

A woman's face is shown in profile on the left, with her eyes closed and a gentle smile as she smells a purple lily flower. The flower is held delicately in her cupped hands. The background is white, framed by purple wavy borders at the top and bottom.

Hållbarhetsrapport 2020/2021

eko 

KÄNDA MÄRKEN. LÅGA PRISER.

Innehållsförteckning

Om hållbarhetsrapporten.....	3
Beskrivning av EKO-Gruppen Hässleholm AB.....	3
Styrning och ansvar för hållbarhet i verksamheten	4
Hållbart på EKO	4
Våra arbetsområden och uppföljning.....	5
1. Produkter	5
2. Butiker.....	6
3. Personal	7

Om hållbarhetsrapporten

Hållbarhetsrapporten omfattar EKO-Gruppen Hässleholm AB (org.nr 556562-4813) och avser räkenskapsåret 2020/2021, och är upprättad i enlighet med ÅRL 6:e kapitel.

Vid upprättandet av hållbarhetsrapporten har vägledning hämtats från Bergendahls & Son AB samt Global Reporting Initiatives riktlinjer för hållbarhetsrapportering (GRI Standards). EKO-Gruppen gör inte anspråk på att tillämpa riktlinjerna i sin helhet.

Styrelsen för EKO-Gruppen Hässleholm AB har vid undertecknandet av årsredovisningen godkänt hållbarhetsrapporten.

Beskrivning av EKO-Gruppen Hässleholm AB

EKO Stormarknad är en nyskapande affär på marknaden. Vi samlar kända märken från ett stort antal branscher under samma tak.

Under detta verksamhetsår har vi blivit 8 butiker och öppnar ytterligare 3 butiker kommande verksamhetsår. Våra nya butiker är ca 8.000 kvm och erbjuder ett brett utbud för hemmet, trädgård & familj. Våra nuvarande "big five" är lek, blommor, kroppsvård, godis och våra välkända säsongsavdelningar som varierar under året. Kunden skall få en glädjefull shoppingupplevelse i våra butiker.

EKO-Gruppen köper in produkter från företrädesvis svenska leverantörer men även av leverantörer i andra länder. EKO-Gruppen har sedan starten haft goda leverantörskontakter och verkat för bra prisbild till kund. Bolaget har ingen egen tillverkning.

I våra stora butiker har vi konditori & bistro med möjlighet att sitta ned en stund.

EKO har varit en del av Bergendahls sedan 1974. Under alla år har vi utvecklats för att vara konsumentens första val. Äldre och nya butiker ser lite olika ut p.g.a. läge, storlek på lokal och förutsättningar på handelsplatsen.

VÅR AFFÄRSIDÉ

Vi erbjuder prisvärd och glädjefull shopping.

VÅR AMBITION

Vi strävar efter att vara den mest attraktiva och familjära destinationen för shopping.

VÅR VÄG

Genom att göra långsiktigt goda affärer och ständigt utmana marknaden skapar vi solida och hållbara förutsättningar för våra butiker. Vi agerar och anpassar oss till ändrade förutsättningar snabbare än marknaden i stort.

Styrning och ansvar för hållbarhet i verksamheten

Styrelsen har det övergripande ansvaret för förvaltningen av EKO-Gruppen Hässleholm AB, vilket även omfattar frågor relaterade till hållbart företagande.

En hållbarhetsgrupp bestående av Ted Berggren (VD), Andreas Rosenquist (Butikschef) och Ronnie Ekman (CFO) leder det löpande hållbarhetsarbetet för EKO.

Styrning och hantering av de viktigaste hållbarhetsaspekterna sker med stöd i koncernens hållbarhetspolicy som är framtagna för affärsetik, miljö och socialt ansvar. Kunskap, medvetenhet och engagemang är grunden för att vi skall lyckas i vårt hållbarhetsarbete. EKO-Gruppen inser att ett aktivt ansvarstagande för en hållbar utveckling är en förutsättning. Vi vill tillsammans med våra kunder, leverantörer och övriga samarbetspartners vara aktiva i detta viktiga arbete. EKO-Gruppen värnar mänskliga rättigheter och den affärsetik bolaget beslutat att följa.

Hållbart på EKO

Vi tycker att det är viktigt att fokusera på det vi kan påverka. Därför har vi lagt vårt största fokus på de arbetsområden där vi kan göra skillnad i närtid och vi har en tydlig ambition att fatta hållbara och kloka beslut för framtiden.

1. Produkter

- a. Uppförande kod
- b. Klimatsmart fokus
- c. Inköbspolicy

2. Butiker

- a. Transporter
- b. Energi
- c. Avfall
- d. Musik
- e. Socialt engagemang

3. Personal

- a. Mångfald och jämställdhet
- b. Medarbetarundersökning och medarbetarsamtal
- c. Utbildning
- d. Personalthälsa
- e. Resor

Våra arbetsområden och uppföljning

På EKO gillar vi smarta och effektiva lösningar. Det gäller också vårt hållbarhetsarbete. Vi vill att det ska vara en självklarhet för våra anställda och kunder att målmedvetet göra klimatsmarta val. För att underlätta att agera aktivt har vi utarbetat policys, utbildar personal, håller oss uppdaterade på omvärlden samt följer lagar och riktlinjer. Vår personal i alla led tar goda beslut och vill underlätta för kunden att välja det klimatsmarta alternativet till konkurrenskraftigt pris.

Vi har valt ovanstående arbetsområden för att de är påverkbara i närtid. Det är här och nu vi måste agera. Nedan utvecklar vi vad, hur och varför.

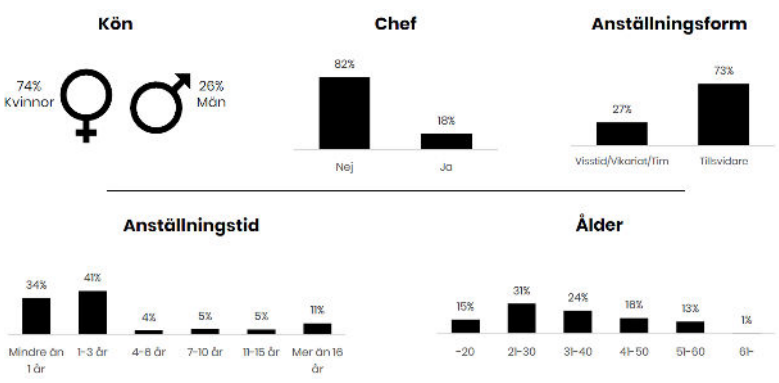
1. Produkter

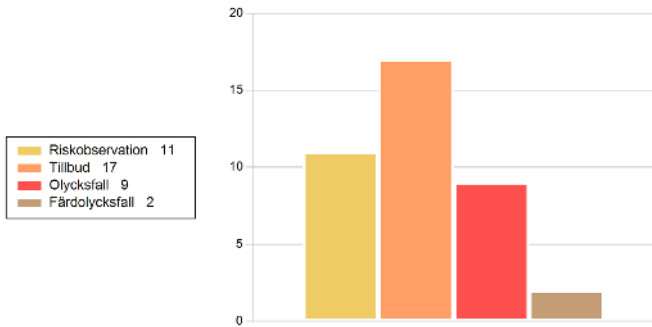
OMRÅDE	BESKRIVNING OCH UPPFÖLJNING
Uppförandekod	Samtliga leverantörer informeras om vår Uppförandekod och vi arbetar aktivt för att samarbeta enbart med de leverantörer som efterlever denna. Koden är baserad på erkända konventioner för mänskliga rättigheter, arbetsvillkor och miljö. I koden framgår tydligt nolltolerans gällande korruption och oetiskt beteende. Varje år genomför vi leverantörsbesök och har en kontaktperson hos varje leverantör. Vi är lyhörda för oegentligheter och agerar vid misstanke om avsteg från vår Uppförandekod. Antalet bekräftade incidenter av korruption avseende räkenskapsåret 2020/21 0 st.
Klimatsmart fokus	När våra inköpare väljer produkter står kundnytta, pris och miljö i fokus. Vi arbetar aktivt för att tillgodose olika behov och önskemål. Vårt mål är att erbjuda klimatvänliga och hållbara produkter till konkurrenskraftiga priser. Vi vill göra det möjligt för kunden att välja det klimatsmarta alternativet. I vårt utbud av kemiska produkter är merparten av vårt grundsortiment miljömärkta med Svanen, Bra Miljöval och A.I.S.E Cleanright. Från våra leverantörer inom hem och hushåll köper vi bl.a. in palmoljefria ljus och nedbrytbara servetter, och i vårt sortiment för förvaringsboxar finns artiklar som är tillverkade av återvinningsbar plast.
Inköppolicy	Vår inköppolicy som antogs våren 2019 ligger till grund för alla beslut som inköparna gör.

2. Butiker

OMRÅDE	BESKRIVNING OCH UPPFÖLJNING															
Transporter	Vi väljer att samarbeta med etablerade transportörer som har ett väl förankrat miljöfokus och som i sin tur verkar för minskning av fossila bränslen.															
Energi	• Vi nyetablerar med över 98% LED belysning i butik • Elförbrukningen har under året ökat med 11,5% till 6 071 077 kWh (jämförbara butiker). Ökningen har framförallt drivits av etablering av eget bageri i Fjälkinge. Sammanställningen exkluderar butiken i Malmö där hyresvärden ansvarar för el-abonnemanget.															
Avfall	Sammanställning över de vanligast förekommande avfallsposterna totalt för EKO-Gruppen. <table><tr><th>Fraktion</th><th>2020/21 (kg)</th><th>2019/20 (kg)</th></tr><tr><td>Papper</td><td>453 341</td><td>368 460</td></tr><tr><td>Brännbart</td><td>420 889</td><td>385 454</td></tr><tr><td>Blandskrot</td><td>28 631</td><td>24 879</td></tr><tr><td>Plast</td><td>14 981</td><td>15 669</td></tr></table> Ökningen av mängden avfall beror i första hand på att vi adderat en butik samtidigt som omsättningen för jämförbara butiker har ökat med 4,5%. För att underlätta uppföljning och samtidigt effektivisera arbetet med vår avfallshantering har vi valt att samla alla butiker under ett och samma avtal med Stena Recycling AB. Tillsammans med Stena vill vi hitta vägar för att minska den totalt mängden avfall. Glädjande är den minskade miljöbelastningen avseende plast.	Fraktion	2020/21 (kg)	2019/20 (kg)	Papper	453 341	368 460	Brännbart	420 889	385 454	Blandskrot	28 631	24 879	Plast	14 981	15 669
Fraktion	2020/21 (kg)	2019/20 (kg)														
Papper	453 341	368 460														
Brännbart	420 889	385 454														
Blandskrot	28 631	24 879														
Plast	14 981	15 669														
Musik	Vi höjer upplevelsen i butikerna genom en blandning av musik. Vi har tecknat avtal med STIM & SAMI som i sin tur säkerställer att musikproducenter får betalt för sin musik. Vi värnar om våra svenska musikproducenter och vill verka för goda förutsättningar för musikindustrin i framtiden.															
Socialt engagemang	"Nallvin-kompis" har syftet att förmedla och symbolisera budskapet att man skall vara en bra kompis och att "Alla är vi olika men lika viktiga". Målet är att EKO vill bidra till att barn tänker till en extra gång kring hur man bemöter sina kompisar och agerar i grupp och med personer i sin närhet. Tyvärr fick årets traditionella julauktion till förmån för barncancerfonden ställas in pga. Covid-19.															

3. Personal

Mångfald och jämställdhet	Personalstatistik är baserad per den 31 aug 2021. Antal anställda den 31 augusti var totalt 398 (345) varav 71% (75%) kvinnor och 29% (25%) män. I våra butiksledningsgrupper utgjordes 63 % (58%) av kvinnor och 37 % (42%) av män. EKO's företagsledningsgrupp består av 83% män och 17% kvinnor.																																														
Medarbetarundersökning och medarbetarsamtal	Medarbetarundersökningen 2021 genomfördes tillsammans med alla bolag i koncernen och Netigate anlätades för uppdraget. Svarsfrekvens för Eko var 88% (62%)  Kön <table border="1"> <tr> <th>Kön</th> <th>Procent</th> </tr> <tr> <td>Kvinnor</td> <td>74%</td> </tr> <tr> <td>Män</td> <td>26%</td> </tr> </table> Chef <table border="1"> <tr> <th>Chef</th> <th>Procent</th> </tr> <tr> <td>Nej</td> <td>82%</td> </tr> <tr> <td>Ja</td> <td>18%</td> </tr> </table> Anställningsform <table border="1"> <tr> <th>Anställningsform</th> <th>Procent</th> </tr> <tr> <td>Vissstid/Vikariat/Tim</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Tillvidare</td> <td>73%</td> </tr> </table> Anställningstid <table border="1"> <tr> <th>Anställningstid</th> <th>Procent</th> </tr> <tr> <td>Mindre än 1 år</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>1-3 år</td> <td>41%</td> </tr> <tr> <td>4-6 år</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>7-10 år</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>11-15 år</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Mer än 15 år</td> <td>11%</td> </tr> </table> Ålder <table border="1"> <tr> <th>Ålder</th> <th>Procent</th> </tr> <tr> <td><20</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>21-30</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>31-40</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>41-50</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>51-60</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>61+</td> <td>1%</td> </tr> </table> Ekos fokuspunkter i årets handlingsplan är Kränkande särbehandling, Intern kommunikation och Tydlighet.	Kön	Procent	Kvinnor	74%	Män	26%	Chef	Procent	Nej	82%	Ja	18%	Anställningsform	Procent	Vissstid/Vikariat/Tim	27%	Tillvidare	73%	Anställningstid	Procent	Mindre än 1 år	34%	1-3 år	41%	4-6 år	4%	7-10 år	5%	11-15 år	5%	Mer än 15 år	11%	Ålder	Procent	<20	15%	21-30	31%	31-40	24%	41-50	18%	51-60	13%	61+	1%
Kön	Procent																																														
Kvinnor	74%																																														
Män	26%																																														
Chef	Procent																																														
Nej	82%																																														
Ja	18%																																														
Anställningsform	Procent																																														
Vissstid/Vikariat/Tim	27%																																														
Tillvidare	73%																																														
Anställningstid	Procent																																														
Mindre än 1 år	34%																																														
1-3 år	41%																																														
4-6 år	4%																																														
7-10 år	5%																																														
11-15 år	5%																																														
Mer än 15 år	11%																																														
Ålder	Procent																																														
<20	15%																																														
21-30	31%																																														
31-40	24%																																														
41-50	18%																																														
51-60	13%																																														
61+	1%																																														
Utbildning	Relevant personalutbildning hålls med nyanställda och personer som byter befattning för att säkerställa att lagar, regler och kundnytta efterlevs i varje butik. Vår utbildningsplan revideras årligen och är baserad på riktlinjer från Svensk Handel, lagkrav och leverantörers rekommendationer. Vi har under året lanserat vår personalhandbok och chefshandbok. I dessa handböcker finns företagets policys, exempelvis diskrimineringspolicy, arbetsmiljöpolicy och säkerhetspolicy Under verksamhetsåret har följande utbildningar genomförts: Två medarbetare har utbildats i förhandlingsteknik genom SILF. Hösten 2020 utbildade vi en intern Truck utbildare som har utbildat 17 medarbetare i truckkörning. Teorin görs digitalt i samarbete med MA-system. En butikschef har genomgått Diplomerat Ledarskap. Fortlöpande utbildningar i butik: • Truck • Säker i butik																																														

	• Brand • HLR • Lagkravsutbildningar Fortsatt fokus på att tillhandahålla tekniska lösningar som förbättrar arbetsförhållande för personalen.										
Personalhälsa	Vi arbetar systematiskt med både den fysiska och den psykosociala arbetsmiljön i alla våra butiker. På företagets intranät har samtliga medarbetare tillgång till företagets visslarfunktion. Tillbud, olycksfall och riskobservationer rapporteras digitalt genom IA. Alla medarbetare har tillgång att rapportera i systemet. Under verksamhetsåret har det totalt rapporterats 11 olycksfall varav två 2 färdolyckor. Två av olyckorna resulterade i sjukskrivning.  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Antal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Riskobservation</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>Tillbud</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>Olycksfall</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Färdolycksfall</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> Vi har under Coronapandemin följt FHMs rekommendationer och har tydliga rutiner för att minska smittspridning. Vi har haft 45 konstaterade fall av Corona bland personal i våra butiker under verksamhetsåret. Alla butiker har haft minst ett fall.	Kategori	Antal	Riskobservation	11	Tillbud	17	Olycksfall	9	Färdolycksfall	2
Kategori	Antal										
Riskobservation	11										
Tillbud	17										
Olycksfall	9										
Färdolycksfall	2										
Resor	Med hjälp av bättre tekniska förutsättningar strävar vi efter att hålla fler digitala möten och därmed minska antalet fysiska möten, vilket har en positiv effekt på antal resor. Nya företagsbilar ska vara hybrid- eller elbilar.										