

Stark efterfrågan på ekologiska varor

Solna den 10 november

Tredje kvartalet 2016 i sammandrag

Fortsatt stark försäljningsutveckling för 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 under kvartalet med 16 (2) procent jämfört med motsvarande period föregående år. För rullande 12 månader uppgår ökningen till 19 procent.

ICA Gruppens projekt Klimaträtt prisat av FN

I motiveringen beskrivs Klimaträtt som ett av de mest innovativa och skalbara, globala exemplen på vad företag gör för att adressera och skapa lösningar för en minskad klimatpåverkan.

10 000 kilo frukt har blivit dryck och marmelad

ICA Sverige har tillsammans med Helsingborgsbaserade företaget Rescued Fruits tagit tillvara på 10 000 kilo frukt, som annars skulle ha slängts från ICAs lager. Den överblivna frukten har istället blivit frukt-dryck och marmelad under ICAs eget varumärke.

Än större hållbarhetsfokus i ledning och styrelse

För att ytterligare stärka ICA Gruppens hållbarhetsarbete blir Kerstin Lindvall direktör för Corporate Responsibility och går in i ICA Gruppens koncernledning. Samtidigt inrättas ett hållbarhetsutskott i ICA Gruppens styrelse för att öka fokus på frågorna.

Nyckeltal

ICA Gruppen	Q3 2016	Q2 2016	Helår 2015
Andel socialt reviderade leverantörer av egna varor	98%	97%	98%
Andel kvalitetscertifierade leverantörer av egna varor	87%	86%	87%
ICA Gruppens verksamhet ska vara klimatneutral till 2020	Rullande 12 mån (Q4 2015 – Q3 2016)	Föreg. rullande 12 (Q4 2014 – Q3 2015)	
Utsläppsminskning jämfört med 2006	-25%	-24%	

ICA Sverige	Rullande 12 mån (Q4 2015 – Q3 2016)
Försäljningsutveckling miljömärkt, ekologiskt & etiskt märkt sortiment*	9%
Försäljningsutveckling ekologiskt sortiment**	19%
	Utfall Q3 2016
ICA gör det enkelt för mig att göra hälsosamma val	40%
Mål 2016: Vid undersökning ska minst 42 procent av respondenterna associera påståendet med ICA.	
ICA engagerar sig för en hållbar utveckling	26%
Mål 2016: Vid undersökning ska minst 28 procent av respondenterna associera påståendet med ICA.	
ICA är bra på svenska råvaror	50%
Mål 2016: Vid undersökning ska minst 47 procent av respondenterna associera påståendet med ICA.	

* Omfattar den totala försäljningen av ICA Sverige ABs miljömärkta, etiskt märkta samt ekologiska sortiment ur de svenska ICA-butikerna, exklusive ICA-butikernas lokala inköp.

** Omfattar den totala försäljningen av ICA Sverige ABs ekologiska sortiment ur de svenska ICA-butikerna, exklusive ICA-butikernas lokala inköp.



Saft på pantflaskor

Under kvartalet infördes pant på ICA Sveriges saftflaskor. Det handlar i ett första steg om elva saftflaskor under ICAs varumärke. Panten på saftflaskorna är 1 till 2 kr beroende på vilken storlek flaskan har.

Hållbarhet och digitalisering

För oss inom ICA Gruppen är hållbarhet både att driva vår egen verksamhet på ett klimatsmart sätt, och att hjälpa våra kunder göra hållbara och hälsosamma val. Sakta men säkert har vi under senare år stärkt våra positioner och även om det fortfarande finns mycket kvar att göra, ligger vi idag långt framme.

Det mesta av det vi gör inom hållbarhetsområdet handlar om långsiktiga satsningar och kontinuerliga förbättringar – oavsett om det gäller att minska vår egen påverkan eller att påverka våra kunder. Men därutöver drar vi oss heller inte för att prova nya, ibland okonventionella, grepp. Till dessa hör utan tvekan projektet Klimaträtt som vi sedan 2015 bedrivit tillsammans med bl a WWF, Chalmers och Uppsalahem.

I september meddelade FN att Klimaträtt kommer att tilldelas pris som ett av de mest innovativa och skalbara, globala exemplen på vad företag gör för att adressera klimatfrågan – och skapa lösningar för en minskad klimatpåverkan.

Bakom priset står Sekretariatet för Förenta Nationernas ramkonvention om klimatförändringar. Priset kommer att delas ut på FN:s klimatkonferens (COP22) i Marrakesh, Marocko i mitten av november.

Det är givetvis en stor ära att FN uppmärksammar och lyfter fram Klimaträtt-projektet som en förebild globalt sett. Projektet visar tydligt hur vi genom innovation och nytänkande kan underlätta för våra kunder att göra hållbara val – och tillsammans göra stor skillnad. Det är också ett tecken på de positiva värden vi kan skapa genom de digitaliseringsprocesser som nu pågår runt om i koncernen. Digitaliseringen möjliggör både insamling, bearbetning och spridning av information och data i en omfattning som tidigare inte varit möjlig. Hållbarhet och digitalisering tillhör våra främsta fokusområden – och de hänger på många sätt ihop.

Vår ambition är att leda utvecklingen inom ansvarsfullt företagande. För att ytterligare säkerställa att hållbarhetsperspektivet vägs in i alla frågor utnämndes under kvartalet Kerstin Lindvall till direktör för Corporate Responsibility och tar plats i ICA Gruppens koncernledning. Samtidigt inrättas ett hållbarhetsutskott i ICA Gruppens styrelse för att ytterligare sätta ökat fokus på frågorna. Utskottet kommer att bland annat bereda policyer och hållbarhetsredovisning samt arbeta med uppföljningar.

Båda förändringarna visar vilken vikt och betydelse vi tillmäter området. De senaste årens framgångar får oss inte att dra ner på tempot – de får oss att spänna bågen än hårdare.

Per Strömberg
Vd ICA Gruppen



”Hållbarhet och digitalisering tillhör våra främsta fokusområden – och de hänger på många sätt ihop.”

Hållbarhetsmål

ICA Gruppens hållbarhetsarbete är en strategisk prioritet och integrerat i koncernens alla verksamheter. Apotek Hjärtat och Hemtex ingår i denna rapport inte i hållbarhetsmålen, men arbete pågår för att inkludera bolagen framöver.

ICA Gruppens verksamhet ska vara klimatneutral till 2020¹

Utsläppsminskning jämfört med år 2006

Rullande 12 mån (Q4 2015 – Q3 2016)	Föreg. rullande 12 (Q4 2014 – Q3 2015)
-25%	-24%

¹ Klimatmålet gäller ICA Gruppens direkta klimatpåverkan i alla bolag. Det inbegriper den klimatpåverkan som verksamheten orsakar i butik, apotek, lager och kontor via exempelvis köldmedia, el, godstransporter och tjänsteresor i både den svenska och baltiska verksamheten.

ICA Gruppens utsläpp av växthusgaser har minskat med 25 (24) procent under perioden oktober 2015–september 2016 (rullande 12 månader) jämfört med basåret 2006. Att utsläppen fortsätter att minska beror huvudsakligen på en ökad andel förnybara bränslen inom logistikverksamheten. Även utsläppen för tjänsteresor och energi fortsätter att minska.

Under kvartalet har rapporteringen förändrats för bränsleförbrukning inom ICA Sverige, där fler typer av bränslen nu har rapporterats. Utfallet för Q1 och Q2 har även justerats i efterhand med genomslag i denna rapport för tredje kvartalet 2016.

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

2016 Q3	2016 Q2	2015	Mål
98%	97%	98%	100%

² Social revision ska vara utförd enligt en standard som ICA Gruppen godkänner eller enligt ICA Gruppens egen metod för social revision. För att godkännas som leverantör till koncernen ska resultatet vid revision uppfylla ICA Gruppens satta minimumnivå och leverantören ska åta sig att genomföra eventuella förbättringsåtgärder. Med egna varor menas i huvudsak egna märkesvaror. Länder med hög risknivå definieras i enlighet med BSCI:s definition (Business Social Compliance Initiative).

Andelen socialt reviderade leverantörer av ICA Gruppens egna varor var under kvartalet i nivå med föregående kvartal. Fokus framöver ligger på att säkerställa att samtliga leverantörer av egna varor i högriskländer genomgår en social revision.

80 procent av ICA Gruppens leverantörer av egna varor ska vara kvalitetscertifierade³

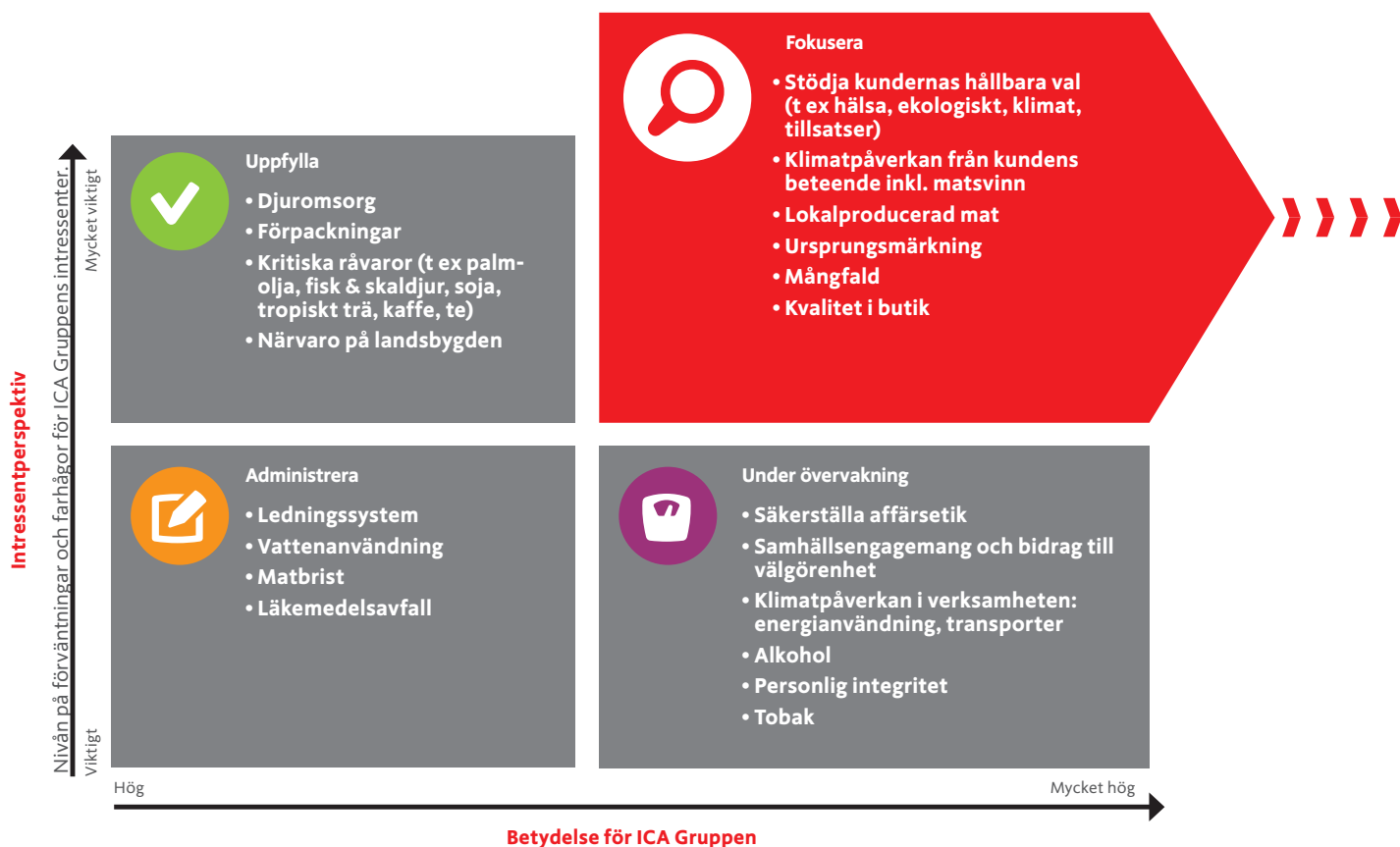
2016 Q3	2016 Q2	2015	Mål
87%	86%	87%	80%

³ 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.

Arbetet med att registrera och uppdatera leverantörers kvalitetscertifikat i ICA Gruppens system fortsatte under det gångna kvartalet i ungefär samma takt som tidigare. Sammantaget medförde detta att andelen kvalitetscertifierade leverantörer av ICA Gruppens egna varor under kvartalet var relativt oförändrad.

Väsentlighetsanalys

Hållbarhetsarbetet inom ICA Gruppen är strukturerat utifrån de fem fokusområdena miljö, kvalitet, hälsa, etisk handel och samhällsengagemang. Hållbarhetsarbetet utgår från en väsentlighetsanalys, där de hållbarhetsfrågor som är mest relevanta identifierats. Utöver dessa har koncernen ett starkt fokus på att säkerställa trygga produkter och en trygg verksamhet samt minimera miljöpåverkan samtidigt som hänsyn tas till socialt ansvar. Kvartalsrapporten tar upp de mest väsentliga hållbarhetsaktiviteterna under kvartalet samt ICA Gruppens roll i de viktigaste mediedebatterna. I den senaste analysen, gjord i slutet av 2015, definierades följande frågor som mest väsentliga:



Nivån på nuvarande eller potentiell påverkan på ICA Gruppen.



Stödja kundernas hållbara val

Till ICA Gruppens strategiska prioriteringar för 2016 hör att stödja kundernas hållbara val och driva en klimatsmart verksamhet. ICA Gruppen har i många år arbetat med att uppmuntra till en livsstil som gagnar såväl den egna hälsan som samhället och miljön i stort. Detta arbete fortsatte under det tredje kvartalet 2016.

Försäljning miljömärkt, ekologiskt och etiskt märkt sortiment

Butiksförsäljningen av miljömärkta, ekologiska eller etiskt märkta produkter i ICA Sverige ABs centrala sortiment ökade under perioden oktober 2015–september 2016 med 9 procent jämfört med motsvarande period föregående år. För det tredje kvartalet uppgick ökningen till 8 procent jämfört med motsvarande kvartal 2015.

Sett som andel av den totala försäljningen uppgick miljömärkta, ekologiska och etiskt märkta livsmedel under perioden oktober 2015–september 2016 till 10,2 procent.

Till drivkrafterna bakom utvecklingen hör ökad efterfrågan från kunderna, inte minst på ekologiska produkter, i kombination med det faktum att ICA-handlarna i allt högre utsträckning väljer att lyfta fram detta sortiment.

Fortsatt försäljningsökning ekologiskt sortiment

Butiksförsäljningen av ekologiskt från ICA Sverige ABs centrala sortiment är fortsatt stark och ökade med 19 procent rullande 12. Jämfört med tidigare år är dock ökningen inte lika kraftig, för det isolerade kvartalet Q3 2016 var ökningen 16 procent jämfört med Q3 2015. Det totala försäljningsvärdet av ekologiskt uppgick till 6,0 miljarder kronor rullande 12, att jämföra med ca 5,0 miljarder kronor rullande 12 föregående period. Den totala ekologiska försäljningsandelen av livsmedel, inklusive frukt och grönt, ligger för rullande 12 månader på 5 procent.

De satsningar som ICA gör i sitt sortiment i kombination med att ICA-handlarna lyfter fram det ekologiska sortimentet i butik samt att ICAs kunder i större utsträckning väljer ekologiska varor, ger en samlad bild över bakomliggande orsaker till denna försäljningsökning. Att ökningen inte är lika kraftig som tidigare tros kunna bero på att efterfrågan fortfarande är större än tillgången.

Det ekologiska sortimentet utökades under kvartalet med ett antal nya produkter, varav flertalet inom ICA I love eco, bl a grönsaks-, kyckling- och köttbuljong, färsk pasta, svensk prinskorv samt kallrökt och varmrökt lax.

Vetemjöl på väg mot ekologiskt

Efterfrågan på svenskt ekologiskt vetemjöl har ökat starkt senaste åren. För att säkra tillgången på ekologiskt spannmål och därigenom kunna möta en ökande efterfrågan har Berte Qvarn och ICA Sverige inlett ett samarbete som syftar till att stödja bönder som vill ställa om till ekologiskt lantbruk. Under kvartalet började mjölet från samarbetet att säljas i butik under benämningen "Vetemjöl på väg". Vetet till mjölet odlas redan med ekologiska metoder, utan varken konstgödsel eller kemiska bekämpningsmedel, men det krävs dock att det går tre år innan mjölet kan kallas ekologiskt – bland annat för att säkerställa att även jorden uppfyller kraven för ekologisk odling.



Lansering av Apolosophy ECO

Under kvartalet lanserade Apotek Hjärtat Apolosophy ECO, en ekologisk hudvårdsserie med nio produkter för ansikte, kropp och hand. Serien är ekologiskt certifierad enligt Cosmos (Organic Cosmetic Standard) av Ecocert, vilket innebär att 95 procent av alla växtbaserade ingredienser i formulan och minst 10 procent av alla ingredienser i vikt är ekologiska. Utöver certifieringen har samtliga ingredienser granskats enligt Apotek Hjärtats "negativlista", vilken innefattar ämnen som Apotek Hjärtat säger nej till då de är allergiframkallande eller skadliga för miljön.

Från "Bäst före" till "Minst hållbar till"

Under kvartalet lanserade ICA Sverige datummärkningen "Minst hållbar till" på fyra av ICAs egna yoghurtsorter som ett sätt att skapa debatt samt uppmärksamma kunderna på märkningens egentliga betydelse och på så sätt minska matsvinnet. Mat som förvaras rätt håller oftast längre än bäst före-datumet, vilket innebär att märkningen "minst hållbar till" kan vara mer rättvisande. En allt för stor del av den mat som slängs i hemmen är fortfarande bra, trots att bäst-före-datumet passerat. Läs mer på sidan 8.

Fortsättning på "Välj med Hjärtat"

Inom ramen för Apotek Hjärtats satsning "Välj med Hjärtat" har ett arbete kring receptfria läkemedel genomförts. Produkter inom denna kategori kommer framöver förses med en märkning kopplad till leverantörernas uppfyllelse av Apotek Hjärtats hållbarhetskrav.

Med fokus på barns och ungdomars hälsa

ICA Sverige har länge varit engagerat i barns och ungdomars hälsa. I augusti gick årets start för hälsosatsningen "Kompis med kroppen". ICAs satsning på barns hälsa har pågått i 15 år och hittills har cirka 900 000 skolbarn genomgått utbildningen där de får lära sig mer om betydelsen av bra mat och motion. Sedan tidigare innehåller materialet arbetsböcker med tillhörande lärarhandledningar. Efter önskemål har materialet i år kompletterats med korta informativa filmer. För eleverna i årskurs fem ingår även ett miljö- och klimatperspektiv. Allt material finns för kostnadsfri nedladdning på www.ica.se/kompismedkroppen.

Under kvartalet tog ICA Sverige även beslut om att engagera sig i den nya organisationen GEN-PEP som arbetar för att barn och ungdomar ska få möjlighet att leva ett aktivt och hälsosamt liv. Syftet med organisationen är att sprida kunskap och engagemang kring barn och ungdomars hälsa. ICA Sverige kommer på olika sätt att arbeta för att hjälpa unga att göra hälsosamma val, och inspirera dem att äta bättre och röra sig mer.



Klimatpåverkan från kundens beteende

Livsmedel står för nästan en fjärdedel av människans klimatpåverkan och redan idag konsumeras mer än vad jordens begränsade naturresurser klarar av. I kraft av sin storlek har ICA Gruppen både ansvar och möjlighet att på olika sätt hjälpa kunderna att minska sin egen miljöpåverkan, bland annat genom att lyfta fram mer hållbara alternativ.

10 000 kilo frukt har blivit dryck och marmelad

ICA Sverige har tillsammans med Helsingborgsbaserade företaget Rescued Fruits tagit tillvara på 10 000 kilo frukt, som annars skulle ha slängts från ICAs lager. Den överblivna frukten har istället blivit fruktdryck och marmelad under ICAs eget varumärke. Under hösten 2016 kommer räddningsaktionen utökas till att även omfatta frukt från ICA-butiker.

Lokalproducerad mat

Både i Sverige och i de baltiska länderna är efterfrågan på lokalt producerade livsmedel stor och växande. ICA Sverige och Rimi Baltic arbetar på flera sätt för att öka andelen lokalt producerade varor i sina respektive sortiment. Bland annat kommer ICA Sverige tillsammans med LRF under hösten att arrangera lokala mässor i syfte att öka både utbudet och försäljningen av lokala varor.

Satsningar på ekologiskt och lokalt producerat inom Rimi Baltic

Rimi Baltic har under kvartalet initierat flera satsningar och kampanjer på temat ekologisk och lokalproducerad mat. Stort fokus har även legat på att lyfta fram livsmedel i säsong. Bland annat har lokala producenter bjudits in att presentera sina produkter i butikerna.

Produktsäkerhet och kvalitet

Att kunna lita på innehållet i en produkt ska vara en självklarhet för ICA Gruppens kunder. Ett stort antal kontroller görs för att säkerställa exempelvis kvalitet och spårbarhet. ICA Gruppen arbetar på flera fronter för att förhindra framtida livsmedelsbedrägerier, så kallad Food Fraud, bland annat genom kvalitetscertifikat, tester och kontroller samt samarbeten inom branschen. ICA Gruppen för också kontinuerligt dialog med livsmedelsbranschen och berörda myndigheter samt följer GFSI:s (Global Food Safety Initiative) arbete inom området.

Myndighetsrevisioner under kvartalet

Kemikalieinspektionen genomförde under våren och sommaren analyser av Hemtex-textiler. Varorna har analyserats med avseende på azofärgämnen, nonylfenoler och nonylfenoletoxilater. Inget av dessa ämnen hittades i de prover som togs på Hemtex produkter.

Livsmedelsverket gjorde under kvartalet kontroller på ICA Sveriges huvudkontor. Fokus låg på märkning och spårbarhet avseende ICAs egna märkesvaror. ICA fick generellt sett bra omdöme. Avvikelse noterades dels på märkningen Superbroccoli, trots säkerställande av en tillräckligt hög halt C-Vitamin, dels avseende avsaknad av anvisningar för hållbarhet på öppnad förpackning på ett antal olika produkter.

Under kvartalet granskades också Apotek Hjärtat av certifieringsorganet EcoCert och godkändes för att använda den ekologiska märkningen Cosmos Organic på produkter i serien Apolosophy Eco.

Publika återkallelser av egna märkesvaror under kvartalet

Vid misstanke om att en såld produkt medför hälsorisk tar ICA Gruppen kontakt med ansvarig tillsynsmyndighet, produkten tas bort från butikshyllorna och ett pressmeddelande om återkallelse skickas ut. ICA Sverige har haft tre publika återkallelser av egna märkesvaror via pressmeddelande under kvartalet: ICA Glutenfria Chokladmuffins eftersom produkten kan innehålla spår av odeklarerad mjölkprotein, ICA I love eco grillkorv 400 gram med bäst före datum 2016-09-28 på grund av risk för listeria samt ICA Kycklingbullar 350 gram som en försiktighetsåtgärd efter att det påträffats listeria i en annan produkt som tillverkas på samma fabrik. Rimi Baltic har inte haft någon publik återkallelse av egna märkesvaror via pressrelease under kvartalet.

Socialt & miljömässigt ansvar vid inköp:

ICA Gruppen gör affärer över hela världen vilket innebär att ansvaret sträcker sig över gränserna. För ICA Gruppens del tar sig detta ansvar uttryck i dels kontinuerliga uppföljningar av leverantörer, dels i form av stöd till olika lokala projekt och aktiviteter.

Social revision av bärleverantörer

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. Revisionsresultaten visar att bärleverantörerna har tagit sitt ansvar att säkerställa goda arbetsförhållanden för sina anställda på allvar och kan visa att riktlinjerna i stort efterlevs.

Stora framgångar för ärt-projekt i Guatemala

ICA Sveriges projekt tillsammans med den holländska biståndsorganisationen IDH The Sustainable Trade Initiative i Guatemala avseende odling av ärtor börjar närma sig sitt slut. Syftet är, ut utan mellan-händer, 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 projektet inleddes har en ny bevakningsanläggning tagits i drifts och närmare 200 bönder fått träning i förbättrad odlings teknik. Detta gör att odlarna på sikt kan få två skördar per säsong och därigenom dubbla sina inkomster. Dessutom har samtliga inom odlingskooperativet fått träning i socialt ansvar och mänskliga rättigheter. Projektet i Guatemala är beräknat att avslutas i mars 2017 och kommer då att ha nått sina mål – där det främsta har varit att hjälpa bönderna att gå från att odla majs för egen konsumtion till att även odla sockerärtor som de kan sälja på exportmarknaden.





Bra betyg i WWF:s "Palm Oil Buyers Scorecard 2016"

I slutet av september presenterades WWF:s "Palm Oil Buyers Scorecard". Rapporten utvärderar drygt 130 företag från 15 länder utifrån vilka åtaganden de gjort för att köpa certifierad palmolja (CSPO) för sina egna varumärken, men också efter vilken grad av spårbarhet de har i sin leverantörskedja. ICA Gruppen fick i undersökningen 8 av maximalt 9 i betyg.

Samhällsengagemang och bidrag till välgörenhet

ICA Gruppen vill vara en positiv kraft i samhället och göra kloka investeringar för framtiden, inte minst genom samverkan och stark lokal förankring. Koncernen samarbetar med frivilligorganisationer som arbetar för folkhälsa, miljö, humanitära insatser och mångfald.

Urbanisering och hållbarhet fokus i Almedalen 2016

ICA Gruppen och ICA-handlarnas Förbund arrangerade för andra året i följd egna seminarier och event under politikerveckan i Almedalen. Årets fokusområden var urbaniseringen och dess konsekvenser för stad och landsbygd; sysselsättning och integration, samt konsumentbeteenden och hållbarhet. Seminarierna var alla mycket välbesökta, med sammanlagt närmare 600 gäster och ett stort antal omnämnanden i sociala medier – där hashtaggen #ICAiAlmedalen ett tag trendade på Twitter.



Lansering av Tack-lotten

Under juli lanserades Tack-lotterna i ICA-butiker runt om i landet som ett första steg i en långsiktig satsning. Bakom skraplotterna står den ideella föreningen Vi kan mer som består av Svenska Röda Korset, Cancerfonden och ICA-stiftelsen. Tanken är att med lotteri som grund samla in medel där lotteriöverskottet går till samhällsviktiga insatser för hälsa, mångfald och integration via lotteriets förmånstagare.

Insamlingar, välgörenhet och donationer

Inom Rimi Baltic har flera insamlings- och välgörenhetsprojekt bedrivits under kvartalet. Sammantaget har Rimi Baltics kunder bidragit med över 78 000 Euro till bland annat SOS Barnbyar och Children's Hospital i Riga. Därutöver har flera projekt bedrivits i syfte att stötta utsatta barn.

Apotek Hjärtat samlade under september in pengar till Gundua Health Centre, en hälsoklinik i Kenya. Sammantaget samlades cirka 180 000 kronor in. De insamlade pengarna skall denna gång användas till att behandla barn med maskinfektion, vilket är en mycket vanlig orsak till att barn inte kan komma till skolan och därmed går miste om viktig undervisning.

Kritik och mediedebatter:

Svenska Dagbladet har under perioden rapporterat om ICA Sveriges arbete med egna märkesvaror (EMV), utifrån vinkeln att tillväxten inom detta segment riskerar att snedvrider konkurrensen och sätta hårdare press på leverantörer.

ICA Sveriges satsning inom EMV syftar till att kunna erbjuda dels varor som idag saknas på marknaden, dels varor av hög kvalitet till ett lägre pris än motsvarande märkesledande vara. Försäljningen av EMV-varor har under senare år ökat kraftigt, vilket måste ses som ett tecken på att kunderna uppskattar varorna. Det ska också poängteras att ICA Sveriges leverantörer är lika många idag som för 10 år sedan – medan bredden i sortimentet är större än någonsin. För mindre leverantörer är EMV ofta ett sätt att fortsätta utvecklas, trots allt hårdare konkurrens från internationella aktörer.

I juli hade Expressen en artikelserie där man kritiserade olika typer av bantningsmedel. Här omnämndes bl.a. preparatet XLS, som säljs på apoteken (inkl. Apotek Hjärtat). I artikelserien kritiserades apoteken för att sälja XLS, som man hävdade inte har någon bevisad effekt. Apotek Hjärtats bedömning är dock att det finns tillräckligt med underlag och studier kring påvisad effekt för att kunna fortsätta sälja det.

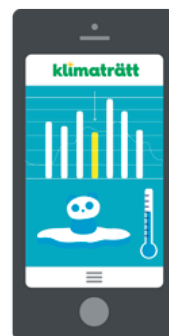
Priser och utmärkelser

FN meddelade i slutet av september att ICA Gruppen får pris för projektet Klimaträtt. Priset kommer att delas ut på FN:s klimatkonferens COP22 i mitten av november i Marrakesh. Klimaträtt har hjälpt och inspirerat människor i ett flerfamiljshus i Uppsala att på ett enkelt sätt minska sin klimatpåverkan. Klimaträtt får utmärkelsen med motiveringen att det är ett av de mest innovativa och skalbara, globala exemplen på vad företag gör för att adressera och skapa lösningar för en minskad klimatpåverkan. ICA Gruppen och Klimaträtt var en av vinnarna i kategorin Informations- och kommunikationsteknologi. Totalt utsågs tretton vinnare globalt i olika kategorier.



MARRAKECH COP22 | CMP12
UN CLIMATE CHANGE CONFERENCE 2016

Rimi Lettland har fått hederserkännande inom området hållbar tillväxt i Swedish Business Awards. Rimi fick erkännandet för långsiktig delaktighet samt enastående prestationer och uthållighet när det gäller hållbar utveckling och socialt ansvar. Swedish Business Awards initierades 2006 av svenska ambassaden i Lettland, Business Sweden, Swedbank och TeliaSonera.



Utblick

”Bäst-före”-märkningen har passerat sitt bäst-före-datum

En tvåbarnsfamilj slänger mat för cirka 6 000 kronor per år. Utöver den negativa påverkan på den egna ekonomin innebär det också en helt onödig klimatpåverkan.

”Vi tror att ”Bäst-före”-märkningen är en av anledningarna till att det slängs så mycket mat. Många blandar ihop märkningarna ”Bäst före” och ”Sista förbrukningsdag”. Den första är en kvalitetsmärkning medan den andra anger när det inte längre är tillåtet att sälja eller ge bort livsmedel. Mat som förvaras rätt håller oftast längre än bäst före-datumet. Om det är så att märkningen innebär att det slängs mat i onödan gör den mer skada än nytta – och då borde vi fundera på att införa någon annan typ av märkning”, säger Kerstin Lindvall, direktör för Corporate Responsibility på ICA Gruppen.

Som ett sätt att uppmärksamma kunder på märkningens egentliga betydelse, stimulera till debatt och i förlängningen minska matsvinnet – lanserade ICA Sverige i september märkningen ”Minst hållbar till” på fyra egna märkesvaror inom mejerisortimentet.

”Vi ser i undersökningar att drygt 25 procent av de tillfrågade inte äter något vars bäst-före-datum har gått ut. Den nya märkningen är ett sätt att uppmärksamma kunderna på märkningens egentliga betydelse, det vill säga att produkten ofta kan ätas efter datumstämplingen. Vi tror att matsvinnet skulle kunna minska dramatiskt om vi alla hade en större tillit till våra egna sinnen, genom att titta, lukta och smaka istället för att låta bäst-före-datum avgöra”, säger Kerstin Lindvall.

Livsmedelsverket har efter införandet av den nya märkningen förvarnat ICA om att de avser inkomma med ett föreläggande i vilket ICA ombeds återgå till den tidigare märkningen.

”Vår uppfattning i frågan är tydlig. Vi vill ha en fortsatt dialog kring matsvinsfrågan och kommer därför anordna en intressentdialog i ämnet. Vi i dagligvaruhandeln kan påverka och hjälpa våra kunder så att svinet minskar. På ICA gör vi redan mycket för att minska matsvinnet men vi kan göra mer.

Nu är vi alltså beredda att utmana och testa tolkningen av gällande lagstiftning i hopp om att en ny märkning kan bidra till ett minskat matsvinn i hemmen”, säger Kerstin Lindvall.

”Vår uppfattning i frågan är tydlig. Vi vill ha en fortsatt dialog kring matsvinsfrågan och kommer därför anordna en intressentdialog i ämnet”.

Kerstin Lindvall, direktör Corporate Responsibility på ICA



Minst hållbar till

I september lanserade ICA Sverige märkningen ”Minst hållbar till” på fyra egna märkesvaror inom mejerisortimentet. Syftet är att uppmärksamma kunder på märkningens egentliga betydelse, stimulera till debatt och i förlängningen minska matsvinnet.

Revisors rapport över översiktlig granskning av ICA Gruppen AB:s Hållbarhetsrapport juli-september 2016

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 2016.

Styrelsens och företagsledningens ansvar för Hållbarhetsrapport juli - september 2016

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 2016 ingen fullständig GRI-redovisning, utan utgör en lägesuppdatering avseende de väsentliga områden som redovisats i ICA Gruppen AB:s hållbarhetsredovisning för 2015. Hållbarhetsrapport juli – september 2016 utgör således ett komplement till hållbarhetsredovisningen för 2015 och ska läsas tillsammans med denna.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala en slutsats om Hållbarhetsrapport juli – september 2016 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 god revisionssed i övrigt har. Revisionsföretaget tillämpar ISQC 1 (International Standard on Quality Control) och har därmed ett allsidigt system för kvalitetskontroll vilket innefattar dokumenterade riktlinjer och rutiner avseende efterlevnad av yrkesetiska krav, standarder för yrkesutövningen och tillämpliga krav i lagar och andra författningar.

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 2016.

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
- överbäggande av helhetsintrycket av kvartalsrapporten, samt dess format
- avstämning av den granskade informationen mot hållbarhetsinformationen i ICA Gruppen AB:s hållbarhetsredovisning för 2015.

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 2016 inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan angivna kriterierna.

Stockholm den 9 november 2016

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 de övergripande områdena miljö, kvalitet, hälsa, etisk handel, samhällsengagemang samt ICA Gruppens roll i de viktigaste mediedebatterna. Rapporten omfattar alla bolag inom ICA Gruppen. Apotek Hjärtat och Hemtex ingår i denna rapport inte i hållbarhetsmålen, men arbete pågår för att inkludera bolagen framöver.

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:

https://www.icagruppen.se/rapportportal/arsredovisning-2015/#!#@hallbarhetsinformation_mat--och-berakningsmetoder

<https://www.icagruppen.se/rapportportal/arsredovisning-2015/#!#@hallbarhetsinformation>

<https://www.icagruppen.se/rapportportal/arsredovisning-2015/#!#@vasentliga-fragor>

Rapporten är oberoende granskad av tredje part.

Väsentliga förändringar sedan föregående redovisningsperiod

Nytt klimatmål

I slutet av 2015 beslutade ICA Gruppens koncernledning om ett nytt klimatmål. Målet togs fram i enlighet med metoden för Science Based Targets samt GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard. Mät- och beräkningsmetod för det nya klimatmålet har utifrån detta justerats något i jämförelse med tidigare klimatmål. Förändringarna är att total yta används istället för säljyta samt att klimatpåverkan från påfyllnad av köldmedia i de svenska ICA-butikerna inkluderas. Denna justerade mät- och beräkningsmetod gäller även i de fall som historisk data för ICA Gruppen rapporteras, exempelvis för basåret 2006. Klimatpåverkan från elanvändning på svenska kontor samt från affärsresor för Rimi Baltic är planerat att inkluderas snarast möjligt.

Sedan 1 januari 2016 rapporteras utfallet för klimatmålet rullande 12 månader (R12).

Köldmedieförbrukningen rapporteras genom schabloniserade preliminära värden i samtliga kvartalsrapporter, baserat på föregående års förbrukning. Köldmedieläckaget i Rimi Baltic under 2015 påverkar således utfallet för ICA Gruppen negativt i samtliga kvartalsrapporter 2016.

Försäljningsdata

Försäljningsdata för ICA Sverige omfattar samtliga produkter i ICA Sveriges centrala sortiment. Försäljningsandel för ICA Sverige omfattar samtliga produkter i ICA Sveriges centrala sortiment, exklusive nonfood-sortimentet. Försäljningsdata för ICA-butikernas egna inköp från externa leverantörer ingår inte.

Från första kvartalet 2016 redovisas försäljning i butik av miljömärkta, ekologiska och etiskt märkta produkter i ICA Sverige ABs sortiment. En produkt som innehar två eller fler av dessa märkningar dubbelräknas inte.

Definitioner: Miljömärkt omfattar produkter med någon av följande märkningar: Svanen, EU Ecolabel, Bra Miljöval, MSC och FSC (FSC-märkta förpackningar ingår inte). Ekologiskt omfattar produkter med någon av följande märkningar: EU-ekologiskt, KRAV, GOTS och OCS. Etiskt märkt omfattar produkter med någon av följande märkningar: Rainforest Alliance, Utz Certified och Fairtrade.

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, ICA Banken som erbjuder finansiella tjänster och Apotek Hjärtat som driver apoteksverksamhet. I koncernen ingår även Hemtex. För mer information se icagruppen.se

Kontakt och kalender

För ytterligare information, vänligen kontakta:

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

ICA Gruppens presstjänst
tel +46 10 422 52 52

Kalender

8 mars 2017

ICA Gruppen Årsredovisning 2016