

Indledning

Knap 80 pct. af danskerne mener, at børn og unge ikke skal begynde at ryge. Det bakker vi op om i Coop. Derfor arbejder vi, i forbindelse med vores sundhedsstrategi "Pas dig selv" som blev lanceret i januar 2017, bl.a. for at blive bedre til at overholde aldersgrænsen for salg af tobak. Du kan læse mere om vores sundhedsstrategi her: www.coop.dk/pasdigselv

Dette partnerskab er et skridt på vejen, der giver den samlede detailhandel mulighed for at skabe den normændring, der kan være med til at forbedre danskernes folkesundhed.

Igangsatte initiativer

Partner på Røgfri Fremtid

Coop har været partner på Røgfri Fremtid siden lanceringen af initiativet i maj 2017. Sammen med de øvrige partnere bakker Coop op om målsætningen om den første røgfri generation i 2030. Man kan læse mere om initiativet her:

<https://www.roegfrifremtid.dk/>

Badges og klistermærker

Der er udsendt badges og klistermærker til alle 1200 butikker med titlen 'Tobak=ID'. Materialet har til formål at skabe synlighed om problemstillingen i salgssituationen og hjælpe både butiksmedarbejder og kunde til at overholde aldersgrænserne for salg af tobak.

Intern kontrol

Coop har udført systematiske kontroltjek via mystery-shoppers, der har givet os indsigt i årsagerne til udfordringerne ved overholdelse af aldersgrænser ved salg af tobak. Det er et værktøj vi bruger til opfølgning i butik og blandt medarbejdere.

Opbakning til SmartID

Coop var medafsender på Danske Spils kampagne, der satte fokus på SmartID-appen. App'en der er koblet op på nemID, er en god løsning ift. at gøre det nemmere for unge at medbringe ID ved køb af tobak. Man kan læse mere her:

<http://www.smart-id.dk/>

Debat på folkemødet

På folkemødet 2017 holdte Coop en debat med titlen 'hvem har ansvaret, når unge begynder at ryge? Her debatterede vi med politikere og NGO'er om hvordan vi kan knække kurven for unges rygning.

Medarbejderinformation

Der informeres løbende i interne kanaler, for at sikre kontinuerligt fokus på problemstillingen.

Kasseprompt	Kasserne er indstillet til at minde medarbejderen om at spørge om ID, hver gang der scannes en pakke tobak og andre varer med aldersbegrænsninger.
Nye initiativer	
Intern kontrol	Coop vil fortsat udføre systematiske kontroltjek gennem 3. part. Vi udfører repræsentative kontroltjek for alle kæder, med genbesøg i de butikker hvor der er solgt tobak til en mindreårig.
Systematisk opfølgning	Efter hvert kontroltjek gennem 3. part udføres systematisk opfølgning på håndhævelse af aldersgrænser, både på hovedkontoret og i butik. Der informeres om lovgivningen ved relevante personalemøder og via digitale kanaler.
Medarbejderinformation	Coop vil fortsat systematisere og udsende løbende information til alle butikker omkring overholdelse af aldersgrænsen for salg af tobak. Derudover vil vi indsamle erfaringer fra butikkerne, som deles med medarbejderne i interne kanaler.
Lederinformation	Der sendes information ud til ledere og butikschefer hver måned med henblik på at fastholde fokus på problemstillingen. Derudover tages håndhævelse op på relevante møder med butikschefer for at sikre forankring.
Butiksmateriale	Tobak=ID indsatsen styrkes yderligere med endnu en bølge, der skal gøre kunderne mere bevidste om at de kan forvente at blive spurgt om ID. Til dette genoptrykkes tobak=ID badges og der udvikles skiltemateriale til butikkerne.
Uddannelse	Der udvikles peer-to-peer læringsmateriale, der skal give medarbejderne ejerskab i udviklingen af en bedre kultur for at spørge om ID. Der udvikles ydermere materiale til brug ved introduktion til nye medarbejdere. De nye medarbejdere skal igennem et simpelt 'gæt en alder spil', der skal danne baggrund for refleksion og samtale om det at spørge om ID.
Videreudvikling af kasseprompt	Funktionen i kassen der minder kasseekspedienten om at spørge om ID, udbygges så den viser hvilket årstal man skal være født i for at være over 18 år gammel.
'Vis ID' kampagne	I samarbejde med Københavns kommune blev unge i København inviteret til at indsende en video med bud på gode måder at spørge om ID på. Vinderen blev kåret i Irma og



November 2017

videoen er blevet sendt ud til alle butikker, for at inspirere medarbejderne til at spørge om ID ved salg af tobak til unge. Man kan læse mere her: <https://visid.kk.dk/>