

## Evig eies kun et dårlig rykte?

Hvor mye lar du deg påvirke av negativ omtale rundt et produkt eller en bedrift, og ikke minst – hvor lenge? Hvordan bygger man et omdømme, og hvordan gjenreises det når det er ødelagt?

DISSE BETEGNELSENE HAR DU SIKKERT SETT

Forbrukslaget

Samvirkebevegelsen

Forbruk

Kooperasjonen

S-handel

Forbruken

**SAMVIRK'EN**

koop

samvirkerøsla

S-konsern S-foretak

Koopen

Kopperasjonen



# SAMVIRKELAGENE

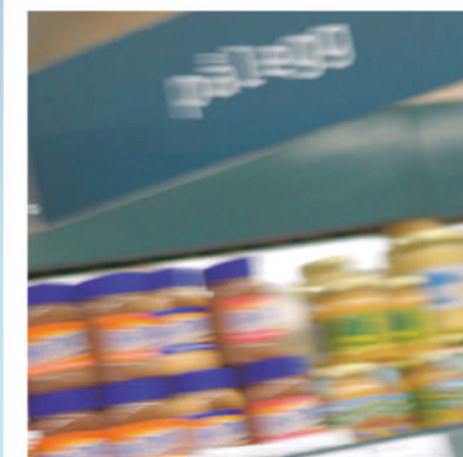
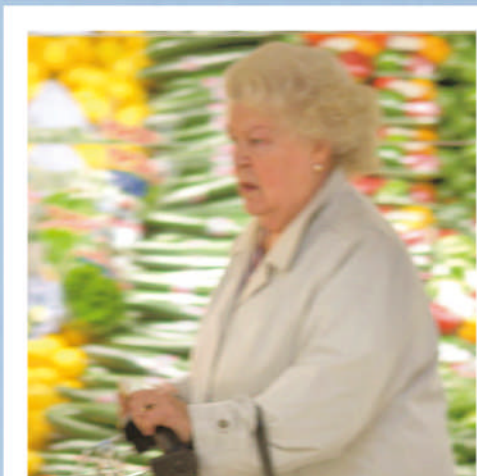
## Stor kjede og lokalt samvirke­lag

- De første samvirke­lagene ble etablert på midten av 1800 tallet. I 2006 har vi 166 samvirke­lag som eier og driver mer enn 1200 butikker over hele landet. I alt er det 20 500 ansatte i Coop, og 19 000 av disse arbeider i samvirke­lagene.
- Vår egen egenart synliggjøres ved at det er over 1 million forbrukere i Norge som eier oss og som får sin del av overskuddet og medlemsfordeler. Siden 1996 har Coop utbetalt 4.3 mrd i kjøpeutbytte til sine medlemmer.
- Kjerneverdien i Coop handler om å ha tiltro til denne egenarten, som synliggjøres gjennom økonomisk effektiv og profesjonell drift, slik at nytten for medlemmene og forbrukerne blir størst mulig.



# SAMVIRKELAGENE

- Ca 4000 medlemstillitsvalgte i samvirkelagene er talskvinner og -menn for Coops samlede medlemsmasse spredd over hele landet.
- Samvirkelagene er en stabil og langsiktig aktør i det lokale og regionale næringslivet over hele landet. Det vil være en prioritert oppgave for Coop å intensivere arbeidet med næringsutvikling for der igjennom både å styrke egen virksomhet og legge til rette for økt lokal og/eller regional næringsvekst. På denne måten ønsker Coop å bidra til en trygging av arbeidsplasser samt etablering av nye.



# COOP NKL BA

Coop NKL BA er samvirkelagenes fellesorganisasjon og er eid av disse. Coop NKL BA eier 20 % av det fellesnordiske selskapet Coop Norden AB.

Coop NKL er medeier i Coop Norden og skal gjennom det nordiske samarbeidet:

Ivareta samvirkelagenes interesser ovenfor Coop Norden

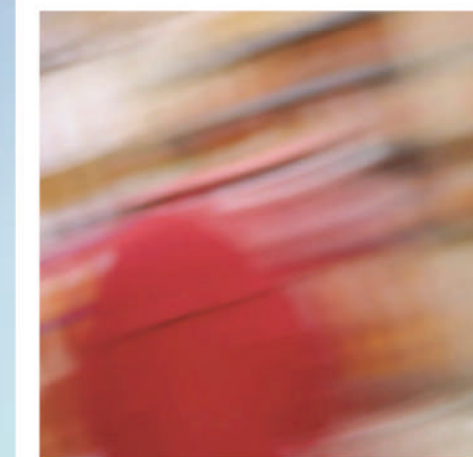
- Medvirke til best mulig rammebetingelser for samvirkelagene
- Være strategisk og forretningsmessig pådriver i utviklingen av samvirkelagene



# COOP NKL BA

- Ivareta sparing, finans og eiendomsforvaltning
- Skaffe medlemmene fordeler via sitt medlemskap
- Representere Coop i offentlige organer
- Medvirke til å styrke samvirket som driftsform og synliggjøre forbrukersamvirkets særpreget

Organisasjonens høyeste organ er Representantskapet Coop NKL, som består av 59 representanter, hvorav 55 kommer fra Samvirkelagene og 4 fra de ansatte. I Representantskapet velges Styret Coop NKL. Representantskapet legger strategiske føringer for virksomheten og forvalter verdiene.



# COOP NORGE AS

Coop Norge AS er datterselskap i vårt nordiske konsern Coop Norden og er ansvarlig for innkjøp, vareforsyning, kjededrift og markedsføring

Samvirkelagene i Norge har en samlet omsetning på 30,6 milliarder kroner (ekskl. moms 2005)

Hver fjerde handlepose med dagligvarer kommer fra én av Coop sine butikker Coop Marked, Coop Prix, Coop Mega og Coop Obs!- ny Coop Extra

Vi selger faghandelsvarer fra butikker som Coop Kjøkken & Hjem, Coop Sport, Coop Byggmix, Coop Obs Bygg og Coop Elektro.



# COOP NORGE AS

| Kjede         | Antall butikker | Omsetning* (mrd. NOK ekskl.moms) | Posisjonering  |
|---------------|-----------------|----------------------------------|--|
| Coop Prix     | 325             | 6,8                              | Lavpriskjede   |
| Coop Mega     | 157             | 7,7                              | Supermarkedskjede for matglede   |
| Coop Marked   | 386             | 3,7                              | Våre nærbutikker   |
| Coop Obs!     | 21              | 5                                | Varehus med alt på ett sted, dagligvarer, bygg, elektro, tekstil, sport kjøkken & hjem, sko. |
| Coop Obs Bygg | 14              | 1                                |  |
| Sum           |                 | 24,2                             |  |

\* I tillegg kommer ca 4 mrd NOK som omsetning fra samvirkelagene gjennom annen kjede-/butikker.

Coop eier produksjonsbedrifter som samlet står for en årsproduksjon verd om lag én milliard kroner (Coop Kaffe, Bananer, Røra fabrikker samt Goman-bakeriene).

Coop selger egne varemerker for 2,6 milliarder kroner årlig (Coop X-tra, Coop, Coop Natur, Goman og Røra).



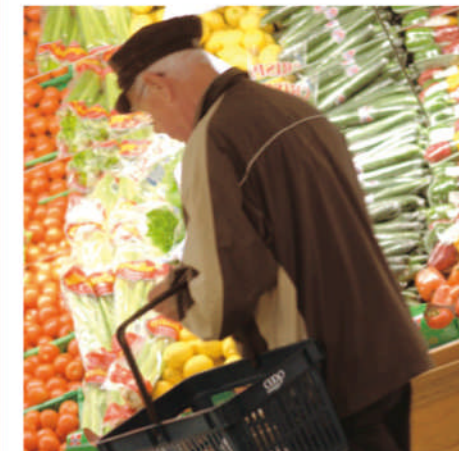


# COOP NORDEN AB

Coop Norden AB er et aksjeselskap eiet i fellesskap av de 3 foreningene FDB (Danmark), Coop NKL og KF (Sverige). Hovedkontoret ligger i Sverige, hvor konsernledelsen er lokalisert.

Coop Norden AB er etter fusjonen 1. januar 2002 den største nordiske dagligvarevirksomhet.

Dagligvarevirksomhetene i Coop Norden Danmark, Coop Norge og Coop Norden Sverige har ca 3000 butikker, 50 000 ansatte og 5,5 millioner medlemmer.



# COOP NORDEN AB

- Coop Danmark inkl. brugsforeningene har ca. 37 % av det danske dagligvaremarkedet og omsetter for 37,1 mrd\* DKK (ekskl. moms)  
\* Radio og TV omsetning ikke medregnet
- Coop Norge inkl. samvirkelagene har ca. 24,4 % av det norske markedet og omsetter for 30,6 mrd NOK (ekskl. moms)
- Coop Sverige inkl. foreningene har ca. 16,2 % av det svenske markedet og omsetter for 37 mrd SEK (ekskl. moms).

## Visjon for Coop Norden

En bedre og tryggere hverdag  
gjennom lønnsomme, medlemseide butikker

## Vårt nordiske Verdikompass

Det nordiske Verdikompas er det felles verdigrunnlag som gjelder for alle de virksomheter Coop driver:

Kjerneverdier: Tiltro til egenarten – som en medlemseiet virksomhet.  
Innflytelse, omtanke, ærlighet og nytenkning.



# COOP ORGANISASJON



# VERDT Å VITE

## VERDT Å VITE

Coop er den eneste forbrukereide dagligvarevirksomhet i Norden.

Medlemskapet som er åpent for alle, gir mulighet for innflytelse på virksomheten og sikrer at en som medlem får sin andel av overskuddet som skapes.

Hvor mye hvert medlem får (kjøpeutbytte) avhenger av hvor mye en handler for gjennom året og beregnes ut fra en prosentsats som det enkelte samvirkelagsstyre fastsetter.

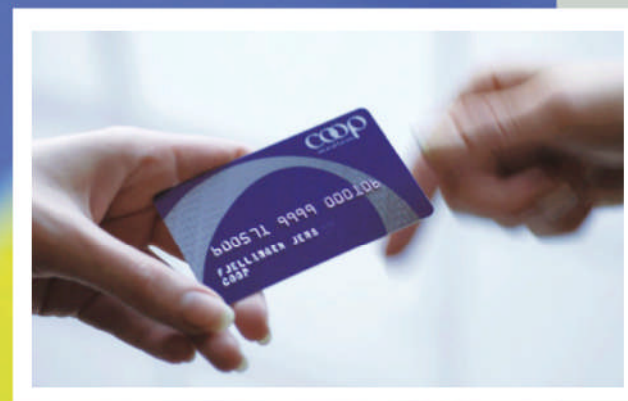
## VERDT Å VITE

Coops visjon – En bedre og tryggere hverdag gjennom lønnsomme, medlemseide butikker

Derfor prioriterer Coop -

Innsatsen for å skaffe trygge, sunne og miljøriktige varer i Coops butikker.

Sikre økt bærekraft for råvareproduksjon samt å øke sporbarheten av produktene fra jord til bord.



*Witt datt*



**COOP**

# VERDT Å VITE

## VERDT Å VITE

Coop er en verdistyrte organisasjon og opptatt av etisk handel. Coop var derfor en av initiativtakerne til Stiftelsen Initiativ for etisk handel. IEH.

Målsetningen for samarbeidet er å legge til rette for at norsk import bidrar til sunn sosial og økonomisk utvikling i de landene som produserer varer til det norske markedet. Coop lanserte i 2001 sin egen 'fair trade' kaffe, Coop Cafe Futuro. Coop fører også produkter merket Max Havelaar

## VERDT Å VITE

Coop har lang tradisjon for samfunnsbyggende virksomhet i de mange lokalsamfunnene hvor Coop er til stede i Norge, men også gjennom bistands- og kooperative prosjekter i utviklingsland. Målet er hjelp til selvhjelp.

Stiftelsen Coop Solidaritetsfond samler inn penger til formålet og har medvirket til å fremme den sosiale og økonomiske utvikling i prosjekter i Afrika, Asia og Mellom-Amerika

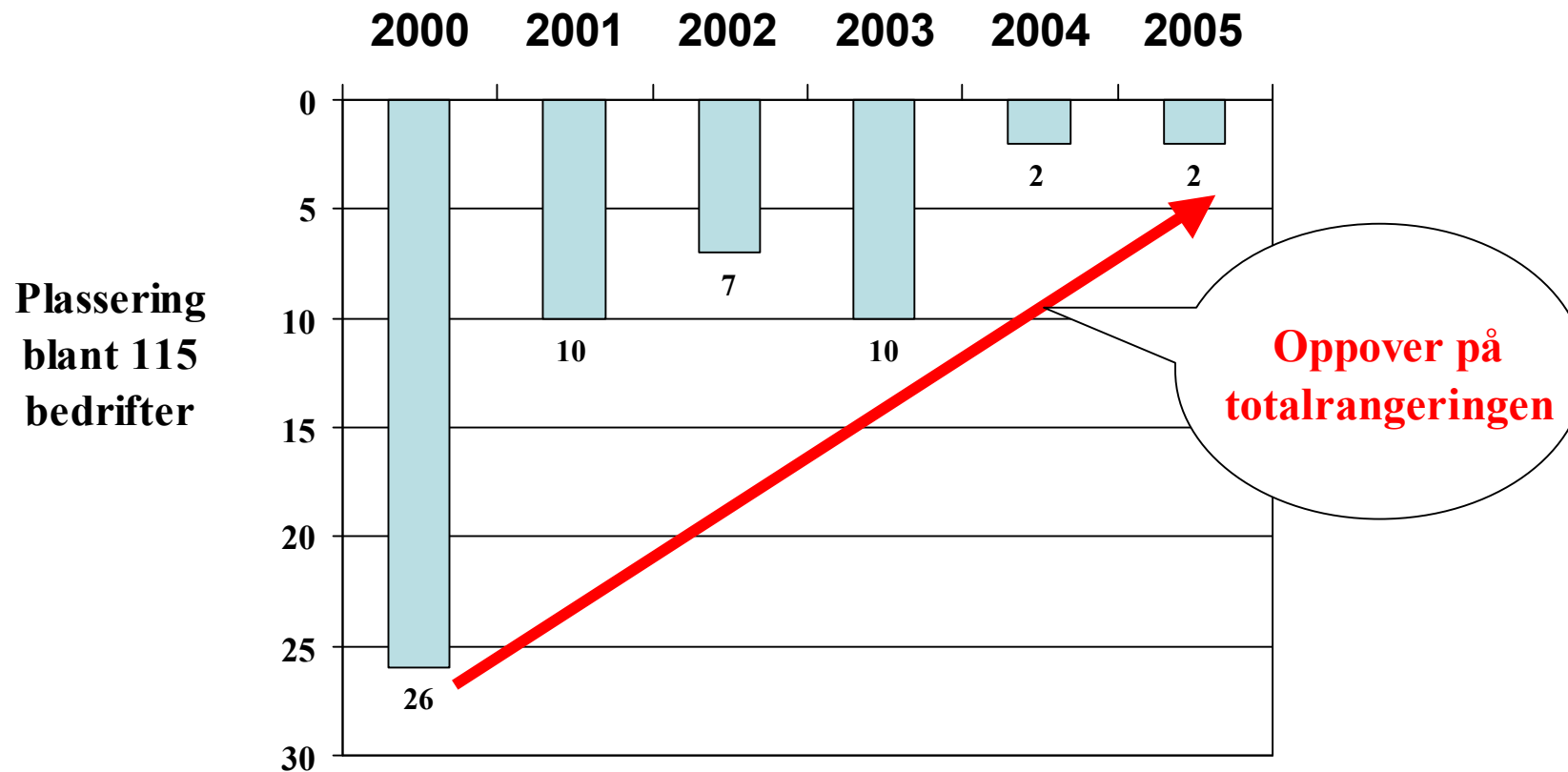


Watt datt



coop

# Plassering blant 115 bedrifter - Totalinntrykk



# Krisehåndtering

- Coop kom bra ut av Gilde-saken
- Det gjorde ikke Mattilsynet eller Gilde
- Øvelse og planer for kommunikasjon i krisesituasjoner viktig
  - Ta ansvar
  - Ikke tidspunkt å tenke kostnader
  - Vis medfølelse
- Dårlig håndtering ofte verre enn selve krisen

# Ledelse

- Lederens omdømme blir organisasjonens
  - Incentiver, opsjoner
  - Personlige forhold, integritet
  - Opptreden i krise
- Evne til å kommunisere
  - Innhold, substans, formidlingsevne
  - Skape bedriftskultur omkring verdiene
  - Skape stolthet og motivere medarbeiderne
  - Bygge relasjoner



# Arbeidsmiljø

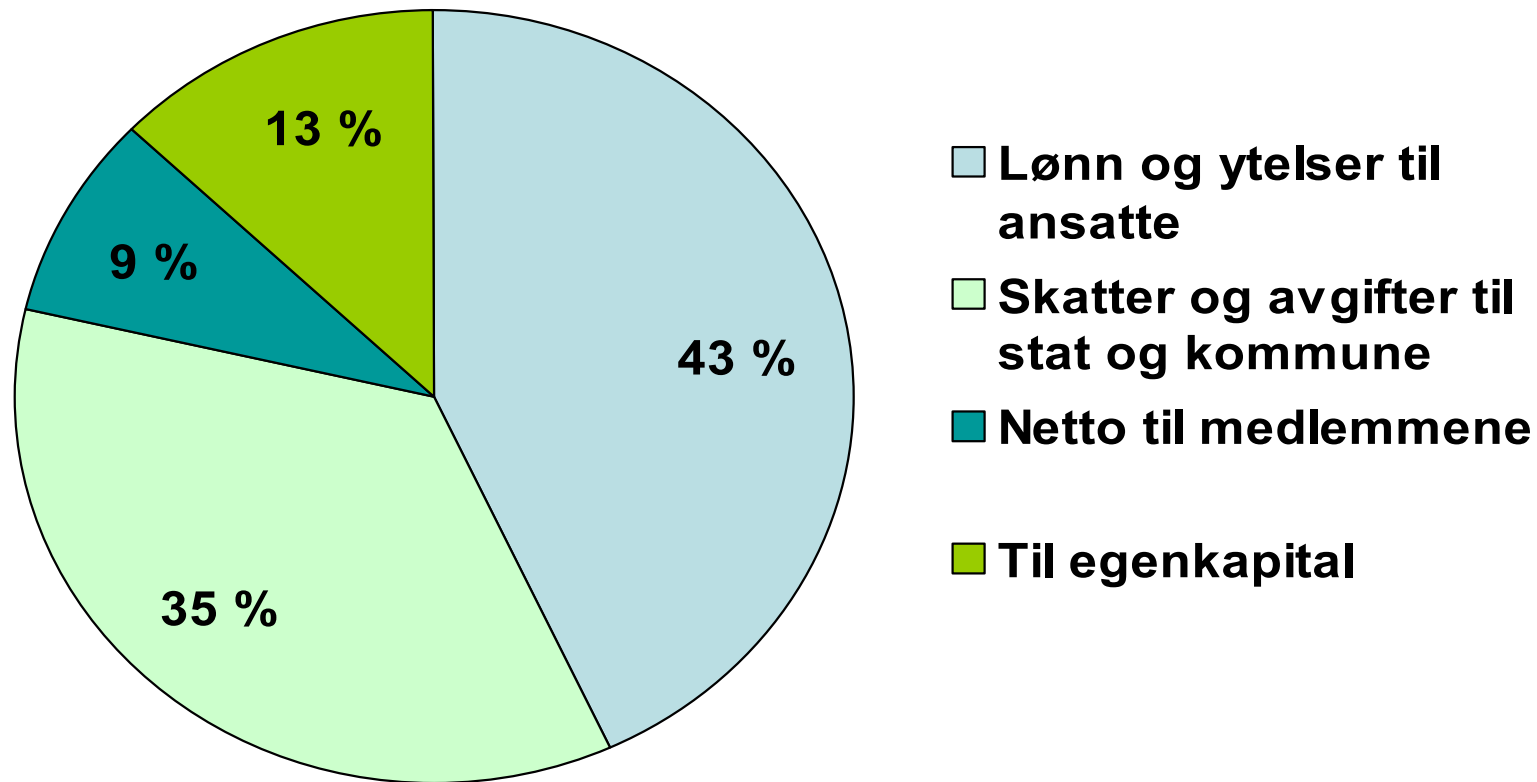
- Ta vare på folk
- Opplæring og utvikling
- Forholdet til fagforeningene
- Vår kultur verdsetter kontinuitet
- Kort avstand mellom ledelse og medarbeidere

# Verdigrunnlag og samfunnsansvar

- Kundene er våre eiere - ingen blir rike
- Vi har klart å formidle våre verdier og vår egenart
- Vi har "alltid vært her"
- Vi kan ikke kjøpes opp
- Åpenhet og ærlighet henger i sammen
- Coop står for det motsatte av børs
- Butikken grunnmur i bygda

# Samfunnsregnskap 2005

Årets samlede verdiskapning i Coop Nord utgjør 248 mill. kr, og fordeles som følger:



# Innovasjon og produkt

- Moderne kjededrift og fine butikker
- Coop som masterbrand lettet kommunikasjon
- Coop har ofte vært "først ute"
- Lønnsomhet viktig også i Coop
- Kontinuerlig videreutvikling av butikker og innhold
- Satsing på økologiske varer og etisk handel
- Kundefokus

# Ydmykhet

- Et godt omdømme tar lang tid å bygge
- Det kan ødelegges på kort tid
- Coop jobber for å bli bedre på alle måledimensjoner
- Vi har ikke alle svarene
- Omdømmebygging er i bunn og grunn god ledelse og etterleving av kjerneverdier
  - Det blir vi aldri "ferdig" med