

Stockholm den 13 november 2014

Kvartalsrapport för hållbarhet Q3, juli-september 2014

Ökat fokus på hälsa

Hälsa stod i fokus under årets tredje kvartal, med bland annat sponsringsinsatser för breddidrott och andra hälsofrämjande aktiviteter. Rimi i Litauen blev under kvartalet också första baltiska livsmedelsföretag att anamma Nyckelhålmärkning av produkter, och ICA Sverige breddade ytterligare utbudet av allergianpassade produkter.

Viktiga händelser i korthet

- 700 skolklasser anmälde sig till svenska kampanjen Kompis med kroppen, som ICA Sverige arrangerar för 14:e året i rad.
- ICA Sverige fortsatte bredda sitt allergianpassade utbud och har nu sammanlagt över 900 egna gluten- och laktosfria produkter i det centrala sortimentet.
- Rimi i Litauen blev första baltiska dagligvaruaktör att lansera Nyckelhålmärkning av produkter.
- ICAs försäljning av ekologiska varor ökade med 45 procent i Sverige under tredje kvartalet jämfört med samma period föregående år.



-31%

minskad direkt
klimatpåverkan *

89%

av ICAs leverantörer
av egna varor i hög-
riskländer är socialt
reviderade *

72%

av ICAs leverantörer
av egna varor är
kvalitetscertifierade *

* Se sid. 2.

Hållbarhetsmål:

ICA ska minska sin direkta klimatpåverkan med 30 procent till 2020 jämfört med 2006¹

2014 jan-sep, %	2013 jan-sep, %	2013, %	Mål, %
-31	-16	-18	-30

100 procent av ICAs leverantörer av egna varor i högriskländer ska vara socialt reviderade²

2014 Q3, %	2014 Q2, %	2013, %	Mål, %
89	83	77	100

80 procent av ICAs leverantörer av egna varor ska vara kvalitetscertifierade³

2014 Q3, %	2014 Q2, %	2013, %	Mål, %
72	58	n/a	80

• Isolerat under kvartalet har ICAs koldioxidutsläpp ökat något på samtliga marknader. Detta beror främst på de varma sommar-månaderna som resulterade i att elförbrukningen ökade i butikerna för att kunna hålla fläktar och kylar igång. Under första kvartalet 2014 nådde ICA det långsiktiga concernmålet för direkt klimatpåverkan och detta mål är uppnått även när tre kvartal har passerat. Eftersom koldioxidutsläppen varierar med årstiderna betraktas dock målet inte vara helt uppnått än, men det inger hopp om att klara det under året, nu när ett kvartal återstår. Det som påverkat resultatet är ICAs långsiktiga arbete inom flera områden för att minska utsläppen, framför allt inom energi, köldmedia, transporter och tjänsteresor. Det som har fått stor påverkan på utsläppen under de första tre kvartalen av 2014 är att ICA Norge har börjat köpa förnybar el till butiker och lager. ICA Sveriges satsning på transporter med bilar som körs på alternativa bränslen, att ännu fler svenska ICA-butiker har valt ICAs centrala elavtal med förnybar el samt att Rimi Baltic gått över till köldmedia med mindre klimatpåverkan.

• Både andelen och antalet reviderade leverantörer i högriskländer ökade under tredje kvartalet, framför allt inom frukt, grönsaker och blommor vilket är effekten av ett nordiskt inköpsarbete inom dessa produkt-kategorier. I Baltikum har man arbetat aktivt med leverantörsbasen inom non-food kategorin och detta har påverkat utfallet positivt. ICA Gruppens målmedvetna arbete för att stödja leverantörerna i att säkerställa att produktionen sker på ett godtagbart sätt vad gäller mänskliga rättigheter fortsätter under året.

• Från och med första kvartalet 2014 har definitionen av kvalitetsmålet ändrats så att det inte enbart inkluderar livsmedelsleverantörer utan samtliga leverantörer av ICAs egna varor. Dessutom accepteras ytterligare standarder, förutom GFSI-godkända standarder. Detta gör att utfallet för målet från och med 2014 inte kan jämföras med tidigare år. Målet på 80 procent kvarstår. Andelen kvalitetscertifierade leverantörer av egna varor ökade under tredje kvartalet jämfört med andra kvartalet. Den främsta anledningen är att nya rutiner har införts för att fastställa att arbetet med uppdatering och registrering av kvalitetscertifikat sker löpande. Rutinerna har gett god effekt och under kvartalet har en positiv utveckling skett med ett ökat antal kvalitetscertifierade leverantörer.

¹ Med ICAs direkta klimatpåverkan avses drift av butik och lager, godstransporter mellan lager och butiker samt tjänsteresor. Klimatpåverkan från sortimentet är inte inkluderat. Utfallet jämförs med ackumulerat genomsnittligt kvartalsvis utsläpp baserat på utsläppsdata för helåret 2006. Från första kvartalet 2013 redovisas målet som direkt klimatpåverkan per kvadratmeter säljyta i butik i enlighet med den koncernstrategi som beslutades i slutet av 2012. Jämförelsesiffror för tidigare år och perioder har justerats i enlighet med detta.

² Med egna varor menas i huvudsak egna märkesvaror. Länder med hög risknivå definieras sedan 1 januari 2014 i enlighet med BSCI:s definition (Business Social Compliance Initiative).

³ 80 procent av ICAs leverantörer av egna varor ska vara kvalitetscertifierade enligt en standard som ICA godkänner, till exempel GFSI-godkänd standard och IP Sigill. ICA rapporterar från och med 2014 kvalitetsstatus för leverantörer för hela sortimentet. Tidigare har detta enbart rapporterats för leverantörer av mat, frukt och grönsaker.

VD-ord

Många dimensioner i frågor om hälsa

Under årets tredje kvartal kunde vi konstatera att hälsofrågan fortsätter att engagera våra kunder. Extra roligt var att vi som första livsmedelsaktör i Baltikum kunde erbjuda kunderna Nyckelhålsmärkta varor.

Att inspirera ICA Gruppens kunder att göra hälsosamma val och leva sunt är en av våra roligaste och viktigaste uppgifter. Dels sporrar det oss affärsmässigt att ständigt utveckla nya produkter, som till exempel vårt växande sortiment av allergianpassade produkter. Dels är fokus på hälsa en central del i vår strävan att vara en positiv kraft i samhället. Genom vår kärnverksamhet mat och måltider kan vi mycket konkret bidra till att fler mår bra. Mat och motion hör också ihop. Att då ta ett steg till och sponsra hälsoaktiviteter som passar många olika grupper i samhället, känns helt naturligt.

Det senaste kvartalet innehöll många exempel på koncernens hälsofokus. Jag tänker till exempel på ICA Sverige, där vi nu kan erbjuda 900 produkter som är fria från allergener som t ex gluten och laktos, och på att 700 skolklasser anmälde sig för vår uppmärksammade Kompis med kroppen-kampanj. Ett annat exempel är våra sponsringsaktiviteter med Handikappidrottsförbundet och Riksidrottsförbundet. Jag vill också gärna lyfta fram Rimi i Litauen, som nu som första baltiska livsmedelsaktör kan erbjuda Nyckelhålsmärkta egna varor.

Just Nyckelhålet har en speciell ICA-koppling. Märkningen kom till som ett resultat av ICAs arbete med hälsa på 1980-talet, och har nu vuxit till något större delen av den nordiska branschen har nytta av. Det visar om något hur länge ICA har drivit hälsofrågor. Men samtidigt sätter det också fingret på en viktig fråga. Fungerar Nyckelhålsmärkningen som vi vill, eller behöver branschens aktörer och myndigheter modernisera varumärket?

Hälsofrågan blir dessutom allt mer mångfacetterad. Vi har till exempel sett att för många kunder är ekologiska matvaror och närproducerade alternativ inte längre bara en fråga om miljö, utan också om just hälsosam livsstil. Det känns helt enkelt sunt att kunna välja lokalproducerad och ekologiskt



producerad mat. I ljuset av det blir till exempel vårt svenska samarbete med LRF allt viktigare med konceptet "ICA God smak från" i spetsen, ett sortiment med fokus på lokala smaker där samtliga produkter består av svenska råvaror som produceras i Sverige.

Våra satsningar på hälsa kommer att fortsätta, bland annat genom ICA Gruppens förvärv av Apotek Hjärtat.

Slutligen vill jag gärna nämna en spännande nyhet: Efter årsskiftet drar ICA igång ett klimatprojekt där vi tillsammans med våra samarbetspartners söker nya vägar för att hjälpa familjer till en klimatsmart och hälsosam vardag. Vi började arbetet med att utveckla projektverktyget redan under kvartalet som gick, och efter årsskiftet ska vi vara igång på allvar.

Per Strömberg
VD ICA Gruppen

"Det känns helt enkelt sunt att kunna välja lokalproducerad och ekologiskt producerad mat. I ljuset av det blir till exempel vårt svenska samarbete med LRF allt viktigare med konceptet "ICA God smak från" i spetsen."

Miljö

Fortsatt uppåt för ekovaror

ICA Sveriges försäljning av ekologiska varor fortsätter att öka kraftigt. Under det tredje kvartalet i år ökade den ekologiska försäljningen i det centrala sortimentet med 45 procent jämfört med samma kvartal föregående år. Försäljningen av ICAs egna varor inom sortimentslinjen ICA I love eco ökade med 58 procent under kvartalet, jämfört med samma kvartal 2013. Bakom ökningen ligger flera satsningar med fokus på att lyfta ekologiskt. ICA Sverige har bland annat erbjudit dubbel bonus på ICA I love eco-varor, lyft fram det ekologiska utbudet i butik genom kommunikationsmaterialet "Välj eko" och under kvartalet har också ICA Sverige uppmärksammat ekologiska varor i sin reklamfilm.

Eko-certifiering av litauiska lager

Som första dagligvaruaktör i Litauen har Rimis lager certifierats av Ecoagros för att lagra och distribuera ekologiska varor.

Ecoagros är en statligt grundad organisation som säkerställer att de standarder som satts upp av EU och International Federation of Organic Farming följs.

Start för klimatprojekt

I Sverige inleddes förarbetet med ett klimatprojekt, som syftar till att hjälpa familjer att hitta fler sätt att minska klimatpåverkan i vardagen. Projektet är ett samarbete mellan ICA Sverige, ICA Banken, ICA Supermarket Torgkassen och Uppsalahem tillsammans med bland andra Chalmers och WWF. Idén är att ta tillvara på erfarenheterna från det uppmärksamade klimatexperimentet One Tonne Life som ICA deltog i 2011. I One Tonne Life provade en familj olika metoder att minska sin klimatpåverkan från boende, transporter, mat och övrig konsumtion. Den här gången handlar det om att låta boende i ett hyreshus i Uppsala testa lärdomarna i ännu större skala och med nya verktyg. Bland annat kommer familjerna att testa en metod att

följa upp sina koldioxidavtryck digitalt. Projektet startar i början av 2015.

Norsk dialog om hållbar matproduktion

ICA Norge deltog under kvartalet i ett möte om hållbar livsmedelsproduktion med fokus på konsekvenser i form av avskogning i utvecklingsländer. Mötet arrangerades av Norges klimat- och miljödepartement. Flera stora branschaktörer deltog, liksom andra departementsföreträdare och NGO-representanter från såväl Norge som andra länder. Mötet var en del i Norges förberedelser inför klimattoppmötet i Lima i november. ICA Norge förde på mötet fram vikten av en övergång till hållbar produktion av palmolja. Dessutom undertecknade ICA Norge branschens avsiktsförklaring om att all palmolja som används i Norge ska vara hållbart producerad och certifierad. I samma möte anslöt sig också ICA Norge till FN:s deklaration om att stoppa världens avskogning.

Kvalitet

Möte om danska grisar

ICA Sverige har tillsammans med Svensk Dagligvaruhandel haft en dialog med representanter för dansk grisnäring, som en uppföljning av arbetet med förbättrad djuromsorg. I Sverige har dansk praxis med svanskupering och användning av antibiotika väckt uppmärksamhet. Av ICA Sveriges färska griskött är närmare 80 procent svenskt, och ambitionen är också att öka försäljningen av svenskt griskött. Än så länge är dock efterfrågan på griskött större än utbudet av svenskt kött, varför ICA köper in också danskt griskött som bedöms som det näst bästa alternativet ur djuromsorgsperspektiv.

Norsk läkemedelsrevision

Norska Läkeemedelsverket har gjort en revision av ICA Norge angående ICAs godkännande som grossist för icke receptbelagda läkemedel. Mindre avvikelser noterades som ICA Norge har åtgärdat.

Publika återkallelser av egna märkesvaror under kvartalet

ICA Sverige har haft en publik återkallelse av egna märkesvaror via pressrelease under kvartalet: ICA Oliver Pimiento efter indikation om att förpackningar kan innehålla glasbitar.

Rimi Baltic har haft två publika återkallelser av egna märkesvaror via pressrelease: Leksaksbollar med lyse som innebar risk för kvävning samt tallrikar vars blyinnehåll översteg den godkända nivån. ICA Norge har inte haft någon publik återkallelse via pressrelease under kvartalet.

Etisk handel

Bättre förhållanden för anställda bärplockare

Under kvartalet gjorde ICA Sverige revisioner av förhållandena för organiserade utländska bärplockare i svenska skogar. Revisionerna visade att de stora bärföretagen blivit bättre på att säkerställa acceptabla arbetsförhållanden för sina anställda bärplockare, och att de använder de granskningsverktyg som ICA tidigare delat med sig av till hela branschen. Antalet mellanhänder har minskat och uppköparna har skapat bättre rutiner för löneutbetalningar. Samtidigt har årets svaga bärskörd och det faktum att det finns bärlager kvar från förra året varit en utmanande situation, inte minst för oorganiserade bärplockare. De områden som fortfarande behöver förbättras enligt revisionen av den organiserade plockningen är att säkerställa rimliga arbetstider och att öka kännedomen bland bärplockarna om sina rättigheter i enlighet med kollektivavtalen rörande exempelvis sjukdom.

Italienska tomater granskades

Under kvartalet har oberoende parter följt upp arbetet med socialt ansvar hos två italienska tomatproducenter. Detta utifrån att norska medier tidigare rapporterat om oacceptabla arbetsförhållanden på tomatodlingar i Italien. Uppföljningen var en första avstämning mot de långtgående krav som ICA Gruppen ställer på socialt ansvar, bland annat vad gäller att odlingarna säkerställer att det finns möjlighet till facklig anslutning hos sina anställda samt att säkerställa att anställningsdokumentationen är helt i sin ordning. Inga kritiska avvikelser identifierades under denna initiala granskning.

Barns rättigheter lyfts ännu mer

Under kvartalet gjorde ICA Gruppen en genomlysning av hur den svenska verksamheten påverkar barnens rätt ur ett globalt perspektiv. Studien gjordes utifrån FN:s, UNICEF:s och Rädda Barnens gemensamma

barnrättsprinciper. Slutsatsen blev att ICA redan gör många saker rätt, men att barnperspektivet bör lyftas fram ännu mer. Som en konsekvens av detta har därför ICA nu lyft in det i sin hållbarhetspolicy på koncernnivå, för att barnperspektivet ska genomsyra alla gruppens verksamheter. ICA arbetar nu för att ta fram ytterligare handlingsplaner med studien som utgångspunkt. Frågan aktualiserades också av att Swedwatch under kvartalet släppte en rapport där ett antal svenska aktörer som köper textilprodukter från Bangladesh granskades. Granskningen gällde hur företagen konkret värnar rättigheterna för de barn vars föräldrar arbetar i de textilfabriker som företagen anlitar. ICA arbetar sedan många år bland annat med leverantörsuppföljningar på plats samt deltar i samverkansprojekt med andra aktörer för att gemensamt förbättra situationen för till exempel föräldrar och unga vuxna som arbetar hos leverantörer som tillverkar ICAs egna varor.

Hälsa

Palmolja i fokus

ICA Norge har beslutat att från 2015 avstå från att använda palmolja i egna märkesvaror. Anledningen är att de norska konsumenterna föredrar produkter utan palmolja, av hälsoskäl. I Sverige kopplar konsumenterna frågan om palmolja mer till miljöfrågor, och det finns ingen forskning som pekar på hälsorisker i samband med intag av palmolja. ICA Sverige fortsätter därför sitt pågående arbete ur miljösynvinkel, med övergång till hållbart certifierad palmolja i alla egna varor senast 2015.

Kompis med kroppen engagerar svenska skolor

För fjortonde året i rad genomför ICA Sverige den internationellt uppmärksammade kampanjen Kompis med kroppen, där skolbarn får besöka sina lokala ICA-butiker för att lära sig mer om varför det är nyttigt att äta frukt och grönt. Under kvartalet anmälde sig runt 700 skolklasser för besök. De flesta av besöken kommer att genomföras under oktober och november.

Nya allergianpassade produkter

För att möta den ständigt ökade efterfrågan på allergianpassade produkter fortsätter ICA Sverige att bredda sitt produktutbud. Under september meddelade ICA att flera nyheter var på gång i ICAs egna Fri från-sortiment, till exempel glutenfria frysta pannkakor, glutenfri spagetti i storpack samt nya smaker i ICAs laktosfria yoghurtssortiment. Totalt uppgår sortimentet nu till över 900 allergianpassade produkter. Under kvartalet ökade ICA Sveriges försäljning av egna glutenfria produkter med 450 procent jämfört med samma period 2013. ICAs egna laktosfria produkter ökade med 53 procent under samma period.

Nyckelhälsmärkning på plats i Baltikum

Litauens hälsomyndigheter har introducerat Nyckelhälsmärkning av matvaror för att hjälpa konsumenterna att göra hälsosamma kostval. Rimi Litauen har först av alla landets dagligvaruaktörer börjat processen med att införa Nyckelhälsmärkning av de produkter som möter myndigheternas fastslagna kriterier för fett, salt, socker och fiber inom kategorierna frukt, grönsaker, bär och färsk fisk. Nyckelhälsmärkningen har sitt ursprung i en svensk ICA-idé. Läs mer om detta i Utblick på sid 7.

Kostrådgivare på plats i utvalda Cura apotek

Cura apoteket har nu introducerat sin tjänst Kostkollen på tolv apotek. Ett antal farmaceuter har specialutbildats i näringslära. Genom utbildningen kan farmaceuterna då med dubbel kompetens bistå och inspirera kunderna att göra viktiga kostförändringar i vardagen, med hänsyn tagen till både livsstil och eventuella mediciner. Alla råd bygger på Livsmedelsverkets rekommendationer.

Satsningar på hälsosam livsstil

Mat och motion hör ihop. Därför vill ICA Gruppen också uppmuntra fysiska aktiviteter. ICA Sverige är bland annat huvudsponsor till Blodomloppet som genomförts på 14 orter från maj till augusti. Totalt deltog 110 000 personer i loppet under perioden. Också sponsringen av Landslagets fotbollsskola handlar om hälsa, i det här fallet om att lära barn äta rätt. 51 000 barn beräknas ha deltagit i Landslagets fotbollsskola under 2014. ICA Sverige gav de 6 100 ledarna ett speciellt utbildningsmaterial om matens betydelse för träning. I augusti var ICA Sverige också huvudsponsor till Cykelvasan som lockade över 16 500 cyklister till start. ICA bidrog med inramningen av tävlingsarenan samt genomförde barnaktiviteter vid sportmässan i Lindvallen, Sälen.

Samhällsengagemang

ICA öppnar dörren för Sveriges ungdomar

Fram till tredje kvartalet hade 952 unga som står långt utanför arbetslivet fått praktikplatser genom ICA Sveriges och ICA-butikernas jobbsatsning ICA 2020. Målet är att erbjuda 2 000 nya praktikplatser till ungdomar under 25 år de kommande åren. Satsningen sker i samarbete med Arbetsförmedlingen. ICA-butikerna är redan en av Sveriges största ungdomsarbetsgivare och tar varje år emot 10 000–15 000 praktikanter. Under kvartalet har ICA Sverige också förberett den första upplagan av ICAs unga nätverk, som genomförs under kommande kvartal. Det är ett tre dagar långt evenemang med föreläsningar och workshops där syftet är att ta reda på de ungas bild av vad som gör ICA Sverige till en attraktiv arbetsgivare.

Framgångar för handikappidrottare

ICA Sverige stöder Svenska Handikappidrottsförbundet och Sveriges Paralympiska

kommitté genom både sponsring och samarbeten. Bland annat utbildar ICA deltagare i förbundets Elitidrottsskolan i hur man åter rätt för att orka träna. Att stötta handikappidrott stämmer väl in i ICAs inställning att alla har lika värde. Under årets andra och tredje kvartal har svenska handikappidrottare haft stora framgångar och plockat hem inte mindre än 29 medaljer på världs- och Europeanivå i en rad olika grenar. Framför allt utmärkte sig simmaren Jennie Ekström som tog guld och slog världsrekord i 50 meter bröstsim under EM i Eindhoven.

Stöd till breddidrott

Att inspirera barn och ungdomar till en sund livsstil är ett led i ICA Gruppens arbete med hälsofrågor. För att stötta den svenska breddidrotten samarbetar därför ICA Sverige bland annat med Riksidrottsförbundet och är sedan 2013 huvudsponsor till SM-veckan som arrangeras två gånger per år. Under

kvartalet som gick arrangerades sommarens SM-vecka i Borås och cirka 6 000 deltagare i ett 40-tal olika idrotter tävlade för att bli svenska mästare.

Lettisk insamling för barn

Under kvartalet bjöds Rimi Lettlands kunder in att donera pengar i Rimi- och Supernetto-butikerna till förmån för SOS Barnbyar i landet. Totalt genererade insamlingen drygt 213 200 kr. Under juli och augusti donerade kunderna också totalt över 175 900 kr till förmån för rehabilitering av svårt sjuka barn i Lettland.

Kritik och mediadebatter

Superbroccoli väckte uppmärksamhet

ICA Sverige uppmärksammades i både traditionella och sociala medier för introduktionen av den så kallade superbroccolin Beneforté. Diskussionen gällde framför allt om broccolin var genmodifierad på grund av sin koppling till företaget Monsanto, som säljer genmodifierade frön och plantor. Beneforté är dock inte genmodifierad, utan är en traditionellt framodlad korsning mellan en italiensk vild broccoli och den vanligaste broccolisorten. ICA Gruppen har i grunden en positiv inställning till ny teknik som ger konsumenterna förbättrade produkter. Av etiska och miljömässiga skäl ifrågasätter ICA Gruppen dock produktion och odling av genmodifierade livsmedel och grödor som inte produceras i en sluten miljö. Inom EU är reglerna hårda runt genmodifierade organismer. Bara ett fåtal är godkända för odling. ICA Gruppen har inga produkter med genmodifierat ursprung i sitt centrala sortiment.

Debatt om kolsyremaskin

ICA Sverige kritiserades i medier för att sälja dryckesmaskinsprodukter från ett företag som har en av sina fabriker på Västbanken. De produkter som levereras till ICA har inte, som helhet eller på komponentnivå, tillverkats i fabriken på Västbanken utan tillverknings sker i andra fabriker. ICA Gruppens grundinställning är att koncernen gör affärer med leverantörer och inte länder. Generellt följer ICA Sverige FN:s och den svenska regeringens rekommendationer när det gäller affärsrelationer med andra länder. För att kunderna själva ska kunna välja om de vill avstå från att köpa varor från ett visst land är ursprungsmärkningen av varorna alltid så tydlig som möjligt.

Ryska handelssanktioner påverkade i Baltikum

I Estland, Lettland och Litauen har ryskt importstopp för bland annat mejeriprodukter väckt stor uppmärksamhet, bland annat eftersom det i Lettland lett till kraftigt sjunkande pris på mjölk. För att stötta de lettiska producenterna har Rimi i Lettland tillfälligt sänkt priserna på flera lokala produkter. I Litauen sålde Rimi tillfälligt produkter som ursprungligen var tänkta för Ryssland och som därför hade ryska förpackningar.

Priser och utmärkelser

Rimi utsågs till omtyckt varumärke

Rimi Lettland fick en hedrande tredjeplacering i den årliga omröstningen av landets mest omtyckta varumärken. Lågpriskedjan Super-netto utsågs till "Most advantageous brand", alltså mest fördelaktiga varumärke, i samma omröstning.

Norsk makrill vann lovord

ICA Norges egna produkt Matmesteren Makrell i tomat utsågs till Bäst i test, tillsammans med ytterligare en produkt, av norska sajten Klikk.no. Testet gick ut på att mäta bästa näringsinnehåll i produkterna, till exempel högst andel fisk och mest protein.

Utblick

Nyckelhålsmärkning för en ny tid

Att inspirera och hjälpa kunderna att göra hälsosamma och upplysta val är en viktig uppgift för ICA Gruppen. En hjälp i det arbetet är livsmedelsbranschens välbekanta, gröna symbol Nyckelhålet som numera finns i alla nordiska länder utom Finland. Märkningen är en garant för att produkten uppfyller vissa gemensamt fastslagna kriterier vad gäller näringsinnehåll.

Mindre bekant är att ICA Sverige är upphov till idén med Nyckelhålsmärkningen. Under 1980-talet beslutade ICAs provkök i samarbete med Livsmedelsverket att märka vissa fettsnåla och fiberrika produkter med en grön prick. "Gröna pricken" symboliserade kostcirkeln och fungerade som en guide för de som ville äta hälsosammare. Experimentet föll så väl ut att ICA 1989 överlät "Gröna pricken" som varumärke till Livsmedelsverket, för att resten av branschen också skulle kunna anamma systemet. Livsmedelsverket valde då att förnya varumärket genom att sätta pricken ovanpå en grön triangel, som symboliserade matpyramiden. Därmed var Nyckelhålet fött.

I år firar Nyckelhålsmärkningen 25-årsjubileum. Genom åren har märkningen utvecklats och kriterierna förfinats. Idag

handlar det inte bara om mycket fiber och lite fett, utan också om andel fullkorn, begränsat salt- och sockerinnehåll och bättre fettkvalitet. Men trots att grundidén är så bra att fler länder valt att ta efter, så tycker ICA Sveriges chef för hälsa Christina Karlsson att det är dags för en modernisering.

– Nyckelhålet är ett helt fantastiskt varumärke med väldigt hög kännedom bland konsumenterna, framför allt här i Sverige. Men om vi ska vara lite kritiska så har vi de senaste tio åren också sett att industrin inte använder Nyckelhålsmärkningen i samma utsträckning längre, säger Christina Karlsson. Hon tror att det sjunkande intresset kan bero på att varumärkesägaren Livsmedelsverket inte förnyat kommunikationen på länge. Nyckelhålsmärkningen upplevs helt enkelt som lite gammeldags av kunderna, och då tappar livsmedelsproducenterna incitamentet till märkningen.

– En modernisering av hur Nyckelhålet kommuniceras till kunderna tror jag är väldigt nödvändig, om märkningen ska fortsätta att vara relevant. Och vi på ICA vill gärna ha en fungerande märkning. Vi använder ju Nyckelhålet när vi produktutvecklar – det är de kriterierna vi alltid mäter oss mot, oavsett om varan sen blir Nyckelhålsmärkt eller inte, säger Christina Karlsson.

Ytterligare en aspekt i frågan om modernisering av Nyckelhålsmärkningen är den politiska viljan. Christina Karlsson efterlyser en tydligare svensk hälsopolitik, en nationell viljeinriktning, så att alla industriaktörer får en linje att följa.

– Sverige har till exempel ingen nutritionsplan. Det har alla andra länder i Europa, det är bara vi och Albanien som saknar det. Vi som företag vill gärna vara en god kraft i samhället, men då måste vi få hjälp med målen. Var vill samhället att vi ska vara om 20 år vad gäller matvanor? Att modernisera Nyckelhålet som varumärke skulle kunna vara ett första viktigt steg i det arbetet, säger Christina Karlsson.

En modernare kommunikation som når ut bättre till folk kan ge stora positiva effekter, påpekar hon:

– Vi i branschen vet ju till exempel att äldre behöver mat med högre energitäthet, det vill säga lika mycket kalorier och näringsämnen men i mindre mängd. Om vi kan få fler äldre att äta rätt så kan fler hålla sig friska. Det är inte bara en mänsklig vinst, utan också något samhället kan spara stora pengar på.

Om rapporten

Detta är en kvartalsvis lägesrapport med information som visar ICA Gruppens arbete med hållbarhetsfrågor och utveckling under året. Rapporten omfattar alla bolag inom ICA Gruppen, utom portföljbolagen. Kvartalsrapporten ska visa den löpande utvecklingen under året och tar upp de mest väsentliga frågorna inom miljö, kvalitet, hälsa, etisk handel, samhällsengagemang samt ICAs roll i de viktigaste mediedebatterna.

De kriterier som har tillämpats för upprättande av ICA Gruppens kvartalsrapport för hållbarhet har tagit sin utgångspunkt i den årliga hållbarhetsredovisning som ICA Gruppen publicerar. Kvartalsrapporten är inte upprättad enligt GRI:s riktlinjer och tar därför inte upp vissa frågor. Själva hållbarhetsredovisningen publicerar ICA Gruppen en gång om året. Den rapporteras enligt GRI:s riktlinjer och ger en helhetsbild av hållbarhetsarbetet.

För mät- och beräkningsmetoder, avgränsningar samt väsentlighetsanalys, se:

<http://reports.icagruppen.se/sv/ar/2013/hallbarhetsredovisning/om-hallbarhetsredovisningen/mat-och-berakningsmetoder/>

<http://reports.icagruppen.se/sv/ar/2013/hallbarhetsredovisning/om-hallbarhetsredovisningen/>

<http://reports.icagruppen.se/sv/ar/2013/hallbarhetsredovisning/utgangspunkter/vasentlighetsanalys/>

Rapporten är oberoende granskad av tredje part.

Om ICA Gruppen

ICA Gruppen AB (publ) är ett av Nordens ledande detaljhandelsföretag med cirka 2 300 egna och handlarägda butiker i Sverige, Norge samt de tre baltiska länderna. I koncernen ingår ICA Sverige, ICA Norge och Rimi Baltic som i huvudsak driver dagligvaruhandel, ICA Fastigheter som äger och förvaltar fastigheter samt ICA Banken som erbjuder finansiella tjänster till de svenska kunderna. I koncernen ingår även det helägda portföljbolaget inkClub, samt de delägda portföljbolagen Cervera och Hemtex. För mer information se icagruppen.se.

Revisors rapport över översiktlig granskning av ICA Gruppen AB:s kvartalsrapport för hållbarhet

Till läsarna av ICA Gruppen AB:s kvartalsrapport för hållbarhet för perioden 1 juli–30 september 2014.

Inledning

Vi har fått i uppdrag av styrelsen i ICA Gruppen AB att översiktligt granska innehållet i ICA Gruppen AB:s kvartalsrapport för hållbarhet för perioden 1 juli–30 september 2014.

Styrelsens och företagsledningens ansvar för kvartalsrapport för hållbarhetsarbete

Det är styrelsen och företagsledningen som har ansvaret för det löpande arbetet inom miljö, arbetsmiljö, kvalitet, socialt ansvar och hållbar utveckling samt för att upprätta och presentera kvartalsrapporten i enlighet med tillämpliga kriterier vilka framgår av avsnittet "Om rapporten" i kvartalsredovisningen. Såsom framgår av avsnittet "Om rapporten" utgör ICA Gruppen AB:s kvartalsrapport för hållbarhet ingen fullständig GRI redovisning, utan utgör en lägesuppdatering avseende de väsentliga områden som redovisats i ICA Gruppen AB:s hållbarhetsredovisning för 2013. Kvartalsrapporten för hållbarhet utgör således ett komplement till hållbarhetsredovisningen för 2013 och ska läsas tillsammans med denna.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala en slutsats om kvartalsrapporten grundad på vår översiktliga granskning.

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med ISAE 3000 Andra bestyrkandeuppdrag än revision eller översiktlig granskning av historisk finansiell information utgiven av IFAC. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för upprättandet av kvartalsrapporten, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt IAASB:s standarder för revision och kvalitetskontroll och god revisionsred i övrigt har.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har. Vårt bestyrkande omfattar inte de antaganden som använts, eller framtidsinriktad information i kvartalsrapporten (såsom mål, förväntningar och ambitioner).

De kriterier som vår granskning baseras på framgår av avsnittet "Om rapporten". Vi anser att dessa kriterier är lämpliga för upprättande av ICA Gruppen AB:s kvartalsrapport för hållbarhet.

Vår översiktliga granskning har, utifrån en bedömning av väsentlighet och risk, bl.a. omfattat följande:

- uppdatering av vår kunskap och förståelse av ICA Gruppen AB:s organisation och verksamhet
- bedömning av kriteriernas lämplighet och tillämpning avseende intressenternas informationsbehov
- intervjuer med ansvariga chefer, på bolagsnivå och på utvalda enheter i syfte att bedöma om den kvalitativa och kvantitativa informationen i kvartalsrapporten är fullständig, riktig och tillräcklig
- tagit del av interna och externa dokument för att bedöma om den rapporterade informationen är fullständig, riktig och tillräcklig
- analytisk granskning av rapporterad information
- överbärande av helhetsintrycket av kvartalsrapporten, samt dess format
- avstämning av den granskade informationen mot hållbarhetsinformationen i ICA Gruppen AB:s hållbarhetsredovisning för 2013.

Vi anser att de bevis som vi skaffat under vår granskning är tillräckliga och ändamålsenliga i syfte att ge oss grund för vårt uttalande nedan.

Slutsats

Vid vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledningen att anse att ICA Gruppen AB:s kvartalsrapport för hållbarhet för perioden 1 juli – 30 september 2014 inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan angivna kriterierna.

Stockholm den 12 november 2014

Ernst & Young AB

Erik Åström
Auktoriserad revisor

Charlotte Söderlund
Auktoriserad revisor