med mangel på transparens og innsyn er det vanskelig å fastslå faktisk negativ påvirkning på naturen i leverandørkjedene per nå, men dette er noe vi vil jobbe videre med å kartlegge fremover.

I egen virksomhet er den største naturpåvirkningen knyttet til utbygging og infrastruktur. Videre har transport, produksjon av egne varer og avfallshåndtering negativ påvirkning på naturen. I flere av prosessene i Coop Norge Industri AS er vann en svært viktig innsatsfaktor, og også i Coop Norge konsern finnes det et potensial for å redusere vannforbruket.

Produktene vi selger, kan også ha negativ påvirkning på naturen hvis kundene ikke håndterer dem på en bærekraftig måte, spesielt relatert til avfallshåndtering, transport og vannforurensing. Dette gjelder eksempelvis manglende kildesortering og mangelfull håndtering av spesialavfall, utslipp av mikroplastartikler fra blant annet emballasje og potensielt hygieneprodukter og utilstrekkelig håndtering av avfall, som kan bidra til å forurense jord, vannkilder og havområder³⁰. Tall fra EU viser at rundt 50 000 tonn mikroplast ender i havet etter vask av syntetiske tekstiler hvert år³¹. I tillegg kan kjemikalier og skadelige stoffer fra våre hygieneprodukter forurense vannkilder via avløpssystemer³⁰. Per i dag har vi ikke en oversikt over den faktiske påvirkningen fra nedstrømsaktiviteter, men det er noe vi vil jobbe med fremover.

Vår tilnærming

Påvirkningen på naturen og økosystemer er stor i sektoren vi er en del av, særlig gjelder dette i leverandørkjedene²⁹. Coop Norge konsern har derfor et spesielt ansvar for å følge opp og forbedre måten våre egne merkevarer produseres på, og gjøre det vi kan

for å redusere den negative påvirkningen produksjonsprosessene har på naturen. Vi stiller også krav til, og følger opp avtaler med, produsentene av våre egne merkevarer. På faghandel stiller vi blant annet krav til at leverandørene av våre egne merkevarer og deres underleverandører må ha en miljøpolicy. Videre følger vår felles innkjøpsorganisasjon i Norden (Coop Trading AS) opp sine leverandører i henhold til våre miljøkrav.

En viktig del av arbeidet med naturen og økosystemer er kartlegg-ing. Med globale og komplekse leverandørkjeder med begrenset innsyn er det en utfordring at vi ikke har god nok oversikt over den faktiske påvirkningen varene vi kjøper inn, bidrar til. I 2023 gjennomførte vi for første gang en naturrisikoanalyse, i tråd med rammeverket utviklet av Task Force on Nature-related Financial Disclosures (TNFD). Her startet vi arbeidet med å identifisere våre påvirkninger, avhengigheter og finansielle risikoer forbundet med naturen og økosystemer. Vi erkjenner at det er et omfattende arbeid å få full oversikt, og derfor er dette noe vi vil jobbe videre med. Da arbeidet fortsatt pågår ved publisering av rapporten, har vi som målsetting å inkludere redegjørelsen som en del av rappor-teringen for 2024.

Et viktig tiltak for mer bærekraftig landbruk er å øke andelen av økologisk produksjon, der det benyttes mindre sprøytemidler og gjødsel, som i mange tilfeller kan ha en negativ påvirkning på jordkvaliteten²⁹. Vi er størst på økologi av dagligvareaktørene i Norge, og vår merkevare Ånglamark har en solid posisjon i mark-edet som den største merkevaren innenfor økologisk mat. Coop Mega er også den eneste debiosertifiserte kjeden i Norge. Les mer om Ånglamark i kapittelet om bærekraftige produkter på side 111-113 i denne rapporten.

Vi prioriterer norskproduserte varer, da vi i Norge har svært god dyrehelse og friske planter. Vi bruker mindre plantevernmidler enn i mange andre land, og er et av de landene i verden som bruker minst antibiotika i matproduksjon. Vi er den største brukeren av merket «Nyt Norge» og har den laveste andelen av importert frukt og grønt i dagligvaremarkedet. «Nyt Norge»-merket gjør det enklere for kundene å velge norske produkter.

Et viktig verktøy i vårt arbeid med å redusere negativ påvirkning på naturen og økosystemer er sertifiseringsordninger. Vi har tatt i bruk sertifiseringsordningen Rainforest Alliance. Denne ordning-en har både en sosial og en miljømessig side, hvor ivaretakelse av naturen og lokale forhold står sentralt. Videre ser vi nytten av å jobbe med sertifiseringer som MSC og ASC for å stimulere til mer bærekraftig fiske og oppdrett. I faghandel jobbes det blant annet med økologisk og GOTS-sertifisert bomull i tekstilprodukter. Les mer om hvordan vi jobber med sertifiseringer, i kapittelet om

bærekraftige produkter på side 111-113 i denne rapporten.

Vi har også sluttet oss til New York-erklæringen om skog. Dette er et internasjonalt samarbeid mellom bedrifter og myndigheter som har som mål å stanse avskogingen av tropisk naturskog innen 2030³². Faghandel har også retningslinjer for å unngå bruk av tropisk tømmer i egne merkevarer og benytter blant annet bambus i kjøkkenartikler av trevirke og andre materialer for hagemøbler. Frukt og grønt er en særlig intensiv sektor der vi jobber tett med vår felles innkjøpsorganisasjon i Nordens (Coop Trading AS) avdeling i Spania for å redusere negativ påvirkning på naturen og økosystemer. Coop Trading AS har i mange år samar-beidet tett med leverandører om ulike initiativer for å blant annet redusere vannforbruket og bruken av sprøytemidler.

På alle stedene Coop Norge Industri AS har anlegg i dag, forsynes vi av vann fra offentlige vannverk. Disse har strenge krav til kvalitet og forsyning av vann og følger krav fra drikkevannsforskriften og kontrolleres av Mattilsynet. For å hindre forurensning av vann har vi renseanlegg på noen av anleggene våre. Samarbeid med kom-munene og andre næringsmiddelaktører i området er en viktig del av vårt arbeid på dette feltet, og det følges opp kontinuerlig ut fra gjeldende krav og behov. Videre gjør vi risikovurderinger med hensyn til forurensning av vann og uønskede hendelser som for eksempel utilsiktet utslipp.

For å redusere forurensing fra transport benyttes i stor grad den nyeste utslippsstandarden for lastebiler (EURO 6). Disse bilene gir svært lave utslipp av helseskadelige miljøgasser som NOx, en giftig avgass som er påvist å ha negative konsekvenser for plante-og dyreliv. Vi har også en sterk satsing på nye drivstofflinjer i vår egen transportflåte, der biogass nå utgjør rett i overkant av 28 prosent av transportflåten blant egeneide biler. Les mer om dette i kapittelet om klimaendringer på side 114-122 i denne rapporten.

Utvikling i 2023

Vi skal bidra til at naturen og økosystemer ivaretas på en bære-kraftig måte på tvers av verdikjeden. Kartleggingen av naturrisiko vi gjennomførte i 2023, viser at vår største påvirkning på naturen og økosystemer er gjennom leverandørkjedene våre, og derfor vil vi prioritere dette i vårt videre arbeid, i samarbeid med våre leverandører.

Et godt eksempel på samarbeid i 2023 er etableringen av joint venture-selskapet Himmelgrønt AS. Gjennom et partnerskap mellom Coop Norge Industri AS og det norske teknologiselskapet Avisomo satser vi på helautomatisk, vertikal dyrking av salat, for å bidra til en mer fremtidsrettet og bærekraftig matproduksjon.

^[28] WWF (2019). «Naturrisiko – tap av naturmangfold som finansiell risiko»: WWF-2019-naturrisiko-Tap-av-naturmangfold-som-finansiell-risiko.pdf

^[29] WWF (2021). «Bringing it down to earth; nature risk and agriculture»: WWF-2021-Bringing-It-Down-To-Earth-Nature-risk-and-agriculture.pdf

^[30] WWF (2021). «The high cost of cheap water: The true value of water and freshwater ecosystems to people and planet»: wwf-high-cost-of-cheap-water--final-lr-for-web-.pdf (panda.org)

^[31] Klima og miljødepartementet (2022). Tekstil. (Tekstil – regjeringen.no)

^[32] Forest Declaration Assessment (2023). New York Declaration on Forests. Hentet fra: New York Declaration on Forests – Forest Declaration

NATUR OG ØKOSYSTEM forts.

I dag importerer vi en stor andel av våre spinat- og salatvarianter. Hyppigere forekomster av tørke, flom og sandstormer i Sør-Europa gjør det stadig mer utfordrende å sikre våre kunder stabile leveranser av enkelte typer salater. Samtidig rammes også Norge stadig oftere av ekstremvær. Vi tror derfor at vertikal dyrking vil bli en større del av fremtidens matproduksjon.

Vertikalt landbruk er en kjent produksjonsteknikk, der dyrking av planter, salat og urter skjer helt naturlig, innendørs og under kontrollerte forhold. Dyrking i et lukket system gjør at forhold som lys, temperatur og vanntilførsel kan detaljstyres for å få best mulig utbytte, og resirkulering av vann reduserer vannforbruket betraktelig. Systemet gir arealeffektiv produksjon uten bruk av plantevernmidler, i tillegg til stabil tilgang til produkter året rundt. Nasjonal dyrking gir også et vesentlig lavere klimaavtrykk enn import, siden det ikke er nødvendig med transport fra Europa. Himmelgrønt vil levere norskproduserte varer med høy kvalitet året rundt.

I 2023 var vannforbruket i Coop Norge konsern på 383 454 m3. Vannforbruket i vår virksomhet er redusert med 19,61 prosent fra 2022 til 2023. Produksjonsenhetene i Coop Norge Industri AS står for 95 prosent av Coop Norge konserns vannforbruk i 2023.

Coop Trading AS, sammen med en rekke andre europeiske detalj-handels- og handelsgrupper, bestemte seg i 2023 for å støtte den første fasen av Alliance for Water Stewardship (AWS) Impact Accelerator-prosjektet i Spania³³. Prosjektet foregår i Huelva- og Doñana-regionen for å gi leverandørene og deres interessenter økt kunnskap om og en bedre forståelse av egen påvirkning på

felles vannressurser, eget vannforbruk og hvordan de kan samar-beide for å løse vanlige vannutfordringer³⁴.

Veien videre

Naturen og økosystemer er et tema som får stadig mer opp-merksomhet, særlig på grunn av den globale naturavtalen og økt reguleringsnivå i EU. Fremover vil vi fortsette arbeidet med å kartlegge påvirkningen vi har på naturen og økosystemer på tvers av verdikjeden. Basert på innsikten vi opparbeider oss, vil vi jobbe for å redusere vår negative påvirkning på naturen og økosystemer, både når det gjelder egne merkevarer og ved å stille krav til merkevareleverandører. Blant annet vil Coop Norge Industri AS sette i gang en risikovurdering av hvordan uttak og eventuelt utslipp av vann i produksjonsenhetene bidrar til påvirkning på miljøet.

I løpet av 2024 skal vi ferdigstille byggingen av Himmelgrønt-anlegget på Gardermoen og starte opp produksjonen. Innen ut-gangen av 2024 skal anlegget produsere 100 tonn salat, noe som tilsvarer rundt halvannen million 65-grams poser i året. Avhengig av erfaringene vil omfanget kunne utvides raskt. Denne dyrkings-metoden gir oss en fantastisk mulighet til raskere utvikling og testing av nye produkter og smaksvarianter.

Vi vil også fortsette vår satsing på økologisk matproduksjon og norsk og lokal mat med ambisjonen om å være den største og beste aktøren på dette i norsk dagligvare. Videre skal vi fortsette arbeidet med å øke andelen av egne merkevarer med sertifiseringsordninger som vektlegger bærekraftige produksjonsprosesser med god ivaretakelse av naturen og øko-systemer.

Natur og økosystem								
Indikator-referanse	Kategori	Enhhet	2023	2022	2021	2020	2019	Kommentar
303-5	Vannforbruk	M3	383 454	477 000	-	-	-	Omfatter Coop Norge konsern med Coop Norge SA sine lokasjoner på Grorud, CLog og Langhus samt Coop Norge Industri AS.

SIRKULÆR ØKONOMI

Problembeskrivelse

Våre produksjons- og forbruksmønstre er hoveddriveren bak natur- og klimakrisen og truer vårt eksistensgrunnlag³⁵. Den 2. august 2023 ble Earth Overshoot Day markert, der seks av ni av planetens tålegrenser allerede var overskredet for året³⁶. Ifølge WWF ligger Norge i verdenstoppen når det gjelder overforbruk, og det pekes på at vi må redusere fotavtrykket med to tredjedeler innen 2030 dersom vi skal bidra til å bevare økosystemet vi er helt avhengig av³⁷. For en mer bærekraftig ressursbruk er vi avhengig av å gå over til en sirkulær økonomi der vi forvalter naturressurser på en måte som holder produksjon og forbruk innenfor planetens tålegrenser. I dag er kun 2,4 prosent av den norske økonomien sirkulær, så det finnes et betydelig forbedringspotensial³⁸. En overgang forutsetter altså vesentlig redusert forbruk og økt bruk av resirkulerte råvarer samt at produkter utnyttes og gjenbrukes så lenge som mulig og tilrettelegges for materialgjenvinning etter endt levetid³⁹.

Vår påvirkning

Vår virksomhet bidrar til høyt ressursbruk på tvers av verdi- og leverandørkjedene vi er en del av. Vi kjøper inn betydelig med varer til både dagligvare og faghandel, og mengden ressurser og innsatsfaktorer som inngår i dette, er av et stort omfang. Vi er avhengig av naturlige og tekniske ressurser for å tilvirke produkt-ene vi selv produserer, der våre største varekategorier utover mat er elektronikk, byggevarer, tekstil og diverse husholdnings-produkter. Disse varekategoriene innebærer høyt råvareuttak og høy ressursbruk, og graden av sirkulære løsninger er lav, noe som innebærer en stor negativ påvirkning.

I matproduksjon benyttes det betydelig med naturressurser, hvor en særlig utfordring er mangelfull sirkularitet knyttet til nærings-stoffer⁴⁰. Den store mengden av matsvinn på tvers av den globale matsektoren er også en betydelig ressursutfordring. I tillegg til dette bruker vi store mengder plast og andre materialer i emballa-sjen på våre egne merkevarer og i transportvirksomheten. Les mer om temaene matsvinn og plast og emballasje på side 127-129 og 130-132 i denne rapporten.

Per i dag er det vanskelig å estimere hvor stor den negative påvirk-ningen fra oppstrømsaktiviteter er. Grunnet lange verdikjeder med mangelfull transparens og innsyn er det vanskelig å fastslå den faktiske negative påvirkningen, men dette er noe vi vil jobbe videre med å kartlegge fremover.

Coop Norge konsern genererer store avfallsmengder i egen virk-somhet, der størsteparten av dette går til materialgjenvinning.

De største avfallsmengdene er i butikkene og på lagerenhetene. I tillegg er det store avfallsmengder i leverandørkjedene, der håndteringen av avfallet kan innebære høy negativ påvirkning. Vi har også en påvirkning på kundenes avfallshåndtering, herunder bruk av produktene og tilrettelegging for effektiv resirkulering og materialgjenvinning etter bruk. Det jobbes aktivt med å forbedre og redusere mengden av emballasje, inkludert informasjon til forbrukerne om riktig avfallshåndtering gjennom kildesorterings-merker på emballasjen. For mer informasjon om avfallsrelaterte utslipp, se kapittelet om klimaendringer på side 114-122.

Vår tilnærming

For oss handler sirkulær økonomi om å redusere ressursbruken, øke graden av resirkulerte materialer, redusere mengden restavfall og sørge for god ressursutnyttelse av det avfallet vi skaper. En viktig del av vårt videre arbeid vil være å kartlegge ressursbruken som inngår i produksjonen av våre egne merkevarer. Videre må vi jobbe for at flere av produktene vi produserer og selger, enkelt kan repareres, resirkuleres og gjenvinnes. Vi vil tilpasse det videre arbeidet vårt i henhold til EUs føringer for sirkulær økonomi, der spesielt økodesignforordningen med krav til blant annet økt leve-tid på produkter vil påvirke vår produksjon av egne faghandels-produkter.

Vi vil designe produkter for en sirkulær økonomi og legge til rette for gode kundeløsninger som reparasjon, gjenbruk og utleie. Dette innebærer å finne løsninger på tvers av verdikjeden sammen med våre leverandører og samarbeidspartnere. Eksempelvis er teknolo-gien knyttet til gjenvinning av tekstilmaterialer fremdeles umoden. Økt sirkularitet i denne varegruppen vil derfor kreve endringer i både design og produksjon, samt utvikling av teknologi som gjør det mulig å gjenvinne tekstilene. I tillegg til produktutviklingen er emballasje et viktig felt å jobbe med innenfor sirkulær økonomi. For å redusere vår negative påvirkning er det satt i gang tiltak for å redusere ressursbruken og øke graden av sirkularitet på emballering av egne merkevarer. Les mer om vårt emballasje-arbeid på side 130-132 i denne rapporten.

I en sirkulær økonomi er det viktig at avfall blir sett på som en res-surs. I Coop Norge konsern har vi gjennom flere år jobbet med å re-dusere avfallet vårt, og vi samarbeider tett med Norsk Gjenvinning og Retura Norge for å øke sorteringsgraden, slik at avfallet i størst mulig grad kan nyttiggjøres etter avhending – fortrinnsvis i form av materialgjenvinning. Vi har fokus på å stadig øke sorteringsgraden og redusere andelen av avfall som går til energigjenvinning. Norsk Gjenvinning og Retura Norge har gode prosesser på plass for å håndtere og gjenvinne avfallet på en god måte i tråd med norske lovkrav og bidrar med rapportering på avfallstall og hvordan avfallet håndteres både året sett under ett og ved behov.

^[1] AWS er et globalt medlemssamarbeid som omfatter bedrifter, frivillige organisasjoner og offentlig sektor, hvor medlemmene bidrar til bærekraftig bruk av lokale vannressurser ved å ta i bruk og fremme et universelt rammeverk for bærekraftig bruk av vannressurser

^[2] Les mer om AWS på deres nettsider her: About the Alliance for Water Stewardship – Alliance for Water Stewardship (a4ws.org)

^[3] AWS (2023) Impacts. Hentet fra: Impacts – Alliance for Water Stewardship (a4ws.org)

^[4] WWF (2022). Reducing Norway’s footprint. Oslo, Norge. WWF-Reducing-Norways-Footprint.pdf

^[5] WWF (2023). Earth Overshoot Day. Hentet 31. januar 2024 fra Earth Overshoot Day – WWF https://www.wwf.no/klima-og-energi/earth-overshoot-day

^[6] WWF (2022). Norges fotavtrykk på reduseres. Sammendrag. Oslo, Norge

^[7] Circle Economy Foundation (2021). The Circular Gap Report Norway

^[8] Regjeringen (2020). Nasjonal strategi for en sirkulær økonomi. N.A. Nasjonal strategi for ein grøn, sirkulær økonomi (regjeringen.no)

^[9] Deloitte (2020). Kunnskapsgrunnlag for nasjonal strategi for en sirkulær økonomi.

Utvikling i 2023

I 2023 har vi fortsatt arbeidet med å tilpasse oss til en sirkulær økonomi, men erkjenner at vi fortsatt har et stort forbedringspotensial på dette området. Innenfor faghandel har vi foreløpig ikke gjort nok for å redusere ressursbruken og øke graden av resirkulerte materialer som inngår i produksjonen av våre egne merkevarer. Vi har heller ikke kommet langt nok i å tilrettelegge for at produktene vi produserer, kan gjenbrukes, repareres, resirkuleres og materialgjenvinnes. Vi har derfor fokus på de nye kravene til produktutforming i EU og har startet opplæring i innkjøpsfunksjonene innenfor faghandel i rapporteringsåret.

Vi har gjennom året fortsatt arbeidet med å redusere ressursbruken og øke graden av sirkularitet på emballasjen i våre egne merkevarer. Les mer om utviklingen i vårt emballasjearbeid på side 130-132.

Vi genererer store avfallsmengder, der butikker (ca. 60 prosent) og lagerenheter (ca. 30 prosent) står for den største andelen. Resterende avfall genereres fra industri og kontorbygg. I 2023 var de største fraksjonene på tvers av virksomheten papp, papir og kartong samt bioavfall og slam.

Økt sorteringsgrad er viktig for å øke graden av materialgjenvinning og er noe vi jobber med på tvers av virksomheten. I 2023 var den samlede sorteringsgraden i Coop Norge konsern 83 prosent. Spesielt gledelig er det at tre av seks lagerenheter hadde en sorteringsgrad på over 90 prosent, mens de tre resterende hadde en sorteringsgrad på over 80 prosent.

Videre har nær 100 prosent av avfallet fra vår virksomhet gått til energi- og materialgjenvinning. I 2023 har 50,8 prosent gått til materialgjenvinning, 20,7 prosent gått til energigjenvinning og 25 prosent gått til biogass. Dette er i tråd med vårt ønske om at andelen til materialgjenvinning skal øke til fordel for energigjenvinning. For mer informasjon og data om avfallsfraksjoner og håndtering av avfall, se tabellen på neste side. Tallene er gjort tilgjengelig av våre avfallsleverandører Norsk Gjenvinning og Retura Norge.

Grunnet mangel på historiske data som følge av endret omfang av rapporteringen har vi ikke tatt for oss utviklingen over flere rapporteringsår. Resultatene er ikke sammenlignbare med hva vi har rapportert tidligere år, da scopet er endret, siden vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.

I 2023 ble avtalene med Norsk Gjenvinning og Retura Norge forlenget, og det ble inngått et trepartssamarbeid mellom disse og Europress. Hensikten med dette trepartssamarbeidet er å øke fyllingsgraden i avfallsbeholdere og komprimatorer, slik at vi kan minimere transporten knyttet til avfall i Coop i Norge, noe som vil bidra til å redusere kostnadene og klimagassutslippene.

Videre har vi gjennom året fortsatt arbeidet med å bedre energigjenvinningen i bygg. Årlig fjernvarmeleveranse fra CLog er på anslagsvis 20–25 GWh, noe som gir det lokale næringslivet en effektiv og miljøvennlig oppvarmingskilde.

Veien videre

For å tilpasse virksomheten til en sirkulær økonomi skal vi fremover fortsette arbeidet for å oppnå en redusert og bærekraftig ressursbruk, utvikle produkter som kan gå i sirkel, og sørge for bærekraftig avfallshåndtering.

Vi vil tilpasse det videre arbeidet vårt i henhold til EUs føringer for sirkulær økonomi, der spesielt økodesignforordningen vil bli viktig. I faghandel vil vi jobbe videre med å kartlegge hvilke tiltak vi må gjennomføre for å tilpasse våre egne merkevarer til de nye kravene. Dette innebærer blant annet opplæring av innkjøpsfunksjonen samt å stille nye krav til både leverandørene av våre egne merkevarer og leverandører av andre merkevarer om å følge sirkulære prinsipper i henhold til ny EU-lovgivning. Systemstøtte for økt sporbarhet og digitale produktpass blir også viktig å få på plass.

Vi skal jobbe for å få bedre oversikt over ressursbruken til både drift og vareproduksjon. Videre må vi sørge for at flere av produktene vi produserer og selger, enkelt kan gjenbrukes, repareres, resirkuleres og materialgjenvinnes. I tillegg vil vi arbeide med å kartlegge våre påvirkninger i leverandørkjedene, samt stille tydelige krav om sirkularitet til merkevareleverandørene.

På tvers av Coop Norge konsern vil vi fortsette arbeidet med å redusere avfallet vi genererer, og øke sorteringsgraden ytterligere, samt sørge for at en enda høyere andel blir materialgjenvunnet. I løpet av 2024 vil vi tilby kurs om dette via vår læringsplattform Coopskolen, for å heve de ansattes kompetanse om avfallshåndtering. Vi håper og tror at dette tiltaket vil bidra til å øke sorteringsgraden og redusere mengden restavfall ytterligere.

Sirkulær økonomi										
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	Energi-gjenvinning	Deponi	Material-gjenvinning	Dyrefôr	Kom-post-ering	Biogass	Kommentar
306-3, 306-4 og 306-5										
	Bioavfall og slam	Tonn	5 108	446,4	-	2,2	573,2	4,2	4 082,0	Omfatter Coop Norge konsern. Grunnet mangel på historiske data som følge av endret omfang av rapporteringen har vi ikke med utviklingen over flere rapporteringsår. Tidligere har vi rapportert på Coop i Norge.
	EE-avfall	Tonn	70	-	-	69,7	-	-	-	
	Farlig avfall	Tonn	110	72,7	1,3	36,5	-	-	-	
	Glass	Tonn	57	-	-	56,9	-	-	-	
	Gummi	Tonn	0	-	-	0,1	-	-	-	
	Masser og uorganisk materiale	Tonn	29	-	9,6	19,4	-	-	-	
	Medisinsk avfall	Tonn	2	2,4	-	-	-	-	-	
	Metall	Tonn	155	-	-	154,9	-	-	-	
	Papir, papp og kartong	Tonn	7 096	-	-	7 095,7	-	-	-	
	Plast	Tonn	859	-	-	859,0	-	-	-	
	Tekstiler	Tonn	2 853	2 853,5	-	-	-	-	-	
	Total	Tonn	16 340	3 375,0	10,9	8 294,5	573,2	4,2	4 082,0	
Egdefinert	Sorteringsgrad	Prosent	83 %							
	Prosentvis fordeling	Prosent	100 %	20,7 %	0,1 %	50,8	3,5 %	0,0 %	25,0 %	
	Summen av ikke-farlig avfall	Tonn	16 223	3 300	5	8 258	573	4	4 082	
	Prosentandel av ikke-farlig avfall	Prosent	99,3 %	-	-	-	-	-	-	
	Summen av farlig avfall	Tonn	117	75	6	36	-	-	-	
	Prosentandel av farlig avfall	Prosent	0,7 %	-	-	-	-	-	-	

MATSVINN

Problembeskrivelse

En av de største miljøutfordringene i den globale matbransjen er de store mengdene matsvinn. FN har estimert at en tredjedel av all mat som produseres globalt, ender opp som matsvinn, og nær 10 prosent av de globale menneskeskapte utslippene er knyttet til matsvinn⁴¹. Ifølge en rapport fra Matvett, mat- og serveringsbransjens felles selskap for å forebygge og redusere matsvinn, har dagligvarebransjen redusert sitt matsvinn med 19 prosent mellom 2015 og 2021⁴². Tiltak som bidrar til å redusere matsvinn ytterligere, står likevel svært høyt på agendaen til dagligvarebransjen, og gjennom bransjeavtalen for matsvinn, signert i 2017, skal vi redusere matsvinnet med 50 prosent innen 2030. I januar 2024 la det regjeringsoppnevnte Matsvinnutvalget, hvor Coop Norge SA var representert, frem en rapport med 33 forslag til tiltak og virkemidler for å nå Norges mål om halvering av matsvinnet innen

2030⁴³. Et av hovedgrepene som foreslås for dagligvarebransjen i rapporten, er innføring av et aktsomhetskrav som vil fordre at virksomheter gjør risikovurderinger og iverksetter skreddersydde tiltak for å unngå matsvinn i egen virksomhet og på tvers av verdikjeden, inkludert rettet mot forbrukerne. Videre foreslår utvalget også andre regulatoriske grep for dagligvarebransjen, som plikt til å donere og krav om å nedprise overskuddsmat i butikkene.

Vår påvirkning

Som Norges nest største dagligvareaktør er vi en del av både utfordringen og løsningen når det gjelder matsvinnet i Norge. Det antas å være betydelig matsvinn i våre leverandørkjeder, blant annet i råvareleddet. Hvor stor denne påvirkningen er, er vanskelig for oss å estimere per nå da vi ikke har nok innsikt i hvor stort matsvinn det er i oppstrømsaktiviteter. Fremover vil vi jobbe med å se på hvordan vi kan få mer innsikt i dette og andre påvirkninger i leverandørkjedene.

⁴¹ Bransjeavtalen om reduksjon av matsvinn: Hovedrapport 2020 (Regjeringen.no)

⁴² OR.02.23-Kartleggingsrapport-for-matbransjen-og-forbrukerleddet.pdf (matvett.no)

⁴³ Matsvinnutvalget (2023). Matsvinnutvalgets rapport 2023 – Anbefalinger til helhetlige tiltak og virkemidler.

MATSVINN forts.

I egen virksomhet har vi matsvinn i butikk, på lager og i industri-bedriftene. Matsvinnet inkluderer både spisbar mat og ikke-spis-bar mat som går til dyrefôr eller ender opp som avfall. I virksom-heten er svinnet størst i dagligvarebutikkene. Kildene til dette svinnet er i hovedsak redusert varekvalitet, passert utløpsdato eller tilbaketrekkinger grunnet produktfeil. Kategoriene frukt og grønt og brødvarer står for nærmere 80 prosent av matsvinnet, og videre tiltak for å redusere matsvinnet i disse varekategoriene vil være avgjørende for å redusere matsvinnet i tråd med målet i bransjeavtalen.

Husholdningene står for over 60 prosent av det totale mat-svinnet i Norge og er dermed den største kilden til matsvinn⁴⁴. Vi har mulighet til å påvirke dette matsvinnet, men også her er det vanskelig for oss å estimere matsvinnet vi indirekte er en del av. Dette er likevel et ansvar vi er opptatt av å ta, og vi vil fortsette arbeidet med å tilrettelegge for redusert matsvinn blant våre kunder fremover.

Vår tilnærming

Innen 2025 skal vi i Coop i Norge redusere matsvinnet i butikk og på lager med 30 prosent (basisår 2019). Vi jobber for å redusere matsvinnet gjennom en helhetlig tilnærming på tvers av hele verdikjeden, med særlig fokus på butikk, sortiment og logistikk. Gjennom både økt og forbedret automatisk varebestilling, gode rutiner for rullering, varehåndtering og emballasjearbeid skal vi håndtere varene på en god måte, slik at de ikke ender opp som matsvinn. Coop Norge konsern har gjennom mange år jobbet aktivt med å redusere matsvinnet i egen virksomhet. Da den største andelen av svinnet i Coop i Norge oppstår i butikk, er vi opptatt av å tilrettelegge for og gjennomføre tiltak som bidrar til at matsvinnet i denne delen av virksomheten reduseres. Vi jobber blant annet med å redusere varenes liggetid på lager (spesielt frukt og grønt) for å sørge for at varene som ankommer butikk, har god holdbarhet. Videre jobber vi kontinuerlig med å optimali-sere sortiment og bestillingsløsningene våre for å tilrettelegge for at butikkene har riktig mengde varer til riktig tid. Dette er det aller viktigste tiltaket for å redusere matsvinnet, og her må det balanseres mellom kundenes forventninger om et godt vareutvalg til enhver tid og målet om redusert matsvinn.

Videre bidrar tiltak for å optimalisere sortimentet og riktig inn- og utfasing av sesongvarer til redusert matsvinn. I tillegg samarbeid-er vi tett med leverandørene våre for å forlenge holdbarheten på varer som ferskt kjøtt og meieri.

Vi jobber også med å videreutvikle nedprisings- og donasjons-løsninger for overskuddsmat. Nedprising av varer er virkningsfullt og godt likt av kundene. I tillegg til egne nedprisingsløsninger som «Matredder’n» benytter vi oss av blant annet av Too Good To Go, der kunder kan kjøpe forundringsposer med overskuddsmat til rundt en tredjedel av opprinnelig pris.

Coop Norge konsern jobber i tråd med Matvetts ressurspyramide og har også tiltak på plass for å donere overskuddsmat til blant annet Matsentralen, som distribuerer maten videre til veldedige organisasjoner. Noe av matsvinnet blir også solgt og gjort om til dyrefôr. Videre skal vi sikre en bærekraftig og god ressursutnytt-else, som eksempelvis produksjon av biogass, når maten ender opp som avfall. Coop Norge Industri AS selger nesten alt mats-vinnet som oppstår, til produsenter av dyrefôr, noe som er en god løsning sett i forhold til ressurspyramiden. Videre jobber vi for å tilrettelegge for redusert matsvinn i husholdningene gjennom blant annet optimalisering av emballasje og pakningsstørrelse, holdbarhetsmerking og bedre kvalitet.

Utvikling i 2023

Vi jobber hardt for å redusere matsvinn på tvers av egen virksom-het og verdikjeden for øvrig. I 2023 har vi bygget videre på det gode arbeidet som er gjort gjennom flere år, og matsvinnet i Coop Norge konsern er redusert med 42 prosent⁴⁵ sammenlignet med basisåret 2019. Coop Norge konsern har donert rett i overkant av 900 tonn mat fra våre lagerenheter og bakerier til Matsentralen.

Det er gjennomført mange tiltak i butikk for å redusere mat-svinnet, med et særskilt fokus på gode rutiner for varerullering, varehåndtering og datokontroll av varene. Videre har nedprisings-løsninger bidratt til å redusere matsvinnet. Vi har videreutviklet samarbeidet med Too Good To og, og mange kunder benytter seg av muligheten til å redde overskuddsmat til en rimelig pris. Vi har også solgt mye mat som kunne ha endt opp som matsvinn, til redusert pris gjennom nedprisingskonseptet Matredder’n.

Veien videre

Vi jobber for å redusere matsvinnet i Coop i Norge med 50 prosent innen 2030. For å nå dette målet vil Coop Norge konsern fortsette å jobbe med de tiltakene som har vist seg mest effektive, med særlig fokus på sortiment, logistikk og butikk. I 2024 utvider vi med et nytt nedprisingskonsept, «Best før 70 prosent», der vi vil selge varer som har passert best før-datoen med 70 prosent rabatt. Videre følger vi spent med på hvordan myndighetene vil følge opp Matsvinnutvalgets rapport, og vil tilpasse det videre arbeidet vårt for å redusere matsvinnet i henhold til eventuelle anbefalinger og krav fra myndighetene.

⁴⁴ Matsvinnutvalget (2023). Matsvinnutvalgets rapport 2023 – Anbefalinger til helhetlige tiltak og virkemidler.

⁴⁵ Inkludert butikker i Norsk Butikkdrift AS og Coop Norge konsern sine lagerenheter.

Matsvinn									
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	Mål 2025	2023	2023	2021	2020	Basisår 2019	Kommentar
Matsvinn									
Egendefinert	Matsvinn i butikk	Tonn	-	2 271	2 794	3 232	3 170	3 310	Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS. Målemetode: Antall tonn mat svinnet. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
Egendefinert	Reduksjon av matsvinn i butikk	Utvikling fra 2019 i prosent	-	-31 %	-16 %	-2 %	-4 %	-	Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS. Målemetode: Endring i antall tonn mat svinnet. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
Egendefinert	Matsvinn på lager	Tonn	-	2 231	3 481	2 737	-	4 469	Omfatter lagerenhetene i Coop Norge SA. Målemetode: Antall tonn mat svinnet. Basisår 2019.
Egendefinert	Reduksjon av matsvinn på lager	Utvikling fra 2019 i prosent	-	-50 %	-22 %	-39 %	-	-	Omfatter lagerenhetene i Coop Norge SA. Målemetode: Endring i antall tonn mat svinnet. Basisår 2019.
Egendefinert	Matsvinn i butikk og på lager	Tonn	-	4 502	6 275	5 969	-	7 780	Omfatter Norsk Butikkdrift AS og lager-enhetene i Coop Norge SA. Målemetode: Antall tonn mat svinnet. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
Egendefinert	Reduksjon av matsvinn i butikk og på lager	Utvikling fra 2019 i prosent	30 %	-42 %	-19 %	-23 %	-	-	Omfatter Norsk Butikkdrift AS og lager-enhetene i Coop Norge SA. Målemetode: Endring i antall tonn mat svinnet. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
Egendefinert	Produksjonssvinn i industri	Tonn	-	9 348	10 177	-	-	-	Omfatter følgende datterselskaper i Coop Norge Industri AS: Goman Hønefoss, Goman Østfold, Goman Jæren, Goman Vest, Ferskvarehuset AS, A/S Røra Fabrikker og Totenpoteter AS. Målemetode: Antall tonn mat svinnet i produksjon.
Forebygging av matsvinn									
Egendefinert	Nedprising (mat solgt)	Prosent	-	1,84 %	1,85 %	1,64 %	1,51 %	1,66 %	Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS. Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
Egendefinert	Veldedighet (mat donert)	Tonn	-	900,8	1 065,6	-	-	-	Mat donert til Matsentralen fra Coop Norge SA sine lagerenheter og Goman-bakerier. Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.
Håndtering av matsvinn									
Egendefinert	Matavfall til dyrefôr eller annen produksjon	Tonn	-	9 071	10 177	-	-	-	Omfatter følgende datterselskaper i Coop Norge Industri AS: Goman Hønefoss, Goman Østfold, Goman Jæren, Goman Vest, Ferskvarehuset AS, A/S Røra Fabrikker og Totenpoteter AS.

PLAST OG EMBALLASJE

Problembeskrivelse

God emballasje er viktig for å sikre varetrygghet, holdbarhet og håndtering av produktene gjennom verdikjeden. For matvarer benyttes særlig plastemballasje da det er et effektivt materiale for å sikre at disse hensynene ivaretas på en god måte, og dermed reduserer risikoen for matsvinn. Videre er plast et lett materiale som sikrer mer effektiv transport og håndtering på tvers av verdikjeden. Til tross for fordelene med emballasje står utfordringen med unødvendig emballasjebruk fremdeles sentralt. I tillegg er det en utfordring med plastforsøpling som ikke brytes ned dersom emballasjen havner på avveie i naturen⁴⁶.

Vår påvirkning

Bruk av plast og emballasje i egen virksomhet er hovedsakelig knyttet til emballering av egne merkevarer og pakking og sikring av varer i transportvirksomheten. Produksjon av plast og emballasje krever store mengder råvarer og energi, samt kjemikalier, som kan være skadelige for både mennesker og miljøet⁴⁷. Emballasjebruken innebærer derfor en negativ påvirkning, og den samme påvirkningen finner vi i leverandørkjedene for produkter fra merkevareleverandører.

På tross av at bruken av plast og emballasje har noen klare fordeler, spesielt i matbransjen, bidrar det også til betydelig mengder avfall i husholdningene. Denne påvirkningen er spesielt utfordrende dersom husholdningene ikke kildesorterer riktig, eller hvis emballasjen ikke er tilrettelagt for materialgjenvinning. I verste fall kan emballasje som ikke håndteres riktig, ende opp i naturen. I tillegg kan mikroplast ende opp i vannkilder og jordsmonn, som videre kan forurense mat- og vannkilder og økosystemer⁴⁷. Dette kan innebære betydelig negative miljøpåvirkninger.

Vår største mulighet for positiv påvirkning er å optimalisere bruken av emballasje på våre egne merkevarer. Dette innebærer å kutte materialbruk der vi kan, øke graden av gjenvunnede materialer og sørge for at emballasjen kan gå til materialgjenvinning etter at den er kildesortert av våre kunder og samlet inn. I vår virksomhet er derfor emballasjearbeidet konsentrert rundt forbedringer av emballasjen vi selv sender ut på markedet. I tillegg påvirker vi i en positiv retning gjennom dialog og ved å stille krav til merkevareleverandørene.

Vår tilnærming

Vårt emballasjearbeid følger føringer og lovkrav i både Norge og EU. Vi har et ansvar for å minimere vår miljøpåvirkning og oppfylle kundenes og myndighetenes forventninger. Vi ønsker derfor å være en ledende aktør i bransjen og en pådriver for bærekraftig emballasje. Ved å slutte oss til Grønt Punkts «Plastløftet» har vi forpliktet oss til å jobbe for en mer sirkulær plastøkonomi.

For å bli en ledende aktør innen bærekraftig emballasje utviklet og forankret vi i 2023 en ny emballasjepolicy som gir sentrale føringer for vårt arbeid med emballasje på tvers av virksomheten og vår verdikjede.

- Vi skal redusere emballasjemengdene våre.
- Vi skal benytte resirkulerte materialer.
- Vi skal benytte fornybare materialer.
- Vi skal benytte emballasje som kan materialgjenvinnes.
- Vi skal øke fyllingsgraden for alle deler av emballasjesystemet.
- Vi skal ha emballasje som fungerer effektivt i hele verdikjeden.

Vi skal også ha design for kildesortering og sette på avfallsmerkene på vår emballasje i henhold til nasjonal veileder fra Grønt Punkt Norge. Følgende er også føringer for vår bruk av emballasje og plast spesielt:

- Vi skal hjelpe kundene våre til bedre kildesortering – og dermed høyere materialgjenvinning.
- Vi skal redusere plastmengdene og kun benytte så mye som nødvendig, men så lite som mulig.
- Vi skal finne alternativer til plastemballasje for de produktene hvor emballasjen lett havner i naturen.

Som en stor dagligvareaktør er det helt avgjørende at emballasjens viktigste oppgave blir godt ivaretatt, nemlig å sikre trygg mat med god holdbarhet i hele verdikjeden fra produksjon til forbruker. Derfor designes alle våre emballasjeløsninger med utgangspunkt i dette formålet, og emballasjen tilpasses behovet til hvert enkelt produkt.

Føringene vi har lagt for emballasjefeltet, er gjort kjent for alle ansatte som jobber med emballasje til våre produkter, og det gjennomføres jevnlig opplæring på dette.

Plastbæreposer

Bruk av plastposer er et viktig tema for oss, og vi skal tilby kundene bæreposer som er i tråd med vår emballasjepolicy. Som medlem i Handelens Miljøfond går 2 kroner per solgte pose i våre butikker til tiltak som reduserer plastforsøpling, øker plastgjenvinning og reduserer forbruket av plastbæreposer. Handelens Miljøfond er Norges viktigste grep for å oppfylle EUs plastbæreposedirektiv og landets største private miljøfond. Som stifter og medlem følger vi opp målsettingene fra fondet. EU har besluttet et bindende mål for plastposeforbruket på maksimalt 40 plastposer per innbygger per år innen 2025. Dette målet innebærer en betydelig reduksjon av forbruket i Norge og vil måtte medføre vesentlige endringer i kundenes handleatferd. Gjennom satsing på gjenbruksnett og medlemsbonus ved bruk av nettene i butikk har vi i Coop i Norge redusert salget av plastposer betraktelig. Hver gang et handlenett blir skannet i butikk, får kunden 1 krone i gjenbruksbonus i stedet for å måtte betale for plastbæreposene.

Utvikling i 2023

Arbeid med plast og emballasje har vært et fokusområde for oss gjennom flere år. I 2023 har vi forsterket dette arbeidet med en ny emballasjepolicy som stiller tydelige krav til emballasjeløsninger for egne merkevarer og bidrar til å redusere negativ påvirkning i verdikjeden.

I rapporteringsåret har vi hatt fokus på å fortsette å øke kunnskapsnivået om emballasjekrav for alle i virksomheten som forholder seg til emballasjeutfordringer.

Vi har i dag mangelfulle målinger på emballasjearbeidet. Siden vi ikke har en totaloversikt over emballasjebruken, har vi de siste årene målt våre forbedringer ved å tydeliggjøre gode tiltak for et utvalg av våre egne merkevarer. Dette rapporteres årlig til Plastløftet, men vi har i tillegg gjort forbedringsarbeid som ikke kommer frem i denne oversikten. Fremover vil vi jobbe for å få bedre oversikt og målinger.

Vi har i 2023 rapportert 37 nye emballasjeforbedringstiltak, hvor vi totalt har redusert bruken av plast med 114 tonn, økt bruken av resirkulert plast med 93 tonn og gjort om 83 tonn emballasje til gjenvinnbare materialer. Videre har vi også jobbet tett på tvers av verdikjeden for å sikre effektive emballasjeløsninger som fungerer godt i butikk, på lager og i transportleddet. I 2023 har blant annet søtmelk fra Q-Meieriene gått fra melkebur til kartongemballasje, noe som har ført til økt fyllingsgrad og en stor reduksjon av behovet for transport.

I 2023 har vi blant annet gjort følgende forbedringer på egne merkevarer:

- Xtra og Coop påleggssalater har fått et firkantet beger for bedre fyllingsgrad, og det benyttes mindre plast og en høy andel av resirkulerte materialer.
- Xtra syltetøy har fått et firkantet beger for økt fyllingsgrad, og det benyttes mindre plast.
- Coop kaffe har fått emballasje i monoplast og er dermed materialgjenvinnbar.
- Änglamark pastaserie har fått papiremballasje.
- Coop hverdagstomater er ett nytt produkt som erstatter et produkt med betraktelig mer plastemballasje. Emballasjen er dessuten av resirkulert plast.
- På Änglamark rotgrønnsaker og Coop gulrot har vi fjernet dobbeltemballering.
- Smak stenfrukter har fått et pappbeger til fordel for plast.
- Coops egne merkevarer på friske importerte bær har fått emballasje med mindre plast, og det benyttes en høy andel av resirkulerte materialer.

I august 2023 økte kontingenten til Handelens Miljøfond fra 1 til 2 kroner, noe som førte til en økning i prisen fra 3,25 kroner til 4,25 kroner per plastbærepose i våre butikker. Denne prisøkningen har ført til en stor nedgang i antall plastbæreposer vi har kjøpt inn, og antall plastbæreposer som er blitt solgt, og vi har dermed tatt et stort steg i retning av målet om 40 poser per innbygger i 2025. I 2023 ble det i Coop Norge konsern solgt 16,3 millioner plastposer, en reduksjon på 17 prosent fra 2022.

Videre har vi på tvers av virksomheten innført 9 000 handlekurver av sertifisert havplast. Vi vil fortsette å fase inn flere slike kurver etter hvert som butikkene trenger nye, og jobber med å få på plass sirkulær materialbruk ved innkjøp av nye handlevogner og annen plastbruk i butikk.

Veien videre

Vi jobber kontinuerlig med å optimalisere emballasjebruken på tvers av virksomheten. Dette innebærer at vi skal fjerne unødvendig emballasje, øke andelen av resirkulerte materialer samt sørge for at emballasjen enkelt kan kildesorteres og deretter materialgjenvinnes. I 2024 vil vi fortsette arbeidet med å utvikle sirkulære emballasjeløsninger og oppnå økt emballasjeeffektivisering gjennom hele verdikjeden. I 2024 innføres trolig EUs forordning om emballasje og emballasjeavfall (Packaging and Packaging Waste Regulation), slik at den blir gjeldende i det norske lovverket. Vi vil da tilpasse vårt emballasjearbeid i henhold til disse nye lovkravene.

Videre skal vi forsterke arbeidet for redusert bruk av plastbæreposer gjennom blant annet økt bruk av gjenbruksnett og informasjonstiltak, både på egen hånd og i samarbeid med Handelens Miljøfond, slik at vi i fellesskap når EUs bindende målsetting om redusert bruk av plastbæreposer.

^[1] WWF (2021). Bringing it down to earth: Nature risk and agriculture

^[2] Naturvernforbundet (2023). Fakta om plast.

^[3] Hentet fra: Fakta om plast – Naturvernforbundet

Plast og emballasje								
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021	2020	2019	Kommentar
Egendefinert	Redusert bruk av plast	Tonn	114	109	268	185	-	Omfatter Coop Norge konsern. Gjelder egne merkevarer og et utvalg av produkter som er rapportert inn til Plastløftet.
Egendefinert	Økt bruk av resirkulert plast	Tonn	93	34	700	547	-	Omfatter Coop Norge konsern. Gjelder egne merkevarer og et utvalg av produkter som er rapportert inn til Plastløftet.
Egendefinert	Emballasje gjort materialgjenvinnbar	Tonn	83	33	145	651	-	Omfatter Coop Norge konsern. Gjelder egne merkevarer og et utvalg av produkter som er rapportert inn til Plastløftet.
Egendefinert	Bruk av biobasert plast	Tonn	0	0	0	39	-	Omfatter Coop Norge konsern. Gjelder egne merkevarer og et utvalg av produkter som er rapportert inn til Plastløftet.
Egendefinert	Antall solgte plastbæreposer	Antall (millioner)	16,33	19,72	23,23	22,07	20,64	Omfatter Norsk Butikkdrift AS. Historiske tall er endret iht. nytt scope, da vi tidligere år har rapportert på Coop i Norge.

ET ANSVARLIG COOP



Et av våre fokusområder under «Et bærekraftig Coop» er vår rolle som en ansvarlig samfunnsaktør. Vi har et ansvar for å utvise aktsomhet og fremme ansvarlig forretningspraksis på tvers av hele vår virksomhet og verdikjede. For oss innebærer dette ansvarlighet og etikk på tvers av verdikjeden, arbeid med menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i leverandørkjedene, arbeid for å sikre trygge varer for kunden og tiltak knyttet til dyrevelferd. Videre skal vi gjennom samarbeid med myndigheter og organisasjoner bidra til positiv utvikling i samfunnet, og gjennom samfunnsnyttig sponsorarbeid skal vi bidra til å redusere globale utfordringer samt styrke mangfoldet og sørge for like muligheter.

Innhold:

- Ansvarlighet og etikk
- Menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold
- Trygg vare

ANSVARLIGHET OG ETIKK

Problembeskrivelse

De globale verdikjedene vi er en del av, bringer med seg forhold som utfordrer høy ansvarlighet og etikk. Dette kan dreie seg om miljømessige og sosiale forhold, eksempelvis menneskerettigheter, dyrevelferd og miljøødeleggelser, varslingsforhold eller korrupsjon.

Vår påvirkning

Vår virksomhet er i en særstilling i norsk næringsliv. Gjennom våre samvirkelag er vi eid av folket, og det forplikter. Helt siden samvirkelagets opprinnelse har vi hatt som målsetting å løse store samfunnsproblemer i fellesskap, noe vi fortsatt gjør i samarbeid med – og på vegne av – over 2,1 millioner medlemmer i samvirkelagene.

Utfordringer knyttet til ansvarlighet og etikk inkluderer blant annet oppfølging av sosiale- og miljømessige forhold i verdikjedene. Dette inkluderer dyrevelferd der det kan være potensielt negative påvirkninger på dette gjennom verdikjeden. Videre er korrupsjon et tema som kan gjøre seg gjeldende i globale verdikjeder. I tillegg er det viktig for oss å ivareta personvernet for å unngå negativ påvirkning, spesielt knyttet til personopplysninger om medlemmer i samvirkelagene, ansatte og leverandører og samarbeidspartnere.

Vår tilnærming

Som en av landets største innkjøpere har vi et betydelig ansvar for og mulighet til å påvirke at varer og tjenester blir produsert på en ansvarlig måte i våre leverandørkjeder. I samarbeid med leverandører og samarbeidspartnere skal vi bidra til ansvarlighet og etisk forretningsdrift. Vi skal alltid tilfredsstille gjeldende lovkrav knyttet til åpenhet, innsikt og oppfølging i egen virksomhet og i leverandørkjedene.

Åpenhet om arbeidsforhold, miljøpåvirkning og dyrevelferd er avgjørende for vår troverdighet, samtidig som det er nødvendig for våre risikovurderinger. Derfor stiller vi krav til våre leverandører basert på internasjonale konvensjoner, anbefalinger og etiske retningslinjer. Vi har også etablert gode rutiner for å ivareta etterlevelse av lover og reguleringer innenfor personvern, antikorrupsjon og dyrevelferd.

Sentralt i arbeidet med å være en ansvarlig samfunnsaktør er bred myndighetskontakt og deltakelse i organisasjoner der vi sammen kan påvirke arbeidet med relevante utfordringer i en positiv retning. Vårt arbeid med sponsorater bidrar også til positivt på flere samfunnsområder.

Myndighetskontakt

Som en betydelig næringsaktør er myndighetskontakt en viktig del av vårt arbeid. Som dagligvareaktør har vi et stort ansvar for matvareberedskapen i Norge, og vi har jevnlig kontakt med myndigheter, både av formell og uformell karakter. Vi ønsker å levere på de forventningene myndighetene har til norsk næringsliv, og opplever at vi har en viktig rolle i politikktutformingen i vår bransje.

Det finnes en rekke forpliktelser og forventninger knyttet til næringslivets arbeid med bærekraft. I tillegg til formelle lover og krav har vi bransjeavtaler, og vi deltar også i ulike organisasjoner som regulerer flere bærekraftstemaer. Vi har dessuten utstrakt kontakt med flere interesse- og miljøorganisasjoner og søker deres råd både når det gjelder utvikling av strategier og i konkrete saker.

Noen av våre viktigste samarbeidspartnere:
Bransjesamarbeid: - Matvett - Virke - Dagligvarehandelens Miljøforum - Handelens Miljøfond - Grønt Punkt Norge - Stiftelsen Norsk Mat - Merkur-programmet - STAND – Standardiseringsutvalget for norsk dagligvarebransje - Matbransjens faglige utvalg (MFU) - Rådet for matvareberedskap - Tradesolution - Infinitum
Organisasjoner: - Etisk handel Norge - GMO-nettverket - Debio

Internasjonalt samarbeid:
- International Co-operative Alliance (ICA) - Euro Coop

Personvern

Coop Norge konsern behandler personopplysningene til medlemmer, kunder og ansatte i samsvar med norsk lov og grunnleggende personvern hensyn, det vil si behovet for personlig integritet, privatlivets fred og tilstrekkelig kvalitet på de lagrede personopplysningene. Vår personvernerklæring er utarbeidet i tråd med personvernforordningen (GDPR) og er tilgjengelig på coop.no.

Vår tilnærming er at vi alltid skal respektere den enkeltes krav til vern av sine data og være åpne om behandlingen av personopplysninger. Det arbeides aktivt med at ikke opplysningene brukes til andre formål enn det de er innhentet for, og vi behandler ikke flere personopplysninger enn det som er nødvendig i forhold til formålet med behandlingen.

De mest nødvendige behandlingene av personopplysninger om medlemmene er når det kreves å beregne kjøpeutbytte, medlemsbonus og rabatter og for å administrere medlemskontoene. Forutsatt at medlemmene har samtykket, registrerer vi medlemmenes kjøpsatferd ned på produktnivå for å kunne tilpasse kuponger, medlemstilbud og tjenester for de som har gitt slikt samtykke. Det er enkelt for medlemmene å trekke tilbake samtykket og reservere seg digitalt på sin personlige side. Personopplysningene blir ikke lagret lenger enn nødvendig, og det er

enkelt for både ansatte og medlemmer å be om innsyn i registrerte personopplysninger.

Antikorrupsjon

Coop Norge konsern har nulltoleranse for korrupsjon både i egen virksomhet og i leverandørkjedene. Våre etiske retningslinjer forbyr alle former for korrupsjon og bestikkelser, både direkte og indirekte. Det arbeides systematisk med antikorrupsjon gjennom finansielle internkontrollrutiner, der det beskrives at ledere og ansatte har ansvar for internkontroll – inklusive med hensyn til økonomiske uregelmessigheter. Videre sier vår gavepolicy at ingen ansatte kan motta gaver i forbindelse med sitt arbeid.

Overfor leverandører er antikorrupsjon og våre forventninger beskrevet i de etiske retningslinjene som alle leverandører, og deres underleverandører, må forplikte seg til å følge. Disse inngår som vedlegg til avtalene vi inngår med våre leverandører. De etiske retningslinjene er også tilgjengelige på coop.no. Videre gjennomføres det risikovurderinger og oppfølging relatert til korrupsjon i leverandørkjedene som en del av vårt arbeid med aktsomhetsvurderinger for menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Det er en erkjennelse at det foreligger risiko for korrupsjon og bestikkelser i deler av den globale matsektoren. Særlig gjelder dette råvareleddet, produksjon og transportleddet, og risikoen er størst i verdensdeler som Asia, Afrika, Sør-Amerika og deler av Europa.

Dyrevelferd

God dyrevelferd er en forutsetning for å kunne levere varer produsert på en ansvarlig og etisk måte. Det nordiske arbeidet med dyrevelferd er organisert i en arbeidsgruppe med representanter fra Coop i Sverige, Finland, Danmark og Norge, samt fra vår felles innkjøpsorganisasjon i Norden (Coop Trading AS). I utviklingen av både policy og dyrevelferdskrav innhentes det informasjon og kunnskap fra ledende miljøer i hele Norden. I tillegg har vi god dialog med samarbeidspartnere, leverandører og organisasjoner.

Dyrevelferdskravene inngår som en del av leverandørkontrakten for alle våre leverandører. Kravene vurderes og revideres jevnlig, og status for leverandørene kartlegges med tanke på endringer. Vi har generelle krav som gjelder for alle leverandører vi samarbeider med, og i tillegg har vi spesifikke krav til dyrevelferd knyttet til enkelte dyreslag.

I arbeidet med dyrevelferd er tett samarbeid med leverandørene avgjørende. Vi har derfor jevnlige møter med leverandørene, hvor vi gjennomgår status for den aktuelle produksjonen, diskuterer spesifikke temaer og vurderer ulike utviklingstiltak. Vi holder oss også oppdatert på myndighetskrav og ulike tiltak i bransjen.

Samfunnsbidrag

For Coop i Norge er bidrag til samfunnsformål en viktig del av vår rolle som en ansvarlig og etisk samfunnsaktør. 2023 har vært et år påvirket av store verdensendringer. Vi legger vekt på å støtte utsatte barn og unge, bidra til viktige samfunnsmessige formål og hjelpe mennesker i nød når kriser oppstår.

Coop i Norge heier på alle og ønsker å gå fremst i kampen for like muligheter i idretten. Sammen med flere av idrettens særforbund

har vi vært initiativtaker til verdiprosjektet «Like muligheter». Gjennom økonomisk støtte og konkrete mål jobber vi sammen med partnere, utøvere og særforbund for å sikre at kvinner får like gode rammebetingelser i idretten som menn.

Coop i Norge er også en av landets største støttespillere for barne- og breddeidretten. Coop-dugnaden, en støtteordning i samarbeid med Røde Kors, hjelper utsatte familier slik at barna får delta på fritidsaktiviteter. Siden vi startet samarbeidet i 2018, har Coop-dugnaden hjulpet nærmere 8 000 barn over hele landet. I tillegg til dette støtter vi lokale klubber med drakter gjennom den populære Draktkampanjen.

Som hovedpartner for Røde Kors bidrar Coop i Norge med midler til Røde Kors sitt humanitære arbeid over hele verden, ikke bare gjennom hovedpartneravtalen, men også gjennom bidrag fra kunder via donasjoner på panteautomatene. Ved store kriser gjør vi det i tillegg mulig for kundene å bidra ekstra gjennom en donasjonsknapp i kassen og i Coops medlemsapp.

Coop i Norge er og har vært stolt hovedpartner for Kreftforeningen gjennom flere år. Siden vi startet samarbeidet i 2006, har vi bidratt med over 74 millioner kroner til kreftsaken, noe som gjør oss til en viktig bidragsyter i kampen mot kreft. Et av krefftdforeningens prosjekter som vi støtter, er Rosa sløyfe-aksjonen. Gjennom salg av blant annet frukt og grønt, vaske- og hygieneprodukter, et spesialdesignet handlenett og Kreftforeningens egne varer går en del av omsetningen til aksjonen. Midlene går til forskning på brystkreft, slik at flere kan overleve og få best mulig livskvalitet etter behandlingen.

Via pantedonasjonene i butikkene støtter Coop Solidaritetsfond solidaritetsarbeid og kooperative tiltak i utviklingsland og i Norge. Coop Solidaritetsfond har i samarbeid med Norges Vel støttet 3 000 risbønder i Tanzania i overgangen til et mer bærekraftig landbruk. I tillegg har Solidaritetsfondet støttet følgende prosjekter i regi av Norsk Folkehjelp i 2023: Minehundsenteret GTC i Sarajevo, utviklings- og sivilsamfunnsprosjekter i Bolivia, Mosambik og Kambodsja samt Conflict Preparedness and Protection (CPP) i Ukraina, hvor støtten har gått til mineryddings- og beskyttelsesprogrammer for å beskytte sivile mot eksplosive våpen. Fondet har også gitt støtte til livsopphold, klær og husly til jordskjelvofrene i Syria.

Utvikling i 2023

I lys av verdenssituasjonen har vi det siste året jobbet mye med matsikkerhet og beredskap, og vi ser at dette har blitt et stadig viktigere og mer aktuelt tema for oss. I 2023 har den pågående krigen i Ukraina fortsatt å by på utfordringer knyttet til leveranse-sikkerhet og prisøkninger. Videre har krigen i Gaza ført til etiske utfordringer vi som virksomhet har måtte håndtere. Vi har gjennom året hatt jevn dialog med myndighetene om matsikkerhetsspørsmål. Økte levekostnader fortsatte å sette sitt preg på samfunnet her hjemme. I 2023 hadde Coop-dugnaden rekordstor pågang, og flere familier enn noen gang har etterspurt hjelp dette året. Sammen med utvalgte leverandører og ved å øke vårt eget bidrag klarte vi å hjelpe alle barna som oppfylte kriteriene om støtte, slik at de fikk starte på, eller kunne fortsette med, fritidsaktiviteter.

Totalt fikk 3 335 barn bistand.

I 2023 satte vi også nok en gang ny rekord for donasjonen til Rosa sløyfe-aksjonen. Totalt endte donasjonen på rekordhøye 13,2 millioner kroner. I 2023 benyttet vi også donasjonsknappen i butikk for å støtte Røde Kors sitt arbeid ved to anledninger. Den første gangen var i forbindelse med jordskjelvene i Syria og Tyrkia i februar. Innsamlingen ga nesten 300 000 kroner i donasjon til Røde Kors sitt nødhjelpsarbeid i forbindelse med katastrofen.

Den andre gangen donasjonsknappen ble benyttet, var i forbindelse med krigen mellom Israel og Hamas, som brøt ut i Gaza i oktober. Som politisk uavhengig har Røde Kors frivillige i begge landene, og bistanden deles ut der behovet er størst. Vår innsamling før jul ga en donasjon på nesten 100 000 kroner til Røde Kors sitt nødhjelpsarbeid i krigsområdene.

I tillegg til sponsorater, samarbeid og gode samfunnsformål i Norge bidrar Coop i Norge til internasjonalt arbeid gjennom Coop Solidaritetsfond, som er et fond for hjelp til selvhjelp i utviklingsland. I 2023 har vi gjennom fondet støttet solidaritetsarbeid og kooperative tiltak i utviklingsland og i Norge med MNOK 6,8.

På personvernområdet er personvernerklæringen for sluttbrukere oppdatert i løpet av året, og det er tydeliggjort hvem som er behandlingsansvarlig, og hvem som er databehandler. I tillegg kommer det nå tydelig frem hva formålet med og behandlingsgrunnlaget for behandlingen er. I løpet av 2023 er ett avvik knyttet til håndtering av personvern meldt til Datatilsynet. Videre er det ikke avdekket noen faktiske tilfeller av korrupsjon eller bestikkelser i vår virksomhet eller leverandørkjeder i rapporteringsåret.

I løpet av året har det vært utfordringer i industrien knyttet til dyrevelferd for oppdrettsfisk og svineopprett. Dette er to saker som har krevd oppfølging av leverandører og industrien, med blant annet kartlegging og tiltak. Dette er noe vi jobber videre med.

Veien videre

Coop Norge konsern skal være en ansvarlig og etisk samfunnsaktør som ivaretar vårt ansvar på en god måte. Vi skal ta vår samfunnsrolle på alvor og bidra aktivt i dialog og samarbeid med myndigheter og organisasjoner. Videre ser vi at vårt arbeid med personvern, antikorrupsjon og matsikkerhet er områder som fortsatt vil bli vektlagt fremover. Vår hjertesak om inkludering av barn og krefftforskning vil bli prioritert også i årene fremover. Vi vil også fortsette arbeidet med å sørge for like muligheter for alle, gjennom prosjektet «Like Muligheter» og vårt engasjement i Team Coop Repsol – verdens eneste likestilte sykkellag, med både kvinner og menn. Det er også naturlig at vi tar et ekstra ansvar når det oppstår ekstraordinære hendelser rundt om i verden. Vi vil jobbe videre med krav innen dyrevelferd og følge opp dette både internt og i samarbeid med våre leverandører for å sikre at dyr og oppdrettsfisk har det bra. Blant annet vil vi arbeide med å kartlegge flere dyreslag og strukturere arbeidet på dyrevelferd.

Ansvarlighet og etikk								
Indikator-referanse	Kategori	Enhhet	2023	2022	2021	2020	2019	Kommentar
	Korrupsjon							
205-3	Bekreftede tilfeller av korrupsjon	Antall	0	0	-	-	-	
205-3	Totalt antall bekreftede hendelser der ansatte ble oppsagt eller opplevde andre konsekvenser som følge av korrupsjon	Antall	0	-	-	-	-	
205-3	Totalt antall bekreftede hendelser der kontrakter med forretningsforbindelser ble avsluttet eller ikke ble fornyet på grunn av brudd på retningslinjer relatert til korrupsjon	Antall	0	-	-	-	-	
205-3	Offentlige rettsaker om korrupsjon anlagt mot organisasjonen eller dens ansatte	Antall	0	-	-	-	-	
	Konkurransehemmende oppførsel							
206-3	Antall rettslige handlinger som pågikk eller ble fullført i løpet av rapporteringsperioden vedrørende konkurransebegrensende atferd og brudd på antitrust- og monopollovgivning der Coop er identifisert som deltaker	Antall	0	-	-	-	-	
	Markedsføring og produktmerking							
417-2	Tilbaketrekkinger/tilbakekallinger pga. feilmerking	Antall	16	21	15	-	-	
417-3	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for markedsføring	Antall	0	0	1	-	-	
	Personvern							
418-1	Avvik knyttet til personvern meldt til Datatilsynet	Antall	1	2	-	-	-	

MENNESKERETTIGHETER OG ANSTENDIGE ARBEIDSFORHOLD

Problembeskrivelse

Matbransjen og faghandelen består av globale og komplekse verdikjeder med kjente utfordringer knyttet til menneskerettigheter og arbeidsforhold. Blant annet er det iboende risiko for barnearbeid, tvangsarbeid, manglende organisasjonsfrihet, overtidsarbeid, lave lønninger og manglende helse, miljø og sikkerhet (HMS) for ansatte. Utfordringene forsterkes av at mange leverandørkjeder er lite transparente, slik at det er krevende å få innsyn. Samtidig kan press knyttet til pris, volum og leveransetid i alle ledd i verdikjeden være medvirkende årsaker til brudd på menneske- og arbeidsrettigheter.

Vår påvirkning

Vi er Norges nest største dagligvareaktør og en stor aktør innen byggevare og faghandel. Vi produserer, kjøper inn og selger både egne merkevarer og produkter fra merkevareleverandører med produksjon over hele verden.

Coop Norge konsern er avhengig av produkter som produseres og fraktes over hele verden. Leverandørkjedene er komplekse, og til sammen kjøper vi inn mange tusen varelinjer, bestanddeler og råvarer fra produsenter og leverandører i deler av verden der det foreligger risiko for brudd på menneske- og arbeidsrettigheter.

Vi har et betydelig ansvar for å gjøre det vi kan for å sikre at varer og tjenester produseres på en ansvarlig måte som ikke bidrar til negativ påvirkning på mennesker gjennom verdikjeden.

Når det gjelder egne merkevarer, har vi både et ekstra stort ansvar for å sikre ansvarlighet og en desto større mulighet til å påvirke forholdene i leverandørkjedene i en positiv retning. Dette gjør vi ved å stille krav oss selv, men også til våre leverandører og samarbeidspartnere. Store deler av produksjonen av våre egne merkevarer skjer i land som er definert som risikoland i henhold til Amfori BSCIs klassifisering⁴⁸. Eksempler på dette er Kina, som er spesielt viktig for faghandel, og land i Asia, Sør-Amerika og Sør-Europa der vi henter matvarer. Eksempelvis importeres frukt og grønt fra Italia, Portugal og Spania, hvor det er kjente risikoer for tvangs- og migrantarbeid, HMS, lønn, arbeidstid og manglende organisasjonsfrihet i innhøstingssesongen.

Risikoen for faktisk og potensiell negativ påvirkning på menneskerettigheter og arbeidsforhold er spesielt knyttet til råvareuttak, og i produksjonsleddet gjelder dette på tvers av våre forretningsområder, eksempelvis knyttet til råvarer som bomull, kakaobønner, kaffe, te og nøtter.

Vår tilnærming

For å redusere negativ påvirkning på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold forholder vi oss til og jobber i tråd med

FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs modell for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv. Vi er en av stifterne av Etisk handel Norge og har vært medlem siden 2001, og våre retningslinjer er basert på Etisk handel Norges prinsipper for bærekraftig forretningspraksis. Disse prinsippene er i tråd med internasjonale standarder for menneskerettigheter, anstendige arbeidsforhold, miljø, anti-korrupsjon og dyrevelferd. Disse prinsippene og retningslinjene er forankret i ledelsen og styret i Coop Norge SA.

Vi har arbeidet med ansvarlige innkjøp i mange år og har solid erfaring med å velge ut leverandører basert på kriterier som kvalitet, leveransesikkerhet, bærekraft og ivaretagelse av menneske- og arbeidsrettigheter. Disse forventningene er tydelig gjengitt i vår hovedavtale, våre etiske retningslinjer og øvrige varekrav, der samtlige dokumenter er gjeldende for alle leverandører og deres underleverandører, i tillegg til for øvrige samarbeidspartnere og egen virksomhet.

Videre har vi på tvers av virksomheten et tydelig fokus på aktsomhetsvurderinger som et risikoreduserende tiltak. Vi anvender en systematisk tilnærming i tråd med OECDs retningslinjer⁴⁹, der informasjonsinnhenting, risikokartlegging og igangsetting og overvåking av tiltak står sentralt. Dette er et kontinuerlig arbeid som vi jobber med som en del av vårt daglige innkjøpsarbeid, og ved å få stadig bedre oversikt kan vi prioritere og grave dypere i leverandørkjedene. Over tid vil dette bidra til å redusere risikoen for at det forekommer brudd på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i leverandørkjedene våre.

Sentralt i arbeidet står risikokartlegging og prioritering. Risiko- produkter er definert som produkter som er kjent for at det kan forekomme brudd på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i leverandørkjedene. Vi tar utgangspunkt i høyrisiko-produktlisten fra DFØ⁵⁰ og vurderer tilføyelser til den basert på kunnskap om vår egen verdikjede. For å sikre en systematisk tilnærming har vi prioritert våre risikoprodukter og identifisert hvilke som krever ekstra oppfølging. Som et viktig risikoreducerende tiltak stiller vi krav om at en rekke råvarer må være sertifiserte. Eksempelvis har vi et krav om at bomull skal være sertifisert, noe som bidrar til å redusere risikoen for tvangsarbeid under innhøstingen, noe som er en kjent utfordring bl.a. i Xinjiang-provinsen i Kina.

Langsiktig leverandørsamarbeid, god dialog, kjennskap til hverandres virksomheter og drift samt fokus på felles mål er med på å redusere risikoen for brudd på menneske- og arbeidsrettigheter i felles leverandørkjeder.

Alle våre leverandører av importerte dagligvarer må gjennom en grundig prekvalifisering innenfor områder som miljø, klima og sosiale forhold før en avtale kan inngås. Dersom det er høy risiko knyttet til et produkt eller en leverandør, blir det gjennomført en mer detaljert risikovurdering ved hjelp av plattformen til Amfori BSCI⁵¹. Våre varekrav og etiske retningslinjer må også godkjennes av leverandøren før et samarbeid inngås. På våre importerte dagligvarer har vi også en detaljert oversikt over hovedingrediensene, noe som bidrar til å gi oss oversikt over og sporbarhet av hva produktene inneholder, og hvor de kommer fra.

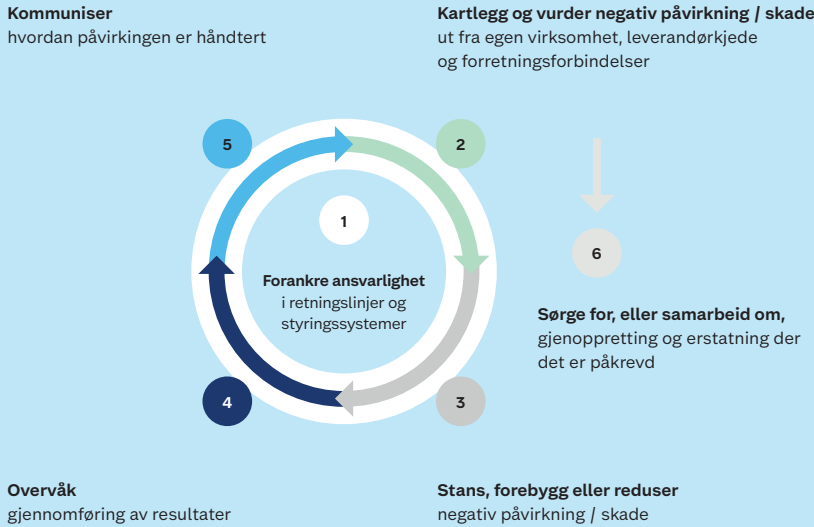
⁴⁸ Amfori BSCI (2023). Countries' Risk Classification

⁴⁹ OECD (2018). OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct

⁵⁰ Høyrisikoprodukter (2023). DFØ. Tilgjengelig på Anskaffelser.no

⁵¹ Amfori BSCI tilbyr etiske retningslinjer med et sett av verdier og prinsipper som hjelper Amforis medlemmer med å forbedre sine egne retningslinjer og sin egen praksis. Disse prinsippene er gjeldende for alle sektorer globalt og er i samsvar med internasjonale retningslinjer og konvensjoner, inkludert ILO, UNDP og UNCHR.

OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger og ansvarlig næringsliv ⁵⁰



MENNESKERETTIGHETER OG ANSTENDIGE ARBEIDSFORHOLD forts.

Databasen inneholder også informasjon om opprinnelsesland for ingredienser, unntatt noen få tilsetningsstoffer og krydder som av og til kan ha forskjellige opprinnelsesland. Vi merker alle produkter med opprinnelsesland og produsent. Når det gjelder faghandel og norske leverandører, gjøres det også en vurdering rundt sosiale forhold før en avtale kan inngås.

For å sikre at aktsomhetsvurderinger og leverandøroppfølging gjøres på en god måte, er det på tvers av vår virksomhet etablert rutiner og støttedokumenter som beskriver hvordan vi skal jobbe med ansvarlig forretningspraksis og aktsomhetsvurderinger. Dette gjelder blant annet rapportering og forankring av arbeidet og hvordan vi skal jobbe med risikokartlegging og leverandøroppfølging. Disse prosessene bidrar også til at vi arbeider likt med tematikken i de ulike innkjøpsavdelingene i virksomheten.

Videre er lokal kjennskap og tilhørighet svært viktig i arbeidet med ivaretagelse av sosiale forhold. Vår felles innkjøpsorganisasjon i Norden (Coop Trading AS) kjøper inn det meste av importvarene våre og en stor andel av frukt og grønt. For å være tett på potensielle utfordringer har de i mange år hatt et eget innkjøpskontor i Valencia i Spania. På denne måten kan vi ha kontinuerlig kontakt med et utvalg leverandører og arbeidere og få bedre forståelse for ulike utfordringer som må løses.

Utvikling i 2023

I forbindelse med innføringen av åpenhetsloven styrket vi i 2022 arbeidet og styringssystemene for ivaretagelse av sosiale forhold i leverandørkjedene våre. Implementering og videreutvikling av dette arbeidet har hatt høyt fokus også i 2023, og vi ser at det blir stadig viktigere med god leverandøroppfølging for å redusere risikoen for at vi bidrar til brudd på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i våre leverandørkjeder.

Vi skal ha en risikobasert tilnærming og har startet arbeidet med å identifisere hvilke leverandører, kategorier eller produkter det er mest relevant for oss å følge opp. For oss handler dette om hvor det er størst risiko for at det kan forekomme brudd på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, og hvor vi har størst påvirkningskraft. I 2023 har vi jobbet systematisk med å etablere gode risikobilder for våre ulike forretningsområder, slik at vi kan

analysere, prioritere og ta gode beslutninger om hvor vi velger å gjennomføre mer inngående aktsomhetsvurderinger. På tvers av virksomheten har vi gjennomført flere aktsomhetsvurderinger i rapporteringsåret, både for dagligvare, faghandel og indirekte anskaffelser. For mer om disse aktsomhetsvurderingene, se vår redegjørelse i henhold til åpenhetsloven, som blir tilgjengelig på coop.no innen 30. juni 2024.

2023 har også vært et år preget av krig og uroligheter som kan ha påvirkning på sosiale forhold i leverandørkjedene. Når det bryter ut krig, må vi gjennomføre nye og grundigere aktsomhetsvurderinger av aktuelle leverandører som kan være eller bli berørt, og hvor det kan oppstå økt risiko for at det forekommer brudd på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Dette har medført flere beredskapssaker hvor vi har gjennomgått samarbeidet for å redusere risiko og eventuelt sette i gang tiltak dersom nødvendig.

For å øke kompetansen på tematikken internt gjennomførte vi i starten av året fire kurs i ansvarlig innkjøpspraksis i samarbeid med Etisk handel Norge⁵². Over 130 ansatte deltok på kursene, som bidro til å gi oss gi en bredere forståelse for hvordan vår innkjøpspraksis kan påvirke forholdene for mennesker i vår verdikjede i en positiv retning.

Veien videre

Coop Norge konsern skal sikre ansvarlige sosiale forhold i leverandørkjedene, der grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold blir godt ivaretatt. Dette er prosesser vi arbeider med i vårt daglige innkjøpsarbeid, slik at vi etterlever egne krav og pliktene i åpenhetsloven og følger standardene til Etisk handel Norge.

Aktsomhetsvurderinger er en kontinuerlig prosess, og vi skal videreutvikle arbeidet vi har startet på, for å bli enda bedre i vår risikobaserte tilnærming. Dette vil bidra til at vi kan gjennomføre grundigere aktsomhetsvurderinger og på denne måten får bedre oversikt og mulighet til å sette inn målrettede tiltak.

Verden er blitt mer og mer globalisert, og fokus på arbeidere i vår verdikjede og relaterte temaer som barnearbeid, tvangsarbeid, organisasjonsfrihet og HMS er noe vi ser at vi må øke fokuset på fremover. Fremover vil vi også øke innsatsen når det gjelder oppfølging av våre leverandørers miljøpåvirkning.

Menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold								
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021	2020	2019	Kommentar
414-1	Nye leverandører risikovurdert iht. sosiale forhold	Prosent	100 %	-	-	-	-	Avgrenset til nye leverandører av importprodukter til dagligvare (egne merkevarer) og nye leverandører på faghandel (egne merkevarer).
414-2	Antall leverandører vurdert for sosiale forhold (via revisjon eller vurdering før nytt samarbeid)	Antall	145	-	-	-	-	Avgrenset til importprodukter til dagligvare (egne merkevarer) og faghandel (egne merkevarer). Antallet viser nye leverandører som er vurdert i året, og/eller som befinner seg i risikoland, og som følges ekstra opp i form av revisjoner.
414-2	Antall leverandører hvor det potensielt kan knyttes avvik til sosiale forhold	Antall	50	35	39	-	-	Avgrenset til importprodukter til dagligvare (egne merkevarer) og faghandel (egne merkevarer). Antallet viser leverandører som befinner seg i risikoland etter klassifiseringen til Amfori BSCI. Merk at Faghandel ikke har vært inkludert i tidligere år, og derfor er sammenligningsgrunnlaget avvikende fra de to foregående årene.
414-2	Prosentandel av leverandører som har hatt sosiale avvik, hvor konsekvensen er avslutting av samarbeidet	Prosent	0 %	-	-	-	-	Avgrenset til importprodukter til dagligvare (egne merkevarer) og faghandel (egne merkevarer). Ingen samarbeid er avsluttet på grunn av avvik som kan knyttes til sosiale forhold.

TRYGG VARE

Problembeskrivelse

Det er forretningskritisk å sikre trygge varer gjennom hele vår verdikjede. Mattrygghet betyr at maten er trygg å spise, og at man har kontroll på parametere som potensielt kan være skadegjørende, som bakterier, virus og plantevernmidler, i alle ledd av verdikjeden.

Vår påvirkning

I Norge har vi strenge regler for håndtering av mat gjennom verdikjeden, i tillegg til at sykdom hos planter og dyr er lite utbredt. Samtidig er vi helt avhengige av import for å forsyne befolkningen med nok mat, og da er det viktig at importert mat oppfyller de samme strenge kravene som mat produsert i Norge.

For Coop Norge konsern begrenser ikke trygge varer seg til mat. Vi selger store mengder non-food og byggevarer hvert år, og det er en selvfølge at produktsikkerhet ivaretas på samme måte som vi gjør for de spiselige varene vi tilbyr kundene vår. Å sikre trygge varer er derfor et område av høy viktighet på tvers av hele vår virksomhet.

Vi har omtrent 600 leverandører som produserer egne merkevarer for vår virksomhet (dagligvare og faghandel). For å sikre trygghet på tvers av verdikjeden krever vi som innkjøper at mat- og drikkeleverandørene av våre egne merkevarer har et kvalitetssystem som er sertifisert i henhold til en GFSI-anerkjent standard (Global Food Safety Initiative).

Vår tilnærming

Våre kunder skal være sikre på at alle matvarene og produktene de kjøper, er trygge å spise, drikke eller bruke. Vi legger føre-var-prinsippet til grunn, samtidig som vi skal bidra til mer bærekraftig produksjon. Dette gjøres gjennom et omfattende kvalitetsarbeid basert på risikovurderinger. Et eksempel på dette er at våre leverandører må forplikte seg til å overholde en rekke varekrav som er strengere enn regelverket. Kvalitetsarbeidet for å sikre trygge varer er tverrfaglig organisert og innebærer en rekke krav og rutiner angående:

- Kvalitet, inkludert dokumentasjon, merking, analyser og matkriminalitet.
- Transparens, inkludert sporbarhet, sertifisering og åpenhetsloven.
- Helse og sikkerhet, inkludert plantevernmidler, kjemikalier, bakterier, virus og annet som kan påvirke helsen, samt sikkerhet ved bruk av produkter for å unngå skader.
- Klima, miljø og bærekraft, inkludert stoffer som er eller kan være skadelige for miljøet.
- Dyrevelferd, inkludert antibiotikabruk, slakteprosess, fôr, mulesingfri ull og areattilgang.

Coop bruker de regelverksfestede HACCP-prinsippene, med mål om å sikre at alle helsefarer som utgjør en risiko for mattryggheten, gjøres kjent, forebygges, elimineres eller reduseres til et akseptabelt nivå⁵³. I tillegg gjennomføres det en rekke internrevisjoner og leverandørrevisjoner, og det følges opp at avtaler blir signert.

⁵² Etisk handel Norge er en medlemsorganisasjon og et ressurscenter for bærekraftig handel med formål om å fremme ansvarlig forretnings-praksis i leverandørkjeder.

⁵³ Mattilsynet (2023). Dette er HACCP. Hentet fra: Dette er HACCP | Mattilsynet

TRYGG VARE forts.

For matvarer benyttes det en fareanalyse for alle produktgrupper innen egne merkevarer. Denne ble gjennomgått i 2023. På faghandel risikovurderes det på flere nivåer: overordnet på varegrupper (totalt 387 varegrupper), der elektriske produkter, personlig verneutstyr, gassapparater og produkter rettet mot barn risikovurderes mer detaljert med kartlegging av fysiske og kjemiske risikofaktorer, behov for verneutstyr og lignende. Det samme gjøres for produkter kategorisert med middels eller høy risiko. I tillegg gjøres det kartlegging og leverandørvurderinger i forkant av avtaleinngåelse.

Vi gjennomfører leverandørrevisjoner, og ved enkelte tilfeller sender vi ut egenevalueringer til leverandører for å få mer informasjon og kunne vurdere om leverandøren etterlever våre krav og forventninger, som vi stiller gjennom våre varekrav og avtaledokumenter.

På tross av strenge krav og prosedyrer kan det oppstå avvik, både på egne merkevarer og på merkevarer fra andre leverandører. Derfor har vi etablert gode prosesser for beredskapsarbeid for varene i Coop sitt sortiment. Dette sikrer at vi håndterer avvik på en god og effektiv måte i tråd med regelverkskrav og egne krav, eksempelvis gjennom tilbaketrekkinger.

Hva gjelder merking av produkter, skal alle produkter til dagligvare merkes med alle ingredienser og råvarer samt opprinnelse der det stilles krav om det. Veiledning for bruk av produktet er et krav i de tilfellene det er nødvendig for at det skal være trygt å innta varen, eksempelvis ferdigmat og enkelte fiske- og kjøttprodukter. Alle produkter (med unntak av de som er fritatt for holdbarhetsmerking) skal merkes med «Best før dato» eller «Siste forbruksdag». I 2023 er det registrert fire avvik på holdbarhetsmerking. I tillegg til matvarer håndterer logistikk og butikk produkter som klassifiseres som farlige stoffer. Håndtering av slike produkter er det rutiner for, og i butikk er slike varer plassert i henhold til regelverk.

På faghandel er det mange produkter med krav til informasjon om sikker bruk, brukerveiledning, kildesortering osv. Dette er nedfelt i lover og forskrifter og gjelder blant annet elektriske og elektroniske produkter, leketøy, personlig verneutstyr og kjemikalier.

Utover dette har virksomheten også interne krav om at alle produkter av egen merkevare skal merkes med opprinnelsesland, samt at nye produkter som kjøpes inn, skal ha de nye kildesorteringsmerkene for emballasjeavfall. I tillegg har vi også krav om at alle produkter av egen merkevare skal merkes med batch, i tillegg til der det er lovpålagt. Med hensyn til farlige stoffer, miljøpåvirkning og sosial påvirkning benytter faghandel blant annet sertifiseringer som et virkemiddel.

Utvikling i 2023

Vi har drevet kompetanseutvikling for relevante roller gjennom blant annet oppdaterte og reviderte e-læringskurs om varetrygghet og -kvalitet. Innen logistikk er det gjennomført revisjoner av transportører opp mot trygg vare-kravene for å systematisere arbeidet med oppfølging av avvik forårsaket av eksterne aktører. Videre har vi innenfor indirekte anskaffelser implementert rutiner for oppfølging og revisjoner av våre leverandører av tjenester og varer som ikke er til videresalg, der vi har etablert et tverrfaglig revisjonsteam bestående av ressurser fra fagområdene trygg vare, økonomi og bærekraft.

I 2023 startet vi et prosjekt for å anskaffe og implementere et nytt kvalitetssystem for trygg vare. Systemet er et verktøy som vil støtte oss i å etterleve relevant regelverk for å håndtere varene gjennom verdikjeden.

I løpet av året har vi hatt flere tilfeller av tilbaketrekkinger og tilbakekallinger. Tilbakekallinger, hvor det kan være fare for liv og helse, har holdt seg stabilt i forhold til fjoråret. Totalt har det vært 24 tilbakekallinger i 2023. Når det gjelder tilbaketrekkinger som skyldes kvalitetsavvik, har det derimot vært en økning i 2023. Tallene inkluderer både dagligvare og faghandel samt egne merkevarer og varer fra merkevareleverandører. Samtlige tilbaketrekkinger og tilbakekallinger er gjennomført i henhold til etablert prosedyre.

Veien videre

I 2024 vil vi implementere det nye kvalitetssystemet for Trygg vare i grossistledet av vår virksomhet. Videre vil vi fortsette vårt arbeid med kontinuerlig kvalitetsforbedring gjennom risikoreduserende tiltak i verdikjeden.

Trygg vare								
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021	2020	2019	Kommentar
416-2	Tilbakekallinger og tilbaketrekkinger (totalt)	Antall	115	-	-	-	-	Totalt antall tilfeller av tilbakekallinger og tilbaketrekkinger.
416-2	Tilbakekallinger (fare for liv og helse)	Antall	24	25	19	-	-	
	Egne merkevarer	Antall	13	13	-	-	-	
	Andre merkevarer	Antall	11	12	-	-	-	
416-2	Tilbaketrekkinger (kvalitet eller merking)	Antall	91	61	47	-	-	Gjelder tilbaketrekkinger som ikke innebærer fare for liv og helse.
	Egne merkevarer	Antall	30	21	-	-	-	
	Andre merkevarer	Antall	61	40	-	-	-	
416-2	Tilbaketrekking/ tilbakekalling, manglende overholdelse av lovverk	Antall	17	-	-		-	16 tilbaketrekkinger/tilbakekallinger på dagligvare på grunn av manglende overholdelse av regelverk (f.eks. avvik knyttet til merking iht. regelverk, overskridelse av grenseverdi for akrylamid, påvist listeria. 1 tilbaketrekking/tilbakekalling på faghandel.

ET MANGFOLDIG COOP



Coop Norge konsern skal være en ansvarlig, trygg og engasjerende arbeidsgiver for våre ansatte. Vi er en stor og utadvendt organisasjon som henvender seg til det brede lag av folket, så det er en selvfølge at vi gjenspeiler hele samfunnet. Arbeidet med mangfold styrker vår virksomhet som arena for likestilling, integrering og reduserte sosiale ulikheter.

Innhold:

Trygg og ansvarlig arbeidsgiver
Likestilling og mangfold

TRYGG OG ANSVARLIG ARBEIDSGIVER

Problembeskrivelse

De aller fleste arbeider under gode og forsvarlige forhold i Norge, og vi har jevnt over bedre fysiske og psykiske arbeidsforhold enn i mange andre land. Et godt arbeidsmiljø innebærer liten risiko for farer og ulykker og fremmer de positive og helsefremmende faktorene ved å være en aktiv del av arbeidslivet. Det finnes regler om at produksjon, produkter og tjenester skal oppfylle ulike sikkerhets- og kvalitetsvilkår, i tillegg til krav om lokaler, verneinnretninger og tilrettelegging av arbeidet for å sikre det ytre miljøet og gi arbeidstakerne trygghet og en meningsfull arbeidshverdag for. For å sikre dette må virksomheter rutinemessig arbeide systematisk og godt med internkontroll.

Vår påvirkning

Som virksomhet har vi stor påvirkning på våre egne ansatte. Våre ansattforhold er tydelig regulert av arbeidsmiljøloven, og vi har etablert gode rutiner og prosesser for etterlevelse av disse kravene, noe som bidrar til at det er liten risiko for negativ påvirkning. Deler av virksomheten er derimot mer utsatt for potensielle arbeidsskader, eksempelvis industri- og transportvirksomheten. Her har vi gode rutiner på plass for å sikre en trygg arbeidsplass og redusere risikoen for negativ påvirkning så mye som mulig.

Vår tilnærming

Coop Norge konsern har et betydelig ansvar for å sikre en trygg, meningsfull og engasjerende arbeidsplass for alle som jobber i virksomheten. I konsernet er det direktør for HR og kommunikasjon og leder for HMS som er ansvarlig for oppfølging av området, og som skal sikre at arbeidsgiveransvaret blir ivaretatt på en god og trygg måte.

Helse og sikkerhet

Helse, miljø og sikkerhet er av høy viktighet. Styringssystemet for HMS er i tråd med den norske internkontrollforskriften, og fremover vil vi også se på muligheten for å følge prinsippene i ISO 45001:2018⁵⁴. Virksomheten setter årlige HMS-mål og handlingsplaner som følges opp lokalt samt av leder for HMS. Alle ansatte, inkludert midlertidige ansatte og innleide ressurser, omfattes av HMS-systemet.

Det gjennomføres årlige internrevisjoner innenfor prioriterte områder, og graderte funn følges opp i ettertid via handlingsplaner med gitte tidsfrister. Vi jobber godt med rotårsaksanalyse som verktøy for å unngå alvorlige personskader og uønskede hendelser med stort skadepotensial. Disse gjennomføres av HMS-ansvarlig, verneombud, leder og den skadde. Alle som gjennomfører rotårsaksanalyser, har fått opplæring, og informasjon om gjennomførte analyser deles på tvers av virksomheten.

I virksomhetens enheter er det et partssammensatt lokalt arbeidsmiljøutvalg (LAMU). Dette inkluderer blant annet datterselskaper, lagervirksomheter og Servicekontor. I Coop Norge konsern har man et overordnet arbeidsmiljøutvalg (AMUK). Samtlige arbeidsmiljøutvalg har jevnlig møter og består av et likt antall representanter for arbeidstaker og arbeidsgiver. Videre gjennomføres det kvartalsvis møter for alle hovedverneombud (HVO) samt møter for HMS-sjefene/HMS-koordinatorene i Coop Norge SA. Årlig leveres det en rapport om HMS til styret i Coop Norge SA.

For god ivaretagelse av helse, miljø og sikkerhet gjennomføres det opplæring gjennom den digitale læringsplattform Coopskolen. Ansatte med særlig utsatte stillinger, eller med særlig ansvar for oppfølging av HMS, får tilpasset opplæring som eksempelvis HMS-kurs. Videre gjennomføres det digitale heldagskurs i HMS for ledere og et lovpålagt 40-timerskurs i HMS for verneombud og AMU-medlemmer. Sistnevnte er et fysisk kurs, og dette kurset har hatt stor etterspørsel. Alle medarbeidere som jobber med maskiner og utstyr, får utstyrsspesifikk opplæring.

Alle ansatte har mulighet til, og oppfordres til, å rapportere inn avvik og varsler. HMS-avvik skal registreres digitalt, enten direkte av medarbeider eller av nærmeste leder. Vi har nulltoleranse for represalier, og vernetjenesten og tillitsvalgte er opplært til å reagere hvis dette skulle skje. Det er også kommunisert til alle ansatte at det er lav terskel for varsling. Arbeidsrelaterte personskader følges opp etter gitte prosedyrer.

Arbeidsforhold

Hvert forretningsområde i Coop Norge SA og datterselskapene i Coop Norge konsern er tilknyttet en HR Business Partner som følger opp de ulike forretningsområdene og datterselskapene og kvalitetssikrer alle HR-prosesser og -retningslinjer. Dette inkluderer blant annet personalbehov og rekrutteringer, medarbeider-samtaler, medarbeiderundersøkelser og oppfølging av disse, lønnsjustering og andre forretningsprosesser hvor medarbeiderne og arbeidsforholdet er særlig i fokus. I tilfeller hvor det avdekkes avvik eller kritikkverdige forhold, har vi oppfølgingsprosesser på plass.

Vi arbeider for å fremme likelønn og en helhetlig lønnspolitikk som omfatter alle medarbeidere. Fastsettelse av lønn og lønnsutvikling følger av gjeldende tariffavtaler og settes på individuell basis på grunnlag av stillingens arbeids- og ansvarsområde. Virksomheten og de tillitsvalgte drøfter retningslinjer og vurderingskriterier for årlig lønnsregulering.

Coop Norge konsern etterlever og respekterer organisasjonsfriheten i Norge. Alle medarbeidere står fritt til å organisere seg i de fagforeninger de måtte ønske. Andelen av fagorganiserte i Coop Norge konsern var i 2023 32,5 prosent. Uorganiserte og organiserte har samme vilkår, og virksomheten er bundet av de bestemmelsene som ligger til grunn i tariffavtalene for de respektive virkeområdene.

For å kartlegge ansattes opplevelse av arbeidsmiljøet gjennomføres det gjennom året Puls-undersøkelser. Dette er en rask temperatursjekk der ansatte har mulighet til å svare på hvordan de opplever arbeidsforhold, trivsel, engasjement og læring. Innsikten brukes på aggregert nivå til å si noe om den generelle trenden og utviklingen i konsernet. Videre brukes undersøkelsene til å definere ulike tiltak for å forbedre resultater vi mener bør utvikles.

Alle ansatte har rett på foreldrepermisjon som fastsatt i arbeidsmiljøloven og er tilknyttet en bedriftshelsetjenesteordning (BHT) for fysisk og psykisk helse. Ansatte som jobber minst 50 prosent, har tilgang på helseforsikring. Dette inkluderer også midlertidig ansatte.

Informasjon om disse ordningene er tilgjengelig for alle ansatte på vårt intranett. Flere av enhetene har treningsmuligheter, og det gis økonomisk tilskudd til treningsabonnement. I den årlige HMS-uken fokuserer vi på helsefremmende aktiviteter.

Varsling om diskriminering og andre kritikkverdige forhold
Våre varslingsrutiner gir ansatte og innleide ressurser mulighet til å varsle om diskriminering og andre kritikkverdige forhold knyttet til vår virksomhet. Vi oppfordrer ansatte til å ta opp slike forhold ved å si ifra i linjeorganisasjonen eller benytte varslingskanalen (Whistle B), som leveres av en ekstern samarbeidspartner. Gjennom varslingskanalen behandles varselet på en sikker måte i tråd med krav i lovgivningen.

Utvikling i 2023

Per 31. desember 2023 var det 5868 ansatte i Coop Norge konsern, herav 509 var midlertidig ansatte. Det totale sykefraværet endte på 6,5 prosent, en økning med 0,1 prosent fra 2022. Totalt ble det i 2023 ansatt 1772 nye medarbeidere i konsernet, og gjennomsnittlig turnover var på 19 prosent. 188 ansatte har hatt foreldrepermisjon i løpet av året.

Vi har gjennomført tre Puls-undersøkelser i 2023 og ser at trivselen og engasjementet holder seg relativt stabilt, men synker svakt i den siste undersøkelsen. Det er gledelig å se at i den siste Puls-undersøkelsen er det en økning i antall medarbeidere som vil anbefale virksomheten som arbeidsplass.

Verneombudsorganisasjonen har i 2023 blitt styrket med flere verneombud. Det er gjennomført et lovpålagt 40-timers HMS-kurs for verneombud, ledere og medlemmer i arbeidsmiljøutvalgene. Totalt er 30 verneombud, AMU-medlemmer og ledere blitt kurset i løpet av året. I 2023 gjennomførte vi også en HMS-uke med foredrag om blant annet brannvern, kosthold, trening og AKAN, som ble delt med samtlige enheter i konsernet.

I Coop Norge SA hadde vi i 2023 32 H1-skader, 24 H2-skader og 82 H3-skader⁵⁵. Alle personskader følges opp. Siden det ikke rapporteres på antall arbeidede timer sentralt, rapporterer vi på antall skader i stedet for på H-verdi.

I 2023 er det registrert fire varslingssaker som omfatter konkrete forhold som varslere mener faller inn under lovens definisjon på kritikkverdige forhold. Tre av disse er behandlet og lukket, mens en av sakene fortsatt er under behandling per 31.12.2023. Sakene er håndtert i tråd med våre retningslinjer.

Veien videre

Coop Norge konsern skal være en trygg og ansvarlig arbeidsgiver for alle våre ansatte. Fremover vil vi fortsette å videreutvikle vårt HMS-arbeid og styrke vernetjenesten med blant annet kompetanseheving. Vi skal jobbe videre med å forebygge alvorlige personskader ved å gjennomføre rotårsaksanalyser og øke kvaliteten, likheten og målbarheten på HMS-området ved å implementere noen av prinsippene fra ISO 45001 (ledelsessystem for arbeidsmiljø).

⁵⁴ ISO 45001 er en internasjonal standard som spesifiserer kravene til et styringssystem for helse, miljø og sikkerhet på arbeidsplassen. Les mer om standarden på ISO sine sider.

⁵⁵ H1: personskade med fravær ut over skadedag, H2: behandlingsnødvendig uten fravær ut over skadedag, H3: førstehjelp, uten fravær

TRYGG OG ANSVARLIG ARBEIDSGIVER forts.

Vi evaluerer kontinuerlig våre HR-prosesser og hvordan disse bidrar til å sikre trygge og givende arbeidsforhold for våre ansatte. En av de viktigste prosessene vi skal jobbe med i 2024, er oppfølgingsprosessen for Puls- og medarbeiderundersøkelsen. Med et bedre støttesystem på plass vil vi kunne følge opp resultater løpende i avdelinger og enheter på en bedre måte fremover.

Trygg og ansvarlig arbeidsgiver								
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021	2020	2019	Kommentar
2-6	Antall ansatte							
	Totalt	Antall	5 868	5 912	5 991	5 647	-	
	Kvinner	Antall	2 425	2 532	2 605	2 479	-	
	Menn	Antall	3 441	3 380	3 385	3 168	-	
	Annet	Antall	2	-	-			
	Under 30 år	Prosent	36,0 %	36,0 %	18,0 %	-	-	
	30–50 år	Prosent	40,0 %	43,0 %	49,0 %	-	-	
	Over 50 år	Prosent	24,0 %	22,0 %	33,0 %	-	-	
	Fast ansatte							
	Selskapsledelse og øvrige direktører							
	Totalt	Antall	107	83	-	-	-	
	Kvinner	Antall	36	27	-	-	-	
	Menn	Antall	71	56	-	-	-	
	Funksjonærer og kontormedarbeidere							
	Totalt	Antall	1 119	1 031			-	
	Kvinner	Antall	460	429	-	-	-	
	Menn	Antall	659	602	-	-	-	
	Butikkmedarbeidere							
	Totalt	Antall	2 837	2 606			-	Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS.
	Kvinner	Antall	1 550	1 482	-	-	-	Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS.
	Menn	Antall	1 285	1 124	-	-	-	Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS.
	Annet	Antall	2	-	-		-	Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS.
	Industrimedarbeidere							
	Totalt	Antall	636	673	-	-	-	
	Kvinner	Antall	229	226	-	-	-	
	Menn	Antall	407	447	-	-	-	
	Logistikk- og transport-medarbeidere							
	Totalt	Antall	1 169	984	-	-	-	
	Kvinner	Antall	150	122	-	-	-	
	Menn	Antall	1 019	862	-	-	-	
2-7	Midlertidig ansatte							
	Totalt	Antall	509	535	-	-	-	
	Selskapsledelse og øvrige direktører	Antall	1	-	-	-	-	
	Funksjonærer og kontormedarbeidere	Antall	12	13	-	-	-	
	Butikkmedarbeidere	Antall	354	384	-	-	-	Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS.
	Industrimedarbeidere	Antall	72	92	-	-	-	
	Logistikk- og transportmedarbeidere	Antall	70	46	-	-	-	

Tabellen «Trygg og ansvarlig arbeidsgiver» forts.

Trygg og ansvarlig arbeidsgiver								
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021	2020	2019	Kommentar
401-1	Nyansettelser							
	Totalt	Antall	1 772	1 830	-	-	-	
	Kvinner	Antall	778	850	-	-	-	
	Menn	Antall	992	970	-	-	-	
	Annet	Antall	2	-	-	-	-	
	Under 30 år	Antall	1 339	1 302	-	-	-	
	30–50 år	Antall	377	421	-	-	-	
	Over 50 år	Antall	56	97	-	-	-	
	Turnover							
	Totalt	Prosent	19,0 %	-	-	-	-	Oppgis ikke historiske tall da datagrunnlaget fra 2022 har mangler.
	Kvinner	Prosent	23,0 %	-	-	-	-	Oppgis ikke historiske tall da datagrunnlaget fra 2022 har mangler.
	Menn	Prosent	16,0 %	-	-	-	-	Oppgis ikke historiske tall da datagrunnlaget fra 2022 har mangler.
	Under 30 år	Prosent	37,0 %	23,8 %	-	-	-	
	30–50 år	Prosent	13,0 %	9,2 %	-	-	-	
	Over 50 år	Prosent	3,0 %	2,6 %	-	-	-	
401-3	Foreldrepermisjon							
	Ansatte som tok ut foreldrepermisjon							
	Totalt	Antall	188	213	-	-	-	
	Kvinner	Antall	65	80	-	-	-	
	Menn	Antall	123	133	-	-	-	
	Gjennomsnittlig antall uker med foreldrepermisjon							
Egendefinert	Kvinner	Prosent	21,4 %	-	-	-	-	
	Menn	Prosent	10,4 %					
	Arbeidsrelaterte skader og avvik			-	-	-	-	
403-9	Personskader	Antall	275	224	1 160	-	-	
	Avvik	Antall	495	1 064	1 124	-	-	
	Uønskede hendelser	Antall	288	501	647	-	-	
	Forbedringsforslag	Antall	64	153	-	-	-	
	Brudd på lovverk og retningslinjer for HMS	Antall	47	74	20			Omfatter kun Coop Norge SA. Tall fra interne HMS-revisjoner.
2-30	Fagorganisert	Prosent	34,2 %	50,9 %	-	-	-	
403-10	Sykefravær	Prosent	6,5 %	6,4 %	5,4 %	-	-	
	Opplæring og tilbakemelding							
404-3	Ansatte som mottar jevnlig tilbakemelding på prestasjon og utvikling	Prosent	-	75,0 %	-	-	-	Måles normalt via medarbeiderundersøkelsen. Da denne ikke ble gjennomført i 2023 på grunn av organisasjonsendringer, foreligger det ikke svar for 2023.

LIKESTILLING OG MANGFOLD

Problembeskrivelse

Våre ansatte er avgjørende for virksomhetenes utviklingsevne og for at vi skal kunne oppnå gode økonomiske resultater i fremtiden. For å videreutvikle virksomheten er vi avhengige av motiverte og engasjerte ansatte med rett kompetanse. Tydelig ledelse, struktur og organisering kombinert med læring, kompetanseutvikling og et bevisst forhold til mangfold og likestilling på tvers av hele virksomheten er viktige faktorer for å lykkes.

Vår påvirkning

Som virksomhet er vi oss bevisst vårt ansvar for å bidra til å styrke mangfold og likestilling i arbeidslivet. Dagligvare- og handelsbransjen er i en særstilling når det gjelder å gi mennesker som faller utenfor, muligheter til å delta i arbeidslivet. Dette er et ansvar vi er bevisst på og jobber med å utvikle. Vi ønsker å utjevne kjønnsbalansen i virksomheten og er klar over at vi på enkelte områder har et potensial, eksempelvis på ulike ledernivåer og på enkelte områder som naturlig er mannsdominerte.

På tross av forbedringspotensialet har vi både synlig og usynlig mangfold i Coop Norge konsern og kompetansen, perspektivene og erfaringene som er representert i virksomheten vår, er brede. Dette mangfoldet skal vi i enda større grad benytte og utvikle, slik at det skaper verdi og bidrar positivt for de ansatte, kundene, virksomheten og samfunnet for øvrig.

Vår tilnærming

Coop Norge konsern ønsker at mangfoldet i det norske samfunnet skal reflekteres i vår samlede gruppe av ansatte og i selskapets styrende organer. Vi jobber derfor kontinuerlig for et bredere mangfold i alle avdelinger, på alle nivåer og i alle styrer og utvalg.

I Coop Norge konsern satser vi på menneskene, da de er vår viktigste ressurs. Arbeidet med læring, kompetanseutvikling og lederutvikling står sentralt i virksomheten, og vi har en rekke kompetanseutviklings-tilbud til de ansatte. Alle nyansatte deltar på en introduksjonsuke der de får innsyn i vår strategi, vår historie og våre verdier, samt en presentasjon av de ulike forretningsområdene og omvisning på flere av våre lokasjoner. Vi har faste lederutviklingsprogrammer som ledere kan melde seg på. I tillegg har vi et utviklingsprogram for våre yngre medarbeidere. Formålet med programmet er å skape nettverk på tvers av virksomheten, bygge ferdigheter og stimulere til karriereutvikling. Utover dette har vi faste opplæringsprogrammer der de ansatte treffer fagspesialister med grunnleggende metode- og utviklingskompetanse. Vi arrangerer også en rekke fagspesifikke kurs og programmer i intern og eksternt regi, basert på virksomhetens behov. Gjennom kjedene får butikkmedarbeiderne et omfattende opplæringstilbud. Opplæringsprogrammet omhandler kjedekonseptet og drift, og de ansatte får jevnlig utvikling og påfyll gjennom Coopskolen. Utover dette arrangeres det butikklederkurs med åpen påmelding.

Utvikling i 2023

I 2023 har vi fortsatt arbeidet med lederutvikling for å hjelpe ledere i virksomheten med å lykkes i sine roller – også i møte med forventninger om og krav til likestilling og mangfold. Ledere på tvers av

virksomheten deltar jevnlig på ledersamlinger, noe som bidrar til å bygge kompetanse og sette fokus på viktigheten av god ledelse på alle nivåer i virksomheten.

Det viktigste vi må lykkes med for å heve arbeidet vårt med likestilling og mangfold, er gode ledelsesprosesser og utvikling av ledere som anerkjenner viktigheten av mangfoldige team, der alle får realisert sitt potensial til det beste for vår virksomhet. I 2023 har det blitt gjennomført et omfattende ledertreningsprogram for våre ledere i logistikkvirksomheten. Programmet tar for seg hele spekteret av lederrollen og understreker viktigheten av å se styrkene til alle medarbeidere og gjennomføring av gode og rettferdige prosesser.

Når det gjelder arbeidet med mangfold og likestilling, erkjenner vi å ha et stort forbedringspotensial, og vi ser at dette er et område som vi må jobbe mer systematisk med fremover. Gjennom kartleggingen foretatt i forbindelse med aktivitets- og redegjørelsesplikten ser vi at det blant virksomhetens ledere fortsatt er en stor overvekt av menn, og at det i 2023 ikke har vært noen bevegelse på dette nivået. Samtidig ser vi en svak positiv utvikling i likelønn. Grunnet organisasjonsendringene i Coop Norge SA i 2023 gjennomførte vi ikke en full medarbeiderundersøkelse, men fra tidligere år har vi sett at vi scorer svært godt på spørsmål som omhandler like muligheter.

Unge Talenter er vårt kompetanseutviklingsprogram for yngre medarbeidere i vår virksomhet. Dette programmet har blitt kjørt en rekke ganger, og i 2023 startet vi rekrutteringen av neste kull. Mot slutten av året ble 16 dyktige kollegaer valgt ut til Unge Talenter 2024. Deltakerne i Unge Talenter har bakgrunn fra ulike deler av vår virksomhet, og et av de viktigste målene for programmet er at vi får forsterket deltakernes verdikjedeforståelse og nettverk på tvers av organisasjonen.

En god start er viktig for alle nye medarbeidere, og vi setter derfor av en hel uke for nyansatte hvor de får omvisning på lokasjoner som vårt sentrallager CLog, vårt kontor og lager på Langhus og Samvirkemuseet. Utover dette får nye medarbeidere en grundig gjennomgang av samtlige forretningsområder, og får på den måten bred organisasjonskunnskap allerede fra begynnelsen av. Introduksjonsuken ble arrangert to ganger i 2023.

Vårt mål er at alle ansatte skal føle at de kan være seg selv og føle tilhørighet til virksomheten. I 2023 arrangerte vi blant annet en regnbuefrokost i forbindelse med markeringen av Pride, et treff for ansatte i foreldrepermisjon og et treff for pensjonister.

Veien videre

Likestilling og mangfold er viktig både for vår virksomhet og for samfunnet for øvrig. Vi kan spille en viktig rolle i å styrke mangfold og likestilling og redusere utenforskap i arbeidslivet. Som virksomhet ønsker vi å skape en arbeidsplass som er inkluderende, og som ser alle for den verdien de har. Det innebærer at vi kontinuerlig må evaluere og tilpasse våre ledelsesprosesser, slik at vi reduserer faren for at ubeviste fordommer spiller inn i viktige beslutninger som treffer våre medarbeidere. Dette er spesielt viktig i forbindelse med rekruttering, lønnsjustering og etterfølgerplaner. Vi anser holdningskampanjer og -aktiviteter, kompetanseutvikling og ledertrening som viktig for å økt bevissthet rundt dette og sørge for at ledere er seg bevisst verdien som alle medarbeidere besitter.

Likestilling og mangfold								
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021	2020	2019	Kommentar
405-1	Kjønns- og aldersbalanse							
	Konsernledelse og øvrige direktører							
	Kvinner	Prosent	33,6 %	33,0 %	31,0 %	-	-	
	Under 30 år	Prosent	-	-	-	-	-	
	30–50 år	Prosent	47,2 %	52,0 %	-	-	-	
	Over 50 år	Prosent	52,8 %	48,0 %	-	-	-	
	Menn	Prosent	66,4 %	67,0 %	69,0 %	-	-	
	Under 30 år	Prosent	-	-	-	-	-	
	30-50 år	Prosent	39,4 %	-	-	-	-	
	Over 50 år	Prosent	60,6 %	-	-	-	-	
	Styret							
	Kvinner	Prosent	27,0 %	27,0 %	27,0 %	-	-	
	Menn	Prosent	73,0 %	73,0 %	73,0 %	-	-	
	Årsmøtorepresentanter							
	Kvinner	Prosent	32,00 %	37,0 %	36,0 %	-	-	
	Menn	Prosent	68,00 %	63,0 %	64,0 %	-	-	
	Funksjonærer og kontormedarbeidere							
	Kvinner	Prosent	41,1 %	42,0 %	43,0 %	-	-	
	Under 30 år	Prosent	10,4 %	8,0 %	-	-	-	
	30–50 år	Prosent	47,4 %	53,0 %	-	-	-	
	Over 50 år	Prosent	42,2 %	39,0 %	-	-	-	
	Menn	Prosent	58,9 %	58,0 %	57,0 %	-	-	
	Under 30 år	Prosent	10,0 %	10,0 %	-	-	-	
	30–50 år	Prosent	50,7 %	52,0 %	-	-	-	
	Over 50 år	Prosent	39,3 %	38,0 %	-	-	-	
	Butikkmedarbeidere							
	Kvinner	Prosent	54,6 %	56,0 %	-	-	-	
	Under 30 år	Prosent	46,0 %	48,0 %	-	-	-	
	30–50 år	Prosent	35,2 %	36,0 %	-	-	-	
	Over 50 år	Prosent	18,8 %	16,0 %	-	-	-	
	Menn	Prosent	45,5 %	44,0 %	-	-	-	
	Under 30 år	Prosent	60,9 %	61,0 %	-	-	-	
	30–50 år	Prosent	28,9 %	30,0 %	-	-	-	
	Over 50 år	Prosent	10,1 %	9,0 %	-	-	-	
	Industrimedarbeidere							
	Kvinner	Prosent	36,0 %	36,0 %	-	-	-	
	Under 30 år	Prosent	35,4 %	34,0 %	-	-	-	
	30–50 år	Prosent	48,9 %	51,0 %	-	-	-	
	Over 50 år	Prosent	15,7 %	15,0 %	-	-	-	
	Menn	Prosent	64,0 %	64,0 %	-	-	-	
	Under 30 år	Prosent	35,4 %	31,0 %	-	-	-	
	30–50 år	Prosent	45,5 %	50,0 %	-	-	-	
	Over 50 år	Prosent	19,2 %	19,0 %	-	-	-	
	Logistikk- og transportmedarbeidere							
	Kvinner	Prosent	12,8 %	13,0 %	-	-	-	
	Under 30 år	Prosent	30,0 %	23,0 %	-	-	-	
	30–50 år	Prosent	45,3 %	52,0 %	-	-	-	
	Over 50 år	Prosent	24,7 %	25,0 %	-	-	-	
	Menn	Prosent	87,2 %	87,0 %	-	-	-	
	Under 30 år	Prosent	21, 3%	15,0 %	-	-	-	
	30–50 år	Prosent	44,9 %	52,0 %	-	-	-	
	Over 50 år	Prosent	33,8 %	33,0 %	-	-	-	

Tabellen «Likestilling og mangfold» forts.

Likestilling og mangfold								
Indikator-referanse	Kategori	Enhet	2023	2022	2021	2020	2019	Kommentar
405-2	Forhold mellom grunnlønn og godtgjørelse for kvinner og menn	Prosent						
	Totalt	Prosent	82,0 %	79,6 %	78 %	-	-	
	Konsernledelse og direktører	Prosent	81,0 %	-	95 %	-	-	
	Funksjonærer og kontormedarbeidere	Prosent	91,0 %	-	98 %	-	-	
								Omfatter kun Norsk Butikkdrift AS.
	Butikkmedarbeidere	Prosent	111,0 %	-	100 %	-	-	
	Industrimedarbeidere	Prosent	88,0 %	-	89 %	-	-	
	Logistikk- og transportmedarbeidere	Prosent	101,0 %	-	102 %	-	-	
406-1	Varsling om diskriminering og andre kritikkverdige forhold	Antall	4	7	-	-	-	

VEDLEGG

FORKORTELSER

AMUK
Arbeidsmiljøutvalget i konsern

ASC
Aquaculture Stewardship Council

BHT
Bedriftshelsetjenesteordning

CEMAsys
Selskapet som har gjort Coop Norge konserns klimaregnskap

CLog
Coop Logistikkcenter

FSC
Forest Stewardship Council

GFSI
Global Food Safety Initiative

GOTS
Global Organic Textile Standard

GRI
Global Reporting Initiative

HMF
Handelens Miljøfond

HMS
Helse, miljø og sikkerhet

HVO
Hovedverneombud

LAMU
Lokalt arbeidsmiljøutvalg

MSC
Marine Stewardship Council

OECD
Organisation for Economic Co-operation and Development, Organisasjonen for økonomisk samarbeid og utvikling

RSPO
Roundtable for Sustainable Palm Oil

TCO
Sertifiseringsordning for datamaskiner, monitorer, hodetelefoner osv.

TGTG
Too Good To Go

WWF
World Wide Fund for Nature, Verdens naturfond

MERKEORDNINGER OG SERTIFISERINGS-ORDNINGER I COOP NORGE KONSERN

Merkeordninger

Nøkkelhullet

Nøkkelhullet gjør det enkelt å velge sunnere. Nøkkelhullmerkede varer inneholder mindre fett, salt og sukker og mer fiber sammen-lignet med andre matvarer innenfor samme gruppe. Kriteriene for hvilke matvarer som kan få Nøkkelhullet, er fastsatt i fellesskap av norske, svenske og danske myndigheter innenfor mat og helse. I Norge har Helsedirektoratet og Mattilsynet ansvar for denne merkeordningen.

Astma- og allergimerket

Astma- og allergimerket er et nytt merke for astma- og allergi-vennlige produkter som er felles for Norden. Merkeordningen administreres av de nordiske astma- og allergiforbundene, som fastsetter kriteriene og godkjenner produkter.

Brødskalaen

Grovhetsmerking av brød er en frivillig merkeordning for brød, som angir andelen av sammalt mel og hele korn i brødet. Dette merkes på følgende måte: fint (0–25 %), mellomgrovt (25–50 %), grovt (50–75 %) og ekstra grovt brød (75–100 %).

Nyt Norge

Nyt Norge er et informasjonsmerke for norsk mat. Nyt Norge stiller krav om at råvarene skal være norske og produsert på gårdsbruk som følger et bestemt kvalitetssystem. Produktene skal være produsert av bedrifter som er lokalisert i Norge. For sammensatte produkter er det tillatt med inntil 25 % ikke-norske ingredienser, som salt, ris og sukker. Ordningen administreres av Stiftelsen Norsk Mat.

Spesialitet

Spesialitetsmerket kan gis til norskproduserte matprodukter med spesielle kvaliteter. Ordningen omfatter både nyvinninger og mer etablerte produkter, ofte med en lokal eller regional til-knytning. Ordningen administreres av Stiftelsen Norsk Mat.

Beskyttede betegnelser

Beskyttede betegnelser er en offentlig merkeordning som gir mulighet til å lovbeskytte produktbetegnelser på næringsmidler som har en spesiell geografisk opprinnelse, en spesiell tradisjon og et spesielt særpreg. Ordningen administreres av Stiftelsen Norsk Mat.

Grønt Punkt

Grønt Punkt er et bevis på at leverandøren av produktet er med på å finansiere returordningene for plast-, metall- og glass-emballasje, emballasjekartong, drikkekartong og bølgepapp. Coop Norge SA krever at leverandører skal være medlem av en godkjent returordning for emballasje.

Elektriske apparater

Energimerking av elektriske apparater er en merkeordning som er påbudt ved norsk lov. Merkingen viser hvor mye elektrisitet hvert produkt bruker, slik at forbrukerne kan sammenligne ulike produkter og være i stand til å velge det mest energieffektive. Det finnes egne merker for ulike apparater.

GOTS

GOTS (Global Organic Textile Standard) er en internasjonal merkeordning for økologiske tekstiler. Merkeordningen stiller krav til at minimum 70 prosent av fibrene skal være økologisk dyrket, og at tekstilene må oppfylle miljø- og helsekrav gjennom hele produksjonsprosessen. Sosiale kriterier og sikkerhet for arbeidere er også inkludert i kravene.

Sertifiseringer

Svanemerket

Svanemerket er det nordiske miljømerket. Svanen er en sertifiseringsordning som garanterer at produktet er blant de minst miljøbelastende innenfor sin varegruppe, og som stiller krav til hele produktets livsløp. Du finner Svanemerket på en rekke produkter, som vaskemidler, papir, hygieneprodukter og maling, samt flere tjenesteområder.

Blomsten (EU Ecolabel)

Blomsten er det felles europeiske miljømerket. Blomsten er etablert av EU-kommisjonen og er en tilsvarende sertifiserings- og merkeordning som Svanemerket. Blomsten finnes på mange av de samme produktene som Svanen.

FSC

FSC (Forest Stewardship Council) er en sertifiseringsordning for skogbruk. FSC-merket skal garantere at skogen forvaltes bære-kraftig, og at skogsdriften tar hensyn til lokalbefolkningen og bio-logisk mangfold. FSC brukes på ulike tømmer- og treprodukter, blant annet hagemøbler og kjøkkenredskaper, men også grillkull, bøker og papir. FSC er en råvaremerking.

MSC

MSC (Marine Stewardship Council) er en sertifiseringsordning som garanterer at fiskebestanden ikke overfiskes, og at den forvaltes godt. Standarden er utviklet i samarbeid med fiske-industrien, forskere og miljøvernorganisasjoner. Sertifiseringen omfatter fiskerier som driver med fangst av vill fisk eller sjømat.

ASC

ASC (Aquaculture Stewardship Council) er en sertifiseringsord-ning for ansvarlig havbruk, det vil si oppdrett av fisk og skalldyr. Produkter med ASC-merket har møtt kravene i ASCs standard. Merket viser at sjømaten kommer fra havbruk som har minimal påvirkning på miljøet og samfunnet.

Debios økologimerke

Debios økologimerke (Ø-merket) garanterer at varen er økolo-gisk. Betegnelsen «økologisk» er juridisk beskyttet. Det vil si at for å produsere, distribuere eller markedsføre mat og fôr som økologisk må varen være sertifisert av Debio eller et tilsvarende utenlandsk kontrollorgan.

EUs økologimerke

EUs økologimerke er sertifiseringsordningen for økologiske varer produsert i EU. Mange produkter er merket med både EU-merket for økologi og nasjonale økologimerker.

Better Cotton

Better Cotton Initiative (BCI) er en sertifisering for bærekraftig bomull. Målet er ansvarlig bomullsproduksjon som gir redusert miljøbelastning i produksjonen og bedrer vilkårene for produsent-ene.

Oeko-Tex

Oeko-Tex garanterer trygge tekstiler og at produktet er testet for innhold av klorerte fenoler, ftalater, organiske tinnforbindelser mm, dvs. allergi-, helse- og miljøfarlige stoffer. Du finner merket på klær, håndklær og sengetøy. Merket er ikke et økologimerke.

Fairtrade

Fairtrade sertifiserer råvareproduksjon og garanterer at bønd-er og arbeidere får bedre handelsbetingelser, og at råvarene i produktet er dyrket etter standarder for trygge arbeidsforhold og bærekraftig jordbruk. Bønder, plantasjer, handelsaktører og merkevarer i hele verdikjeden må følge Fairtrade-standardene som gjelder for dem.

Rainforest Alliance

Rainforest Alliance betyr at produktet er blitt dyrket og høstet på en miljøvennlig og sosialt ansvarlig måte. For å bli sertifisert etter Rainforest Alliance må produksjonen etterleve krav knyttet til arbeidsforhold, miljø, økonomi og drift.

TCO

TCO er en sertifiseringsordning for datamaskiner, monitorer, hodetelefoner osv. Merket stiller krav til stråling, kjemikalier, energiforbruk, ergonomi og produsentens arbeid med sosial ansvarlighet.

SAMARBEID

Bransjesamarbeid

Virke

Virke er hovedorganisasjonen for handels- og tjenestenæringen og er bindeleddet mellom arbeidsgiverne og myndighetene. Coop Norge SA er medlem og er representert i sentralstyret, styret for byggevarehandel og dagligvarestyret.

Dagligvarehandelens Miljøforum

Dagligvarehandelens Miljøforum (DMF) eies av Coop Norge SA, NorgesGruppen og Rema 1000. Bransjesamarbeidet i DMF omhandler logistikk, redusert utslipp fra transport, emballasje, lastbærere, verdikjedeoptimalisering, trygg mat, retur og gjenvinning av emballasje. Coop Norge SA er representert i styret og i alle DMFs faggrupper.

Handelens Miljøfond

Handelens Miljøfond er Norges største private miljøfond, og handelens felles storsatsing for å løse miljøproblemer knyttet til plast og Norges viktigste grep for å oppfylle EUs plastbærepose-direktiv. Coop Norge SA er medstifter og er representert i styret.

Matvett

Matvett er mat- og serveringsbransjens selskap for å forebygge og redusere matsvinn og samarbeider på vegne av bransjen med myndigheter og forskningsmiljøer. Coop Norge SA deltar aktivt i arbeidet i Matvett.

Grønt Punkt Norge

Sammen med returselskapene sørger Grønt Punkt Norge for at emballasje får nytt liv etter den at har gjort nytten sin. På vegne av returselskapene Norsk Returkartong, Plastretur, Norsk Metallgjenvinning, Norsk Resy, Sirkel Glass og Treretur, sikrer Grønt Punkt Norge at medlemsbedriftene tar ansvar for sin del av kretsløpet. Coop Norge SA er representert i styret i flere av materialselskapene.

Stiftelsen Norsk Mat

Stiftelsen Norsk Mat er en uavhengig stiftelse som bidrar til økt mangfold, kvalitet og verdiskaping i norsk matproduksjon og forvalter tre merkeordninger som gir forbrukerne trygghet og informasjon om matens opprinnelse og kvalitet: Nyt Norge, Beskyttede Betegnelser og Spesialitet. Coop Norge SA er representert i styret.

Merkur-programmet

Merkur-programmet er et kompetanse- og utviklingsprogram for nærbutikker i Distrikts-Norge. Målet er å sikre innbyggerne tilgang til en nærliggende dagligvarebutikk med god kvalitet og mange tilleggstjenester. Coop Norge SA er representert i styret.

Stand – Standardiseringsutvalget for norsk dagligvarebransje

STAND skal utarbeide og anbefale relevant rammeverk og retningslinjer som bidrar til bærekraftige og effektive verdikjeder i norsk dagligvarebransje og eies i felleskap av Dagligvarehandelens Miljøforum (DMF) og Dagligvareleverandørenes Forening (DLF). Coop Norge SA er representert i styret.

Matbransjens faglige utvalg

Matbransjens faglige utvalg (MFU) skal sikre forsvarlig markedsføring overfor barn og unge, supplere og utdype eksisterende lovverk og bidra til en god og ansvarlig markedsføringspraksis. Coop Norge SA er representert i MFUs utvalg og styre.

Rådet for matvareberedskap

Rådet for matvareberedskap er et rådgivende organ for Nærings- og fiskeridepartementet (NFD) ved beredskapsplanlegging og ved kriser i fredstid. Organet skal også fungere som NFDs kriseorganisasjon innenfor sin sektor. Coop Norge SA er representert i rådet.

Tradesolution

Tradesolution utvikler IT- og samhandlingsløsninger for, og i samarbeid med aktørene i norsk dagligvare og servering. Tradesolution forvalter blant annet EPD-databasen, hvor alle produkter i dagligvarehandelen registreres med produktinformasjon. Coop Norge SA er representert i styret.

Infinitum

Infinitum er etablert av drikkevareprodusentene og dagligvarekjedene i Norge for å drive effektiv innsamling og resirkulering av drikkevareflasker og -bokser og forvalter det norske pante-systemet – som er verdens beste! Coop Norge SA er deleier og representert i styret.

Organisasjoner

Etisk handel Norge

Etisk handel Norge er Nordens ledende nettverk av bedrifter, organisasjoner og offentlige virksomheter som jobber forpliktende og systematisk for å sikre bærekraftige leverandørkjeder. Coop Norge SA er representert i styret med styreleder.

GMO-nettverket

GMO-nettverket arbeider for å sikre forbrukere og matprodusenter retten til å velge GMO-fri mat, fôr, frø og dyr. Coop Norge SA er medlem og representert styret.

Debio

Debio forvalter, regulerer og kontrollerer økologisk produksjon og regelverk i Norge. Coop Norge SA er medlem og representert i styret.

Internasjonalt samarbeid

International Co-operative Alliance (ICA)

International Cooperative Alliance, grunnlagt i 1895, jobber for å forene, representere og tjene kooperativer over hele verden.

EuroCoop

EuroCoop er de europeiske forbrukerkooperasjonenes fellesorganisasjon, basert i Brussel. Coop Norge SA er medlem og er representert i styret.



BDO AS
Munkedamsveien 45
Postboks 1704 Vik
0121 Oslo

Uavhengig attestasjonsuttalelse om Coop Norge SAs bærekraftsrapport

Til styret i Coop Norge SA

Vi er engasjert av ledelsen i Coop Norge SA for å utføre et attestasjonsoppdrag som skal gi moderat sikkerhet knyttet til Coop Norge SAs bærekraftsrapport for regnskapsåret 2023.

Konklusjon

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

- Coop Norge SA ikke rapporterer i henhold til Global Reporting Initiative (GRI) prinsipper for rapportering
- Coop Norge SAs GRI-indeks presentert i bærekraftsrapporten ikke reflekterer hvor informasjonen om de ulike rapporteringskravene i GRI-standardene presenteres i Coop Norge SAs bærekraftsrapport
- Nøkkeltall for bærekraft ikke i det alt vesentlige utarbeidet, målt og rapportert i overenstemmelse med kravene i standarder utgitt av GRI

Ledelsens ansvar

Ledelsen i Coop Norge SA er ansvarlig for utarbeidelsen og presentasjonen av bærekraftsrapporten, og for at rapporten er utarbeidet i samsvar med rapporteringskriteriene som er presentert i rapporten. Ledelsen er også ansvarlig for slik intern kontroll som ledelsen finner nødvendig for å muliggjøre utarbeidelsen av en rapport som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil.

Vår uavhengighet og kvalitetskontroll

Vi er uavhengige av selskapet slik det kreves i lov, forskrift og International Code of Ethics for Professional Accountants (inkludert internasjonale uavhengighetsstandarder) utstedt av the International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA-reglene), og vi har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Innhentet revisjonsbevis er etter vår vurdering tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon. 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.

Revisors oppgaver og plikter ved attestasjon av bærekraftsrapporten

Vår oppgave er å gi uttrykk for en konklusjon med moderat sikkerhet på at bærekraftsrapporten til Coop Norge SA i det alt vesentlige er i samsvar med kriteriene beskrevet i Global Reporting Initiative Standards (<https://www.globalreporting.org/standards>).

Vårt oppdrag er gjennomført i samsvar med ISAE 3000 - «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon» og ISAE 3410 -

BDO AS, et norsk aksjeselskap, er deltaker i BDO International Limited, et engelsk selskap med begrenset ansvar, og er en del av det internasjonale nettverket BDO, som består av uavhengige selskaper i de enkelte land. Foretaksregisteret: NO 993 606 650 MVA.

side 1 av 2



«Attestasjonsoppdrag om klimagassrapporter». Disse standardene krever at vi planlegger og utfører vårt oppdrag for å oppnå moderat sikkerhet for at informasjonen presentert i bærekraftsrapporten i det alt vesentlige samsvarer med kriteriene, og å utstede en uavhengig attestasjonsuttalelse om bærekraftsrapporten. Typen, tidspunktet og omfanget av prosedyrene avhenger av vårt skjønn, inkludert vurdering av risikoen for vesentlig feilinformasjon, enten som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Prosedyrer utført i et attestasjonsoppdrag som skal gi moderat sikkerhet varierer i type og omfang, og er mindre i omfang enn et attestasjonsoppdrag som skal gi betryggende sikkerhet. Følgelig er sikkerhetsnivået i et attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet vesentlig lavere enn om attestasjonsoppdraget var utført for å oppnå betryggende sikkerhet.

Ved gjennomføringen av revisjonsoppdraget har vi blant utført følgende handlinger:

- Møter med nøkkelansatte for å vurdere internkontroll og rutiner knyttet til rapportering av vesentlig bærekraftsinformasjon
- Innsamling og gjennomgang av relevant informasjon som støtter fremstilling av nøkkeltall gjennom analytiske handlinger og detaljtesting
- Kontrollert at Coop Norge SA har utarbeidet en indeks for 2023 og om informasjonen er gitt slik det kreves i standardene utgitt av The Global Reporting Initiative

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

19. april 2024

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 nettverket BDO, som består av uavhengige selskaper i de enkelte land. Foretaksregisteret: NO 993 606 650 MVA.

side 2 av 2

Coop Norge konsern har rapportert informasjonen gjengitt i GRI-indeksen for regnskapsåret 2023 (1. januar 2023 til 31. desember 2023) i samsvar med GRI Universal Standards 2021.

GRI-standard	Rapporteringsindikator	Plassering	Utelatelser		
			Krav utelatt	Grunn til utelatelse	Begrunnelse
GRI 2: Grunnleggende opplysninger					
Organisasjon og rapporterings-praksis					
2-1	Informasjon om selskapet	s. 6-9	2-1 d	Ikke relevant	Virksomheten opererer kun i Norge.
2-2	Enheter inkludert i selskapets bærekrafts-rapportering	s. 107			
2-3	Rapporteringsperiode og -frekvens og selskapets kontaktperson	s. 107			
2-4	Endringer i opplysninger fra tidligere rapportering	s. 107			
2-5	Ekstern revisjon	s. 107 og s. 154-155			
Aktiviteter og ansatte					
2-6	Aktiviteter, verdikjede og andre forretnings-forbindelser	s. 8-9 og s. 102			
2-7	Ansatte	s. 144	2-7 b) iii, iv og v. c), d) og e	Ufullstendig informasjon	Vi har ikke oversikt over dette. Region er ikke oppgitt da vår virksomhet kun er i Norge.
2-8	Arbeidere som ikke er ansatt	s. 144	2-7 b og c	Ufullstendig informasjon	Metoder og beregninger redegjøres ikke for.
Selskapsstyring					
2-9	Styringsstruktur og sammensetning	s. 39 og s. 44	2-9 b, c, d og e	Ufullstendig informasjon	Redegjøres ikke for i 2023.
2-10	Nominasjon og valg av øverste styrings-organ	s. 43	2-10 b	Ufullstendig informasjon	Redegjøres ikke for i 2023.
2-11	Leder for øverste styringsorgan	s. 39			
2-12	Øverste beslutningsorgans rolle i tilsynet med konsekvenshåndtering	s. 100-101	2-12	Ufullstendig informasjon	Begrenset til å omtale styrets rolle i bærekraftsarbeidet på et overordnet nivå.
2-13	Delegering av ansvar for å håndtere påvirkninger	s. 100-101			
2-14	Øverste beslutningsorgans rolle i bærekraftsrapporteringen	s. 100-101			
2-15	Interessekonflikter		2-15	Utilgjengelig informasjon	Redegjøres ikke for i 2023.
2-16	Kommunikasjon av kritiske bekymringer og forhold	s. 100-101			
2-17	Samlet kunnskap i det øverste styrings-organet	s. 100-101		Ufullstendig informasjon	
2-18	Evaluering av ytelsen til det øverste styringsorganet		2-18	Ufullstendig informasjon	Styrets ytelse er ikke evaluert i 2023.
2-19	Lønn og kompensasjon til ledelse	s. 44	2-19	Ufullstendig informasjon	Begrenset til en generell redegjørelse om godtgjørelse av styret og administrerende direktør.
2-20	Prosess for å fastsette godtgjørelse	s. 44	2-20	Ufullstendig informasjon	Begrenset til en generell redegjørelse om godtgjørelse av styret og administrerende direktør.
2-21	Årlig total kompensasjonsgrad		2-21	Ufullstendig informasjon	Redegjøres ikke for i 2023.

GRI-standard	Rapporteringsindikator	Plassering	Utelatelser		
			Krav utelatt	Grunn til utelatelse	Begrunnelse
Strategi, retningslinjer og praksis					
2-22	Uttalelse om selskapets strategi for bærekraftig verdiskapning	s. 12-13 og s. 48-49			
2-23	Policyer og forpliktelser	s. 100			
2-24	Forankring av policyer og forpliktelser	s. 100			
2-25	Prosess for å utbedre negative påvirkninger	s. 136-138	2-25	Ufullstendig informasjon	Begrenset til en generell redegjørelse av aktsomhets-vurderinger (OECDs retningslinjer).
2-26	Mekanismer for å søke råd og reise bekymringer	s. 143	2-26	Ufullstendig informasjon	Begrenset til omtale av intern varslingskanal for ansatte og innleide ressurser.
2-27	Overholdelse av lover og reguleringer	s. 52 og s. 136	2-27	Ufullstendig informasjon	Begrenset til omtale av en pågående sak i Konkurransetilsynet.
2-28	Medlemsforeninger	s. 134			
2-29	Tilnærming til interessentdialog	s. 106			
2-30	Tariffavtaler	s. 143 og s. 145			
GRI 3: Vesentlige temaer					
3-1	Prosess for å definere vesentlige temaer	s. 103-104			
3-2	Liste over vesentlige temaer	s. 104-105			
		Se henvisning til redegjørelser under hvert vesentlige tema			
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema				
En sunnere handlekurv					
Ernæring og folkehelse					
					Begrenset informasjon om sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittelet om interessentdialog.
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 108-110	3-3 e (i og iv) og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	
Egendefinert	Frukt og grønt, volumandel av solgte matvarer (vekt)	s. 110			
Egendefinert	Fisk og sjømat, volumandel av solgte matvarer (vekt)	s. 110			
Egendefinert	Produkter med Nøkkelhullet	s. 110			
Et miljøvennlig hjem					
Bærekraftige produkter					
					Begrenset informasjon om mål, sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittel om interessentdialog.
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 111-113	3-3 e og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	

GRI-standard	Rapporteringsindikator	Plassering	Utelatelser		
			Krav utelatt	Grunn til utelatelse	Begrunnelse
GRI 301: Materials 2016					
301-1	Materialbruk		301-1	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over materialer brukt i produksjon av egne merkevarer eller produkter fra merkevare-leverandører.
301-2	Bruk av resirkulerte materialer		301-2	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over bruk av resirkulerte materialer brukt i produksjon av egne merkevarer eller produkter fra merkevareleverandører.
301-3	Gjenvunnede produkter og materialer		301-3	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over prosentandel av gjenvunnede produkter (egne merkevarer og produkter fra merkevareleverandører).
Egendefinert	Sertifisert palmeolje i matvarer	s. 113			
Egendefinert	Andel av leverandører av egne merkevarer som er godkjent iht. til varekrav om serti-fisert palmeolje	s. 113			
Egendefinert	Sertifisert soya	s. 113			
Egendefinert	Sertifisert kaffe, te og kakao	s. 113			
Egendefinert	Sertifisert fisk og sjømat	s. 113			
Egendefinert	Svanemerket	s. 113			
Egendefinert	GOTS	s. 113			
Egendefinert	Nyt Norge	s. 113			
Egendefinert	Antall Ånglamark-produkter	s. 113			
Et sirkulært Coop					
Klimaendringer					
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 114-122	3-3 e (i og v) og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	Begrenset informasjon om sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittelet om interessentdialog.
GRI 305: Emissions 2016					
305-1	Direkte klimagassutslipp (Scope 1)	s. 116-117 og s. 120	305-1 c	Ufullstendig informasjon	Ikke beregnet biogene utslipp da vi har ventet på siste føringer for FLAG-utslipp.
305-2	Indirekte utslipp fra innkjøpt energi (Scope 2)	s. 116-117 og s. 120			
305-3	Indirekte klimagassutslipp (Scope 3)	s. 116 og s. 118-120	305-3 c	Ufullstendig informasjon	Ikke beregnet biogene utslipp da vi har ventet på siste føringer for FLAG-utslipp.
305-4	Intensitet av klimagassutslipp	s. 120			
305-5	Reduksjon av klimagassutslipp	s. 116 og s. 120			
305-6	Utslipp av ozonnedbrytende stoffer (ODS)		305-6	Ikke relevant	Vi hadde ikke utslipp av ODS i 2023.
305-7	Utslipp av nitrogenoksider (Nox), svovel-oksider (Sox) og andre betydelige utslipp	s. 121	305-7 a)iii, a)v og a)vii	Ufullstendig informasjon	Mangler konverteringsfaktor for beregninger.
GRI 302: Energy 2016					
302-1	Energiforbruk i organisasjonen	s. 121	302-1 d	Ikke relevant	Vi selger ikke strøm.
302-2	Energiforbruk utenfor organisasjonen		302-2	Utilgjengelig informasjon	Vi har ikke innsikt i energiforbruket utenfor organisasjonen på det nåværende tidspunkt.
302-3	Energiintensitet		302-3 a-d	Ikke relevant	
302-4	Reduksjon av energiforbruk	s. 121			
302-5	Reduksjoner i energibehovet til produkter og tjenester		302-5	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette.

GRI-standard	Rapporteringsindikator	Plassering	Utelatelser		
			Krav utelatt	Grunn til utelatelse	Begrunnelse
Natur og økosystem					
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 122-124	3-3 e og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	Begrenset informasjon om mål, sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittelet om interessentdialog.
GRI 304: Biodiversity 2016					
304-1	Driftsarealer som eies, leies, forvaltes i eller i tilknytning til verneområder og om-råder med høy verdi for biologisk mangfold utenfor verneområder		304-1	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette.
304-2	Vesentlige virkninger av aktiviteter, produkter og tjenester på biologisk mangfold		304-2	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette.
304-3	Habitater beskyttet eller restaurert		304-3	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette.
304-4	ICUNs rødliste over arter i områder som er berørt av virksomheten		304-4	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette.
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016					
308-1	Nye leverandører vurdert iht. miljøkriterier		308-1	Utilgjengelig informasjon	Vi har ikke gjennomført leverandørvurderinger knyttet til miljø i 2023.
308-2	Negativ miljøpåvirkning i leverandørkjeden og gjennomførte tiltak		308-2	Utilgjengelig informasjon	Vi har ikke gjennomført leverandørvurderinger knyttet til miljø i 2023.
GRI 303: Water and Effluents 2018					
303-1	Interaksjoner med vann som en delt ressurs	s. 124	303-1	Ufullstendig informasjon	Begrenset til noe informasjon om vanninntak i Coop Norge Industri AS.
303-2	Håndtering av konsekvenser knyttet til vannutslipp	s. 124	303-2	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette.
303 -3	Vannuttak		303-3	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette.
303-4	Vannutslipp		303-4	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette.
305-5	Vannforbruk	s. 124	304-5	Ufullstendig informasjon	Begrenset til noe informasjon om vannforbruk i Coop Norge Industri AS.
Sirkulær økonomi					
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 125-127	3-3 e og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	Begrenset informasjon om mål, sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittelet om interessentdialog.

GRI-INDEKS forts.

GRI-standard	Rapporteringsindikator	Plassering	Utelatelser		
			Krav utelatt	Grunn til utelatelse	Begrunnelse
GRI 306: Waste 2020					
306-1	Avfallsgenerering og avfallsrelaterte påvirkninger	s. 125-126			
306-2	Håndtering av avfallsrelaterte påvirkninger	s. 125-126			
306-3	Avfall generert	s. 127			
306-4	Avfall fra deponi	s. 127	306-4 d) ii	Ufullstendig informasjon	Vi har ingen innsikt i hvordan forbrukernes avfall omdisponeres til annen avfallshåndtering.
306-5	Avfall til deponi	s. 127	306-5 d) ii	Ufullstendig informasjon	Vi har ingen innsikt i hvordan forbrukernes avfall omdisponeres til annen avfallshåndtering.
Egendefinert	Sorteringsgrad	s. 127			
Matsvinn					
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 127-129	3-3 e (i og v) og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	Begrenset informasjon om sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittelet om interessentdialog.
Egendefinert	Matsvinn i butikk og på lager	s. 129			
Egendefinert	Reduksjon av matsvinn i butikk og på lager	s. 129			
Egendefinert	Produksjonssvinn i industri	s. 129			
Egendefinert	Nedprising (solgt mat)	s. 129			
Egendefinert	Donasjon til veldedighet	s. 129			
Egendefinert	Matavfall til dyrefôr eller annen produksjon	s. 129			
Plast og emballasje					
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 130-132	3-3 e og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	Begrenset informasjon om mål, sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittelet om interessentdialog.
GRI 301: Materials 2016					
301-1	Materialbruk		301-1	Utilgjengelig informasjon	Vi har ikke oversikt over dette.
301-2	Bruk av resirkulerte materialer		301-2	Utilgjengelig informasjon	Vi har ikke oversikt over dette.
301-3	Gjenvunnede produkter og materialer		301-3	Utilgjengelig informasjon	Vi har ikke oversikt over dette.
Egendefinert	Redusert bruk av plast	s. 132			
Egendefinert	Økt bruk av resirkulert plast	s. 132			
Egendefinert	Emballasje gjort materialgjenvinnbar	s. 132			
Egendefinert	Bruk av biobasert plast	s. 132			
Egendefinert	Antall solgte plastbæreposer	s. 132			
Et ansvarlig Coop					
Ansvarlighet og etikk					
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 133-136	3-3 e og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	Begrenset informasjon om mål, sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittelet om interessentdialog.
GRI 205: Anti-corruption 2016					
205-1	Antall enheter risikokartlagt mht. korrupsjon	s. 134	205-1	Utilgjengelig informasjon	Risikovurderinger gjøres som en del av leverandør-oppfølgning, men vi har ingen oversikt over antall/prosent. Delvis redegjørelse for vesentlig risiko.

Tabellen «GRI-Indeks» forts.

GRI-standard	Rapporteringsindikator	Plassering	Utelatelser		
			Krav utelatt	Grunn til utelatelse	Begrunnelse
205-2	Kommunikasjon og opplæring i anti-korrupsjonspolicyer og -prosedyrer	s. 134	205-2	Utilgjengelig informasjon	Begrenset til informasjon om policyer og interne retningslinjer.
205-3	Bekreftede korrupsjonssaker og handling/ tiltak iverksatt	s. 136			
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016					
206-1	Rettslige skritt ved konkurransebegrens-ende atferd, anti-trust og monopolpraksis	s. 136			
GRI 418: Customer Privacy 2016					
418-1	Brudd på regelverk for personvern	s. 136	418-1	Ufullstendig informasjon	Begrenset til antall avvik på personvern meldt til Datatilsynet.
Menneske-rettigheter og anstendig arbeidsforhold					
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 136-139	3-3 e og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	Begrenset informasjon om mål, sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittel om engasjement med intressenter.
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016					
414-1	Nye leverandører vurdert iht. sosiale kriterier	s. 139			
414-2	Risikovurdering av negativ sosial påvirkning i leverandørkjeden og gjennomførte tiltak"	s. 139	414-2 c og d	Ufullstendig informasjon	Vi har ikke data for å kunne redegjøre for dette.
GRI 408: Child Labour 2016					
408-1	Virksomheter og leverandører med betydelig risiko for tilfeller av barnearbeid		408-1	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016					
409-1	Virksomheter og leverandører med betydelig risiko for tilfeller av tvangsarbeid		409-1	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018					
403-7	Forebygging og avbøtning av helse- og sikkerhetsmessige virkninger i leverandørkjeder/forretningsforbindelser		403-7	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016					
407-1	Virksomheter og leverandører der retten til organisasjonsfrihet og kollektive for-handlinger kan være i fare		407-1	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette

GRI-standard	Rapporteringsindikator	Plassering	Utelatelser		
			Krav utelatt	Grunn til utelatelse	Begrunnelse
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016					
411-1	Tilfeller av krenkelser av urfolks rettigheter		411-1	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette
Trygg vare					
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 139-141	3-3 e og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	Begrenset informasjon om mål, sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittelet om interessentdialog.
GRI 416: Customer Health and Safety 2016					
416-1	Risikovurdering av produkter og tjenester	s. 139-140	416-1	Utilgjengelig informasjon	Begrenset til en redegjørelse av prosesser for risiko-vurdering. Andel oppgis ikke grunnet datamangel.
416-2	Tilbakekallinger	s. 141	416-2	Ufullstendig informasjon	Begrenset til informasjon om tilbaketrekkinger grunnet fare for liv og helse, tilbaketrekkinger grunnet avvik på kvalitet eller merking og tilbaketrekkinger grunnet manglende overholdelse av regelverk.
GRI 417: Marketing and Labeling 2016					
417-1	Krav til produkt- og tjenesteinformasjon og -merking	s. 140	417-1 b	Utilgjengelig informasjon	Redegjøres ikke for andel av produkter som er dekket av rutiner.
417-2	Tilfeller av brudd på regelverk for produkt-informasjon og -merking	s. 136	417-2	Ufullstendig informasjon	Begrenset til antall tilbaketrekkinger/tilbakekallinger pga. feilmerking.
417-3	Tilfeller av brudd på regelverk for markeds-føring og kommunikasjon	s. 136	417-3	Ufullstendig informasjon	Begrenset til antall formelle klager og saker knyttet til regelverk for markedsføring.
Et mangfoldig Coop					
Trygg og ansvarlig arbeidsgiver					
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 142-145	3-3 e og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	Begrenset informasjon om mål, sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittelet om interessentdialog.
GRI 401: Employment 2016					
401-1	Nyansettelse og turnover	s. 145	401-1	Ufullstendig informasjon	Nyansettelser: Rate oppgis ikke. Turnover: Begrenset til prosent (antall oppgis ikke). Region er ikke relevant da vi kun har virksomhet i Norge. Data foreligger ikke.
401-2	Ytelser til heltidsansatte som ikke gis til midlertidig ansatte eller deltidsansatte	s. 143	401-2 a) i, iii, v, vi og b	Ufullstendig informasjon	Begrenset til informasjon om bedriftshelsetjeneste, helseforsikring og foreldrepermisjon.
401-3	Foreldrepermisjon	s. 143 og s. 145	401-3 a, c, d og e	Ufullstendig informasjon	Begrenset til informasjon om antall ansatte som tok foreldrepermisjon (fordelt på kjønn). Annen informasjon er ikke tilgjengelig.
Egendefinert	Gjennomsnittlig antall uker med foreldre-permisjon	s. 145			

GRI-standard	Rapporteringsindikator	Plassering	Utelatelser		
			Krav utelatt	Grunn til utelatelse	Begrunnelse
GRI 404: Training and Education 2016					
404-1	Gjennomsnittlig antall timer med opp-læring		404-1	Utilgjengelig informasjon	Vi har ingen oversikt over dette.
404-2	Kompetanseprogrammer for ansatte og hjelp med overgang	s. 146	404-2	Ufullstendig informasjon	Begrenset til redegjørelse om generell opplæring av ansatte.
404-3	Prosentandel av ansatte som mottar regelmessige vurderinger av prestasjoner og karriereutvikling		404-3	Utilgjengelig informasjon	Måles normalt via medarbeiderundersøkelsen. Da denne ikke er ble gjennomført i 2023 på grunn av organisasjonsendringer, foreligger det ikke svar i rapporteringsåret.
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018					
403-1	Styringssystem for helse og sikkerhet (HMS)	s. 142-143			
403-2	Fareidentifikasjon, risikovurdering og etterforskning av hendelser	s. 142-143			
403-3	Helsetjenester	s. 143			
403-4	Arbeidstakeres deltakelse, mulighet for å bli hørt og kommunikasjon vedr. HMS.	s. 143			
403-5	Opplæring av arbeidstakere i HMS	s. 143			
403-6	Ivareta arbeidstakernes helse	s. 143		Ufullstendig informasjon	Begrenset til redegjørelse av tilgang på bedrifts-helsetjeneste og helseforsikringer.
403-8	Arbeidstakere som omfattes av styrings-systemet for HMS	s. 142			
403-9	Arbeidsrelaterte skader for egne med-arbeidere og for arbeidere som jobber for selskapet	s. 145	403-9	Ufullstendig informasjon	Begrenset til antall skader (H1, H2 og H3) og ikke fordelt på ansatte og midlertidige/innleide ansatte.
403-10	Sykefravær	s. 145	403-10	Ufullstendig informasjon	Begrenset til sykefravær oppgitt i prosent.
Likestilling og mangfold					
3-3	Styring og håndtering av vesentlig tema	s. 146-148	3-3 e og 3-3 f	Ufullstendig informasjon	Begrenset informasjon om mål, sporing av effekt og læring i organisasjonen. Videre er interessentdialog kun redegjort for på et generelt grunnlag i kapittel om engasjement med inressenter.
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016					
405-1	Likestilling i styrende organer og blant ansatte	s. 147			
405-2	Forhold mellom grunnlønn og godtgjørelse mellom kvinner og menn	s. 148			
GRI 406: Non-discrimination 2016					
406-1	Hendelser knyttet til diskriminering, korrektive tiltak	s. 148	406-1 b	Ufullstendig informasjon	Begrenset til infromasjon om antall varslingssaker

MÅLTALL OG NØKKELTALL COOP I NORGE

Bærekraftsarbeidet er sentralt for Coop i Norges evne til å skape vekst, tillit og konkurransekraft i årene som kommer. Et strukturert arbeid med bærekraft bidrar til å redusere risiko og skape lønnsomhet. Bærekraft har derfor en sentral plass i Coop i Norge sin felles strategi mot 2025. Bærekraft er løftet frem gjennom et strategisk mål og hovedstrategien "Et bærekraftig Coop" med tilhørende måltall, som gjelder for hele Coop i Norge.

Hovedstrategien «Et bærekraftig Coop» identifiserer fem hovedområder for en bærekraftig utvikling: «Et sirkulært Coop», «Et ansvarlig Coop», «Et mangfoldig Coop», «Et miljøvennlig hjem» og «En sunnere handlekurv». Strategien legger grunnlaget for systematisk og målrettet arbeid innenfor disse fem sentrale bærekraftsområdene for å møte våre egne og interessentenes forventninger til utvikling og resultater for hele Coop i Norge. I det følgende redegjøres det for utvikling og resultater i 2023.

Måltall for Coop i Norge								
Kategori	Enhet	Mål 2025	2023	2022	2021	2020	Basisår 2019	Kommentar
Fisk og sjømat								Omfatter Coop i Norge. Ny målemetode fra 2023: Volumandel i vekt av solgte matvarer (eksklusive øl, mineralvann og tobakk). Måltallet for fisk og sjømat gjelder: andelen fersk, frossen og hermetisk fisk og sjømat av alle matvarer (eksklusive øl, mineralvann og tobakk). Kun sentralregistrerte varer. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. ny målemetode.
Volumandel av solgte matvarer (vekt)	Prosent	3,1 %	2,3 %	2,4 %	2,5 %	2,5 %	2,6 %	
Vekst i fisk og sjømat	Utvikling fra 2019 i prosent							Omfatter Coop i Norge. Målemetode: Endring i volumandel i vekt av solgte matvarer. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. ny målemetode.
Volumandel av solgte matvarer (vekt)		20 %	-12 %	-8 %	-4 %	-4 %	-	
Frukt og grønt								Omfatter Coop i Norge. Ny målemetode fra 2023: Volumandel i vekt av solgte matvarer (eksklusive øl, mineralvann og tobakk). Måltallet for frukt og grønt gjelder: andelen fersk, frossen og hermetisk frukt og grønt (eksklusive poteter) av alle matvarer (eksklusive øl, mineralvann og tobakk). Kun sentralregistrerte varer. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. ny målemetode.
Volumandel av solgte matvarer (vekt)	Prosent	24,8 %	20,2 %	19,8 %	20,1 %	20,3 %	20,7 %	
Vekst i frukt og grønt	Utvikling fra 2019 i prosent							Omfatter Coop i Norge. Målemetode: Endring i volumandel i vekt av solgte matvarer. Basisår 2019. Historiske tall er endret iht. ny målemetode.
Volumandel av solgte matvarer (vekt)		20 %	-2 %	-4 %	-3 %	-2 %	-	

Tabellen «Måltall for Coop i Norge» forts.

Måltall for Coop i Norge								
Kategori	Enhet	Mål 2025	2023	2022	2021	2020	Basisår 2019	Kommentar
Klimagassutslipp i Scope 1 og 2	tco2e	6 685	16 159	9 776	11 231	11 141	11 141	Omfatter Coop i Norge. Scope 1 omfatter utslipp fra firmabiler, egneide transportbiler og kuldemedier. Scope 2 omfatter utslipp fra innkjøpt energi, elektrisitet og fjernvarme/-kjøling. Lokasjonsbasert metode. Basisår 2020. Økningen i utslipp fra basisåret skyldes at stasjonær forbrenning ble lagt til i 2023, som ikke var inkludert da målet ble satt i basisåret.
Reduksjon av klimagassutslipp i Scope 1 og 2	Utvikling fra 2020 i prosent	-40 %	45 %	-12,3 %	0,8 %	-	-	Omfatter Coop i Norge. Målemetode: Endring i klimagassutslipp scope 1 og 2. Lokasjonsbasert metode. Basisår 2020. Økningen i utslipp fra basisåret skyldes at stasjonær forbrenning ble lagt til i 2023, som ikke var inkludert da målet ble satt i basisåret.
Sorteringsgrad	Prosent	92 %	83 %	79,8 %	78 %	78,1 %	75,7 %	Omfatter Coop i Norge. Målemetode: Andel sortert avfall i vekt av totalt avfall i vekt. Basisår 2019.
Matsvinn i butikk og på lager	Tonn	16 946	16 762	21 439	23 381	23 471	24 209	Omfatter Coop i Norge. Målemetode: Antall tonn mat svinnet i butikk og lager. Basisår 2019.
Reduksjon av matsvinn i butikk og på lager	Utvikling fra 2019 i prosent	-30 %	-30,7 %	-11,4 %	-3,4 %	-3 %	-	Omfatter Coop i Norge. Matsvinn i butikk og lager. Målemetode: Endring i antall tonn mat svinnet i butikk og lager. Basisår 2019.
Plastbæreposer innkjøpt	Antall (millioner)	-	115,7	152,7	173,2	168,3	173,7	Plastbæreposer kjøpt inn av Coop i Norge. Basisår 2016.
Reduksjon i plastbæreposer innkjøpt	Utvikling fra 2016 i prosent	-50 %	-37 %	-20 %	-17 %	-17 %	-13 %	Omfatter Coop i Norge. Målemetode: Endring i antall plastbæreposer innkjøpt, per inflasjonsjustert omsetning. Basisår 2016.

Andre nøkkeltall for Coop i Norge						
Kategori	Enhet	2023	2022	2021	2020	Kommentar
Klimagassutslipp						
Klimagassutslipp i Scope 1, 2 og 3	tco2e	450 762	49 377	42 829	45 007	Omfatter Coop i Norge. Scope 1 omfatter utslipp fra firmabiler, egeneide transportbiler, stasjonær forbrenning og lekkasjer av kuldemedier. Scope 2 omfatter utslipp fra innkjøpt energi, herunder elektrisitet og fjernvarme/-kjøling. Tallet reflekterer lokasjonsbasert metode for energi. Scope 3 omfatter innkjøpte varer for faghandel, oppstrøms transport og distribusjon, forretningsreiser, avfallshåndtering, Scope 1- og 2-utslipp fra Norsk Butikkdrift AS sine franchiser og brensel- og energirelaterte aktiviteter (oppstrømsaktiviteter fra Scope 1 og 2). Basisår 2020.
Medlemsbonus						
Utbetalt medlemsbonus for frukt og grønt	MNOK	304	263	244	233	Omfatter Coop i Norge.
Brukere medlemsbonus for frukt og grønt	Antall	1 626 752	1 470 349	1 226 606	1 133 296	Omfatter Coop i Norge.
Utbetalt Ånglamark-bonus	MNOK	21	20	21	19	Omfatter Coop i Norge.
Brukere Ånglamark-bonus	Antall	366 517	346 290	318 767	296 796	Omfatter Coop i Norge.
Utbetalt vegetardagsbonus	MNOK	0,8	0,9	0,9	0,8	Omfatter Coop i Norge.
Brukere av vegetardagsbonus	Antall	26 131	30 052	31 435	31 310	Omfatter Coop i Norge.
Utbetalt gjenbruksbonus for handlenett	MNOK	9,7	8,4	5,0	4,8	Omfatter Coop i Norge.
Brukere gjenbruksbonus for handlenett	Antall	567 905	351 658	249 229	250 379	Omfatter Coop i Norge.
Utleie av verktøy						
Utleie av verktøy, antall leieforhold	Antall	18 770	15 662	12 985	-	Omfatter Coop i Norge. Tjeneste levert av Obs Bygg.
Utleie av verktøy, omsetning (inkl. mva.)	MNOK	8,95	6,93	5,96	-	Omfatter Coop i Norge. Tjeneste levert av Obs Bygg.
Samfunnsbidrag						
Bidrag til Handelens Miljøfond	MNOK	151	153	87	84	Omfatter Coop i Norge. Rapporteres til Handelsen miljøfond.
Coop-dugnaden	Antall	3335	4100	1291	-	Coop i Norge og Røde Kors samarbeider om støtteordning hvor barn i familier med vanskelig økonomi får mulighet til tilskudd for å kunne drive med idrett og fysisk aktivitet.
Kreftforeningen	MNOK	13,3	12,7	11,3	-	Coop i Norge er hovedpartner til Kreftforeningen og engasjerer seg i Rosa Sløyfe-kampanjen.
Draktkampanjen	Antall	8700	20 000	20 000	-	Søknadsordning der idrettsklubber har mulighet til å søke om å få draktsett til laget sitt.
Nødhjelpsarbeid	MNOK	0,38	12,2	-	-	I 2022 gikk nødhjelpen til Ukraina. I 2023 har nødhjelpen gått til Isreal og Gaza samt Syria og Tyrkia.
Norsk Folkehjelp	MNOK	5,8	3,2	3,2	-	Coop Solidaritetsfond støtter Norsk Folkehjelps arbeid med opplæring av minehunder i Sarajevo og utviklings- og sivilsamfunnsprosjekter i Bolivia, Mosambik og Kambodsja. Videre støttes mine-rydding og beskyttelsesprogram for å beskytte sivile mot eksplosive våpen i Ukraina, samt støtte til livsopphold, klær og husly til jordskjelvofrene i Syria.
Norges Vel	MNOK	1	1	-	-	Coop Solidaritetsfond støtter Norges Vels prosjekt for klimasmart risproduksjon i Tanzania med spesielt fokus på opplæring av kvinner.

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

LEDELSEN I COOP NORGE SA

Administrerende direktør: Philipp Engedal
Direktør Innkjøp & Logistikk Dagligvare: Bent Olafsen Aamotsmo
Direktør HR og Kommunikasjon: Stian Asphaug
Direktør Økonomi og Finans: Irene Egset
Direktør Digitalisering & Teknologi: Tor-Arne Fossler
Direktør Kunde og Marked: Ingrid Amundsen
Direktør Kategori, Innkjøp & Logistikk Faghandel: Lars Petter Olafsen
Direktør Coop Mega og Nabolag: Tor Helge Gundersen
Direktør Extra: Håvard Jensen
Direktør Obs: Lars Midttun
Direktør BYGG: Espen Braaten

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: Philipp Engedal
Styremedlemmer: Bent Olafsen Aamotsmo, Knut Berg, Dag Roger Rinde, Asle Tobiassen, Gunhild H. Grande, Ingrid Amundsen
Administrerende direktør: Hege Berg-Knutsen

Coop Norge Eiendom AS

Kontoradresse: Regnbueveien 5, 1405 Langhus
Postadresse: Postboks 3005, 1402 Ski
Styreleder: Philipp Engedal
Nestleder: Bjørn Tore Skaug
Styremedlemmer: Anette Thunes, Lars Ove Valaas-Breivik, Merete E. Valderhaug, Marianne Wiig
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: Philipp Engedal
Styremedlemmer: Arild Sørlien, Merete E. Valderhaug, Lise Renee Skarpås, Kay Arne R. Nedrejord, Thomas Hansen, Linn Imen Torve, Konrad Sørensen, Sabahudin Seceragic (observatør) og Morgan Gjeitanger (observatør)
Administrerende direktør: Robert Leine

Coop Norge Transport AS

Kontoradresse: Lautmovegen 91, 2067 Jessheim
Postadresse: Lautmovegen 91, 2067 Jessheim
Telefon: 46 82 59 36
Styreleder: Eirik Borge
Styremedlemmer: Astrid Tveten, Per Einar Kristoffersen, Ove Henrik Bjørgum
Daglig leder: Tor Arne Akselsen

Inkognito AS

Kontoradresse: Hegdehaugsveien 31, 0352 Oslo
Postadresse: Postboks 218 Bogstadveien, 0323 OSLO
Telefon: 22 12 18 20
Styreleder: Ingrid Amundsen
Styremedlemmer: Christian Eidem
Daglig leder: Nicolay Holtermann Thygesen og Silje Ulriksen

Obs BYGG Montering AS

Kontoradresse: Østre Aker vei 264, 0977 Oslo
Postadresse: Postboks 21 Haugenstua, 0915 Oslo
Styreleder: Espen Braaten
Styremedlemmer: Jens Olav Bjørnson, Lars-Petter Olafsen
Daglig leder: Gustav Sverdrup-Thygeson

ÅRSMØTET COOP NORGE 2023

Ordfører: Stig E. Mortensen (Coop Nord SA)
Varaordfører: Merete Fogh Lund (Coop Sørvest SA)
Per 31. desember 2023 var det 58 samvirkelag som kunne stille med totalt 58 hovedrepresentanter med møte/-tale- og stemme-rett, samt 68 årsmøterepresentanter med møte- og talerett. I tillegg var det fire representanter fra de ansatte i Coop Norge konsern. Antall stemmer per samvirkelag beregnes ut fra varekjøp i Coop Norge SA.

Ansvarlig utgiver: HR & Kommunikasjon og Økonomi & Finans i Coop Norge SA
Tekst: Core Agency **Design:** Core Agency og Rood Design
Foto: Henrik Haug Hansen, Espen Solli, Darja Olsevskaia,
Dmitry Tkachenko Photography, Hans-Olav Forsang, Unsplash og Coop
Trykk: Mentor Media **Opplag:** 200



