

Allt lättare göra hållbara val

Solna den 12 november

Tredje kvartalet 2015 i sammandrag

Fortsatt stark utveckling för ekologiska varor

Försäljningen av ekologiska varor fortsatte att öka under det tredje kvartalet. Sammantaget ökade försäljningen av ekologiska varor i ICA Sveriges centrala sortiment med 48 (47) procent jämfört med motsvarande period föregående år.

”Välj med Hjärtat”

Inom Apotek Hjärtat sjuösettes under kvartalet projektet ”Välj med Hjärtat”, med det övergripande syftet att underlätta för kunderna att göra mer hållbara val. Projektet omfattar såväl kravställning vid inköp, skyltning och marknadsföring, som utveckling av egna märkesvaror.

Stöd till svenska mjölkbönder

I syfte att uppmärksamma krisen inom svensk mjölkproduktion beslutade ICA Sverige under kvartalet att införa en frivillig extra ”mjölkkrona” på merparten av den mjölk som säljs i ICA-butiker från 21 september och sex månader framåt. ICA Sverige lägger dessutom in en grundplåt om 25 miljoner kronor.

Revisioner av externa leverantörer

Som ett led i ICA Gruppens kontinuerliga hållbarhetsarbete genomfördes under kvartalet ett flertal revisioner av externa leverantörer. Under skördetid i augusti utfördes till exempel oberoende extern revision, beställd av ICA Sverige, av arbetssituationen på tomatfälten hos underleverantörer till ICAs leverantör av processade tomater.

Nyckeltal

ICA Gruppen	Q3 2015	Q2 2015	Helår 2014
Andel socialt reviderade leverantörer av egna varor	95%	94%	89%
Andel kvalitetscertifierade leverantörer av egna varor	83%	85%	83%
ICA Sverige	Q3 2015	Q3 2014	Rullande 12 månader
Försäljningsutveckling ekologiskt sortiment*	48%	47%	56%

* Omfattar den totala försäljningen av ICA Sverige ABs ekologiska sortiment ur de svenska ICA-butikerna.



Hållbarhet som driver tillväxt

8 av 10 svenskar handlar idag regelbundet ekologiska livsmedel. Som främsta skäl anges den egna hälsan samt en växande omsorg om miljö och djur. Om vi tidigare frågade oss varför vi skulle handla ekologiskt, börjar nu allt fler fråga sig varför det inte finns ännu fler ekologiska alternativ.

Denna utveckling syns även i våra försäljningssiffror. ICA Sveriges försäljning av ekologiska varor ökade under tredje kvartalet 2015 med 48 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Sammantaget under de första nio månaderna i år har försäljningen ökat med hela 55 procent. Detta är ingen tillfällig trend utan visar tydligt på en förändring i kundernas köpbeteende – drivet av såväl förändrade prioriteringar som ett större utbud av ekologiska alternativ.

Samma utveckling ser vi när det gäller efterfrågan på svenskproducerade varor. Inom ramen för vårt samarbete med LRF arbetar vi aktivt med att bredda utbudet av svenska varor i butik, öka försäljningen av svensk mat och bidra till den svenska landsbygdens utveckling och tillväxt.

I tillägg till de miljö- och hälsomässiga aspekterna bryr sig allt fler även om under vilka sociala förhållanden olika produkter har producerats. Till sammans med den holländska organisationen IDH bedriver vi för närvarande två projekt. Här arbetar vi utan mellanhänder med lokala leverantörer för att på olika sätt bidra till lokal utveckling, minskad fattigdom och ett mer långsiktigt hållbart jordbruk. I utbyte får vi högkvalitativa produkter – som försäljningsmässigt redan överträffat våra prognoser och förhoppningar.

Som en stor aktör inom livsmedel och dagligvaror har vi stora möjligheter att faktiskt påverka våra kunder i en mer hållbar riktning. Även om det fortfarande finns mycket att göra inom dagligvarusegmentet har vi här kommit relativt långt. Vi kommer nu att intensifiera ansträngningarna även inom apoteksverksamheten. Under parollen "Välj med Hjärtat" sjuösätter Apotek Hjärtat under hösten en stor satsning där alla steg i värdekedjan kommer att ses över – från produktutveckling och inköp till marknadsföring och kommunikation.

Inom ICA Gruppen ser vi inte hållbarhet som en kostnadspost, utan som en investering i fortsatt utveckling och tillväxt. Det ekologiska, närproducerade och justa sortimentet utgör inte längre någon marginalföreteelse, utan bidrar i hög utsträckning till stärkt attraktionskraft, lönsamhet och ökad försäljning. Det är en utveckling vi är väldigt glada för.

Per Strömberg
Vd ICA Gruppen



Hållbarhetsmål

Klimatmålet uppnått

2006 satte ICA Gruppen upp målet att minska utsläppen av koldioxid med 30 procent till 2020. Målet nåddes redan under 2014, sex år före utsatt tid, då de direkta utsläppen av växthusgaser minskat med 31 procent. Minskningen har uppnåtts genom bland annat energibesparingsåtgärder och övergång till förnybar el i butiker och lager, minskade utsläpp vid transporter och byte av köldmedia. ICA Gruppen arbetar nu med att fastställa en ny ambition inom klimatområdet. Denna kommer att presenteras under fjärde kvartalet 2015.

100 procent av ICA Gruppens leverantörer av egna varor i högriskländer ska vara socialt reviderade¹

2015 Q3	2015 Q2	2014	Mål
95%	94%	89%	100%

Andelen socialt reviderade leverantörer av ICA Gruppens egna varor ökade något under kvartalet, detta trots att antalet leverantörer ökade. Arbetet med att säkerställa att leverantörer av ICA Gruppens egna varor i högriskländer har genomgått en social revision fortgår. Fokus ligger på kategorierna frukt, grönsaker och blommor där antalet enheter är stort.

80 procent av ICA Gruppens leverantörer av egna varor ska vara kvalitetscertifierade²

2015 Q3	2015 Q2	2014	Mål
83%	85%	83%	80%

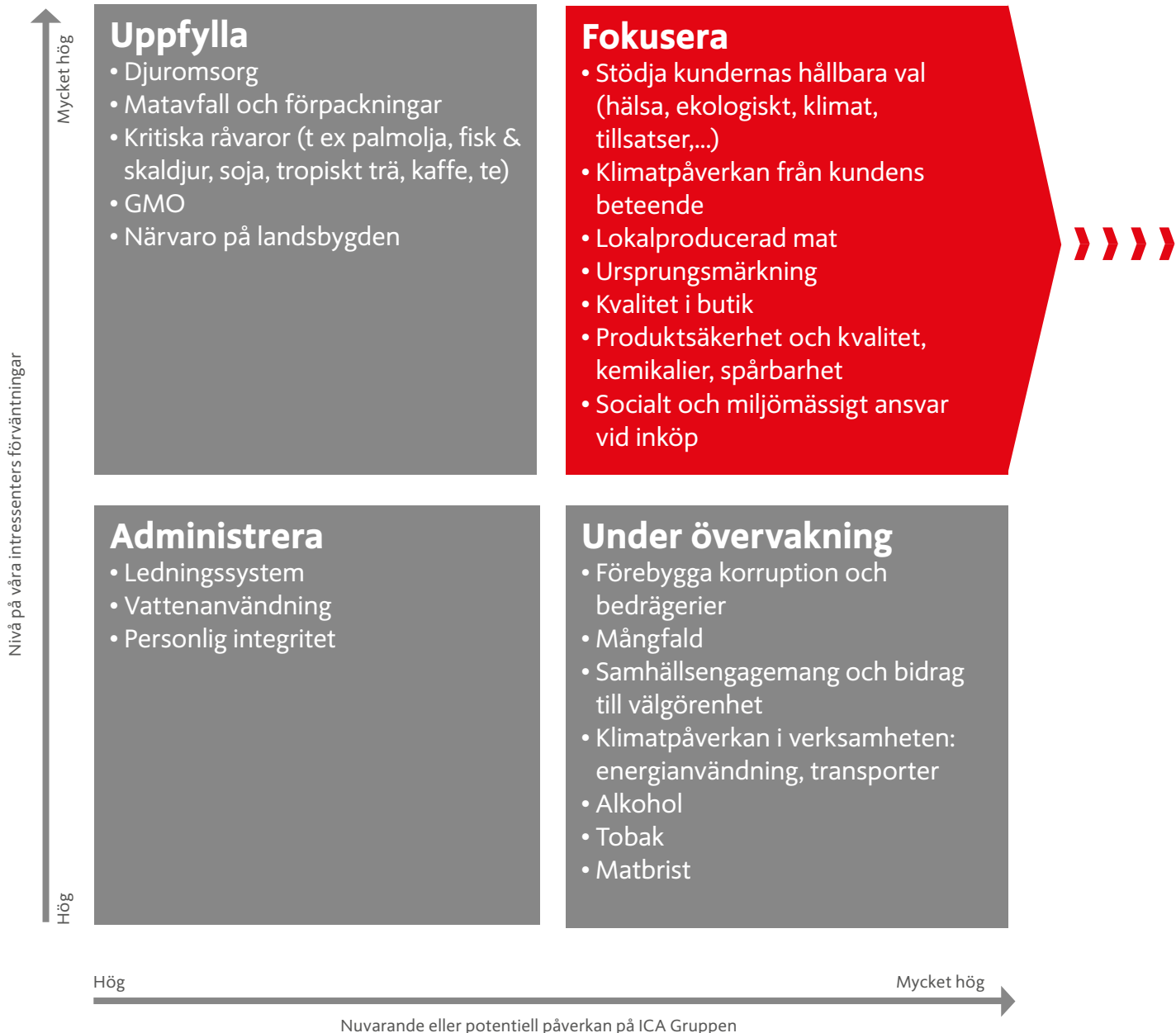
Andelen kvalitetscertifierade leverantörer av ICA Gruppens egna varor minskade något under kvartalet. Detta beror främst på att antalet leverantörer ökat samt att giltighetstiden på ett antal certifikat löpt ut.

¹ Med egna varor menas i huvudsak egna märkesvaror. Länder med hög risknivå följer BSCI:s definition (Business Social Compliance Initiative). Social revision ska vara utförd enligt en standard som ICA Gruppen godkänner eller enligt ICA Gruppens egen metod för social revision.

² Med egna varor menas i huvudsak egna märkesvaror. Kvalitetscertifiering ska vara enligt en standard som ICA Gruppen godkänner, till exempel GFSI-godkänd standard (Global Food Safety Initiative) och IP Sigill.

Väsentlighetsanalys

ICA Gruppens hållbarhetsarbete utgår från en väsentlighetsanalys, där de hållbarhetsfrågor som är mest relevanta för koncernen identifierats. Kvartalsrapporten tar upp de mest väsentliga händelserna som skett under kvartalet inom området Fokusera samt ICA Gruppens roll i de viktigaste mediadebatterna. I förekommande fall tas händelser med från de övriga områdena om de bedöms vara av speciellt intresse. I den senaste analysen, gjord i slutet av 2014, definierades följande frågor som mest väsentliga:





Stödja kundernas hållbara val

Till ICA Gruppens strategiska prioriteringar för 2015 hör att i än högre utsträckning hjälpa kunderna göra hållbara och hälsosamma val. ICA Gruppen har i många år arbetat fokuserat med att uppmuntra kunderna till en livsstil som gagnar både den egna hälsan samt samhället i stort. Under det tredje kvartalet 2015 genomfördes flera insatser för att stödja denna utveckling.

Fortsatt ökad försäljning av ekologiska varor

Försäljningen av ekologiska varor fortsatte att öka även under det tredje kvartalet. Sammantaget ökade försäljningen av ekologiska varor i ICA Sveriges centrala sortiment med 48 (47) procent jämfört med motsvarande period föregående år.



Nu finns "Var med & må bra"-symbolen som hylltalare i ICA-butikerna; ett sätt att guida kunderna till hälsosammare val.

Almedalen 2015: med fokus på hållbarhet och arbetsmarknadspolitik

Under Almedalsveckan 2015 deltog ICA Gruppen i ett stort antal seminarier, debatter och utfrågningar – både i egen regi och som deltagare tillsammans med andra. Att vara på plats i Almedalen är ett led i arbetet med att öka synligheten och möjliggöra dialog i frågor inom flera för ICA Gruppen viktiga områden.



Under kvartalet publicerades ett antal filmer på ICA.se. I filmerna ställer dietisterna Caroline Wilbois och Johanna Andersson olika livsmedel mot varandra, i syfte att reda ut vilket som är det nyttigaste alternativet.

Återvinning av uttjänta textilier och kläder

Inom Hemtex bedrivs ett projekt som syftar till att få fler att lämna in uttjänta textilier och kläder – så att materialen produkterna är gjorda av ska få leva vidare och därigenom minska det textila avfallet. Till och med september 2015 hade totalt cirka 66 500 kilo samlats in, vilket var cirka 10 000 kilo mer än vad som samlades in under hela 2014.

Välj med Hjärtat

Under kvartalet sjosattes projektet "Välj med Hjärtat". Projektet syftar till att hjälpa kunderna att göra hållbara val av såväl läkemedel som handelsvaror på Apotek Hjärtat. Projektet omfattar såväl kravställning vid inköp, skyltning och marknadsföring samt utveckling av egna märkesvaror. Inom Apotek Hjärtat påbörjades dessutom under kvartalet lanseringen av en e-learningutbildning för medarbetarna med fokus på läkemedel och miljöpåverkan. Utbildningen kommer att påbörjas under hösten för att sedan fortsätta under 2016.

Ökad försäljning av vegetariska alternativ

Försäljningen av de vegetariska alternativ som ryms inom ramen för nya ICA Gott Liv ökade kraftigt under det gångna kvartalet. Produktserien består av elva smakrika och snabblagade livsmedel som ger fler möjligheter till en grönare vardag. Produkterna består i huvudsak av soja, veteprotein och grönsaker, vilket näringsmässigt gör dem till ett bra alternativ till kött.



Ökad andel av BCI-märkt bomull

Hemtex köper årligen in cirka 4 000 ton bomull, som används till produkter inom samtliga textilområden. I flera utvecklingsländer utgör bomullen en viktig intäktskälla, samtidigt som den också medför stora belastningar på miljön. För att kunna växa behöver bomullsfibern mycket sol och stora mängder vatten. Till majoriteten av all bomull som odlas används dessutom både konstgödsel och bekämpningsmedel, vilket bland annat bidrar till övergödning och förorening av vattendrag.

Som ett viktigt led i arbetet mot en mer hållbar bomullsproduktion är Hemtex sedan 2007 medlem i Better Cotton Initiative (BCI). BCI är en organisation som arbetar för att den konventionella bomullen ska odlas med mer hållbara metoder som bl a inbegriper mindre användning av vatten, kemikalier och bekämpningsmedel. Under de första tre kvartalen 2015 har andelen inköpt bomull odlad enligt BCI:s metoder ökat med cirka 50 procent, jämfört med motsvarande period föregående år.

Klimatpåverkan från kundens beteende

Klimaträtt-projektet förlängt

Som ett led i arbetet med att lyfta fram mer hållbara alternativ bedriver ICA Sverige, ICA Banken, ICA Supermarket Torgkassen och fastighetsbolaget Uppsalahem tillsammans med bland andra Chalmers och WWF sedan våren 2015 pilotprojektet "Klimaträtt". I centrum står en app, i vilken viktiga områden som boende, mat, transporter och övrig konsumtion registreras. Genom appen får projektets deltagare löpande och tydlig återkoppling på hur den egna livsstilen påverkar klimatet. Syftet är att skapa förutsättningar för att med enkla medel minska den egna klimatpåverkan i vardagen.

Målet med pilotprojektet är att deltagarna ska minska sina CO₂-utsläpp med i genomsnitt 40 procent under projektperioden. För att möjliggöra en bättre analys beslutades under kvartalet att förlänga perioden med ytterligare en månad. Projektet kommer nu att pågå till och med oktober 2015. Projektet utvärderas under de kommande månaderna och resultatet är planerat att presenteras i slutet av 2015.



Ursprungsmärkning

Svensk Dagligvaruhandel, LRF och Livsmedelsföretagen, kom under kvartalet överens om att satsa på en ny svensk märkning som ska göra det enklare för konsumenterna att välja svensk mat i butiken. Den nya märkningen kommer finnas på livsmedelsbutikernas hyllor under 2016. För att svensk märkningen ska få användas krävs att samtliga steg i produktionen, inklusive förädling och förpackning, har skett i Sverige. ICA Gruppen är en av initiativtagarna till den nya märkningen.

Kvalitet i butik

Egen kvalitetsstandard inom Rimi Baltic

Sedan 2009 har ICA-butikerna i Sverige tillämpat Svensk standard för livsmedelshandling i butik. ICA Sverige hade en drivande roll i utvecklingen av standarden, som är världens första tredjepartsstandard för livsmedelssäkerhet i butik. Under kvartalet implementerade Rimi Baltic en egen standard för livsmedelshandling, baserad på den svenska standarden, som omfattar samtliga butikskoncept i Estland, Lettland och Litauen.

Tillfällig stängning av butik i Värnamo

Efter en oanmäld inspektion beslutade Miljö- och stadsbyggnadskontoret i Värnamo kommun att stänga ICA Matjätten i Värnamo fram till att de identifierade bristerna åtgärdats. Efter att ICA Sveriges personal bistått butiken i ett förbättringsarbete fick butiken åter öppna efter knappt en vecka. Att butiker stängs är synnerligen ovanligt och ICA Gruppen ser mycket allvarligt på det inträffade. Ärendet skulle ha prövats i ICAs ansvarsnämnd, men handlarna beslutade sig i mitten av september för att sälja butiken till ICA Sverige som direkt påbörjade rekrytering av en ny handlare.

Produktsäkerhet och kvalitet

Som ett led i det löpande arbetet med livsmedelsbedrägerier, så kallad Food fraud, genomförde ICA Sverige under kvartalet uppföljande tester på samtliga honungssorter inom ICAs EMV-sortiment. Inga avvikelser hittades.

Lokalproducerad mat

Insatser för att förbättra situationen för svenska mjölkbönder

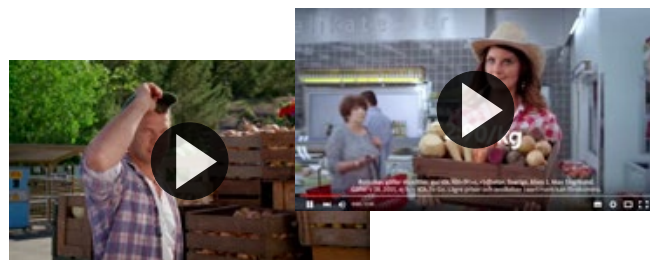
I syfte att uppmärksamma krisen inom svensk mjölkproduktion beslutade ICA Sverige under kvartalet att införa en frivillig extra "mjölkkrona" på merparten av den mjölk som säljs i ICA-butiker från 21 september och sex månader framåt. LRF och mejeriföreningarna säkerställer att mjölkkronan oavkortat går till Sveriges mjölkbönder. ICA Sverige lägger



dessutom in en grundplåt om 25 miljoner kronor. Insatsen är inte tillräcklig för att lösa den akuta krisen, men kan förhoppningsvis sporra till ytterligare aktivitet och åtgärder hos fler.

Ökande intresse för lokalt producerade livsmedel i Baltikum

Intresset för ekologiskt och lokalt producerade livsmedel har under senare år ökat kraftigt i Baltikum. Under kvartalet erbjöd Rimi Estland organiserade turer till den ekologiska bondgården Kiltisimäe. I Lettland påbörjades i september en större kampanj som syftar till att lyfta fram närproducerade, ekologiska alternativ. I centrum för kampanjen står några av landets mest kända kokkar och hälsoprofiler.



Flera filmer lanserade

Under kvartalet fortsatte kampanjen för svensk mat och dess fördelar. Bland annat lanserades ett flertal filmer med fokus på djurhållning, energieffektivitet och miljöomsorg. Kampanjen är ett led i ICA Sveriges samarbete med LRF, vars övergripande syfte är att bredda utbudet av svenska varor i butik, öka försäljningen av svensk mat och bidra till den svenska landsbygdens utveckling och tillväxt.

Publika återkallelser

Vid misstanke om att en såld produkt medför en hälsorisk tar ICA Gruppen kontakt med ansvarig tillsynsmyndighet, produkten tas bort från hyllorna och ett pressmeddelande om återkallelse skickas ut. ICA Sverige har haft en publik återkallelse av egna märkesvaror via pressmeddelande under kvartalet: ICA Fri från glutenfria chokladkex efter att förekomst av salmonella konstaterats i leverantörens egen provtagning. Rimi Baltic har inte haft någon publik återkallelse av egna märkesvaror via pressrelease under kvartalet.

Socialt & miljömässigt ansvar vid inköp

Leverantörsutbildning i Thailand

I månadsskiftet september/oktober genomförde ICA Gruppen en workshop för thailändska leverantörer med syfte att informera om – och säkerställa – efterlevnaden av gällande regelverk relaterade till användandet av gästarbetare. Utöver information om själva regelverket fick deltagarna även tips på konkreta handlingsplaner samt uppbyggnad och implementering av ledningsstöd.

Leverantörsrevisioner

Som ett led i ICA Gruppens kontinuerliga hållbarhetsarbete genomfördes under kvartalet ett flertal revisioner av externa leverantörer.

Under skördetid i augusti utfördes oberoende extern revision, beställd av ICA Sverige, av arbetssituationen på tomatfälten hos underleverantörer till ICAs leverantör av processade tomater. Medarbetare från ICA Sverige deltog som observatörer. Under besöken intervjuades personalen på fälten, deras dokument granskades och



förslag till förbättringar lades fram. Ett flertal utmaningar framkom, bland annat är leverantörskedjan lång och komplicerad med flera enskilda bönder som levererar tomater till kooperativ som i sin tur säljer dessa vidare. Till andra utmaningar hör språkförbistring samt tillgång till vatten och toaletter ute på fälten. Revisionen kommer att följas upp genom den åtgärdsplan som, utifrån identifierade förbättringsområden, tas fram av leverantörerna.

Under sommaren genomförde ICA Sveriges svenska leverantörer av vilda bär en social revision enligt Svensk Dagligvaruhandels gemensamma verktyg. ICA Sverige har i flera år drivit frågan om acceptabla villkor för bärplockare i svenska skogar. Glädjande är att mycket stora förbättringar har skett de senaste åren, bland annat vad gäller boende, minimilön samt allmän dokumentation. Övertidsarbete fortsätter att vara en utmaning men är svår att hantera då bärplockarna vill maximera den plockade volymen under den tid bären är i säsong.

Förebygga korruption och bedrägerier

Under kvartalet lanserades en webbaserad visselblåsartjänst. Genom denna kan ICA Gruppens medarbetare rapportera anonymt om missförhållanden som upplevs strida mot lagar, regler eller värderingarna i ICAs Goda Affärer. Visselblåsartjänsten gäller i nuläget ICA Gruppens verksamhet i Sverige (dock ej verksamheten i Hemtex AB och enskilda butiksbolag). Rimi Baltic och ICA Global Sourcing berörs inte i dagsläget.

Priser och utmärkelser:

Klimaträtt

Pilotprojektet "Klimaträtt", som ICA Sverige, ICA Banken, ICA Supermarket Torgkassen och fastighetsbolaget Uppsalahem tillsammans med bland andra Chalmers och WWF driver, har under kvartalet nominerats till ett flertal priser:

- Responsible Business Awards 2015, i kategorin Best Public Company. Ceremonin hölls 25 september. Bakom utmärkelsen står Ethical Corporation.
- Receptbroschyren Klimaträttsfoldern vann silver på Inhouse 2015 i kategorin Bästa trycksak. Prisutdelningen hölls 29 september. Arrangör är Dagens Media.
- CIO Awards 2015, i kategorin Årets hållbara projekt. Vinnaren tillkännages 14 december. CIO Awards arrangeras av CIO Sweden/IDG, i samarbete med Accenture.

Svenska Publishing-Priset

ICA Gruppen nominerades inom flera kategorier i Svenska Publishing-Priset:

- ICA Gruppens årsredovisning för 2014 nominerades i kategorierna Digitalt – Årsredovisningar samt Print – Årsredovisningar Börsbolag.
- Tidningen Goda Affärer nominerades i kategorin Print – Personaltidningar. Tidningen ges ut av ICA Sverige och förmedlar ICAs syn på miljö, hälsa, kvalitet och ansvar och distribueras till butiker och medarbetare i Sverige.

Samhällsengagemang och bidrag till välgörenhet

ICA Gruppen har under kvartalet på olika sätt skänkt medel till organisationer med uppgift att hjälpa de flyktingar som nu befinner sig på flykt från krig och förtryck.

- ICA Gruppen samarbetar sedan många år med Röda Korset genom bland annat pantknapparna och olika insamlingar. Under september startade ICA Gruppen en egen insamling i Sverige: För varje medarbetare inom ICA Gruppen som betalar in 100 kronor till Röda Korset under september och oktober, bidrar företaget med ytterligare 200 kronor. Målet är att samla in drygt tre miljoner kronor totalt.
- I september gick all insamling från pantknapparna i ICA-butikerna oavkortat till Röda Korsets akutinsamling Flykt.
- Apotek Hjärtat har under kvartalet skänkt 50 000 kr till Unicef.
- Hemtex samarbetar med SOS barnbyar och samlar bland annat in pengar till SOS barnbyars Katastroffond. Hemtex har även bidragit med över 3 000 stycken nya plädar till hjälporganisationen Human Bridge för att hjälpa strandsatta flyktingar i Grekland.
- Därutöver har ett stort antal fristående ICA-handlare tagit egna initiativ till att på olika sätt hjälpa till i den pågående flyktingkrisen.

- Receptbroschyren Klimaträttsfoldern nominerades i kategorin Print – informationstrycksaker. Vinnarna offentliggjordes 9 november. Bakom tävlingen står Populär Kommunikation.

Kritik och mediedebatter:

- Under kvartalet publicerades ett antal "Hälsoduellfilmer" på ICA.se/hälsa. I en av dessa filmer avhandlades för- och nackdelar med smör respektive margarin. Filmen fick mycket uppmärksamhet, framför allt i sociala medier. I filmen påstod de deltagande dietisterna att smör inte innehåller något vi behöver, medan margarin innehåller essentiella fettsyror. Påståendet orsakade stor debatt bland kunder och bloggare som istället menade att smör är en naturlig produkt, medan margarin är en konstgjord och ohälsosam. Uppgifterna från dietisterna ligger i linje med de Nordiska Näringsrekommendationerna som ICA helt står bakom. Då frågan är komplicerad valde ICA ändå att plocka bort filmen från webben.

Utblick

Hållbarhet som gör skillnad – och driver tillväxt

Under 2015 har två projekt initierats som båda representerar nästa steg i ICAs hållbarhetsarbete. Målet är, att utan mellanhänder, arbeta mer direkt med lokala odlare världen över i projekt som leder till lokal utveckling, minskad fattigdom, ett mer långsiktigt hållbart jordbruk – och dessutom säkerställer tillgång till högklassiga produkter.

Sedan årsskiftet 2014/15 samarbetar ICA Gruppen med IDH, The Sustainable Trade Initiative, en holländsk statlig biståndsorganisation som arbetar för ökad hållbar handel genom samarbeten med företag, statliga institutioner, regeringar och andra intressenter. Hittills har två gemensamma projekt startats upp, ett kring odling av vindruvor i Sydafrika och ett kring odling av ärtor i Guatemala.

”I båda dessa projekt är ambitionen att bidra till en konkret och påtaglig förbättring av villkoren för både de anställda på plats och det kringgårdande lokalsamhället i stort. Samtidigt får vi tillgång till utmärkta produkter som kunderna verkligen gillar. Försäljningen av både ärtorna och vindruvorna har gått väldigt bra. Vi märker att miljöomsorg och socialt ansvarstagande blir allt viktigare för kunderna. De vill kunna göra hållbara val och därigenom bidra till en positiv utveckling för miljön och samhället. Det är alltså projekt som skapar vinster för alla inblandade: odlare, lokalsamhället, våra kunder och ICA”, säger Anders Axelsson, ansvarig miljö och socialt ansvar på ICA Sverige.



Anders Axelsson, Ansvarig Miljö & Socialt ansvar på ICA Sverige AB

”Vi tror på metoden hjälp till självhjälp och letar nu efter fler projekt att stödja”.

Ärtor från Guatemala

I byn Xetnamit på Guatemalas högland är det perfekta förhållanden för att odla sallads- och sockerärtor. Här på 2 000 meters höjd är det kyligt på nätterna och lagom varmt på dagarna. Det småskaliga jordbruket bedrivs av



mayafamiljer som alla ingår i byns odlingskooperativ. Byn är dock extremt fattig. Det saknas tillgång till bra dricksvatten och maten lagas fortfarande ofta över öppen eld, vilket sprider rök och ohälsa. När ärtorna säljs i ICA-butikerna går en del av pengarna till att utveckla de lokala vattenledningssystemen. Detta gör att odlarna på sikt kan få två skördar och dubbla sina inkomster. Intäkterna kommer även gå till dricksvattenanläggningar, elektriska spisar och till kvinnofonder, vilka möjliggör mikrolån till projekt som i sin tur kan leda till jobb eller utbildning.

Ärtorna från Guatemala lanserades i butik i april 2015. De har blivit en stor försäljningssuccé och fram till augusti (fem månaders försäljning) hade nästan 80 procent av den budgeterade årsvolymen sålts.

Vindruvor från Sydafrika

ICAs allra schysstaste vindruvor är plockade för hand i Upington i nordvästra Sydafrika, en av landets fattigaste delar. Där breder Kalahariöknen ut sig, men genom landskapet slingrar sig Oranjefloden fram och ger liv åt tusentals vindruvsstockar. Några av dem tillhör Newgro farm; 150 hektar som har styckats av från Karsten farm, vindruvsleverantör till ICA Sverige sedan många år. ICAs och IDHs projekt har här gjort det möjligt för 75 kvinnliga medarbetare att bli förmånstagare i en fond som till 40 procent äger marken. Kvinnorna får därmed möjlighet till långsiktig försörjning och självständighet.

VÅRA
Vindruvor
GÖR KVINNOR TILL
FÖRETAGARE
I SYDAFRIKA

Läs mer på
ica.se/etikskavaror

Revisorernas rapport över översiktlig granskning av ICA Gruppen AB:s Hållbarhetsrapport juli–september 2015

Till ICA Gruppen AB

Inledning

Vi har fått i uppdrag av styrelsen i ICA Gruppen AB att översiktligt granska innehållet i ICA Gruppen AB:s Hållbarhetsrapport för perioden 1 juli – 30 september 2015.

Styrelsens och företagsledningens ansvar för Hållbarhetsrapport juli – september 2015

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 kvartalsrapporten. Såsom framgår av avsnittet "Om rapporten" utgör ICA Gruppen AB:s Hållbarhetsrapport juli – september 2015 ingen fullständig GRI redovisning, utan utgör en lägesuppdatering avseende de väsentliga områden som redovisats i ICA Gruppen AB:s hållbarhetsredovisning för 2014. Hållbarhetsrapport juli – september 2015 utgör således ett komplement till hållbarhetsredovisningen för 2014 och ska läsas tillsammans med denna.

Revisorernas ansvar

Vårt ansvar är att uttala en slutsats om Hållbarhetsrapport juli – september 2015 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 Hållbarhetsrapport juli – september 2015.

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
- övervägande av helhetsintrycket av kvartalsrapporten, samt dess format
- avstämning av den granskade informationen mot hållbarhetsinformationen i ICA Gruppen AB:s hållbarhetsredovisning för 2014.

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 anledning att anse att ICA Gruppen AB:s Hållbarhetsrapport för perioden 1 juli – 30 september 2015 inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan angivna kriterierna.

Stockholm den 11 november 2015

Ernst & Young AB

Erik Åström
Auktoriserad revisor

Charlotte Söderlund
Auktoriserad revisor

Om rapporten

Detta är en kvartalsvis lägesrapport med information som visar ICA Gruppens arbete med hållbarhetsfrågor och utveckling under året. Rapporten ska visa den löpande utvecklingen under året och tar upp de mest väsentliga frågorna inom miljö, kvalitet, hälsa, etisk handel, samhällsengagemang samt ICA Gruppens roll i de viktigaste mediedebatterna. Rapporten omfattar alla bolag inom ICA Gruppen, och i förekommande fall även portföljbolagen. Hållbarhetsmålen gäller ICA Gruppen exklusive portföljbolagen. Apotek Hjärtat som förvärvades i januari 2015 är planerat att integreras i hållbarhetsarbetet fullt ut under 2016 och ingår i denna rapport inte i hållbarhetsmålen. Hemtex och inkClub arbetar mot målsättningen att alla leverantörer av egna varor i högriskländer ska vara socialt reviderade.

De kriterier som har tillämpats för upprättande av denna rapport 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://www.icagruppen.se/rapportportal/arsredovisning-2014/#!#@hallbarhetsinformation_mat--och-berakningsmetoder

<http://www.icagruppen.se/rapportportal/arsredovisning-2014/#!#@hallbarhetsinformation>

http://www.icagruppen.se/rapportportal/arsredovisning-2014/#!#@hallbarhetsarbete_vasentliga-fragor

Rapporten är oberoende granskad av tredje part.

Om ICA Gruppen

ICA Gruppen AB (publ) är ett ledande detaljhandelsföretag med fokus på mat och hälsa. I koncernen ingår ICA Sverige och Rimi Baltic som i huvudsak driver dagligvaruhandel, ICA Fastigheter som äger och förvaltar fastigheter samt ICA Banken som erbjuder finansiella tjänster och Apotek Hjärtat som driver apoteksverksamhet. I koncernen ingår även portföljbolagen inkClub och Hemtex. För mer information se icagruppen.se

Kontakt och kalender

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Kerstin Lindvall, Chef Corporate Responsibility
tel. +46 8-561 502 90

ICA Gruppens presstjänst

tel +46 10 422 52 52

Kalender

5 maj 2016

Hållbarhetsrapport januari–mars 2016