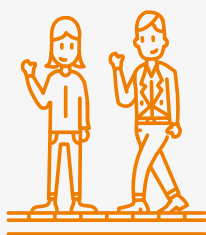


Samen maak je 't verschil

Als coöperatie zijn wij nauw betrokken bij het welzijn van onze leden, onze klanten, onze medewerkers en onze toeleveranciers. Hier hebben wij een AED, één van de vijftig die we afgelopen december hebben uitgerold als gevolg van ons statiegeld donatieprogramma.



Duurzaamheid heeft in 2020 duidelijk een plek in onze organisatie en we betrekken onze leden actief hierin. Zo maken we samen onze ambitie om de meest betrokken supermarkt van Nederland te worden, stap voor stap waar.

Klanten doneren, wij verdubbelen de opbrengst en samen met de buurt zorgen wij ervoor dat al onze supermarkten worden voorzien van defibrillators. Een mooi voorbeeld van onze maatschappelijke betrokkenheid, want Coöp wil nou eenmaal de meest betrokken supermarkt van Nederland zijn. Een ander voorbeeld van samenwerking met het Rode Kruis is het samen sparen voor gratis EHBO cursussen.

In 2019 zijn we veel met klanten en toeleveranciers in gesprek geweest over plastic reductie en een mooi voorbeeld van een dialoog met onze leden is bijvoorbeeld dat we deze herbruikbare vers zakjes hebben geïntroduceerd, alsmede het aantal fruit in karton hebben verpakt en dat draagt echt bij aan een substantiële reductie van het plastic.

Het tegengaan van voedselverspilling is een belangrijk thema van Coop. Daarom sloten we ons vorig jaar als eerste landelijke supermarktketen aan bij de anti-verspilling-app 'Too Good To Go'. Zo verkochten we vorig jaar al ruim vijftigduizend pakketten met levensmiddelen die tegen de houdbaarheidsdatum aanzitten, maar nog van prima kwaliteit zijn.

Coop vindt het belangrijk om klanten te informeren over gezond eten, daarom besteden we veel aandacht aan gezonde voeding. In 2019 introduceerden we zes vlugklaar producten, waarvan we dertig procent vlees hebben vervangen door groente. Deze producten bevatten bijvoorbeeld meer vezels en minder vet.

Om onze klanten bij het schap te informeren over het suikergehalte van producten, introduceerden we in 2019 een keuzehulp voor frisdranken en sappen. Zo kunnen klanten in één oogopslag zien of een product laag of hoog in suiker is. In 2020 gaan we dit ook introduceren voor de ontbijtgranen en broodvervangers.

Samen met inkoopvereniging Superunie werken wij aan verduurzaming van onze inkoop. Zo is al onze zuivel van ons private label Melkan voorzien van het Planet Proof-logo en ook steeds meer van onze groente en fruit valt onder het Planet Proof-programma.

Op het gebied van dierenwelzijn heeft Coöp in de afgelopen jaren al veel bereikt en daar blijven we natuurlijk actief in. Zo hebben we de afgelopen jaren het huismerk kipvleeswaren van Coop voorzien van een één ster Beter Leven-logo van de Dierenbescherming.

Uiteraard is Coop afhankelijk in het realiseren van onze ambitie van de ontwikkelingen in de markt. Het afgelopen jaar hebben wij best een stevig ombouwprogramma gehad. Maar het gaf ons tevens de gelegenheid met zoveel nieuwe vestigingen die we hebben toe kunnen voegen aan ons winkelbestand, om te tonen aan al onze klanten dat we de meest betrokken supermarkt van Nederland zijn. Dat is heel mooi.

Fred Bosch Algemeen directeur Coop,
Yvonne van Asselt corporate communicatie & MVO-manager Coop