

COOP'S MADSPILDS- MANIFEST

Madspild lægger et unødigt pres på jordens ressourcer, klimaet og miljøet og i en verden med begrænsede ressourcer er det afgørende, at madspild begrænses så meget som muligt. I Coop definerer vi madspild, som mad der kunne have været spist af mennesker, men som af den ene eller anden grund ender med at blive smidt ud.

Som landets største dagligvarehandel tager vi problemet alvorligt. Vi er klar over, at der sker et madspild ude i vores butikker – og det vil vi først og fremmest gøre noget ved. Vi er også optagede af, at den mad som forbrugerne køber i vores butikker, ikke bare ender i skraldespanden. Vi ved, at dagligvarehandlen som helhed også har indflydelse på det madspild, der sker hos producenterne, og vi vil indgå i dialog med vores interessenter om, hvordan vi kan nedbringe dette spild.

VORES MÅL

Vi kan ikke undgå al madspild, men som landets største dagligvarehandel vil vi gøre, hvad vi kan. Det giver god mening for forretningen, for forbrugerne og for miljøet.

Derfor forpligter vi os i dette manifest til i perioden 2013-2015 at følge denne indsats, der gælder for alle Coops kæder, herunder Kvickly, SuperBrugsen, Dagli'Brugsen, Irma og Fakta, samt lagre:

- At reducere vores madspild i 2013 og 2014 fra alle vores butikker landet over, samt fra lagre landet over med sammenlagt 10 pct. per år målt i forhold til 2012.
- At udbrede kendskabet og løsninger til madspild blandt vores 1,3 mio. medlemmer og kunder igennem vores tilgængelige kanaler.
- At udvikle mindst to tiltag i perioden, der er med til at reducere madspild hos forbrugerne eller hos leverandørerne.

SÅDAN VIL VI NÅ VORES MÅL

I butikken og på lagre:

- Alle 1200 butikker får et konkret reduktionsmål for madspild, og resultaterne indrapporteres månedligt til den øverste direktion i Coop. Resultaterne offentliggøres en gang om året.
- Alle kæder udvikler og implementerer et visuelt koncept

for madspild, herunder særlige madspildslogoer, der bl.a. sættes på såkaldte datovarer.

- Alle kæder og alle butikker sætter systematisk datovarer ned i pris for at sikre, at de bliver solgt frem for at blive smidt ud.
- Alle kæder sætter fokus på viden om madspild og viden-delning om madspild blandt Coops 40.000 medarbejdere.
- Mindst én kæde eller lign. udover Irma/Brugsen igangsætter samarbejde med f.eks. fødevarerBanken.

Hos vores 1,3 mio. medlemmer:

- Vi indleder et samarbejde med forbrugerbevægelsen Stop Spild Af Mad med henblik på i fællesskab at udbrede kendskab og viden om madspild til forbrugerne. Mindst én gang årligt vil vi i tilbudsaviser have information om madspild med gode resteråd, tips eller andet.
- Der gennemføres mindst en tværgående kampagne årligt i medlemsejede butikker.
- Der udvikles mindst en forbrugerrettet madspildsaktivitet, der afholdes mindst 10 steder i landet i 2014.
- Vi lancerer mindst et produkt i perioden, der er med til at reducere madspild hos forbrugerne.
- Vi deltager aktivt i den offentlige debat om madspild samt i forskningsprojekter, der har til formål at øge viden om madspild.

I rollen som uafhængig observatør og rådgiver engageres forbrugerbevægelsen Stop Spild af Mad til at følge op på de opnåede resultater og tiltag.

D. 23. maj 2013



Niels Karstensen, direktør i Coop

D. 23. maj 2013



Selina Juul, stifter af forbrugerbevægelsen Stop Spild Af Mad



VI GØR NOGET VED MADSPILD.
VIL DU VÆRE MED?

