

Global Compact

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

Global Compact er i dag verdens største frivillige initiativ med hensyn til virksomhedernes samfundsansvar med over 11.000 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.

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 (COP). Vores første COP-rapport dækkede år 2009, og nærværende rapport er nummer fire i rækken af de COP-rapporter, vi offentliggør en gang om året for at vise vores opbakning til Global Compact.

I det følgende har vi listet nogle eksempler på, hvordan vi i Coop arbejder med Global Compacts principper.

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. Kunderne i Kvikly, SuperBrugsen, Dagli'Brugsen, Irma og Fakta kan via Velgørenhedsknappen på flaskeautomaterne donere deres pantpenge til de to organisationer. I 2012 blev der samlet 6,7 millioner kroner ind til de to organisationer via Velgørenhedsknappen. I alt blev der i perioden 2010-2012 samlet godt 22 millioner kroner ind til de to organisationer.

- **Samarbejdspartner i Danmarks Indsamling**

Coop er en aktiv partner og bidragsyder i forbindelse med den årlige Danmarks Indsamling, hvor Danmarks 12 største humanitære organisationer sammen samler penge ind til projekter i Afrika. I 2012 gik de indsamlede midler til projekter, der skal forebygge, at børn må flygte, støtte de børn, der er på flugt og ikke mindst hjælpe børn på fode igen, når de sammen med deres familier skal skabe sig en ny fremtid efter flugten. I Coops butikker kunne kunderne købe en særlig bærepose der støtter Danmarks Indsamling. Salget indbragte 1,8 millioner kroner – et beløb Coop rundede op til 2 millioner kroner.

- **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. Derfor lancerede Coop i starten af 2012 serien Savannah, der er kvalitetsvarer med oprindelse i Afrika syd for Sahara. Nogle af producenterne af Savannah-varerne har fået støtte af Coops Afrikapulje, der er en investeringspulje, der skal finansiere uddannelse, certificering og opbygning af infrastruktur hos små producenter i Afrika. F.eks. har Coop i samarbejde med organisationen CARE igangsat et udviklingsprojekt blandt grøntsagsavlere i Kenya og vi har i samarbejde med Meatco Foundation støttet et udviklingsprojekt i Namibia, der hjælper små kvægavlere til en større og mere bæredygtig produktion.

Savannah serien sælges eksklusivt i Coop butikker i Danmark, og det ambitiøse mål for salg af Savannah varer var en årlig omsætning på 40 mio. kroner i 2012. Dette blev allerede nået i juni måned, og ved årets udgang havde Savannah nået en omsætning på 70 mio. kroner.

- **Sundhed som fokusområde**

I FN's verdenserklæring om menneskerettighederne fra 1948 lyder det bl.a. at "enhver har ret til en sådan levelfod, 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. Medarbejderne kan f.eks. mod en symbolsk betaling deltage i aktiviteter under Coop Alliancen, der har tilbud om 10 forskellige motionsformer herunder løb, cykling og gymnastik. Og i 2012 deltog 44 medarbejdere fra alle funktioner, niveauer og butikskæder i Coop på livsstilskursus på Ubbstrup Højskole. Her lærte de om sund livsstil og fik inspiration til at ændre små og store vaner i hverdagen.

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 Nøglehullet, markedsføre fuldkornsmærket og udvide sortimentet af disse varer.

GoCook er Coops største projekt på sundhedsområdet. I 2012 udleverede Coops butikker GoCook smagekasser til hjemkundskabsundervisningen i 5743 skoleklasser. Coops smagekasse indeholder gratis undervisningsmateriale, opskrifter og sunde råvarer med grøntsager i sæson. Således blev omkring 138.000 danske skolebørn i 2012 introduceret til madlavning med sunde råvarer i GoCook projektet

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:

- **Kontrol af leverandører i Fjernøsten**

I juli 2012 meldte vi os ind i BSCI (Business Social Compliance Initiative), og vores mål er at forblive på forkant med de forpligtelser, der er i BSCI medlemskabet. Den første forpligtelse i et BSCI medlemskab er, at man inden for det første halve år har dannet sig overblik over alle sine fabrikker og startet på at involvere sig i BSCI samarbejdet. Vi har i perioden fra juli til december 2012 udarbejdet en database over samtlige leverandører og fabrikker i Fjernøsten, der leverer non-food varer til Coop. Her har vi indsamlet oplysninger fra vores leverandører om hver enkelt fabrik samt opdateret deres auditresultat eller manglen på samme, og vi har evalueret alle indkomne auditresultater for at kontrollere, at der ikke er virkelig alvorlige afvigelser fra BSCI's standarder. I de tilfælde hvor vi har fundet alvorlige afvigelser, har vi været i dialog med leverandørerne for at få det rettet op. Den næste forpligtelse, der er i BSCI medlemskabet, er, at vi inden udgangen af år 2015 skal opnå, at minimum 2/3 af vores fabrikker har en BSCI audit, og at minimum 1/3 af fabrikkerne har et auditresultat på "good" eller "improvement needed". Vi er allerede nu tæt på at være på det niveau, som vi har forpligtet os til at nå med udgangen af år 2015.

I løbet af året blev der lagt ordrer hos ca. 385 fabrikker i Fjernøsten, og ud af disse havde 188 en gyldig auditrapport. Hos de øvrige var kontrolrapporten forældet, eller der var tale om fabrikker, der endnu ikke var kontrolleret. 142 af de 188 fabrikker, som har gyldig auditrapport, er enten blevet lavet efter BSCI eller SA8000 standard, mens de 34 blev gennemført efter andre anerkendte internationale standarder, og 12 blev gennemført efter vores egen standard. Af de 142 der blev auditeret efter BSCI's eller SA8000's kriterier blev de 98 klassificeret som "good", 27 fik betegnelsen "improvement needed", mens 17 af fabrikkerne ikke levede op til BSCI's krav (de var såkaldte non-compliant).

Siden juli 2012 er vi startet med at købe fra fem nye fabrikker, og de har alle indvilliget i at få en BSCI audit.

Vi har i år 2012 arbejdet på at forbedre kendskabsniveau til BSCI programmet i vores indkøbsorganisation, samt deltaget i BSCI's gruppemøder for at påvirke BSCI samarbejdet og forbedre rutiner og processer her.

- **Afskaffelse af børnearbejde i leverandørkæden**

I vores Code of Conduct gøres det klart, at vi 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. Alligevel har et kontrolbesøg i 2012 afsløret en enkelt fabrik, der benyttede børnearbejdere. Det drejede sig om en kinesisk tekstilfabrik, som havde seks børn i alderen 13-15 år ansat som syersker. Fabrikken fulgte herefter instruktionen som er følgende:

- Børnene standsede omgående arbejdet.
- Børnene fik betaling for det arbejde de havde udført.
- Børnene fik et helbredstjek.
- Børnene blev hentet af deres forældre og sendt hjem.
- Fabrikken betalte børnene månedsløn til de fylder 16 år som en engangsbetaling og dækkede også transportomkostningerne.

- **Afskaffelse 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 på samtidig at have rige karrieremuligheder på tværs af organisationen og fokus på leder- og talentudvikling.

I 2012 vandt Kvickly i Prøvestenscentret rummelighedsprisen fra det lokale beskæftigelsesråd for deres indsats for at få ledige i virksomhedspraktik.

Derudover har fakta og Coop indgået et samarbejde med Unges Uddannelsescenter samt Landsforeningen Autisme. På baggrund af samarbejdet tilbydes unge og voksne med Autisme Spektrum Forstyrrelse et uddannelses- og praktikforløb og tilbydes herefter job i en af Coops butikker.

- **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.

På trods af dette er salget af Fairtradevarer faldet med 2 pct. i forhold til 2011.

- **Fokus på medarbejdertilfredshed**

Vores medarbejderundersøgelse viser, at Coop er et godt sted at arbejde. Således har over 24.000 medarbejdere i Coop deltaget i trivsels- og APV - 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 mere end 80 pct. af medarbejderne er tilfredse med trivslen. På en skala fra 1-5 er den generelle score mht. medarbejderloyalitet og tilfredshed 4,23.

- **Fokus på 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. På trods af dette har der været en stigning i antallet af arbejdsulykker fra 2011 til 2012. I 2011 var der 807 arbejdsulykker, mens der i 2012 var 863 arbejdsulykker i hele Coop. Stigningen skyldes især, at der er rapporteret flere ulykker i Dagli'Brugsen. Det er primært arbejdsulykker uden fravær, der er steget. (I forrige Cop-rapport fremgik det, at der i 2011 havde været 639 arbejdsulykker, men dette tal inkluderede ikke brugsforeningsbutikkerne og Irma, som indgår i statistikken fremover).

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. Vi arbejder kontinuerligt på at udbygge vores omtankebrand Änglamark, der (næsten) altid bærer et uafhængigt og anerkendt miljø- eller økologimærke. I 2012 udvidede vi bl.a. Änglamark sortimentet med håndklæder og sengetøj, der er produceret af økologisk bomuld og svanemærket. Der er sparet på emballagen og plasten er erstattet af miljøvenligt pap. Ved udgangen af 2012 havde vi i alt haft 925 Änglamarkvarer på hylderne i løbet af året, hvilket er en stigning i antallet af varer på 34 pct. i forhold til året før. I 2012 nåede Änglamark en milepæl, idet serien havde en omsætning på mere end en milliard kroner.

Vi ønsker også at markedsføre og højne kendskabet til MSC-mærkede fisk og FSC-mærkede trævarer. I 2012 steg antallet af MSC-mærkede fiskeprodukter i butikkerne med 28 pct. i forhold til 2011, og vi havde 128 MSC-mærkede varer til salg over året. I 2012 lancerede vi desuden 3 nye FSC varer, og salget af FSC mærkede varer steg med 10 pct. i forhold til 2011.

- **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.

I 2012 var andelen af økologiske varer, der sælges i butikkerne 6 pct. af vores samlede fødevarer salg. Vi ønsker at øge andelen af det økologiske salg - bl.a. ved kraftig markedsføring og konstant synlighed i butikkerne. Desværre er salget af økologi faldet med 3 pct. i forhold til 2011. I 2012 har vi haft 3322 økologiske varer til salg over året.

- **Reduktion af energi- og ressourceforbrug**

Blandt de mange projekter vi kører på miljø- og klimaområdet, handler en del om at kortlægge og reducere vores energiforbrug.

Her er vores elforbrug målt i kWh pr. omsat 1000 kroner kun steget med knap 1 pct. fra 2011 til 2012 på trods af længere åbningstider. Vi vil i de kommende år sætte yderligere fokus på elbesparelser i koncernen.

Derudover har vi i 2012 haft fokus på at reducere papirforbruget fra tilbudsaviser. SuperBrugsen har arbejdet på at skabe politisk opbakning til, at forbrugerne kun får reklamer, hvis de aktivt har sagt "ja tak" og opfordrer forbrugerne til at sige "nej tak" til reklamer. Irma har i et pilotprojekt på Amager afskaffet tilbudsavisen til fordel for e-mail til kunderne, og Dagli'Brugsen har i 2012 introduceret et mobilsite, som første skridt på vejen til at reducere eller helt afskaffe tilbudsaviserne. Irma og SuperBrugsens tilbudsaviser er FSC certificerede, mens faktas er PFEC-certificeret.

- **Fokus på madspild**

Coop har i 2012 sat fokus på madspild og har i den forbindelse gennemført to oplysningskampagner rettet mod forbrugerne i vores medlemskæder. Derudover har vi i koncernen udviklet restekogebogen "Rig på rester", som er blevet markedsført og solgt i butikkerne, ligesom vi har lanceret en "Holdbarheds-app".

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 f.eks. 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 f.eks. koncerter, fodboldkampe m.v.

- **Bekæmpelse af bestikkelse hos leverandører**

I henhold til BSCI's Code of Conduct skal samtlige leverandører etablere og følge en antibestikkelses- og antikorrupsionspolitik i alle deres forretningsaktiviteter. I lighed med andre områder i BSCI's Code of Conduct, indgår dette i Coops auditproces. Der er ikke blevet afsløret nogle forsøg på bestikkelse af auditørerne hverken i 2010, 2011 eller 2012.