



**CSR rapport  
2019**



**salling** group



Forord	04
<b>Introduktion</b>	<b>06</b>
Ejerstruktur	06
Vores forretning	08
Vores værdikæde	10
<b>Højdepunkter</b>	<b>12</b>
<b>CSR strategi 2019</b>	<b>20</b>
Madspild	22
Plastik	28
Sundhed	37
Ansvarlige varer	42
Inklusion	46
Et godt arbejdsliv	50
<b>CSR strategi 2020</b>	<b>54</b>
Ny governance struktur 2020	56
Verdensmål	58
Ambitioner for 2020	60
<b>Skat</b>	<b>62</b>
<b>Risici og due diligence</b>	<b>64</b>
Menneskerettigheder	66
Antikorruption	67
Sociale forhold og medarbejderforhold	68
Miljøpåvirkning	69
Klima	70
Vores interessenter	72
<b>Bilag</b>	<b>78</b>



**Vores forretning side 8**



**Højdepunkter side 12**



**Ambitioner for 2020 side 60**

**CSR strategi 2020 side 54**



**Verdensmål 2020 side 58**



**Ansvarlige varer side 42**



# Indhold





## FORORD

# En bedre hverdag

Konstante udfordringer i hverdagen præger vores kunders adfærd. Lige fra global opvarmning og den stigende udfordring med plastik i naturen til det ressourcespild, som madspild medvirker til.

Hverken politikere, virksomheder eller forbrugere kan løse disse udfordringer alene. Det er et fælles ansvar, som kalder på en fælles indsats og samlende løsninger. Vi vil som Danmarks største dagligvarekoncern gerne gå forrest ved at hjælpe vores kunder til bedre at forstå, hvordan de kan handle mere ansvarligt og klimabevidst i hverdagen – og samtidig inviterer vi til partnerskaber med andre, der vil støtte op om denne udfordring og tage aktivt del heri.

Som dagligvareleverandør i tre lande er vi tæt på rigtig mange mennesker. Faktisk handler ca 11 millioner kunder om ugen i vores butikker. De valg, vi træffer, gør derfor en forskel i kundernes hverdag. Det er et stort privilegium, men også et stort ansvar, som vi tager alvorligt – og vi tager det på os. Derfor har vi i 2019 sat initiativer i gang, så vi kan mindske vores energi- og plastikforbrug samt reducere vores madspild yderligere. En indsats, som vi intensiverer markant i år bl.a. ift. vores egen CO<sub>2</sub>-udledning, et grønnere ressourceforbrug og en mere klimavenlig drift.

Salling Group er 100% ejet af Salling Fondene, og vores overskud går alene til to formål: Investeringer i virksomheden til bedre butikker, mere værdi for kunderne og flere arbejdspladser – og til donationer via fondene til gode formål.

Det giver os mulighed for at sætte konkret handling bag vores ønske om at bidrage til en bedre hverdag for både kunder, medarbejdere og det samfund, vi er en del af. Ikke blot som velgørenhed, men som et væsentligt parameter for at drive en succesfuld virksomhed, hvor vi bidrager til samfundet og har medarbejdere, der både trives og er stolte af at være hos os – ikke mindst fordi en del af vores overskud går til, at vi kan sætte handling bag ordene og blive endnu mere ansvarlige.

Det er en rejse, som giver os mulighed for at tage en plads i løsningen af de fælles udfordringer, vi står overfor. En fælles rejse, som vi glæder os til at fortsætte sammen med kunder, medarbejdere og samarbejdspartnere.



**Per Bank**  
Administrerende direktør

# ... er en bæredygtig hverdag

Salling Groups kunder handler hos os i deres travle hverdag, men uanset tid eller sted er de engagerede, kvalitetsbevidste og har store forventninger til deres lokale Netto, føtex eller Bilka. Det tager vi seriøst.

Mange danskere har fokus på ansvarsfulde løsninger på de store udfordringer som f.eks. klima og plastik. I Salling Group er vi glade for det fokus, og vi tager gerne ansvar for at bidrage til en løsning. Som en ansvarlig og 100% fondsejet virksomhed sætter vi klimaforandringerne øverst på den fælles dagsorden.

Vi tror på, at vi sammen kan gøre den største forskel. Derfor søger vi konstant at finde konkrete løsninger på komplekse udfordringer og håber på, at kunder, medarbejdere og andre interessenter vil med på rejsen.

Madspild er en kæmpe klimaudfordring, både i butikkerne og hjemme i kundernes køleskabe. Et fokuspunkt for os har været det madspild, der opstår ved drift af fødevarerbutikker. I 2019 nåede føtex allerede vores målsætninger for 2030 med en halvering af deres madspild. Bilka ramte det året før. Vi har nu sat yderligere en ambitiøs målsætning: Madspildet skal halveres endnu engang inden 2030. Dette vil betyde en samlet reduktion på 75% siden 2014, en svær målsætning. Vi er stolte af, hvad vi har opnået indtil nu, men vi ville aldrig være nået så langt uden det dedikerede engagement fra Salling Groups medarbejdere, lokalsamfundene og vores mange trofaste kunder.

Vi vægter faglighed højt, og det er afgørende for os, at vores indsatser altid baseres på fakta og viden. Derfor har vi søsat projektet om en fælles klimadatabase, som den grønne tænketank CONCITO udarbejder sammen med Ålborg universitet.

Denne nye indsigt skal gøre det muligt for vores kunder at tage flere klimavenlige valg, når de handler dagligvarer. Og fordi vi ser klimaforandringerne som en fælles udfordring for alle danskere, ikke kun vores egne kunder, gør vi hele databasen frit tilgængelig, så alle i Danmark, både borgere og konkurrenter, kan tilgå specifik viden om netop klimabelastningen for deres dagligvarer.

Arbejdet er først lige begyndt, og vi fortsætter med høje ambitioner og store forventninger til både kunder og kollegaer. Uddybende information findes i CSR rapporten, her dokumenteres vores klimainsats og øvrige ansvarlighed i forretningen. Der er lang vej endnu, men vi tror på, at gennemsigthed og oprigtighed er to afgørende værdier. Vi har spændende projekter i horisonten, som vi glæder os til at dele, og vi glæder os til rejsen forude.

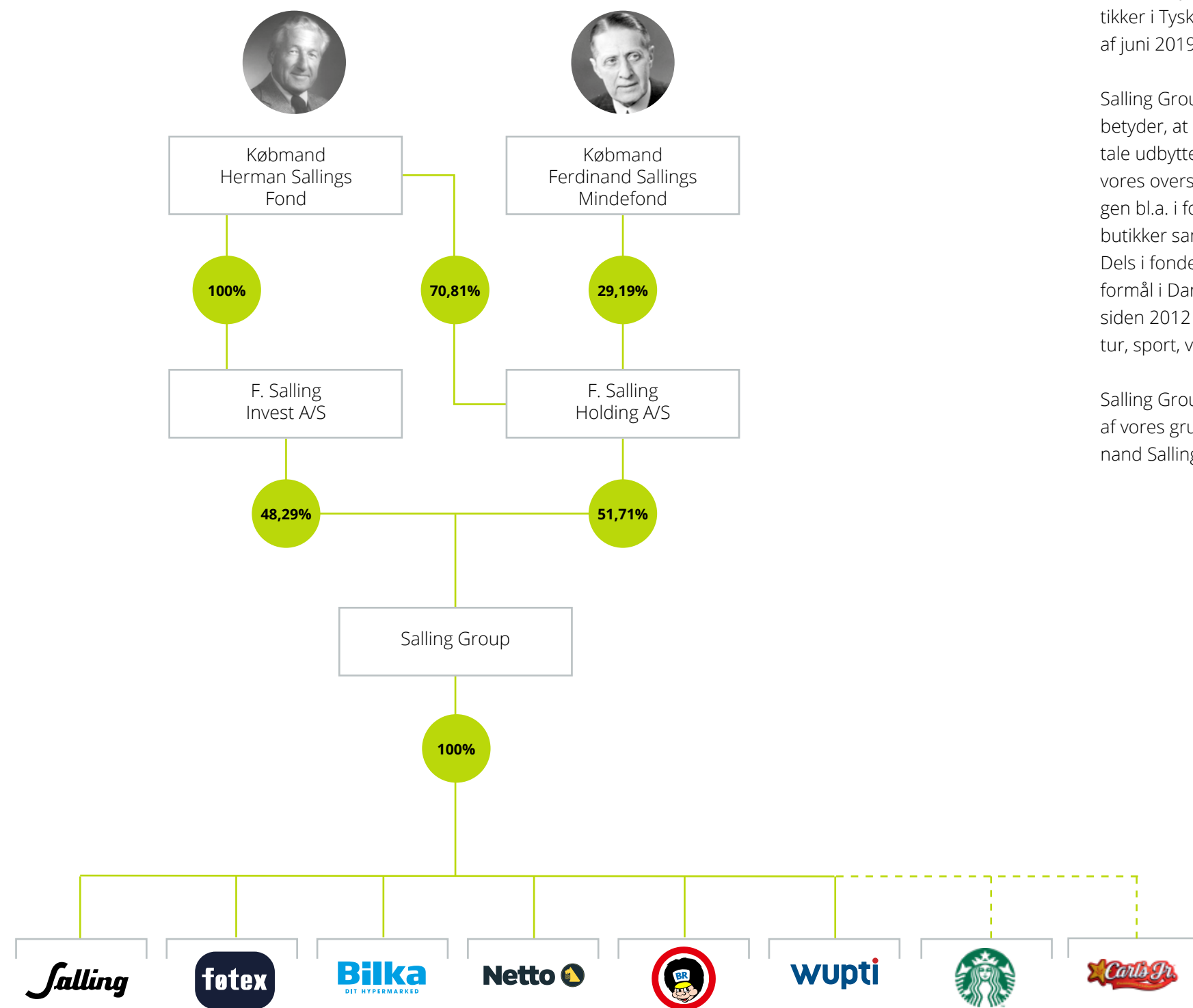


**Annette Juhler Kjær**  
Direktør, Public affairs,  
Kommunikation & CSR



INTRODUKTION

# Ejerstruktur



## Salling Group er 100% ejet af Salling Fondene

Salling Group er Danmarks største detailkoncern og servicerer ugentligt 11 millioner kunder. Virksomheden består af dagligvarekæderne føtex, Bilka og Netto, legetøjskæden BR, Salling Stormagasiner samt tilknyttede netbutikker. Netto driver også butikker i Tyskland og Polen og havde indtil udgangen af juni 2019 også butikker i Sverige.

Salling Group er 100% ejet af Salling Fondene. Det betyder, at hvor vi tidligere var forpligtet til at udbetale udbytte til flere autionærer, kan vi nu investere vores overskud to steder: Dels tilbage i forretningen bl.a. i form af investering i nye, moderniserede butikker samt bæredygtige projekter og initiativer. Dels i fondene, som uddeler donationer til gode formål i Danmark. Helt konkret har Salling Fondene siden 2012 doneret mere end en milliard kr. til kultur, sport, velgørenhed, uddannelse og forskning.

Salling Group og siden Salling Fondene er stiftet af vores grundlæggere 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, og da de sidste aktier blev opkøbt i 2017, blev Salling Group 100% ejet af Salling Fondene. I 2018 blev det fulde ejerskab cementeret med navneskiftet fra Dansk Supermarked til Salling Group. En hyldest til virksomhedens historie og en markering af tilknytningsforholdet til Salling Fondene.

Salling Group ledes i det daglige af administrerende direktør Per Bank i samarbejde med den øverste ledelsesgruppe, mens bestyrelsen er ejerens repræsentant og har til opgave at sikre, at vi har den rette ledelsessammensætning.

## Væsentlige ændringer

- I januar købte og overtog vi rettighederne til BR og varelageret fra TOP-TOY A/S. Og i løbet af foråret åbnede vi 26 nye legetøjsbutikker under BR-navnet
- I april solgte vi vores svenske Netto-butikker til det svenske selskab CBS med overdragelse 1. juli



BR i Rødovre.



Salling.dk, føtex.dk, Bilka.dk, BR.dk og Netto.dk indgår under deres respektive forretningsområder. Starbucks og Carls Jr. er franchisekæder og er ikke omfattet af rapporteringen

INTRODUKTION

# Vores forretning



### Vores formål – 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. Derfor har vi et stort ansvar for at bidrage til og arbejde for bæredygtige løsninger, nemme og gode indkøbsoplevelser, jobmuligheder og ikke mindst støtte gennem vores ejere, Salling Fondene.

### Vores værdier

På tværs af vores kæder og hele virksomheden arbejder vi ud fra fem grundlæggende værdier, der tilsammen udgør vores fundament, vores kultur og vores medarbejderadfærd. Værdierne bidrager til at skabe vækst, til at drive en sund virksomhed og til at give kunderne den bedste indkøbsoplevelse.

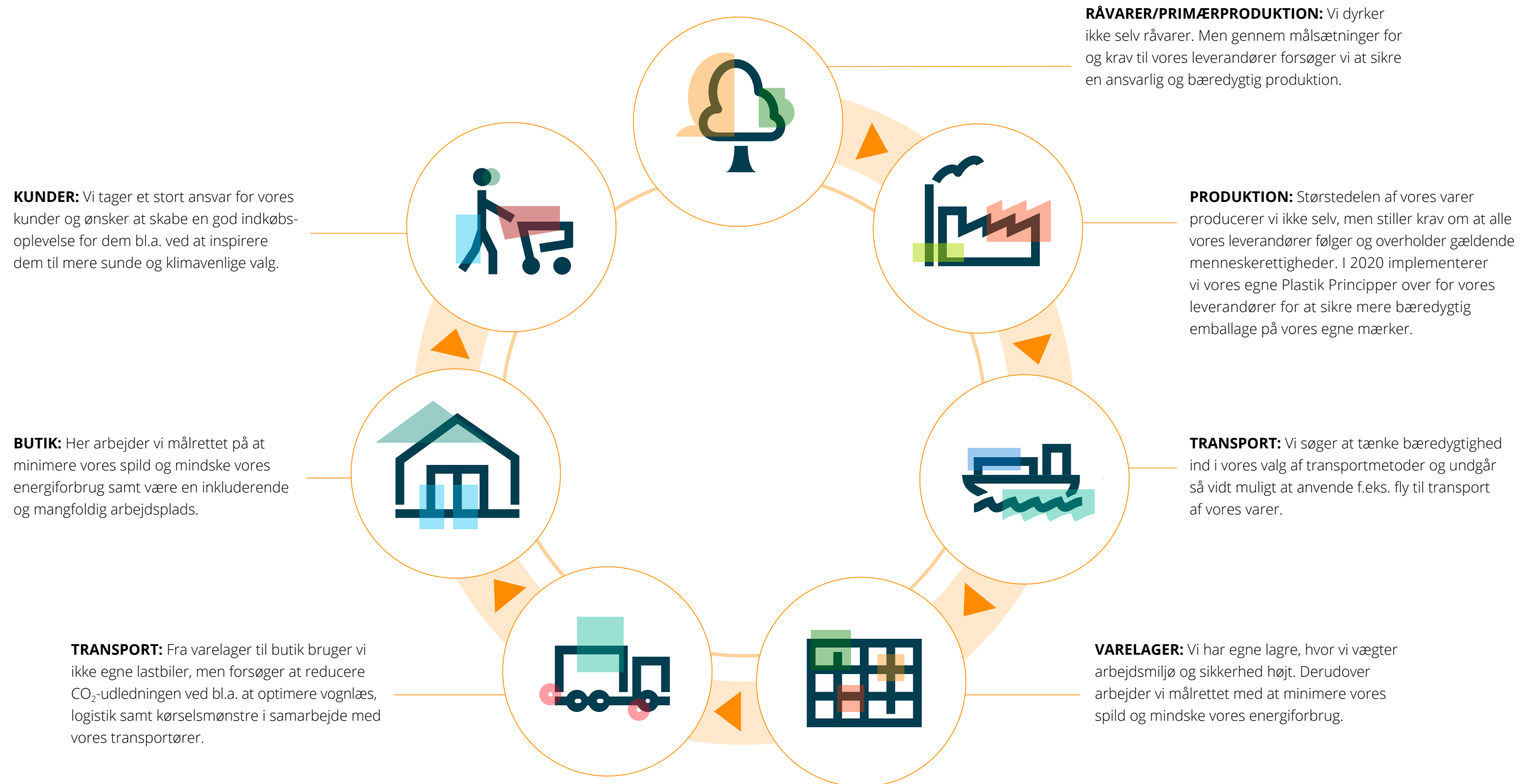
Integrity	
Passionate	
Agile	
Competitive	
Efficient	





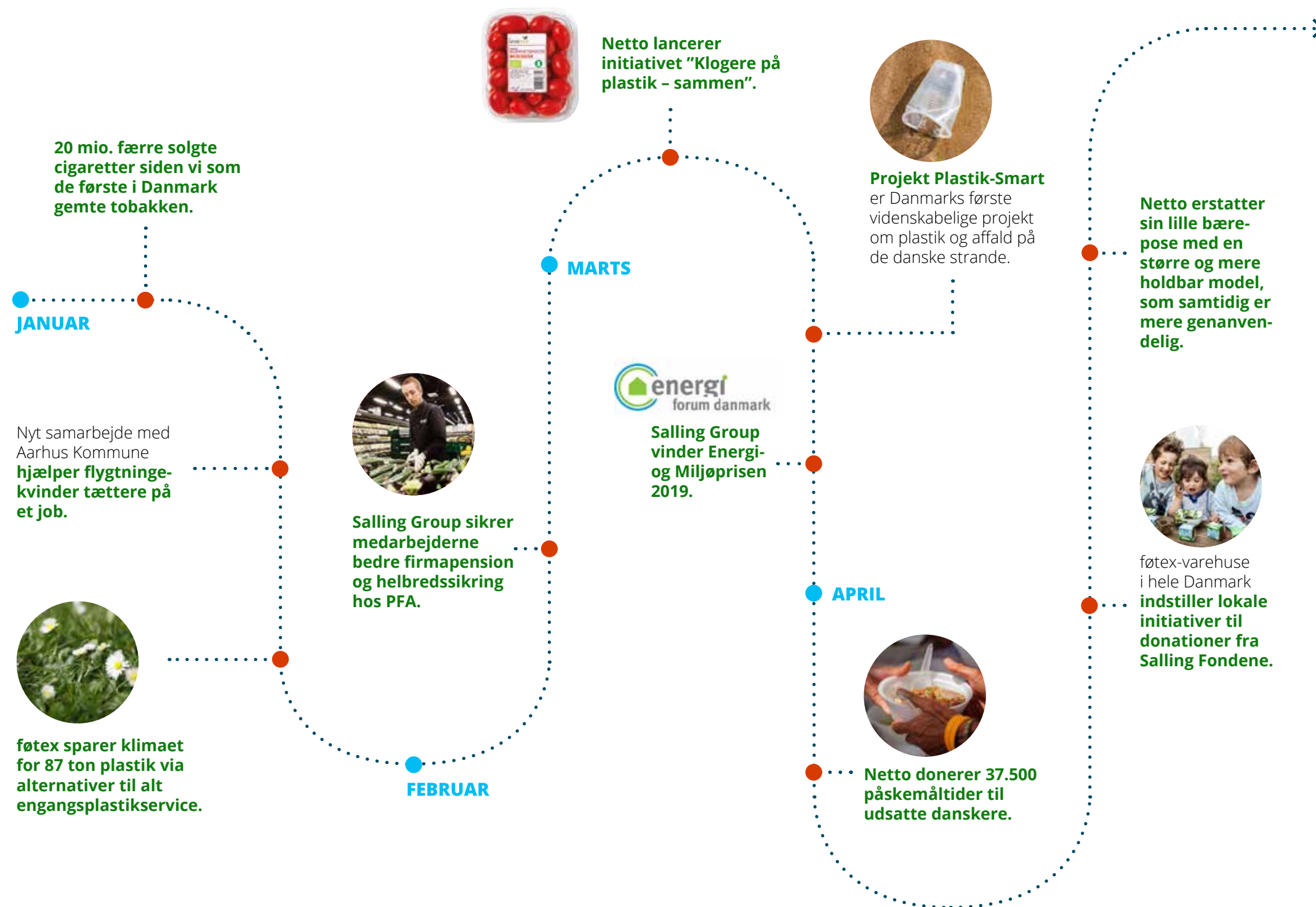
## INTRODUKTION

# Vores værdikæde



# Højdepunkter

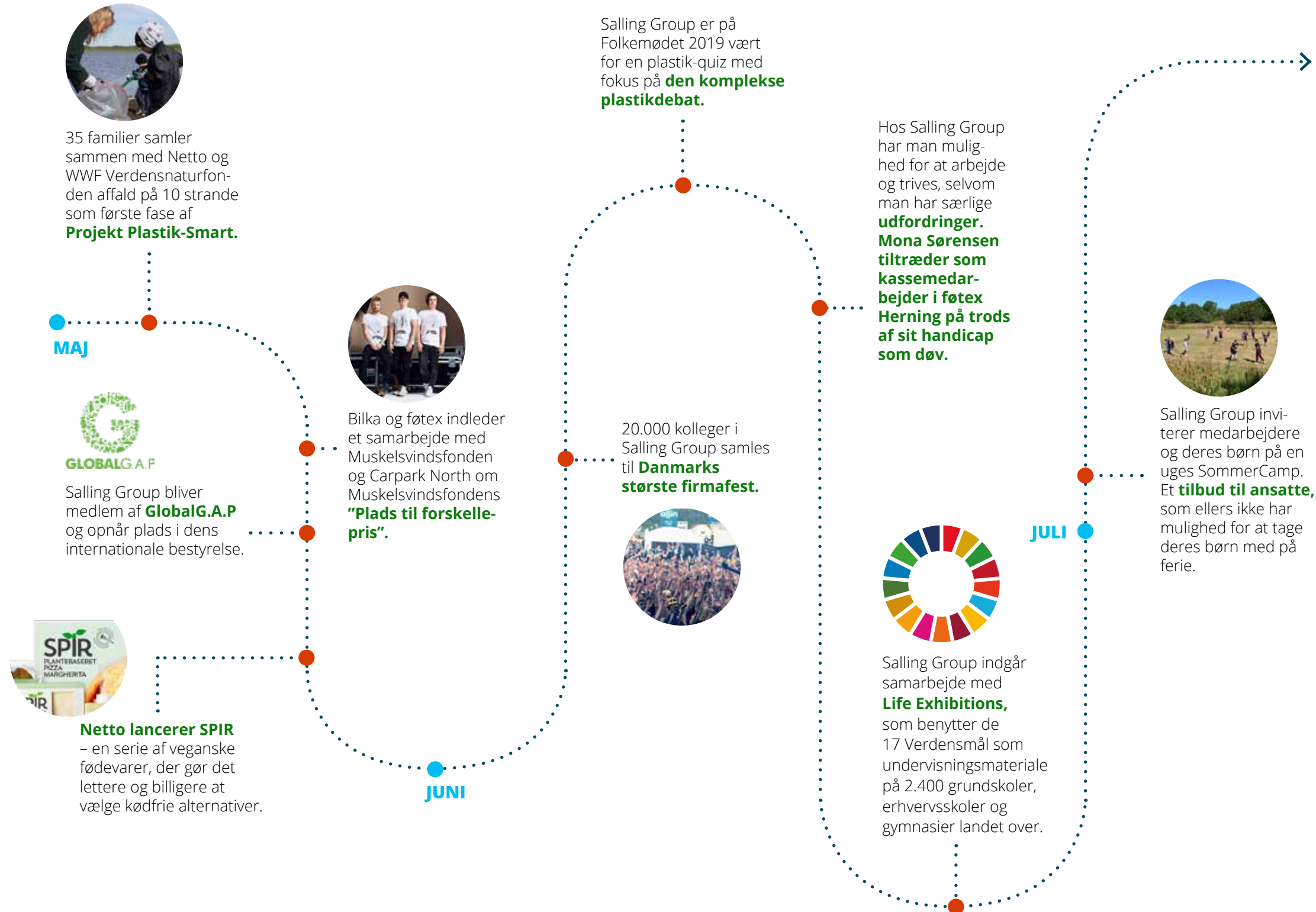
JANUAR – FEBRUAR – MARTS – APRIL





# Højdepunkter

MAJ - JUNI - JULI





# Højdepunkter

AUGUST – SEPTEMBER – OKTOBER



Netto er officiel hovedsponsor for Copenhagen Pride.

AUGUST

Salling Fondene uddeler knap **15 millioner i gratiale til medarbejdere**, der har været ansat i Salling Group siden 2015.

Salling Group lancerer en ambitiøs emballagestrategi og 10 Plastik Principper, som skal sætte standarden for bæredygtig emballage.

**Plastik Principper**

sallinggroup.com/plastik/emballage  
salling group



Salling Group er medstifter af Dansk Alliance for Ansvarlig Soja, der skal bidrage til at fremme **ansvarligt produceret soja**.

SEPTEMBER

Plastflasker får nyt liv i flyverdragter og sportsjakker i føtex og Bilka.



Netto og medarbejdere på Salling Groups hovedkontor deltager sammen med WWF Verdensnaturfonden i World Cleanup Day.

Den årlige **medarbejder-tilfredshedsundersøgelse** gennemføres med en samlet score på 78.

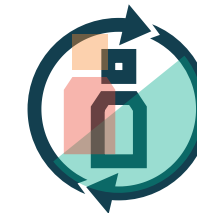
Ét år efter at Salling Group gemte tobakken, har vi solgt **50 millioner færre cigaretter**.

OKTOBER



Dansk Vegetarisk Forening kårer **Bilka som Årets Plantebaserede Supermarked**, og Netto vinder samme pris i kategorien "discount".

Nye arbejdsgange på Terminal Holme har medført at forsvindende **få varer går til spilde**. Nu bliver varer, der ikke kan sælges i butikken, sorteret og doneret til Wefood og FødevarerBanken.



Terminal Ishøj bliver Salling Group-mestre i affaldssortering, hele **91,6% af affaldet bliver genanvendt**.

Salling Groups **CSR Rapport 2018** nomineres til CSR-prisen 2019.

Netto i Hornbæk vinder Landbrug & Fødevarers **Frugt- og Grøntpris 2019**.



# Højdepunkter

NOVEMBER – DECEMBER



Salling Group vil fra 2020 kun sælge økologiske bananer for at undgå risikoen for det omstridte sprøjtemiddel **chlorpyrifos**.

NOVEMBER



Salling Group bliver medlem af **"Verdensmål i værdikæden"** – et netværk, der skal bidrage til bedre emballage og mindre madspild.



Salling Groups Mangfoldighedspris 2019 går til Terminal Holme for arbejdet med at **hjælpe udsatte flygtningkvinder tættere på arbejdsmarkedet**.

Med en donation fra Salling Fondene åbner Folkekirkens Nødhjælp sin fjerde **Wefood-butik** i Sydhavnen i København.

DECEMBER

Salling Group **lancerer sin ambition om en fælles klimamærkning**, der skal gøre det nemt og enkelt at træffe klimavenlige indkøbsvalg. Salling Group indleder et samarbejde med Danmarks grønne tænketank, CONCITO, der skal sikre, at ambitionen kan realiseres i 2020.



Siden 2015 har vi i samarbejde med Dyrenes Beskyttelse arbejdet på at **øge salget af produkter med det højeste niveau af dyrevelfærd**. Målet er at øge salget med sammenlagt 500 mio. kr. inden udgangen af 2020. I 2019 bidrog vi med 36 mio. kr. og er dermed på godt 65% af målsætningen.



For at bekæmpe madspild tester Salling Group **Apeel** – en usynlig, spiselig plantebelægning, der beskytter fødevarer og forlænger deres holdbarhed.



Netto og føtex **donerer julens overskudsvarer til sociale organisationer**.

Salling Group bliver medlem af og støtter Ocean Plastic Forum. Sammen arbejder vi for at **undgå plastik i naturen** og forbedre miljøet i verdenshavene og langs kysterne.



Klik her og se animation om Salling Groups højdepunkter





# CSR strategi 2019

### Opsummering af 2019-strategien

Ansvarlighed over for kunder, medarbejdere og samfundet omkring os har altid været en grundsten i vores forretning og en naturlig del af vores hverdag: Vi har altid inkluderet alle typer af mennesker i vores butikker, hvor medarbejderne har taget folk ind for at give dem en chance og gøre en forskel. På samme måde har vi altid fokuseret på ikke at smide unødvendigt ud og har altid arbejdet med svind, også inden det blev kaldt madspild.




Gennem årene har vi udviklet og fokuseret vores CSR-arbejde ad flere omgange, og i 2018 vedtog Salling Group en CSR-strategi med afsæt i vores overordnede formål: At gøre hverdagen bedre for vores kunder, kolleger og samfundet omkring os. Strategien blev udarbejdet på baggrund af en grundig analyse af FN's 17 Verdensmål for bæredygtig udvikling ud fra tre kriterier:

1. Den potentielle indvirkning på koncernens økonomi
2. Vores omdømme
3. Vores mulighed for at påvirke de enkelte verdensmål

Analysen resulterede i, at vi valgte Verdensmål 3, 4 og 12 som grundlag for vores CSR-strategi og dens tre bærende indsatsområder: Bæredygtighed, kundeværdi og muligheder for alle – hver med to underliggende fokusområder.

For at sikre at CSR-initiativerne på de enkelte fokusområder både var strategiske og forankret i den daglige drift, nedsatte vi et udvalg for hvert område med formænd fra den øverste ledelse og medlemmer fra forskellige dele af koncernen.

### Vores verdensmål

Drivers	Fokusområder	FN's mål
 <b>Bæredygtighed</b>	 <b>Madspild Plastik</b>	 <b>12</b> ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION
 <b>Kundeværdi</b>	 <b>Ansvarlige varer Sundhed</b>	 <b>3</b> SUNDHED OG TRIVSEL
 <b>Muligheder</b>	 <b>Inklusion Et godt arbejdsliv</b>	 <b>4</b> KVALITETS-UDDANNELSE

### CSR-UDVALG



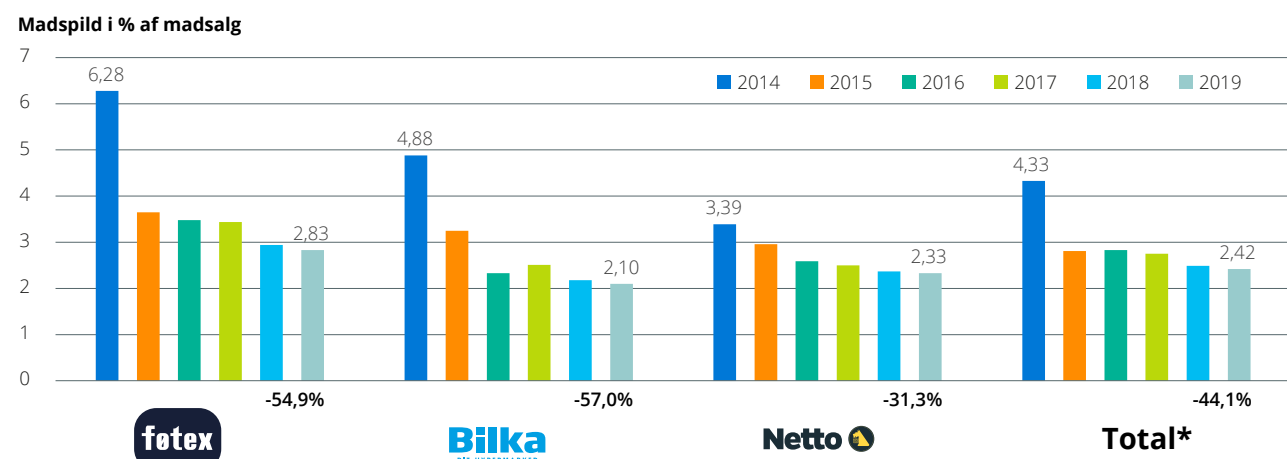
# Madspild

På varernes vej fra råstof til butik er det produktionen af varerne, som bidrager til det største CO<sub>2</sub>-udslip; faktisk sætter selve produktionen et væsentligt større klimaaftryk end f.eks. transport og emballage. Det gør madspild til den største klimabelastning i en vares værdikæde, og som Danmarks største dagligvarekoncern arbejder vi derfor målrettet og ambitiøst med at reducere madspild. For kan vi minimere madspild, kan vi minimere overproduktion og dermed CO<sub>2</sub>-udledning.

## Sammen om madspild

Mindre madspild har vores fokus i alle de led af forretningen, som vi selv har kontrol over: Bl.a. er vi præcise, når vi bestiller varer, så vi ikke køber for meget hjem til butikkerne. Vi sætter prisen ned på varer, der er tæt på udløbsdatoen, så de kan sælges i stedet for at blive kasseret. Og vi er omhyggelige med, at varerne ikke bliver beskadiget under transport, så de ikke kan sælges i vores butikker. Sker det alligevel, har vi et rigtig godt samarbejde med FødevareBanken og Wefood (Folkekirkens Nødhjælp), der henter de varer, der ikke kan sælges, men stadig gøre gavn – så vi i fællesskab tager ansvar for at gøre en forskel for klimaet.

Med flere butikker følger mere madspild. For at vurdere, om vi stadig bevæger os i den rigtige retning i forhold til de mål, vi har sat for mindre madspild, ser vi derfor også på, hvor meget vi spilder i forhold til, hvor meget vi omsætter. Her viser tendensen i den danske del af forretningen, at vores samlede madspildsprocent er godt på vej mod en halvering.



\*Inkl. Salling Stormagasiner og lagre

Vi sætter ambitiøse mål for madspild og er stolte over at være den første retailer i Danmark, der årligt lægger sine madspilds-tal frem offentligt – for at skabe åbenhed, gennemsigtighed og fokus på et område, hvor vi alle kan gøre mere, især hvis vi hjælpes ad.

## Halvering af madspild

I 2016 besluttede vi, med 2014 som baseline, at halvere vores madspild i hele Salling Group i tråd med verdensmål 12.3, og resultaterne er tydelige. Allerede i 2018 havde Bilka halveret sit madspild, og føtex fulgte trop i 2019. Derfor satte begge kæder nye mål om at halvere deres madspild endnu en gang, så Bilka og føtex alt i alt skal reducere deres madspild med 75% inden 2030. Samlet har vi reduceret vores madspild i absolutte tal med i alt 13,3 ton eller 31,2% siden 2014.

Siden 2014 har Netto i Danmark åbnet en lang række nye butikker. Alligevel har Netto reduceret sit madspild med 2,3 ton eller 11,7% i absolutte tal. Det kan godt blive bedre. Derfor vil vi intensivere vores indsats og styrke vores initiativer i Netto.

## Områder hvor vi arbejder med madspild

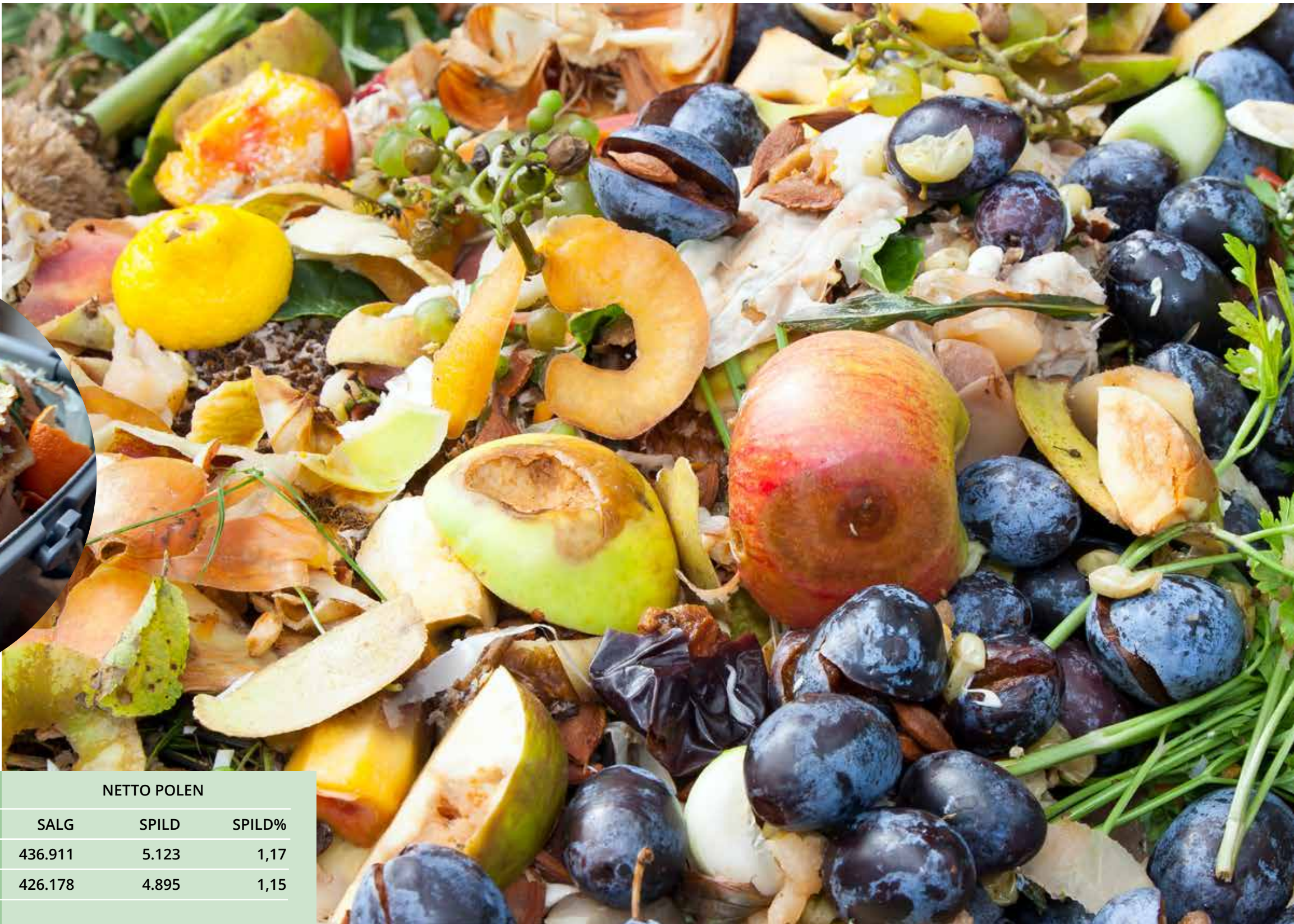
For at sikre at varerne lander i kunders indkøbskurv og ikke i skraldespanden, arbejder vi med madspild i hele vores værdikæde. Eksempler på initiativer er:





# Madspild

I 2019 beregnede vi en 2018 baseline for Netto i Polen og Tyskland, således at vi fremadrettet også kan måle og synliggøre udviklingen i vores madspild i den udenlandske del af forretningen. Kendetegnende for de udenlandske butikker er, at de har et mere smalt vareudbud og ingen produktionsafdelinger (bager, bake-off eller slagter), hvorfor deres madspildsprocent er lavere end i de danske formater, og mulighederne for optimering dermed også noget vanskeligere.



Salg og spild af fødevarer opgjort i ton, Netto Int.

ÅR	NETTO TYSKLAND			NETTO POLEN		
	SALG	SPILD	SPILD%	SALG	SPILD	SPILD%
2018	422.206	4.706	1,11	436.911	5.123	1,17
2019	397.964	4.785	1,20	426.178	4.895	1,15



# Madspild

## FødevareBanken – fra madspild til måltid

Overskudsvarer fra vores butikker og lagre, der ikke kan sælges direkte til kunderne, doneres til FødevareBanken. En lang række frivillige henter, tager imod og laver måltider til landets mest udsatte borgere på bl.a. væresteder, varmestuer og krisecentre.



## Wefood – mindre madspild hjælper mennesker i nød

Overskudsvarer, der har en bule i emballagen eller en forkert mærkning, er en uundgåelig del af hverdagen i en stor detailvirksomhed. Vi bidrager til driften af Folkekirkens Nødhjælps fire Wefood-butikker, hvor uperfekte varer sælges til lokale kunder. Alle Wefood butikker drives af frivillige, og overskuddet fra salget går til projekter, der afhjælper sult i verden. På den måde reducerer vi madspild og hjælper samtidig mennesker i nød.

## Donation til julemad og påskefrokost

De store højtider som jul og påske er ofte forbundet med flere lukkedage, hvor mange varer nærmer sig holdbarhedsdatoen. Derfor har vi aftaler med en lang række sociale organisationer, der giver vores overskudsvarer til dem, som har brug for hjælp i højtiden.

## Dyremad

Vores madaffald går heller ikke helt til spilde. Ved at sortere vores affald korrekt bidrager vi til, at varerne bliver udnyttet bedst muligt, hvis de ikke kan sælges. Brød og kager fra vores egne bagerier og bake-off doneres til landmænd og omdannes til foder til grise rundt omkring i Danmark, mens emballeret fødevareaffald bliver omdannet til biogas.

## Se video om, hvordan overskudsvarer bliver brugt





# Plastik

Plastik skal ikke ende i naturen. Her har vi som Danmarks største dagligvarekoncern et stort ansvar – især ift. emballage og bæreposer, som danskerne bruger ca. 460 mio. af om året.

Men vi kan ikke løse udfordringerne alene. Derfor vil vi gerne hjælpe vores kunder med at bruge og genbruge plastik på en smartere måde – f.eks. ved at tilbyde en genbrugspose til frugt og grønt. Til vores leverandører har vi udviklet konkrete guidelines for alle vores varetyper (som f.eks. frugt, grønt og shampoo), der kan hjælpe dem til at arbejde så bæredygtigt som muligt med plastikemballage – så vi sammen tager et ansvar.

Samtidig vil vi også gerne bidrage til en mere nuanceret debat om plastik. For plastik er ikke dårligt i sig selv. F.eks. kan plastik sikre, at maden holder sig bedre og dermed mindske madspild, men plastik er en stor belastning for miljøet, hvis det ender i naturen.

Derfor arbejder vi for at mindske brugen af unødigt plast og sikre, at mest muligt bliver genanvendt eller genbrugt.

**Vi har fem mål, der skal understøtte vores ambition:**



1. Vi måtte i 2019 ændre vores femte ambition. Til trods for en lang række initiativer og tiltag fra vores lagre opnåede vi kun 85% genanvendelse af transportplastik. Derfor fortsætter vi arbejdet i 2020 med forventning om at nå helt i mål inden udgangen af året.





## Flere initiativer er i gang

For at nå vores ambition har vi allerede udfaset al engangsservice af plastik i føtex, vi har indført bæreposer og indkøbsnet af genbrugsplast i alle vores kæder, vi har inviteret til plastikindsamlinger, og i august lancerede vi vores 10 Plastik Principper.

## Plastikposer

Plastikposer skal bruges igen og igen, og de må ikke ende i naturen. Vi har en ambition om at reducere salget af plastikposer med 50%, og derfor tester vi flere initiativer for at finde en løsning, der er holdbar både på kort og lang sigt.

I 2019 testede vi, om en pantordning på plastikposer var løsningen, men desværre var returprocenten for lav og håndteringen for udfordrende. Til gengæld lærte vi, hvordan vi kan arbejde med plastik på andre måder. BilkaToGo har bl.a. indført en genbrugsordning, hvor kunderne kan

aflevere deres gamle plastikposer, når de henter deres nye ordre. På tværs af alle vores kæder er plastikposerne nu fremstillet i 80% genbrugsplast.

## Strandet

Vi værdsætter, når andre deler samme ønske som os om at minimere mængden af plast i naturen. Derfor har Salling Fondene efter indstilling fra føtex ydet støtte til STRANDET i Vorupør vest for Thisted – en gruppe af ildsjæle, der holder den jyske vestkyst ren for plastik og omdanner plastaffaldet til nye produkter.

## Plastikindsamlinger

Plastik i naturen har store konsekvenser for dyrelivet både i havet og på land. Sammen med WWF Verdensnaturfonden inviterede vi i 2019 til plastikindsamlinger – både for at rydde op i lokalområderne, men også for at blive klogere sammen.

**World CleanUp Day:** Netto og WWF Verdensnaturfonden udpegede sammen med danskerne 21 steder i Danmark, hvor der lå plastik og skrald i naturen. På World Cleanup Day rengjorde en lang række frivillige danskere stederne, mens medarbejdere på Salling Groups hovedkontorer i Årsløv og Køge finkæmmede deres lokalområde for affald.

**Projekt Plastik-Smart:** Med WWF Verdensnaturfonden arbejdede vi sammen med danskerne for at få mere viden om den plastik, der allerede lå i naturen. Den viden indgår i international forskning til at finde løsninger i kampen mod plastikforurening. Undersøgelserne fandt sted på 10 strande med 35 familier, der tilsammen indsamlede og registrerede 6.000 stykker plastik.

På tværs af alle vores kæder er plastikposerne fremstillet i 80% genbrugsplast



## CSR STRATEGI 2019

# Plastik

### 10 Plastik Principper

Hver dag bliver der i gennemsnit produceret over 820.000 ton plastik, og desværre ender meget af den i naturen. Som stor detailkoncern sælger vi hver dag tusindvis af varer pakket i plastikemballage, og derfor har vi et tilsvarende stort ansvar for at gå forrest og sætte standarden for bæredygtig emballage. I august 2019 lancerede vi derfor en ny, ambitiøs emballagestrategi og vores 10 Plastik Principper. Med dem tilstræber vi, at egne varer i føtex, Netto og Bilka fremover pakkes i emballage, der er designet til cirkulær genanvendelse, og at mængden af plastik begrænses. Plastik Principperne uddybes på de næste sider.

Plastik er udskældt, selv om det i sig selv er et udmærket materiale, der beskytter varerne og forlænger holdbarheden. Ofte nævnes bionedbrydeligt plastik eller alternativer i papir og glas som en bedre løsning, men hvis plastik ikke skal ende i naturen, løser bionedbrydeligt plastik ikke vores udfordringer.

I stedet skal vi begrænse mængden af plastik og sikre, at mest muligt plastik kan genanvendes. I 2019 lancerede vi derfor 10 Plastik Principper, der giver information til kunder og leverandører om, hvordan vi kan bruge og genbruge plastik på en smartere måde. Principperne er ambitiøse, og de sætter standarden for mere bæredygtig emballage.

Plastikproblematikken kan dog ikke kun løses ét enkelt sted i værdikæden. Derfor har vi udviklet en database med konkrete guidelines for, hvordan principperne kan omsættes i praksis, som sammen med vores Plastik Principper er lagt ud til inspiration for producenter, NGO'er og andre dagligvarekæder, der arbejder med den samme udfordring som os.

Læs mere om vores Plastik Principper her:

<https://sallinggroup.com/ansvarlighed/klima-og-miljoe/plastik/plastik-principper/>



Klik her og se animation om Salling Groups Plastik Principper



Kunden:

**“Jeg handler her, fordi det er verdens fedeste butik”**

Se video







## CSR STRATEGI 2019

# Sundhed

Som stor dagligvarekoncern, der sælger madvarer til danskerne, har vi et ansvar for at bidrage til sundhed i samfundet. Det skal være nemt for vores kunder at finde sunde alternativer blandt vores varer, og det skal være nemt at se, hvad de indeholder. Kunderne bestemmer naturligvis selv, hvad de køber, men vi vil gerne gøre vores til, at det er muligt at træffe et sundt valg for dem, der ønsker det. Og med et bredt sortiment inden for bl.a. fuldkorns- og nøglehulsmærkede produkter og en indretning, som gør det lettere at finde sundere alternativer, tror vi på, at vi kan gøre det sunde valg nemmere. Samtidig er sundhed meget andet end mad.

Derfor arbejder vi på en lang række områder også for en sundere fremtid for børn, unge og voksne: Det sker bl.a. gennem støtte til lokalsporten og skoleidrætten. Sideløbende tager vi aktivt del i Miljø- og Fødevareministeriets Innovationspartnerskab for sundere mad til danskerne, hvor vi er repræsenteret i bestyrelsen og alle undergrupper. Vi er også med i partnerskabet "Røgfri Fremtid". Allerede i 2018 fulgte vi en anbefaling fra Lægeforeningen, Hjerterforeningen og Kræftens Bekæmpelse, der pegede på skjult tobak som et af de initiativer, der kan sikre, at vi når ambitionen om en røgfri generation i 2030.





# Sundhed

## Tobak

Det er ikke nødvendigt at fortælle unge mennesker, at det er usundt at ryge. Det ved de godt – for de har set skræmmebillederne på cigaretpakkerne og hørt de velmente råd og gentagne advarsler fra forældre eksperter og myndigheder. Alligevel er det ikke lykkedes at reducere antallet af unge rygere i de senere år, hvor flere i stedet begynder på tobakken. Faktisk begynder 40 unge i Danmark at ryge hver eneste dag.

For at bidrage til en ændret adfærd gemte vi som den første detailkæde i Danmark tobakken væk i sommeren 2018 med det mål, at færre unge skal begynde at ryge. I stedet for at cigaretpakkerne var

synlige og kunne friste, blev de i samtlige vores butikker i stedet skærmet og gemt væk. Tiltaget virkede i vores butikker. Vi har lige siden set et markant fald i salget af cigaretter. Og en lang række andre detailkæder har efterfølgende fulgt vores initiativ og gemt tobakken i deres butikker, ligesom det nu bliver påbudt ved lovgivning.

I februar 2019 fik vi – sammen med en række andre detailkæder, der har fulgt vores eksempel – Kræftens Bekæmpelses Hæderspris 2019 for at gemme tobakken væk i butikkerne og dermed gå forrest i indsatsen for at undgå, at børn og unge begynder at ryge.



2018

**Juni, 2018:**

Netto gemmer tobakken for at færre unge skal begynde at ryge, så vi arbejder mod en røgfri generation i 2030.



**August, 2018:**

Analysen af salgstallene for tobak i Nettos 500 butikker viser, at salget er faldende – særligt i de butikker, der ligger tæt på uddannelsesinstitutioner og store kollegier.



**Oktober, 2018:**

Bilka, føtex og Salling  
gemmer tobakken.



2019

**Januar, 2019:**

En gennemgang af salgstal for tobak viser, at vi har solgt 20 millioner færre cigaretter i Netto, Bilka, føtex og Salling.



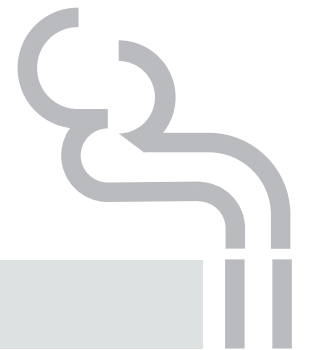
**Februar, 2019:**

Salling Group – og en række andre detailkæder – får Kræftens Bekæmpelses Hæderspris 2019 for at gemme tobakken væk i butikkerne og dermed gå forrest i indsatsen for at undgå, at børn og unge begynder at ryge.



**August, 2019:**

Salget falder fortsat. Nu er der solgt 50 millioner færre cigaretter i Netto, Bilka, føtex og Salling. En vigtig milepæl i ambitionen om en røgfri generation i 2030.









# Ansvarlige varer

Når kunderne køber ind, putter de ikke bare mad men også værdier i indkøbskurven. For mange forbrugere spiller det en vigtig rolle at kunne vælge produkter med god samvittighed, hvor man f.eks. sikrer god dyrevelfærd, ikke accepterer skovrydning og børnearbejde, undgår brug af pesticider og mindsker forurening. Det valg vil vi gerne gøre lettere for vores kunder, og derfor tilstræber vi, at vores varer er indkøbt på forsvarlig vis både med hensyn til ingredienser, produktion og transport. Og derfor forsøger vi også hele tiden at arbejde i værdifulde partnerskaber og med anerkendte certificeringer for derigennem at hæve det generelle niveau for ansvarlighed i branchen.

## Ansvarlig produktion

Som medstifter af Detailhandlens Initiativ til Fremme af Bæredygtigt Produceret Palmeolie og senest Dansk Alliance for Ansvarlig Soja tager vi ansvar for palmeolie og soja som både produkt og ingrediens. Gennem vores aktive medlemskab af disse initiativer bidrager vi til at fremme en ansvarlig produktion og import af palmeolie og soja.

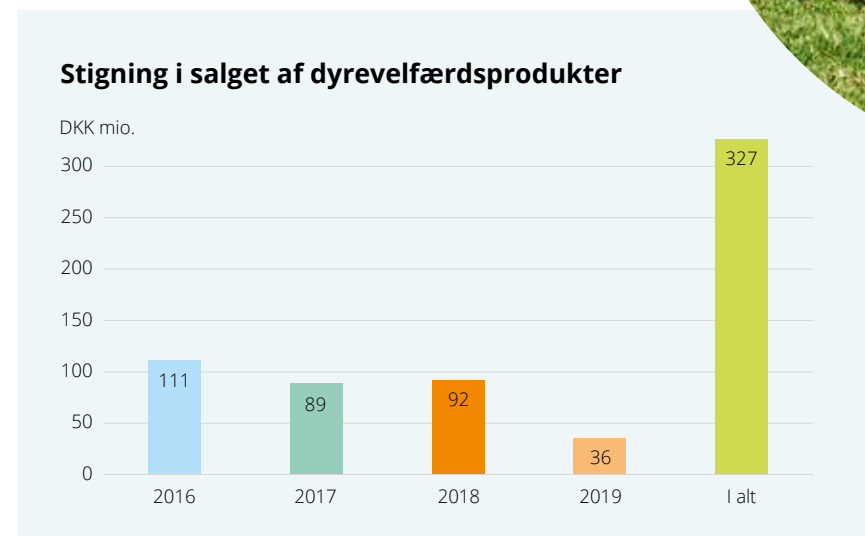
I 2019 besluttede vi at kigge nærmere på muligheden for at kunne tilbyde vores kunder mere bæredygtige blomster og planter. Gennem dialog med leverandører, den danske brancheforening for blomster og planter samt industri-relevante miljø-certifikatudbydere – såsom MPS og GlobalG.A.P., har vi udarbejdet en robust politik, der har fokus på forbedringer via god landbrugspraksis – særlig i udviklingslandene i forhold til brugen af pesticider, vand og energi samt sociale forhold.

I tilknytning til vores nylige medlemskab af GlobalG.A.P har vi opnået en vigtig plads i GlobalG.A.P.'s internationale bestyrelse. Det giver os mulighed for fremadrettet at kunne øge indflydelsen på udviklingen af organisationens projekter og certificeringsprogrammer til gavn for primærproducenterne i vores værdikæder og i sidste ende kunderne.

Endelig udfaser vi det omstridte sprøjtemiddel chlorpyrifos, der bl.a. mistænkes for at skade udviklingen hos fostre og børn. Da det ikke har været muligt at få en garanti for, at konventionelle bananer kan leveres uden det omstridte sprøjtemiddel, har Salling Group valgt udelukkende at sælge økologiske bananer i sine butikker.

## Dyrevelfærd

Hver eneste dag køber vores kunder tusindvis af varer i vores butikker som æg, kylling og mælk, der kommer fra dyr. Derfor har vi naturligvis et stort ansvar for at sikre, at kunderne nemt kan vælge og finde produkter, hvor dyrene har haft det godt. Af samme grund uddanner vi vores indkøbere og samarbejder med leverandører og andre interessenter om i fællesskab at skabe bedre dyrevelfærd.



## Samarbejde med Dyrenes Beskyttelse

I et partnerskab med Dyrenes Beskyttelse satte vi i 2015 et mål om at øge salget af produkter med den højeste dyrevelfærd med sammenlagt 500 mio. kr. inden udgangen af 2020. I 2019 bidrog vi med 36 mio. kr. og er dermed på godt 65% af målsætningen.

Ved udgangen af 2019 havde vi 166 produkter inden for kød, æg, fjerkræ, mælk og ost i vores butikker, som er anbefalet af Dyrenes Beskyttelse,

men vi vil gerne tilbyde endnu flere – ikke mindst til attraktive priser, så valget bliver endnu nemmere for vores kunder.

## Buræg udfaset som ingrediens

Siden 2017 har der ikke været buræg i vores kølediske, og i 2019 tog vi skridtet videre og udfasede buræg som ingrediens i alle vores egne mærker. Det betyder, at produkter fra serierne Levevis, Vores, Budget, Princip!, ØGO og Primeur samt vores egne produktioner ikke længere indeholder buræg.





Leverandøren:

**“Dyrevelfærd er vigtigt for os som mennesker, og jeg har valgt det her erhverv, fordi jeg kan li’ at arbejde med dyr”**

Se video





# Inklusion

At drive en bæredygtig virksomhed handler ikke kun om at producere bæredygtigt men også om at tage et socialt ansvar, og i Salling Group er vi stolte over, at der er plads til alle – og over at alle har mulighed for at gøre en forskel, uanset hvem de er, og hvor de kommer fra.

## 55% jobparate praktikanter i job

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

Folketinget har besluttet, at afklaringer, opkvalificeringer, afprøvninger og lignende af ledige skal foregå i en virksomhed, ligesom flygtninge skal i virksomhedspraktik inden for de første fire uger i en kommune.

I Salling Group ansætter vi omtrent hver tredje, der gennemfører sin praktik – og på vores lagre bliver 70% af alle, der gennemfører praktikken, efterfølgende ansat. Af de jobparate er vi oppe på 55%. Vi oplevede i løbet af 2019 en del kritik fra fagbevægelse og medier med beskyldninger om misbrug af gratis arbejdskraft med afsæt i vores indsats for at hjælpe mennesker ind på arbejdsmarkedet. Kritikken er ikke ny, men præmissen er fejlagtig. Praktikanter bør ikke erstatte allerede ansatte medarbejdere, og en sådan praksis forekommer ikke i Salling Group. Mangfoldighedsindsatsen i arbejdet med virksomhedspraktikanter kommer alle til gode: Den enkelte borger, arbejdspladsen, virksomheden og samfundet som helhed.

104  
NATIONALITETER





CSR STRATEGI 2019

Inklusion

Når vi siger, at der er plads til alle hos Salling Group, så mener vi det.

Hos os har man mulighed for at arbejde og trives, selv om man har særlige udfordringer f.eks. ift. høretab, sprogvanskeligheder eller diagnoser.

I føtex Herning arbejder Mona Sørensen, der er døv – men med et skilt på skjorten, et kursus for kollegaerne i tegnsprog og Monas allerede gode evner inden for mundaflæsning, er der ingen kommunikationsproblemer i det daglige.



Mona fra Herning

På vores lager i Holme arbejder Amal Hossain Mahmoud, som kommer fra Syrien. Hun har været i 2 x 13 ugers praktik for flygtningekvinder, der var langt fra det danske arbejdsmarked. Efter at have fået mulighed for at sætte sine ressourcer i spil, blev hun fastansat som lagerassistent i maj. Og i august blev Amal kåret som månedens medarbejder på Terminal Holme for sin store indsats.

Lager i Holme



Copenhagen Pride

I august 2019 hyldede vi mangfoldigheden, LGBTQIA+-miljøet<sup>2</sup> og retten til at være den, man er. Selvom mangfoldighed er en helt naturlig del af vores hverdag, så tror vi alligevel på, at vi gør en forskel, når vi siger det højt og sender et klart signal til leverandører, kunder og medarbejdere. Udover at være officiel hovedsponsor for Copenhagen Pride 2019 mødte også en lang række medarbejdere op og tog del i paraden.

Vi er ambitiøse omkring ligestilling

Ligestilling er til gavn for alle – både for vores medarbejdere, men også for vores forretning. For os er det en selvfølge, at kvinder og mænd skal have de

samme muligheder for en spændende karriere og et velbalanceret familieliv. Derfor arbejder vi ambitiøst med ligestilling i hele virksomheden.

Ved udgangen af 2019 var 37% af alle ledere i Salling Group kvinder, og kvinderne udgjorde 41% af alle forfremmelser.

Igenennem hele 2019 arbejdede vi på at øge andelen af kvinder på Director+-niveau og på at indfri vores ambition om en andel på 20% inden 2020. Vi kom desværre ikke helt i mål, idet andelen ved udgangen af året landede på 16%. I Salling Groups bestyrelse er 17% kvinder, og vores mål er at nå 40% inden 2025.<sup>3</sup>

2. LGBTQIA+-miljøet står for Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer, Intersex, Asexual, +et er med for at signalere, at listen ikke er udtømmende, og paraplyen favner bredere end de allerede nævnte minoriteter.

3. Der er i 2019 ikke udpeget nye medlemmer, hvorfor kønsfordelingen er uændret. Når nye bestyrelsesmedlemmer udpeges vægtes kompetencer desuden højere end den kønsmæssige sammensætning af bestyrelsen.



# Et godt arbejdsliv

I Salling Group består hverdagen af sjove dage. Travle dage. Lærerige dage. Korte dage. Lange dage. Dage, hvor alt er, som det plejer. Og dage, der er helt usædvanlige.

Vores 53.000 medarbejdere udgør sammen med vores kunder og de varer, vi sælger, fundamentet for vores virksomhed. Derfor er det vigtigt, at medarbejderne har det godt, og derfor arbejder vi for at sikre de bedste arbejdsvilkår og karriereudviklingsmuligheder samt uddanne de bedste ledere i branchen.

For at vide om vi er på rette vej, måler vi vores medarbejders tilfredshed og følger udviklingen nøje, så vi hele tiden bliver bedre. Vi fastholdt i 2019 samme høje tilfredshedsgrad, som vi havde i 2018 – nemlig 78 ud af 100. Hvert år fører medarbejdernes tilbagemeldinger til konkrete handlingsplaner både lokalt og i vores HR-afdeling.

## Salling Group-ansatte får mere i pension

I 2019 forbedrede vi aftalen med PFA for at skabe et bedre arbejdsliv for alle ansatte. Aftalen betyder en bedre helbredssikring, der også giver mulighed for at medforsikre børn og ægtefælle/samlever. Og lavere omkostninger, så en større del af indbetalingen går til pensionsopsparingen.

## Medarbejder-app lanceret

I løbet af 2019 har både Netto, føtex og Bilka lanceret nye medarbejder-apps. På rekordtid har de nye apps skabt stærke, sociale netværk, hvor daglige opgaver bliver koordineret og løst, ligesom kollegaer på tværs af alle vores butikker bruger dem til vidensdeling og uddannelse samt deler succesoplevelser med hinanden.

## Elevuddannelsen

Vi har Danmarks største elevprogram med 1.000 elever. I løbet af elevernes to år hos os, kombineres skoleophold og praktisk læring i tæt samarbejde med erfarne og dygtige mentorer inden for netop deres fag.

I år har 403 bestået deres fagprøve, og 241 har fortsat deres karriere hos os.

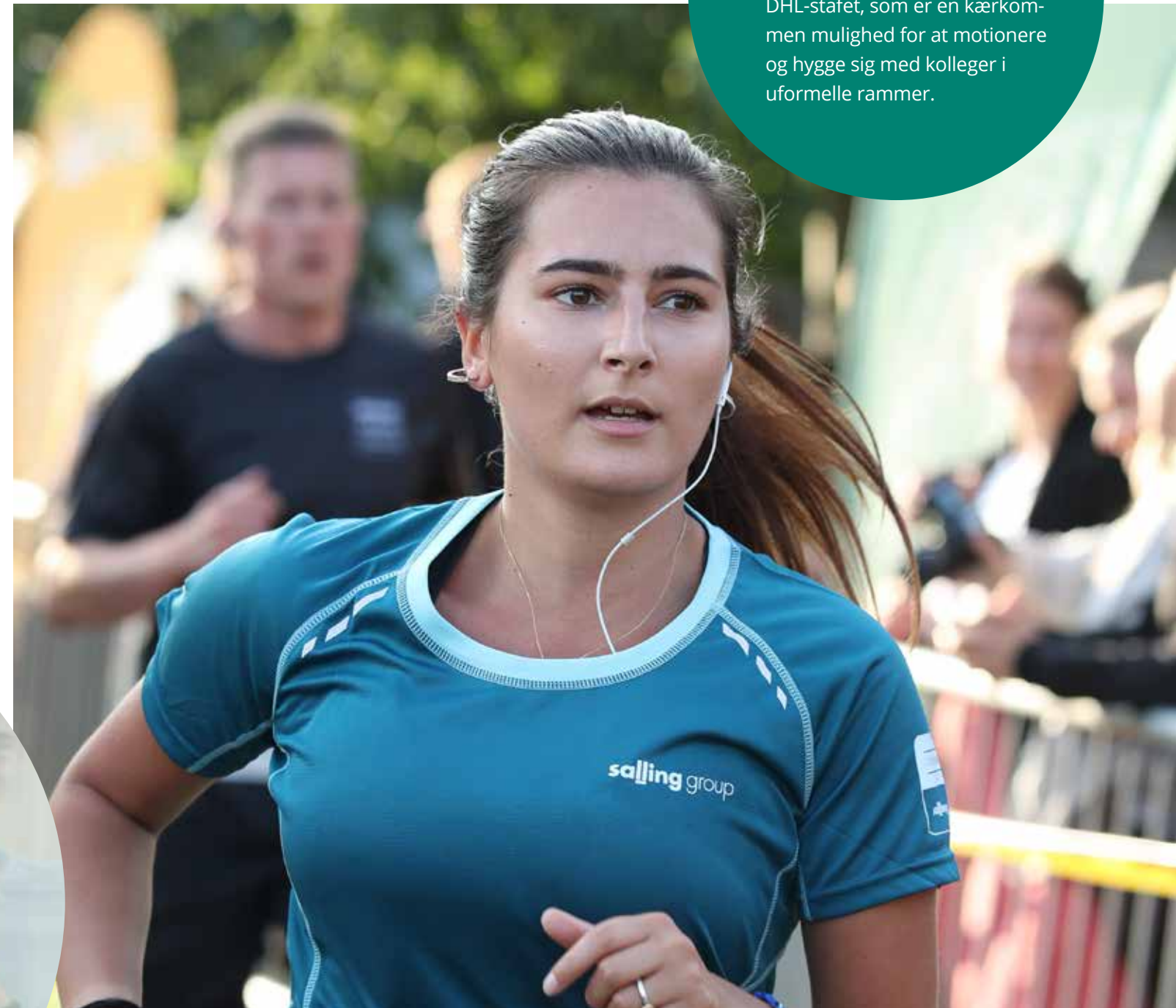
## Allin19 – Danmarks største personalefest

Den 9. juni 2019 inviterede Salling Group alle ansatte i Danmark til landets største firmafest. Med live-musik og masser af underholdning sagde vi tak for indsatsen og markerede samtidig, at vores grundlægger, Herman Salling, kunne have rundet 100 år i 2019. 20.000 ansatte festede på tværs af kæder og funktioner, og alle oplevede, hvor stort et fællesskab de – hver og en – er en del af.



## DHL

Hvert år snører godt 7.000 medarbejdere løbeskoene og deltager i den traditionsrige DHL-stafet, som er en kærligkommen mulighed for at motionere og hygge sig med kolleger i uformelle rammer.





Medarbejderen:

**“Vi er ikke bare kollegaer, vi er også venner. Sammenholdet er rigtig fedt”**

Se video





# CSR strategi 2020

### Ny CSR strategi

De globale klimaudfordringer er så komplekse og uoverskuelige, at der ikke findes en entydig løsning på dem. Derfor må en bæredygtig CSR-strategi også genbesøges og løbende justeres, efterhånden som man bliver klogere, for at vurdere, hvad der er vigtigst at arbejde med, og hvor man kan gøre den største forskel.

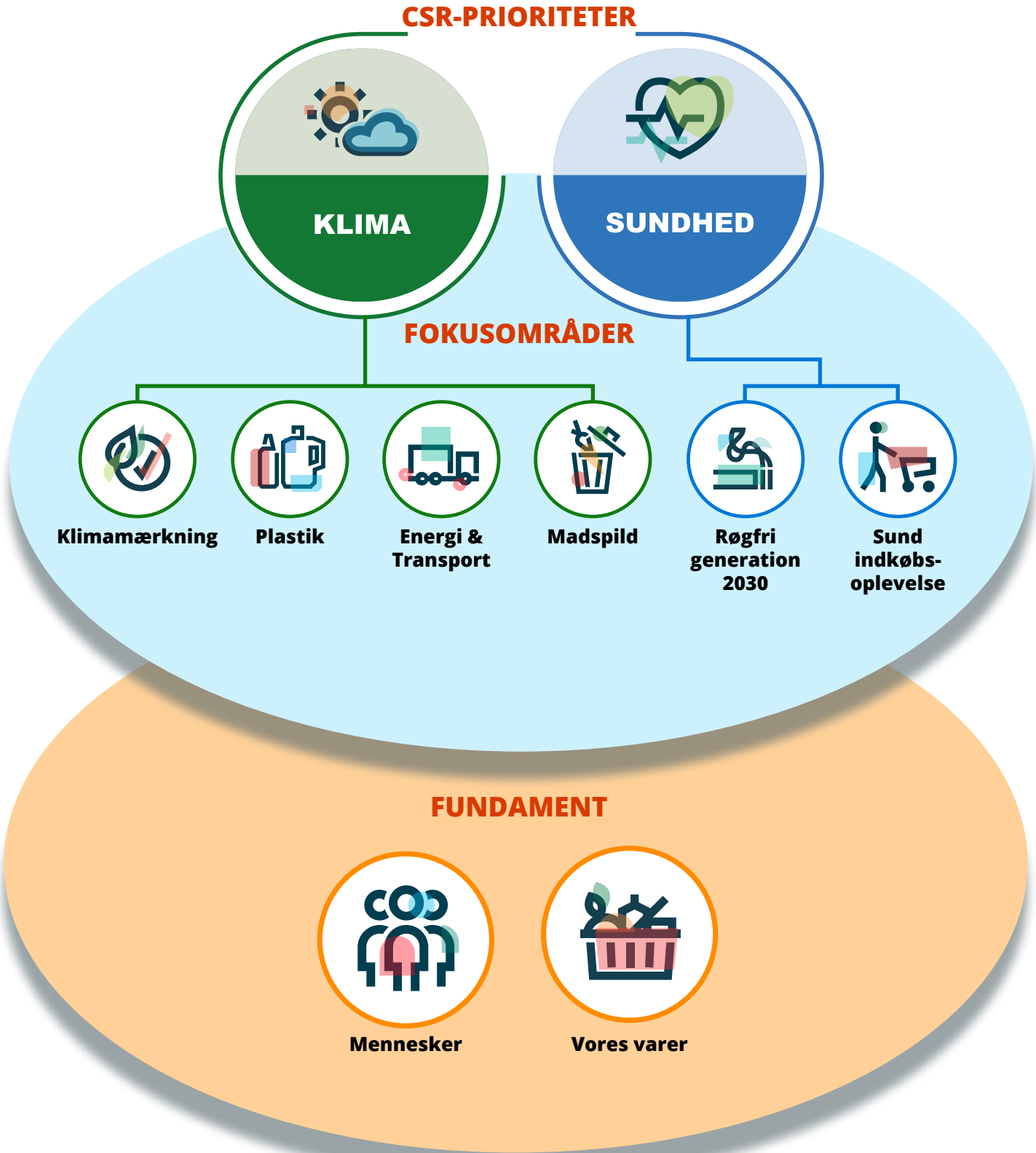
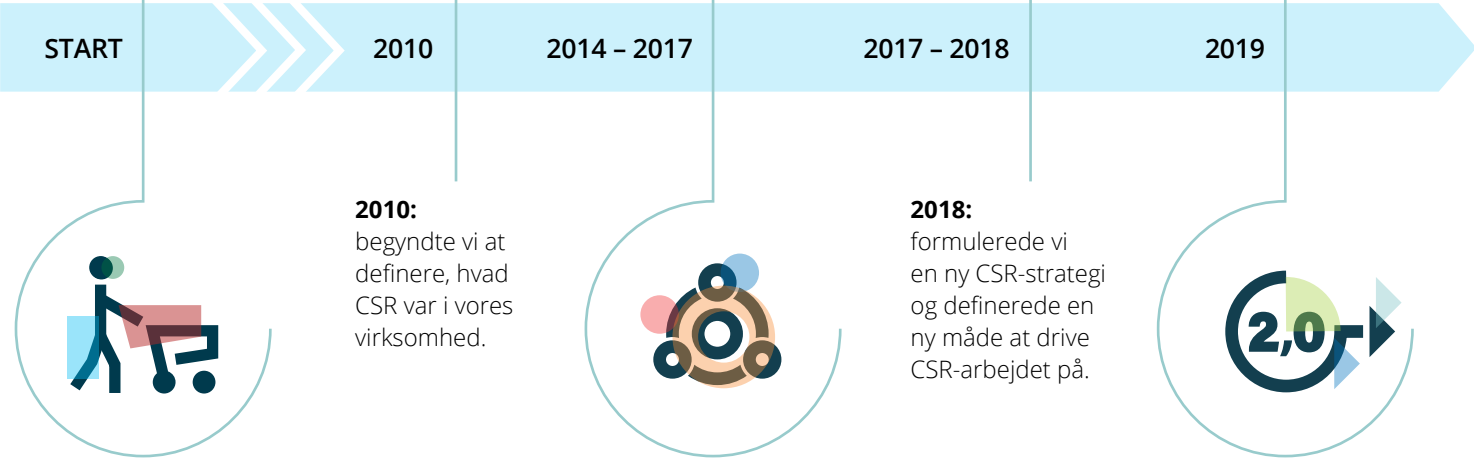
Vi har altid arbejdet med ansvarlighed og løbende evalueret vores strategi, senest vores 2018-strategi.

Evalueringen har bidraget til at skabe en stærkere struktur for vores CSR-arbejde, som hviler på hele fundamentet for vores virksomhed; nemlig kunder, medarbejdere og de varer, vi sælger. Klima og sundhed er fremadrettet de to prioriteter i vores CSR-strategi. Med afsæt i de to prioriteter definerer vi løbende en stribe fokusområder, som understøtter de to prioriteter.

**ANSVARLIGHED:**  
Helt fra begyndelsen har vi taget socialt ansvar ved at have stort fokus på vores kunder, medarbejdere og varer.

**2014:**  
begyndte vi at strukturere vores CSR-arbejde på tværs af hele gruppen og igangsætte forskellige projekter.

**2020:**  
præsenteres revurderet og justeret strategi, som danner basis for prioriteringen af vores indsatser i forhold til områder, hvor vi kan gøre en reel forskel





# Ny governance struktur 2020

For at vores nye CSR-strategi forankres i forretningen, har vi nedsat en styregruppe, der kan gå i dybden med fokusområderne og sikre fremdrift i en travl hverdag. Den består bl.a. af vores administrerende direktør, direktøren for Public Affairs, Kommunikation & CSR, CSR-direktøren og tre andre repræsentanter fra den øverste ledelse. Dedikerede arbejdsgrupper identificerer relevante initiativer og sørger for, at de bliver eksekveret. Alle arbejdsgrupper rapporterer direkte ind til CSR-styregruppen minimum tre gange om året. På den måde tilstræber vi fremdrift inden for alle områder, så vi når vores ambitioner.





CSR STRATEGI 2020

Verdensmål

Med klima og sundhed som gennemgående temaer i vores CSR-strategi er FN's 17 Verdensmål for bæredygtig udvikling en naturlig del af vores CSR-arbejde, som sætter retningen for alle vores beslutninger og prioriteringer på området.

I arbejdet med verdensmålene analyserer 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 (Kvalitetsud- dannelsen) 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 uddannelses- programmer for alle vores 53.000 medarbejdere bidrager vi stadig til Verdensmål 4, men med med- arbejderudvikling 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.

Vores udvalgte verdensmål 2018



Vores udvalgte verdensmål 2020



Positiv påvirkning:

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



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.





# Ambitioner for 2020

Vores nye 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.

	FOKUSOMRÅDE	AMBITION 2020	LANGSIGTET AMBITION	VERDENSMÅL	PARTNERSKAB
	Klima-mærkning	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kommunikation om fødevarers klimabelastning på kategoriniveau i vores butikker</li> <li>Støtte op om eventuelle nationale kampagner med fokus på klimainformation</li> <li>Bidrage til introduktion af fælles datagrundlag</li> <li>Dialog med branchen om introduktion af fælles klimamærkning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Introduktion af fælles klimamærkning på tværs af branchen</li> <li>Introduktion af klimamærkning i alle varekategorier</li> <li>Bidrage til fortsat udvikling af et robust datagrundlag for klimamærkning på fødevarer</li> </ul>		CONCITO
	Plastik	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tage første skridt i implementeringen af vores Plastik Principper for egne varemærkers emballage: <ul style="list-style-type: none"> <li>skifte til mono-materiale for at sikre bedre mulighed for genanvendelse</li> <li>reducere mængden af plastik i emballage</li> <li>undersøge andre mulige emballagetyper – men uden at gå på kompromis med varens holdbarhed</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi vil reducere brugen af plastik i egne mærkers emballage med 30% inden 2023</li> <li>Vil sikre, at al emballage i egne mærker er fuldt genanvendeligt inden 2023</li> <li>Vi vil udfase al engangsservice i plastik i løbet af 2021</li> <li>Vi vil sælge 50% færre plastikposer</li> <li>Vi vil sikre, at al plastik fra transport af vores varer bliver genbrugt eller -anvendt inden udgangen af 2020</li> </ul>		WWF
	Energi & Transport	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortsætte nuværende arbejde med energioptimering i nye butikker og renoveringer</li> <li>Fortsætte nuværende energioptimeringsprojekter – overskudsvarme, udskiftning af kølere mv.</li> <li>Undersøge muligheden for at benytte vedvarende energi til at dække Salling Groups samlede energiforbrug</li> <li>Identificere mulige samarbejdspartnere for at få bedre viden og værktøjer</li> <li>Identificere og igangsætte projekter indenfor transport for at minimere udledning af CO<sub>2</sub></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sikre fuld energioptimering af butikker, lagre og hovedkontorer</li> <li>Fuld brug af vedvarende energi til at dække hele Salling Groups energiforbrug</li> <li>Reducere udledning af CO<sub>2</sub> fra transport for vores egen logistik</li> </ul>		Undersøger mulige partnere
	Madspild	<ul style="list-style-type: none"> <li>Igangsætte nye initiativer for at nå vores langsigtede målsætning om at reducere madspild</li> <li>Udvide nuværende samarbejde med partnere ved at identificere nye projekter eller koble flere butikker på nuværende aftaler</li> <li>Introducere nye samarbejdspartnere eller -aftaler for at kunne dække alle formater og deres totale spild fra butikker</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducere madspild i føtex og Bilka med 75% inden 2030</li> <li>Reducere vores madspild i resten af gruppen med 50% samlet set inden 2030</li> <li>Bidrage til reduktion af madspild hjemme hos forbrugeren via oplysning, inspiration og samarbejde omkring nationale initiativer på tværs af branchen</li> <li>Bidrage med viden og erfaringer til andre brancher for at medvirke til reduktion af madspild i andre led</li> </ul>		Folkekirkens Nødhjælp og FødevarerBanken
	Røgfri generation 2030	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificere nye initiativer som kan understøtte målsætningen om en røgfri generation 2030 – både ift. kunder og medarbejdere</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arbejde for og med Røgfri Fremtid mod det mål, at ingen børn og unge og højest 5 pct. af de voksne i Danmark ryger i 2030</li> </ul>		Røgfri Fremtid
	Sund indkøbsoplevelse	<ul style="list-style-type: none"> <li>Udvide og optimere vores sortiment med sundere alternativer, så det er nemt for kunden at træffe sundere valg</li> <li>Fortsætte udrulning af Netto 3.0, hvor der er prioriteret mere plads til bl.a. frugt- og grøntafdelingen</li> <li>Igangsætte projekt i føtex med fokus på indretning ift. sundhed</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gøre sunde fødevarer mere tilgængelige for kunder</li> <li>Gøre sundhed til en parameter, når vi indretter nye butikker</li> <li>Inspirere, informere og uddanne til en sundere generation</li> <li>Supportere og opfordre til en mere aktiv generation</li> </ul>		Morten Grønbæk, Direktør, Statens Institut for Folkesundhed

# Skat

I Salling Group er vi åbne omkring vores skatteforhold og bestræber os på at overholde skatte-lovgivningen i de lande, hvor vi opererer. Skatter er vigtige for finansieringen af offentlige ydelser og investeringer samt i understøttelsen af FN's Verdensmål, herunder mål 16.6. Vores skattebetalinger bidrager til at opfylde disse mål.

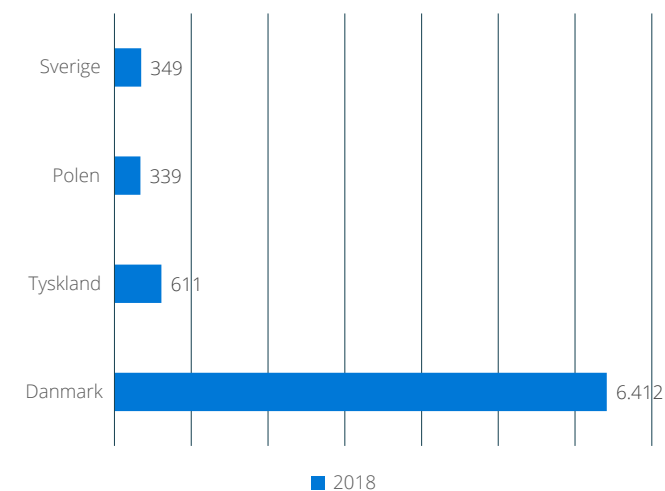
F. Salling Holding A/S, som er administrationsselskab for Salling Group, er den 25. største selskabsskattebetaler i Danmark med en samlet skattebetaling på DKK 263 millioner ifølge de offentliggjorte selskabsskattetal for 2018<sup>4</sup>. F. Salling Holding A/S er ansvarlig for at betale al selskabsskat til myndighederne på vegne af koncernens danske selskaber.

I 2018 var koncernens samlede skattebetaling<sup>5</sup> DKK 7.711 millioner mod DKK 7.664 millioner i 2017. Skattebetalingen indeholder både indirekte skatter som f.eks. moms og medarbejdernes indkomstskat og direkte skatter som bl.a. selskabsskat og ejendomsskat. Hovedparten af de betalte skatter og afgifter vedrører selskabsskat (52%). Koncernens danske selskaber betalte DKK 263 millioner, mens de udenlandske selskaber i Polen, Sverige og Tyskland tilsammen betalte DKK 81 millioner.

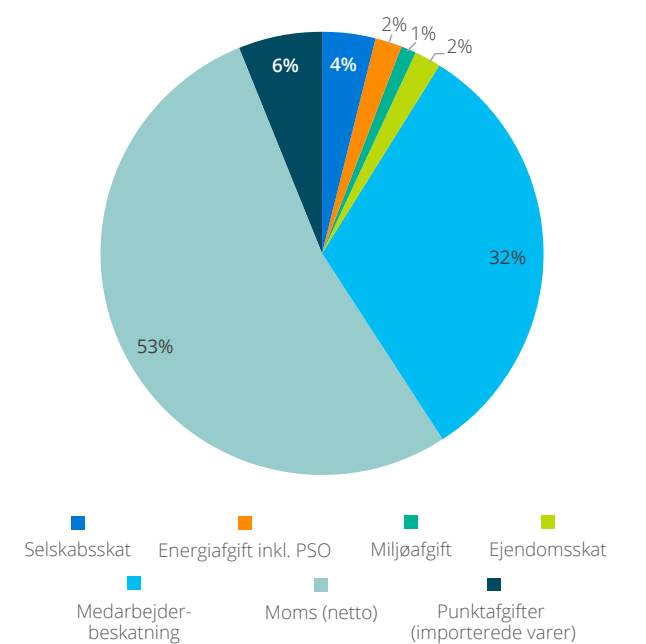
4. Baseret på 2018-tal da 2019-tal ikke er tilgængelige for alle forretningsområder og lande på tidspunktet for udarbejdelsen af denne rapport

5. Opgørelsen er foretaget i overensstemmelse med den standardiserede Total Tax Contribution-model

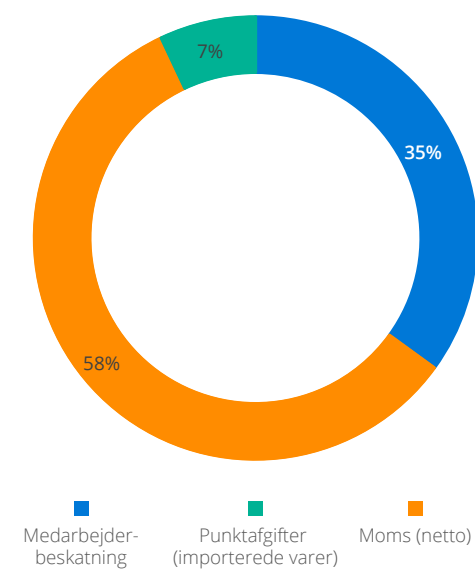
Samlet skattebetaling fordelt på lande  
I alt 7.711 mio. kr.



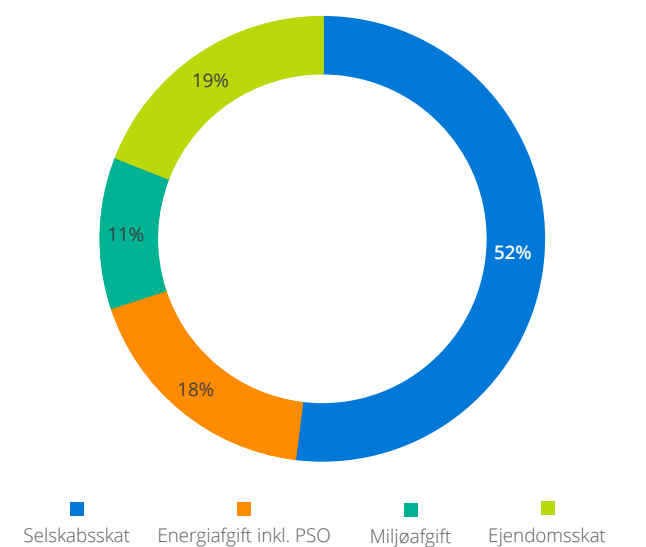
Samlet skattebetaling fordelt på kategorier  
I alt 7.711 mio. kr.



Opkrævede skatter og afgifter  
I alt 7.045 mio. kr.



Betalte skatter og afgifter  
I alt 666 mio. kr.





# Risici og due dilligence

Kortlægning af vores værdikæder er en kontinuerlig, tidskrævende og udfordrende proces, blandt andet fordi de er komplekse og indeholder mange tekniske problemstillinger, men også fordi leverandørerne ikke nødvendigvis er samarbejdsvillige i forhold til at dele følsomme produktionsoplysninger. Vi har dog i 2019 forbedret vores leverandørers indberetningsprocent<sup>6</sup> fra 69% til 81%.

Uploadede leverandører	1.590
Afsluttede profiler	1.292
Godkendt	1.226
I proces	40
Behov for forbedringer	23
Suspenderet (afvist)	3

### Hvordan driver vi forandringer i ansvarlig produktion?

Ingen kan løse udfordringerne med ansvarligt indkøb alene, og derfor kan standarder heller ikke stå alene. Vi gør, hvad vi kan for at klæde producenterne på, så de kan agere så bæredygtigt som muligt både ift. produkter og medarbejdere. F.eks. besøgte vi i 2019 flere avlere af frisk frugt og grønt i Sydspanien for at undersøge problematikken omkring migrantarbejdere. Her fik vi både mulighed for at tale med medarbejdere og se de faktiske forhold, hvilket gav et værdifuldt indblik, som vi ikke kunne have fået via en rapport alene.

På en større skala er det vigtigt for Salling Group at være en del af relevante fora, organisationer og alliancer. Vi deltager bl.a. aktivt i DIEH<sup>7</sup> -arrangementer og arbejdsgrupper i amfori BSCI for at udvide vores horisont og for at få medindflydelse på de emner,

der betyder noget for vores videre arbejde med ansvarlig produktion. I 2019 er vi endvidere blevet medlem af GlobalG.A.P., hvor vi har opnået en plads i bestyrelsen.

### Nye nonfood politikker

I 2019 udarbejdede vi en robust politik for bæredygtig produktion af blomster og planter med fokus på forbedringer via god landbrugspraksis, særligt i udviklingslandene.

Garvning af læder involverer brug af mange og potentielt farlige kemikalier med risiko for forurening af grundvand og sundhedsfare for garveriarbejderne. Salling Group præsenterede derfor i 2019 leverandører af produkter, der består 100% af læder eller af læderdele, for en ny politik, der stiller krav til, at det enkelte garveri påbegynder implementering af en relevant miljø- og social standard i løbet af 2020.

### Risiko produktgrupper

Salling Group har i 2019 identificeret og udvalgt en række risikoprodukter, som vi ønsker at videreudvikle en udvidet politik for. Problemstillingerne er komplekse, og derfor vil der inden for de næste år udarbejdes konkrete langsigtede planer for, hvordan bæredygtigt indkøb af f.eks. soja, kakao og tekstil kan optimeres. Derudover vil vi gå mere i dybden med nogle af vores nuværende risikoprodukter såsom: fisk, vin, vanilje, kaffe, te, samt palmeolie med det formål at opnå en mere ansvarlig forsyningskæde af netop disse produktgrupper.

Salling Groups politikker samt amfori BSCI Code of Conduct udstikker generelt retningen for, hvordan vi driver ansvarlig forretning med fokus på menneskerettigheder, sociale- og medarbejderforhold, antikorruption, klima og miljø. Områder, hvor der findes potentielle risici i alle led af vores værdikæde.

	<b>Primær produktion</b> <b>Menneskerettigheder</b> Børnearbejde Tvangsarbejde Mindsteløn	<b>Miljø</b> Forbrug af vand, kemikalier osv.		
	<b>Producent</b> <b>Menneskerettigheder</b> Tvangsarbejde Børnearbejde	<b>Korruption</b> Tilskyndelse til at få en ordre		
	<b>Transport</b> <b>Klima</b> CO <sub>2</sub> -udledninger fra transport	<b>Korruption</b> Bestikkelse		
	<b>Distributionscenter</b> <b>Menneskerettigheder</b> Diskrimination og ligebehandling	<b>Sociale forhold</b> Medarbejderulykker Stress og arbejdstid		
	<b>Transport</b> <b>Menneskerettigheder</b> Anstændig løn til lastbilchauffører	<b>Klima</b> CO <sub>2</sub> -udledninger og partikler fra transport	<b>Miljø</b> Støj	
	<b>Butik</b> <b>Menneskerettigheder</b> Fødevaresikkerhed Anstændig løn til rengøringspersonale	<b>Sociale forhold</b> Medarbejderulykker <b>Miljø</b> Affald og madspild	<b>Klima</b> CO <sub>2</sub> -udledninger fra butikker	<b>Korruption</b> Tyveri
	<b>Forbruger</b> <b>Menneskerettigheder</b> Fødevaresikkerhed	<b>Miljø</b> Madspild		

6. Indberetningsprocent dækker over, at leverandøren har registreret anvendte produktionsenheder og uploadet dokumentation i henhold til Salling Groups krav for ansvarlig produktion, hvilket endeligt genererer en leverandør-præstationsscore..  
 7. Dansk Initiativ for Etisk Handel

— RISICI OG DUE DILLIGENCE

Menneskerettigheder

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

OMRÅDE	RISIKO	TILTAG I 2019
Fødevaresikkerhed	Forkert opbevaring af fødevarer kan udgøre en risiko for fødevaresikkerheden. Fødevaresikkerhed omfatter fødevareoprindelse, herunder overholdelse af praksis vedr. fødevaremærkning og -hygiejne, tilsætningsstoffer og pesticidrester for at undgå sygdom hos forbrugerne. Dårlig fødevaresikkerhed 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).	Tredjeparts- og egenkontrol af fødevarer, hygiejne, tilberedning og opbevaring i vores butikker og distributionscentre.  Netto Tyskland rapporterer nu på resultater af tredjeparts fødevarekontroller i de tyske butikker.  Vi forventer, at Netto Polen er med fra 2020.
Børnearbejde, tvangsarbejde, mindsteløn og konfliktminerale	Vores forsyningskæde indebærer en række risici i nogle af de lande, vi køber fra, især inden for landbrug, beklædnings-, elektronik- og smykkeindustrien, hvor der er risiko for børnearbejde, tvangsarbejde og lønninger under det lovpligtige minimumsniveau.	amfori BSCI Code of Conduct, tredjeparts auditeringer, herunder samtaler med medarbejdere samt egne besøg.  Obligatoriske kurser i ansvarlig indkøbspraksis for vores indkøbspersonale.

— RISICI OG DUE DILLIGENCE

Antikorruption

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

OMRÅDE	RISIKO	TILTAG I 2019
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-korrupsionspolitik.
Korruption og bestikkelse i Salling Group	Risiko for korruption f.eks. vedrørende regnskabssvindel, bestikkelse i forbindelse med byggetilladelser, modtagelse af penge eller værdigenstande til gengæld for ordrer.	Egenkontrol og kurser i ansvarligt indkøb for indkøbspersonale. Opdateret og forbedret version af whistleblower-platform (WB 2.0) er taget partielt i anvendelse. Når den nye funktionalitet, herunder øget sikkerhed og bedre statistikker, er fuldt udviklet, vil vi styrke kendskabet til vores WB-platform i vores udenlandske selskaber og sikre, at WB 2.0 kan anvendes uden for Danmark.



— RISICI OG DUE DILLIGENCE

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	TILTAG I 2019
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.	Løbende undersøgelser og overvågning af arbejdsulykker fra øverste niveau og ned til sektionsniveau i hver butik og på alle lagre.
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 medarbejderes kapacitet og evner.
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/sænke-borde. Medarbejdernes pensions- og helbredsforsikring er opjusteret. Desuden kan medarbejderens eventuelle børn og samlever nu også dækkes af helbredsforsikringen.
Diversitet	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"><li>• hvilke barrierer – det være sig arbejdsforhold, arbejdstider, arbejdssted, kultur, egenopfattelse m.v., der afholder kvinder fra at søge de mere tunge ledende stillinger, og</li><li>• hvad der skal til for at bryde disse barrierer</li></ul> Arbejdet fortsætter i 2020.

— RISICI OG DUE DILLIGENCE

Miljøpåvirkning

I kraft af at 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	TILTAG I 2019
Vandforbrug	Vand er nødvendigt for at kunne producere alt det, vi bruger, bærer, køber, sælger og spiser. Et stort vandforbrug i områder med knappe vandressourcer har betydelige negative konsekvenser for miljøet og lokalbefolkningen.	Udover at opgøre vores eget direkte vandaftryk har vi været i dialog med bl.a. WWF Verdensnaturfonden og Nature's Pride og kigget ind i bl.a. Carlsbergs og H&M's Water Stewardship-politikker for at finde inspiration til, hvordan vi kan afdække vandaftrykket i vores forsyningskæde. Vi har desuden meldt os ind i amfori BEPI, der har særligt fokus på miljø-management i producentleddene og de underliggende lag – herunder også på vand.
Afskovning	Der er risiko for, at de produkter, vi køber og sælger, bidrager til afskovning og dermed tab af biodiversitet og øget drivhuseffekt pga. deres indhold af palmeolie eller soja.	Vi har opgjort og rapporteret vores status på palmeolie ift. at nå vores mål om udelukkende at anvende RSPO <sup>7</sup> -certificeret palmeolie i vores egne mærker. Mass balance for Nonfood nåede 100% og segregeret for Food 84,4%. Vi har været medinitiativtager og stifter af Dansk Alliance for Ansvarlig Soja, der blev lanceret i september.
Plastik	Plastik ender ofte i naturen og især i havene, hvor det udgør en enorm trussel mod livet og biodiversiteten i havet.	Vi har suppleret vores eksisterende strategi og politik på området med 10 Plastik Principper for emballager. Vi har lagt vores principper og operationelle guidelines åbent frem til inspiration for andre. Vi har drevet flere plastindsamlingsprojekter i samarbejde med WWF.

<sup>7</sup> Roundtable on Sustainable Palm Oil

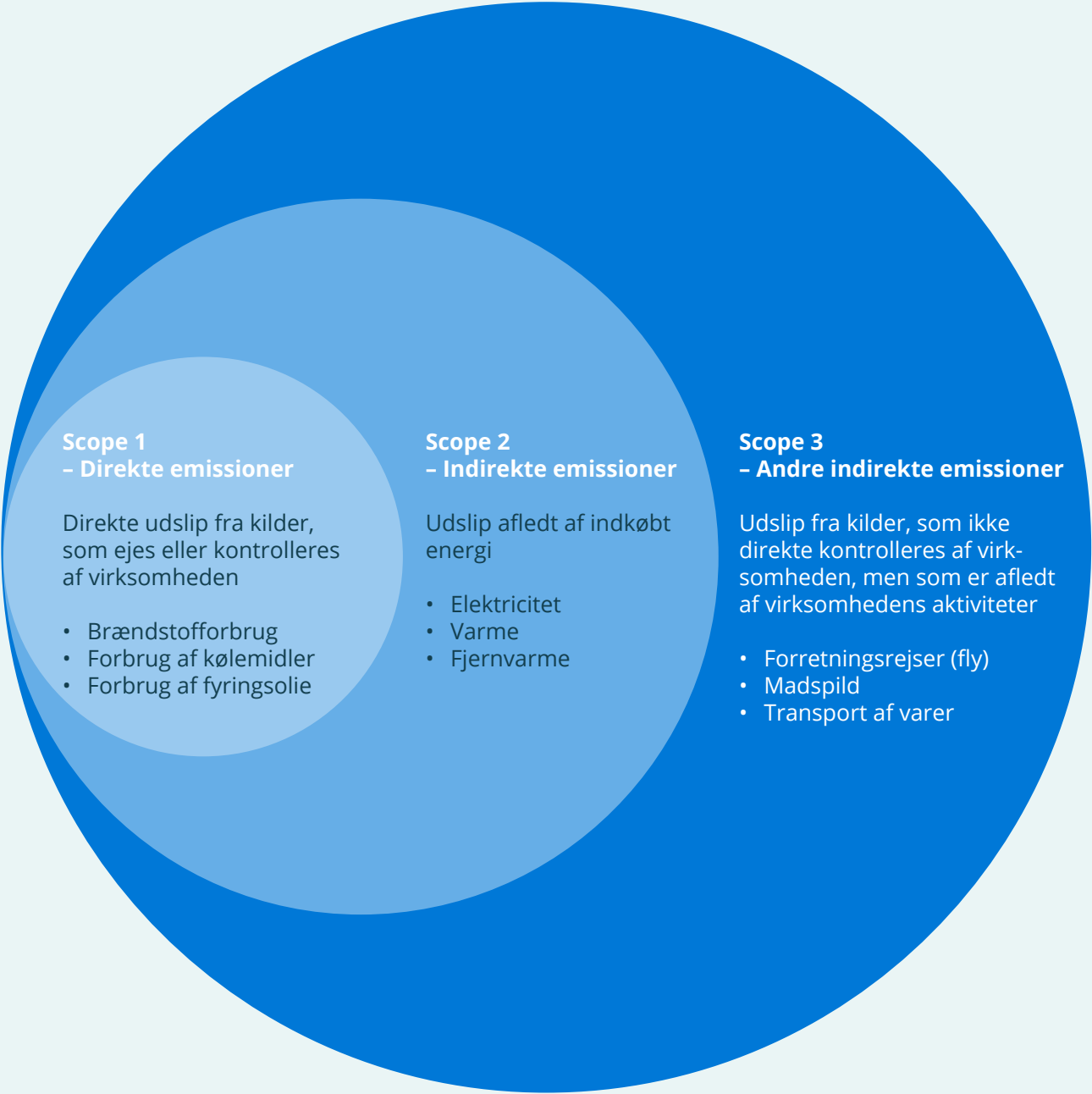
RISICI OG DUE DILLIGENCE

Klima

Klimaforandringerne er et globalt problem, vi ikke kan sidde overhørig. Vi anerkender den risiko, de udgør for samfundet, og påtager os den forpligtigelse vi har ift. at redegøre for og håndtere vores påvirkning af miljøet.

OMRÅDE	RISIKO	TILTAG I 2019
Vare- og persontransport	Risiko for høje CO <sub>2</sub> -udledninger fra transport af varer til og fra vores distributionscentre samt fra kørsel i egne/leasede firmabiler.	Vi har udvidet scope for rapportering til, udover in- og outbound transport, også at omfatte leasede firmabiler. Desuden bidrager Netto i udlandet nu også til rapporteringen.
Globalt opvarmningspotentiale	Global opvarmning som følge af brugen af kølemidler i køleenheder.	Påbegyndt udfasning af freon, der skal erstattes af CO <sub>2</sub> . Vi opgør for første gang CO <sub>2</sub> -værdien af vores forbrug af kølemidler.
Energiforbrug	Hvis der ikke er styr på forbruget af energi, og der ikke arbejdes med vedvarende/grønne løsninger, øges risikoen for overdreven udledning af CO <sub>2</sub> .	Vi har etableret en template til beregning af CO <sub>2</sub> -værdien af vores energiforbrug, og vi har påbegyndt undersøgelser mhp implementering af grøn energi.
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.	Vi fortsætter samarbejdet omkring Danmark mod Madspild, nu i regi af Miljø- og Fødevareministeriet, hvor vi også er med i flere arbejdsgrupper i Tænketanken One Third. Desuden har vi etableret en template til opgørelse af vores madspilds-data i CO <sub>2</sub> -værdier i samarbejde med britiske Carbon Trust.
Forretningsrejser (fly)	Brugen af fly frem for andre transportmidler bidrager til øget udledning af CO <sub>2</sub> og potentielt øget global opvarmning.	Vi har via vores partner på forretningsrejser, AMEX Global, indhentet rapportering, der viser fløjne kilometer, destinationer og afledt CO <sub>2</sub> -værdi for den enkelte billet for at få synliggjort vores påvirkning.

Scopes 2019 i Salling Group





 RISICI OG DUE DILLIGENCE

# Vores interesser

Med over 53.000 medarbejdere og 11 mio. ugentlige kunder 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 Tænketaanke Rundbordsdiskussioner	Skatter og afgifter på visse produkter Fødevaremærkning Madspild
Miljø- og Fødevareministeriet	Kontrolbesøg Tænketaanken One Third	Hygiejne, fødevaresikkerhed Fødevarecertificeringer Smiley-ordninger Madspild

VIGTIGE INTERESSETER	DIALOGFORM	NØGLEOMRÅDER
Kommuner	Løbende dialog	Støj Affaldshåndtering Åbning af nye butikker Inklusion og jobparathed
NGO'er og partnerskaber (WWF Verdensnaturfonden, 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 Fødevaresikkerhed Ansøgninger om støtte Fundraising Plastik Røgfri generation Sundhed
Brancheorganisationer og andre organisationer (Danske Erhverv, Dansk Initiativ for Etisk Handel, Landbrug & Fødevarer m.fl.)	Individuelle møder Løbende dialog CSR netværksgrupper	Bæredygtigt indkøb Mærkning

# Vores interessenter

VIGTIGE INTERESSETER	DIALOGFORM	NØGLEOMRÅDER
Medier / presse		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





**Bilag**





BILAG

# Den uafhængige revisors erklæring med begrænset sikkerhed

## Til interessenterne i Salling Group

Vi har efter aftale undersøgt Salling Groups CSR-rapport 2019 (CSR-rapporten) for perioden 1. januar 2019 til 31. december 2019. Salling Groups CSR-rapport 2019 er udarbejdet i overensstemmelse med den regnskabspraksis, der er beskrevet på side 81-89. Vores opgave er at udtrykke en konklusion om, hvorvidt CSR-rapporten er udarbejdet i overensstemmelse med den rapporteringsmetode og de kriterier, der er beskrevet på side 81-89. Vores konklusion i erklæringen udtrykkes med begrænset sikkerhed.

## Ledelsens ansvar

Salling Groups ledelse er ansvarlig for at udarbejde CSR-rapporten i overensstemmelse med den rapporteringsmetode og de kriterier, der er beskrevet på side 81-89. Salling Groups ledelse har endvidere ansvaret for den interne kontrol, som ledelsen anser nødvendig for at udarbejde en CSR-rapport uden væsentlig fejlinformation, uanset om denne skyldes besvigelser eller fejl.

## Revisors ansvar

Vores ansvar er at udtrykke en konklusion om Salling Groups CSR-rapport på grundlag af det udførte 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.

Ernst & Young Godkendt Revisionspartnerselskab er underlagt den internationale 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 (Ethiske regler for revisorer), der bygger på de grundlæggende principper om integritet, objektivitet, faglig kompetence og fornøden omhu, fortrolighed og professionel adfærd.

## Det udførte arbejde:

Som led i vores undersøgelse har vi udført følgende handlinger:

- Gennemført interviews med relevante personer med ansvar for CSR-strategi, ledelse og rapportering på Salling Groups hovedkvarter i Aarslev, Nettos hovedkontor i Køge og Nettos internationale afdelinger i Polen og Tyskland.
- Vurderet om data er indsamlet, evalueret og kvalitetssikret som foreskrevet i Salling Groups manual for indsamling af CSR data.
- Foretaget en analytisk gennemgang, herunder trendanalyse, af oplysninger afgivet af Salling Group.
- Vurderet om den af ledelsen valgte regnskabspraksis er passende, og om de af ledelsen udøvede skøn er rimelige.

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.

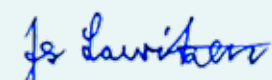
## Konklusion med begrænset sikkerhed

På grundlag af de af os udførte procedurer og det opnåede bevis er vi ikke blevet bekendt med forhold, der giver os anledning til at konkludere, at Salling Groups CSR-rapport for året, der sluttede den 31. december 2019, ikke i alle væsentlige henseender er udarbejdet i overensstemmelse med den rapporteringsmetode og de kriterier, der er beskrevet på side 81-89.

Aarhus, den 23. marts 2020

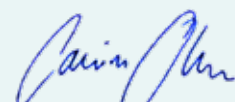
## ERNST & YOUNG

Godkendt Revisionspartnerselskab  
CVR-nr. 30 70 02 28



**Jes Lauritzen**  
Partner, Statsautoriseret revisor

mne10121



**Carina Ohm**  
Associate Partner



BILAG

Ledelsespåtegning

Ledelsen i Salling Group har behandlet og godkendt CSR-rapporten for perioden 1. januar – 31. december 2019.

CSR-rapporten 2019 er udarbejdet i overensstemmelse med principperne i rapporteringsmetoden, der er beskrevet på side 81-89.

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

Aarslev, den 23. marts 2020

**SALLING GROUP**  
CVR-nr. 35 95 47 16

**Per Bank**  
Administrerende direktør

BILAG

Rapporteringsmetode

**Omfanget af CSR-rapporten**

CSR-rapporten dækker relevante og væsentlige sociale, etiske og miljømæssige emner for regnskabsåret 1. januar – 31. december 2019. 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, føtex, Bilka, BR, Netto, Wupti.com og Netto i Tyskland, Polen og Sverige. 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 manglende data er udarbejdet på baggrund af det gennemsnitlige forbrug i sammenlignelige butikker inden for samme detailkæde og land. Estimererne udgør i føtex 1,9%, i Bilka 0,0%, i Salling 0,0% og i Netto Danmark 1,7% af det samlede energiforbrug for hver kæde. I Netto i udlandet udgør estimererne i Tyskland 0,0%, i Polen 0,0% og i Sverige, som pga mangelfuld data og frasalg primært er estimeret, 99,7% af det samlede energiforbrug.

**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. Estimererne udgør i føtex 11,4%, i Bilka 0,0%, i Salling 0,0% og i Netto Danmark 7,7% af det samlede vandforbrug for hver kæde. I Netto i udlandet udgør estimererne i Tyskland 0,0%, i Polen 0,0% og i Sverige, som pga manglende data og frasalg er fuldt estimeret, 100% af det samlede vandforbrug.

**Affaldsdata**

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. Estimererne udgør i føtex 1,1%, i Bilka 0,0%, i BR 47,5%, i Salling 0,0% og i Netto Danmark 1,3% af den samlede affaldsmængde for hver kæde. I Netto i udlandet udgør estimererne i Tyskland 11,4%, i Polen 0,0% og i Sverige, som pga frasalg kun medgår i første halvår, 100% af kædens samlede affaldsmængde i hvert land. For Netto Tyskland er affaldet opgjort på baggrund af i alt 80 vejprøver i 8 udvalgte butikker i 2018. Estimererne 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. For Netto Sverige er affaldsopgørelsen baseret på 2018 data og faktorer for bio og forbrænding i forhold til 2019 omsætning i første halvår.

BILAG

Rapporteringsmetode

Byggeaffald i forbindelse med nyetableringer eller større renoveringer bortskaffes generelt af de kontraherede entreprenører og er således ikke inkluderet i affaldsdata.

**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, som vi forhandler handelsbetingelser med hvert år.

**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 auditeringer og/eller certifikater hos leverandører til vores egne mærker og ikke-mærkevareprodukter. 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, mens ingen farve betyder, at leverandøren er suspenderet.

**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 2,4% og for PL 1,3%

**Indgående transport**  
Beregningen af m3 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. Netto Sverige er ikke inkluderet i rapporteringen.

**Skatteaftryk**  
Optrævede skatter og afgifter omfatter moms, indeholdt skat af medarbejderlønninger og punkt-afgifter. Det indregnede momsbeløb beregnes som nettomomsbetalingen til staten, dvs. moms af salg minus skyldig moms. Optrævede punktafgifter i Danmark (f.eks. på chokolade og alkohol m.v.) er kun indregnet for importerede varer, da punkt-afgifter 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.

CO<sub>2</sub>-aftryk Scope 1

**Brændstof, leasede firmabiler**  
Forbrug af benzin og diesel opgjort i liter og multipliceret med DEFRA's respektive relevante emissionsfaktorer (2019).

**Kølemidler**  
Forbrug af kølemidlerne CO<sub>2</sub>, R134 og R404A opgjort i kg og multipliceret med DEFRA's respektive relevante emissionsfaktorer (2018).

**Naturgas**  
Forbrug af gas til opvarmning opgjort i kWh og multipliceret med IEA's emissionsfaktor for naturgas (2017).

**Olie**  
Forbrug af fyringsolie opgjort i kWh omregnet til liter og multipliceret med DEFRA's emissionsfaktor for olie (2019).

CO<sub>2</sub>-aftryk Scope 2

**El forbrug**  
Forbrug af el er for DK opgjort i kWh multipliceret med Energidanmarks generelle emissionsfaktor (2018), og for DE og PL opgjort i kWh multipliceret med IEA's relevante emissionsfaktor (2017).

**Varme**  
Forbrug af varme er for DK opgjort i GJ multipliceret med HOFOR's generelle emissionsfaktor for fjernvarme i hovedstadsregionen (2018), og for DE og PL opgjort i kWh multipliceret med IEA's relevante emissionsfaktor (2017).

CO<sub>2</sub>-aftryk Scope 3

**Udgående transport DK**  
Beregningen af CO<sub>2</sub>-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 føtex og Bilka) beregnes ud fra kilometertal, CO<sub>2</sub>-faktoren pr. kilometer og antallet af paller. CO<sub>2</sub>-faktoren beregnes på baggrund af vognmand Frode Laursens beregnede kilometertal pr. liter diesel. Estimerer udgør 1-3% baseret på den beregnede CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub>-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, CO<sub>2</sub> aftryk baseret på antal flytninger kilometer og emissionsfaktorerne for de individuelle billetter/destinationer baseret på UK Gov Conversion Factors (2018).

**Madspild DK**  
Beregningen er lavet ud fra data template produceret af Carbon Trust Advisory Ltd.. Modellen beregner CO<sub>2</sub> 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.



— BILAG

Rapporteringskriterier og resultater

KPI	DATA OG KRITERIER		2014	2015	2016	2017	2018	2019	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	–
Mangfoldighed	Kvindelige ledere (%) – direktørniveau og derover		17	15	15	14	16	16	20 <sup>8</sup>
	Kvindelige medlemmer i bestyrelsen (%)		20	20	17	17	17	17	40 <sup>9</sup>
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	–
	LTI (lost time injuries) = samlede antal arbejdsulykker, der resulterer i mere end én dags fravær – Netto i udlandet		250	224	242	250	211	264	–
Medarbejderes sygefravær	Sygetimer divideret med antal arbejdstimer	DK	2,8	2,8	2,7	2,7	2,9	2,9	–
	(inkl. overarbejde) %	DE	3,5	3,5	4,1	4,2	4,5	4,8	
		PL	4,2	4,8	5,4	5,2	5,2	5,0	
		SE	7,9	7,6	9,7	8,7	7,4	– <sup>10</sup>	
Medarbejderudskiftning (% af samlet antal medarbejdere)	Frivillig afgang af fastansatte medarbejdere	DK	33,3	28,5	27,1	29,7	27,7	24,5	–
	Medarbejderudskiftning i alt	DE	13,3	12,8	10,1	9,6	10,3	12,1	
	Frivillig afgang af medarbejdere	PL	17,0	19,6	21,4	22,4	24,4	19,9	
	Frivillig afgang af fastansatte medarbejdere	SE	12,7	14,7	15,8	21,0	20,3	– <sup>10</sup>	
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	-

8. Inden udgangen af 2020; 30% inden 2025, 35% inden 2030 og 40% inden udgangen af 2035  
9. Inden udgangen af 2025. Der er i 2019 ikke udpeget nye medlemmer, hvorfor kønsfordelingen er uændret.  
Når nye bestyrelsesmedlemmer udpeges vægtes kompetencer desuden højere end den kønsmæssige sammensætning af bestyrelsen.  
10. Ingen data grundet frasalg

BILAG

Rapporteringskriterier og resultater

KPI	DATA OG KRITERIER		2014	2015	2016	2017	2018	2019	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	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	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	-
Madspild	Tons fødevarer til konsum, der ender som affald, dyrefoder, kompost m.v. – absolutte tal. <sup>11</sup>	DK DE PL	42.826	33.398	32.855	32.228	30.725 4.706 5.123	29.481 4.786 4.895	-50% <sup>12</sup>
	Madspild i tons udtrykt i procent af madsalg i tons. <sup>13</sup>	DK DE PL	4,33	2,81	2,83	2,75	2,49 1,11 1,17	2,42 1,20 1,15	-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	100
	Kontrolbesøg uden anmærkninger. Gælder foreløbig kun Tyskland. % af antal rapporter uden anmærkninger givet af de regionale fødevarermyndigheder efter et kontrolbesøg. <sup>14</sup>	DE	-	-	-	-	-	44,3	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	-
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. <b>Grøn</b> <b>Gul</b> <b>Rød</b> 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	100

11. Vi har genberegnet historik med opdaterede master data og dermed minimeret den estimerede andel. Det har betydet en lettere stigning i de absolutte tal, men et mere retvisende billede af udviklingen.

12. Inden 2030 med 2014 som basis.

13. 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.

14. Ny



— BILAG

Rapporteringskriterier og resultater

KPI	DATA OG KRITERIER		2014	2015	2016	2017	2018	2019	MÅL
Affald	Genbrug %		57	68	73	75	78	79	90 <sup>15</sup>
		DK	53	65	71	74	78	79	
		DE	76	79	79	83	83	83	
		PL	62	70	71	72	74	75	
		SE <sup>16</sup>	48	71	75	78	81	80	
Vand	M³/m² – hele Salling Group					0,199	0,188	0,186	-10% <sup>17</sup>
Indgående transport	M³ pr. transportform (egenkontrolleret), procentvis fordeling	Bil	–	–	73,2	75,1	76,2	76,7	–
		Tog			6,4	6,7	6,9	6,4	
		Skib			20,2	18,0	16,7	16,7	
		Fly			0,2	0,2	0,2	0,2	
Udgående transport	Kg CO₂ pr. palle fra lagre til butik	DK	–	–	4,83	4,77	4,30	4,21	–
		DE						8,19	
		PL						4,35	
Energi	MWh/m² – hele Salling Group		0,274	0,250	0,250	0,239	0,234	0,224	-10% <sup>18</sup>
GHG emissioner – Scope 1 <sup>19</sup>	Ton CO₂ total Naturgasforbrug, brændstofforbrug, kølemidler og fyringsolie	DK						11.197	
		DE						11.348	
		PL						17.824	
GHG emissioner – Scope 2 <sup>19</sup>	Ton CO₂ total Elektricitet og fjernvarme/varme	DK					125.925	121.104	
		DE					26.488	26.001	
		PL					44.405	42.960	
GHG emissioner – Scope 3 <sup>19</sup>	Ton CO₂ total Madspild	DK					79.030	76.975	
	Flyrejser	DK						358	
	Udgående transport	DK						14.623	
		DE						11.247	
		PL						5.161	

15. Inden udgangen af 2022  
16. 6 mdr.  
17. Inden udgangen af 2022 med 2017 som basis  
18. Inden udgangen af 2020 med 2015 som basis. Målet er nået i 2019, hvorfor der i 2020 vil blive fastsat et nyt femårigt mål med 2019 som basis.  
19. Ny

BILAG

Selskabsoplysninger

VIRKSOMHEDSPROFIL	
Virksomhedsnavn	Salling Group
Web adresse	sallinggroup.com
Hovedkontorets adresse	Rosbjergvej 33, 8220 Brabrand
Primære brands	Salling, føtex, Bilka, Netto, BR og Wupti.com
Ejerforhold og selskabsform	Privatejet / ikke børsnoteret
Antal medarbejdere i alt	53.531
Væsentlig ændring i rapporteringsperioden vedrørende størrelse, struktur, ejerskab eller forsyningskæde	I januar 2019 købte og overtog vi rettighederne til BR og varelageret fra TOP-TOY A/S. I april 2019 solgte vi Netto Sverige pr. 1/7-19 til det svenske selskab CBS
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"><li>• amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI)</li><li>• amfori Business Environmental Performance Initiative (BEPI)</li><li>• Bangladesh Accord on Fire and Building Safety – The Transition Accord</li><li>• Dansk Initiativ for Etisk Handel (DIEH)</li><li>• Dansk Erhverv (DE)</li><li>• AMS Sourcing</li><li>• FSC Danmark</li><li>• The Consumer Goods Forum (CGF)</li><li>• GlobalG.A.P.</li></ul>
Skattepolitik	Skattepolitikken er tilgængelig på vores hjemmeside <a href="https://sallinggroup.com">sallinggroup.com</a>

RAPPORTPROFIL	
Rapporteringsperiode	1. januar 2019 – 31. december 2019
Rapporteringsprincipper	I overensstemmelse med §§ 99a og 99b i årsregnskabsloven
Dato for seneste rapport	9. april 2019
Rapporteringscyklus	Den årlige rapport offentliggøres inden den 31. maj hvert år og dækker det foregående kalenderår. Rapporten vil være tilgængelig på vores hjemmeside <a href="https://sallinggroup.com">sallinggroup.com</a>
Kontaktpersoner ved spørgsmål til rapporten eller dens indhold	Direktør, Public Affairs, Kommunikation og CSR, Annette Juhler Kjær – <a href="mailto:annette.juhler@sallinggroup.com">annette.juhler@sallinggroup.com</a> Direktør, CSR, Jo Ottow Svendsen – <a href="mailto:jo.ottow.svendsen1@sallinggroup.com">jo.ottow.svendsen1@sallinggroup.com</a>

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



