

## Global Compact

Som den første dagligvarevirksomhed i Danmark tilsluttede Coop sig i 2008 Global Compact der er FNs initiativ for virksomheders sociale ansvar.

Global Compact er i dag verdens største frivillige initiativ med hensyn til virksomhedernes sociale ansvar med 10.000 registrerede deltagere fra mere end 130 lande. Kernen i Global Compact er 10 principper vedrørende menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og anti-korruption, som virksomhederne opfordres til at støtte "inden for deres indflydelsessfære". De 10 principper kan betragtes som nogle fælles grundlæggende værdier, der er baseret på internationale normer og konventioner.

Global Compact blev officielt lanceret i FNs hovedkontor i New York i juli 2000 på initiativ fra FN's daværende generalsekretær Kofi Annan. Formålet med Global Compact er at gøre de 10 principper mainstream for virksomheders måder at operere på over hele verden, (samt at igangsætte handlinger der støtter de såkaldte "2015 mål"). Ideen med Global Compact er at skabe en platform for en konstruktiv dialog mellem virksomheder, NGO'er, akademiske institutioner, erhvervssammenslutninger, fagforeninger m.m. om hvordan de 10 principper bedst kan implementeres, og således skabe rum for sparring, læring og dialog deltagerne imellem.

Da vi i Coop tilsluttede os FN-initiativet skrev vi under på, at vi vil iværksætte forandringer i vores operationer, sådan at Global Compact og dens principper bliver en integreret del af vores strategi, kultur og daglige handlinger. Vi forpligtede os samtidig til at måle på, hvordan vores arbejde med ansvarlighed skrider frem, og til at fortælle vores interessenter om resultaterne af vores arbejde i form af en årlig "Communication on Progress" rapport. Vores første ansvarlighedsrapport dækkede år 2009, og nærværende rapport er nummer tre i rækken af de rapporter vi fremover offentliggør en gang om året.

Formålet med disse rapporter er at lægge op til dialog med vores interessenter samt at skabe synlighed og transparens om det ansvarlighedsarbejde vi udfører. Målgruppen for nærværende rapport er således vores interessenter, det være sig medarbejdere, NGO'ere, leverandører, medier, kunder, samarbejdspartnere etc. Det er Jer, der skal være med til at vurdere, om vi er på rette vej, og derfor vil vi også gerne høre jeres mening, og jeres forslag til mulige indsatsområder i fremtiden.

Under "Coops arbejde med de 10 principper" har vi listet nogle eksempler på, hvordan vi i Coop arbejder med Global Compacts principper.

## **Global Compacts ti principper**

1. Virksomheden bør støtte og respektere beskyttelsen af internationalt erklærede menneskerettigheder
2. Virksomheden bør sikre, at den ikke medvirker til krænkelse af menneskerettighederne
3. Virksomheden bør opretholde foreningsfriheden og effektivt anerkende retten til kollektiv forhandling
4. Virksomheden bør støtte udryddelsen af alle former for tvangsarbejde
5. Virksomheden bør støtte effektiv afskaffelse af børnearbejde
6. Virksomheden bør afskaffe diskrimination i relation til arbejds- og ansættelsesforhold
7. Virksomheden bør støtte en forsigtighedstilgang til miljømæssige udfordringer
8. Virksomheden bør tage initiativ til at fremme større miljømæssig ansvarlighed
9. Virksomheden bør opfordre til udvikling og spredning af miljøvenlige teknologier
10. Virksomheden bør modarbejde alle former for korruption, herunder afpresning og bestikkelse

## **Menneskerettigheder, princip 1-2**

**Princip 1: Virksomheden bør støtte og respektere beskyttelsen af internationalt erklærede menneskerettigheder.**

**Princip 2: Virksomheden bør sikre, at den ikke medvirker til krænkelse af menneskerettighederne**

**Eksempler på hvordan Coop arbejder med principperne:**

- **Partnerskaber med Red Barnet og WWF Verdensnaturfonden.** Coop indgår i partnerskaber med organisationer, der på forskellig vis arbejder for at menneskerettighederne overholdes og at miljøet beskyttes. I året 2010 påbegyndte vi et partnerskab med Red Barnet og WWF verdensnaturfonden og dette samarbejde er fortsat i 2011. Kunderne i Kvickly, SuperBrugsen, Dagli'Brugsen, Irma og Fakta kan via donationsknappen på flaskeautomaterne, donere deres pantpenge til de to organisationer. Derudover har vi solgt genbrugelige indkøbsposer til fordel for de to organisationer og en julekalender til fordel for Red Barnet. I alt blev der i 2011 samlet over 10 millioner ind til de to organisationer via velgørenhedsknappen og salget af merchandise.

Derudover har Coop etableret indsamlinger ved akutte katastrofer som jordskælvet i Haiti og de omfattende oversvømmelser i Pakistan. I 2011 har vi haft en indsamling til Red Barnet i forbindelse med den humanitære katastrofe på Afrikas horn og vi har deltaget i Danmarksindsamlingen ved at sælge plasticposer, hvor merprisen gik til indsamlingen.

- **Udvikling af Afrika gennem handel.** I Coop er vi af den overbevisning, at en af de bedste måder at skabe bedre levevilkår for folk i Afrika er gennem handel. I 2010 indgik vi derfor en aftale med vores ejer FDB om sammen at styrke handlen med Afrika. På trods af at Afrika er et kontinent fuld af ressourcer er der langt mellem de afrikanske varer i supermarkederne, og handel med lande i Afrika udgør kun 3 procent af verdens samlede handel. I forsøget på at styrke handlen med Afrika har Coop i 2011 arbejdet på at skabe et varemærke, der kan samle de afrikanske varer under den samme paraply og dermed give varerne større synlighed i butikkerne. Produkterne i varemærket Savannah kom så småt i butikkerne i 2011, men den egentlige lancering sker i starten af 2012. Som led i projektet har FDB etableret en Afrikapulje, der skal finansiere uddannelse, certificering og opbygning af infrastruktur hos nuværende og kommende afrikanske leverandører. Coop forsøger hele tiden at identificere nye varer fra Afrika, der kan finde vej til butikkernes hylder.
- **Sundhed som fokusområde.** I FN's verdenserklæring om menneskerettighederne fra 1948 lyder det bl.a. at "enhver har ret til en sådan levemåde, som er tilstrækkelig til hans og hans families sundhed og velvære". Sundhed er en af Coops mærkesager og vi har en række tiltag for at fremme både medarbejderes og kunders sundhed. I 2011 tilbød vi en række medarbejdere at komme på et "livsstils kursus" på Ubbesø

højskole. Opholdet skal give deltagerne mod på at ændre deres vaner og få en bedre livsstil og skal gerne gøre dem til ambassadører for en sundere måde at leve på. Tilbuddet fortsætter i 2012.

Derudover arbejder vi på at gøre det nemt for forbrugerne at foretage det ernæringsmæssige bedste valg. Det gør vi bl.a. ved at lave kampagner for nøglehulsmærket og udvide sortimentet af nøglehulsmærkede varer. Vi har sat os som mål at vi inden udgangen af 2011 vil have mindst 500 nøglehulsmærkede varer på hylderne (udover frisk frugt og grønt som alle er sunde og nøglehulsmærkede). I 2009 havde vi 325 nøglehulsmærkede varer, i 2010 nåede vi op på 459 nøglehulsmærkede varer og ved udgangen af 2011 er vi oppe på at have 764 nøglehulsmærkede varer.

Vi satte os også et mål om at introducere 25 nye sunde varer som alternativ til usunde snackprodukter. I 2009 kom 15 nye sunde alternativer på hylderne og i 2010 yderligere 10 produkter, så vi har nået målet om at introducerer 25 nye sunde varer, og vi satser på kontinuerligt at udvide sortimentet af sunde snacks. Mange af de nye sunde snacks hører ind under Frugtfjølserne, der er en serie af produkter særligt henvendt til børn. Derudover har alle kæderne fået et sortiment af såkaldte C varer, der er sund convenience som udskåret frugt, snittet salat og lignende varer. I 2011 har vi haft i alt 36 af denne slags varer.

## **Arbejdstagerrettigheder, princip 3-6**

**Princip 3: Virksomheden bør opretholde foreningsfriheden og effektivt anerkende retten til kollektiv forhandling.**

**Princip 4: Virksomheden bør støtte udryddelsen af alle former for tvangsarbejde.**

**Princip 5: Virksomheden bør støtte effektiv afskaffelse af børnearbejde.**

**Princip 6: Virksomheden bør afskaffe diskrimination i relation til arbejds- og ansættelsesforhold.**

**Eksempler på hvordan Coop arbejder med principperne:**

- **Fokus på etisk handel.** I Coop har vi etisk handel som en af vores mærkesager, da vi vil gerne bidrage til at bedre arbejdstagerrettighederne – særligt for de arbejdere i udviklingslandene, der i dag arbejder under forhold, der er væsentlig ringere end dem vi kender i Danmark. Vi arbejder således aktivt på at udbrede kendskabet til etiske mærkningsordninger hos de danske forbrugere bl.a. gennem kampagner i butikker og tilbudsaviser.  
Derudover satte vi os i starten af 2009 et mål om at vi ville fordoble salget af Fairtrade varer i løbet af tre år og at vi i samme periode fra 2009 til 2011 ville introducere mindst 25 nye Fairtrade varer. Salget af Fairtrade er steget 92% siden udgangspunktet år 2008 (hvilket næsten er en fordobling), og der er i løbet af den tre-årige periode kommet 115 flere Fairtrademærkede varer på hylderne, således at vi i dag har 245 varianter af Fairtrade varer i sortimentet.
- **Kontrol af leverandører i Fjernøsten.** Coop Danmark er medejer af Intercoop, der er et indkøbsselskab for non-food varer i Fjernøsten. Intercoop har udarbejdet en Code of Conduct der helt overordnet skal sikre, at der ikke sker brud på arbejdstagerrettighederne hos vores leverandører. I 2011 leverede 971 aktive fabrikker varer til Intercoop, og der blev i løbet af året i alt gennemført 467 audits (hertil skal lægges at en del fabrikker stadig har gyldige audits der blev foretaget i 2010). Fabrikkerne kan enten auditeres efter Intercoops egen Code of Conduct eller andre accepterede standarder såsom BSCI, ICTI, Sedex, SA8000 samt Wrap. Blandt de fabrikker der blev auditeret efter BSCI eller de øvrige accepterede standarder levede 74 pct. op til BSCI's krav (de blev kategoriseret som "good" eller "improvement needed"), mens 26 pct. ikke levede op til kravene (de fik betegnelsen "non-compliance"). Helt anderledes så det ud for de fabrikker der blev auditeret efter Intercoops Code of Conduct. Her var det kun 12,6% af de gennemførte audit der blev vurderet til at være i orden ("good" samt "improvement needed"), mens 86% af de auditerede fabrikker ikke levede op til kravene i InterCoops Code of Conduct. Det er vores holdning, at det gavner medarbejderne på fabrikkerne bedre at vi går i dialog med leverandøren og lægger en plan for, hvordan der kan rettes op på de kritisable forhold frem for helt at afbryde samarbejdet, og ved alvorlige overtrædelser af Intercoops Code of Conduct bliver der foretaget en ny kontrol af leverandøren inden for 3 måneder.

- **Tvangsarbejde hos leverandører i Fjernøsten.** Intercoops Code of Conduct fremhæver, at man ikke vil arbejde med leverandører, der gør brug af arbejdere, der ikke frivilligt har tilbudt deres arbejdskraft (tvangsarbejdere). Også tvunget overarbejde, gældsslaveri og tilbageholdelse af identitetspapirer anses for tvangsarbejde. I 2011 blev der ikke fundet nogle tilfælde af tvangsarbejde, hvorimod der i 2010 blev fundet et enkelt tilfælde hvor en leverandør tilbageholdt nogle arbejderes pas.
- **Bekæmpelse af børnearbejde i leverandørkæden.** I Intercoops Code of Conduct gøres det klart, at man ikke vil indgå samarbejde med leverandører, der benytter børnearbejdere i produktionen (defineret ud fra de pågældende landes lovgivning på området). Dette gælder ved en hvilken som helst type af varer. I 2011 afslørede kontrolbesøgene alligevel to tilfælde, hvor leverandører har benyttet sig af børnearbejdere i produktionen og derudover var der i et enkelt tilfælde mistanke om at en leverandør benyttede børnearbejdere. I disse tilfælde arbejder vi på at finde den løsning, der bedst varetager børnenes interesser, hvilket typisk er at sørge for undervisning/skolegang til børnene. I forhold til 2009 hvor der blev afsløret omkring tyve tilfælde går udviklingen den rette vej.
- **Bekæmpelse af diskrimination.** I Coop tror vi på at forskellighed bidrager positivt til vores forretning, så derfor rekrutterer vi med henblik på at have en mangfoldig medarbejderstab hvad angår, køn, alder, etnicitet, religion m.v. Vi samarbejder med jobcentre om at tilbyde beskæftigelse til udsatte ledige, hvilket både er med til at forsyne Coop med arbejdskraft og samtidig øger jobcentrenes muligheder for at sikre udsatte ledige en plads på arbejdsmarkedet. I Coop er der således rige muligheder for at kunne tilpasse arbejdet til den enkelte medarbejders kompetencer, og vi gør hvad vi kan for både at skabe rum til personer der kan have svært ved at finde fodfæste på arbejdsmarkedet og samtidig have rige karrieremuligheder på tværs af organisationen og fokus på leder- og talentudvikling. I løbet af 2011 er flere butikker og varehuse blevet hædret for deres indsats for bl.a. integration og rummelighed.
- **Fokus på medarbejdertilfredshed.** Vores medarbejderundersøgelse viser også at Coop er et godt sted at arbejde. Således har 24.000 medarbejdere i Coop familien deltaget i APV-MTU undersøgelsen der kortlægger medarbejdertilfredshed og de ansattes vurdering af arbejdsmiljøet. Trods en periode med effektiviseringer i alle dele af Coop familien med meget travlhed til følge, så viser undersøgelsen, at tilfredsheden er meget høj.
- **Fald i antallet af arbejdsulykker**  
Vi har igennem de seneste år haft særlig fokus på at minimere antallet af arbejdsulykker, og siden 2009 har vi ført nøje statistik over alle hændelser og fulgt op med henblik på at forebygge både på lagre og i butikker. Dette arbejde har været en succes idet antallet af totale arbejdsulykker er faldet fra 729 i 2009 til 639 i 2011.

## **Miljø, princip 7-9**

**Princip 7: Virksomheden bør støtte en forsigtighedstilgang til miljømæssige udfordringer.**

**Princip 8: Virksomheden bør tage initiativ til at fremme større miljømæssig ansvarlighed.**

**Princip 9: Virksomheden bør opfordre til udvikling og spredning af miljøvenlige teknologier.**

**Eksempler på hvordan Coop arbejder med principperne:**

- **Miljø og klima som fokusområder i ansvarlighedsplanen.** I Coop har vi stor fokus på miljø og klima og i vores ansvarlighedsplan har vi forpligtet os til en række initiativer på området. I perioden 2009 til 2011 satte vi os et mål om at fordoble salget af miljømærkede varer, og dette mål er næsten opnået eftersom salget er steget 90% siden 2008. Vi lovede også at stoppe salget af koncentrerede ukrudtsmidler og tilbyde mindre miljøbelastende alternativer inden udgangen af 2011 og vi har nu lanceret et alternativ til de koncentrerede midler kaldet "A green way".  
Endelig arbejder vi som lovet kontinuerligt på at udbygge vores omtankebrand Änglamark, der (næsten) altid bærer et uafhængigt og anerkendt miljø- eller økologimærke. Siden 2008 har vi fået 354 flere Änglamark varer, så vi ved udgangen af 2011 har 605 Änglamark varer i sortimentet. Der har i 2011 været en fremgang på 14 % for salget af Änglamark varer.
- **Fokus på salg af økologiske varer.** Hos Coop tror vi på, at vi kan påvirke vores kunder i retning af et mere ansvarligt varevalg. Derfor vil vi øge informationen om økologi og miljø og informere kunderne om hvilke økologiske og miljømærkede varer der tilbydes i butikkerne. Coop er den dagligvarekæde i Danmark med det største salg af økologiske fødevarer, da andelen af økologiske varer der sælges i butikkerne er 7 pct. af vores samlede fødevarer salg.  
I 2011 har der været en fremgang på 4 % på salget af økologiske varer og vi har 2651 økologiske varer til salg over året.
- **Fokus på certificeret bæredygtigt fiskeri.** I Coop har vi det bredeste sortiment af MSC mærkede fiskeprodukter i dansk dagligvarehandel. MSC har i samarbejde med eksperter udviklet standarder for bæredygtigt fiskeri og sporbarhed af fisk og skaldyr, der sikrer, at MSC-mærkede fisk og skaldyr stammer fra og kan spores tilbage til bæredygtige fiskerier. Se mere på [www.msc.org](http://www.msc.org)  
Siden 2008 har vi mere end tredoblet sortimentet af MSC mærkede fiskeprodukter, så vi i 2011 har 72 MSC mærkede varer.

- **Åbning af Danmarks første svanemærkede dagligvarebutikker.** I vores ansvarlighedsplan 1-4-40 planen tilkendegav vi, at vi vil etablere mindst to miljømærkede butikker inden udgangen af 2011. I 2010 blev Irma på Islands Brygge svanemærket, som den første dagligvarebutik i Danmark og i 2011 fulgte SuperBrugsen i Hvalsø efter. Svanemærket er det officielle nordiske miljømærke og kravene for at en butik kan blive svanemærket er, at butikken har en høj andel og et bredt sortiment af både miljømærkede og økologiske varer. Derudover skal butikken være omhyggelig med at spare på energiforbruget og have et effektivt køle- og frysesystem. En svanemærket butik har desuden pligt til at nedbringe mængden af affald bl.a. ved at sortere det, så det kan blive genanvendt, og det er et krav at butikken anvender miljømærkede rengøringsmidler og tager hensyn til miljøet ved varetransporter.



## Anti-korruption, princip 10

**Princip 10: Virksomheden bør modarbejde alle former for korruption, herunder afpresning og bestikkelse.**

**Eksempler på hvordan Coop arbejder med principperne:**

- **Gavepolitik.** For at forebygge korruption har Coop en omfattende gavepolitik. Heri gøres det helt klart, at medarbejdere ikke må modtage gaver af nogen art fra leverandører og lignende forretningsforbindelser. Hvis en sådan gave afleveres eller sendes, skal den returneres, medmindre den er let fordærvelig, eller returnering af gaven vil medføre uforholdsmæssige omkostninger. I sådanne tilfælde skal gaven fordeles blandt medarbejderne fx ved lodtrækning eller i forbindelse med et personalearrangement. Coops medarbejdere må med enkelte undtagelser heller ikke deltage ved arrangementer, hvor deltagelsen finansieres af en leverandør som fx koncerter, fodboldkampe m.v.
- **Bekæmpelse af bestikkelse hos leverandører.** I Intercoops politikker understreges det overfor medarbejderne, at bestikkelse tages meget alvorligt, og Intercoops kontrollører skriver i ansættelseskontrakten under på, at de ikke vil tage imod bestikkelse af nogen art. I 2009 var der ved Intercoops kontroller fire tilfælde hvor en leverandør forsøgte at bestikke auditøren under kontrolbesøget, men der er ikke blevet afsløret nogle forsøg på bestikkelse af auditørerne hverken i 2010 eller i 2011.