

## Mat och hälsa i centrum

### Första kvartalet 2015 i sammandrag

- **Fortsatt arbete med revidering och certifiering av leverantörer**  
Arbetet med att socialt revidera och kvalitetscertifiera leverantörer av ICA Gruppens egna märkesvaror fortsatte under kvartalet. I slutet av mars 2015 var 88 (89) procent av leverantörerna socialt reviderade och 81 (83) procent kvalitetscertifierade.
- **Utveckling av det ekologiska sortimentet**  
Under kvartalet ökade ICA Sveriges ekologiska försäljning i det centrala sortimentet med 59 (43) procent. Samtidigt utvecklades det ekologiska sortimentet genom bland annat lansering av ett stort antal nya ekologiska mejeriprodukter.
- **Stor satsning kring hälsosam mat**  
I februari påbörjades nylanseringen av "ICA Gott liv" i Sverige, ett sortiment bestående av produkter med låg salt- och sockerhalt, mindre fett och mer fiber.
- **Ny app för klimaträtta val**  
I samarbete med bland annat Uppsalahem, WWF och Chalmers lanserade ICA Sverige pilotprojektet Klimaträtt. I centrum står en nyutvecklad app, i vilken viktiga områden som boende, mat, transport och övrig konsumtion registreras. Genom appen får projektdeltagarna återkoppling på hur den egna livsstilen påverkar klimatet.

- **Stor satsning kring insamling av överblivna läkemedel**

För att minska mängden överblivna läkemedel som slängs i det svenska hushållsavfallet påbörjade Apotek Hjärtat under kvartalet en omfattande kampanj med syfte att samla in överblivna läkemedel.

- **Klimatrelaterad riskanalys**

Under kvartalet påbörjade ICA Sverige en analys av potentiella klimatrelaterade risker kopplade till inköp. Syftet är att identifiera hur tillgång och kostnader skulle påverkas vid bestående klimatförändringar.

### Nyckeltal

ICA Gruppen	Q1 2015	Q4 2014	Helår 2014
Andel socialt reviderade leverantörer av egna varor	88%	89%	89%
Andel kvalitetscertifierade leverantörer av egna varor	81%	83%	83%
ICA Sverige	Q1 2015	Q1 2014	Rullande 12 månader
Försäljningsutveckling ekologiskt sortiment*	59%	43%	57%
Försäljningsutveckling hälsosamt sortiment**	58%	i.u.	i.u.

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

\*\* Ett hälsosamt sortiment definieras som livsmedel som konsumenterna borde öka sitt intag av eller byta till enligt de råd som ges i Nordiska Näringsrekommendationerna (NNR5).



# Hälsotrenden är här för att stanna

Det råder något av motionsfeber i Sverige. Vi tränar och motionerar som aldrig förr. Både antalet tävlingar och antalet deltagare i olika typer av lopp har under senare år ökat kraftigt. De 15 800 platserna till Vasaloppet 2016 såldes till exempel slut på 83 sekunder. Satt i ett större sammanhang är trenden tydlig: vi bryr oss allt mer om hur vi mår och hur vi väljer att leva våra liv. Hälsa har blivit en av vår tids mest centrala frågor.

Inom ICA Gruppen har vi länge haft höga ambitioner inom hälsoområdet, och en av våra strategiska prioriteringar för 2015 är just att hjälpa kunderna att göra hållbara och hälsosamma val – val som gynnar både den egna kroppen och samhället runt omkring oss.

Arbetet har många dimensioner, men några av våra viktigaste satsningar är en successiv utveckling av vårt ekologiska sortiment, en ökad satsning på mer hälsosamma och nyttiga livsmedel, ett växande sortiment av lokalt producerade varor i butikerna samt fortsatt arbete när det gäller ursprungsmärkning och spårbarhet.

Att intresset för ekologiska alternativ är stort råder det inga tvivel om. Efterfrågan på ekologiska varor har fått ett kraftigt uppsving under senare år. Och till de främsta drivkrafterna hör, när vi frågar kunderna, uppfattningen att ekologiskt har en positiv inverkan på den egna hälsan. Inom ICA Sverige ökade försäljningen av ekologiska produkter under första kvartalet med 59 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år. När det gäller vårt ekologiska sortiment sker en kontinuerlig utveckling och under det gångna kvartalet lanserades ett stort antal nya produkter, bland annat inom mejerisegmentet.

Förvärvet av Apotek Hjärtat i slutet av förra året ska bland annat ses i ljuset av att vi vill stärka våra positioner inom hälsa och välbefinnande ytterligare. Vi är nu Sveriges näst största aktör inom apoteksområdet. Affären skapar utvecklingsmöjligheter i en intressant och viktig bransch och möjliggör synergier med övrig verksamhet inom ICA. Hälsotrenden är här för att stanna och vår ambition framöver är att ge kunderna ett ännu bättre erbjudande inom läkemedel, hälsa och välbefinnande.

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 andra halvåret 2015.

### 100 procent av ICA Gruppens leverantörer av egna varor i högriskländer ska vara socialt reviderade<sup>1</sup>

2015 Q1	2014 Q4	2014	Mål
88%	89%	89%	100%

Andelen socialt reviderade leverantörer av ICA Gruppens egna varor i högriskländer minskade något under kvartalet vilket beror på naturliga förändringar i leverantörsbasen, som under kvartalet ökade något. ICA Gruppens arbete med att säkerställa att leverantörer av ICA Gruppens egna varor i högriskländer har genomgått en social revision fortgår.

### 80 procent av ICA Gruppens leverantörer av egna varor ska vara kvalitetscertifierade<sup>2</sup>

2015 Q1	2014 Q4	2014	Mål
81%	83%	83%	80%

Andelen kvalitetscertifierade leverantörer av ICA Gruppens egna varor har minskat något under kvartalet. Naturliga förändringar i leverantörsbasen ligger till grund för denna minskning.

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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.

# Om ICA Gruppens hållbarhetsarbete

ICA Gruppen ska vara ett långsiktigt livskraftigt företag med god ekonomi, ett medvetet miljöarbete och ett starkt samhällsengagemang. Hållbarhetsarbetet är en strategisk prioritet och integrerat i koncernens alla verksamheter. Det bygger förtroende i omvärlden och bidrar till långsiktig lönsamhet.

Hållbarhetsarbetet inom ICA Gruppen är strukturerat utifrån fem fokusområden:

## Miljö

Miljöfrågorna är integrerade i det dagliga arbetet i butik och logistik, med inköp och på kontor, bland annat genom verktyg och certifieringar. Stort fokus ligger på en ökad energieffektivisering samt att minimera svinn i hela kedjan.

## Kvalitet

Med kvalitet avses bland annat produktsäkerhet, djuromsorg, innehåll, smak, spårbarhet och märkning. Hela ICA Gruppens sortiment ska leva upp till koncernens och omvärldens kvalitetskrav. För att uppnå detta görs regelbundna leverantörsrevisioner, granskning av produkters innehåll och märkning samt produkttester. ICA Gruppen har också ett systematiskt kvalitetssäkringsarbete i logistikverksamheten och i butik.

## Etisk handel

ICA Gruppen säljer produkter från hela världen och ska ha kännedom om var produkterna kommer ifrån och under vilka villkor de har producerats. ICA Gruppen accepterar inte diskriminering, avsaknad av rätt till föreningsfrihet och kollektivavtal, barnarbete, tvångsarbete, att unga arbetare exponeras för riskfyllda arbeten eller andra brister i efterlevnad av de mänskliga rättigheterna. Detta tydliggörs i koncernens policyer och i avtalen med samtliga leverantörer. Uppföljningen är riskbaserad och görs främst genom sociala revisioner på de produktionsenheter som tillverkar koncernens egna varor samt ligger i ett så kallat högriskland.

## Hälsa

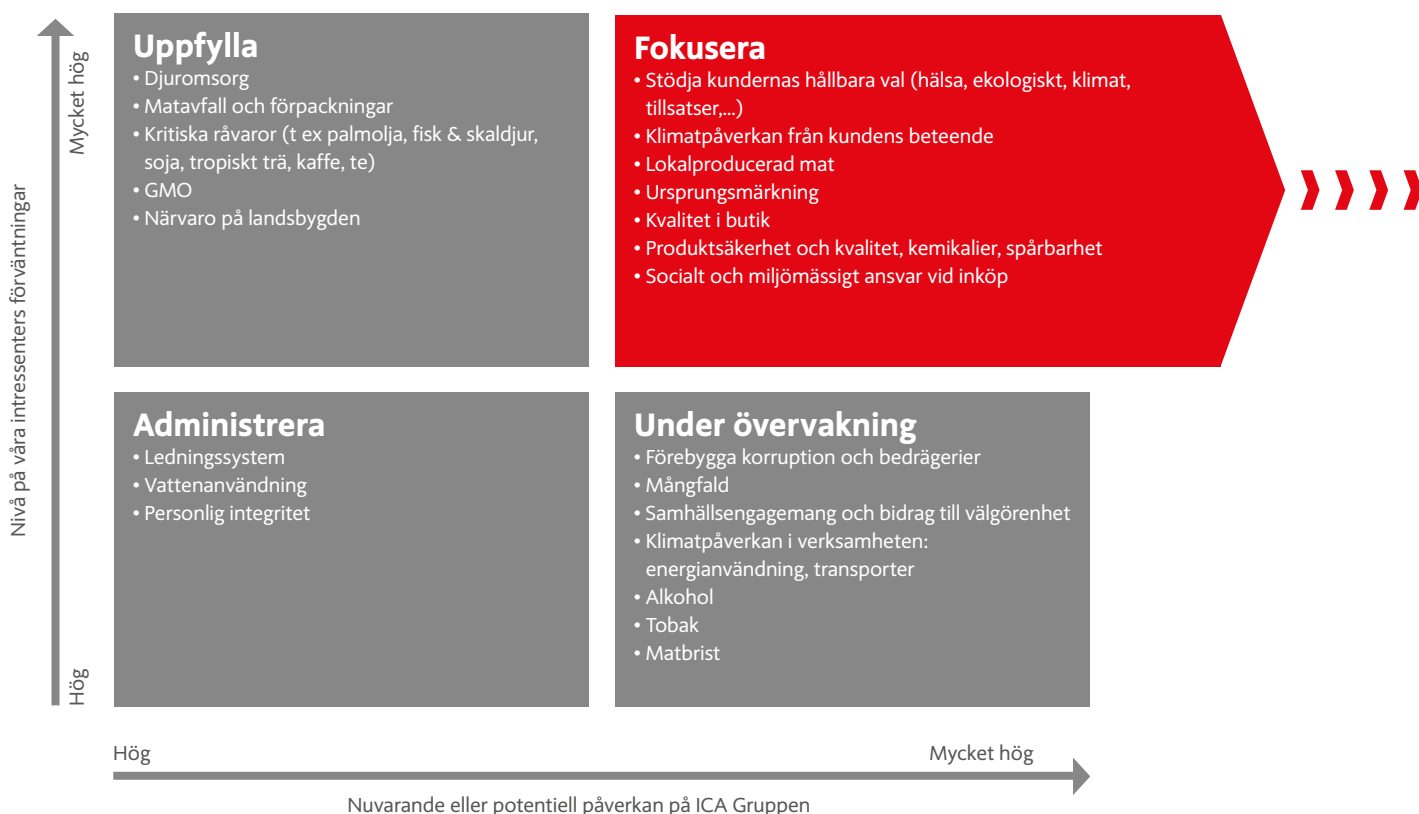
Att hjälpa kunderna att må bra och inspirera dem till en hälsosam livsstil är en viktig uppgift för ICA Gruppen. Det bidrar också till att utveckla sortimentet och öppnar för nya affärer. Genom produkter som tar hänsyn till frågor kring tillsatser, allergier, trender och livsstil kan ICA Gruppen sprida kunskap och inspirera kunderna till medvetna val i vardagen.

## Samhällsengagemang

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, humana insatser och mångfald.

## Väsentlighetsanalys

ICA Gruppens hållbarhetsarbete utgår från en väsentlighetsanalys, där de hållbarhetsfrågor som är mest relevanta för koncernen identifieras. 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 intensifiera arbetet med att 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 första kvartalet 2015 har flera insatser genomförts för att stödja denna utveckling.

### Stor satsning kring hälsosam mat

Som ett steg i strävan att stötta och stimulera till sunda och hälsosamma vanor, påbörjades under kvartalet nylanseringen av "ICA Gott liv" i Sverige, ett sortiment för alla som vill inspireras till ett hälsosammare liv – men utan pekpinnar. Produkterna har låg salt- och sockerhalt, mindre fett och mer fiber och grundar sig i de Nordiska Näringsrekommendationerna. Dessutom är de flesta produkterna märkta med Nyckelhålet. Befintliga produkter inom ICA Gott liv kommer löpande att relanseras i ny design. Parallellt lanseras under 2015 även ett brett spektra av nya produkter, allt från smarta mellanmål till vardagsräddare i färskvarudisken. Totalt finns omkring 100 ICA Gott liv-produkter, varav mer än hälften är nyheter.

### Lansering av ny hälsportal

Som en del av ICA Sveriges hälsosatsning lanserades under perioden en ny hälsportal, riktad mot alla kunder med ICA-kort. Genom portalen, som nås genom ICA.se, ges kortkunderna möjlighet att ta del av ett stort antal rabatterade hälsotjänster.



### Kampanjer i både Sverige och Baltikum

I både Sverige och i de baltiska länderna råder en hälsoboom just nu och allt fler strävar efter att leva ett hälsosammare liv. I Sverige lanserades under kvartalet kampanjen "Var med och må bra", med fokus både på hälsosam mat och på en hälsosam livsstil. Rimi Estland inledde under kvartalet ett projekt kallat "My style is healthy". I projektet lyfts varje månad en utvald frukt eller grönsak i kampanjer på webben, i bloggar och i sociala medier.



### Fortsatt utveckling av det ekologiska sortimentet

Försäljningen av ekologiska varor fortsätter att öka. 2014 ökade försäljningen av ekologiska varor i ICA Sveriges centrala sortiment med 55 (16) procent jämfört med föregående år. Ökningen har fortsatt även under det första kvartalet 2015. Under kvartalet ökade ICA Sveriges ekologiska försäljning i det centrala sortimentet med 59 (43) procent.

Under kvartalet fortsatte utvecklingen av ICA Sveriges egna ekologiska sortiment. Bland annat lanserades ett stort antal nya ekologiska mejeriprodukter, däribland ekologisk mellanmjölk, ekologisk laktosfri mellanmjölkdryck, ekologisk vispgräddde och ekologisk A-fil. Bland övriga nyheter fanns bland annat I love eco "Fruktmellis", en frukt- och bärpuré helt baserad på ekologiska frukter och bär och utan tillsatser eller extra socker.

### ICAs grillkol och briketter miljömärkta med Naturskyddsföreningens Bra Miljöval

ICAs grillkol miljömärktes under kvartalet med Naturskyddsföreningens Bra Miljöval. För att få märkningen Bra Miljöval måste produkten och produktionen leva upp till hårda krav i hela produktionskedjan. ICAs grillkol och briketter är sedan tidigare FSC- och till stor del DNV-certifierade. FSC verifierar att träet kommer från ansvarsfullt skötta skogsbruk. DNV står för marknadens högst ställda kvalitetskrav på både slutprodukt och produktionsprocess.

### Stor satsning kring insamling av överblivna läkemedel

Varje år slänger svenska hushåll 250 ton läkemedel i hushållsavfallet\*. Under första kvartalet inledde Apotek Hjärtat en kampanj med målet att få fler att lämna in överblivna läkemedel på apotek. Förhoppningen är att under kampanjperioden öka inlämningen med 40 procent.

\* Källa: Läkemedelsverket 2012-09-27



## Klimatpåverkan från kundens beteende

Ungefär en fjärdedel av klimatpåverkan från de svenska hushållen kommer från maten. 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.

### Ny app för klimaträtta val

Som ett led i detta arbete lanserade ICA Sverige, ICA Banken, ICA Supermarket Torgkassen och fastighetsbolaget Uppsalahem tillsammans med bland andra Chalmers och WWF under kvartalet pilotprojektet "Klimaträtt". I centrum står en nyutvecklad 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. Tanken med projektet är att skapa förutsättningar för att med enkla medel minska den egna klimatpåverkan i vardagen. Målet med pilotprojektet är att deltagarna ska minska sina CO<sub>2</sub>-utsläpp med i genomsnitt 40 procent fram till att projektet avslutas i höst.

### Klimatrelaterad riskanalys

ICA Sverige påbörjade under kvartalet en analys av potentiella klimatrelaterade risker kopplade till inköp. Syftet med analysen är att identifiera hur tillgång av olika råvaror kan komma att påverkas vid bestående klimatförändringar. Analysen omfattar dels ett urval frukter och grönsaker, dels ett antal livsmedelsprodukter inom ICAs EMV-sortiment. Studien är i sin slutfas och resultatet kommer att användas för att öka kunskapen och engagemanget i klimatfrågan internt samt som ett verktyg för se över eventuella behov av långsiktiga förändringar i inköpsarbetet.

### "Mat och klimat"

Under kvartalet lanserades receptsajten "Mat och klimat" på ICA.se, en samlingsida med recept och smarta tips kring hur man som konsument kan minska sin klimatpåverkan.

## Lokalproducerad mat

Både i Sverige och i de baltiska länderna är efterfrågan på lokalt producerade livsmedel stor och växande. Samtliga nyheter i ICA Sveriges ekologiska mejerisortiment är av svenskt ursprung. ICA Sverige och Rimi Baltic arbetar på flera sätt för att öka andelen lokalt producerade varor i sina respektive sortiment. ICA Sverige inledde under 2014 ett samarbete med LRF i syfte att bredda utbudet av svenska varor i butik, öka försäljningen av svensk mat och bidra till den svenska landsbygdens utveckling och tillväxt. Samarbetet har under kvartalet bland annat resulterat i över 40 utbildningsfilmer om svensk mat och lantbruk. Tanken är att alla butiksmedarbetare på ett enkelt och roligt sätt ska kunna lära sig mer om svensk matproduktion och på så sätt kunna främja försäljningen.

## Produktsäkerhet och kvalitet

Ursprungsmärkning och spårbarhet utgör viktiga parametrar i ICA Gruppens kvalitetsarbete. ICA Sverige har länge valt att ursprungsmärka sina egna varor utöver vad lagstiftningen kräver. I snart tio år har allt kött och all fågel samt charkvaror och färdigmat med kött ursprungsmärkts med köttträvarans ursprung, och samtliga produkter har märkts med förpackningsland.

### Livsmedelsbedrägerier

ICA Gruppen deltog under kvartalet i de nordiska livsmedelsmyndigheternas möte om livsmedelsbedrägerier, så kallad Food fraud. ICA har även varit initiativtagare till ett branschöverskridande nätverk i Sverige med syfte att dela information och de bästa metoderna om hur fusk med livsmedel ska hanteras.

Som ett led i arbetet med Food fraud genomförde ICA i Sverige under kvartalet uppföljande tester på bl a basmatiris, ekologiska frukter och grönsaker samt olivolja. I inget fall hittades några avvikelser.

### Publika återkallelser

Vid misstanke om att en såld produkt medför en hälsorisk tar ICA Gruppen kontakt med ansvarig tillsynsmyndighet, tar bort produkten från hyllorna och skickar ut ett pressmeddelande om återkallelse. ICA Sverige har haft en publik återkallelse av egna märkesvaror via pressmeddelande under kvartalet: vissa batchnummer av ICA Cook & Eat blender då delar av knivarna kan lossna. Rimi Baltic har haft en publik återkallelse av egna märkesvaror via pressmeddelande: ett parti Gardner inlagda rödbetor 450 g efter indikation om att förpackningar kan innehålla glasbitar.



## Socialt & miljömässigt ansvar vid inköp

ICA Gruppen engagerar sig på olika sätt för att förbättra villkoren för lokala leverantörer. Under kvartalet startades till exempel ett projekt som syftar till att förbättra villkoren för odlare av sallads- och sockerärter i Guatemala. Genom ett samarbete med den holländska organisationen IDH stödjer ICA Sverige bönder i byn Xetinit. När böndernas sockerärter säljs i ICA-butikerna går en del av intäkterna tillbaka till bönderna i form av investeringar i bland annat lokala vattenledningssystem och dricksvattenanläggningar.

### Nätverk för ansvarsfullt användande av vatten

Till de större globala utmaningarna hör att bättre främja en mer ansvarsfull användning av vatten, både i leverantörs- och produktionsled. Dagens värdekedjor är komplexa och det är svårt att påverka vattenanvändningen på gårdsnivå, där den största andelen vatten används. Långsiktigt, hållbart nyttjande av vatten kan endast uppnås genom nära samarbete med leverantörer och producenter. För att underlätta och möjliggöra detta bildades i februari ett nätverk bestående av svenska mat- och dryckesföretag med en gemensam strävan om att bidra till ett mer ansvarsfullt användande av vatten. ICA Gruppen är sedan starten med i nätverket, som leds av Swedish Water House vid Stockholm International Water Institute (SIWI). Målet med samarbetet är att livsmedelsbranschen lättare ska kunna kartlägga det bästa sättet att hantera vatten i odling och förädling i länder som står inför ökande vattenutmaningar. Under 2015 kommer företagen inom nätverket att analysera och jämföra ett tiotal vattenrelaterade standarder och mätverktyg.



### Närodlat plast

Tillsammans med Polarbröd blev ICA Sverige under kvartalet nya partners i projektet Närodlat Plast. Projektet är ett samarbete mellan nordiska företag och innefattar hela tillverkningskedjan för biobaserad plast – från skog till förpackning. Målet är att utvärdera möjligheterna att med samarbete mellan alla aktörer i kedjan tillverka plast från skogsråvara i Sverige.

## Samhällsengagemang och bidrag till välgörenhet

Inför Alla hjärtans dag sålde ICA i Sverige nästan hundratusen tulpanbuketter till förmån för Röda Korsets arbete med att återförena familjer som splittrats av krig och katastrofer. Fem kronor från varje såld bukett gick till Röda Korsets arbete, vilket innebär att ICAs kunder under en enda vecka skänkte 498 000 kronor till Röda Korset. Under hela kampanjperioden bidrog försäljningen av tulpanbuketter med över 517 000 kronor till Röda Korsets arbete.

### Priser och utmärkelser:

- ICA.se utsågs till Sveriges bästa matsajt av InternetWorld, bland annat för att den "lyfter fram heta ämnen som klimatsmart mat och hälsofrågor".
- ICA Banken utsågs för andra året i rad till bästa bank i Sustainable Brand Index 2015.

## Rättelse kring ICA 2020

Tillsammans med ICA i Sverige bedrivs ungdomssatsningen ICA 2020. Målet är att de kommande åren erbjuda 2 000 praktikplatser för unga under 25 år, som står långt från arbetsmarknaden. ICA har i tidigare hållbarhetsrapport redovisat en siffra, baserad på Arbetsförmedlingens statistik, som efter kvalitetsgranskning visat sig vara felaktig. Rätt uppgifter anges i tabellen nedan. Av de totalt drygt 730 praktikplatser som skapades under 2014 ledde cirka 280 till fast anställning.

	Q1 2015	Q1 2014	Helår 2014
Antal praktikplatser ICA 2020	271	342	732

## Med fokus på hälsa

Den ökade hälsotrenden märks tydligt även inom ICA Gruppens apoteksverksamhet. Annika Svedberg är chefsapotekare på Apotek Hjärtat.

### Hur märker ni av den ökade hälsotrenden?

"Vi märker av det på flera sätt, dels genom en ökad efterfrågan på förebyggande hälsoprodukter men också genom ett ökat intresse kring läkemedel och hälsoprodukter. Många vill veta mer om vad de innehåller, hur de påverkar och om eventuella bieffekter. Sedan märker vi också av en ökad efterfrågan på kompletterande tjänster – som till exempel vaccinationer och kontroller av blodtryck och födelsemärken."

### Hälsa eller ohälsa – var ligger fokus?

"För oss är det bara olika sidor av samma mynt. Vår koppling till hälsa kan ju tyckas vara glasklar men rymmer ändå flera dimensioner och perspektiv. I vårt uppdrag ligger att maximera de positiva effekterna av läkemedelsanvändning och samtidigt minimera de negativa – för såväl den enskilde brukaren som för samhället i stort."

### Vad gör ni rent konkret?

"Till ICA Gruppens strategiska prioriteringar hör att underlätta för kunder att göra hållbara och hälsosamma val. Detta omfattar givetvis även oss och vår verksamhet. Rätt använda kan läkemedel i många fall göra underverk – fel använda kan följden bli den motsatta. Här fyller våra farmaceuter och övrig apotekspersonal en i många fall avgörande funktion. Utöver detta lägger vi också stora resurser på preventivt arbete; att genom information och kampanjer bidra till en sundare och mer hållbar livsstil. Och här ska vi bli ännu starkare framöver. Vi ska också se till att dra nytta av kopplingen till ICA – och närheten till kunderna – för att därigenom stärka vår position ytterligare."

### Hur ser de största utmaningarna ut när det gäller läkemedel och hållbarhet?

"Varje år slängs 250 ton överblivna läkemedel i hushållsavfallet eller spolats ner i avloppet. När läkemedelssubstanser når hav och sjöar riskerar de att ge upphov till kroniska förändringar hos djur i form av beteendestörningar eller påverkan på fortplantningsförmågan. För människor ligger den största potentiella risken i ökad antibiotikaresistens. Inom ICAs apoteksverksamhet försöker vi på olika sätt få de svenska hushållen att istället lämna in överblivna läkemedel på närmsta apotek, för en säker destruktion. Under första kvartalet har vi till exempel startat en stor kampanj för att öka inlämningen."



Annika Svedberg, chefsapotekare

### Fakta ICA Gruppens apoteksverksamhet

I november 2014 tecknade ICA Gruppen avtal om att förvärva Apotek Hjärtat AB, Sveriges största privatägda apotekskedja. Apotek Hjärtat och Cura apoteket omsätter tillsammans drygt 11 miljarder kronor, vilket gör ICA Gruppen till den näst största aktören på den svenska marknaden med drygt 30 procents marknadsandel och drygt 370 apotek.

**Totalt antal apotek**  
**378**

# Revisors rapport över översiktlig granskning av ICA Gruppen AB:s Hållbarhetsrapport januari–mars 2015

Till läsarna av ICA Gruppen AB:s Hållbarhetsrapport för perioden 1 januari–31 mars 2015.

## 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 januari–31 mars 2015.

## Styrelsens och företagsledningens ansvar för Hållbarhetsrapport januari–mars 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 januari–mars 2015 ingen fullständig GRI redovisning, utan utgör en lägesuppdatering avseende de väsentliga områden som redovisats i ICA Gruppen AB:s hållbarhetsredovisning för 2014. Hållbarhetsrapport januari–mars 2015 utgör således ett komplement till hållbarhetsredovisningen för 2014 och ska läsas tillsammans med denna.

## Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala en slutsats om Hållbarhetsrapport januari–mars 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 Hållbarhetsrapport januari–mars 2015, 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 revisionssed 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 slut-

sats grundad på en revision har. Vårt bestyrkande omfattar inte de antaganden som använts, eller framtidsinriktad information i Hållbarhetsrapport januari–mars 2015 (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 januari–mars 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 Hållbarhetsrapport januari–mars 2015 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 Hållbarhetsrapport januari–mars 2015 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 anledningen att anse att ICA Gruppen AB:s Hållbarhetsrapport för perioden 1 januari–31 mars 2015 inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan angivna kriterierna.

Stockholm den 6 maj 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 omfattar alla bolag inom ICA Gruppen, utom portföljbolagen. Rapporten 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 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_mat--och-berakningsmetoder)

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

[http://www.icagruppen.se/rapportportal/arsredovisning-2014/#!#@hallbarhetsarbete\\_vasentliga-fragor](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 sedan januari ingår Apotek Hjärtat som driver apoteksverksamhet. I koncernen ingår även det helägda portföljbolaget inkClub, samt det delägda portföljbolaget Hemtex. För mer information se [icagruppen.se](http://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**

20 augusti 2015

Hållbarhetsrapport april–juni 2015

12 november 2015

Hållbarhetsrapport juli–september 2015