

Ansvarlig Handlekraft

CSR Rapport 2020



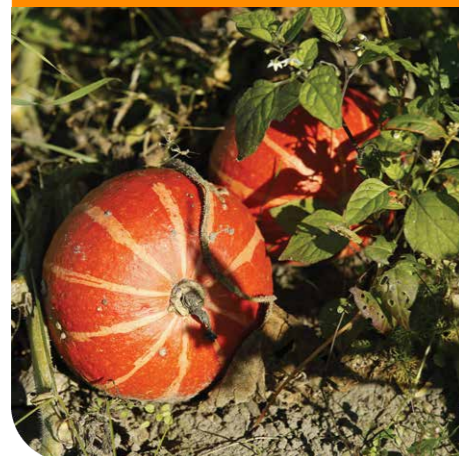
Indhold

Introduktion

CEO forord	4
Forord	5
Ejerstruktur	6
Vores forretning	8
Vores værdikæde	10

Højdepunkter

Januar - marts	14
April - juni	16
Juli - september	18
Oktober - december	20



COVID-19

Ansvar i en udfordrende tid	22
-----------------------------	----

CSR-strategi

Klare ambitioner og ansvarlig handlekraft	24
FN's verdensmål	26

Klima

Vores klimaindsats	28
Klimakommunikation	32
Plastik skal genbruges	36
Bæredygtig emballage	38
Energi og transport	40
Madspild	42
Partnerskaber	48
Fremtidens butik	50

Sundhed

Sundhed i Salling Group og butikkerne	54
Røgfri Generation 2030	56
Sund i hverdagen	58
Sundhed og trivsel	60



Vores fundament

Medarbejderne	64
Ordentlighed på arbejdspladsen	66
Ansvarlige varer	68
Sojaproduktion	70
Tøj og tekstil	72
Dyrevelfærd	76



Status og ambitioner

Status på 2020	78
Ambitioner for 2021	80



Værdikæde og risici / kontrol

Risici og due dilligence	82
Menneskerettigheder	86
Antikorruption	87
Sociale forhold og medarbejderforhold	88
Miljøpåvirkning	89
Klima	90
Vores interesser	92

Skat

96

Bilag

Den uafhængige revisors erklæring med begrænset sikkerhed	100
Ledelsespåtegning	102
Rapporteringsmetode	103
Rapporteringskriterier og resultater	106
Selskabsoplysninger	112

CSR er også godt købmandskab

Salling Group er sat i verden for at udvikle vores virksomhed og samtidig tjene penge til vores ejere, Salling Fondene, således, at de kan uddele midler til værdige formål i Danmark.



Per Bank
Administrerende
direktør

Det kræver godt købmandskab, og det er noget vi kan, noget vi bryster os af og er stolte af. Samtidig er vi en ansvarlig virksomhed, hvilket denne rapport dokumenterer med en lang række eksempler på de mange CSR-initiativer, vi har i gang.

For Salling Group er det ikke en modsætning at være dygtige købmænd samtidig med, at vi er en ansvarlig virksomhed. Faktisk tværtimod. Vi kan med vores evner som købmænd forhandle priserne på økologiske varer til et niveau, hvor det rent faktisk er muligt for alle at tilvælge økologi uden at skulle betale en overpris for de økologiske varer. Vi gør økologi tilgængeligt for alle. Det er godt købmandskab, der går hånd i hånd med ansvarlighed.

På samme måde er det ansvarlighed og købmandskab, når vores butikker

målrettet arbejder med at sænke energiforbruget. Når vi eksempelvis får sat låger på alle frost- og kølebokse i Bilka, føtex og Netto, sparer det en betydelig mængde energi og reducerer dermed CO₂-udledningen. Samtidig reducerer vi vores omkostninger til energiforbruget.

2020 var ikke et år, vi ønskede eller drømte om. Men jeg er stolt af den enorme indsats, samtlige medarbejdere i Salling Group har leveret, de resultater vi har nået, og ikke mindst det samfundsansvar, vi sammen har taget.

COVID-19 har selvfølgelig været en kæmpe udfordring for hele landet og derfor også for Salling Group. Vi har adresseret rigtig mange problemer i den forbindelse og har efter bedste evne forsøgt at udvise et samfundsansvar, som man bør påtage sig som ansvarlig virksomhed.

Noget af det første, vi kiggede på, var at sikre vores forsyningslinjer. Så vi kunne være sikre på, at butikkerne havde varer på hylderne, således at forbrugerne kunne få de varer, der var nødvendige for at samfundet kunne holdes kørende.

Vi har straks betalt over 1,1 mia. kr. til mindre, danske leverandører for at forbedre deres likviditet. Vi har takket nej til at modtage offentlig støtte, selvom vi havde mere end 2000 hjemsendte medarbejdere. Ligesom vores ejere i Salling Fondene har bidraget med markante COVID-19-hjælpepakker.

Det er et samfundsansvar, der kan lade sig gøre, fordi vi er dygtige købmænd.

Forord Vi er ambitiøse

Selvom 2020 var helt anderledes, end vi havde forventet, har vi i Salling Group ikke ændret ved eller tilsidesat vores ambitioner, når det kommer til ansvarlighed. Vi er stadig ambitiøse. Ikke kun på egne vegne, men også over for det samfund vi er en del af.

COVID-19 ændrede hverdagen for alle og bød på nye udfordringer, som også krævede vores tid, kræfter og opmærksomhed. Men det har ikke ændret vores indsats, og vi har arbejdet lige så hårdt på at indfri vores mål og ambitioner som ellers – trods de ændrede forudsætninger. Bæredygtige og ansvarlige valg er en indarbejdet og naturlig del af vores virksomhed, og det gør, at vi i 2020 lykkedes med at opnå resultater, der afspejler vores ønske om at reducere vores egen CO₂-udledning, udvikle flere klimavenlige initiativer og bidrage til, at Danmark kan nå 2030-klimamålene.



Madspild er en væsentlig klimabelastning, og på intet andet område kan vi som detailvirksomhed med en stor værdikæde gøre en så markant klimaforskel som ved at mindske vores eget og kundernes madspild.

Siden vi, som de første i Danmark, fortalte om vores samlede madspilstal, har vi

kontinuerligt taget skridt mod at halvere vores madspild. Siden 2014 har vi reduceret vores madspild i Danmark med 44,6 %.

Vi er stolte af fremskridtene og glæder os samtidig over den store opbakning, vi har fra kolleger, samarbejdspartnere og andre fødevareraktører. De valgte nemlig i 2020 at dele vores ambition, og sammen har vi forpligtet os til at arbejde med madspil via initiativet Danmark Mod Madspild. Et initiativ, vi var med til at lancere i 2018, og som nu er blevet en væsentlig del af hele landets samlede klimaindsats.

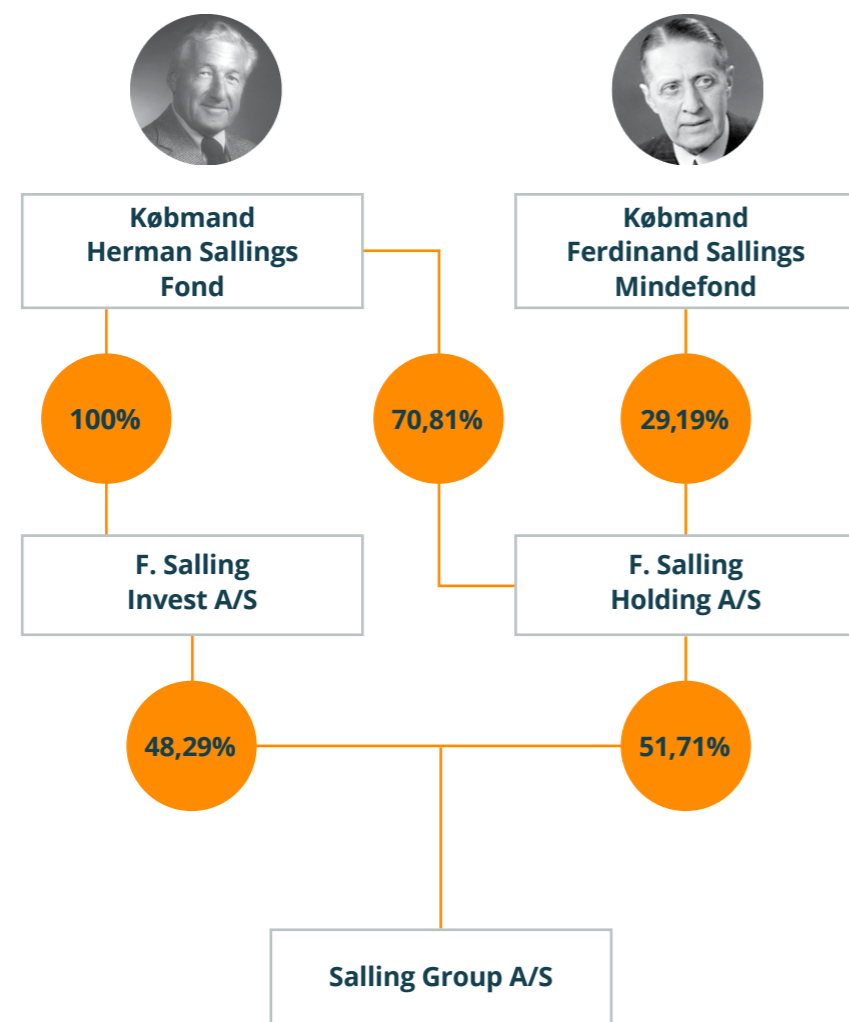
Men madspild er også et godt eksempel på de dilemmaer, som vi – og alle andre står i – når vi arbejder med CSR. For med valg kommer også fravalg, og de færreste løsninger er uden slagsider.

Vi bekæmper blandt andet madspild ved at benytte plastik som emballage. Og ligesom vi vil reducere mængden af vores madspild, vil vi også gerne reducere vores plastikforbrug. Dilemmaet i, at de to på nogle områder kan være gensidigt udelukkende, skal vi være ærlige og transparente omkring. For ellers kan vi ikke gå ordentligt og ansvarligt til opgaven og give kunder og interessenter et indblik i, hvordan social ansvarlighed er både krævende, komplekst og med både til- og fravalg.

Den dialog vil vi gerne tage i Salling Group – og være åbne om. Ligesom vi vil forsætte arbejdet og endda intensivere vores klimaindsats markant. Selvom vi er nået langt i de senere år og i 2020, vil vi fortsætte vores arbejde og indsats – og tage ansvar for at skabe varige forandringer. For kunderne, for medarbejderne, for klimaet og for samfundet.

Salling Group er 100% ejet af

Salling Fondene



Salling Group ejer dagligvarekæderne Bilka, føtex og Netto samt Salling Stormagasiner, legetøjskæden BR, tilknyttede netbutikker, franchise-kæderne Starbucks og Carl's Jr.* og Netto-butikker i Tyskland og Polen. Dermed er Salling Group Danmarks største detailkoncern med 10,9 millioner kunder og gæster om ugen i vores butikker og restauranter.

Salling Group er 100% ejet af Salling Fondene. Det betyder, at Salling Groups årlige overskud bliver investeret tilbage i forretningen til glæde for kunderne, der får endnu bedre kundeoplevelser. Derudover uddeler fondene hvert år donationer til værdige formål i Danmark.

Salling Fondene har siden 2012 doneret mere end en milliard til kultur, sport, velgørenhed, uddannelse og forskning. I 2020 har Salling Fondene doneret 139,1 mio. kr. til blandt andet Klimaakademiet, Concito klimadatabase og støttet en hjælpepakke til sportslivet i Aarhus.

Salling Group og siden Salling Fondene er stiftet af grundlæggerne Herman Salling og Ferdinand Salling. I 2014 påbegyndte Salling Fondene et gradvist tilbagekøb af aktier fra A. P. Møller – Mærsk, som ejede en del af virksomheden. I dag er Salling Group 100% ejet af Salling Fondene.

I 2018 blev Salling Fondenes ejerskab cementeret med navneskiftet fra Dansk Supermarked til Salling Group. En anerkendelse af virksomhedens historie og samtidig en markering af tilknytningsforholdet til Salling Fondene.

Væsentlige, organisatoriske ændringer i Salling Group i 2020

- Nils Smedegaard Andersen overdrager formandskabet for Salling Group til Bjørn Gulden, der bliver ny bestyrelsesformand i Salling Group
- Salling Group køber britiske Tescos polske aktiviteter. Salling Group overtager 300 butikker og to distributionscentre i Polen
- Anja Madsen afløser Thor Jørgensen som ny direktør for føtex og træder ind i Salling Groups Executive Committee
- Salling Group investerer massivt i online, og Thor Jørgensen sættes i spidsen for satsningen. Samtidig lanceres en ny forretningsenhed, føtex Home Delivery, der tilbyder hjemmelivering af dagligvarer

Salling Group ledes af administrerende direktør Per Bank i samarbejde med hans Executive Committee, mens bestyrelsen er ejerens repræsentant, og den har det overordnede ansvar, herunder også at sikre den rette ledelsessammensætning.



* Franchiseenhederne er ikke omfattet af CSR-rapporten

Vores forretning

Vi gør hverdagen bedre

Vi er en stor virksomhed, og vores valg gør en forskel for vores kunder, kolleger, samarbejdspartnere, leverandører og det samfund, vi er en del af. Vi har et stort ansvar for at bidrage til og arbejde for bæredygtige løsninger, nemme og gode indkøbsoplevelser, jobmuligheder og ikke mindst støtte gode formål gennem vores ejere, Salling Fondene.

For os i Salling Group handler det om hverdagen. Derfor er vi hver eneste dag 100% dedikerede til at gøre hverdagen bedre – både for kunder og samfund. Vi driver vores forretning efter værdier, der har gjort os til dem, vi er i dag.

60,9

MIA. DKK I OMSÆTNING

2,8

MIA. DKK I EBIT

FLERE END
1.400
BUTIKKER

10,9
MIO. KUNDER OM UGEN

OVER
55.000
ANSATTE

Vores værdier

Integrity

Vi opbygger tillid ved at opføre os ordentligt, ansvarligt og ærligt.



Passionate

Vi brænder for at forbedre hverdagslivet for vores kunder, vores kolleger og de fællesskaber, vi indgår i.



Agile

Vi omfavner forandring, tilpasser os nye behov og holder aldrig op med at lære.



Competitive

Vi går efter at vinde i alle dele af forretningen, vi griber mulighederne og tackler udfordringerne sammen.



Efficient

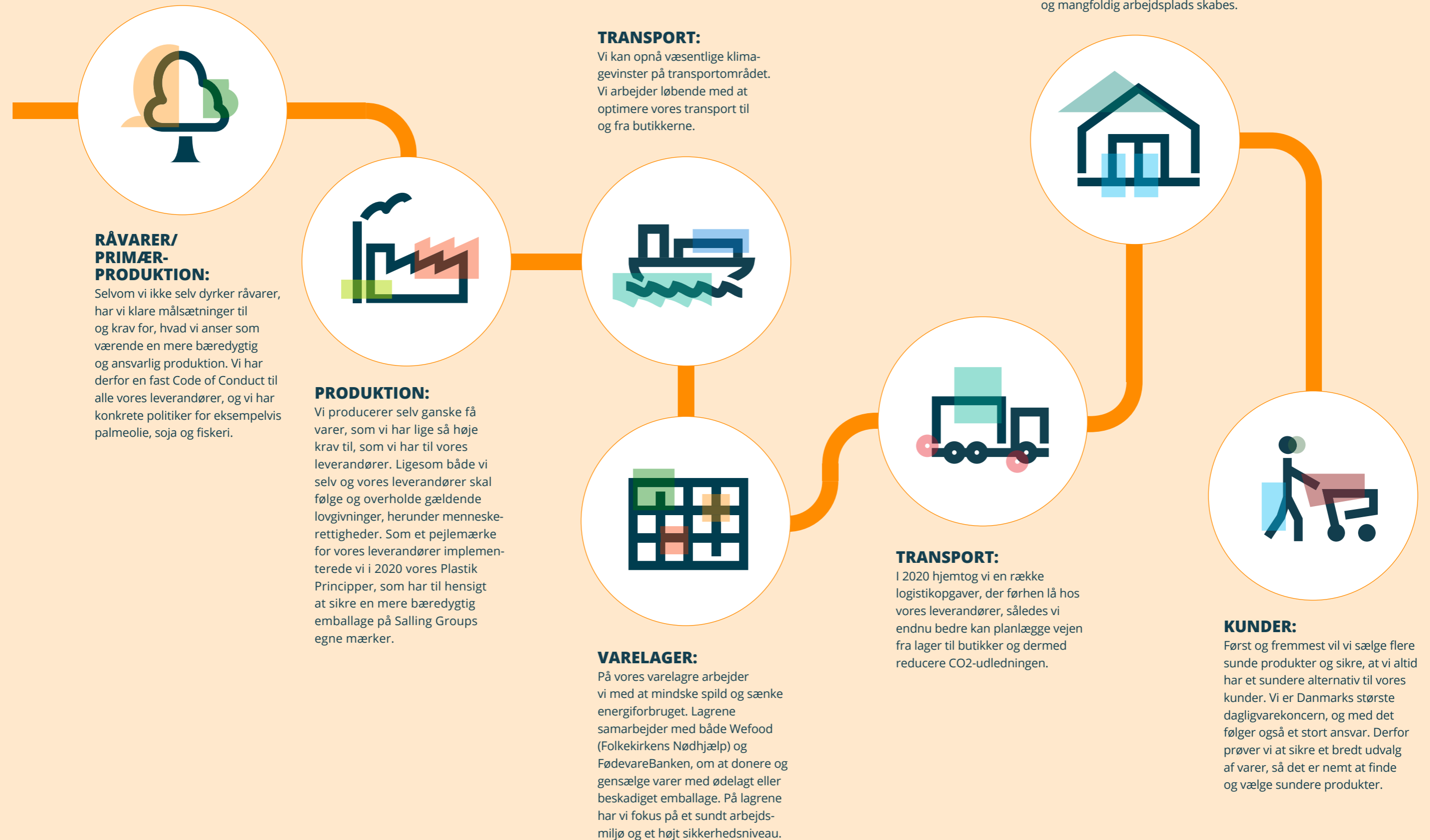
Vi søger enkelthed og stræber efter at skabe produktive og effektive måder at arbejde på.



salling group



Vores værdikæde



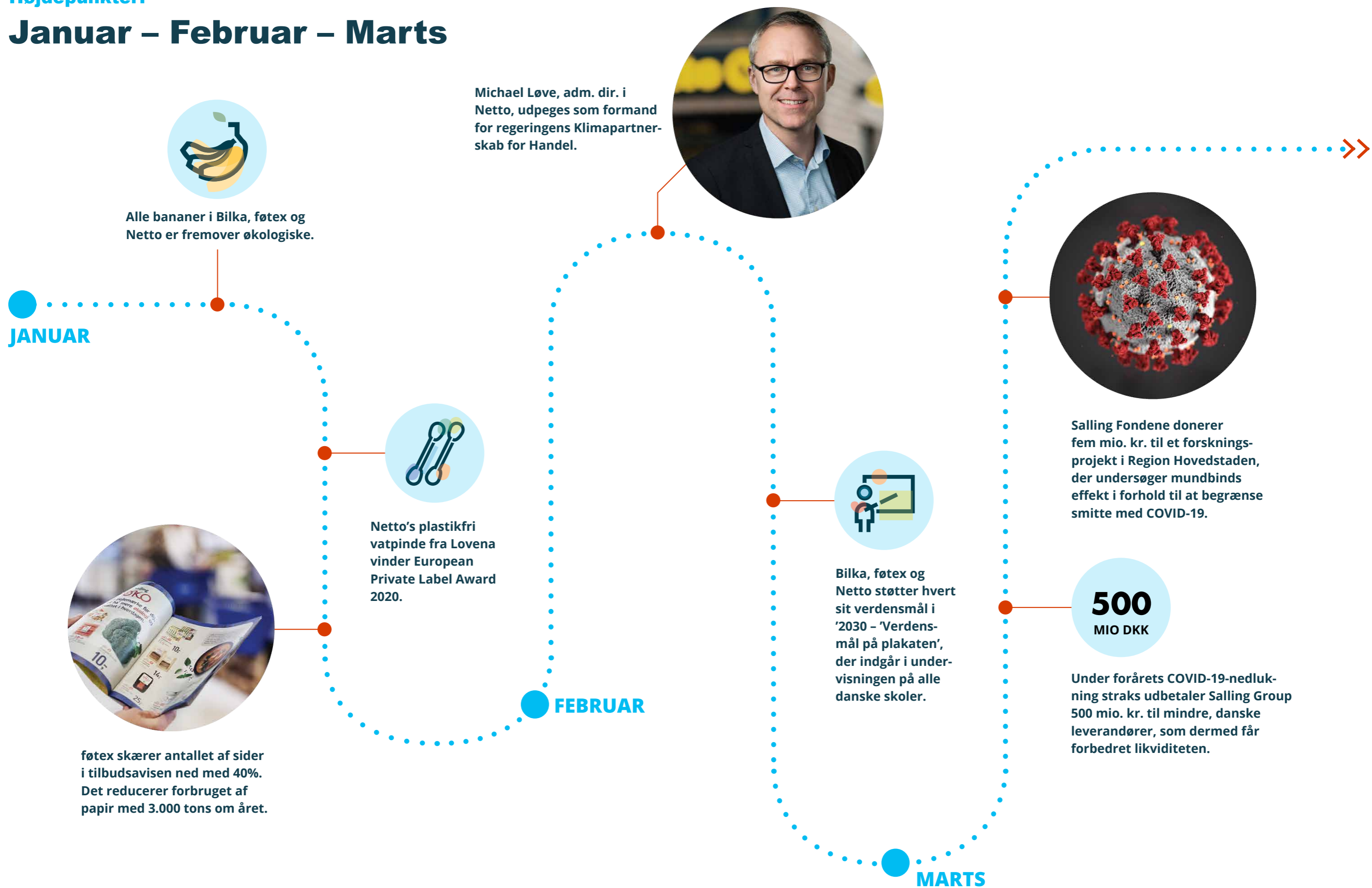


Ansvarlig Handlekraft

Løgismose-kyllingerne i Netto og Princip-kyllingerne i Bilka og føtex er fra Frankrig og opdrættet med det franske Label Rouge Certifikat, som er en kvalitetsbetegnelse der kun tildeles fødevarer af ypperste smagskvalitet

Højdepunkter:

Januar – Februar – Marts



JANUAR

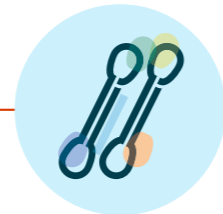


Alle bananer i Bilka, føtex og Netto er fremover økologiske.

Michael Løve, adm. dir. i Netto, udpeges som formand for regeringens Klimapartner-skab for Handel.



føtex skærer antallet af sider i tilbudsavisen ned med 40%. Det reducerer forbruget af papir med 3.000 tons om året.

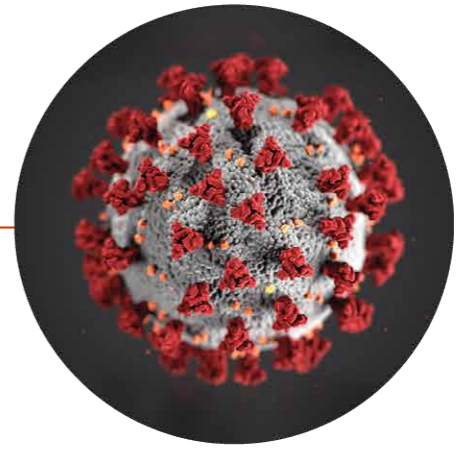


Netto's plastikfri vatpinde fra Lovena vinder European Private Label Award 2020.

FEBRUAR



Bilka, føtex og Netto støtter hvert sit verdensmål i '2030 - 'Verdensmål på plakaten', der indgår i undervisningen på alle danske skoler.



Salling Fondene donerer fem mio. kr. til et forskningsprojekt i Region Hovedstaden, der undersøger mundbinds effekt i forhold til at begrænse smitte med COVID-19.

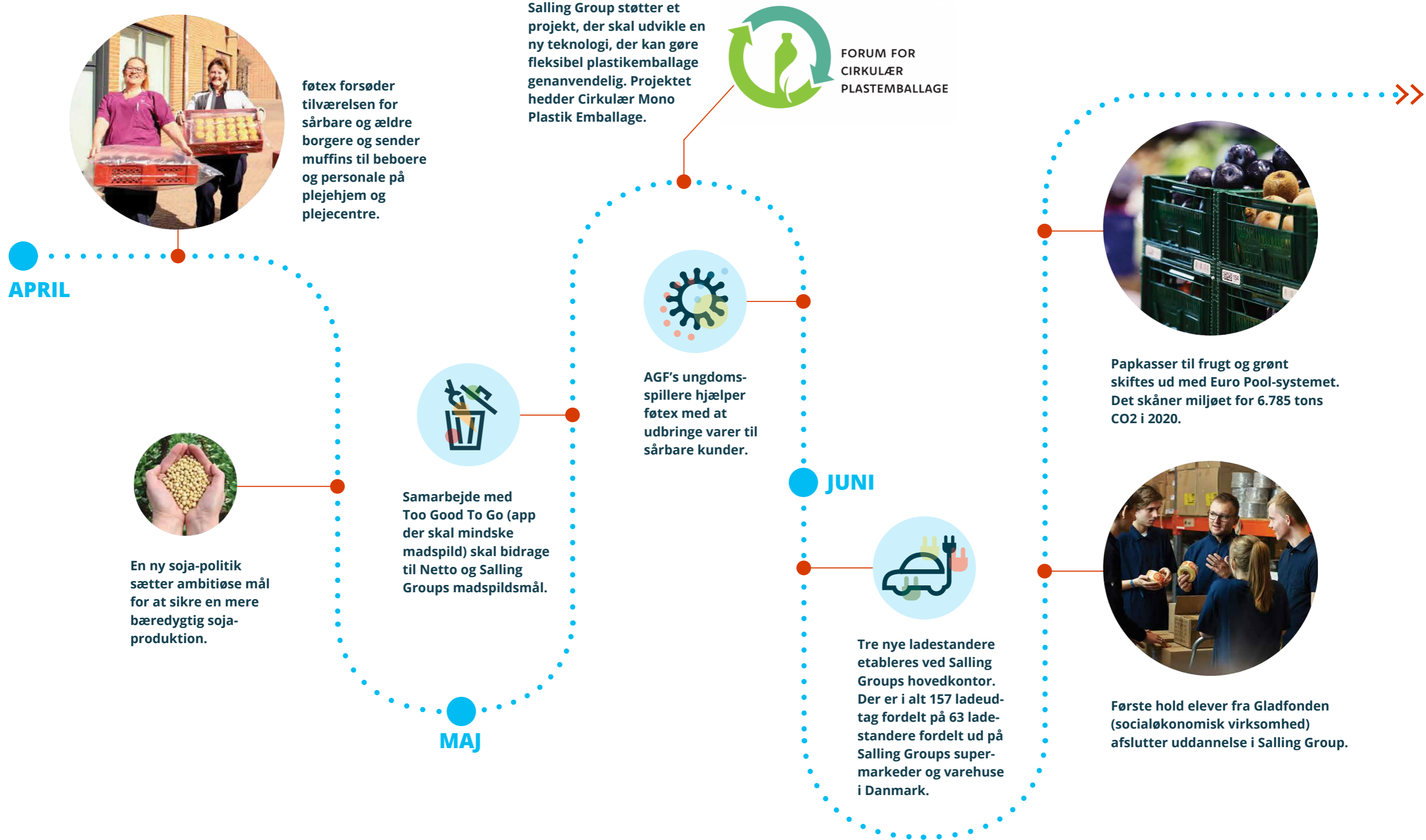
500
MIO DKK

Under forårets COVID-19-nedlukning straks udbetaler Salling Group 500 mio. kr. til mindre, danske leverandører, som dermed får forbedret likviditeten.

MARTS

Højdepunkter:

April – Maj – Juni



APRIL

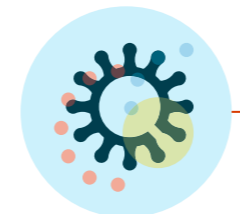


føtex forsøder tilværelsen for sårbare og ældre borgere og sender muffins til beboere og personale på plejehjem og plejecentre.

Salling Group støtter et projekt, der skal udvikle en ny teknologi, der kan gøre fleksibel plastikemballage genanvendelig. Projektet hedder Cirkulær Mono Plastik Emballage.



FORUM FOR CIRKULÆR PLASTEMBALLAGE



AGF's ungdomspillere hjælper føtex med at udbringe varer til sårbare kunder.



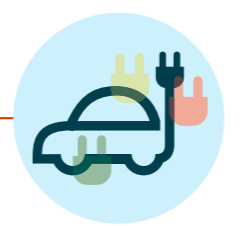
Samarbejde med Too Good To Go (app der skal mindske madspild) skal bidrage til Netto og Salling Groups madspildsmål.



En ny soja-politik sætter ambitiøse mål for at sikre en mere bæredygtig soja-produktion.

MAJ

JUNI



Tre nye ladestandere etableres ved Salling Groups hovedkontor. Der er i alt 157 ladeudtag fordelt på 63 ladestandere fordelt ud på Salling Groups supermarkeder og varehuse i Danmark.



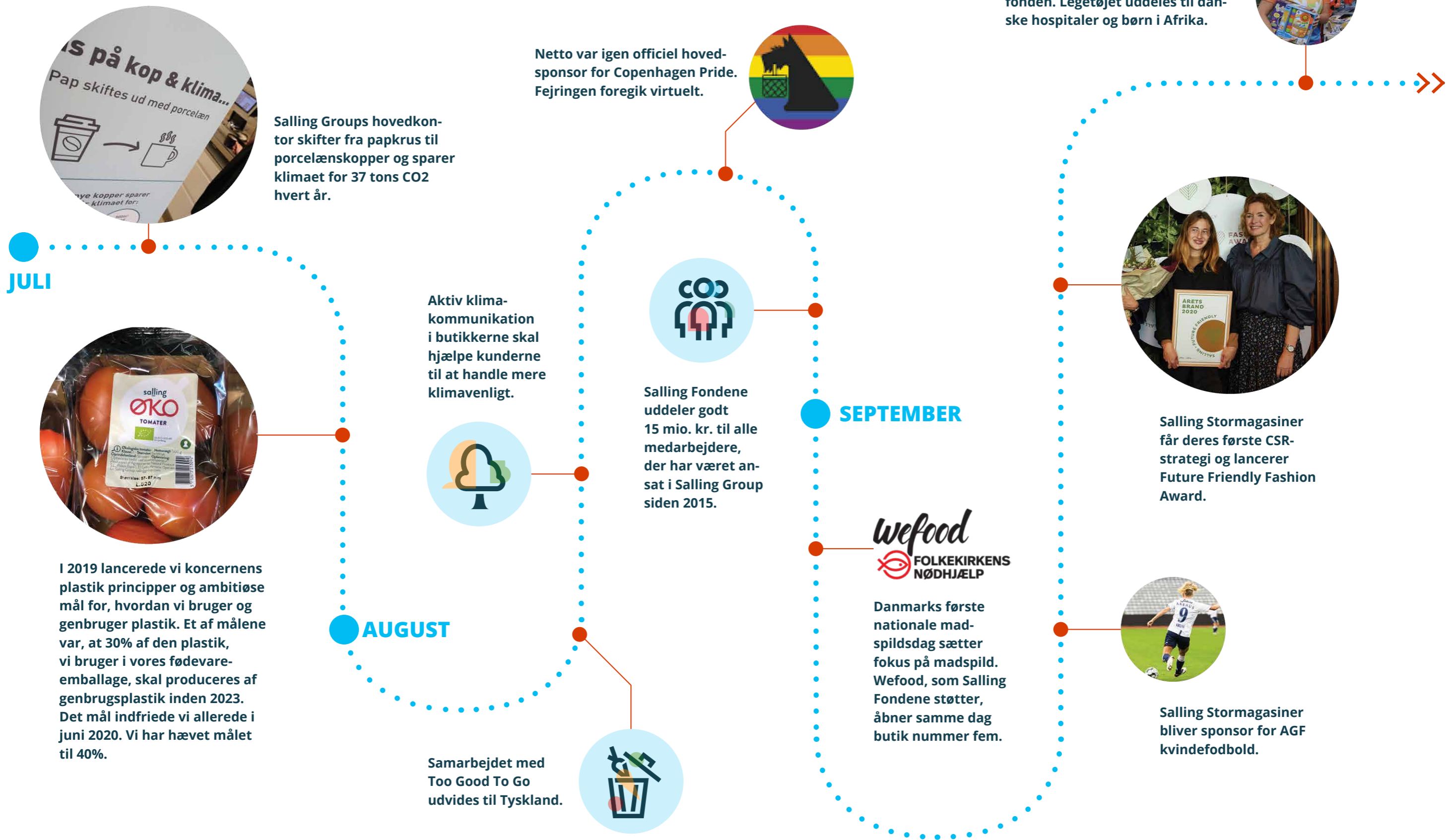
Papkasser til frugt og grønt skiftes ud med Euro Pool-systemet. Det skåner miljøet for 6.785 tons CO2 i 2020.



Første hold elever fra Gladfonden (socialøkonomisk virksomhed) afslutter uddannelse i Salling Group.

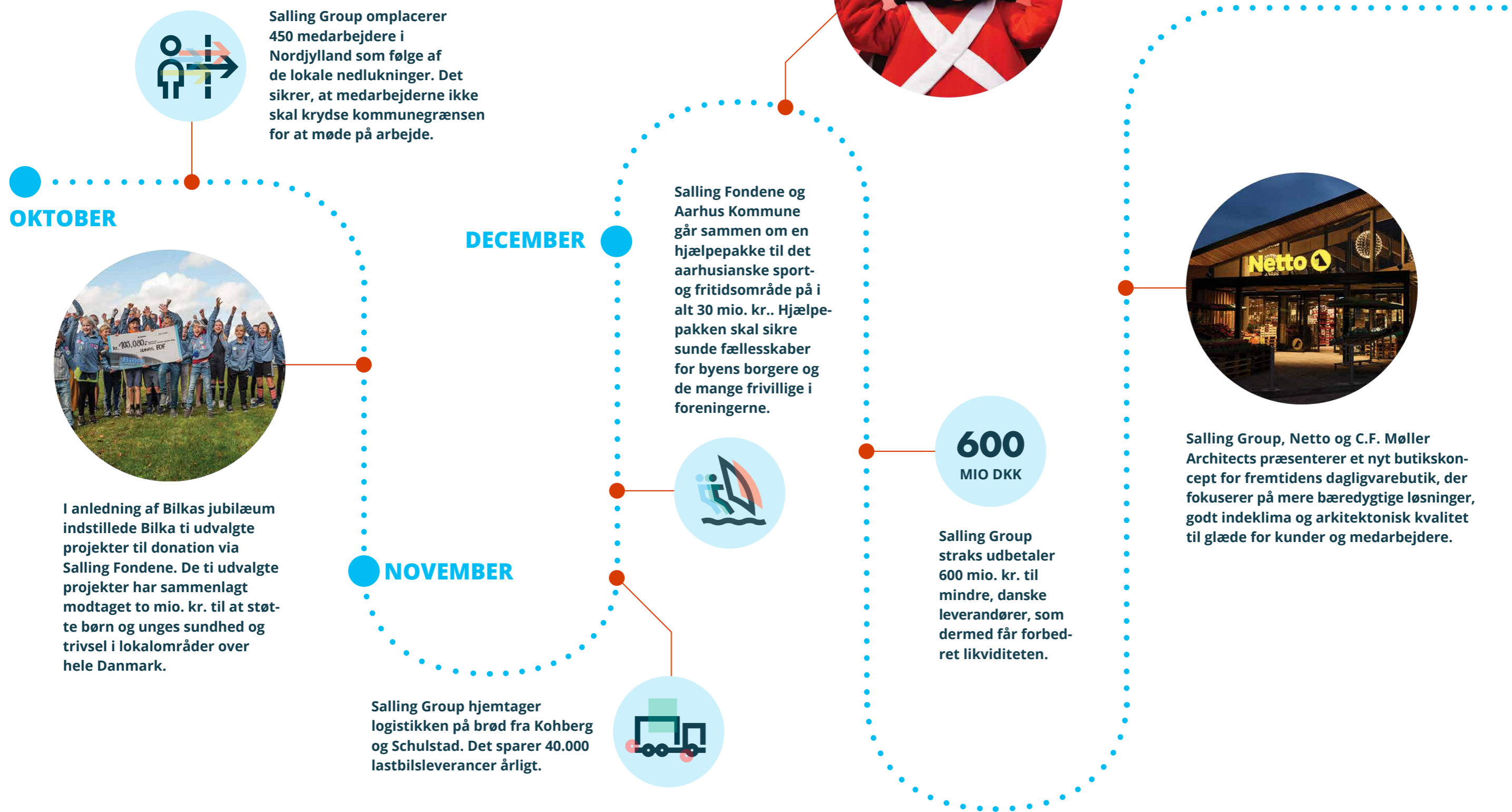
Højdepunkter:

Juli – August – September



Højdepunkter:

Oktober – November – December



Ansvar

i en udfordrende tid

COVID-19 har været definerende for 2020 og har i den grad præget dagligdagen i Salling Group og påvirket vores forretning – først med nedlukning i Tyskland samt Polen og senere Danmark. Som Danmarks største detailkæde og en af landets største arbejdspladser har vi fra begyndelsen anerkendt, at vi har et særligt ansvar for at begrænse smittespredningen af COVID-19 blandt vores kunder og medarbejdere.

Derfor blev adskillige sikkerhedsforanstaltninger indført – og samtidig blev alternative indkøbsmuligheder opgraderet, eksempelvis onlinehandel, så kundernes ønsker og myndighedernes anbefalinger kunne imødekommes. Med det, vi ved i dag, kan vi se, at vi lykkedes med at tage et socialt samfundsansvar. Smittespredningen blev bremset, og dagligvarehandlen – som ikke var ramt af nedlukningerne – blev ikke en kilde til utryghed eller særlig smitterisiko.

Mulighed for at gøre en forskel

Mens store dele af samfundet var lukket i marts og april og mange brancher oplevede dramatiske konsekvenser, blev vi i Salling Group ikke ramt på samme måde, hvilket gentog sig i slutningen af året, da anden bølge ramte Danmark.

Vi takkede som nogle af de første nej til regeringens mulighed for at søge om lønkomensation for de godt 2.000 medarbejdere, vi måtte sende

hjem fra blandt andet Salling Stormagasiner og BR. Vi valgte også at sætte kredittiderne på godkendte fakturaer til side og straks udbetalte i marts 500 mio. kr. for at holde hånden under de mindre danske leverandører, der var ramt på deres likviditet. I december måned gentog vi det og straks udbetalte 600 millioner i forbindelse med den anden nedlukning.

Vi støttede hjemløseavisen Hus Forbi med salg af og donation til gavekort for 500.000 kroner, der sikrede måltider til Hus Forbi-sælgerne.

Medarbejderne blev honoreret for deres indsats i form af ekstra medarbejderrabat på varer købt i virksomhedens butikker.

Og netop medarbejderne er der grund til at rose og fremhæve, da de har ydet en helt ekstraordinær indsats under hele krisen. De har sikret gode og trygge indkøbsoplevelser og været yderst fleksible, når restriktionerne ændrede hverdagen. Både da mundbind eller visir blev et krav i butikkerne, men også da syv nordjyske kommuner lukkede ned, og 450 medarbejdere udviste stor fleksibilitet og for en stund skiftede arbejdsplads for at blive i deres hjemkommune.

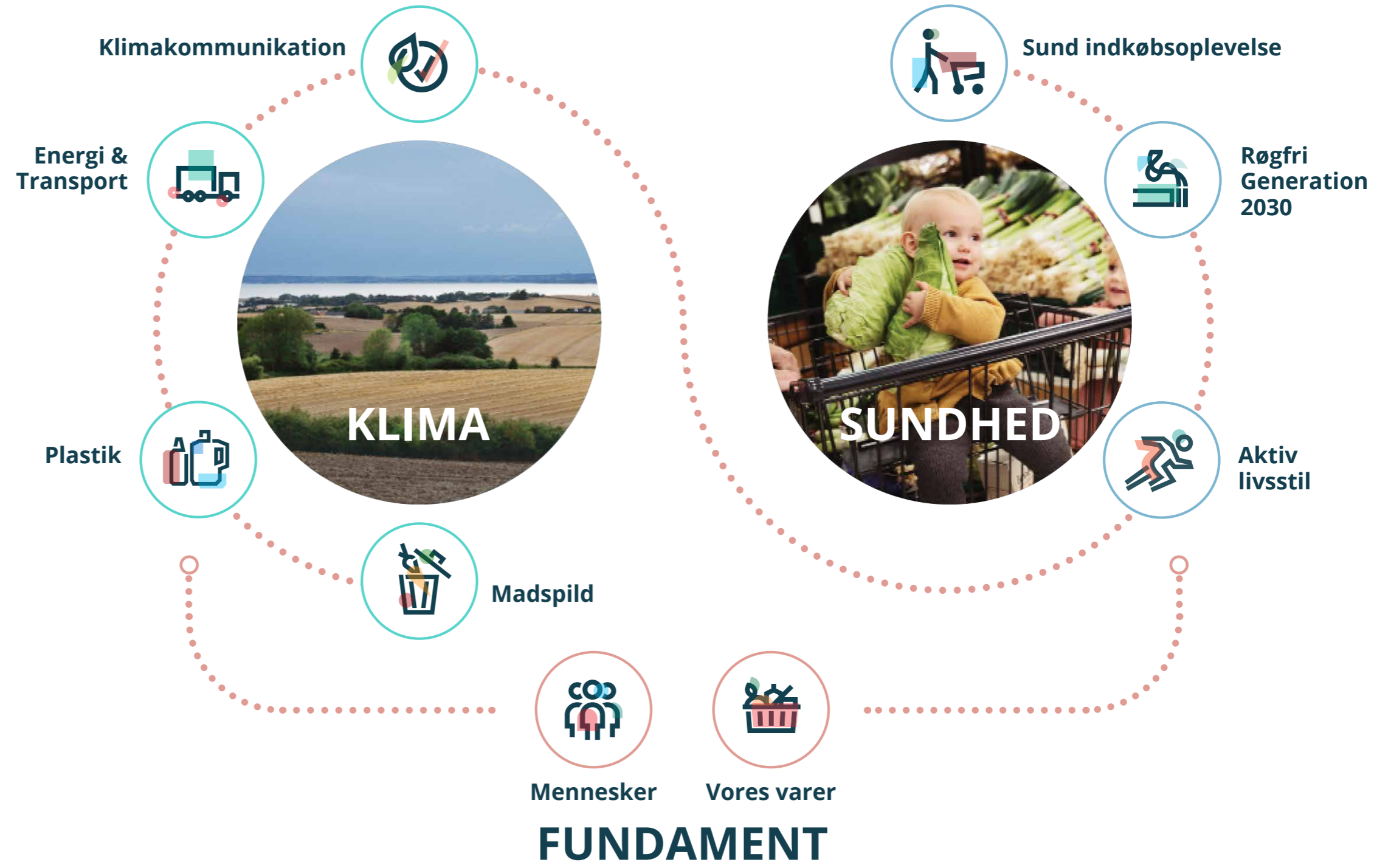
Salling Fondene støttede igennem pandemien både kultur og idræt med markante, økonomiske hjælpepakker.



Klare ambitioner og ansvarlig handlekraft

Medarbejderne i Salling Group og de produkter, vi sælger i vores butikker, udgør fundamentet i vores forretning og derfor også fundamentet i vores CSR-strategi. Vi skal agere ansvarligt overfor vores ansatte og købe ansvarligt ind. Det er altafgørende for vores ansvarlighedsstrategi.

Samtidig er vi bevidste om, at vi agerer ansvarligt og arbejder med områder, som er vigtige for vores kunder og samfund. Vi skal tage ansvarlige valg, og vi skal hjælpe kunderne med at gøre det samme – især når det handler om klima og sundhed.



FN's verdensmål

og Salling Groups impact

I processen med at sikre en ambitiøs og struktureret ansvarlighedsindsats lancerede vi i 2019 vores nye CSR-strategi forankret i FN's verdensmål 3, 12 og 13. Klima og sundhed er særlige fokusområder i vores CSR-strategi, fordi vi mener, vi kan gøre en forskel indenfor de områder. I 2020 er de blevet indarbejdet på tværs af hele organisationen, så alle i Salling Group tager del i arbejdet med at leve op til verdensmålene.

I arbejdet med verdensmålene vurderer og evaluerer vi løbende, om der er behov for justeringer, så vi kontinuerligt sikrer, at vi lægger vores kræfter dér, hvor vi kan gøre den største forskel. I 2018 var det på Verdensmål 3

(Sundhed og trivsel), 4 (Kvalitetsuddannelse) og 12 (Ansvarligt forbrug og produktion). Men da vi i 2019 vedtog vores nye CSR-strategi, hvor medarbejderne sammen med kunder og produkter udgør fundamentet i vores virksomhed, besluttede vi at skifte Verdensmål 4 ud med Verdensmål 13 (Klima) og fortsætte arbejdet med Verdensmål 3 og 12. Med omfattende uddannelsesprogrammer for alle vores 55.000 medarbejdere bidrager vi stadig til Verdensmål 4, men med medarbejderudvikling som så naturlig en del af vores hverdag, vurderede vi, at vi med Verdensmål 13 kan gøre en større forskel ift. at tage ansvar for og intensivere vores bidrag til løsningen af klimaudfordringerne.



Positiv påvirkning:
 Vi vurderer, at disse tre verdensmål er mål, hvor vi som dagligvarekoncern har størst mulighed for at påvirke positivt.

- 3 SUNDHED OG TRIVSEL
- 12 ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION
- 13 KLIMA-INDSATS

- 4 KVALITETS-UDDANNELSE
- 5 LIGESTILLING MELLE KØNNENE
- 7 BÆREDYGTIG ENERGI
- 8 ANSTÆNDIGE JOBS OG ØKONOMISK VÆKST
- 10 MINDRE ULIGHED
- 14 LIVET I HAVET
- 15 LIVET PÅ LAND
- 17 PARTNERSKABER FOR HANDLING

Potentiel positiv påvirkning:
 Alle disse verdensmål er mål, hvor vi har eller potentielt har direkte eller indirekte positiv påvirkning gennem vores virke som dagligvarevirksomhed.

Potentiel negativ påvirkning:
 Disse er mål, som vi har mindst direkte eller indirekte positiv påvirkning på, men hvor vi søger at begrænse en potentiel form for negativ påvirkning på mennesker, samfund eller miljø.

- 1 AFSKAF FATTIGDOM
- 2 STOP SULT
- 6 RENT VAND OG SANITET
- 9 INDUSTRIEL INNOVATION OG INFRASTRUKTUR
- 11 BÆREDYGTIGE BYER OG LOKALSAMFUND
- 16 FRED, RETFÆRDIGHED OG STÆRKE INSTITUTIONER

Vores klimaindsats



At løse de klimaforandringer, verden står overfor, kræver ambitioner og hårdt arbejde fra alle. Salling Group ønsker at tage et ansvar for at agere og bidrage til, at vi sammen når målet om at reducere den globale opvarmning frem imod 2030. Klima er en fælles agenda, som kun kan løses i fællesskab.

I 2019 formulerede vi de første ambitioner på klimaområdet. I 2020

blev vi klogere på, hvordan vi som detail-virksomhed kan bidrage til at reducere CO2-udledninger og besluttede at præcisere de fremtidige CO2-ambitioner i midten af 2021.

Fremadrettet vil vi skabe endnu mere transparens omkring vores CO2-udledninger og sætte en klar ambition for, hvor meget vi vil reducere og hvordan.

>>

Vores klimaindsats

Klimaregnskab 1 - 2 - 3

Vi rapporterer på scope 1, 2 og dele af scope 3 i arbejdet med at tracke og identificere indsats, som kan reducerer vores CO2-udledninger i forbindelse med den energi vi køber. Scope 3 er alle andre indirekte udledninger, der sker som resultat af vores aktiviteter, men som vi ikke ejer eller har kontrol over.

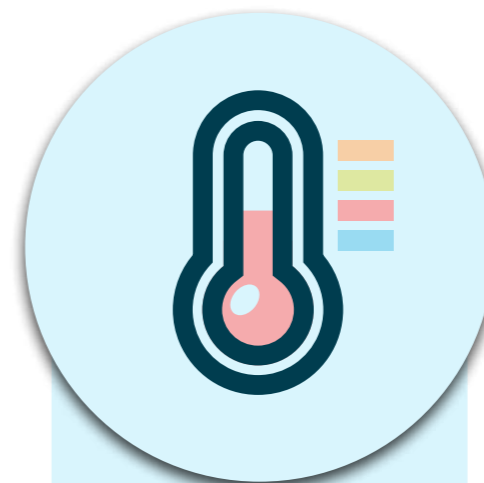
Ved at skabe overblik over vores CO2-udledning med denne opdeling, får vi et detaljeret indblik og kan dermed arbejde målrettet og sætte ind, hvor det er mest effektivt.



Scope 1 - Direkte emissioner

Direkte udslip fra kilder, som ejes eller kontrolleres af virksomheden:

- Brændstofforbrug
- Forbrug af kølemedler
- Forbrug af fyringsolie



Scope 2 - Indirekte emissioner

Udslip afledt af indkøbt energi:

- Elektricitet
- Varme
- Fjernvarme



Scope 3 - Andre indirekte emissioner

Udslip fra kilder, som ikke direkte kontrolleres af virksomheden, men som er afledt af virksomhedens aktiviteter:

- Forretningsrejser (fly)
- Madspild
- Transport af varer



Klimakommunikation

for mere klimavenlige valg

I "Den store klimadatabase" gør CONCITO i samarbejde med 2.0 LCA Consultants og med støtte fra Salling Fondene klimaaftrykket fra 500 fødevarer offentligt tilgængeligt.

Kunderne er klar til at gøre op med de indgroede spisevaner til fordel for klimaet. Resultaterne fra forbrugerundersøgelsen "Indkøbskurven 2020", som blev gennemført af Yougov på vegne af føtex, viser, at danskerne allerede har et øget fokus på det klimavenlige valg. Undersøgelsen viser også, at de i høj grad efterspørger mere vejledning og inspiration til de klimavenlige indkøb. Det vil vi gerne give dem.

Klimadatabasen

Forbrugernes vej til et kunne træffe mindre klimabelastende valg skal bygge på indsigt og viden, og vi vil være med til at skabe et godt og brugbart datagrundlag, der netop giver god indsigt. Salling Fondene støttede i 2020 CONCITO* med en donation, der skal gøre det muligt at udvikle en klimadatabase med 2.0 LCA Consultants. Klimadatabasen bliver tilgængelig for alle i starten af 2021 og viser, hvordan forskellige varekategorier kan rangeres i forhold til deres belastning på klimaet og til hinanden.

Vi vil gøre det nemmere at handle klimavenligt

I august 2020 introducerede vi den første klimakommunikation i Bilka, føtex og Netto – alt sammen med baggrund i CONCITOS indledende udregninger og generelle klimatips. De klimavenlige kostråd giver kunderne konkrete klimatips til en mere klimavenlig hverdag i køkkenet, mens de står i selve købsituationen. Rådene fungerer som klimatips om at prioritere fisk og kylling over eksempelvis oksekød, prøve andre alternativer til smør eller købe varer, der er tæt på sidste salgsdato. Små justeringer, der kan gøre en forskel.

Vi er opmærksomme på de dilemmaer, der opstår i arbejdet. Eksempelvis tager de data, som vi får fra CONCITO på tomater ikke hensyn til om tomaterne skal transporteres fra Spanien eller fra Fyn og ud i handlen. Vi forventer, at vi, i takt med at databasen udbygges, får endnu bedre muligheder for at mærke endnu mere præcist for de enkelte produkter.

Kategori	Fødevarer	CO2e pr. kg	Landbrug	ILUC
Brød/bageartikler	Bagegær, presset, rå	1,45	0,00	0,26
Brød/bageartikler	Burgerboller	0,74	0,38	0,04
Brød/bageartikler	Flødeskumskage, lagkagesnitte	2,15	0,57	0,12
Brød/bageartikler	Grovbolle	0,74	0,38	0,04
Brød/bageartikler	Hvedebrød, toastbrød, fint, industrifremstillet	0,74	0,38	0,04
Brød/bageartikler	Kage, træffelprodukt / koldprodukt, industrifremstillet	2,63	0,70	0,38
Brød/bageartikler	Kiks, fuldkorns-, digestivetype	2,73	0,54	0,14
Brød/bageartikler	Kiks, Marie	2,75	0,59	0,12
Brød/bageartikler	Knækbrød, rug-, groft	1,08	0,41	0,05
Brød/bageartikler	Müslibar	2,88	1,20	0,43
Brød/bageartikler	Nougat	4,97	2,07	0,49
Brød/bageartikler	Pizza med broccoli, dybfrost, færdigretter	2,58	0,52	0,16
Brød/bageartikler	Pizza med fisk, tomat og ost, færdigretter	3,79	0,71	0,47



*CONCITO er en uafhængig grøn dansk tænketank, der har til formål at medvirke til lavere udledning af drivhusgasser og begrænse skadevirkningerne af den globale opvarmning.

> Klimakommunikation for mere klimavenlige valg

Regeringens Klimapartnerskab for Handel

Salling Group deltager også i regeringens Klimapartnerskab for Handel, hvor Nettos direktør, Michael Løve, blev udnævnt som formand i 2020. Gennem partnerskabet er vi i dialog med kolleger i branchen, producenter og interesseorganisationer om både nye initiativer og en fælles klimakommunikation. Vi var oprindeligt fortalere for en decideret klimamærkning, men anerkender også, at det kræver en fælles mærkning for at kunne give kunderne en enkel og optimal vejledning. Derfor arbejder vi nu sammen for en fælles klimakommunikation.

Fra venstre:

Michael Løve, Klimapartnerskabet for Handel

Lars Fruergaard Jørgensen, CEO Novo Nordisk
Klimapartnerskabet for Life Science og biotek

Eva Berneke, CEO KMD, Klimapartnerskabet
for Service, IT og rådgivning

Jens Bjørn Andersen, CEO DSV, Klimapartnerskabet
for Landtransport og logistik



Plastik

skal genbruges

Mange danskere anser plastik for et af de vigtigste indsatsområder for miljøet. Selvom det har en langt mindre klimabelastning end f.eks. fødevarer, så er plastik skidt for naturen og klimaet, når det ikke bliver brugt og genbrugt rigtigt.

Derfor arbejder vi på at mindske brugen af unødigt plastik og samtidig sikre, at mest muligt bliver genanvendt til ny plastik.

Vi lancerede vores plastikambition i 2019, og den lagde fundamentet for vores arbejde i både 2019 og 2020.

Mål for 2020-2023 / Resultater opnået i 2020

- Al plastik fra transporten af vores varer skal genanvendes / I 2020 bliver 90% af plasten genanvendt.
- Mængden af genanvendt plast i emballager til egne mærker skal minimum være 30% inden 2023 / I september 2020 nåede vi dette mål og har derfor opjusteret målet til 40% inden 2023.
- Vi vil udfase al engangsservice i løbet af 2021.



Genbrugelig papemballage reducerer forbruget af plastik.



Salling Group har erstattet alle papkasser til frugt og grønt med genanvendelige plastkasser

Salling Group sætter standarden for bæredygtig emballage

Vi løser hverken vores eller samfundets plastikudfordringer alene. Tværtimod kræver det samarbejde på tværs af hele vores værdikæde. Til vores leverandører udviklede vi i 2019 vores Plastik Principper, der guider og hjælper med at vælge og benytte de mest optimale og mest bæredygtige emballager.

Vi arbejdede målrettet med vores leverandører gennem hele 2020 for at få Plastik Principperne indarbejdet som en fast del af hverdagen, og vi kan allerede nu se resultaterne heraf. Vores emballage indeholder mindre overflødig plastik og er blevet mere genanvendelig.

Stærke netværk driver innovationen

Vi er aktive i stærke netværk. Det giver os mulighed for at få inspiration, ny viden og at dele vores erfaringer om arbejdet med at udvikle mere bæredygtige emballager. Vi er bl.a. med i Danish Food Cluster, Sustainable Packaging Network, Circular Mono Plastic Packaging Network, Ocean Plastic Forum og Dansk Erhverv, hvor vi har fokus på producentansvar.

Eksempler på optimerede emballager:

- Ollineo rapsolie & solsikkeolie (sælges i Netto): Optimeret plastikflaske fra 0 til 50% rPET.

Optimeret emballage til pålæg:

- EGELYKKE RULLEPØLSE 150 gr.: Reduktion på 8,1 tons plastik ved at fjerne kliklåget samt rPET underfolie
- EGELYKKE SALTED MEAT 120 gr.: Reduktion på 2,2 tons plastik ved at fjerne kliklåget samt rPET underfolie

- EGELYKKE ROASTBEEF 70 gr.: Reduktion på 3,2 tons plastik ved at fjerne kliklåget samt rPET underfolie
- BUDGET ROASTBEEF 80 gr.: Reduktion på 430 kg plastik ved at fjerne kliklåget samt rPET på underfolien
- BUDGET SALTED MEAT 120 gr.: Reduktion på 430 kg plastik ved at fjerne kliklåget samt rPET på underfolien
- Honning på squeeze flaske (både Salling ØKO og ØGO) nu i 100% rPET både låg og flaske
- Vatpinde – vinder 2020 af European Private Label Awards – besparelse på 61 tons plastik ved at fjerne plastik fra selve pinden samt ændre til en lille boks af pap i stedet for plastik.



Energi

og transport

Transport og energi – i alle dele af forretningen – er en vigtig del af vores arbejde for at skabe en mindre klimabelastning. Vi bruger energi og ressourcer, når vi transporterer varer rundt, når belysning i butikken er tændt, eller når frostvarerne skal holdes kolde i kølemontrene.

Når vi lykkes med at bruge mindst mulig energi på at holde de frosne jordbær frosne eller køre færrest mulige kilometer på vejene, har vi ikke kun sparet på ressourcerne, men også reduceret vores klimapåvirkning. 2020 blev et af de bedste år, hvor vi hentede den største reduktion af energiforbruget i virksomhedens historie.

Vi bliver bedre hver dag

Som en stor virksomhed har vi mulighed for at energireducere mange steder. Netto er i gang med at revitalisere samtlige butikker. Med et nyt butikskoncept, hvor energioptimering er en integreret del af arbejdet, arbejder Netto frem mod en mere bæredygtig dagligvarebutik. Nye og bedre køleanlæg, låg på kølemontre og LED-lys er med til at sænke energiforbruget. I 2020 rundede Netto 300 renoverede butikker, og arbejdet fortsætter i 2021.

Siden 2015 har Salling Group på tværs af forretningen reduceret det samlede el- og varmekonsum med henholdsvis 12 og 21 procent. Det svarer til en samlet CO₂-reduktion på i alt 57.000 tons over de sidste fem år.

Mindre transport på de danske veje

Effektiv logistik er en vigtig nøgle til at reducere energiforbruget. Et af initiativerne i 2020 har været at hjemtage dele af logistikken og distributionen af brød til vores butikker. Hidtil har de

store brødleverandører selv stået for at levere alt brød, men ved at hjemtage det får vi mulighed for at planlægge logistikken bedre, sænke antallet af kørte kilometer og undgå køreture med tomme lastbiler. I første omgang sparer det ca. 40.000 lastbilsleverancer pr. år – af de tidligere 80.000 lastbilsleverancer pr. år. Opgaven blev hjemtaget i 2020 og igangsættes i april 2021.

Udlandet følger med

I Netto Polen har vi i 2020 installeret et nyt køleanlæg på centrallageret i Motaniec. Det nye køleanlæg nedsætter brugen af energi ved hjælp af et nyt og forbedret system, der konstant overvåger og sikrer, at der bruges mindst mulig energi, mens alt overskydende energi genbruges.

Hos Netto Tyskland bliver der sparet CO₂ på transporten. Knap 100 lastbiler hos vores leverandør, KP Logistik, kører nu på LNG (Naturgas). Et skifte der har resulteret i en række energiforbedringer:

- For CO₂ resulterer LNG-brændstof i lavere forurenende stoffer på ca. -14% sammenlignet med diesel. Beregningen for 2020 resulterer i 1.378.000 kg mindre CO₂ for de ture, der køres for Netto.
- For NO_x (nitrogenoxider) resulterer LNG-brændstof i lavere forurenende stoffer på ca. -17,5% sammenlignet med diesel. Beregningen for 2020 resulterer i 1.954.168 kg mindre NO_x.
- LNG-brændstof reducerer fin støvforurening med ca. 92% i forhold til dieselolie. For NETTO-ture i Tyskland resulterer dette i en besparelse på 218.065 kg fint støv i 2020.
- Desuden er støjniveauet fra en LNG-motor 50% mindre end for en dieselmotor.



Mindre madspild i hele værdikæden

Hver dag smides næsten 2.000 tons mad ud i Danmark, hvilket har store klimamæssige konsekvenser. Selve produktionen af fødevarer har nemlig et langt større klimaaftryk end for eksempel transport og emballage.

Derfor er madspild et vigtigt område for Salling Group – ikke mindst for at leve op og bidrage til FN’s verdensmål 12,3 om at halvere det globale madspild. I en stor dagligvarekoncern som Salling Group kan madspild ikke undgås, men det afholder os ikke fra at arbejde målrettet, ambitiøst og ansvarligt med at nedbringe overproduktion, med at minimere madspildet i alle led i organisationen og dermed nedbringe CO2-udledningen.

Vi har siden 2016 rapporteret vores madspildstal og gjort det åbent. Vi tror på transparens og vil gerne – både internt og eksternt inspirere med de resultater, arbejdet skaber.

På produkternes vej fra råvare til butik arbejder vi med nedbringelse af madspild i alle led af værdikæden. Dette arbejde rummer også en række dilemmaer som f.eks. ønsket om hyppigere levering til butikkerne samtidig med vi sigter mod færre kørt kilometer. Via data balancerer vi disse dilemmaer og har hele tiden fokus på hvilke aktiviteter, der har størst klimapåvirkning.



Overskuds- og spild i butikproduktionen håndteres via tre kanaler

Donerer brød, der anvendes som dyrefoder

Donerer organisk restaffald til energi og gødning

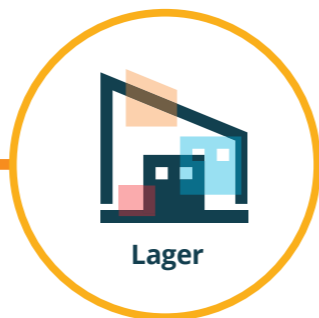
Donerer og sælger overskudsvarer til samarbejdspartnere



Systemer og data optimeres hele tiden for at kunne levere de rette og nødvendige mængder til butikkerne.



Butikkerne får oftere friske leverancer, og dermed har varerne længere holdbarhed, når varerne hele tiden er friske.



Med gode og velbeskrevne procedurer håndterer vi varerne sikkert og minimerer dermed mængden af ødelagte eller beskadigede varer.



Varer tæt på udløbsdato bliver nedsat, så de kommer i indkøbskurven – og ikke i skraldespanden.



Madspildet i de private husholdninger udgør en betydelig del af det samlede spild og dermed en belastning for miljøet.



Vi kan ikke styre, hvad der ender i skraldespandene i hjemmene. Men vi kan sikre, at de varer, vi sælger kommer i emballager, som maksimerer holdbarheden af varen og samtidig give viden om og inspirere til øget fokus på reduktion.

> Mindre madspild i hele værdikæden



Prisen sænkes tæt på sidste salgsdato.
 Når vores varer nærmer sig sidste salgsdato, sætter vi prisen ned og fremhæver det med gule klistermærker. I en stor del af vores butikker er varerne endda samlet, så de er nemme for vores kunder at spotte.



Længere levetid på frugt og grønt.
 Med den grønne plantebehandling Apeel, som er fremstillet af plantebaserede ingredienser, kan holdbarheden af frugt og grønt forlænges. Vi testede i 2020 Apeel på avokadoer og med stor succes. Op mod jul udvidede vi testen til også at omfatte appelsiner og klementiner.

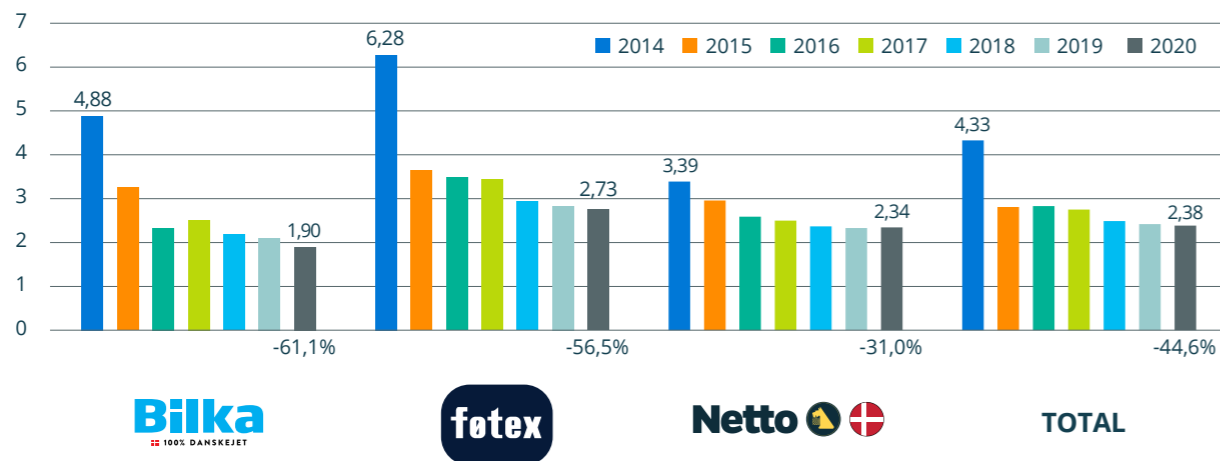
Målet er nu at nedbringe madspildet med

75%

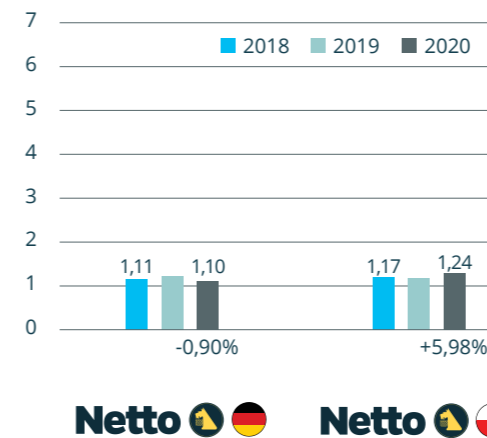
i Bilka og føtex i forhold til 2014 baseline

Når vi vores mål, sætter vi nye
 Målet i forhold til 2014 var at halvere mængden af vores samlede madspild i alle vores kæder inden 2030. Det har vi allerede nået i Bilka og føtex, så derfor er vores mål nu at nedbringe madspildet i de to kæder med 75% i forhold til 2014 baseline. Netto kom i 2020 et langt skridt tættere mod målet om at halvere madspildet ved at etablere et samarbejde med app'en Too Good To Go.

Madspild i % af madsalg



Madspild i % af madsalg





Kagedåser med 'bag & støt' i føtex



Julekort med mening i Netto



Initiativer i kampen mod madspild

Selv med stor fokus på effektiv drift ender butikkerne med overskudsvarer, der ikke kan afsættes til kunderne. Det kan være varer, der nærmer sig holdbarhedsdatoen, er fejlmærket, har småskader på emballagen eller andre uperfekte varer, som ikke kan sælges i vores butikker. Men i stedet for at smide varerne ud kan vi via gode partnerskaber med sociale organisationer sikre, at meget lidt går til spilde og istedet gør gavn andre steder.

Mad Skal Spises

Inden varerne udløber på dato, bliver de sat ned i pris i butikkerne og markeret med et særligt gult mærkat. Større mængder af nedsatte varer samler Netto i madspildsapp'en Mad Skal Spises. Det giver forbrugerne mulighed for hurtigt at se, om de varer, de alligevel skal bruge, er på tilbud i deres lokale butik. Kunderne kan også selv uploade et billede, hvis de ser en vare i butikken med et gult mærkat på. App'en benyttes også af andre aktører i den danske detailhandel. Mad Skal Spises app'en indeholder kun større partier af nedsatte varer – ikke alle nedsatte varer.

Støt via pantknappen og ved køb af Netto-vand

Det er ikke kun madvarer, vi donerer til FødevareBanken. Kunderne kan bidrage til FødevareBankens arbejde, når de afleverer pant i vores butikker. Derudover donerede vi i 2020 862.193 kr. til FødevareBanken fra salget af Nettos egne vandflasker.



Julekort med mening i Netto

Op til jul sælger Netto julekort. Overskuddet går til FødevareBankens arbejde. Julekortet koster 30 kroner og giver 7 måltider til en udsat borger.

Kagedåser med 'bag & støt' i føtex

føtex havde en helt særlig kagedåse på hylderne i december måned. Her kunne man for 50 kroner købe en kagedåse med opskrifter og krydderiblandinger, og overskuddet gik direkte til FødevareBankens arbejde.

Højtiderne og lokale donationer

I forbindelse med højtiderne har butikkerne lukkedage, og det betyder ofte en øget mængde af overskudsmad og sæsonvarer, der ikke når at blive solgt. Også her samarbejder vi med FødevareBanken om at viderefremde varerne, så andre får gavn af dem.

I Bilka og føtex samarbejder vi også direkte med en række lokale organisationer omkring donation ved højtiderne.

føtex bringer julen hjem

føtex-butikker over hele landet samarbejder med lokale organisationer om at dele julemad ud.



Partnerskaber

i kampen mod madspild

Wefood

Folkekirkens Nødhjælps seks Wefood-butikker modtager overskudsvarer. Wefood er verdens første supermarked til overskudsmad og varer som er fejlmærket, har småskader på emballagen eller andre uperfekte varer. Overskuddet fra salget går til Folkekirkens Nødhjælps arbejde mod sult i hele verden. Wefood-butikkerne bliver drevet af frivillige, og Salling Fondene bidrager til driften af alle seks butikker.

Det er ikke kun fødevarer, vi sender videre. Overskudsvarer fra BR og fra vores tekstilafdelinger bliver viderefornet og solgt i Folkekirkens Nødhjælps genbrugsbutikker, hvor overskuddet går til deres arbejde både i Danmark og i resten af verden.

Too Good To Go

I 2020 introducerede vi et nyt samarbejde med app'en Too Good To Go. Her kan kunderne ved lukketid købe en lykkepose med de lokale butikkers overskudsvarer. Too Good To Go er også en del af vores madspildsarbejde i Netto Tyskland, hvor 50 butikker allerede er integreret.

Kampen mod madspild og madfattigdom

Vi samarbejder med FødevareBanken i kampen mod madspild i Danmark. De henter frisk overskudsmad fra både centrallagre og udvalgte butikker og sørger for, det bliver til måltider for socialt udsatte. Det kan både være herberger, krisecentre eller væresteder. Men det kan også være morgen-

madskubber på skoler, hvor især udsatte børn får en sund start på dagen og bedre forudsætninger for en god skoledag. I løbet af 2020 intensiverede Netto samarbejdet med Stop Spild Lokalt som dagligt deler mad ud til personer, som godt kunne bruge en ekstra hjælp. Det gælder eksempelvis socialt udsatte, hjemløse og forskellige institutioner.

Pizza fra Grøn Koncert

Muskelsvindsfonden havde indkøbt 32.000 pizzaer, som allerede var bagt og skulle have mættet glade koncertgæster over hele landet ved sommerens Grøn Koncert, som blev aflyst på grund af COVID-19. I stedet for at Muskelsvindsfonden skulle smide pizzaerne ud, købte Bilka alle pizzaerne og satte dem til salg i varehusene. Til gavn for Grøn Koncert og de kunder, der fik 10 pizzaer for 100 kroner.

Danmark Mod Madspild

Ingen har en opskrift til at bekæmpe madspild. Tværtimod er madspild et fælles ansvar, hvor vi har stor glæde af andres erfaringer. Derfor indgår vi med en række af landets førende virksomheder i et unikt nationalt partnerskab: Danmark Mod Madspild. De deltagende virksomheder forpligter sig til at halvere deres madspild inden 2030 og lægge deres madspildstal åbent frem. Partnerskabet, Salling Group var med til at stifte, drives i dag af Miljø- og Fødevareministeriernes tænketank, One Third, og arbejdet sigter på forebyggelse af madspild og fødevaretab.



Too Good To Go



STOP SPILD LOKALT
- afskaf madspild



Fremtidens dagligvarebutik

Løsningerne på vores fælles klimaudfordring kræver, at vi tænker anderledes. Eksempelvis når vi bygger nye butikker. Derfor har vi i 2020 bygget og åbnet Danmarks første fritliggende dagligvarebutik med fokus på større bæredygtighed. Et nyt butikskoncept i Bygholm Bakker ved Horsens blev i samarbejde med C.F. Møller Architects indviet i december 2020. Et innovativt koncept med respekt for både natur, miljø og lokalsamfund i Bygholm Bakker. Konceptet er samtidig udviklet med henblik på en mere bæredygtig butik uden ekstra etableringsomkostninger.

Fakta om Netto i Bygholm Bakker:

- Butikken er DGNB Guld-certificeret – en certificering, der kategoriserer den som bæredygtig
- Størstedelen er konstrueret i bæredygtigt træ for at minimere miljøpåvirkningen
- Bygningens elementer og mekaniske samlinger gør det let at genanvende
- Sedum-taget bidrager til varmelagring og nedkøling i butikken
- Solceller og nyt energianlæg gør butikken delvist selvforsynende
- Store vinduespartier sikrer dagslys i butikken
- Forbedret luftkvalitet og et sundt indeklima
- Mulighed for opladning af el-biler



Grønne nøgletal for Bygholm Bakker:

1. Energiforbruget for hele den nye butik er 40% lavere end for andre NETTO-butikker. (170.000 kWh for Bygholm Bakker ifht. 280.000 kWh for en normal Netto)
2. Den årlige CO₂-udledning fra Bygholm Bakker er 30 tons mindre end for andre NETTO-butikker. Det er en reduktion på 64%. (Bygholm Bakker udleder 17 tons CO₂ årligt – en normal Netto udleder 47 tons CO₂ årligt).





Ansvarlig

Handlekraft

Brdr. Kjeldahl leverer løg til de danske forbrugere 52 uger om året. Ca. 15% af de løg, som dyrkes i Danmark, kommer fra Samsø, og Salling Group er en af de store aftagere af løgene

Sundhed i Salling Group og butikkerne

Med 10,9 millioner ugentligt besøgende i vores butikker, kan vi være med til at inspirere og guide forbrugerne til at vælge sundere alternativer. Vi ønsker ikke at fjerne alle usunde varer i butikken, da vi jo ikke skal bestemme over kundernes kostvaner. Men vi vil gerne tilbyde et stort og innovativt sortiment og samtidig gøre de sunde varer let tilgængelige for vores kunder. Inspirationen kan f.eks.

ske gennem en anderledes butiksindretning, der tilgodeser for eksempel frugt og grønt udvalget i butikken.

Men sundhed er ikke kun, hvad vi spiser og drikker. På tværs af vores forretning har vi stort fokus på, hvordan vi kan bidrage og støtte initiativer, som bakker op om børn og voksnes fysiske og psykiske sundhed.



Røgfri Generation 2030

Aktiv livsstil

Røgfri

Generation 2030

40 unge danskere tænder hver eneste dag en cigaret for første gang og bliver dermed en del af den kedelige statistik over nye, danske rygere. Det er en tendens og udvikling, der skal knækkes. Rygning er det, der påvirker den danske folkesundhed mest. Derfor er vores ambition at bidrage til en røgfri generation i 2030.

Med store ambitioner følger også svære valg. Da vi som de første gemte cigaretterne væk i 2018,

sagde vi også farvel til et væsentligt salg. Men det virker. I løbet af de sidste to år har vi solgt 92 millioner færre cigaretter.

Vi har stadig ti år til at nå den fælles ambition om en røgfri generation i 2030, og de foreløbige tal viser, at vi er på rette vej. Salling Group følger fortsat anbefalingen fra Kræftens Bekæmpelse og er aktivt medlem af partnerskabet Røgfri Fremtid.



I løbet af de sidste to år
har Salling Group solgt
92 millioner færre
cigaretter

Sund i hverdagen

Når kunderne besøger vores butikker, kan vi bidrage til at gøre deres hverdag sundere. Vi tilbyder et bredt udvalg og giver kunderne muligheden for at finde og vælge sundere produkter. Via dialog, indretning og inspiration vil vi gerne guide og vejlede danskerne, så de er klædt på til at træffe et sundere valg på indkøbsturen.

Indretning gør en forskel

I 2018 indledte Netto en revitalisering af alle butikker. Alle Netto'er skal omdannes til nye, moderne butikker med et særligt fokus på frugt og grønt samt de sunde, nemme conveniencemåltider. Frugt og grønt er i de nye butikker rykket frem som det første, kunderne møder. Spot-varerne har sammen med bl.a. slik og sodavand fået en mindre fremtrædende plads i butikken. Og det virker. Sammenligner man salget i Nettos 3.0 butikker med det i en ikke-opdateret butik, er der et mersalg på frugt og grønt på +8% og et fald i salget af slik og kager på 3%.

Foreløbig er 167 af Nettos mere end 500 butikker i Danmark ombygget. I Tyskland og Polen er der

også fuld fart på ombygningerne. Målsætningen er, at alle Netto-butikkerne har den nye indretning og det nye koncept inden udgangen af 2024.

Snitteriet

Det skal være nemmere at spise sundt. Derfor tester vi løbende nye koncepter, som skal gøre det lettere og hurtigere for kunderne at få grøntsager med sig hjem. Bilka testede i 2020 et koncept, hvor kunderne kan få snittet friske frugter og grøntsager efter behov. Sortimentet består af 40-50 varer som løbende skiftes ud – alt efter sæson. Forventningen er, at "Snitteriet" skal tilbydes i alle Bilka-varehuse i løbet af 2021.

Nye ombygninger i føtex

føtex er også i gang med ombygning af butikker. Kunderne skal inspireres på deres indkøbstur, og allerede nu kan vi se, at særligt de nye opstillinger i frugt og grønt-områderne rykker ved kundernes indkøbsvaner, og vi oplever, at der bliver købt mere grønt og frugt end før ombygningen.



	Netto 3.0 butikker (Samlet antal ved udgangen af 2020)	Antal Netto 1.0 butikker (der skal omdannes til 3.0 konceptet inden 2024)
Danmark	167	353
Tyskland	133	209
Polen	110	284



Sundhed og trivsel – hånd i hånd

Sundhed er ikke blot, hvad vi spiser og drikker. Det handler også om velvære. Om at have det godt med sig selv. Vi arbejder på at bidrage positivt til, at danskerne har en aktiv livsstil. Det sker gennem en lang række aktiviteter, donationer og partnerskaber.

Pantdonation hjælper lokalsporten

Med blot ét enkelt tryk på pantautomaten kan kunderne i Bilka og føtex støtte lokalsporten og andre initiativer i deres nærområde, som fremmer både den psykiske og fysiske sundhed. Donationerne fordeles i hele landet og er blandt andet givet til: Næstehjælperne i Ishøj, Snekkersten Idrætsforening, Øster Ulslev Boldklub og Julemærkehjemmet i Hobro.

Netto Polen støtter store sportsdrømme

For Netto Polen er sundhed og trivsel blandt børn og unge i fokus. Siden juli 2019 har Netto været officiel partner med fodboldklubben Borussia Dortmund. Gennem partnerskabet har Netto sammen med klubben og Łukasz Piszczek's BVB Academy støttet udviklingen af fremtidens fodboldtalenter og har blandt andet været med til at etablere Polens første fodboldskole.

Sammen med Fonden Monika Pyrek, en tidligere olympisk atlet, har Netto Polen lanceret en stipendiefond under navnet "Jump into your dreams". Fonden har til formål at støtte unge, talentfulde atleter og deres sportskarriere gennem ordentlig og professionel vejledning.

FødevarerBankens Morgenmadsklubber

Ifølge FødevarerBanken får flere og flere børn i socialt udsatte boligområder ikke morgenmad, inden de møder i skole. De får dermed ikke tanket energidepoterne op, inden dagen for alvor går i gang. Det går ud over trivsel, koncentration og indlæringssevne. For at ændre på det har føtex og FødevarerBanken etableret et koncept på fem skoler, hvor børnene bliver tilbudt morgenmad, når de møder ind, så de får en god og sund start på dagen. Ambitionen er at udbrede det til flere dele af Danmark i 2021.

Skole OL blev ramt af COVID-19

Til Skole OL dystet skoleelever fra hele landet i børnevenlige olympiske discipliner, som skaber bevægelse, fællesskab og gode oplevelser gennem motion og sund kost for børnene på tredje til ottende klassetrin. Det støtter både Bilka, føtex og Netto. Desværre blev Skole OL aflyst grundet COVID-19, men vi er med igen næste år, når Skole OL forhåbentlig er tilbage på skoleskemaet.

LøkkeFonden blev også ramt af COVID-19

Siden 2018 har Bilka støttet LøkkeFondens arbejde med at give udfordrede, unge drenge i alderen 14-25 år en mere struktureret hverdag, en sundere livsstil og et højere fagligt niveau. Det gør den bl.a. ved en dedikeret faglig indsats på dens Drenges-Akademi og ved at udfordre drengene på både selvtillid og sammenhold, når de i LøkkeFondens Challenge skal cykle 500 km på 5 dage. Desværre blev også LøkkeFondens Challenge aflyst i foråret grundet COVID-19, men vi glæder os til at være med igen i september 2021.



Ansvarlig

Handlekraft

Hvidkål har et højt fiber- og vitaminindhold og er en god kilde til blandt andet C-vitamin. En del af hvidkålene, som sælges i Salling Group, er produceret på Samsø af Brdr. Kjeldahl

Medarbejderne

og varerne på hylderne

En sund og velfungerende forretning er en forudsætning for, at vi kan være attraktive overfor vores kunder. God service, imødekommethed, evner og ordentlighed er en selvfølge. Derudover arbejder vi dedikeret på at tilbyde et bredt og inspirerende udvalg af produkter.

Vi ønsker, at vores kunder skal have tillid til, at vi har taget hånd om ansvarligheden i forhold til varerne, de køber. Ordentlig dyrevelfærd, gode arbejdsforhold og en produktion med omtanke for lokalsamfund og natur, er

en vigtig del af det arbejde. Vi arbejder med ansvarlighed i hele værdikæden i tæt dialog med vores lokale leverandører, gennem partnerskaber og anerkendte certificeringer, der bidrager til at løfte niveauet for ansvarlighed i hele branchen.

Den vigtigste forudsætning for, at vi kan tilbyde og præsentere produkterne på bedst mulig vis, er vores 55.0000 dygtige medarbejdere, som hver dag sørger for at gøre hverdagen bedre – for hinanden, for vores kunder og for samfundet omkring os.



Ordentlighed

på arbejdspladsen

Salling Group er en stor virksomhed, og det er vores ansvar at sikre, vi tager hånd om alle. Vi stiller de midler til rådighed, det kræver for at sikre en god arbejdsplads for vores medarbejdere.

Ligestilling

Køn skal ikke definere den stilling, man er ansat i, eller de muligheder man har. Begge køn skal sikres lige muligheder uanset køn, etnicitet, religion og baggrund. Det er en grundværdi i Salling Group, at alle sikres muligheden for at udfolde sit potentiale og støttes i at nå egne ambitioner.

Vores ambition var at have 20 procent kvinder på Director+ niveau inden 2020. Den målsætning nåede vi ikke helt, men vi er godt på vej. Ved udgangen af året var andelen 17%. Ligeledes skal 40% af vores bestyrelse være kvinder inden 2025. Ved udgangen af 2020 var 20% af bestyrelsesmedlemmerne kvinder.

Nul-tolerance overfor sexismen

Vi har nul-tolerance overfor sexismen og krænkende opførsel i Salling Group. Under MeToo-debatten i Danmark i sensommeren henvendte Salling Groups administrerende

direktør, Per Bank, sig til alle ansatte med en opfordring om at komme direkte til ham, såfremt man var vidende om eller havde oplevet episoder med krænkende opførsel.

Whistleblower

Vi bestræber os på at fastholde og udvikle en sund virksomhedskultur, hvor man som ansat føler sig tryk ved at henvende sig til sin nærmeste leder. Udover nærmeste leder kan medarbejderne henvende sig til arbejdsmiljø- og/eller tillidsrepræsentanten, hvis der er valgt en sådan. Derudover kan man også kontakte HR-afdelingen eller lederens leder. Alle anmeldelser undersøges og behandles professionelt. Ordningen er hovedsagelig til alvorlige økonomiske overtrædelser samt andre alvorlige hændelser, som involverer medarbejdere, eksempelvis seksuelle eller andre krænkelse.

Ny overenskomst

I 2020 blev en ny overenskomst forhandlet på plads gældende til 2023. Som en del af overenskomsten, der vedrører størstedelen af Salling Groups medarbejdere, vil bidraget til fritvalgskontoen stige fra 4% til 7% frem til 2023, minimallønnen stiger med 401 kr. for

fuldtidsansatte, ligesom der vil blive skabt større fleksibilitet for børnefamilier gennem bedre vilkår i forhold til barnets anden sygedag, frihed til lægebesøg og forældreorlov. Alle reguleringer skete i maj med tilbagevirkende kraft pr. 1. marts 2020.

Inklusion

Hos Salling Group står vi ved vores sociale ansvar i samfundet.

Vi bestræber os på at favne alle, uanset hvem man er, og hvor man kommer fra. Vi er stolte af at kunne skabe muligheder for dem, der måske har brug for en hjælpende hånd.

Derfor rækker vi ud til medborgere, som pga. stressdiagnoser, langtidsledighed, fysiske og psykiske handicap, flygtningestatus eller af andre årsager er på kanten af arbejdsmarkedet.

Vi får ind i mellem lidt kritik i pressen for anvendelse af "gratis praktikanter". Men sådan forholder det sig ikke. Vi ansætter nemlig 47%, der gennemfører praktikken – og på vores lagre er det op mod 67%. Dermed tør vi godt påstå, at indsatsen er en succes for begge parter.



Ansvarlige varer

god samvittighed på hylderne



Når kunderne køber ind, lægger de ikke bare varer, men også værdier i indkøbskurven. Det betyder, at vi skal sikre produkter med god dyrevelfærd, ikke accepterer skovrydning og børnearbejde, undgår brug af pesticider og mindsker forurening. Derfor tilstræber vi, at varerne er indkøbt på forsvarlig vis både med hensyn til ingredienser, produktion og transport. Via eksterne partnerskaber og med anerkendte certificeringer arbejder vi for at hæve det generelle niveau for ansvarlighed i branchen.

Økologiske bananer

Sprøjtemidlet Chlorpyrifos er under mistanke for at skade udviklingen hos fostre og børn. Derfor accepterer vi ikke brugen af det i vores varer. Chlorpyrifos bruges desværre på mange konventionelle bananplanter. Det tog vi konsekvensen af i 2020, og forhandler nu udelukkende økologiske bananer i både Bilka, føtex og Netto.

Mere bæredygtigt palmeolie

Palmeolie er et meget anvendt fedtstof, fordi det har et højt smeltepunkt, er smagsneutralt og billigt. Palmeolie findes i mange fødevarer, near-food varer og nonfood varer.

Det er vigtigt, at produktionen af palmeolie sker uden afskovning, tab af biodiversitet og uden sociale konsekvenser for arbejdstagerne. I dag

produceres størstedelen af palmeolie i Malaysia og Indonesien – to lande, som i forvejen er på amfori BSCI's højrisikolande liste. Det betyder, at sociale og miljømæssige udfordringer ikke er et nyt fænomen i disse lande. Vi ser det imidlertid ikke som en løsning at boykotte varer, der indeholder palmeolie. I stedet skal vi sikre, at produktionen bliver ansvarlig for både mennesker og natur.

Salling Group har arbejdet for en mere bæredygtig forsyningskæde ved kun at acceptere RSPO certificeret palmeolie i vores egne mærker siden 2014. I 2020 skrev vi under på Dansk Alliance for Ansvarlig Palmeolie, faciliteret af Dansk Initiativ for Etisk Handel (DIEH). I dag er ca. 65% af den danske palmeolieimport bæredygtigt produceret, og Alliancen arbejder for, at al den palmeolie, der importeres til Danmark, skal være bæredygtig.

Sporbarhed på blomster og planter

Blomster er smukke og skaber glæde både til hverdag og ved særlige højtid. Men blomster har også en negativ påvirkning på klimaet, og produktionen finder også sted i lande, hvor risikoen for dårlige arbejdsforhold er til stede.

I 2020 har vi kortlagt alle in-scope avlere i blomster- og planteforsyningskæden. Inden udgangen af 2020 krævede vi, at alle Tier 1 gartnerier som minimum er MPS ABC certifice-

ret – eller er i gang med en tilsvarende certificering. Målet for 2021 er, at alle Tier 1 leverandører er auditeret efter et GAP-program og sikrer en miljømæssig standard samtidig med, vi fortsætter arbejdet med at forbedre forsyningskæden for blomster og planter. Et af redskaberne er at sikre fuld sporbarhed.

Fokus på garverierne

Læderindustrien er en af de mest forurenende industrier i verden. Både når det kommer til klimaet, fordi garvning er stærkt forurenende, men også hvad angår de sundhedsmæssige konsekvenser for lokalsamfundet og arbejdstagerne, når der bruges farlige kemikalier.

To fokusområder i arbejdet er større sporbarhed og transparens på læder, der bliver brugt i varerne. I 2019 udvidede vi politiken for ægte læder og inkluderede det næste led i forsyningskæden, som en del af den ansvarlige indkøbsproces. Nu skal alle in-scope leverandører fremsende både social- og miljøauditeringsdokumentation for alle anvendte garverier inden udgangen af 2020. Det gælder også vores genanvendelige læder og Tier 2 garverier. Arbejdet fortsætter i 2021, hvor der er fokus på at skabe endnu større transparens og forbedringer på de anvendte garverier. Vi ved dog, at det er et arbejde, som har omfattende udfordringer og tager tid.

Målet er en mere bæredygtig sojaproduktion

Soja dyrkes i udpræget grad i Sydamerika og er en stor bidragsyder til den stigende afskovning, specielt i Amazonas og Cerrado biomerne, som ellers er rige på biodiversitet.

I Danmark er soja hovedsageligt anvendt i dyrefoder til kød- og mejeriproduktion. Forskning på Københavns Universitet har konkluderet, at et kilo importeret soja fra Argentina til Danmark har et CO₂-aftryk på næsten 5 kg (CO₂).

Komplekst puslespil

Salling Group har en essentiel rolle i at sikre, at produkter med soja er produceret mere bæredygtigt og afskovningsfrit. Vi er samtidig bevidste om, at vi ikke opnår resultaterne alene, eftersom vi globalt set er en mindre brik i det komplekse soja-puslespil. I 2019 gik vi derfor sammen med de øvrige danske detailhandlere og interessenter og stiftede Dansk Alliance for Ansvarlig Soja, faciliteret af DIEH, en organisation vi har været medlemmer af gennem flere år. I overensstemmelse med Alliancens mål om at bevæge sig hen imod kun at importere bæredygtig soja, har vi udviklet en handlingsplan, som blev offentliggjort i april 2020 og siden har været under implementering.

Nye mål for certificering

Handlingsplanen fokuserer på de dele af vores soja-værdikæde, hvor vi kan gøre den største forskel. Målet er, at alle in-scope produkter har en tredjeparts bæredygtig soja certificeringsordning inden udgangen af 2020.

I 2021 fortsætter arbejdet med at dele viden med soja-alliancen og andre sparringspartnere.

Lige nu accepterer vi kreditter, fordi vi gerne vil bidrage til en stigende efterspørgsel på verificeret bæredygtig produktion af afskovningsfri soja. Men vores mål er at overgå til udelukkende at bruge fysisk certificeret soja i 2025. Vi arbejder med at beregne de reelle sojamængder og skabe fuld sporbarhed i hele vores værdikæde. En udfordrende opgave, der giver os en vigtig indsigt i vores soja forsyningskæde og den iøjnefaldende sporbarhedskløft, som vi skal rette op på for at nå målet om fysisk certificeret soja i 2025.



Vores mål er udelukkende at bruge fysisk certificeret soja i 2025

Tøj med et bæredygtigt løft

VRS er Salling Groups eget tøj-brand. VRS er tøj til hele familien og sælges i både Bilka og føtex. Valg af mindre klimabelastende materialer og mindre tøjspild, har længe været et fokus hos os. I 2020 tog vi endnu et vigtigt skridt med udarbejdelse af en ny CSR-strategi for tekstil.

Ansvarlighed handler om meget mere end produktionen. Vi arbejder med ansvarlighed i hele værdikæden. Det begynder ved design af tøjet og materialevalget. Og det slutter først, når det brugte tøj er ansvarligt genbrugt eller genanvendt.

Omkring materialevalg arbejder vi målrettet med både nye materialer og flere genanvendte materialer. Efterspørgslen på tøj af bomuld er dog meget stor hos vores kunder. Derfor er ansvarlig produktion af bomuld et meget vigtigt område for os.

Bomuldens dilemma

Dilemmaet er, at bomuld har et større klimaftryk end andre tekstilmaterialer. Tidligere var det en stor udfordring, men i dag kan man købe økologisk bomuld, der har op mod 60% mindre klimapåvirkning end konventionel bomuld. Det er netop den type bomuld, vi anvender til VRS produkterne. I 2020 udgjorde økologiske bomuldsprodukter 32% af vores samlede VRS tekstilsalg. Og den andel forventer vi stiger. GOTS certificering er garanti for ansvarlig og økologisk bomuldsproduktion gennem hele forsyningskæden. I 2020 udgjorde GOTS produkter 67% af alt vores økologiske bomuld.

Fokus på tøjspild

Modeindustrien er præget af skiftende garderober og nye trends. Det kan føre til overproduktion, overforbrug og tøjspild. Med færre årlige kollektioner og en udvidelse af VRS faste basis sortiment til hele familien har vi i 2020 skabt en større stabilitet i produktionen og i butikkerne. Kunderne har taget godt imod ændringerne. Vi vil gerne inspirere til mere bæredygtige valg, når familien skal klædes på. Det gør vi med kampagner og tydelig mærkning på produkter og i butikken.

Vi hjælper med genbrug

Gennem vores samarbejde med Folkekirkens Nødhjælp giver vi vores kunder mulighed for at aflevere brugt tøj i tøjcontainere ved vores varehuse. Det brugte tøj bliver dels solgt i genbrugsbutikker til fordel for Folkekirkens Nødhjælps arbejde, dels anvendt som nødhjælp rundt i verden. Overskudsvarer fra vores produktion og fra butikkerne doneres også videre til nødhjælp. Den rest, der ikke kan videresendes, bliver sendt til opkrat, og fibre bliver genanvendt i forskellige produktioner.

Salling Stormagasin og Future Fashion Award

I september afholdt Salling Stormagasin Danmarks første prisoverrækkelse, der hylder designere og iværksættere for deres fokus på bæredygtighed; Future Fashion Award. Prisen gik til mærket Artikel på baggrund af mærkets fokus på branchens overproduktion og ønske om at skabe holdbart unisex-hverdagstøj og kollektioner med en lang livscyklus.



Baggrundsinformation

og fakta



- Amfori er den førende globale forretningsforening for åben og bæredygtig handel, der tæller flere end 2400 medlemmer, heriblandt detailhandlere, importører, brands og associationer fra mere end 40 lande.
- Amfori BSCI er et initiativ under Amfori og en platform for virksomheder til at forbedre sporbarehed og transparens i forsyningskæderne. Salling Group følger Amfori BSCI Code of Conduct.
- Dansk Alliance for Ansvarlig Palmeolie er en ny dansk alliance med 30 virksomheder, organisationer og myndigheder, der er gået sammen i arbejdet med at mindske afskovning fra palmeolieproduktionen.



- RSPO "Responsible Sourced Palm Oil" er en organisation der faciliterer, monitorerer og sigter mod øget tilgængelighed til bæredygtigt produceret palmeolie.
- DIEH – er en landsdækkende organisation, der arbejder for at fremme ansvarlig handel.
- Tier 1 gartnerier er der, hvor blomster- og plantevarerne bliver færdigproduceret.
- MPS er en af de mest anvendte certificeringer for blomster- og plante leverandører/producenter. MPS ABC er en miljøcertificering, hvis mål er at sikre højere kvalitet og bæredygtighed i hele blomster- og plantesektoren.



- GAP refererer til 'Good Agricultural Practice' og er et udtryk, som tit bliver brugt i forbindelse med landbrugsorienterede standarder.
- Tier 2 garverier er en leverandørs underleverandørs anvendte garveri.
- GOTS – Global Organic Textile Standard – er en af verdens førende standarder inden for økologisk bomuld.

Dyrevelfærd

naturligvis

Rigtig mange forbrugere vægter dyrevelfærden højt og vælger den til, når de står foran køledisken. Vi ønsker at motivere både kunder og leverandører til at træffe valg, der tilgodeser højere dyrevelfærd. Vi er bevidste om, der på flere områder er et dilemma mellem dyrevelfærd og klimaaftryk. Derfor arbejder vi med initiativer, der opfordrer kunderne til at spise mindre, men bedre kød.

Vi guider om dyrevelfærd

Vi samarbejder med Dyrenes Beskyttelse for hele tiden at øge niveauet af dyrevelfærd. Samarbejdet retter sig både mod producenterne og kunderne. Mærket "Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse" hjælper forbrugere med at finde fødevarer produceret med det højeste niveau af dyrevelfærd.

Dyrevelfærdsmærket med enten et, to eller tre hjerter er kundens garanti for, at dyrene har haft bedre forhold end dyr fra traditionel produktion. Kontrollen med Dyrevelfærdsmærket er stats-godkendt.

Ny ambition for hurtigt-voksende kyllinger

Salling Group er landets største forhandler af kyllinger med høj dyrevelfærd – hvor bl.a. velfærdskyllinger fra Løgismose og De Danske Familiegårde udgør en væsentlig del af vores sortiment og salg.

Vi vil gerne bidrage til, at dyrevelfærden også bliver løftet på tværs af hele branchen. Derfor har vi i 2020 sat en konkret ambition om at løfte andelen af de langsomt-voksende kyllinge-racer ved at introducere nye varer og motivere kunderne til at vælge produkter med højere dyrevelfærd. Vi vil arbejde for, at de hurtigt-voksende kyllinger på sigt bliver udfaset. Dette arbejde består også i at få vores kunder med på rejsen.



















Status

på 2020

Vores CSR-strategi har klima og sundhed som gennemgående temaer, og med udgangspunkt i dem, har vi opstillet en række mål, vi ønsker at opnå på kort sigt og langt sigt – både ift. vores egen indsats, partnerskaber og verdensmål. Målene er ambitiøse på alle parametre og danner grundlaget for vores videre arbejde.

OMRÅDE	AMBITIONER 2020	KOMMENTAR	VERDENSMÅL	PARTNERSKAB
 Klima-kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> Kommunikation om fødevarers klimabelastning på kategoriniveau i vores butikker Støtte op om eventuelle nationale kampagner med fokus på klimainformation Bidrage til introduktion af fælles datagrundlag Dialog med branchen om introduktion af fælles klimamærkning 	<ul style="list-style-type: none"> I august begyndte vi at kommunikere råd til mere klimavenlige indkøb i vores butikker. Vi har støttet op om "Madglade Klimatips" (udgivet af Fødevarerministeriet, Klimaministeriet) Vores ejere har økonomisk støttet CONCITO og 2.0 LCA Consultants i udarbejdelse af en klimadatabase med 500 fødevarer. Den offentliggøres primo 2021 og skal sikre dokumenterede data til vores videre arbejde 		CONCITO 2.0 LCA Consultans
 Plastik	<ul style="list-style-type: none"> Tage første skridt i implementeringen af vores Plastik Principper for egne varemærkers emballage: Skifte til mono-materiale for at sikre bedre mulighed for genanvendelse Reducere mængden af plastik i emballage Undersøge andre mulige emballagetyper – men uden at gå på kompromis med varens holdbarhed 	<ul style="list-style-type: none"> Målet for genanvendt plast i emballager til egne mærker er hævet til 40%. Mapping af alle private label emballager i 2020 skal fremover sikre reduktionen og optimeringen til mere miljøvenlige emballager I 2020 lavede vi en prioriteret plan for indsatser – både for den danske og den internationale sourcing. 		WWF Teknologisk Institut
 Energi & Transport	<ul style="list-style-type: none"> Fortsætte nuværende arbejde med energioptimering i nye butikker og renoveringer Fortsætte nuværende energioptimeringsprojekter – overskudsvarme, udskiftning af kølere mv. Undersøge muligheden for at benytte vedvarende energi til at dække Salling Groups samlede energiforbrug Identificere mulige samarbejdspartnere for at få bedre viden og værktøjer Identificere og igangsætte projekter indenfor transport for at minimere udledning af CO2 	<ul style="list-style-type: none"> Vi tester el-lastbiler og andre muligheder til hjemmelevering via føtex Vi afsøger til stadighed stærke partnerskaber omkring optimering i hele værdikæden Vi afsøger mulighederne for vedvarende energi Vi energioptimerer nye butikker og renoverer eksisterende 		Undersøger mulige partnere
 Madspild	<ul style="list-style-type: none"> Igangsætte nye initiativer for at nå vores langsigtede målsætning om at reducere madspild med 75% i Bilka og føtex samt 50% i resten af gruppen Udvide nuværende samarbejde med partnere ved at identificere nye projekter eller koble flere butikker på nuværende aftaler Introducere nye samarbejdspartnere eller -aftaler for at kunne dække alle formater og deres totale spild fra butikker 	<ul style="list-style-type: none"> I 2020 leverede vi fortsat en reduktion i madspild. Totalt for Bilka, føtex og Netto har vi nu reduceret madspild med 44,6% i forhold til 2014 I 2021 fortsætter arbejdet frem mod vores mål. Det sker bl.a. via udvidede strategiske samarbejder og større fokus via data-indsigter 		Too Good To Go Wefood Folketkirkens Nødhjælp og FødevarerBanken
 Røgfri Generation 2030	<ul style="list-style-type: none"> Identificere nye initiativer som kan understøtte målsætningen om en røgfri generation 2030 – både ift. kunder og medarbejdere 	<ul style="list-style-type: none"> Vores kommunikation omkring tobak fortsatte i 2020, og det resulterede også i politiske initiativer, som ligger til forhandling i Folketinget Vi har ikke igangsat større initiativer, men arbejder med at identificere nye effektive initiativer I Salling Groups interne sundhedsgruppe ser vi også ind i rygning på arbejdspladsen 		Røgfri Fremtid Miljø- og fødevarerministerierne Innovationspartnerskabet
 Sund indkøbsoplevelse	<ul style="list-style-type: none"> Udvide og optimere vores sortiment med sundere alternativer, så det er nemt for kunden at træffe sundere valg Fortsætte udrulning af Netto 3.0, hvor der er prioriteret mere plads til bl.a. frugt- og grøntafdelingen Igangsætte projekt i føtex med fokus på indretning ift. sundhed 	<ul style="list-style-type: none"> Vi har fokus på sundhed – både i produktudviklingen, i markedsføringen og i butikindretningen Udrulning af nye Netto 3.0-butikker kører som planlagt – trods mindre COVID-19-forsinkelser I udvalgte føtex butikker tester vi en række initiativer, der skal fremme og guide til sundere indkøbsvalg 		Morten Grønbæk, Direktør, Statens Institut for Folkesundhed
 Aktiv livsstil	<ul style="list-style-type: none"> Dette fokusområde er først blevet en del af vores samlede CSR-strategi i 2020 	<ul style="list-style-type: none"> Vi har i 2020 gennem lokale donationer støttet sportsklubber, foreninger og aktiviteter. Målet har været at bidrage til at skabe gode rammer for en aktiv livsstil i lokalområderne Flere store aktive begivenheder som f.eks. Skole-OL og DHL blev aflyst, men vi ser frem til igen at være partner 		Miljø- og fødevarerministerierne Innovationspartnerskabet Morten Grønbæk, Direktør, Statens Institut for Folkesundhed

Ambitioner for 2021

OMRÅDE	AMBITIONER 2021	VERDENSMÅL	PARTNERSKAB
 Klima-kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Vi vil benytte den nye database og bruge den aktivt til at hjælpe, vejlede og klæde kunderne bedre på til at foretage de klimavenlige valg, de ønsker • Vi vil samtidig bidrage til nationale kampagner, der kan underbygge vores fokus og understøtte brugbar og relevant klimainformation • Vi vil fortsat arbejde for vores ambition om en fælles klimamærkning, og hvis det ikke lykkes at etablere en bedre opbakning, vil vi kigge ind i mulige og stærke alternativer 		CONCITO 2.0 LCA Consultans
 Plastik	<ul style="list-style-type: none"> • Fortsætte med implementeringen af vores Plastik Principper på egne varemærkers emballage • Fortsætte med to årlige mappinger af vores egne varemærkers emballage for at sikre udvikling og fremdrift • Opbygge intern vidensbank til det praktiske arbejde med emballagerne og vidensdele på tværs af organisationen • Fortsætte med at udbygge vores Hero-produktliste, som er optimerede emballager i form af både reduktion, plasttype og genanvendelse 		WWF Teknologisk Institut
 Energi & Transport	<ul style="list-style-type: none"> • Vi vil fortsætte vores nuværende arbejde med energioptimering i nye butikker og opførelse af flere Netto 3.0 butikker samt i forbindelse med renoveringer af eksisterende butikker • Vi vil fortsætte nuværende energioptimeringsprojekter – bl.a. med overskudsvarme, udskiftning af kølere mv. • Vi vil fortsat afsøge mulighederne for at skifte til vedvarende energi og en grønnere transportstrategi gennem partnerskaber 	 	Undersøger mulige partnere
 Madspild	<ul style="list-style-type: none"> • Reducere madspild i Bilka og føtex med 75% inden 2030 • Reducere vores madspild i resten af gruppen med 50% samlet set inden 2030 • Bidrage til reduktion af madspild hjemme hos forbrugeren via oplysning, inspiration og samarbejde omkring nationale initiativer på tværs af branchen • Bidrage med viden og erfaringer til andre brancher for at medvirke til reduktion af madspild i andre led 	 	Too Good To Go Wefood Folkekirkens Nødhjælp og FødevareBanken
 Røgfri Generation 2030	<ul style="list-style-type: none"> • Fortsætte med at identificere nye initiativer, som kan understøtte målsætningen om en røgfri generation 2030 – både ift. kunder og medarbejdere 		Røgfri Fremtid Miljø- og fødevarerministerierne Innovationspartnerskabet
 Sund indkøbsoplevelse	<ul style="list-style-type: none"> • Fortsætte projektet i føtex Vesterbro, hvor vi via forskellige initiativer vil nudge til sundere valg hos kunderne • Fortsat øge andelen af Nøglehulsmærkede varer • Fokus på sundhed i indretning af alle butikker og dermed fortsætte konvertering af alle eksisterende og kommende Netto butikker til Netto 3.0 butikker 		Morten Grønbæk, Direktør, Statens Institut for Folkesundhed
 Aktiv livsstil	<ul style="list-style-type: none"> • Fortsætte med at støtte lokale initiativer og foreninger, der fremmer en aktiv livsstil samt trivsel hos børn og unge 		Miljø- og fødevarerministerierne Innovationspartnerskabet Morten Grønbæk, Direktør, Statens Institut for Folkesundhed



Risici

og due diligence

Kortlægningen af vores værdikæder er en kontinuerlig, tidskrævende og udfordrende proces. Blandt andet fordi værdikæderne er komplekse og indeholder en række tekniske problemstillinger, men også fordi ikke alle leverandører nødvendigvis er lige samarbejdsvillige i forhold til at dele følsomme produktionsoplysninger.

Landbrug

Næsten alle produkter på hylderne i vores butikker har rødder i den primære produktion, som er forbundet med adskillige miljømæssige implikationer. Det omhandler blandt andet afskovning, tab af biodiversitet og vandmangel. Men det handler også om menneskerettigheder, tvangs- og børnearbejde, arbejdstagers sundhed og sikkerhed og migrantarbejderes rettigheder.

I Salling Group har vi valgt at arbejde med GlobalG.A.P. standard, som fokuserer på god landbrugspraksis og omfatter væsentlige miljøkrav. GlobalG.A.P. standard hjælper os med at skabe større transparens i vores

forsyningskæder – et helt essentielt punkt i bestræbelserne på at sikre rettidig omhu.

Social

I 2020 har vi udvidet vores krav vedrørende transparens helt tilbage til fiskeopdræt og fiskebåde, for alle leverandører af fisk og skaldyr. Mens en stor del af vores fisk og skaldyr stammer fra områder nær Danmark, er der også produkter, som eksempelvis rejer, der bliver produceret i højrisikolande. Her er vi er nødsaget til at sikre, at arbejdstagerrettigheder og sikkerhed er overholdt.

Miljø

Vi vurderer løbende mulighederne for at opnå flere miljømæssige forbedringer i vores landbrugsforsyningskæder. Vi har særligt fokus på frisk frugt og grønt og i særdeleshed avokadoer, som kræver store mængder vand i produktionen. Vi undersøger muligheden for at implementere GlobalG.A.P.'s program indenfor vandforvaltning, SPRING, i vores avokado forsyningskæder.

Uploadede leverandører	Tal
Afsluttede profiler	84%
Godkendt	94%
I proces	2%
Behov for forbedringer	4%
Suspenderet (afvist)	0

	Primær produktion Menneskerettigheder: <ul style="list-style-type: none"> Børnearbejde Tvangsarbejde Mindsteløn 	Miljø: <ul style="list-style-type: none"> Forbrug af vand, kemikalier osv. 		
	Producent Menneskerettigheder: <ul style="list-style-type: none"> Tvangsarbejde Børnearbejde 	Korruption: <ul style="list-style-type: none"> Tilskyndelse til at få en ordre 		
	Transport Klima: <ul style="list-style-type: none"> CO2-udledninger fra transport 	Korruption: <ul style="list-style-type: none"> Bestikkelse 		
	Distributionscenter Menneskerettigheder: <ul style="list-style-type: none"> Diskrimination og ligebehandling 	Sociale forhold: <ul style="list-style-type: none"> Medarbejderulykker Stress og arbejdstid 		
	Transport Menneskerettigheder: <ul style="list-style-type: none"> Anstændig løn til lastbilchauffører 	Klima: <ul style="list-style-type: none"> CO2-udledninger og partikler fra transport 	Miljø: <ul style="list-style-type: none"> Støj 	
	Butik Menneskerettigheder: <ul style="list-style-type: none"> Fødevarer sikkerhed Anstændig løn til rengøringspersonale 	Sociale forhold: <ul style="list-style-type: none"> Medarbejderulykker Miljø Affald og madspild 	Klima: <ul style="list-style-type: none"> CO2-udledninger fra butikker 	Korruption: <ul style="list-style-type: none"> Tyveri
	Forbruger Menneskerettigheder: <ul style="list-style-type: none"> Fødevarer sikkerhed 	Miljø: <ul style="list-style-type: none"> Madspild 		

> Risici og due diligence



Agenter

En betragtelig del af vores forsyningskæde består af agenter. Vores erfaring viser, at desto flere agenter der er i forsyningskæden, desto større er kompleksiteten i forhold til at sikre transparens hele vejen tilbage til den primære produktion. Derudover er fokus for handelsleddet i forsyningskæden ofte centreret omkring pris og logistik, og det kan derfor være udfordrende at drive bæredygtighedsinitiativer i forsyningskæder med flere agenter.

Sporbarhedskontrol

Vores leverandører kommer med informationer og dokumentation på produktionssteder, samt om de overholder vores sociale- og miljømæssige krav. For at sikre validiteten af informationerne gennemfører vi dokumentationscheck, hvor vi verificerer, at leverandørens informationer om den enkelte producent er korrekte. I 2020 har leverandørcheck ikke forekommet lige så hyppigt som i de foregående år, hovedsageligt pga. COVID-19. Vi håber på at kunne øge mængden af leverandørcheck igen i 2021.

Kapacitetsopbygning med leverandører

De seneste år har vi øget vores kapacitetsopbygnings aktiviteter med vores leverandører markant, og især de som er importører af nogle af de højrisikoprodukter, hvor forsyningskæderne er meget komplekse. Vi anser det som værende vitalt at

prioritere social- og miljømæssig bæredygtighed højt på dagsordenen for samarbejdet med vores leverandører. Denne tilgang har været essentiel for at opnå større transparens i vores forsyningskæde af forarbejdede tomater samt implementering af sociale og miljømæssige standarder i en sektor, der historisk set har været relativt uberørt af markedsbaserede bæredygtighedsstandarder. Dette arbejde har også været i gang i 2020, og vil fortsætte i 2021.



Produktion/Emballering

En stor del af produktionen af specielt vores non-food og tekstilvarer foregår i højrisikolande. I disse lande er arbejdstagers sundhed og sikkerhed, anstændig arbejdstid, og bygningsikkerhed nogle af de mest udprægede sociale problemer, som vi adresserer gennem vores arbejde med, og anvendelse af, sociale overholdelsesprocedurer.

Udover at fokusere på de sociale aspekter kigger vi i stigende grad mod måder, hvormed vi kan forbedre den miljømæssige indsats på fabrikkerne i vores forsyningskæder. Seneste eksempel er ved at udforske mulighederne for at bruge amfori's "Business Environmental Performance Initiative" (BEPI) på udvalgte produktgrupper.

OMRÅDE	RISIKO	INITIATIVER 2020
Social		
Bygningsikkerhed	Bygningsikkerhed er en stor udfordring i højrisikolande, hvor vi får produceret størstedelen af vores nonfood og tekstil varer. Det blev tydeligt ved Rana Plaza ulykken i Bangladesh i 2013, hvor et bygningskollaps i en tekstilfabrik resulterede i 1.127 tabte menneskeliv.	Vi har siden 2013 været en del af Bangladesh Accord, som blev etableret for at rette fokus mod bygnings- og arbejdstagersikkerhed på tekstilfabrikker i Bangladesh. I maj 2020 overgik Accorden til en ny organisation, Readymade Garments Sustainability Council (eller RSC), og vi følger udviklingen nøje.
Miljø		
Ægte læder	Læderindustrien er en af de mest giftige industrier i verden, både når det kommer til miljøpåvirkning og indvirkningen på sundheden af lokalsamfund og arbejdstagere. Garverierne i læderproduktionen er specielt sårbare, da disse oftest er beliggende i højrisikolande, og der indgår en stor mængde kemi i garvningsprocesserne. Garverierne er ofte et led længere ude i forsyningskæden, hvilket gør sporbarhed og transparens væsentligt mere komplekst.	I 2020 indførte vi en udvidet politik på ægte læder for både at skabe større sporbarhed i vores læderforsyningskæde og sætte nye sociale og miljømæssige krav et led længere tilbage i forsyningskæden, nemlig til garverierne. Det skal hjælpe til, at vi sikrer kontinuerlig forbedring på garverierne, og vi anbefaler vores producenter af læder at lade sig inspicere af et af de to markedsførende auditeringsprogrammer inden for denne sektor: amfori's BEPI eller Leather Working Group (LWG).

Menneskerettigheder

Vi respekterer menneskerettighederne og tilstræber at sikre, at vi hverken direkte eller indirekte medvirker til eventuelle krænkelse af disse.

OMRÅDE	RISIKO	INITIATIVER 2020
Fødevarer sikkerhed	Forkert opbevaring af fødevarer kan udgøre en risiko for fødevarer sikkerheden. Fødevarer sikkerhed omfatter fødevarer oprindelse, herunder overholdelse af praksis vedr. fødevarer mærkning og -hygiejne, tilsætningsstoffer og pesticidrester for at undgå sygdom hos forbrugerne. Dårlig fødevarer sikkerhed kan påvirke rigtig mange mennesker, og i nogle tilfælde kan madforgiftning (fra f.eks. listeria og salmonella) føre til dødsfald. Fremmedlegemer i fødevarer kan også udgøre en fare for forbrugerne (f.eks. sten eller glas).	<p>Tredjeparts- og egenkontrol af fødevarer, hygiejne, tilberedning og opbevaring i vores butikker og distributionscentre.</p> <p>Netto Tyskland rapporterer nu på resultater af tredjeparts fødevarer kontroller i de tyske butikker.</p> <p>Grundet COVID-19 har Netto Polen ikke fået deres rapporteringssystem op at køre, men forventer at påbegynde rapportering i begyndelsen af 2021.</p>
Arbejdstagerrettigheder og arbejdstagers sundhed & sikkerhed	Som detailhandler har vi et meget bredt sortiment. Det giver globale og komplekse forsyningskæder. De er ofte forbundet med en række risici indenfor mennesker- og arbejdstagerrettigheder. De vigtigste inkluderer tvangs- og børnearbejde, rimelig løn og overarbejde i tekstil og nonfood sektoren, såvel som diskrimination og migrantarbejderrettigheder i landbrugssektoren.	<p>Implementeringen af amfori BSCI Code of Conduct, Salling Group's ansvarlige indkøbspolitik, samt opfølgning og monitorering af disse.</p> <p>Obligatoriske kurser i ansvarlig indkøbspraksis.</p>

Antikorruption

Vi bestræber os på at opretholde en retfærdig og gennemsigtig virksomhedskultur, og vi tolererer ikke nogen form for korruption eller bestikkelse.

OMRÅDE	RISIKO	INITIATIVER 2020
Korruption og bestikkelse	Risikoen for korruption og bestikkelse i vores forsyningskæde er en barriere for den økonomiske og sociale udvikling, især i udviklingslandene, og medfører ofte øgede omkostninger.	Gennemgang af amfori BSCI Code of Conduct og anti-korruptionspolitik.
Korruption og bestikkelse i Salling Groups forsyningskæder	Risikoen for korruption og bestikkelse i vores forsyningskæder er en barriere for social og økonomisk udvikling, specielt i udviklingslande.	Anti-korruptions krav integreret i amfori BSCI Code of Conduct og i Salling Group's generelle samhandelsaftale for alle leverandører og serviceudbydere.

Sociale forhold og medarbejderforhold

Medarbejderne er vores væsentligste ressource, så det er vigtigt for os at passe på dem. Derfor tager vi forhold som diversitet, arbejdsmiljø, sikkerhed og helbred alvorligt.

OMRÅDE	RISIKO	INITIATIVER 2020
Medarbejderulykker	På både lagre og i butikker er der risiko for pludselige ulykker pga. det fysiske arbejde med løft af kasser, glatte gulve, brug af gaffeltrucks, knive, maskiner og værktøjer.	Grundig instruktion med henblik på at forebygge ulykker. Grundig og løbende undersøgelser af arbejdsulykker fra øverste niveau og ned til sektionsniveau i hver butik og på alle lagre med henblik på at forebygge, at samme ulykke sker igen.
Stress	Der er risiko for, at medarbejderne kan blive ramt af stress. Stress kan påvirke medarbejdernes sundhed, nedsætte produktiviteten og medføre fravær eller sygemelding.	Vi forsøger at tilpasse arbejdspresset og kravene til vores medarbejders kapacitet og evner. Fokus på vigtigheden af tidlig indsats, blandt andet gennem PFA Early Care for de medarbejdere, der er omfattet af PFA pension.
Fysisk nedslidning	Risiko for fysisk nedslidning pga. tunge løft og flyt eller for meget stillesiddende arbejde kan føre til dårlig livskvalitet, hyppigere sygefravær og højere medarbejderomsætning.	Vi forsøger at understøtte jobrotation, og medarbejdere med stillesiddende arbejde tilbydes hæve/sænkeborde. Butiksoverenskomsten giver mulighed for at konvertere løbende pensionsbidrag samt bruge fritvalgskontoen til at finansiere afholdelse af seniorfridage.
Diversitet blandt personalet	Manglende fokus på diversitet kan udgøre en risiko for virksomhedens evne til at tiltrække og fastholde talent og drive innovation. Ligestilling f.eks. er derfor en vigtig parameter.	Med fokus på at få flere kvinder i ledende stillinger afholdt vi i 2019 flere workshops med et udvalg af nuværende kvindelige ledere. Målet med disse workshops var af afdække: <ul style="list-style-type: none"> • Hvilke barrierer – det være sig arbejdsforhold, arbejdstider, arbejdssted, kultur, egen opfattelse m.v., der afholder kvinder fra at søge de mere tunge ledende stillinger, og hvad der skal til for at bryde disse barrierer • Arbejdet er fortsat i 2020.

Miljøpåvirkning

I kraft af vi køber ind globalt, risikerer vi indirekte at påvirke miljøet negativt i nogle af de lande, hvorfra vi køber vores produkter eller ingredienserne til vores produkter.

OMRÅDE	RISIKO	INITIATIVER 2020
Vandforvaltning	Frisk vand er en essentiel faktor for, at alle operationer fungerer i hele vores forsyningskæde. Mangel på vand er et stadigt stigende og udbredt problem, og det har en direkte effekt på Salling Group's forsyningskæder, specielt ifm. produktionen af friske råvarer.	Vi undersøger muligheden for implementering af GlobalG.A.P.'s tilføjesmodul, SPRING, på avokadoer. På produktionsniveau kigger vi ind i amfori BEPI, startende med ægte læder.
Afskovning	Palmeolie og soja er direkte og indirekte indhold i en lang række af vores egne produkter. Produktionen af begge disse råvarer medfører nogle af de mest skadelige påvirkninger af klimaet og af livsbetingelser for lokalsamfund samt tab af biodiversitet i områder med høj bevaringsværdi specielt i Sydøstasien og Sydamerika.	Vi tilsluttede os i 2020 den nye Dansk Alliance for Ansvarlig Palmeolie og er i gang med at opdatere vores palmeoliepolitik: Den bliver effektueret i 2021. Som del af Dansk Alliance for Ansvarlig Soja lancerede vi en handlingsplan for bæredygtig soja i april 2020 og har siden implementeret denne.
Plastik	Plastik ender ofte i naturen og især i havene, hvor det udgør en enorm trussel mod livet og biodiversiteten i havet.	Vi opjusterede vores mål om anvendelse af genanvendt plast i emballager på egne mærker fra 30% til 40%.

Klima

Klimaforandringerne er et globalt problem, som vi også har et ansvar for at bidrage til løsninger på.

OMRÅDE	RISIKO	INITIATIVER 2020
Vare- og persontransport	Risiko for høje CO2-udledninger i forbindelse med transport af varer til og fra vores distributionscentre samt fra kørsel i egne/leasede firmabiler.	Vi har hjemtaget en række logistikopgaver, der optimerer varens vej fra lager til butik og dermed reducerer CO2 udledning
Globalt opvarmningspotentiale	Global opvarmning som følge af brugen af kølemedier i køleenheder.	Udskiftning af ældre køleanlæg har været en prioriteret opgave siden 2017, og det forventes, at vi er fri for freon i vores centrale køleanlæg senest ved udgangen af 2025.
Energiforbrug	Hvis der ikke er styr på forbruget af energi, og der ikke arbejdes med vedvarende/grønne løsninger, øges risikoen for overdreven udledning af CO2.	I forbindelse med renovering og opgradering af lyskilder anvender vi nu 2. generation LED.
Madspild	Det kræver jord, vand, arbejdskraft og andre værdifulde ressourcer at producere den mad, vi smider ud. Derudover er madspild en væsentlig kilde til udledning af drivhusgasser primært i form af metan.	Samarbejdet med Danmark mod Madspild, i regi af Miljø- og Fødevarerministerierne, fortsætter. Netto indledte samarbejde med 'Too Good To Go' i både Danmark og Tyskland.
Forretningsrejser (fly)	Brugen af fly frem for andre transportmidler bidrager til øget udledning af CO2 og potentielt øget global opvarmning.	Vi har via vores partner på forretningsrejser, AMEX Global, indhentet rapportering, der viser fløjne kilometer, destinationer og afledt CO2-værdi for den enkelte billet for at få synliggjort vores påvirkning.



Vores interesser

Med over 55.000 medarbejdere og 10,9 mio. kunder om ugen i vores fysiske butikker er vi en væsentlig spiller i de samfund, vi opererer i. Det er derfor af stor betydning, at vi driver vores virksomhed og butikker med en høj grad af ansvarlighed, hvilket kun er muligt i samarbejde med mange forskellige interesser og partnere.

VIGTIGE INTERESSETER	DIALOGFORM	NØGLEOMRÅDER
Kunder	Sociale medier Undersøgelser Kundesupportcentre Postkasser i butikkerne Butiksbesøg Kundepaneller	Kundetilfredshed Produktudvalg Fødevarekvalitet Mangfoldighed Ansvarlighed Ansvarlige produkter Sundhed
Medarbejdere	Medarbejderrepræsentation på bestyrelsesmøder Individuelle møder Teammøder Tilfredshedsundersøgelser	Medarbejdertilfredshed Personalegoder Karriereudvikling Uddannelse Arbejdsvilkår Arbejdsulykker
Ejere – Salling Fondene	Løbende dialog Bestyrelsesmøder	CSR-strategi CSR-initiativer Donationer
Lovgivere (nationale politikere)	Statslige arbejdsgrupper Tænketanke Rundbordsdiskussioner	Skatter og afgifter på visse produkter Fødevaremærkning Madspild
Miljø- og Fødevareministeriet	Kontrolbesøg Tænketanken One Third	Hygiejne, fødevarer sikkerhed Fødevarecertificeringer Smiley-ordninger Madspild
Kommuner	Løbende dialog	Støj Affaldshåndtering Åbning af nye butikker Inklusion og jobparathed

VIGTIGE INTERESSETER	DIALOGFORM	NØGLEOMRÅDER
NGO'er og partnerskaber (WWF Verdensnatur-fonden, Folkekirkens Nødhjælp, Kræftens Bekæmpelse, Dyrenes Beskyttelse, Økologisk Landsforening, Fairtrade, FSC Danmark, Børns Vilkår, Muskelsvindfonden, Julemærkefonden, Røgfri Fremtid, FødevareBanken, AMS, The Consumer Goods Forum, CONCITO, Life Exhibitions, Verdensmål i værdikæden, Ocean Plastic Forum m.fl.)	Individuelle møder Løbende dialog Partnerskaber	Bæredygtigt indkøb Dyrevelfærd Madspild Miljø Klima Fødevarer sikkerhed Ansøgninger om støtte Fundraising Plastik Røgfri generation Sundhed
Brancheorganisationer og andre organisationer (Danske Erhverv, DIEH, Landbrug & Fødevarer m.fl.)	Individuelle møder Løbende dialog CSR netværksgrupper	Bæredygtigt indkøb Mærkning

>>

Vores interesser

VIGTIGE INTERESSETER	DIALOGFORM	NØGLEOMRÅDER
Medier / presse	Individuelle møder Løbende dialog	Produktsikkerhed Dyrevelfærd Etisk indkøb Konkurrence og priser Etiske produkter Sundhed
Leverandører	Individuelle møder Temadage/konferencer Producentauditeringer Tilfredshedsundersøgelse	Code of Conduct Mærkning Reduktion af madspild Plastik
Konkurrenter	Rundbordsdiskussioner arrangeret af offentlige myndigheder og/eller organisationer	Mærkning Dyrevelfærd Madspild Palmeolie Soja
Fagforeninger (HK, 3F m.fl.)	Individuelle møder Løbende dialog	Arbejdsvilkår Medarbejdersikkerhed



Skat

Hos Salling Group anerkender vi, at skatter er en vigtig ressource. Skatter kan hjælpe med at forbedre offentlige tjenester og investeringer og på den måde bidrage til at opfylde FN's verdensmål for bæredygtig udvikling (SDG).

Vores skattebetalinger bidrager ikke alene til at opfylde målene 3, 12 og 13, som er dem, vi primært adresserer, men også mål 16.¹ I de lande, hvor vi opererer, bidrager målene til at skaffe større indtægter til regeringer og organisationer, så de kan forbedre samfundets velfærd og innovation, hjælpe med at løse samfundsproblemer og tilskynde til positiv social og miljømæssig adfærd.

Vores tilgang til skat er styret af vores skattepolitik², som er godkendt af bestyrelsen.

Kommercielle og juridiske overvejelser

Vi tilstræber konstant at overholde skattelovgivning i de lande, hvor vi opererer, og vi bruger udelukkende forretningsstrukturer, der er drevet af kommercielle og juridiske overvejelser. Vi tilstræber derudover at have gode relationer med skattemyndighederne baseret på gensidig respekt, transparens og tillid. Vi deltager også konstruktivt i national og international dialog med regeringer og erhvervsgrupper for at støtte udviklingen af effektive skattesystemer og skatteadministrationer.

Vi har driftsselskaber i Danmark, Tyskland og Polen, men den største aktivitet finder sted i Danmark.

I henhold til selskabets offentliggjorte skatteregistrering for 2019³ er F. Salling Holding A/S, den administrative skatteenhed for Salling

Group, den 23. største selskabsskatteyder i Danmark med en samlet selskabsskattebetaling på 299 mio. kr. F. Salling Holding A/S er ansvarlig for at betale al selskabsskat til myndighederne på vegne af de danske virksomheder i koncernen.

Samlet skattebetaling

I 2019 udgjorde det samlede skattebidrag⁴ fra koncernen 7.349 mio. kr. mod 7.362 mio. kr. i 2018⁵ (7.711 mio. kr. inkl. Sverige). Det omfatter både skatter, der betales indirekte af vores selskab (opkrævet skat) som moms og medarbejderindkomstskat, samt skatter, der betales direkte (afholdte skatter) som selskabs- og ejendomsskat.

Opkrævede skatter og afgifter

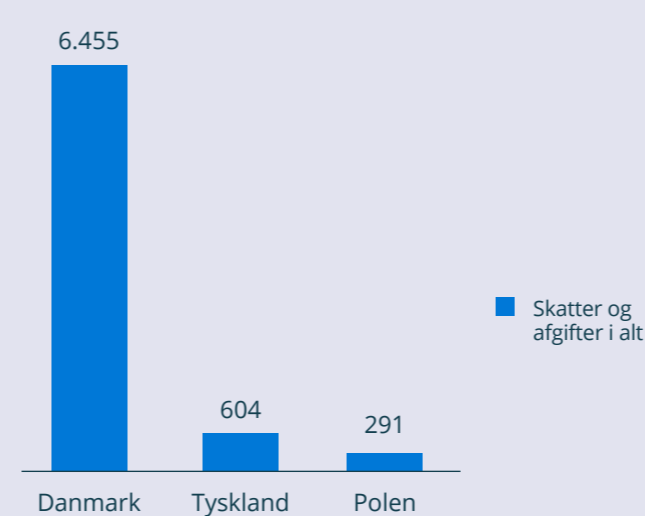
Skatter og afgifter, der opkræves, består af moms, kildeskatte og punktafgifter. Beløbet for moms er beregnet som nettomomsbetaling til staten, hvilket betyder moms ved salg minus moms ved køb. Opkrævede punktafgifter i Danmark (f.eks. på chokolade og alkohol) er kun for importerede varer, da punktafgifter på lokalt producerede varer betales til myndighederne af fremstillingsvirksomhederne.

Direkte skatter og afgifter

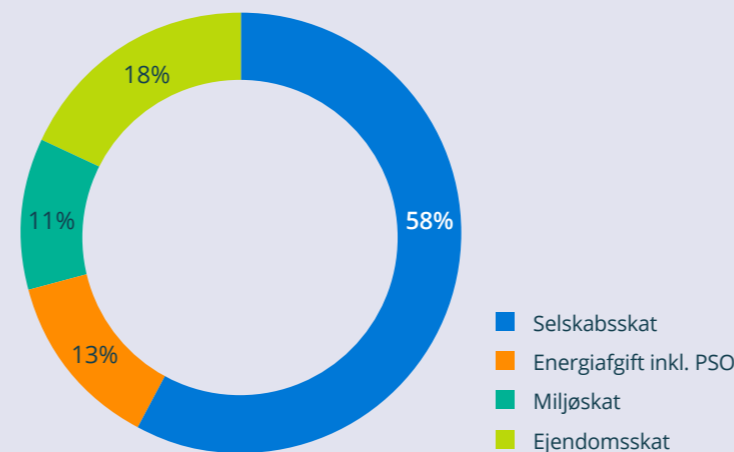
Selskabets egne skatter og afgifter består af selskabsskat, energiafgift, miljøskat og ejendomsskat.

Det største andel af egne skatter og afgifter udgøres af selskabsskatten (58 %). De danske virksomheder i koncernen betalte en samlet selskabsskat på 299 mio. kr. Derudover blev der betalt selskabsskatte på i alt 76 mio. kr. i udlandet.

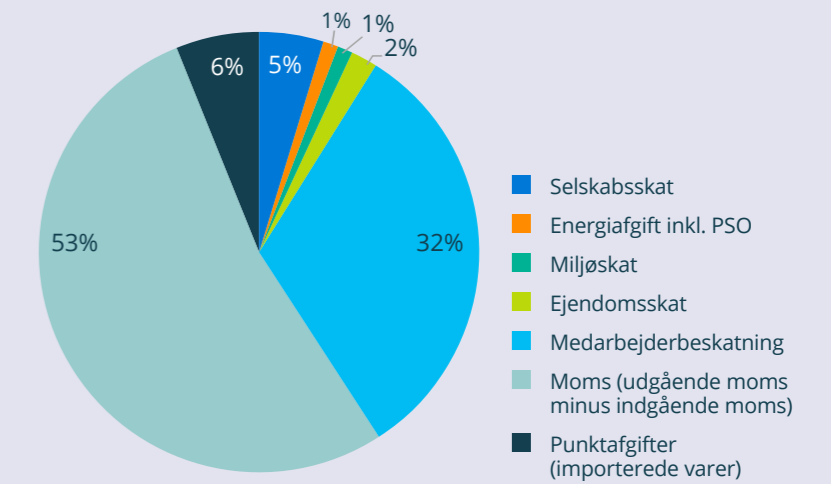
Samlet skattebetaling fordelt på lande
I alt 7.349 mio. kr.



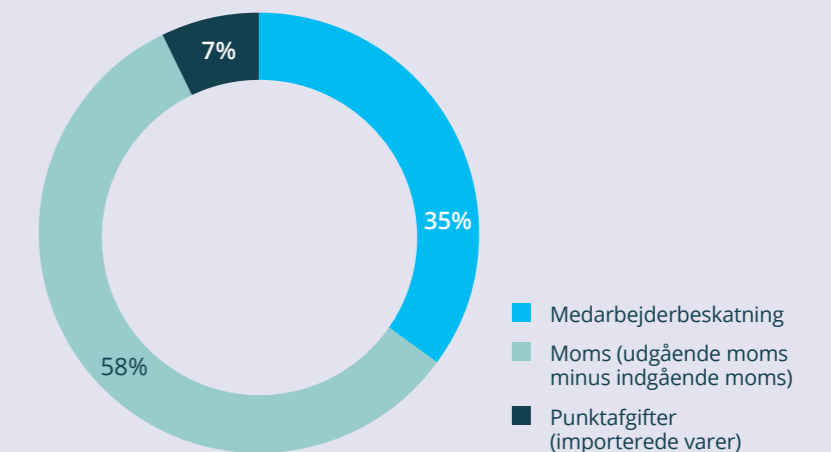
Betalte skatter og afgifter
I alt 649 mio. kr.



Samlet skattebetaling fordelt på kategorier
I alt 7.349 mio. kr.

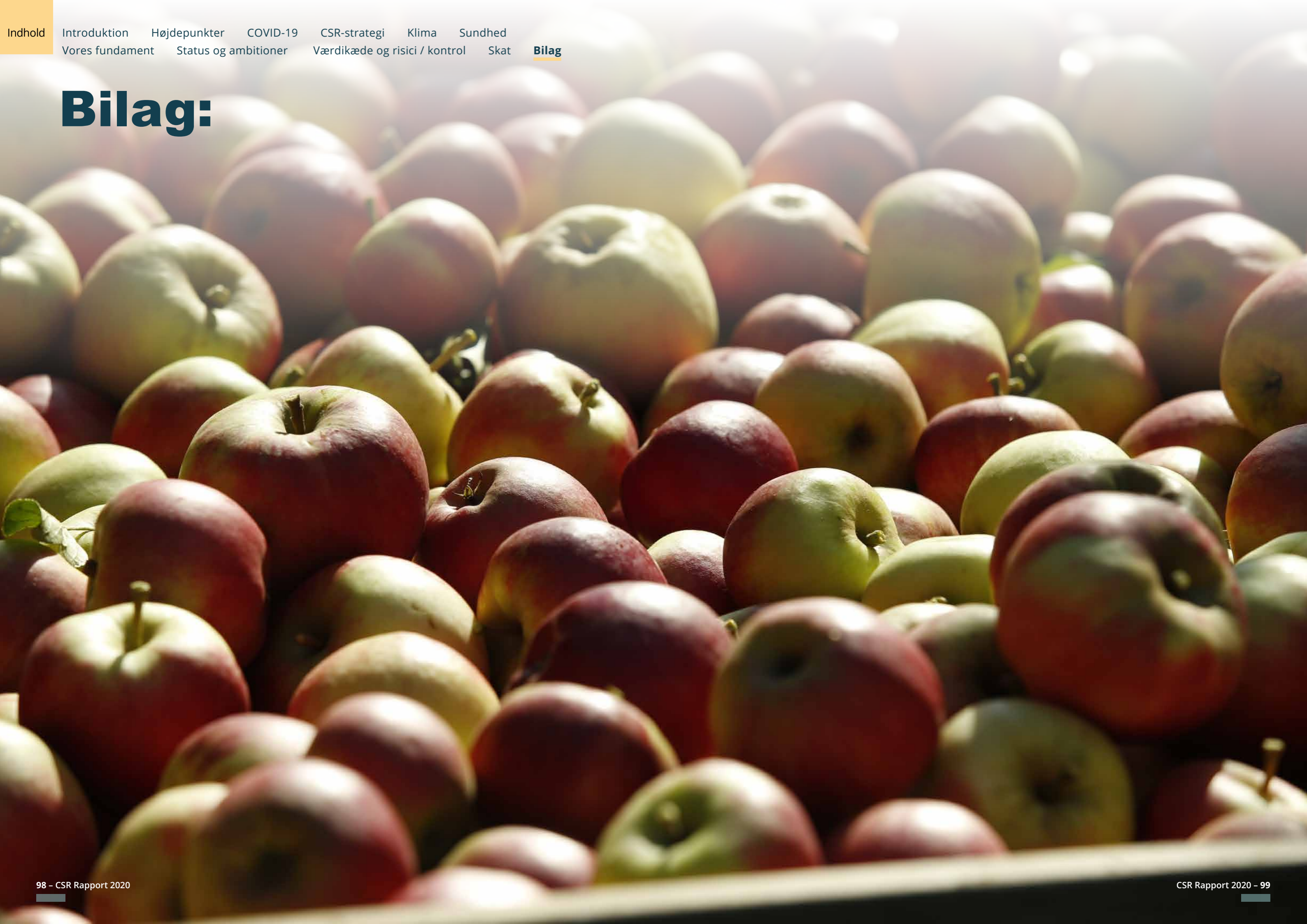


Opkrævede skatter og afgifter
I alt 6.700 mio. kr.



1. At udvikle effektive, ansvarlige og transparente institutioner
 2. <https://storage.sallinggroup.com/media/2622/tax.pdf>
 3. Vi indrapporterer 2019-tal, da 2020-tal ikke er tilgængelige i alle formater og for alle lande ved udarbejdelsen af denne rapport
 4. Opgørelsen foregår i overensstemmelse med den standardiserede samlede skattebidragsmetode.
 5. Netto Sverige blev solgt i regnskabsåret 2019, og derfor er beløbene i 2019 ekskl. Sverige.
 I regnskabsåret 2018 udgjorde koncernens samlede skattebidrag 7.362 mio. kr. ekskl. Sverige (7.711 mio. kr. inkl. Sverige)

Bilag:



Den uafhængige revisors erklæring på Salling Groups CSR Rapport 2020

Til Salling Groups interessenter

Til Salling Groups interessenter
Vi har efter aftale undersøgt Salling Groups CSR Rapport for perioden 1. januar til 31. december 2020.

Vi skal udtale os om, hvorvidt CSR Rapporten er udarbejdet i overensstemmelse med rapporteringsmetoden og kriterierne beskrevet på s. 103-111. Vores konklusion i erklæringen udtrykkes med begrænset sikkerhed.

Ledelsens ansvar

Salling Groups ledelse er ansvarlig for forberedelsen af CSR Rapporten i overensstemmelse med rapporteringsmetoden og kriterierne beskrevet på s. 103-111. Salling Groups ledelse er også ansvarlig for de interne kontroller, som ledelsen anser nødvendige for at muliggøre, at udarbejdelsen af CSR Rapporten er fri for væsentlige fejlinformationer, uanset om de skyldes fejl eller besvigelser.

Revisors ansvar

Vores ansvar er at udtrykke en konklusion om Salling Groups CSR Rapport på grundlag af vores arbejde. Vi har udført vores arbejde i overensstemmelse med ISAE 3000 "Andre erklæringer med sikkerhed end revision eller review af historiske finansielle oplysninger" og yderligere krav ifølge dansk revisorlovgivning med henblik på at opnå begrænset sikkerhed for vores konklusion.

EY Godkendt Revisionspartnerselskab er underlagt international standard om kvalitetsstyring, ISQC 1, og anvender således et omfattende kvalitetsstyringssystem, herunder dokumenterede politikker

og procedurer vedrørende overholdelse af etiske krav, faglige standarder og gældende krav i lov og øvrig regulering.

Vi har overholdt kravene til uafhængighed og andre etiske krav i FSR – danske revisors retningslinjer for revisors etiske adfærd (etiske regler for revisorer), der bygger på de grundlæggende principper om integritet, objektivitet, faglig kompetence og fornøden omhu, fortrolighed og professionel adfærd.

Udført arbejde

Som led i vores undersøgelse har vi udført følgende handlinger:

- Interviews med relevante medarbejdere med ansvar for ledelse og rapportering om Salling Groups CSR Rapport
- Analyser, herunder trendanalyser, af data leveret af Salling Group
- Vurdering af, om den af ledelsen valgte rapporteringsmetode er passende, og om de af ledelsen udøvede skøn er rimelige.
- Stikprøvevis gennemgang af underliggende dokumentation for at afgøre, om oplysningerne i Salling Groups CSR Rapport understøttes af tilstrækkelige beviser.

Det er vores opfattelse, at det udførte arbejde giver et tilstrækkeligt grundlag for vores konklusion.

Omfanget af de handlinger, vi har udført ved vores undersøgelser, er mindre end ved en erklæringsopgave med høj grad af sikkerhed. Som følge heraf er den grad af sikkerhed, der

er for vores konklusion, betydeligt mindre end den sikkerhed, der ville være opnået, hvis der var udført en erklæringsopgave med høj grad af sikkerhed.

Konklusion

På baggrund af det udførte arbejde og det opnåede bevis er vi ikke blevet bekendt med forhold, der giver os anledning til at konkludere, at Salling Groups CSR Rapport for perioden 1. januar til 31. december 2020 ikke i alle væsentlige henseender er udarbejdet i overensstemmelse med rapporteringsmetoden og kriterierne beskrevet på side 103-111.

Aarhus, 19. april 2021

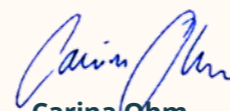
ERNST & YOUNG

EY GODKENDT REVISIONSPARTNERSELSKAB
CVR-nr. 30 70 02 28



Jes Lauritzen
Statsaut. revisor

Mne10121



Carina Ohm
Associate Partner

Ledespåtegning

Ledelsen i Salling Group har behandlet og godkendt CSR-rapporten for perioden 1. januar – 31. december 2020.

CSR-rapporten 2020 er udarbejdet i overensstemmelse med principperne i rapporteringsmetoden, der er beskrevet på side 103-111.

Vi bekræfter efter vores bedste overbevisning, at

- regnskabspraksis er hensigtsmæssig
- CSR-rapporten giver et retvisende billede af Salling Groups samfundsmæssige påvirkning
- oplysningerne i CSR-rapporten er i overensstemmelse med regnskabspraksis

Brabrand, den 19. april 2021

SALLING GROUP
CVR-nr. 35 95 47 16

Per Bank
Administrerende
direktør

Rapporteringsmetode

Omfanget af CSR-rapporten

CSR-rapporten dækker relevante og væsentlige sociale, etiske og miljømæssige emner for regnskabsåret 1. januar – 31. december 2020. Vi har modtaget anbefalinger om vores CSR-aktiviteter og -rapportering fra vores revisor Ernst & Young.

Afgrænsning

Enheder der er indeholdt i resultatoplysningerne, er majoritetsejede datterselskaber/forretningsområder defineret som selskaber, der ejes eller kontrolleres af Salling Group, herunder netbutikker, Salling stormagasiner, Bilka, føtex, Netto, BR, Wupti.com og Netto i Tyskland og Polen. Ejendomme ejet af Salling Group samt franchisekæderne Carl's Jr. og Starbucks er ikke medtaget i denne og fremtidige rapporter.

Energidata

Både majoritetsejede og kontrollerede enheder, der er åbnet og lukket i løbet af regnskabsåret, er medtaget i rapporteringen. Hvis en butik åbnes i en rapporteringsperiode, og åbningsdagen ligger efter startdatoen for rapporteringen, vil butikken indgå med et årligt forbrug på nul. Hvis en butik har data i en rapporteringsperiode, og åbningsdagen ligger før startdatoen for rapporteringen, vil butikkens forbrug blive anslået, indtil der er etableret kontakt til måler. Hvis en butik lukkes efter startdatoen for rapporteringen, vil forbruget blive rapporteret indtil den egentlige lukning og anslået for resten af perioden. Estimerer for butikker med datamangel eller store afvigelser er udarbejdet ved at gange det gennemsnitlige forbrug for energi/vand forbrug pr. m², for sammenlignelige butikker inden for samme detailkæde og land, med butikkens størrelse. Estimerer udgør i føtex 1,48%, i Bilka 0,0%, i Salling 1,42%, i Netto Danmark 7,69% og i BR 42,91% af det samlede energiforbrug for hver kæde. I Netto i udlandet udgør estimerer i Tyskland 0,0% og i Polen 0,0%.

Vanddata

Både majoritetsejede og kontrollerede enheder, der er åbnet og lukket i løbet af regnskabsåret, er medtaget i rapporteringen. Hvis en butik åbnes i en rapporteringsperiode, og åbningsdagen ligger efter startdatoen for rapporteringen, vil butikken indgå med et årligt forbrug på nul. Hvis en butik har data i en rapporteringsperiode, og åbningsdagen ligger før startdatoen for rapporteringen, vil butikkens forbrug blive anslået, indtil der er etableret kontakt til måler. Estimerer for butikker med manglende data er udarbejdet på baggrund af det gennemsnitlige forbrug i sammenlignelige butikker inden for samme detailkæde og land. Estimerer udgør i føtex 9,41%, i Bilka 0,76%, i Salling 0,0%, i Netto Danmark 15,0% og i BR 63,25% af det samlede vandforbrug for hver kæde. I Netto i udlandet udgør estimerer i Tyskland 0,0% og i Polen 0,0%.

Affald

Både majoritetsejede og kontrollerede enheder, der er åbnet og lukket i løbet af regnskabsåret, er medtaget i rapporteringen. Nogle butikkers rapportering er baseret på estimerer. Estimerer udgør i føtex 1,92%, i Bilka 0,0%, i BR 20,21%, i Salling 0,0% og i Netto Danmark 0,55% af den samlede affaldsmængde for hver kæde. I Netto i udlandet udgør estimerer i Tyskland 11,4%, i Polen 0,0%. For Netto Tyskland er affaldet opgjort på baggrund af i alt 80 vejeprøver i 8 udvalgte butikker i 2018. Estimerer for de resterende butikker i Tyskland er beregnet på baggrund af den gennemsnitlige affaldsmængde pr. omsætningsenhed for de udvalgte butikker. For butikkerne i Netto Polen er affaldsopgørelsen baseret på det præcise antal containere ganget med en gennemsnitsvægt pr. container. Byggeaffald i forbindelse med nyetableringer eller større renoveringer bortskaffes generelt af de kontraherede entreprenører og er således ikke inkluderet i affaldsdata.

Rapporteringsmetode

Tilfredshedsundersøgelse blandt leverandører

Tilfredshedsundersøgelsen blandt leverandører er foretaget i samarbejde med Rambøll Management Consulting A/S. Deltagerne i undersøgelsen er vores danske butikkers (bortset fra Salling) faste leverandører.

Risikoscreening af leverandører

Risikoscreeningen af leverandører er foretaget ved hjælp af vores system for ansvarligt indkøb (RPS). I systemet registreres oplysninger om producenter og dokumentation af sociale- og miljøauditeringer og/eller certifikater hos leverandører til vores egne mærker og ikke-mærkevareleverandører, samt tertiære mærkevareleverandører og produkter sendt direkte fra produktionssteder i risikolande. Systemet anvender en farvekode, hvor grøn betyder, at al den nødvendige dokumentation er på plads, gul betyder, at den er i proces, rød betyder, at der er behov for forbedringer. Ingen farve betyder at leverandøren endnu ikke har færdiggjort deres profil og derfor er der ikke blevet tildelt en farvekode til dem.

Madspild

Madspild opgøres i tons og stammer fra vores butikker og distributionscentre i Danmark, Tyskland og Polen. Opgørelsen er baseret på antal nedskrevne enheder ganget med nettovægten. I bagerikategorien er der tilføjet svind, hvilket også er tilfældet for frugt- og grøntkategorien i Netto DK.

Hvis nettovægten for en given vare mangler, har vi brugt gennemsnitsvægten for øvrige varer i den pågældende kategori. Basismåltallet for DK er opgjort på baggrund af vores markedsandel i 2014 i forhold til Miljøministeriets beregninger af detailhandlens madspild i tons i 2014. Basismåltallet for Netto Int. er baseret på faktisk beregning af faktiske data 2018. Estimerer udgør for DK 0,1%, for DE 1,7% og for PL 0,03%

Indgående transport

Beregningsmetoden for indgående transport sker på baggrund af indgående fragt ved alle transportformer, dvs. skib, fly, lastbil og tog. Dataene stammer fra interne statistikker og fakturaer fra fragtfirmaer. Tog beregnes på baggrund af data/ metode for vejtransport.

Skatteaftryk

Opkrævede skatter og afgifter omfatter moms, indeholdt skat af medarbejderlønninger og punktafgifter. Det indregnede momsbeløb beregnes som nettomomsbetalingen til staten, dvs. moms af salg minus skyldig moms. Opkrævede punktafgifter i Danmark (f.eks. på chokolade og alkohol m.v.) er kun indregnet for importerede varer, da punktafgifter på lokalt producerede varer betales til myndighederne af producenterne. Vores direkte skatter består af selskabsskat, energiafgifter, miljøafgifter og ejendomsskatter. Hovedparten af de betalte skatter og afgifter vedrører selskabsskat.

CO2-aftryk Scope 1

Brændstof og leasede firmabiler

Forbrug af benzin og diesel opgjort i liter og multipliceret med DEFRA's respektive relevante emissionsfaktorer (2020).

Kølemidler

Forbrug af kølemidlerne CO₂, R134 og R404A opgjort i kg og multipliceret med DEFRA's respektive relevante emissionsfaktorer (2020).

Naturgas

Forbrug af gas til opvarmning opgjort i kWh og multipliceret med IEA's emissionsfaktor for naturgas (2020).

Olie

Forbrug af fyringsolie opgjort i kWh omregnet til liter og multipliceret med DEFRA's emissionsfaktor for olie (2020).

CO2-aftryk Scope 2

El-forbrug

Forbrug af el er for DK opgjort i kWh multipliceret med EnergiDanmarks generelle emissionsfaktor (2019), og for DE og PL opgjort i kWh multipliceret med IEA's relevante emissionsfaktor (2019 - tabel "IEA (2020) Emissions Factors").

Varme

Forbrug af varme er for DK opgjort i GJ multipliceret med HOFOR's generelle emissionsfaktor for fjernvarme i hovedstadsregionen (2019), og for DE og PL opgjort i kWh multipliceret med IEA's relevante emissionsfaktor (2019 - tabel "IEA (2020) Emissions Factors").

CO2-aftryk Scope 3

Udgående transport DK

Beregningsmetoden for CO₂-udledningen gælder kun egenkontrolleret udgående transport i Danmark. Udgående transport er transport af varer fra vores distributionscentre til vores butikker i Danmark, og udledningen (ekskl. frostpaller til Bilka og føtex) beregnes ud fra kilometertal, CO₂-faktoren pr. kilometer og antallet af paller. CO₂-faktoren beregnes på baggrund af vognmand Frode Laursens beregnede kilometertal pr. liter diesel. Estimerer udgør 1-3% baseret på den beregnede CO₂ for hovedparten af vores udgående transport.

Udgående transport DE og PL

Udgående transport er transport af varer fra vores distributionscentre til vores butikker i Polen og Tyskland. Transporten foretages af tredjepart, og denne står for beregningen af CO₂-udledningen.

Flight mileage DK

Er baseret på rapporter fra American Express Global Business Travels GHG Emissions database, der monitorerer en virksomheds, herunder Sallings Group's, CO₂-aftryk baseret på antal fløjne kilometer og emissionsfaktorerne for de individuelle billetter/destinationer baseret på UK Gov Conversion Factors (2020).

Madspild DK

Beregningsmetoden er lavet ud fra data template produceret af Carbon Trust Advisory Ltd. (2019). Modellen beregner CO₂-aftrykket pr. fødevarekategori på baggrund af kategoriens spildvægt og emissionsfaktor. Der er anvendt gennemsnitsfaktorer, hvad angår transport.

Vi rapporterer på 23 nøgleområder. KPI'er, definitioner og resultater for hver er beskrevet under rapporteringskriterier og resultater.

Rapporteringskriterier og resultater

KPI	DATA OG KRITERIER		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	MÅL
Medarbejdernes opfattelse af CSR i Salling Group	Barometerundersøgelse foretaget af Rambøll – score (%) på spørgsmål om mangfoldighed og ansvarlighed		76	78	77	78	78	79	- ¹	-
Mangfoldighed	Kvindelige ledere (%) – direktørniveau og derover		17	15	15	14	16	16	17	20 ²
	Kvindelige medlemmer i bestyrelsen (%)		20	20	17	17	17	17	20	40 ³
Medarbejdersvarprocent	Barometerundersøgelse foretaget af Rambøll – samlet score (% af respondenterne)		87	89	90	90	90	90	-	-
Medarbejdertilfredshed	Barometerundersøgelse foretaget af Rambøll – gennemsnitlig score (tilfredshedsgrad)		77	78	77	77	78	78	-	-
Medarbejdersikkerhed	LTIF (lost time injury frequency) = antal arbejdsulykker, der resulterer i mere end én dags fravær pr. 10.000 medarbejder – Danmark		102	79	96	91	92	90	82	-
	LTI (lost time injuries) = samlede antal arbejdsulykker, der resulterer i mere end én dags fravær – Netto i udlandet		250	224	242	250	211	264	177	-
Medarbejderes sygefravær	Sygetimer divideret med antal arbejdstimer (inkl. overarbejde) %	DK	2,8	2,8	2,7	2,7	2,9	2,9	3,0	-
		DE	3,5	3,5	4,1	4,2	4,5	4,8	4,3	-
		PL	4,2	4,8	5,4	5,2	5,2	5,0	5,5	-
		SE	7,9	7,6	9,7	8,7	7,4	-	-	-
Medarbejderudskiftning (% af samlet antal medarbejdere)	Frivillig afgang af fastansatte medarbejdere Medarbejderudskiftning i alt Frivillig afgang af medarbejdere Frivillig afgang af fastansatte medarbejdere	DK	33,3	28,5	27,1	29,7	27,7	24,5	21,0	-
		DE	13,3	12,8	10,1	9,6	10,3	12,1	12,8	-
		PL	17,0	19,6	21,4	22,4	24,4	19,9	14,4	-
		SE	12,7	14,7	15,8	21,0	20,3	-	-	-
Personer i jobtræning	Antal borgere uden for arbejdsmarkedet, der er i ulønnet praktik for at afklare deres jobparathed (gennemsnit i årets løb)	DK		839	1.093	963	976	1.089	1.043	-

1. Der blev ikke foretaget Barometerundersøgelse i 2020 grundet COVID-19

2. Inden udgangen af 2020; 30%, inden 2025; 35% inden 2030 og 40% inden udgangen af 2035

3. Inden udgangen af 2025. Der er i 2020 udtrådt et medlem, hvorved kønsfordelingen har ændret sig

Rapporteringskriterier og resultater

KPI	DATA OG KRITERIER		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	MÅL
Medarbejdere uddannet i ansvarlige produkter	% af medarbejdere, der er uddannet (relevant personale er personer i indkøbsfunktioner i Indkøb, Forvaltning, IT og Inventar)		-	78	88	97	95	77	96	85
Indkøbere uddannet i ansvarligt indkøb	% af indkøbspersonalet, der er uddannet (relevant personale er personer med indkøbsansvar i indkøb, Forvaltning, IT og Inventar)		59	68	68	70	66	76	69	80
Omsætning fra ansvarlige produkter	Omsætning fra CSR-mærkede produkter (f.eks. Nøglehulsmærket, Fairtrade, økologi, dyrevelfærd m.v.) mia. kr. – gælder kun Danmark	DK	-	-	4,5	9,9	9,9	10,1	11,1	-
Madspild	Tons fødevarer til konsum, der ender som affald, dyrefoder, kompost m.v. – absolutte tal.	DK DE PL	42.826	33.398	32.855	32.228	30.725 4.706 5.123	29.481 4.786 4.895	29.358 4.438 5.430	-50% ⁴
	Madspild i tons udtrykt i procent af madsalg i tons. ⁵	DK DE PL	4,33	2,81	2,83	2,75	2,49 1,11 1,17	2,42 1,20 1,15	2,38 1,10 1,24	-50%
Fødevarer sikkerhed	Glad smiley. Gælder kun Danmark. % af antal glade smileyer givet af fødevarermyndighederne efter et kontrolbesøg. Både majoritetsejede og kontrollerede virksomheder, der er åbnet eller lukket i løbet af regnskabsåret, er medtaget.	DK	89,3	92,5	90,5	90,8	90,8	89,2	90,2	100
	Kontrolbesøg uden anmærkninger. Gælder foreløbig kun Tyskland. % af antal rapporter uden anmærkninger givet af de regionale fødevarermyndigheder efter et kontrolbesøg.	DE	-	-	-	-	-	44,3	49,0	100
Leverandørtilfredshed	På en skala fra 1 til 5 med udgangspunkt i spørgsmålet 'Hvor tilfreds er du med samarbejdet med Salling Group?'	DK	-	-	4	4	4	4	4,2	-
Risikoscreening af leverandører	% af producenterne af vores egne mærker og ikke-mærkevareprodukter uploadet med farven grøn (godkendt), gul (i proces) eller rød (behov for forbedringer) og endelig suspenderet.	Upl. Afsl. Grøn Gul Rød Susp.	-	-	-	82,5 62,2 89,1 10,5 0,4	99,1 68,9 92,1 3,3 4,5 0,1	98 81,3 94,9 3,1 1,8 0,2	93,0 83,7 93,8 1,9 4,3 0,0	100

4. Inden 2030 med 2014 som basis

5. En stigning i antallet af butikker medfører øget madspild. For at kunne vurdere, om vi trods flere butikker er på rette spor i forhold til udgangspunktet, ser vi derfor også på udviklingen i madspildsprocenten

Rapporteringskriterier og resultater

KPI	DATA OG KRITERIER	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	MÅL	
Affald	Genbrug %		57	68	73	75	78	79	79	90 ⁶
		DK	53	65	71	74	78	79	79	
		DE	76	79	79	83	83	83	83	
		PL	62	70	71	72	74	75	75	
		SE	48	71	75	78	81	80		
Vand	M ³ /m ² – hele Salling Group				0,199	0,188	0,186	0,176	-10% ⁷	
Indgående transport	M ³ pr. transportform (egenkontrolleret), procentvis fordeling	Bil	-	-	73,2	75,1	76,2	76,7	76,6	-
		Tog			6,4	6,7	6,9	6,4	7,1	
		Skib			20,2	18,0	16,7	16,7	16,2	
		Fly			0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	
Udgående transport	Kg CO2 pr. palle fra lagre til butik	DK	-	-	4,83	4,77	4,30	4,21	4,1	-
		DE						8,19	7,5	
		PL						4,35	4,8	
Energi	MWh/m ² – hele Salling Group	0,274	0,250	0,250	0,239	0,234	0,224	0,216	-10% ⁸	
GHG emissioner – Scope 1	Ton CO2 total Naturgasforbrug, brændstofforbrug, kølemidler og fyringsolie	DK						11.197	10.985	
		DE						11.348	9.869	
		PL						17.824	15.866	
GHG emissioner – Scope 2	Ton CO2 total Elektricitet og fjernvarme/varme ⁹	DK					125.925	121.104	116.490	
		DE					26.488	26.001	21.391	
		PL					44.405	42.960	43.151	
GHG emissioner – Scope 3	Ton CO2 total Madspild (Kategori 5: Affald genereret i forbindelse med aktiviteter)	DK					79.030	76.975	75.047	
	Flyrejser (Kategori 6: Forretningsrejser)	DK						358	75	
	Udgående transport (Kategori 4: Upstream transport og distribution)	DK						14.623	15.328	
		DE						11.247	10.596	
PL							5.161	5.550		

6. Inden udgangen af 2022

7. Inden udgangen af 2022 med 2017 som basis

8. Inden udgangen af 2020 med 2015 som basis

9. DK markedsbaseret. DE og PL lokationsbaseret

Selskabsoplysninger

VIRKSOMHEDSPROFIL	
Virksomhedsnavn	Salling Group
Web adresse	sallinggroup.com
Hovedkontorets adresse	Rosbjergvej 33, 8220 Brabrand
Primære brands	Salling, Bilka, føtex, Netto, BR og Wupti.com
Ejerforhold og selskabsform	Privatejet / ikke børsnoteret
Antal medarbejdere i alt	55.471
Væsentlig ændring i rapporteringsperioden vedrørende størrelse, struktur, ejerskab eller forsyningskæde	Ingen
Eksternt udarbejdede chartre, principper eller initiativer, som Salling Group har underskrevet eller støtter	Salling Group støtter FN's Global Compact, men er ikke medunderskriver
Medlemskab af foreninger og støtteorganisationer	<ul style="list-style-type: none"> • amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) • amfori Business Environmental Performance Initiative (BEPI) • Bangladesh Accord on Fire and Building Safety – The Transition Accord • Dansk Initiativ for Etisk Handel (DIEH) • Dansk Erhverv (DE) • AMS Sourcing • FSC Danmark • The Consumer Goods Forum (CGF) • GlobalG.A.P.
Skattepolitik	Skattepolitikken er tilgængelig på vores hjemmeside sallinggroup.com

RAPPORTPROFIL	
Rapporteringsperiode	1. januar 2020 – 31. december 2020
Rapporteringsprincipper	I overensstemmelse med §§ 99a og 99b i årsregnskabsloven
Dato for seneste rapport	23. marts 2020
Rapporteringscyklus	Den årlige rapport offentliggøres inden den 31. maj hvert år og dækker det foregående kalenderår. Rapporten vil være tilgængelig på vores hjemmeside sallinggroup.com
Kontaktpersoner ved spørgsmål til rapporten eller dens indhold	<p>Ann Brandt, Senior Project Manager, Public Affairs, Communication & CSR, ann.brandt@sallinggroup.com</p> <p>Jo Ottow Svendsen Senior Director Head of Format Finance – føtex, Bilka, BR, E-commerce jo.ottow.svendsen1@sallinggroup.com</p>

LEDELSE	
Primære personer med CSR-ansvar	Direktører for HR, Indkøb, Finans, Bilka, føtex, og Netto
Bestyrelsessammensætning	Fem ordinære medlemmer, heraf én kvinde, der alle er udpeget af generalforsamlingen. Derudover er der tre medarbejderrepræsentanter, som er valgt af medarbejderne

VELKOMMEN TIL BILKA!

