



# FORENINGS & FORBRUGERPROGRAM

FOR FDB OG BRUGSFORENINGERNE



# Andelsprincipperne

vedtaget af den Internationale Kooperative Alliance:

Frivilligt og åbent medlemskab

Demokratisk medlemskontrol

Økonomisk medlemsdeltagelse

Selvstyre og uafhængighed

Uddannelse, information og undervisning

Samarbejde mellem andelsforeninger

Hensyn til en bæredygtig samfundsudvikling

# Værdigrundlag



FDB er en forening, der efter sine vedtægter skal virke for medlemmernes og forbrugernes interesser i overensstemmelse med de internationale andelsprincipper, som er vedtaget af den Internationale Kooperative Alliance. FDB har tilsluttet sig det **Nordiske Værdikompas**.



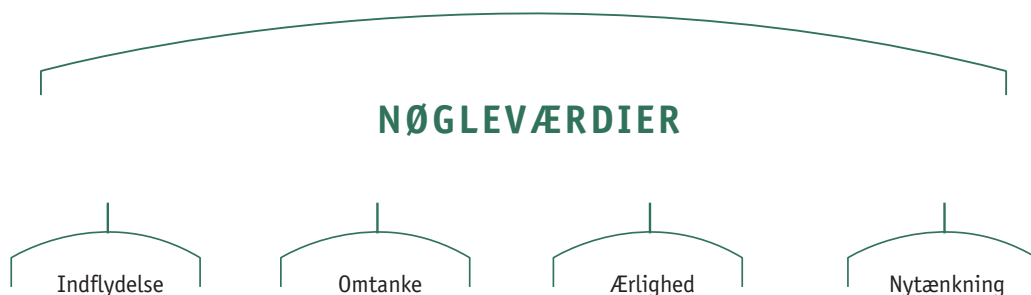
## KERNEVÆRDI

### Tiltro til egenarten

I KF, FDB, Coop NKL og medlemsforeningerne har vi tiltro til vores egenart som medlemsejede

virksomheder, der gennem økonomisk effektiv og professionel drift søger at maksimere nytten for medlemmer og forbrugere.

# Nøgleværdier



## **INDFLYDELSE**

I KF, FDB, Coop NKL og medlemsforeningerne skal medlemmernes indflydelse, medarbejderes synspunkter og en aktiv dialog med omverdenen være med til at forme vores virksomhed.

## **OMTANKE**

I KF, FDB, Coop NKL og medlemsforeningerne viser vi omtanke for mennesker, dyr og miljø, og arbejder for en bæredygtig samfundsudvikling.

## **ÆRLIGHED**

I KF, FDB, Coop NKL og medlemsforeningerne holder vi det, vi lover. Forbrugerne skal føle

sig trygge, når de handler i vores butikker, og have tillid til, at de får oplysninger om varerne og virksomheden, som kan have betydning for deres valg.

## **NYTÆNKNING**

I KF, FDB, Coop NKL og medlemsforeningerne skal vi drage nytte af viden og teknologi og påvirke udviklingen i overensstemmelse med forbrugernes interesser.

Værdikompasset gælder for de virksomheder, som KF, FDB, Coop NKL og medlemsforeningerne ejer, driver eller har bestemmende indflydelse over.

I forhold til værdikompassets nøgleværdier ønsker FDB og brugsforeningerne særligt at fremhæve følgende:

**OM INDFLYDELSE:**

- At medlemsstyret skal sikre medlemmernes mulighed for indflydelse. Indflydelsen skal gælde både lokale og centrale og både kort-sigtede og langsigtede beslutninger i FDB og brugsforeningerne.

Personlige medlemmer af FDB og medlemmer af brugsforeninger tilknyttet FDB skal have lige muligheder for indflydelse.

- At medarbejderne i vores virksomheder skal have adgang til at påvirke virksomhedens udvikling.

**OM OMTANKE:**

- At vi vil arbejde for, at vores virksomheder i alle led fra produktion over distribution og drift til forbrug og bortskaffelse udviser ansvarsbevidsthed i forholdet til mennesker, dyr og det ydre miljø.

- At vi vil arbejde for at fremme fair handelsprincipper i forsyningskæden fra primærproducent til forbruger.





**OM ÆRLIGHED:**

- At vores løfter skal give sig konkret udtryk dels i vores egne initiativer og dels i krav og ønsker til vores virksomheder.
- At forbrugerne skal kunne føle sig trygge ved at handle i vores butikker.
- At oplysninger, vi giver om vores virksomheder og om virksomhedernes varer og andre ydelser, skal være korrekte og relevante.
- At vores virksomheder skal drives økonomisk forsvarligt, således at man kan svare enhver sit og således, at medarbejderne kan være trygge ved virksomhederne som arbejdsplads.
- At medlemsoplysninger skal behandles med fortrolighed og under hensyn til tryghed for det enkelte medlem.

**OM NYTÆNKNING:**

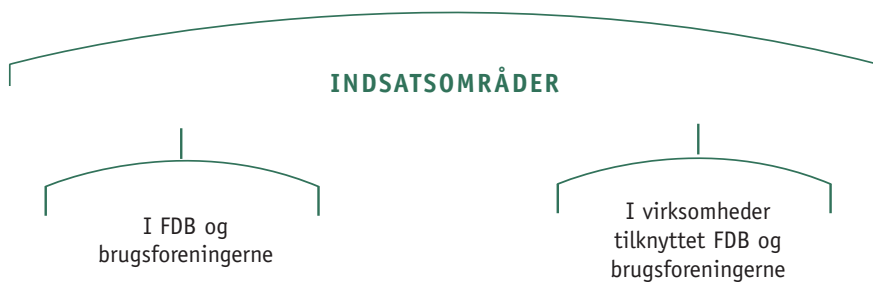
- At vi vil føre en aktiv dialog med omverdenen og udvikle os i takt med samfundet, samtidig med at vi vil søge at påvirke samfundsudviklingen til fordel for forbrugerne.
- At vi vil drage nytte af ny viden og teknologi til gavn for medlemmerne og forbrugerne.
- At vi vil udvikle vores virksomheder, så det giver mulighed for at tilgodese nye forbrugerønsker.
- At vi vil udvikle medlemsfordele og tage initiativer, der kan øge nytteværdien for medlemmerne.

Det ovenfor beskrevne værdigrundlag gælder for FDB og brugsforeningerne og for de virksomheder, som

FDB og brugsforeningerne ejer, driver eller har bestemmende indflydelse over. FDBs kongres har udmøntet

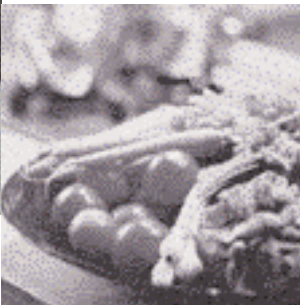
værdigrundlaget i en række indsatsområder, der gælder for perioden 2002-2007.

# Indsatsområder 2002-2007



Indsatsområderne er opdelt i:

- A.** Forenings- og forbrugerpolitisk indsats i FDB og brugsforeningerne
- B.** Forenings- og forbrugerpolitisk indsats i virksomheder tilknyttet FDB og brugsforeningerne





## **A. FORENINGS- OG FORBRUGERPOLITISK INDSATS I FDB OG BRUGSFORENINGERNE**

Vi vil i perioden 2002-2007 prioritere følgende forenings- og forbrugerpolitiske indsatsområder i FDB og brugsforeningerne:

### **1. MEDLEMSINDFLYDELSE**

-Udvikle det medlemsdemokratiske system i overensstemmelse med de internationale andelsprincipper, det nordiske værdikompas og de danske forbrugeres forudsætninger og interesser.

- Aktivt informere forbrugerne om deres mulighed for at opnå indflydelse gennem medlemskab.

- Arbejde for, at det er attraktivt og interessant at være medlemsvalgt.

- Løbende inddrage medlemmerne og andre grupper af interessenter i en dialog om FDBs formål, forenings- og forbrugerpolitiske mål og indsatsområder samt vurdering af resultaterne på disse områder.

### **2. MEDLEMSFORDELE**

- Udvikle eksisterende og nye fordele for medlemmerne i samarbejde med egne virksomheder, Coop Norden, herunder specielt Coop Danmark, samt eksterne partnere.

- Bidrage til udvikling af vores virksomheder med viden og inspiration bl.a. fra medlemsorganisationen.

- Løbende følge udviklingen i viden og teknologi på områder, der har relevans for FDBs og brugsforeningernes interesseområder, og tage stilling til fordele og ulemper for medlemmerne og forbrugerne samt eventuelt tage skridt til at nyttiggøre dette til gavn for medlemmerne og forbrugerne.

### **3. FORBRUGEROPLYSNING**

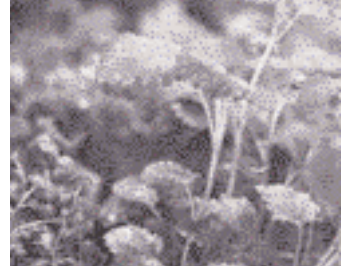
- Oplyse eller medvirke til oplysning over for forbrugerne og udvalgte målgrupper generelt og specifikt om sundheds- og sikkerhedsmæssige, miljømæssige og etiske forhold, der knytter sig til forbrug i almindelighed eller til særlige varer eller varegrupper.

- Oplyse eller medvirke til oplysning over for børn og unge i Danmark om sunde og sikre varer og madvaner, miljømæssig bæredygtighed og etiske problemer, der knytter sig til produktion og forbrug.

### **4. FORBRUGERPOLITIK**

- Deltage i den offentlige forbrugerpolitiske debat med henblik på at fremme den generelle bevidsthed i det danske samfund om sunde og sikre varer, miljømæssig bæredygtighed og etiske problemer, der knytter sig til produktion og forbrug.





- Fremme brugsforeningsbevægelsens vilkår og interesser som andelsvirksomhed og forbrugerorganisation i forhold til myndigheder og samfund.

- Påvirke danske politikere og myndigheder til at fremme forbrugernes sundhed og sikkerhed samt hensynet til miljø og etik generelt og i konkrete forhold. Dette kan ske i samarbejde med organisationer, der har sammenfaldende interesser.

- Samarbejde med søsterorganisationer i Norden, EU og internationalt om fremme af kooperative virksomheders vilkår og interesser og om sundhedsmæssig, sikkerhedsmæssig, miljømæssig, etisk og informationsmæssig indsats til fordel for medlemmerne og forbrugere.

- Informere offentligheden om vores resultater på det forenings- og forbrugermæssige område.

## **B. FORENINGS- OG FORBRUGERPOLITISK INDSATS I VIRKSOMHEDER TILKNYTTET FDB OG BRUGSFORENINGERNE**

Vi vil fremme den forenings- og forbrugerpolitiske indsats gennem samarbejde med de virksomheder, der er tilknyttet FDB og brugsforeningerne.

Herved forstås:

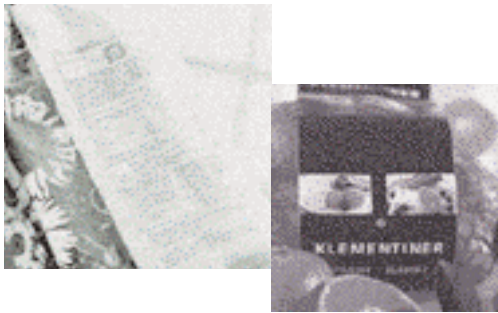
- Virksomheder, som vi selv ejer
- Coop Norden, herunder specielt Coop Danmark
- Øvrige virksomheder, som vi i perioden måtte blive ejere eller medejere af.

I perioden 2002-2007 vil vi som ejere eller medejere prioritere følgende forenings- og forbrugerpolitiske indsatsområder:

### **1. MEDLEMSFORDELE OG -AKTIVITETER**

Detailvirksomheder tilknyttet FDB og brugsforeningerne bør - inden for deres brancher - være medlemmernes foretrukne indkøbssteder. Derfor forventer vi af virksomhederne:

- At de samarbejder med FDB og brugsforeningerne om at udvikle et attraktivt fordelsprogram for medlemmerne ved disses handel i butikkerne.



- At de samarbejder med FDB og brugsforeningerne om at udvikle attraktive varetilbud til medlemmerne på udvalgte varer eller dele af sortimentet.

- At de samarbejder med FDB og brugsforeningerne om at udvikle yderligere fordele knyttet til medlemskortet, f.eks. i forbindelse med eksterne partnere, kultur- og fritidstilbud mv.

For Coop Nordens medlemsbutikker finder vi det særlig betydningsfuldt at bevare og synliggøre den lokale medlemstilknytning. Derfor har vi følgende yderligere ønsker og krav til Coop Nordens medlemskæder i Danmark:

- At der foregår et løbende samarbejde med FDB og brugsforeningerne og de medlemsvalgte om at udvikle og gennemføre medlemsaktiviteter.

- At medlemsbutikkerne indgår konstruktivt i dialog og samarbejde med medlemsvalgte og medlemmer med henblik på at styrke den lokale medlemstilknytning.

- At der i samarbejde med FDB og brugsforeningerne løbende tages vare på, at medarbejderne får en passende viden og information om brugsforeningsbevægelsens særkende og værdigrundlag samt dettes udmøntning i praksis.

## 2. FORBRUGERTRYGHED

Virksomheder tilknyttet FDB og brugsforeningerne bør være landets førende inden for deres branche med hensyn til forbrugertryghed.

Derfor forventer vi, at de bestræber sig på:

- At være førende med hensyn til hygiejnisk standard og fravær af sygdomsfremkaldende mikroorganismer, tungmetaller, rester af sprøjtemidler eller øvrige uønskede emner i fødevarer.

- At egne mærker er fremstillet med brug af færrest mulige tilsætningsstoffer.

- At mindske brugen af sundhedsskadelige stoffer i tekstiler og øvrige nonfood produkter.

### 3. MILJØ

Virksomheder tilknyttet FDB og brugsforeningerne bør være landets førende inden for deres branche med hensyn til omtanke for det ydre miljø. Derfor forventer vi, at de bestræber sig på:

- At være førende med udvalget af varer, der tager hensyn til miljøet i fremstilling, brug eller bortskaffelse.
- At fremme udvikling og salg af miljøforbedrede varer, ved - evt. på forsøgsbasis at tilbyde nye produkter i sortimentet.
- At være førende med miljøhensyn i emballager.
- At minimere forbruget af el, brændstof og vand samt øvrige ressourcer i butikker, lagre, distribution og øvrige områder.
- At affald fra virksomhedens aktiviteter minimeres og at bortskaffelsen sker på den miljømæssigt mest forsvarlige måde.
- At være førende med hensyn til at fjerne eller mindske brugen af stoffer, som Miljøstyrelsen anser for uønskede (f.eks. PVC, LAS, tungmetaller etc.)
- Ikke at bruge genmodificerede ingredienser i fødevarer af egne mærker.

- At tilbyde forbrugerne et frit forbrugsvalg gennem mulighed for at vælge fødevarer uden genmodificerede ingredienser.

Ved produkter, hvor der rejses tvivl om miljøpåvirkningen, uanset at lovgivningen holdes, bør virksomheden vurdere konkret, om man bør føre eller benytte det pågældende produkt.

### 4. ETIK

Virksomheder tilknyttet FDB og brugsforeningerne bør være landets førende inden for deres branche med hensyn til respekt for mennesker samt til dyrevelfærd uden at menneskers helbred sættes på spil. Derfor forventer vi, at de bestræber sig på:

- At sikre et godt og sundt arbejdsmiljø såvel psykisk som fysisk i egen virksomhed og i datterselskaber.
- At tilbyde medarbejdere på alle niveauer adgang til indflydelse på deres egen arbejdsituation og virksomhedens udvikling.
- At leve op til det sociale ansvar over for udsatte grupper i og udenfor virksomheden med hensyn til jobmuligheder.
- At lade personer fra etniske minoriteter indgå som en naturlig og selvfølgerlig del af medarbejderstaben.

- Gennem dialog med leverandørerne at medvirke til, at medarbejderne i leverandørvirksomheder opnår forhold, der lever op til ILOs konventioner i et omfang, der nærmere bestemmes af FDB's bestyrelse.

- At optræde som redelige og troværdige handelspartnere.

- At være førende med udbuddet af varer, der er produceret og handlet efter internationalt anerkendte fair trade principper.

- At tilbyde fødevarer produceret fra dyr, der er opdrættet med særlige dyrevelfærdshensyn.

- For animalske fødevarer sikre, at den for producentlandet gældende dyreværnslov overholdes.

- At der for importerede animalske fødevarer stilles samme krav til velfærd, anvendelse af vækstfremmere mv. som gælder for dansk produktion.

- Virksomheder tilknyttet FDB og brugsforeningerne bør kun acceptere dyreforsøg, hvor der ikke findes andre alternativer, og kun i tilfælde, hvor formålet er at skabe større sikkerhed for mennesker.

I forhold, hvor der rejses tvivl om dyrevelfærden, uanset at dyreværnsloven overholdes, bør virksomheden vurdere konkret, om man bør føre det pågældende produkt.

## 5. INFORMATION

Virksomheder tilknyttet FDB og brugsforeningerne bør være landets førende inden for deres branche med hensyn til åbenhed og troværdighed. Derfor forventer vi, at de bestræber sig på:

- At oplysninger, som virksomheden giver i forbindelse med information og markedsføring, er ærlige og gennemskuelige.

- At forbrugeren let kan få de informationer, der giver mulighed for reelt at vurdere pris og kvalitet hos virksomheden i forhold til markedet.

- At der for alle varer under egne mærker kan fås oplysninger om varens oprindelse, ernæringskvalitet, miljøbelastning, etik og øvrige oplysninger, der kan have betydning for forbrugers valg.

- At informere forbrugere, hvis virksomheden har besluttet at føre varer, som er forbundet med særlige sundhedsmæssige, etiske eller miljømæssige problemer, uanset at disse varer overholder gældende lov.

- At samarbejde med FDB og brugsforeningerne om information til medlemmerne, forbrugere og offentligheden, herunder særlige grupper efter nærmere aftale.



På baggrund af drøftelser i medlemsorganisationen samt eventuelt med andre interessenter afgiver FDBs repræsentantskab årligt en indstilling vedrørende prioritering af indsatsområderne for det kommende år.

Denne indstilling indgår i FDBs bestyrelses beslutning om det kommende års handlingsplan for forenings- og forbrugerområdet, herunder ønsker, som FDB vil fremsætte over for Coop Norden og Coop Danmark.

Til dokumentation af indsatsen på forenings- og forbrugerområdet udarbejder og offentliggør FDB hvert år en redegørelse, hvori indgår resultater fra de virksomheder FDB og brugsforeningerne ejer eller er medejer af.

Redegørelsen godkendes af repræsentantskabet og forelægges kongressen i lighed med årsregnskabet.

*Kongressen tager hvert år stilling til den opnåede indsats på de givne områder.*

omtanke

Nordisk Værdikompas

nytænkning

kerneværdi

nøgleværdier

ærlighed

andelsprincipperne

indflydelse

[WWW.FDB.DK](http://WWW.FDB.DK)

