



ICA-KONCERNENS ÅRSREDOVISNING OCH
HÅLLBARHETSREDOVISNING 2012



ICAs verksamhet

o ÖVERSIKT 2012	
VD-ord	1
Siffror i korthet	4
Väsentliga händelser 2012	6
Mål och målluppfyllelse	7
o OM ICA	
En ledande detaljhandelskoncern	9
Marknader och drivkrafter	10
Intäkter	16
Strategier	17
Medarbetare	20
Värderingar	28
o ICAS BOLAG	
Dagligvaror, fastigheter, bank och sällanköpsvaror i en koncern	29
ICA Sverige	30
ICA Norge	35
Rimi Baltic	39
ICA Banken	42
ICA Fastigheter	46
o SÅ STYRS ICA	50
Styrelsen och dess arbete	51
Styrelsens kommittéer	52
Styrelse	53
Ledning	55
Intern kontroll över finansiell rapportering	57
Policyer och riktlinjer	58
Så styrs ICAs hållbarhetsarbete	60

Hållbarhetsredovisning

o ÖVERSIKT 2012	
Hållbarhetsord	62
Miljö	63
Kvalitet	84
Etisk handel	102
Hälsa	113
Samhällsengagemang	120
Hållbarhetsutmärkelser	131
o VÅRA UTGÅNGSPUNKTER	
Föregångare inom ansvarsfullt företagande	132
Dialog med ICAs intressenter	133
Väsentlighetsanalys	136
Lokala variationer	137
Risker och möjligheter med hållbarhetsarbetet	138
o OM ICAS HÅLLBARHETSREDOVISNING	
Förutsättningar för redovisningen	140
Mät- och beräkningsmetoder	141
Bestyrkanderapport	145
Så läser du GRI-redovisningen	147

Årsredovisning

o FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE	148
Information om verksamheten	148
Verksamhetsåret 2012	148
–Viktiga händelser under året	150
–Viktiga händelser efter årets utgång	150
–Ekonomisk översikt	151
–Resultatsammanfattning	152
–Finansnetto och skatt	153
–Finansiellställning	153
–Kassaflödesanalys	154
–Investeringar	154
–Femårssammandrag	155
Risker och riskhantering	156
Medarbetare	157
ICAs hållbarhetsarbete	158
ICAs butiker och deras försäljning	159
Moderbolaget ICA AB	161
o RÄKENSKAPER	
Koncernens räkenskaper	
Resultaträkning	163
Balansräkning	164
Förändringar i eget kapital	166
Kassaflödesanalys	167
Noter	168
Moderbolagets räkenskaper	
Resultaträkning	200
Balansräkning	201
Förändringar i eget kapital	203
Kassaflödesanalys	204
Noter	205
o UNDERSKRIFTER	216
o REVISIONSBERÄTTELSE	217

VD-ORD

Så gör vi ICA ännu starkare

ICA är en koncern som berör många människors vardag. Det var därför både utmanande och inspirerande att få tillträda som ny vd för ICA i april 2012. Det är också glädjande att snart ett år senare kunna konstatera att 2012 blev ännu ett framgångsrikt år för ICA, trots den ekonomiska oron i omvärlden. Sammanlagt ökade ICA-koncernen nettoomsättningen till 96 863 MSEK. Justerat för de avyttrade ICA Maxi-butikerna i Norge ökade nettoomsättningen med 4,2 procent i fasta växelkurser och rörelseresultatet exklusive engångsposter landade på 3 466 MSEK, en resultatförbättring med 11,9 procent jämfört med 2011.



Det finns flera höjdpunkter från 2012 som är värda att lyfta fram: ICA Sverige fortsatte att utvecklas bättre än marknaden i stort. Vi har sett en fin utveckling för både egna märkesvaror, Cura apoteket och ICAs specialvaror. Rimi Baltic har utvecklats bra, liksom ICA Banken som dessutom lanserat ett nytt och intressant fondsparpaket. ICA Fastigheter har haft en stabil utveckling och genererade också ett tillfredsställande rörelseresultat för året. Ytterligare ett framsteg är att våra svenska inköps- och logistikprocesser nu är kvalitets- och miljöcertifierade.

Men vi har mycket kvar som kan förbättras. När jag tillträdde påbörjade vi arbetet med att ta fram en ny koncernstrategi. Syftet var att säkra att ICA som koncern fortsätter att utvecklas på bästa möjliga sätt. I september antog styrelsen den nya strategin, som till stor del bygger på flera av våra befintliga styrkor: stark marknadsposition med lokal förankring och anpassning, gott samarbete med enskilda ICA-handlare, bred kundbas och starkt kundfokus samt två starka och välkända varumärken i ICA och Rimi.

Den nya koncernstrategin bygger på sex strategiska teman som sätter en gemensam riktning för det vi gör. Dessa teman ligger fast över tid och hjälper alla bolag i koncernen att dra åt samma håll. Samtidigt kan vi fortsätta skapa det så viktiga utrymmet för lokal anpassning för respektive bolag.

Varje tema rymmer ett antal områden och prioriteringar som ICA ska jobba med på kort och medellång sikt. Till dessa områden har respektive bolag sedan konkretiserat sina planer i ett antal strategiska aktiviteter. Inför 2013 har vi identifierat åtta prioriterade områden:

1. Öka tillväxten i butiksverksamheten.

Att öka tillväxten är avgörande för framtida lönsamhet. Vi ska fortsätta utveckla butiksverksamheten, framför allt i Baltikum och i de svenska storstadsregionerna Stockholm, Göteborg och Malmö. Det handlar både om nyetableringar och om att öka försäljningen och effektiviteten i befintliga butiker.

2. Öka andelen och lönsamheten inom egna märkesvaror.

Vi har fortfarande en stor outnyttjad potential i våra egna märkesvaror. Det är på många sätt en win-win-affär: Kunderna får bra kvalitet till konkurrenskraftiga priser. ICA får produkter med god lönsamhet som samtidigt gör våra butiker unika jämfört med konkurrenterna och stärker vårt varumärke. I dagsläget har vi kommit längst på vår svenska marknad, men även i Norge och Baltikum kommer egna märkesvaror att växa i betydelse. Vårt mål är att andelen egna märkesvaror i vårt sortiment ska växa med 1 procentenhet per år.

3. Säkra konkurrenskraftiga priser och förbättra kundernas prisuppfattning.

På alla våra marknader uppfattar kunderna oss som något dyrare än vad vi verkligen är. På en redan tuff marknad är det avgörande att se till att kunderna har en rättvis uppfattning om våra priser. Under 2012 har vi lagt oss vinn om att säkra konkurrenskraftiga priser och förbättra kundernas prisuppfattning. Det arbetet kommer att fortsätta under 2013.

4. Bli ledande inom digital försäljning.

Onlineförsäljning fortsätter att växa i betydelse, och har dessutom effekten att det samtidigt driver försäljning i butik. Att bli ledande inom digital försäljning är därför en viktig prioritering för oss. 2012 gjorde vi bland annat sortimentet i ICA Special tillgängligt för onlinehandel och 2013 lägger vi kraft och fokus på att utveckla vårt digitala erbjudande, för utrullning under 2014.

5. Vända utvecklingen i ICA Norge.

Att efter flera år av svag utveckling vända ICA Norge till vinst är ett nyckelområde för koncernen. Flera stora strukturella grepp har redan tagits bland annat med avyttringen av de norska ICA Maxi-butikerna, men större strategiska åtgärder har varit nödvändiga. I januari 2013 tecknade vi ett strategiskt samarbetsavtal med Norgesgruppen. Avtalet innebär ett samarbete inom delar av inköp och distribution. Det är en lösning som ger oss helt nya möjligheter att säkra ett bra kunderbjudande och på sikt uppnå lönsamhet i ICA Norge.

6. Öka samarbeten och synergier inom koncernen.

Att hitta synergier mellan våra olika verksamheter och bolag är också ett prioriterat område. Några viktiga områden är till exempel digitala affärer, CRM-system, utveckling av egna märkesvaror samt inte minst inom inköp.

7. Ökad effektivitet med fokus på varuflödet.

Vi måste ständigt vässa våra verksamheter och öka kostnadseffektiviteten. Förenklade processer runt till exempel transporter och lagerhållning av våra varor kan spara både pengar och miljö. Förutom åtgärderna i Norge i samband med det nya avtalet med Norgesgruppen utvecklar vi även de svenska lagren, och arbetar ständigt med att effektivisera vår logistikstruktur.

8. Utveckla gemensamma ICA-värderingar.

Människorna i organisationen är i slutänden avgörande för att vi ska lyckas bli det snabbfotade och framgångsrika företag vi vill vara. Därför har vi inlett ett omfattande kulturarbete som syftar till att få samma ICA-värderingar att genomsyra hela koncernen. Det handlar om att hitta de ledord som ska guida alla medarbetare varje dag på jobbet, kittet som håller ihop oss som koncern. Med en gemensam ICA-kultur blir många saker lättare, från hur ledarskapet bedrivs till sättet vi möter våra kunder på.

En av ICAs affärsmässiga grundbultar är att god lönsamhet går hand i hand med ansvar. Genom att agera ansvarsfullt idag, värnar vi våra möjligheter till goda affärer i morgon. Vi har redan en genomarbetad värdegrund i "ICAs Goda Affärer", där vi i sju ståndpunkter slår fast hur vi ska jobba, från fabrik till butik. Genom dessa täcker vi också in de tio principer som finns i FNs företagsinitiativ Global Compact, som ICA är anslutet till. ICA har också undertecknat Global Compacts klimatupprop Caring For Climate. Vi har flera samarbeten med frivilligorganisationer som Childhood, Röda Korset och Världsnaturfonden WWF.

I enlighet med vår nya strategi ska vi också vara föregångare inom ansvarsfullt företagande. Det är ett viktigt ställningstagande för oss, och vi är stolta över att ICA under 2012 blev första retailföretag med externt granskade kvartalsrapporter för hållbarhet. I rapporterna berättar vi löpande om vårt arbete med miljö, kvalitet, hälsa, etisk handel och samhällsengagemang. Genom att öka transparensen runt vårt eget hållbarhetsarbete kan vi som stor branschaktör sporra och utmana både oss själva och våra branschkollegor till att fortsätta jobba långsiktigt för bättre miljö och god samhällsutveckling.

Nu väntar en spännande tid för oss. Under 2012 bestämde sig vår ena huvudägare Royal Ahold för att se över sitt innehav i ICA och i februari 2013 stod det klart att vår andra ägare Hakon Invest förvärvar Royal Aholds aktier i ICA. När affären är avslutad bildar ICA och Hakon Invest en koncern – ICA Gruppen. Givet att affären godkänns av berörda myndigheter blir den ett av Nordens ledande detaljhandelsföretag på börsen. Samtidigt kliver Industrivärden in med 10 procents ägande i ICA Gruppen. Tillsammans får vi nya möjligheter att utveckla ICAs verksamheter i ett långsiktigt perspektiv, med dagligvaror som naturlig kärnverksamhet. Som tilltänkt vd ser jag verkligen fram emot att få ta ICA Gruppen in i framtiden tillsammans med alla engagerade medarbetare.

Per Strömberg

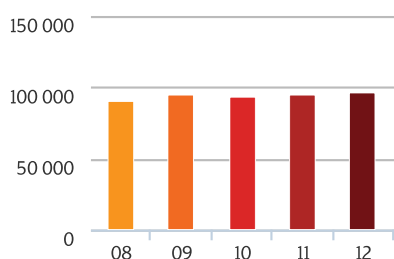
Vd

SIFFROR I KORTHET

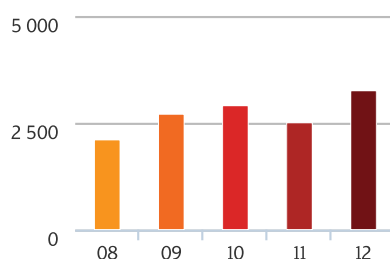
Ökad omsättning 2012

- Nettoomsättningen för året uppgick till 96 863 MSEK (95 179), en ökning med 1,8 procent. Justerat för de avyttrade ICA Maxi-butikerna i Norge ökade nettoomsättningen med 4,0 procent, eller 4,2 procent i fasta växelkurser.
- Rörelseresultatet uppgick till 3 466 MSEK (3 097) exklusive engångsposter om 192 MSEK (592). En ökning med 11,9 procent.
- Resultat efter finansiella poster uppgick till 2 937 MSEK (2 156).
- Årets resultat uppgick till 919 MSEK (1 395). I årets resultat ingår en skattekostnad om 1 274 MSEK avseende en skattetvist för åren 2004 – 2008 samt en positiv engångseffekt om 139 MSEK som en följd av att inkomstskatten i Sverige sänks till 22 procent från 2013.

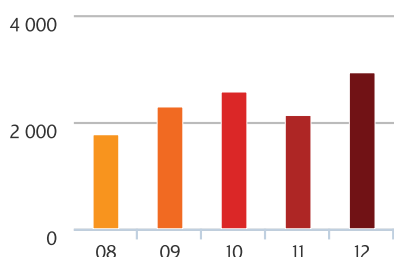
Omsättning, MSEK



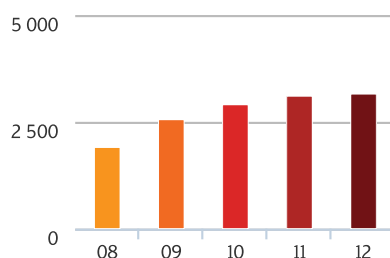
Rörelseresultat, MSEK



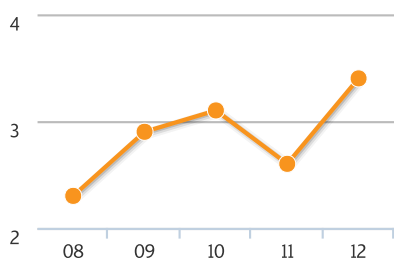
Resultat efter finansiella poster, MSEK



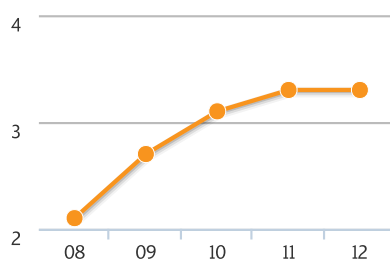
Rörelseresultat exklusive reavinster och nedskrivningar, MSEK



Rörelsemarginal, %



Rörelsemarginal exkl reavinster och nedskrivningar, %



Nyckeltalssammandrag för ICA-koncernen

	2008	2009	2010	2011	2012
Rörelsemarginal, %	2,3	2,9	3,1	2,6	3,4
Avkastning på sysselsatt kapital, %	11,4	13,5	15,5	12,5	17,6
Avkastning på eget kapital, %	13,5	11,3	3,9	11,2	7,6
Soliditet, %	32,0	34,8	30,0	27,7	25,0

• Avkastning på eget kapital = Resultat efter skatt i procent av genomsnittligt eget kapital. ICA Bankens verksamhet är exkluderad ur både resultat- och balansräkning vid beräkningen.

• Avkastning på sysselsatt kapital = Resultat efter finansiella intäkter i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital. ICA Bankens verksamhet är exkluderad ur både resultat- och balansräkning vid beräkningen.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER 2012

ICAs insatser under året

Kort om resultatet 2012: 2012 var ett framgångsrikt år för ICA-koncernen. Rörelseresultatet exklusive engångsposter uppgick till 3466 MSEK, en ökning med 11,9 procent. Resultatet drevs av framförallt stark försäljningsutveckling i ICA Sverige. God resultatutveckling hade även Rimi Baltic, ICA Banken och ICA Fastigheter.

Ny vd för ICA-koncernen: Den första april 2012 tillträdde Per Strömberg som ny vd för ICA-koncernen.

Nya koncernstrategier: Arbetet under året präglades till stor del av utformningen av ICAs nya koncerngemensamma strategi och de strategiska prioriteringarna som anger riktningen framåt. Det övergripande målet med koncernstrategin är att alla funktioner och bolag i större utsträckning ska dra åt samma håll. Detta kommer att göra ICA till en mer konkurrenskraftig och mer kostnadseffektiv koncern på sikt. Strategin bygger på sex långsiktiga strategiska teman som sätter riktningen för ICA. Utifrån dessa har bolaget identifierat åtta strategiska prioriteringar för 2013.



Fortsatt breddning av ICAs erbjudande: Enkelhet och bekvämlighet har blivit allt viktigare för kunderna och ett sätt att bemöta detta är att fortsätta att bredda ICAs erbjudande. Under året fortsatte bland annat expansionen av Cura apoteken. Vid utgången av 2012 hade ICA 48 Cura Apotek i Sverige. De uppvisade en god försäljningsökning och fler apotek kommer att öppnas i framtiden. Ytterligare ett exempel var lanseringen av ICA Bankens egna fonder som bemöter kundernas önskemål att kunna samla allt sitt sparande hos ICA Banken. ICA Banken erbjuder fondlösningar med tre olika riskprofiler: Varlig, Måttlig och Modig.



Egna varor för kundens bästa: ICAs ambition är att erbjuda något för alla smaker och plånböcker. Ett viktigt verktyg i det arbetet är våra egna märkesvaror. Genom att utveckla egna unika produkter kan ICA försäkra sig om att möta kundernas krav både vad gäller pris och kvalitet. Att kunderna uppskattar ICAs egna märkesvaror syns bland annat i försäljningssiffrorna. Under 2012 hade försäljningen av ICAs egna märkesvaror en betydligt högre tillväxtnivå än övrigt sortiment.

Flera steg för att vända utvecklingen i ICA Norge: Arbetet med att vända lönsamheten i Norge har pågått under flera år. Flera åtgärder har redan gjorts men det har visat sig inte vara tillräckligt. Under 2012 fortsatte arbetet, bland annat genom avyttringen av norska ICA Maxi till Lagopus Eiendomsutvikling. Vidare fortsatte konverteringen av Rimi-butikerna och sju ICA Supermarked-butiker moderniserades. Dessutom genomfördes administrativa åtgärder för att sänka kostnader för exempelvis personal.

Efter årets utgång ingick ICA även ett samarbetsavtal med Norgesgruppen i syfte att säkra konkurrenskraftiga inköpspriser och en effektiv logistik.

Kvartalsrapport för hållbarhet: Från och med andra kvartalet 2012 rapporterar ICA varje kvartal om utvecklingen av hållbarhetsarbetet inom de prioriterade områdena miljö, kvalitet, etisk handel, hälsa och samhällsengagemang. Det görs genom externt granskade kvartalsrapporter för hållbarhetsarbetet. Det här är ett sätt för ICA att vara mer transparenta, utveckla sitt eget hållbarhetsarbete och samtidigt sporra till positiv förändring i branschen.

Skattedom mot ICA: I oktober fastställde Kamrarrätten Förvaltningsrättens dom att neka ränteavdrag om ca 3,4 miljarder kronor för perioden 2004-2008. De påförde dessutom ICA ett skattetillägg för taxeringsåret 2007. Det totala skattekravet uppgick till ca 1,3 miljarder kronor, varav ICA redan betalade ca 1,2 miljarder kronor i januari 2011. Skattekostnaden redovisades i tredje kvartalet och påverkade årets resultat.

MÅL OCH MÅLUPPFYLLELSE

Tre perspektiv på ICAs verksamhet

ICA mäter sin verksamhet utifrån tre perspektiv: ekonomi, miljö och samhälle. Nedan sammanfattas vilka koncernmål vi har inom varje område samt utfall för 2012.

Finansiella mål

ICAs viktigaste koncernmål

- Öka omsättningen snabbare än totalmarknaden på respektive delmarknad.
- Nå en rörelsemarginal på 3,5–4 procent.
- Nå en avkastning på eget kapital på minst 14–16 procent över en konjunkturcykel.
- Ha en soliditet på 30–35 procent på lång sikt.

Utfall 2012

- Rörelsemarginalen exklusive engångsposter ökade till 3,6 procent (3,3) som en följd av ett högre rörelseresultat. Exklusive reavinster och nedskrivningar var rörelsemarginalen oförändrad 3,3 procent.
- Avkastningen på eget kapital sjönk till 7,6 procent (11,2) vilket främst beror på att årets resultat har belastats med en skattekostnad avseende en skattetvist för åren 2004 - 2008.
- Soliditeten minskade till 25,0 procent (27,7). Det beror på att det egna kapitalet har sjunkit främst på grund av att utdelningen till aktieägarna var högre än periodens resultat.

Miljömål

ICAs viktigaste koncernmål

- Minska koncernens direkta utsläpp av växthusgaser med 20 procent till 2012 jämfört med 2006.
- Minska koncernens direkta utsläpp av växthusgaser med 30 procent till 2020 jämfört med 2006.

Utfall 2012

Sedan 2006 har ICA-koncernens direkta utsläpp av växthusgaser minskat med cirka 8 procent (5 procent), till största delen tack vare ett långsiktigt arbete med ett flertal åtgärder inom energi, köldmedia och tjänsteresor. Bland annat har användningen av förnybar el i butikerna ökat och vi har genomfört åtgärder för energieffektivare drift av butiker. Jämfört med 2011 har ICA-koncernens direkta utsläpp av växthusgaser minskat med cirka 3 procent under 2012. Försäljningen av ICA Maxi-butikerna i Norge under året har inneburit lägre energiförbrukning och minskad distribution. Detta ger en positiv effekt på utsläppen av växthusgaser. På grund av strikta sparkrav återgick våra norska butiker och lager till att använda konventionell el under 2011, vilket påverkat utfallet negativt. Även de senaste årens långa, kalla vintrar och mycket varma somrar har varit en utmaning.

Eftersom delmålet för 2012 inte nåddes togs i september beslut om ett nytt delmål: att minska koncernens direkta utsläpp av växthusgaser med 20 procent till 2015 jämfört med 2006.

Fokus 2013

Under 2013 kommer stor vikt läggas på insatser för att öka energieffektiviseringen i butik och lager samt även öka antalet butiker som använder förnybar energi. Från första kvartalet 2013 kommer målet att redovisas som direkt klimatpåverkan per kvadratmeter säljyta i butik.

Samhällsmål

ICAs viktigaste koncernmål

- 100 procent av ICAs leverantörer av egna varor i högriskländer¹ ska vara socialt reviderade 2012.

Utfall 2012

I slutet av 2012 var 74 procent (67 procent) av de produktionsenheter, fabriker, farmer och packhus som ligger i högriskländer och som tillverkar våra egna varor socialt reviderade. Arbetet har genomförts i huvudsak av ICAs egna inköpskontor i Hong Kong, Shanghai och Ho Chi Minh City. De sysselsätter totalt ett 70-tal experter inom inköp, kvalitet och socialt ansvar som granskar leverantörer, gör fabriksbesök, ger rådgivning, utbildar och följer upp. Under året har arbetet koncentrerats på att med egen personal eller via tredjepartsrevisorer genomföra leverantörsrevisioner.

Vår ambition var att nå 100 procent redan under 2012 och trots en ökande andel under året uppnåddes detta inte. Främsta orsaken är att arbetet med att kartlägga och sedan revidera leverantörerna är mycket tidskrävande. För leverantörer av special-produkter och processad mat har vi kommit långt men mer insatser behövs för att säkerställa att samtliga leverantörer av frukt, grönsaker och blommor är socialt reviderade.

Under 2012 genomfördes cirka 150 revisioner enligt vårt eget verktyg ICA Social Audit med syfte att kontrollera och följa upp arbetet i de fabriker, farmer eller packhus som producerar våra egna varor. Under året genomfördes också ett flertal tredjepartsrevisioner enligt internationellt erkända standarder, såsom BSCI, ETI och SA8000, hos de produktionsenheter som producerar våra egna varor.

Fokus 2013

Målet att 100 procent av ICAs leverantörer av egna varor i högriskländerska vara socialt reviderade kvarstår. Under kommande år kommer stort fokus läggas på att även höja kompetensen och medvetandet hos våra leverantörer i dessa frågor och att samarbeta i till exempel gemensamma utbildningsinsatser.

¹ Med egna varor menas i huvudsak egna märkesvaror. Länder med hög risknivå enligt FNs utvecklingsprogram Human Development Index och Economic Security Index (UNDP).

OM ICA

En ledande detaljhandelskoncern

Vision

Vi ska göra varje dag lite enklare.

Mission

Vi ska bli det ledande detaljhandelsföretaget med fokus på mat och måltider.

ICA i korthet

ICA-koncernen (ICA AB) är ett av Nordens ledande detaljhandelsföretag med cirka 2 100 egna och handlarägda butiker i Sverige, Norge och de tre baltiska länderna. I koncernen ingår ICA Sverige, ICA Norge och Rimi Baltic som driver dagligvaruhandel, ICA Fastigheter som äger och förvaltar fastigheter samt ICA Banken som erbjuder finansiella tjänster till de svenska kunderna. Cirka 50 000 personer arbetar inom ICA, på kontor, inom logistik eller ute i någon av våra egna eller handlarägda butiker. Av dessa är drygt 21 000 anställda i ICA-koncernen. ICA AB är ett joint venture som ägs till 40 procent av Hakon Invest AB och till 60 procent av holländska Royal Ahold. Enligt aktieägaravtal har Royal Ahold och Hakon Invest ett gemensamt bestämmande inflytande i ICA AB. Genom Royal Ahold är ICA AB en del av ett internationellt detaljhandelsnät.



MARKNADER OCH DRIVKRAFTER

ICAs omvärld

ICA möter varje dag kunder i fem länder och inom fyra områden: dagligvaror, fastigheter, bank och sällanköpsvaror.

Att fånga trender och vara välinformerad om det som händer i omvärlden är centralt för att möta kundernas behov på rätt sätt i rätt tid. Mat och måltider är ICAs kärnverksamhet men ICAs bank- och fastighetsverksamhet växer i betydelse i takt med att ICA Bankens kunder blir allt fler och ICA Fastigheter nu är Sveriges största fastighetsbolag inom retail. De olika branschernas drivkrafter är delvis disparata men två övergripande, globala drivkrafter som formar vår omvärld är gemensamma för hela koncernen:

Ekonomi

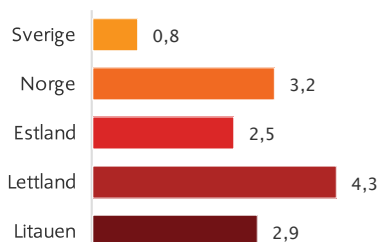
Konjunkturläge och global finansiell oro påverkar alla, men inte alltid på samma sätt. Medan exempelvis fastighetsbranschen dämpas i konjunktursvackor och bankkunderna generellt blir försiktigare tenderar dagligvaror att vara konjunkturscykliska – i sämre tider lägger många hellre pengar på att laga god mat hemma än gå på restaurang. Samtidigt påverkar konjunkturläget kundernas priskänslighet och konkurrensen om kunder och kapital blir hårdare.

Klimatet

Medvetenheten runt klimatfrågorna fortsätter att öka, även om det har skett i långsammare takt de senaste åren. Kraven på ett långsiktigt engagemang och konkreta insatser växer. Att äta klimatsmart och välja produkter som producerats ansvarsfullt är ett enkelt sätt för konsumenter att göra skillnad i vardagen. Klimatförändringar kan också på sikt leda till torka, översvämningar och andra naturkatastrofer som påverkar tillgången på livsmedel och därmed styr råvarupriserna.

ICAs kärnverksamhet är dagligvaruhandel. Därför är trender inom mat och måltider viktiga att förhålla sig till. I dagsläget ser ICA följande trender i dagligvarubranschen.

ICAs marknader 2012, BNP-utveckling jämfört med 2011



Källa: Eurostat prognos feb 2013

Mat- och måltidstrender: Så handlar kunden

Prisvärt och smart

Allt färre pratar om lågpriskunder kontra premiumkunder, och alla aktörer erbjuder idag både lågpris och premium. Sämre konjunktur har dock gett lågpris en skjuts de senaste åren. ICAs arbete med egna märkesvaror är ett svar på kundernas krav på god kvalitet till bra pris. ICAs egna märkesvaror blir i och med detta också varumärkesbyggande för ICA.

Enkelt och bekvämt

Gemensamt för ICAs kunder är att tid är en bristvara. Det gör att många är beredda att betala för bekvämlighet – färdigmat och smarta lösningar som färdigpackade matkassar är populära. ICA ser också ett växande intresse för digitala inköp. Det handlar inte om att kunder kommer att välja bort butikerna, utan att de kommer att vilja ha både och.

Sunt och naturligt

Fetma och välfärdssjukdomar är ett allt större problem. Det gör hälsa till en viktig framtidsfråga. Konsumenterna bryr sig, och kommer att fortsätta bry sig, både om vikt och välmående när de väljer kost. Framför allt är hälsointresset stort i Sverige och Norge. Även matens innehåll, som sockernivåer och tillsatser, intresserar kunderna.

Hållbart och nära

Fler och fler får upp ögonen för att vi alla kan bidra till minskad miljöpåverkan också med små medel: Till exempel att ta vara på rester för att minska svinn, handla mindre men oftare samt välja ekologiskt och närproducerat. Förtroendefrågor är fortsatt viktiga och många vill veta hur livsmedelsindustrin tar ansvar för en hållbar utveckling.

MARKNADER OCH DRIVKRAFTER

Sverige - stabil utveckling

På den svenska marknaden är ICA marknadsledande inom dagligvaror samt en viktig aktör på fastighets- och bankmarknaderna. Den svenska ekonomin har haft en stabil utveckling 2012 med en BNP-tillväxt på 0,8 procent.

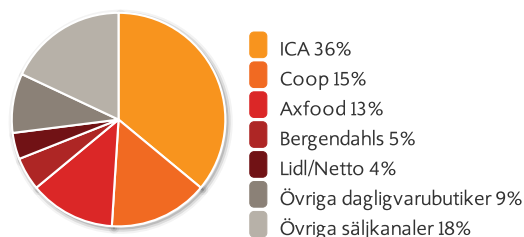
Dagligvarumarknaden

Dagligvarumarknadens storlek 2012: 287 584 MSEK inkl.moms¹

Dagligvarumarknadens tillväxt 2012: 3,3 procent i löpande priser¹

Mot bakgrund av den europeiska skuldskrisen och stigande svensk arbetslöshet har ekonomin blivit en viktig fråga för hushållen. 30 procent av svenskarna letar extrapriser när de handlar mat. 20 procent köper dock mat av bästa kvalitet, oavsett pris. Trots att många är försiktiga med sin vardagsekonomi finns förutsättningar för fortsatt tillväxt, om än i blygsam takt, då dagligvaruhandeln brukar gynnas något när konsumenterna håller hårdare i plånboken.

Marknadsandelar Sverige 2011



Källa: SCB/HUI samt tidningen Markets utgåva Vem är vem 2012

Den svenska dagligvarumarknaden påverkas också av urbanisering och nya flyttmönster. Sverige urbaniseras snabbast i Europa – redan nu bor hälften av svenskarna i de tre storstadsregionerna.

Det finns ett tiotal dagligvaruaktörer i Sverige, men marknaden är relativt konsoliderad – de tre största aktörerna ICA, Coop och Axfood står för majoriteten av försäljningen och utgör 64 procent av den svenska dagligvarumarknaden.

I genomsnitt lägger en svensk kund cirka 12 procent av sin disponibla inkomst på mat. Kunderna har ett fortsatt stort intresse för hälsa, miljö och bekväma lösningar som spar tid. Att en växande andel av svenskarna ständigt är uppkopplade via datorer och smartphones, och därmed lätt kan göra till exempel prisjämförelser, påverkar också konkurrensen.

Fastighetsmarknaden

Det instabila läget i eurozonen har lett till åtstramningar från bankerna. Det är inte många banker som är aktiva på fastighetsmarknaden och det har blivit svårare att låna pengar. De som lånar ut pengar har höga krav på både låntagaren och objekten som ska finansieras. Detta har bidragit till en trög fastighetsmarknad med få transaktioner. Under året har alternativa finansieringsmöjligheter diskuterats bland marknadsaktörerna. Det är främst obligationsfinansieringen som ser ut att bli den som tar marknadsandelar från den traditionella bankfinansieringen. Det är en trend som redan är i full gång på kontinenten, främst i Storbritannien. Transaktionsmarknaden återhämtade sig dock under fjärde kvartalet och den totala transaktionsvolymen år 2012 uppgick till cirka 110 miljarder, vilket är något bättre än tidigare år.

De utländska fastighetsinvesteringarna har varit mindre aktiva på den nordiska marknaden som följd av den tuffa finansieringsmarknad och återhållsamma investeringsstrategier. Många har istället valt att fokusera på sina hemmamarknader.

En viktig trend i Sverige är den starka befolkningstillväxten i storstadsområdena och det är där de intressantaste fastighetslägena finns. Det råder fortfarande hög efterfrågan på attraktiva fastigheter där avkastningskraven ligger på en låg nivå. De har dock ökat markant för de fastigheter som inte räknas till de bästa.

Ytterligare en trend på den svenska fastighetsmarknaden är att flera svenska fonder samt utländska investerare har aviserat att de vill öka sin exponering mot handelsfastigheter med fokus på livsmedel. I detta segment har flera transaktioner där ICA varit hyresgäst genomförts i Sverige och Norge.

Det rådande ekonomiska klimatet gör att butiks-hyresgäster har ett mer gynnsamt förhandlingsläge jämfört med tidigare år. Fastighetsägarna och bankerna värdesätter långa kontrakt mer än tidigare beroende på faran för konkurser. Många stora aktörer har lagt sina expansionsplaner på is på grund av överetablering och konkurrensen från näthandeln, något som särskilt har drabbat försäljningen av vitvaror och sportartiklar. Stora köpcentrum visar en mindre tillväxt än övriga marknaden, och många experter tror att de nu har nått taket vad gäller utveckling och tillväxt. Mellanstora köpcentrum har fortfarande god tillväxt i storstadsområden.

Bankmarknaden

Den ekonomiska oron under 2012 skapade en större försiktighet på bankmarknaden än tidigare, med ökat sparande som följd. Oron gjorde också de redan trögrörliga svenska konsumenterna ännu mer försiktiga när det gäller att byta bank. Riksbankens prognos på räntebanan är fortsatt låg vilket gör att kostnaden för bolån kommer att hållas nere och ge hushållen kapital över till sparande eller konsumtion. Bostadslånens tillväxt har mattas av men paradoxalt nog ökade konsumtionslånen i Sverige under 2012.

Att finnas där kunden finns ger konkurrensfördelar. Det gäller också bankmarknaden. Med butikerna som ombud för ICA Banken har kunderna aldrig långt till service. ICA butikerna ger kunderna möjlighet att hantera kontanter i form av insättning och uttag – tjänster som flera andra svenska banker tar bort från sina kontor. Samtidigt är kunderna idag ständigt uppkopplade och utför sina banktjänster var som helst, när som helst. Digitaliseringen leder till att avgifterna kan sänkas och nya lågprisalternativ får utrymme jämte de traditionella, svenska storbankerna.

Generellt präglas den svenska bankmarknaden av en trögrörlighet där många konsumenter är försiktiga med att byta bank. I takt med att den tekniska utvecklingen går framåt märks dock en ökad rörlighet och flexibilitet. Lösningar som digitala bank-id har gjort det lättare för kunderna att såväl byta bank som att öka antalet leverantörer och använda olika banker för olika ändamål. Det är numera en självklarhet för en svensk bankkund att kunna nå sin bank digitalt dygnet runt, året runt, överallt i världen. Att ha sin bank i mobiltelefonen gör det möjligt.

Nya regler från EU och Finansinspektionen kommer att ställa nya krav på bankerna när det gäller kapitaltäckning, riskorganisation, styrelsearbete, rapportering med mera.

1 - Preliminär siffra feb 2012

MARKNADER OCH DRIVKRAFTER

Norge - stark utveckling fortsätter

Trots oroligheter i omvärlden har den norska ekonomin utvecklats väl de senaste åren, med hjälp av låga räntor och höga oljepriser. BNP-tillväxten för 2012 blev 3,2 procent. Dagligvaruhandeln har också utvecklats starkt.

Dagligvarumarknaden

Dagligvarumarknadens storlek 2011: 143 717 MNOK¹

Dagligvarumarknadens tillväxt 2011: 3,8 procent (3,2)¹

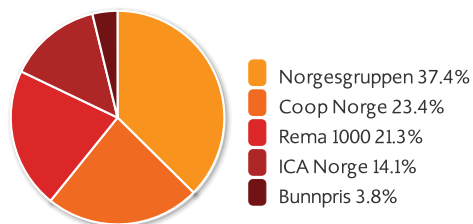
Norge har tack vare bland annat höga oljepriser klarat sig väl under den europeiska skuldskrisen och trenden på dagligvarumarknaden är positiv. Kostnaden på importvaror påverkas av att Norge inte är med i EU, vilket påverkar alla aktörer på marknaden.

Speciellt för Norge är att det är ett långsträckt land, där många bor med långa avstånd till varandra. För dagligvarubranschen medför det till exempel att det är nödvändigt med samordnade och effektiva transporter. Läs mer om ICAs samarbete med Norgesgruppen.

Närheten till Sverige innebär också att många norrmän väljer att åka till Sverige för att handla billigare. Gränshandeln utgjorde bara 7,9 procent av den norska dagligvaruhandeln 2011, men växer snabbt. Under 2012 växte gränshandeln med cirka 10 procent.

Norska kunder lägger i genomsnitt cirka 11 procent av sin inkomst på mat. Landet har flest livsmedelsbutiker per capita i Europa. Det innebär att varje norrmän i genomsnitt har 4-5 dagligvarubutiker i närheten, och besöker 3-4 av dem regelmässigt. Samtidigt som de har höga krav på kvalitet, är prismedvetenheten mycket stor. Prismedvetenheten är en bidragande faktor till att lågprissegmentet driver tillväxten för dagligvarumarknaden.

Marknadsandelar Norge 2011



Källa: AC Nielsen

Fastighetsmarknaden

Precis som på den svenska marknaden har finansieringsmöjligheterna på den norska fastighetsmarknaden påverkats av eurokrisen. Transaktionerna har varit få, och få utländska fastighetsinvestorer dras till marknaden. Bankerna har visat svagt intresse för nya kunder och de flesta små och medelstora fastighetsbolag kämpar med finansiering av nya objekt. Basen är låg, men marginalpremien mellan 200 och 300 poäng gör finansiering något dyr, och kravet på det egna kapitalet är högt. Även med 30-40 procent eget kapital är banker i grunden tveksamma till nya kunder.

Också Norge påverkas av urbaniseringstrenden och inflyttningen till städerna fortsätter, särskilt till Oslo, där invånarantalet under de kommande tio åren förväntas växa med 30 procent. Landsbygden lider i sin tur av utflyttning och att andelen äldre ökar. Efterfrågan på bostäder i städerna ökar samtidigt. Det leder till höga bostadspriser, vilket gör det svårare och svårare för unga människor att komma in på marknaden. Hyrorna i fastighetsbranschen är, trots en mindre ökning, relativt stabila.

En viktig marknadstrend är att flera svenska fonder samt utländska investerare har sagt sig vilja öka sin exponering mot handelsfastigheter med fokus på livsmedel. I detta segment har flera transaktioner där ICA varit hyresgäst genomförts i Sverige och Norge.

1 - AC Nielsen, 2011 (2010)

MARKNADER OCH DRIVKRAFTER

Baltikum - stark ekonomisk tillväxt

Baltikum hade en stark ekonomisk tillväxt 2012. Samtidigt brottades samtliga länder med en relativt hög inflation och arbetslöshet, även om den reducerades i varierad grad. BNP-tillväxten för 2012 blev 2,5 procent för Estland, 4,3 procent för Lettland och 2,9 procent för Litauen¹.

Estland

Dagligvarumarknadens storlek 2012: 1 942,8 MEUR²

Dagligvarumarknadens tillväxt 2012: 10,1 procent²

Rimi Baltics marknadsandel i Estland 2012: 18,5 procent

Estland var det land som klarade sig bäst under krisåren, och som också återhämtade sig snabbast. Under 2013 beräknas hushållens utgifter öka på grund av avregleringar av elmarknaden. I kombination med att konkurrensen är fortsatt hård på dagligvarumarknaden kommer prisfokus att vara stort i landet även framöver.

Estniska kunder lägger i snitt 20-25 procent av sin inkomst på mat. Samtidigt intresserar de sig också för andra aspekter än pris: Intresset för att äta hälsosamt växer, liksom intresset för lokalt producerad mat.

Lettland

Dagligvarumarknadens storlek 2012: 2 300,8 MEUR²

Dagligvarumarknadens tillväxt 2012: 5,3 procent²

Rimi Baltics marknadsandel i Lettland 2012: 25 procent

Lettland släpade tidigare efter sina grannländer i den ekonomiska utvecklingen, men de senaste två åren har tillväxten ökat kraftigt. Arbetslösheten sjunker men ligger fortfarande på en hög nivå, vilket gör pris till en viktig faktor. Dagligvarumarknaden präglas bland annat av att 45 procent av befolkningen har sitt ursprung i Ryssland. Det innebär att en stor del av befolkningen efterfrågar speciella råvaror, som till exempel karp. I genomsnitt lägger letterna 25-30 procent av sin inkomst på mat. Intresset är stort för lokal och närproducerad mat.

Litauen

Dagligvarumarknadens storlek 2012: 3 392,5 MEUR²

Dagligvarumarknadens tillväxt 2012: 4,2 procent²

Rimi Baltics marknadsandel i Litauen 2012: 6,3 procent

Arbetslösheten är fortsatt hög i landet och låg under 2012 runt 14 procent. På dagligvarumarknaden är konkurrensen mycket stark och etableringstakten hög. Litauen drabbades av stora utflyttningar åren efter finanskrisen. Före krisen 2008 bodde 3,3 miljoner människor i Litauen, idag är siffran bara 3 miljoner. Dels har emigrationen ökat, dels föds färre barn.

En viktig trend i dagsläget är att allt fler litauer skaffar smartphones. Det kommer på sikt att påverka matmarknaden, till exempel genom nya marknadsföringsmöjligheter. Köpkraften är fortfarande låg - i genomsnitt lägger befolkningen 25-30 procent av sin inkomst på mat. Det gör att fokus på pris är mycket starkare än kundlojalitet: mer än 78 procent av alla kunder är beredda att byta affär beroende på "veckans erbjudande". Det finns ett växande intresse för färskvaror och färdiga måltidslösningar, men fortfarande efterfrågar genomsnittskunden mest basvaror som potatis, fläsk och fisk.

1 - Eurostat estimat februari 2012

2 - Statistiska Centralbyrån i Estland, Lettland och Litauen

INTÄKTER

Häriifrån kommer ICAs intäkter

Butiker, varu- och tjänsteförsörjning, fastighetsutveckling samt finansiella tjänster. Det är de fyra byggstenar som genererar ICA-koncernens intäkter. Byggstenarna kombineras olika för varje marknad utifrån lokala behov. Det dagliga arbetet organiseras i fem större dotterbolag.

1. ICA och inköpen: 53,9 procent av intäkterna.

ICA köper in varor och säljer dem vidare till de handlarägda butikerna i Sverige och franchisebutikerna i Norge. ICA säljer även tjänster till dessa butiker, till exempel inom marknadskommunikation, logistik, utbildning och butiksteknik.

2. ICA och butikerna: 42,5 procent av intäkterna

ICA får butiksintäkter på flera sätt: I Sverige kommer intäkterna via royalty och/eller vinstdelning med butikerna. Intäkter kommer också från slutkunderna genom Maxi Special, det helägda bolag som säljer hem- och fritidsartiklar på Maxi ICA Stormarknad. I Norge kommer intäkterna från helägda butiker samt franchiseavgifter. I Baltikum kommer intäkterna via helägda butiker.

3. ICA och fastigheterna: 2,8 procent av intäkterna

För ICA är det strategiskt viktigt att säkra och utveckla rätt butikslägen och handelsplatser. Därför äger ICA många av sina butiksfastigheter. Hyresgäster kan vara både ICA-handlare och andra aktörer. Verksamheten ger löpande intäkter i form av hyror. Vid eventuella försäljningar har fastigheterna också ofta ökat i värde, vilket ger vinster till ICA.

4. ICA och finansiella tjänster: 0,8 procent av intäkterna

Att erbjuda finansiella tjänster är en av ICAs många lojalitetsskapande aktiviteter. I Sverige kan ICA Bankens kunder både spara, låna och försäkra sig. Räntenetto och provisioner bidrar till intjäningen, samtidigt som användandet av ICA-bankens egna kort innebär att avgifterna till externa kortutgivare minskar. Banken erbjuder också sina tjänster exempelvis betalterminaler och uttagsautomater till andra aktörer mot en avgift.

STRATEGIER

Så utvecklas ICA i framtiden

Under 2012 har ICA arbetat fram en ny koncernstrategi. Syftet är säkra en fortsatt god utveckling för alla ICAs bolag i framtiden. Det ska uppnås genom att identifiera förbättrade sätt att göra varje dag lite enklare och samtidigt samla marknader och bolag inom ett övergripande ramverk, med fortsatt fokus på lokal marknadsnärvaro.

1. Stärka ICAs varumärkesposition och kundernas lojalitet

ICA ska värna sina starka varumärken på samtliga marknader och kundernas lojalitet genom effektiva och välriktade marknadssatsningar och beslut. De viktigaste varumärkena är ICA och Rimi. Under 2013 prioriteras att ytterligare definiera och utveckla de varumärkeslöften som kopplar till varumärkena. ICA kommer också att utveckla kundlojalitetsprogrammen och därmed förstärka de mervärden som dessa skapar för såväl kunder som för koncernen. Hittills har framgångsrika lojalitetsprogram använts i Sverige där kunderna bland annat får unika erbjudanden baserade på individuella köpbeteenden. Under 2012 installerades lojalitetsterminaler i de största Rimibutikerna i Baltikum. Kunderna drar sina lojalitetskort i terminalerna, och aktiverar då unika erbjudanden.

2. Förbättra och bredda ICAs kunderbjudande.

ICA ska sträva efter att öka butikstillväxten och säkra ett välanpassat butiks nät. Framförallt ska ICA öka etableringstakten i Sveriges storstadsområden samt i Litauen. ICA Fastigheter spelar en viktig roll i utvecklingen av de fastigheter som hyser ICA-butiker för att säkra att butikslokalerna passar både den enskilde ICA-handlaren och kunden. Vidare fortsätter etableringen av Cura Apotek som under 2012 hade ett framgångsrikt år. Koncernens mål är också att öka försäljningen genom ett starkt utbud av nya produkter och tjänster. Bland annat kommer ICA att satsa mer på färskvaror och överlag säkra konkurrenskraftiga priser i alla länder, bland annat genom satsning på ICAs egna märkesvaror.

En av de strategiska prioriteringarna under 2013 är just ICAs egna märkesvaror. De främjar på ett unikt sätt kundlojalitet med konkurrenskraftiga priser, hjälper ICA att särskilja sig från konkurrenter och bidrar till god lönsamhet. Målet är att andelen egna märkesvaror ska växa med en procentenhet per år över tid. Det uppnås bland annat genom att öka erfarenhetsutbytet mellan bolagen och i nära samarbete med ICA-handlarna.

3. Utveckla ICAs butiksformat och växa inom digitala affärer

En av ICAs främsta styrkor är butiksstrukturen. Den skiljer sig mellan olika länder och har sitt ursprung i det framgångsrika samarbetet med enskilda ICA-handlare i Sverige. Tillsammans med handlarna ska butiksformaten utvecklas utifrån kundernas behov. Dessutom ska ICA sträva efter att skapa merförsäljning genom att utveckla och integrera flera försäljningskanaler.

Att bli ledande inom digitala affärer är en av de kritiska framgångsfaktorerna för koncernen eftersom efterfrågan att handla digitalt kontinuerligt ökar. ICA i Sverige lanserade inför julen 2012 digital försäljning av ICA Specials sortiment. Under 2013 kommer en koncerngemensam digital satsning att initieras för att ICAs kunder ska kunna handla mat även på nätet. Detta arbete sker i samråd med ICA-handlarnas Förbund.

4. Ständigt förenkla ICAs verksamhet

ICA ska bli bättre på att definiera och tillvarata de synergier som finns i koncernen och arbeta för en ökad effektivitet och ett förhållningssätt som bygger på ständig förbättring. Bland annat inom området Sortiment & Inköp finns betydande synergimöjligheter där ICA dels strävar efter att utnyttja de möjligheter till samarbete mellan ICAs bolag som redan finns, som exempelvis koncerngemensam utveckling av egna märkesvaror, samt att bättre dra nytta av ICAs inköpsorganisation i Asien. Även det redan pågående inköpsarbetet med Ahold kommer att prioriteras.

Den enskilt viktigaste strategiska prioriteringen är dock att vända utvecklingen i ICA Norge. ICA fattade under 2012 flera viktiga beslut för att stötta detta, till exempel försäljningen av de norska ICA Maxi-butikerna. I januari 2013 offentliggjordes också ett strategiskt viktigt samarbete mellan ICA Norge och Norgesgruppen runt delar av inköp och logistik. Avtalet innebär nya och viktiga möjligheter till bättre inköpspriser och effektivare logistik. Under kommande år kommer ICA fortsätta att driva aktiviteter som bidrar till ökad lönsamhet och effektivitet.

5. Engagera och utveckla ICAs medarbetare

ICA ska utveckla gemensamma ICA-värderingar. En gemensam plattform för värderingar är viktigt för ICA. Värderingarna är och kommer att vara en inre kompass och ledstjärnor i vardagen.

En av de strategiska prioriteringarna under 2013 är det koncerngemensamma arbete om ICAs värderingar som initierades i slutet av 2012.

6. Föregångare i ansvarsfullt företagande

ICA ska vara en föregångare inom Corporate Responsibility (CR) – ansvarsfullt företagande. Det ska genomsyra allt koncernen gör och det ska märkas. Koncernen strävar efter att hela tiden höja ambitionen genom satsningar som "Vi kan mer", hälsosamma produkter, minskning av koldioxidutsläpp och satsningar inom miljö och kvalitet. Det stärker ICA som aktör på livsmedelsmarknaden och förhoppningen är att det även inspirerar andra och skapar värde för samhället i stort och för kunderna. Bland annat har ICA under 2012 publicerat sina första kvartalsrapporter om ICAs hållbarhetsarbete på koncernnivå. På ett operativt plan har ICA kommit långt i sitt arbete mot en CR-säkrad värdekedja. Förutom lyckade kvalitets- och miljöcertifieringar av de svenska inköps- och logistikprocesserna, är också över 300 ICA-butiker certifierade enligt svensk standard för livsmedelshantering i butik.

Under 2013 kommer miljöstödet ICA-handlare för miljön lanseras i Sverige. Syftet är att stötta butikerna att minska deras miljöpåverkan. ICA fortsätter att arbeta mot kvalitets- och miljöcertifiering av inköpsprocesserna i Norge, Baltikum och Asien.

Koncernstrategin bygger på sex långsiktiga strategiska teman som sätter riktningen för allt ICA gör. Dessa innehåller ett antal områden och prioriteringar som ICA ska jobba med på kort och medellång sikt. För 2013 har ICA åtta strategiska prioriteringar. Utifrån dessa har respektive bolag konkretiserat sina planer i strategiska aktiviteter. Genom en övergripande strategi för hela ICA blir det lättare för såväl bolag som för medarbetare att prioritera ur ett helhetsperspektiv.

STRATEGIER

Viktiga områden under 2013

Den nya koncernstrategin bygger på sex strategiska teman som sätter en gemensam riktning för det vi gör. Varje tema rymmer ett antal områden och prioriteringar som ICA ska jobba med på kort och medellång sikt. Inför 2013 har ICA identifierat åtta prioriterade områden:

- 1. Öka tillväxten i butiksverksamheten.**
Att öka tillväxten är avgörande för framtida lönsamhet. ICA ska fortsätta utveckla butiksverksamheten, framför allt i Baltikum och i de svenska storstadsregionerna Stockholm, Göteborg och Malmö. Det handlar både om nyetableringar och om att öka försäljningen och effektiviteten i befintliga butiker.
- 2. Öka andelen och lönsamheten inom Egna märkesvaror.**
ICA har fortfarande en stor outnyttjad potential i egna märkesvaror. Kunderna får bra kvalitet till konkurrenskraftiga priser. ICA får produkter med god lönsamhet som samtidigt gör ICAs butiker unika jämfört med konkurrenternas samt stärker varumärket. I dagsläget har ICA kommit längst på den svenska marknaden, men även i Norge och Baltikum kommer egna märkesvaror att växa i betydelse. ICAs mål är att andelen egna märkesvaror ska växa med 1 procentenhet per år.
- 3. Säkra konkurrenskraftiga priser och förbättra kundernas prisuppfattning.**
På en hård marknad är det avgörande att se till att kunderna har en rättvis uppfattning om ICAs priser. Under 2012 har ICA lagt sig vinn om att säkra konkurrenskraftiga priser och förbättra kundernas prisuppfattning. Det arbetet kommer att fortsätta under 2013.
- 4. Bli ledande inom digital försäljning.**
Onlineförsäljning fortsätter att växa i betydelse, och har dessutom effekten att det samtidigt driver försäljning i butik. Att bli ledande inom digital försäljning är därför en viktig prioritering för ICA. 2012 gjorde ICA bland annat sortimentet i ICA Special tillgängligt för onlinehandel och 2013 kommer kraft att läggas på att utveckla ICAs digitala erbjudande, för utrustning under 2014.
- 5. Vända utvecklingen i ICA Norge.**
Att efter flera år av svag utveckling vända ICA Norge till vinst är ett nyckelområde för koncernen. Flera stora strukturella grepp har redan tagits bland annat med avyttringen av de norska ICA Maxi-butikerna, men större strategiska åtgärder har varit nödvändiga. I januari 2013 tecknade ICA ett strategiskt samarbetsavtal med Norgesgruppen. Avtalet innebär ett samarbete inom delar av inköp och distribution. Det är en lösning som ger ICA helt nya möjligheter att säkra ett bra kunderbjudande och på sikt uppnå lönsamhet i ICA Norge.
- 6. Öka samarbeten och synergier inom koncernen.**
Att hitta synergier mellan de olika verksamheterna och bolagen inom koncernen är också ett prioriterat område. Några viktiga områden är till exempel digitala affärer, CRM-system, utveckling av egna märkesvaror samt inte minst inom inköp.
- 7. Ökad effektivitet med fokus på varuflödet.**
ICA måste ständigt vässa sina verksamheter och öka kostnadseffektiviteten. Förenklade processer runt till exempel transporter och lagerhållning av varor kan spara både pengar och miljö. Förutom åtgärderna i Norge i samband med det nya avtalet med Norgesgruppen utvecklar ICA även de svenska lagren, och arbetar ständigt med att effektivisera logistikstrukturen.
- 8. Utveckla gemensamma ICA-värderingar.**
Människorna i organisationen är i slutänden avgörande för att ICA ska lyckas med att vara ett snabbfotat och framgångsrikt företag. Därför har ett omfattande kulturarbete inletts som syftar till att få samma ICA-värderingar att genomsyra hela koncernen. Det handlar om att hitta de ledord som ska guida alla medarbetare varje dag på jobbet, kittet som håller ihop ICA som koncern.

MEDARBETARE

Kulturen börjar med ledarna

I ICA-koncernens nya strategi är engagerade medarbetare ett bärande, långsiktigt tema. Därför styr ICA sin syn på gott ledarskap med koncerngemensamma metoder.

Butiksmedarbetare, apotekare, systemutvecklare och ekonomer. På ICA finns idag över 150 olika yrkesroller och 500 olika befattningar i flera olika länder. För att en så stor koncern ska lyckas nå sina affärsmål måste alla medarbetare känna engagemang och arbetsglädje. Därför är medarbetarutveckling ett viktigt långsiktigt tema i ICAs övergripande koncernstrategi.



ICA har fyra grundstenar i arbetet med att bygga en koncerngemensam medarbetarkultur:

Första grundstenen är ledarskap. En framgångsrik ledare inom ICA behöver hantera tre områden för att skapa förutsättningar för individer och grupper att bli självgående. Det strategiska området som fokuserar på verksamhetens långsiktiga syfte och riktning, det operativa området vilket fokuserar på att genomföra uppdraget och leverera resultat och slutligen det mellanmänniska området som fokuserar på människor och relationer och på så sätt skapar goda relationer mellan individer och grupper så att ICAs medarbetare kan utvecklas och verka på arbetet.

Andra grundstenen är kompetens. ICA arbetar i branscher som behöver både kärnkompetenser och ständigt förnyade kunskaper. Med ICAs samarbetspartner ICA Skolan kan ICA skräddarsy olika utbildningar efter behov på samtliga marknader.

Tredje grundstenen är mångfald. Alla ska ha samma chanser vid rekrytering och möjligheter till utveckling, oavsett kön, könsidentitet, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning och ålder. ICA jobbar långsiktigt med mångfaldsfrågor och vill ta tillvara på olikheterna – på så sätt kan ICA skapa kompletterande team.

Fjärde grundstenen handlar om ICA som arbetsplats och arbetsgivarvarumärke. Vi jobbar aktivt med att attrahera nya talanger, men också med att uppmuntra till intern rörlighet. Att byta jobb internt ger medarbetarna möjlighet att hitta nya utmaningar och att fortsätta utvecklas inom ICA. Ambitionen är att 70 procent av koncernens alla ledarrekryteringar ska ske internt. Internrekrytering är viktigt också för att ICA-anställda redan är starka bärare av ICAs värderingar – precis det som behövs i vårt kommande arbete med att bygga en stark koncerngemensam kultur.

Medarbetarfakta

Antal heltidsanställda årsmedarbetare 2012

Sverige: 8 199 (7 507)

Norge: 4 667 (5 450)

Baltiska staterna: 8 078 (7 776)

Hongkong: 76 (73)

Totalt: 21 020 (20 806)

Könsfördelning ICA-koncernen

2010: Kvinnor 64 procent, män 36 procent

2011: Kvinnor 64 procent, män 36 procent

2012: Kvinnor 65 procent, män 35 procent.

Policy

ICA-koncernens personalpolicy styr ICAs syn på medarbetare. Läs mer om ICAs policyer här.

Koncernmål

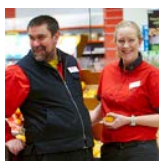
ICAs koncernmål är att värdegrunden ICAs Goda Affärer ska genomsyra alla delar av koncernen. Läs mer om Goda Affärer här.

MEDARBETARE

Väsentliga händelser 2012

Fortsatt ledarfokus: ICAs Ledarskapsprogram startades 2009 och utformades exklusivt för ICA i samarbete med Oxfords universitet. Idag genomförs programmet i regi av ICA Skolan. Syftet med programmet är att stärka ICAs kultur där ledarskap är den gemensamma plattformen för att uppnå lönsamhet och hållbar tillväxt, förbättra gruppkapaciteten för varje ledningsgrupp samt att ge varje ledare tid att reflektera över sina personliga styrkor och sin individuella ledarstil.

Medarbetarundersökning: Under 2012 sjösattes en ny koncerngemensam årlig medarbetarundersökning, SpICAp (uttalas Speakup). Undersökningen fokuserar främst på tre huvudområden; engagemang, välbefinnande och ledarskap och syftet är att identifiera möjliga förbättringsområden. Resultatet visade att ICAs medarbetare var engagerade i sitt arbete, mätta bra och tyckte att de hade bra chefer.



uppdragen.

Funktionshinder inget hinder: ICAs satsning på Vi kan mer, som gjorts i samarbete med Samhall och Glada Hudik-teatern, hade som mål att fram till 2012 skapa 500-1000 ICA-jobb åt personer med funktionsnedsättning. Vid utgången av 2012 hade runt 1200 personer fått sysselsättning i totalt 670 svenska ICA-butiker. 87 procent av butikerna planerade att förlänga



Första volontärprogrammet: Samhällsansvar är centralt för ICA. Därför har koncernen startat en möjlighet för medarbetarna att arbeta som volontärer på arbetstid. Tanken är att ge medarbetarna möjligheter att bidra personligt och positivt till samhället, på ett enkelt sätt. Uppdragen kommer att riktas till barn, ungdomar och kvinnor och sker i samarbete med olika frivilligorganisationer, bland annat Röda Korset.

Lösning på konflikt: I november 2012 meddelade Arbetsdomstolen en dom angående skiftarbete på ICAs lager i Västerås. Frågan gällde om ICA vid lagret i Västerås hade haft rätt att schemalägga skiftarbete på helgdagar. Domstolen slog fast att detta var i överensstämmelse med kollektivavtalet. Den andra frågan i målet gällde skadestånd för brott mot förbudet i kollektivavtalet att förlägga en annan form av skiftarbete på helgdagar. I juli 2010 slog Arbetsdomstolen fast att kollektivavtalet innehöll ett sådant förbud. I enlighet med det tilldömdes cirka 30 anställda skadestånd mellan 10 000– 25 000 kronor var.

MEDARBETARE

GRI-Indikatorer

LA1	Total personalstyrka, uppdelad på anställningsform, anställningsvillkor och region.	
LA2	Antal anställda och personalomsättning.	
LA7	Omfattningen av skador, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade dagar, frånvaro samt totala antalet arbetsrelaterade dödsolyckor per region.	
LA12	Andel anställda (i procent) som får regelbunden utvärdering och uppföljning av sin prestation och karriärutveckling.	
LA13	Sammansättning av styrelse och ledning samt uppdelning av andra anställda efter kön, åldersgrupp, minoritetsgrupptillhörighet och andra mångfaldsindikatorer.	

Det här är ICAs medarbetare

LA1

Total personalstyrka, uppdelad på anställningsform, anställningsvillkor och region.

LA2 Global Compact 6

Antal anställda som slutat och personalomsättning, per åldersgrupp, kön och region.

ICA är en stor arbetsgivare vars mission är att bli det ledande detaljhandelsföretaget med fokus på mat och måltider i Sverige, Norge och de baltiska länderna. För att lyckas som konkurrenskraftigt företag och framgångsrik koncern krävs förmåga att attrahera och behålla engagerade och kompetenta medarbetare. Att ha rätt person på rätt plats bidrar till att uppnå mål och god lönsamhet. Därför vill vi vara det självklara valet av arbetsgivare för de medarbetare som behövs för att säkra våra mål.

Ett framgångsrikt företag skapas av människor, och vår verksamhet är ett resultat av samspelet mellan människor och deras kompetens. Det är medarbetarna som skapar en attraktiv arbetsplats och en unik butiksupplevelse, vilket i sin tur skapar lönsamhet.

Totalt har ICA-koncernen cirka 28 000 medarbetare, vilket inkluderar även deltidsanställda. Omräknat till heltidsanställda motsvarar det 21 020 årsmedarbetare.

Omsättningshastigheten på medarbetare är generellt sett högre i Norge och Baltikum eftersom dessa verksamheter inkluderar butiksanställda. I Norge beror den höga omsättningshastigheten under 2012 bland annat på försäljningen av ICA Maxi-butikerna samt en nedbemanning på kontor, påverkat av det ekonomiska läget i ICA Norge. Rimi Baltic har generellt sett en hög personalomsättning i butik, något som gäller hela branschen i de baltiska staterna. Omkring 75% av anställda i butik stannar kortare tid än ett år och skälen till detta är bland annat att det ses som ett lågstatusyrke med låg lönenivå som även påverkas av bristande ledarskap. Arbete med att förbättra detta ligger i planen för Rimi Baltic under 2013.

Antal årsmedarbetare

	2012	2011	2010
Sverige	8 199	7 507	7 322
Norge	4 667	5 450	5 367
Baltiska länderna	8 078	7 776	7 623
Hongkong	76	73	61
Totalt	21 020	20 806	20 373

Personalomsättning, %

	2012	2011	2010
Moderbolaget	7	10	6
ICA Banken	4	7	4
ICA Fastigheter	7	17	13
ICA Sverige	10	12	5
ICA Norge	25	18	22
Rimi Baltic	52	46	29
ICA-koncernen	31	27	21

Friskvård bidrar till en god arbetsmiljö

LA7 Global Compact 1

Omfattningen av skador, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade dagar, frånvaro samt totala antalet arbetsrelaterade dödsolyckor per region.

En god arbetsmiljö skapas när ledare och medarbetare tillsammans verkar för en trygg och säker arbetsplats. Vi jobbar med tidig rehabilitering och förebygger sjukdom och olycksfall för att göra ICA-koncernen till ett hälsosamt företag. På så vis förbättras hälsan hos våra medarbetare och rehabiliteringskostnaderna minskar.

Sjukfrånvaron inom koncernen ligger på en relativt jämn nivå. Högst frånvarofrekvens har ICA Norge, där vi i flera år arbetat intensivt för att vända ett negativt finansiellt resultat, vilket påverkar arbetsmiljön.

Förebyggande friskvård ger ICA-koncernens ledare verktyg för att arbeta effektivt med sina team. Det öppnar också för en dialog om hur medarbetaren själv kan bidra till sin egen hälsa och sitt välmående. Till de friskvårdande insatserna hör massage, naprapati och företagshälsovård.

Sjukfrånvaro %	2012	2011	2010
Moderbolaget	2	2	2
ICA Banken	3	3	3
ICA Fastigheter	1	2	4
ICA Sverige	5	5	5
ICA Norge	7	6	7
Rimi Baltic	5	4	5
ICA-koncernen	5	4	5

Nödvändigt med en trygg butiksmiljö

Dagligvarubutiker är miljöer där många människor möts – kunder, leverantörer och butikernas personal. Därför är det angeläget att förhindra olyckor och skapa en säker butiksmiljö. I Sverige, Norge och de baltiska länderna utbildas medarbetare i brandkunskap, första hjälpen och i hur man förebygger rån och undviker hotfulla situationer. Stor vikt läggs vid det förebyggande arbetet, som bland annat sker i olika samverkansprojekt i butikernas närområden med andra handlare, myndigheter, kommuner och skolor.

I Sverige och Norge arbetar ICA-koncernen med att införa gemensamma säkerhetsstandarder för butikerna och regelbundna riskbesiktningar genomförs. Syftet är att förebygga skador och externa brott samt skapa en trygg och säker butiksmiljö.

ICA Sverige stöttar ICA-handlare på flera sätt. Alla medarbetare kan utan kostnad genomgå den interaktiva webbutbildningen Säkerhet i butik. Dessutom rekommenderas alla butiker att genomföra ett så kallat 13-punktsprogram för att förhindra hot, våld och rån. ICA Sverige har även genomfört riskbesiktningar för att förebygga skador och erbjuder via samarbetspartner uppföljning efter rån, brand och inbrott. I Sverige finns ett koordineringscentrum, ICA Säkerhetscenter, som bistår med resurser och krisstöd dygnet runt om en ICA-butik utsätts för brott.

Under 2012 har det totalt begåtts 23 rån i svenska ICA-butiker, vilket är en minskning med 28 procent mot föregående år. Detta är i linje med den allmänna trenden med färre butiksran i Sverige.

Antal butiksran	2012	2011	2010
ICA Sverige	23	32	47
ICA Norge	4	3	3
Rimi Baltic	0	0	0

Regelbundna medarbetarsamtal

LA12

Andel anställda (i procent) som får regelbunden utvärdering och uppföljning av sin prestation och karriärutveckling.

ICA-koncernen verkar för att öka antalet genomförda utvecklings- och medarbetarsamtal och också höja kvaliteten på dessa. Målet är att alla våra medarbetare ska ha sådana samtal en gång om året. Enligt resultatet från SplCAp-undersökningen (tidigare kallad Temperaturmätning) 2012 har 79 (71) procent haft ett medarbetarsamtal de senaste tolv månaderna.

Initiativ för jämställdhet och mångfald

LA13 ● Global Compact 1, 6

Sammansättning av styrelse och ledning samt uppdelning av andra anställda efter kön, åldersgrupp, minoritetsgruppstillhörighet och andra mångfaldsindikatorer.

Ett aktivt mångfaldsarbete gynnar vår attraktionskraft som arbetsgivare. Alla, oavsett kön, könsidentitet, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning eller ålder, ska ha samma chans vid rekrytering och till utveckling i jobbet. Sexuella trakasserier och diskriminering fördöms i alla former. Sedan 2010 har ICA-koncernen en särskild mångfaldsstrategi, vilket ger en fingervisning om hur viktig vi tycker frågan är.

Ett exempel på vårt mångfaldsarbete är det svenska projektet "Vi kan mer", vars mål var att ge mellan 500 och 1 000 personer med funktionsnedsättning anställning inom ICA till slutet av 2012. Projektet var ett samarbete mellan ICA, ICA-handlarnas Förbund, Föreningen för barn, unga och vuxna med utvecklingsstörning (FUB), Samhall, Sveriges kommuner och landsting samt Glada Hudik-teatern. I slutet av 2012 arbetade omkring 1 200 personer med funktionsnedsättning i 670 svenska ICA-butiker. 87 procent av dessa butiker avsåg att behålla dem som anställda när den nuvarande anställningsperioden löpte ut.

Rimi Baltic har arbetat med att integrera medarbetare med funktionsnedsättning i flera år. I dag har Rimi Baltic i Estland 52 anställda med funktionsnedsättning i butik. Rimi Baltic i Lettland har 103 anställda med funktionsnedsättning, vilket är 2 procent av företagets hela personalstyrka. Rimi Litauen samarbetar med föreningen för personer med funktionsnedsättning för att öka integrationen på arbetsplatserna. I dag arbetar 94 personer med funktionsnedsättning i företaget, vilket är mer än 4 procent av det totala antalet anställda.

Andel anställda per åldersgrupp, ICA-koncernen, %



Könsfördelning, totalt. ICA-koncernen, %



Könsfördelning, ledande position, ICA-koncernen, %



VÄRDERINGAR

ICA tar ansvar

På ICA går medvetet hållbarhetsarbete och ett starkt samhällsengagemang hand i hand med långsiktig lönsamhet. ICAs kunder och andra parter ska känna trygghet och förtroende för ICA och den verksamhet ICA bedriver. ICAs Goda Affärer beskriver ICAs syn på etik och samhällsansvar.

Med ICAs Goda Affärer menas att ICA ska:

- drivas med lönsamhet och god etik
- lyssna på kunderna och alltid utgå från deras behov
- värna om mångfald och utveckling bland medarbetarna
- ha en öppen dialog internt och med omvärlden
- säkerställa kvalitet och trygga produkter
- främja hälsa och goda matvanor
- verka för en god miljö med hållbar utveckling



Tidningen ICAs Goda Affärer vänder sig till ICAs butiker och medarbetare i Sverige och förmedlar vår syn på kvalitet, miljö, ansvar och hälsa.

ICAs BOLAG

Dagligvaror, fastigheter, bank och sällanköpsvaror i en koncern

ICA bedriver verksamheter inom dagligvaror, fastigheter, bank och sällanköpsvaror. Den dagliga verksamheten är organiserad i fem dotterbolag.

Dagligvaruverksamheterna sköts av ICA Sverige, ICA Norge samt Rimi Baltic. Fastighetsverksamheterna i Sverige och Norge hanteras av ICA Fastigheter och de finansiella tjänsterna sköts av ICA Banken. Bolagen är anpassade till just sina marknads- och branschförutsättningar men stöttar samtidigt på olika sätt koncernens gemensamma strategi.

Så drivs butikerna

Fria handlare i samverkan

Handlarna äger och driver butikerna men har centrala avtal med ICA inom ett antal områden. Modellen är den ursprungliga "ICA-idén". Finns bara i Sverige. Antal butiker: 1 330

Helägda butiker

ICA äger och driver butikerna som en kedja. Det är den enda driftsformen i Baltikum, och hittills den dominerande butiksformen i Norge. Antal butiker: 577

Franchising

Butikerna drivs av franchisetagare. Formen finns bara i Norge. Antal butiker: 155

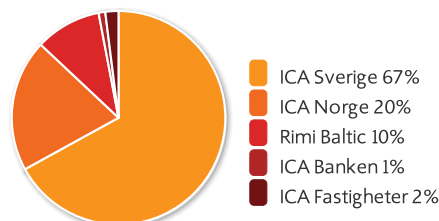
Kombination

Modellerna kan kombineras beroende på förutsättningar. Maxi ICA Stormarknad i Sverige är en kombinationslösning där fria handlare sköter dagligvarudelen och ICA AB driver specialvarudelen. För kunden presenteras allt som en enda butik. Antal butiker: 75

ICA-idén

ICA-idén bygger på egna företagare i samverkan. Varje handlare äger och driver sin egen butik och kan på det sättet möta kunderna genom lokalt anpassade koncept och erbjudanden. ICA-koncernen är sprungen ur denna idé som samtidigt innebär att enskilda handlare samverkar kring exempelvis inköp och logistik för att uppnå samma stordriftsfördelar som helägda kedjeföretag. I grunden handlar det om att nyttja samverkan i kombination med lokal anpassning, så nära kunderna som möjligt.

Så fördelar sig omsättningen



* ICA Koncerngemensamt och Internförsäljning har exkluderats ur diagrammet

ICA SVERIGE

Butiksarbete som ger resultat

11,5 miljoner besök per vecka i drygt 1 300 butiker runt om i landet. Sveriges kunder uppskattar ICA och det visar sig i resultatet.

De viktigaste prioriteringarna under 2012 var att säkra konkurrenskraftiga priser, fortsätta att erbjuda ett noga utvalt sortiment av egna märkesvaror och färskvaror samt öka kundlojaliteten genom kundspecifik marknadsföring. God försäljning och ett förbättrat resultat för ICA Sverige 2012 visar att kunderna uppskattade våra insatser. Under året har tre nya ICA Kvantum-butiker etablerats, fem nya ICA Nära och två ICA To Go. Cura apoteket har expanderat och fler kundbesök visar att Cura-apoteket nu är etablerat på marknaden. Läs mer om väsentliga händelser 2012 och ICA Sveriges marknad.

Under 2013 kommer ICA Sverige fortsätta att integrera de nya koncernstrategierna och de strategiska prioriteringarna i affärsplaner och i det dagliga arbetet. Utvecklingen av färskvaror och egna märkesvaror är fortsatt viktig, inte minst för att kunna fortsätta erbjuda kunderna unika varor för alla smaker och plånböcker. Dessutom kommer ICA att vidareutveckla de digitala erbjudandena samt fortsätta att vara föregångare inom ansvarsfullt företagande. Ett exempel på detta är att uppmuntra till hälsosammare kostvanor, exempelvis genom att stärka satsningen på färskvaror som frukt och grönt. Läs mer om fokus framöver.

Kort om ICA Sverige

Affärsidé: Att vara det ledande detaljhandelsföretaget med fokus på mat och måltider.

Omsättning 2012: 65 750 MSEK (62 500)

Rörelseresultat 2012: 2 849 MSEK (2 617)

Totalt antal butiker: 1 330 (1 334)

Medelantal anställda: 7 229 (6 557) (exklusive butiksmedarbetare i handlarägda butiker)

ICA Sverige driver dagligvaruhandel tillsammans med fria ICA-handlare. Handlarna äger och driver butikerna själva men har avtal med ICA Sverige inom bland annat gemensamma inköp, logistik, marknadskommunikation och butiksutveckling. ICA bedriver även apoteksverksamhet i Cura apoteket. I ICA Sverige ingår också ICA Special AB som bland annat driver specialvarudelarna på Maxi ICA Stormarknad.

Den svenska dagligvarumarknaden karaktäriseras av att den är mogen och växer långsamt. 2012 växte den med 3,3 procent (1,3):

Butiksformat i ICA Sverige



Maxi ICA Stormarknad

Allt på ett ställe till bra priser. Brett livsmedelssortiment samt specialvaror som husgeråd, media och trädgårdsartiklar.

Antal butiker: 75 (75)

Butiksförsäljning: 28 735 MSEK (27 333)

Antal artiklar: cirka 35 000 (livsmedel och specialvaror)



ICA Kvantum

Ska vara ortens ledande matbutik, med mat för både vardag och fest. Hög andel färskvaror, många allergianpassade, hälsoriktiga och ekologiska alternativ samt lokalt sortiment.

Antal butiker: 121 (117)

Butiksförsäljning: 23 577 MSEK (22 487)

Antal artiklar: 10 000-30 000



ICA Supermarket

Har ett brett sortiment för både vardag och fest. Hög personlig service och brett färskvarusortiment.

Antal butiker: 430 (435)

Butiksförsäljning: 30 919 MSEK (29 911)

Antal artiklar: 7 000-11 000



ICA Nära

Mindre och lättillgängliga butiker med god service, anpassat sortiment och bra färskvaror. Många ICA Nära-butiker är ombud för apotek, Systembolaget och ATG.

Antal butiker: 700 (704)

Butiksförsäljning: 15 041 MSEK (14 564)

Antal artiklar: cirka 5 000



ICA To Go

Ett storstadskoncept där kärnan är goda, hälsosamma måltider som är lätta att ta med i farten. ICA To Go drivs som ett pilotprojekt inom ICA Sverige.

Antal butiker: 4 (3)

Antal artiklar: cirka 1 200



Cura Apoteket

ICAs egen apotekskedja praktiskt placerad i större ICA-butiker. Cura apoteket erbjuder både receptbelagda och receptfria läkemedel på generösa öppettider.

Antal apotek: 48 (42)

ICA Special AB

ICA Special AB arbetar med inköp och försäljning av specialvaror, exempelvis husgeråd, kläder och städartiklar till samtliga butiksformat i Sverige. ICA Special driver försäljning av specialvaror i Maxi ICA Stormarknad som en helintegrerad verksamhet och fungerar som partihandel för ICA Kvantum, ICA Supermarket och ICA Nära. De levererar också tjänster till ICAs verksamheter i Norge och Baltikum.

ICA SVERIGE

Väsentliga händelser 2012

Kort om resultatet: Framgångsrikt försäljningsarbete i butikerna, ett mycket bra sortiment, rätt priser till kunden och en något starkare dagligvarumarknad. Det är de viktigaste förklaringarna till att ICA Sverige ökade nettomsättningen 2012 med 5,2 procent och rörelseresultatet med 8,9 procent. ICA Sverige har också lyckats behålla sin goda kostnadskontroll internt. Vad gäller etablering av nya butiker blev 2012 något av ett mellanår. Under året öppnades tio nya ICA-butiker, varav tre var ICA Kvantumbutiker, fem ICA Närabutiker och två ICA To Go. Inga nya stormarknader öppnades. Däremot lades kraft på att fräscha upp och bygga om ett stort antal befintliga butiker.

Uppåt för ICAs egna märkesvaror: Försäljningen av ICAs egna märkesvaror hade en betydligt högre tillväxtnivå än övrigt sortiment. ICA fortsatte bland annat att utöka lågpriserbudandet ICA Basic, men stärkte samtidigt premiums Sortimentet genom att bland annat lansera kvalitetskött från Nebraska under namnet US-beef. Det kom även många nyheter inom ICAs eget frukt & grönt sortiment.



Spännande nya butiker: Under 2012 öppnades två pilotbutiker. De ska bidra till nytänkande och utmana butiksprofilernas kunderbudanden. I februari öppnade ICA Nära Järvastaden med tydligt prisfokus. I Sundbyberg öppnade en ny Supermarketbutik i november med ett nytt färskvarerbudande: ett stort sortiment av färdigmat, utan att vara dyrare på bassortimentet.

Fler Cura apoteket: Den goda försäljningsutvecklingen för Cura apoteket visar att ICAs kunder uppskattar konceptet med apotek bekvämt placerade i anslutning till stora ICA-butiker. Åtta nya apotek etablerades i Sverige under året, och verksamheten bidrar positivt till bolagets försäljningsutveckling. Etableringstakten var dock något långsammare än tänkt. Det beror främst på att marknaden fortfarande lider brist på farmaceututbildad personal.



ICA To Go på nya ställen: Pilotprojektet ICA To Go fortsatte under året. ICA To Go är ett storstadskoncept som erbjuder måltidsalternativ för folk i farten. Pilotbutikerna finns i Stockholm, där konceptet testas och utvärderas kontinuerligt. Under 2012 etablerades två nya butiker: en på T-centralen och vid Hornstull. Samtidigt bedömdes butiken på Kungsgatan efter en testperiod inte ha rätt läge och stängde därför. Butikerna på Drottninggatan och i Kista finns kvar.



Digitala ICA: ICA har under året börjat lägga grunden för kommande utveckling av onlineerbudandet. Under året relanserades exempelvis kundwebben ica.se, som redan tidigare var Sveriges största receptsajt. Sajten gjordes samtidigt tillgänglig för smartphones via appar. ICAs app blev snabbt en av de mest nedladdade apparna. Med den får kunderna en unik möjlighet att ladda in rabattkuponger på sitt ICA-kort genom att skanna in dem med sin mobiltelefon. Under 2012 lanserade också ICA Special näthandel med betalning på nätet. Det är en mobilanpassad sida där hemleverenser erbjuds, alternativt med alla Maxi-butiker som utlämningsställe.

Fokus på trygg mat: Kvalitetsfrågor är centrala för både ICA och ICAs kunder. Därför jobbar ICA ständigt med att försäkra sig om att livsmedel hanteras på ett tryggt sätt i butikerna, och att de egna varorna är säkert producerade i enlighet med ICAs högt satta kvalitetskrav. Under året har 339 svenska ICA-butiker genomgått tredjepartsrevisioner och certifierats enligt branschstandard Svensk standard för livsmedelshandling i butik, det är 13 fler butiker än föregående år. ICA Sveriges inköps- och logistikprocesser är sedan 2012 certifierade enligt internationella miljö- och kvalitetsstandarder och övrig inköps- och logistikverksamhet inom koncernen arbetar mot certifiering.

ICA-handlare för miljön: ICA har fortsatt arbetet med att ta fram system för miljöledning i organisationen. Under 2012 certifierades de svenska inköpsprocesserna enligt miljöstandarden ISO 14001, och vi har kartlagt förbättringsområden i våra baltiska och asiatiska verksamheter. I Sverige genomförde vi pilottester i ett tjugotal ICA-butiker för det nya miljöstödet "ICA-handlare för miljön". Det ska hjälpa butikerna att ytterligare minska sin miljöpåverkan. Planen är att fullt ut lansera miljöstödet under 2013. Vi har även lanserat en webbaserad miljöutbildning inom koncernen för att öka miljökunskaperna hos medarbetare. Utbildningen finns i dagsläget på svenska och engelska men är planerad att översättas till fler språk.

Arbete med effektivitet: Arbetet som inleddes 2011 med att effektivisera logistiken fortsatte. Kostnaderna har sänkts, men utvecklingen gick något långsammare än planerat. Under året har ICA också inlett en genomgång av de centrala arbetsprocesserna inom ICA Sverige för att utveckla effektivitet, kvalitet och snabbhet inom organisationen.



Populär matkasse: ICAs egen matkasse, en tjänst med de enskilda butikerna som avsändare, lanserades under 2011 och fortsatte att uppskattas av kunderna. Kassen kan beställas i flera varianter och går att få antingen hemkörd eller färdigpackad för upphämtning i butik. Vid årets utgång levererade över 250 butiker över hela landet matkassar varje vecka.

Nya målgrupper: ICA arbetar hela tiden med att nå nya målgrupper med innovativa lösningar och kundspecifik marknadsföring. En sådan är satsningen på erbjudanden särskilt riktade till studenter, som inleddes tillsammans med ICA Banken 2011. Vid slutet av 2012 hade 60 000 studenter anslutit sig till erbjudandet.

Butikernas butik: ICA-butikerna har fått flera utmärkelser under året. Bland annat utsågs ICA Kungsbacka till butikernas butik 2012.

CASE: ICA SVERIGE

Certifieringar i inköps- och logistikverksamheten

ICA hanterar varor från cirka 2 500 leverantörer i 75 länder. Det är ett omfattande arbete att hantera inköpen och logistiken, innan rätt produkter hamnar på ett bra sätt i butikshyllan.

Efter mer än tre års förberedelser och gediget arbete klarade ICAs svenska inköpsverksamhet den externa revisionen för kvalitet (ISO 9001) och miljö (ISO 14001). Likaså har ICAs logistikverksamhet i Sverige klarat de externa revisionerna för livsmedelssäkerhet enligt standarden BRC S & D samt förnyat sitt befintliga miljöcertifikat (ISO 14001).



Certifieringarna är kvitton på att vi har fungerande arbetssätt. De ställer krav på mål, ledning, utbildning, hur vi ska jobba och följa upp för att alla ska arbeta mot ständiga förbättringar. De har inneburit en förbättring i ICAs rutiner för att öka tydligheten i beslutsvägar, ansvarsroller och arbetsverktyg i syfte att ge bra stöd till alla medarbetare som jobbar inom dessa delar av verksamheten.

Under året genomförde vi även gapanalyser i våra baltiska och asiatiska verksamheter utifrån den svenska modellen. Målet är att införa motsvarande hållbarhetsrelaterade arbetssätt och vi siktar på certifiering inom de närmsta åren.

CASE: ICA SVERIGE

Egna varor för kundens bästa

ICAs ambition är att erbjuda något för alla smaker och plånböcker. Ett viktigt verktyg i det arbetet är våra egna märkesvaror, EMV. Genom att utveckla egna unika produkter kan vi möta våra kunders krav både vad gäller pris och kvalitet. Genom åren har vi till exempel lanserat ICA Gott liv, som tar avstamp i våra kunders behov av sunda lösningar, ICA I Love Eco, som kombinerar ekologiskt tänk med bra pris samt ICA Basic, där kunderna kan hitta vardagsprodukter av bra kvalitet till rätt pris.



För ICA är arbetet med EMV viktigt av många skäl. Dels möter vi kundernas behov av trygghet eftersom vi kontrollerar hela tillverkningsprocessen, från fabrik till butik, dels hjälper ett bra EMV-sortiment till att göra ICA-butikerna unika jämfört med andra dagligvaruaktörer. Att kunderna uppskattar våra egna märkesvaror syns bland annat i försäljningssiffrorna. Under 2012 hade ICAs egna märkesvaror en betydligt högre tillväxtnivå än övrigt sortiment.

ICA SVERIGE

Fokus framöver

Fortsatt fokus på pris, färskvaror och egna märkesvaror: ICA Sverige fortsätter arbetet med attraktiva priser för att erbjuda lösningar för alla plånböcker och smaker. I det arbetet är det fortsatt viktigt att långsiktigt utveckla egna märkesvaror. Dessa är också viktiga verktyg för att skapa unika ICA-erbjudanden som ger mervärde för kunden jämfört med konkurrenterna, inte minst inom färskvaruområdet.

Välj hälsosamt: ICA vill uppmuntra till hälsosammare matvanor. Därför kommer hälsosamma produkter, som till exempel frukt och grönt att på olika sätt vara i fokus framöver. ICA vill göra det enklare för kunderna att hitta hälsosamma alternativ. Bland annat kommer ICA Sverige att ta initiativ som syftar till att äta mer frukt och grönt.

Digitala ICA: Under 2013 kommer ICA att fortsätta utvecklingen av en framtida lösning för digital kommunikation och försäljning. Tanken är att samla ICAs erbjudanden digitalt och lägga grunden för onlineförsäljning av såväl mat som specialvaror och andra produkter. ICA kommer också på olika sätt att se över hur kunderna kan få bättre erbjudanden utifrån de kunddata som ICA har tillgång till.

Utveckla butiksnätet: Etableringstakten kommer att öka igen under 2013. Fokus kommer att ligga på såväl förnyelse och omlokaliseringar av befintliga butiker som på nyetableringar av stora ICA-butiker. Cura apoteket kommer att fortsätta etablera nya apotek.

Ständig förbättring: ICA kommer att fortsätta att se över arbetsformer för att öka effektiviteten och kvaliteten i erbjudandet till både butiker och kunder. Arbetet pågår kontinuerligt på alla plan, både centralt och ute i verksamheterna.

Goda affärer, goda ledare: Att bibehålla och vidareutveckla en god kultur som uppmuntrar ICAs kompetenta medarbetare till fortsatt engagemang är avgörande för att ICA ska kunna uppnå sina affärsmål. I det arbetet är gott ledarskap avgörande, och ICA kommer att fortsätta sitt arbete med att säkerställa att företaget har ett gott ledarskap på alla nivåer.

Det nya miljöstödet "ICA-handlare för miljön" införs fullt ut i ICAs butiker: ICA-handlare för miljön är ett internt miljöverktyg för butiker. Bland annat används elektroniska checklistor. Målet är att 300 butiker ska ha anslutit sig till årsslutet 2013.

ICA NORGE

Förändringar i ICA Norge

Försäljning av norska ICA Maxi, effektiviseringsåtgärder samt ett viktigt samarbetsavtal med Norgesgruppen – med det har ICA Norge lagt grunden för att öka konkurrenskraften och på sikt förbättra lönsamheten.

Konkurrensen om de norska, mycket prismedvetna dagligvarukunderna har länge varit tuff, och lönsamhetsutmaningen för ICA Norge har varit stor. Under 2012 gjordes därför flera viktiga insatser för att vända ICA Norges resultat. Bland annat slutfördes försäljningen av ICA Maxi-butikerna och effektiviseringar har gjorts som kommer att leda till lägre kostnader för bland annat personal, administration, och hyror. Läs mer om väsentliga händelser 2012 och den norska dagligvarumarknaden.

Att vända lönsamhetsutvecklingen i ICA Norge är en av koncernens viktigaste strategiska prioriteringar. Bland annat fortsatte konverteringen till Nya Rimi enligt plan liksom arbetet med att konvertera helägda butiker till franchisedrivna butiker. Dessutom moderniserades sju ICA Supermarked-butiker. Den största utmaningen har varit att få till stånd bättre inköpspriser samt att skapa en kostnadseffektiv logistikstruktur anpassad till ICA Norges butiksnät. I och med samarbetsavtalet som slöts med Norgesgruppen i januari 2013 avseende inköp och distribution har ICA Norge skapat förutsättningar för att erbjuda kunderna ett bra sortiment till konkurrenskraftiga priser och samtidigt möjlighet att uppnå ett positivt resultat på sikt.

Läs mer om avtalet med Norgesgruppen samt ICA Norges fokus framöver.

Kort om ICA Norge

Affärsidé: Att vara det ledande detaljhandelsföretaget i Norge med fokus på mat och måltider.

Omsättning 2012: 19 050 MSEK (20 679)

Rörelseresultat 2012: -1 023 MSEK (-1 255)

Totalt antal butiker: 497 (550)

Medelantal anställda (exklusive franchisebutiker): 4 646 (5 427)

Av ICA Norges butiker drivs cirka 69 procent som helägda och 31 procent i franchiseform. Den norska dagligvarumarknaden växte under 2011 med 3,8 procent (3,2).

Butiksformat i ICA Norge



Rimi

Lågprisbutik med fokus på enkelhet och effektivitet i vardagen. Modernt och överskådligt för familjen med vardagsvaror till låga priser.

Antal butiker: 315 (285)

Antal franchisebutiker: 116

Butiksförsäljning, MNOK: 9 701 (8 799)

Antal artiklar: 3 500-4 000



ICA Supermarked

Butiker med matglädje och mångfald, personlig service och brett sortiment. Stort fokus på bra färskvaror. Dessa butiker genomgår successivt moderniseringar för att bemöta kundernas efterfrågan.

Antal butiker: 78 (73)

Antal franchisebutiker: 3

Butiksförsäljning, MNOK: 4 750 (4 425)

Antal artiklar: 12 000-13 000



ICA Naer

ICA Naer-formatet kommer under 2013 att försvinna. De flesta butikerna konverteras till Matkroken eller Rimi.

Antal butiker: 68 (168)

Antal franchisebutiker: 36

Butiksförsäljning, MNOK: 2 149 (3 304)



Matkroken

Matkroken-butikerna är nytt format inom ICA Norge. Dessa drivs framförallt av franchisetagare. Matkroken är små, lokalt anpassade närbutiker. Verksamheten utgår från vad kunderna i närområdet har för behov och önskemål. Utvalet är relativt stort och servicenivån är hög. Matkroken drivs med stort köpmannafokus. Tanken är att köpmannen känner sina kunder bäst, och friheten till lokal anpassning är därför stor.

Antal ICA-ägda butiker: 36

Antal artiklar: 3 000-5 000

ICA NORGE

Väsentliga händelser 2012

Kort om resultatet: ICA Norge omsatte 19 050 MSEK (20 679), en minskning med 7,9 procent som främst beror på de avyttrade ICA Maxi-butikerna. Justerat för dessa ökade nettoomsättningen 1,3 procent i lokal valuta. ICA Norges rörelseresultat exklusive engångsposter uppgick till -597 MSEK (-663). Rörelseresultatet belastades av engångskostnader avseende försäljningen av ICA Maxi på -368 MSEK och effektivisering av administrationen på -59 MSEK. Rörelseresultatet uppgick till -1 023 MSEK (-1 255).

Samarbeten och synergier: Under 2012 arbetade ICA Norge på flera sätt för att effektivisera verksamheten och hitta synergieffekter. ICA Norge införde bland annat effektiviseringsprogram i befintlig organisation, samt effektiviserade lagerverksamheten genom att bland annat bygga om två lager till cross-docklager. Cross-docklager är omlastningsterminaler där produkterna plockas ihop och lastas om för att köras ut till aktuella butiker. I början av 2013 meddelade dessutom ICA att ICA Norge och Norgesgruppen ingår ett samarbetsavtal. Med start i april 2013 kommer Norgesgruppen att hantera merparten av inköpen för ICA Norges räkning. Dessutom kommer stora delar av distributionen att samordnas mellan ICA Norge och Norgesgrupps grossistföretag Asko. Läs mer om avtalet med Norgesgruppen.



Ny vd på plats: I maj tillträdde Thorbjørn Theie som ny vd för ICA Norge. Han efterträdde Antonio Soares som gick i pension.

Norska ICA Maxi avvecklades: Under hösten slutfördes avyttringen av ICA Maxi i Norge i och med att 17 hyreskontrakt och 8 fastigheter såldes till Lagopus Eiendomsutvikling. Det betyder att ICA Norge nu lämnat stormarknadskonceptet.



Bättre prisbild framöver: På den starkt priskonkurrerande norska dagligvarumarknaden har Rimi uppfattats som något dyrare än konkurrenterna. Det nya samarbetsavtalet har möjliggjort att ICA Norge i fortsättningen kommer att bli mer konkurrenskraftiga. Satsningen på lågprisprofilen Rimi fortsatte och målsättningen är att Rimi alltid ska vara bland de billigaste alternativen på marknaden. Rimi ska dessutom ha de mest innovativa lösningarna, exempelvis genom mobila satsningar som smartphone-appar vilka hjälper kunden att handla snabbare och effektivare.



Modernisering av ICA Supermarkedet: De moderniserade ICA Supermarkedetbutikerna fortsatte att visa en positiv försäljningsutveckling. Målsättningen är att de norska konsumenterna ska associera ICA Supermarkedetprofilen med högkvalitativa färskvaror. Under året sjösattes en ny och sex omprofilerade nya ICA Supermarkedetbutiker inom den nya profilen. Totalt fanns tio moderniserade ICA Supermarkedetbutiker vid årets slut.

CASE: ICA NORGE

Norskt avtal skapar möjligheter

Att skapa långsiktig lönsamhet i ICA Norge är en av de viktigaste strategiska prioriteringarna det närmaste året. ICA har under 2012 genomfört kraftfulla strukturåtgärder, till exempel sålt de norska ICA Maxi-butikerna och genomfört administrativa effektiviseringar. Dessa åtgärder har dock visat sig vara otillräckliga och större strategiska åtgärder har varit nödvändiga. I januari undertecknade därför ICA Norge ett samarbetsavtal med Norgesgruppen.



Avtalet skapar helt nya förutsättningar för ICA Norges framtid. Några av de svåraste frågorna i arbetet med att vända ICA Norge till lönsamhet har handlat om bristande förutsättningar till goda inköpspriser och utmaningar i att effektivisera distribution i det geografiskt långsträckta Norge. Det nya avtalet, som gäller från april 2013, innebär att Norgesgruppens grossistföretag Asko och ICA i fortsättningen samordnar delar av inköp och distribution. Asko kommer att hantera delar av ICA Norges inköp, medan ICA Norge koncentrerar sig på inköp av egna märkesvaror, färskt bröd, vissa andra färskvaror samt färsk fisk och skaldjur.

ICA behåller distribution i Oslo, Akershus och Østfold samt i delar av Buskerud, Vestfold, Hedmark och Oppland. Dessutom behålls lagerverksamheten i Oslo. Övriga lager kommer att avvecklas stegvis med start i april 2013.

Samarbetet med Norgesgruppen är en viktig och framtidsinriktad satsning för att på sikt säkra ett bra kunderbjudande och nå lönsamhet i ICA Norge.

ICA NORGE

Fokus framöver

Fundamental förändring: I och med samarbetet med Norgesgruppen som inleds i april 2013 har ICA Norge lagt grunden för en konkurrenskraftig och lönsam verksamhet. Förändringar tar dock tid, och 2013 kommer att bli ett år då samarbetet implementeras och lagerverksamheterna gradvis avvecklas.

Motivera medarbetarna: En viktig strategi för ICA-koncernen är att ständigt utveckla sina medarbetare. För ICA Norge är motiverade medarbetare en väsentlig förutsättning för att klara de strukturella förändringar som genomförts och kommer att genomföras under 2013. Starkt fokus kommer därför att ligga på tydligt ledarskap och på att uppmuntra och bygga en positiv kultur i organisationen, i enlighet med det värderingsarbete som initierats i hela koncernen.

Fokus på franchise: I Norge har ICA haft goda erfarenheter av franchise som driftsform. Franchisehandlarnas engagemang har visat sig underlätta både vad gäller lönsamhet och nöjda kunder. Till exempel ser ICA att de konverterade Rimibutiker där franchisetagare hunnit ta över fortsätter att växa och ta marknadsandelar. Att fortsätta konverteringen av Rimi och ICA-butiker från filialer till franchiseavtal och hitta fler goda franchisetagare är därför fortsatt viktigt.

Fler mobila lösningar: ICA Norge undersöker möjligheterna att underlätta för kunderna med fler mobila lösningar, till exempel appar med olika typer av tjänster som gör vardagen lite enklare för butikernas kunder.

RIMI BALTIC

Med lönsamhet i fokus

2012 var medvetet inget expansivt år, snarare låg fokus på att etablera en stabil bas för framtiden. Under året implementerades säljsystem och ett nytt centrallager blev kärnan i logistikverksamheten. Med god kostnadskontroll och bibehållen marginalutveckling står nu Rimi Baltic välrustade för framtiden.

Rimi-butikerna fortsatte att utvecklas väl under 2012 trots hög konkurrens, hög etableringstakt på marknaden och fortsatt prispress. Inom lågprissegmentet har utmaningarna varit fortsatt stora varför ett beslut fattades under hösten om att avveckla 13 butiker i lågprisformatet Supernetto i Litauen. Några av butikerna har konverterats till Rimi, som är det prioriterade varumärket i Baltikum. Satsningen på lojalitetsprogram för trogna kunder fortsatte. Rimi Baltic blev första aktör på marknaden med lojalitetsterminaler, en utveckling av det kunddatabaserade lojalitetsprogram som funnits sedan tidigare. Läs mer om väsentliga händelser 2012 och om de baltiska dagligvarumarknaderna.

Kort om Rimi Baltic

Affärsidé: Rimi Baltic ska vara kundens främsta val för inköp av mat på marknaderna i Estland, Lettland och Litauen.

Omsättning 2012: 10 050 MSEK (10 089)

Rörelseresultat 2012: 224 MSEK (173)

Medelantal anställda: 8 078 (7 776)

Rimi Baltic är ett helägt dotterbolag som bedriver dagligvaruhandel i Estland, Lettland och Litauen. Totalt har Rimi Baltic 235 (239) butiker: 83 i Estland, 114 i Lettland och 38 i Litauen. Av omsättningen kommer 50 procent (49) från Lettland, 31 procent (32) från Estland och 19 procent (19) från Litauen.

2013 kommer prioriteringarna att vara att ytterligare stärka varumärket Rimi, liksom att utveckla butiksnätet. Under hösten 2012 har nya testavdelningar i butikerna med försäljning av specialvaror öppnats i varje land och utifrån erfarenheterna av detta kommer ett antal hypermarkets att uppdateras under 2013. Då kommer även etableringstakten att öka något. Läs mer om fokus framöver.

Butiksformat i Rimi Baltic



Rimi Hypermarket

Allt på ett ställe till bra priser. Stort utbud av livsmedel till bra priser, kombinerat med specialvaror som husgeråd och sportartiklar. Drivs i tre storleksformat; "stora", "compact" och "small".

Antal butiker: 48

Antal artiklar: 30 000-45 000



Rimi Supermarket

Matglädje och brett utbud, fokus på fina färskvaror och bra service för vardagens behov. Ligger i områden där kunderna bor eller arbetar.

Antal butiker: 72

Antal artiklar: 12 000-18 000



Supernetto och Säästumarket

Supernetto är lågprisbutiker i Lettland. Vass prisprofil och gott utbud av vardagsvaror. Säästumarket är motsvarande typ av lågprisbutik i Estland.

Antal butiker: 115

Antal artiklar: cirka 2 500

RIMI BALTIC

Väsentliga händelser 2012

Kort om resultatet: Rimi Baltics omsättning blev 10 050 MSEK (10 089), en minskning med 0,4 procent jämfört med året före. I lokal valuta ökade omsättningen med 3,3 procent. Som en följd av avvecklingen bland annat av lågprisformatet Supernetto i Litauen gjordes en nedskrivning av varumärken och fastigheter med totalt 35 MSEK. Rörelseresultatet för 2012 var mycket starkt och uppgick till 224 MSEK (173), främst beroende på bättre bruttomarginaler samt fortsatt mycket god kostnadskontroll.



Bara Rimi i Litauen: Under tredje kvartalet 2012 fattade Rimi Baltic beslut om att avveckla lågprisprofilen Supernetto i Litauen. Av de 13 butikerna har fem konverteras till Rimi, vars koncept med större sortiment och god kvalitet varit framgångsrikt i landet. Det innebär att Rimi nu är koncernens enda varumärke i Litauen.

Rimi Small Hypermarket: Rimi Baltic fortsatte att utveckla konceptet Rimi Small Hypermarket som lanserades på prov 2009 i Lettland. Rimi Small Hypermarket är en liten stormarknad med en säljyta på cirka 2000 kvm och fokus på mat och framförallt färskvaror. Formatet var framgångsrikt och under 2012 arbetade Rimi vidare med konceptet för att hitta bästa kunduttryck. Vid utgången av 2012 fanns sju Rimi Small Hypermarket i Lettland, fyra i Litauen och två i Estland.



Terminaler för lojala: Rimi Baltic lanserade under hösten 2012 lojalitetsterminaler i samtliga Rimibutiker. Kunderna kan dra sina lojalitetskort i terminalerna och får då unika erbjudanden baserat på deras köpbeteende. Rimi Baltic är först på de baltiska marknaderna med den här typen av erbjudande. Terminalerna är en fortsättning på Rimis framgångsrika lojalitetskort. Under 2012 gjordes cirka 80 procent av alla köp med lojalitetsprogram.



Utveckla egna märkesvaror: Antalet egna märkesvaror ökade i Rimibutikerna under 2012, men på grund av att fler märkesvaror ingick i lågprisbutikernas sortiment än tidigare minskade andelen egna märkesvaror totalt sett inom Rimi Baltic. Arbetet med att utveckla EMV sker i samarbete med resten av koncernen.



Bättre butiker: Förnyelsen och uppfräschningen fortsatte av de Rimi Supermarket-butiker som hängt med sedan slutet av 1990-talet och början av 2000-talet. I samband med förnyelsen har till exempel Rimi Baltic satt dörrar och lock på kylar och frysar, vilket sänkt kostnaderna och bidragit till att minska koncernens totala koldioxidutsläpp.

Rimi tar ansvar: Rimi Estland belönades under tredje kvartalet med det svenska priset CSR Initiative of the Year i samband med Swedish Business Awards. Målet är att samla positiva internationella exempel på ansvarsfullt företagande. Rimi Estland fick priset för sitt arbete med att förbättra matvanor och inspirera till en sundare livsstil. Bakom priset står svenska ambassaden, Swedbank, Telia Sonera samt Exportrådet. Rimi blev också som första detaljhandelsföretag i Lettland medlem av finansdepartementets så kallade In-Depth Cooperation Programme för skattebetalande företag. Medlemskapet kräver att företaget uppfyller en rad kriterier på bland annat etik och transparens, men innebär i gengäld minskad administration och enklare kommunikation med skattemyndigheterna.

CASE: RIMI BALTIC

Smart och attraktivt för lojala kunder

Under 2012 installerades lojalitetsterminaler i de största Rimibutikerna i Baltikum. Kunderna drar sina lojalitetskort i terminalerna och aktiverar då unika erbjudanden. Satsningen är en fortsättning på de kunddatabaserade lojalitetsprogram som sjösattes 2010 med införandet av Rimis lojalitetskort. Lojalitetskorten har utvecklats till en riktig succé – under 2012 gjorde cirka 80 procent av alla köp med lojalitetskort. Rimi Baltic är först på de baltiska marknaderna med denna typ av erbjudanden.



ICAs kundlojalitetsprogram, där vi belönar trogna kunder med smarta och attraktiva erbjudanden, är viktiga att fortsätta utveckla inom koncernen. Rimi Baltic har kunnat dra nytta av lärdomar från ICA i Sverige. ICA är ett av Sveriges allra starkaste varumärken. Vi får återkommande höga värden i undersökningar om kundförtroende och kundlojalitet. I flera år har ICA Sverige arbetat med kunddatasystem som gjort det möjligt att ge kunderna unika erbjudanden baserade på individuella köpbeteenden. Bland annat finns den framgångsrika satsningen Mina varor, där kunderna får aktuella och förmånliga erbjudanden utvalda utifrån ICAs kunskap om kundens tidigare val. Nu sprids dessa erfarenheter från ICA Sverige vidare i koncernen.

RIMI BALTIC

Fokus framöver

Expansion framåt: Att utveckla varumärket Rimi med lönsamhet i samtliga tre länder är ett viktigt fokusområde. Arbetet med butiksförnyelsen av Rimi Supermarket beräknas vara klart under 2013. Rimi Baltic ska också fortsätta att säkra butikslägen på framtidens intressantaste marknadsplatser.

Framtiden för Litauen: Efter avvecklingen av lågprisbutikerna i Litauen kommer Rimi Baltic i Litauen att växa med varumärket Rimi, och utifrån det vidareutveckla de format och koncept som kunderna efterfrågar. Under 2013 planeras 8 st nya Rimi-butiker i olika storlek i Litauen, och 2014 ska tillväxttakten öka ytterligare.

Utveckla medarbetare: Omsättningshastigheten på nya butiksmedarbetare är generellt sett högre i Baltikum än på ICAs övriga marknader. I enlighet med koncernstrategierna arbetar därför Rimi Baltic kontinuerligt med att sänka den med hjälp av genomarbetat ledarskap och ICAs värdegrund. Stor kraft läggs på att få kundperspektivet att genomsyra såväl butiksarbetet som sortimentsplaneringen.

ICA BANKEN

Fler affärer med nöjda kunder

ICA Banken fortsätter att locka nya kunder. Över en halv miljon personer har nu någon av bankens produkter.

ICA Banken behöll positionen som landets näst bästa bank i Svenskt kvalitetsindex nöjd-kundundersökning, utsågs till bästa bank att jobba på i Universums Karriärbarometer samt ökade antalet kunder. 2012 var trots det rådande konjunkturläget ett bra år för ICA Banken. Den finansiella osäkerheten i omvärlden gjorde bankkunderna mer återhållsamma i efterfrågan inom flera banktjänster. Trots det dämpade marknadsläget har ICA Banken ökat sin affärsvolym med 12 procent. Under året har flera nyheter lanserats varav en ny egen fondsparlösning som är en viktig ny tjänst till ICA Bankens kunder. Läs mer om väsentliga händelser 2012 och marknadsläget.

ICA Banken har en viktig roll i koncernen. Att erbjuda ett omfattande paket av bank- och försäkringstjänster bygger kundlojalitet, vilket är helt i linje med de strategiska prioriteringarna för 2013. Under det kommande året ska ICA Banken tillsammans med ICA Sverige fortsätta arbetet med det uppskattade ICA Student-erbjudandet. Där erbjuds unga människor bra villkor på både mat- och banktjänster. Att utveckla nya, mobila banklösningar som förenklar vardagen för kunderna kommer också att vara prioriterat, till exempel att vidareutveckla möjligheten att kunna betala räkningar med mobiltelefonen. Inom ICA Bankens företagstjänster erbjuds flera viktiga lösningar för betalningstjänster. En bland flera nya tjänster som utvecklats under året är en ny betalningslösning för e-handel för ICA.

Kort om ICA Banken

Affärsidé: Att genom finansiella tjänster göra varje dag lite enklare för ICAs kunder, samt öka kundernas lojalitet till ICA och minska ICA-butikernas och ICA ABs transaktionskostnader för främmande bank- och kreditkort.

Intäkter 2012: 814 MSEK (764)

Rörelseresultat 2012: 181 MSEK (171)

Medelantal anställda: 301 (283)

ICA Banken startades 2001 och är verksam på den svenska marknaden. Banken erbjuder ett komplett utbud av banktjänster för privatpersoner, från sparkonton till fondlösningar. I princip samtliga svenska ICA-butiker kan hantera de tjänster banken erbjuder. Låga avgifter och tydliga villkor är centrala begrepp. En del av tjänsterna erbjuds med hjälp av samarbetspartners. Banken har cirka 3,6 miljoner kunder i kundbasen varav antalet bankkunder uppgår till ca 550 000. ICA Banken levererar även effektiva betalningslösningar till ICA-handlare och företag inom ICA-koncernen samt till myndigheter och kommuner.

ICA Bankens tjänster

Kort

ICA banken levererar och administrerar flera olika korterbjudanden. ICA Kundkort, ICAs svenska kundlojalitetskort, uppgår till cirka 4,2 miljoner där kunder samlat bonus under året varav knappt 20 procent har nyttjat kortet också för betalning i butik. Idag har ICA Banken även tre olika typer av bankkort, Bankkort plus, ICA Bankkort samt Bankkort Maestro, som är ett kostnadsfritt kort för unga. Sammanlagt uppgår dessa till cirka 430 000 kort. ICA Banken erbjuder även en korttjänst till myndigheter och kommuner, idag uppgår dessa kort till cirka 31 000.

Låna och spara

ICA Banken erbjuder bolån, blancolån samt kort- och kontokrediter. Ledstjärnan är låga avgifter och marknadens bästa räntor. ICA Banken erbjuder också enkla och prisvärda lösningar för sparande, från ett sparkonto med ränta från första kronan till fondlösningar med olika riskprofil.

Försäkringar

Hos ICA Banken kan kunderna även teckna hemförsäkring, bilförsäkring, olycksfallsförsäkring, reseförsäkring samt låneskydd. Allt för att skapa en tryggare vardag. Försäkringarna erbjuds i samarbete med olika försäkringsgivare.

Företagskunder

ICA Banken levererar effektiva betalningslösningar till olika delar inom ICA, främst betalterminaler, betalningslösning för e-handel, uttagstagstjänst i butikskassorna samt uttagsautomater. ICA Banken levererar även tjänster till andra organisationer, myndigheter och kommuner, exempelvis migrationsverket, som samarbetar med ICA för att ge människor utan personnummer, som asylsökande, möjligheten att få sina pengar insatta på ICA-kontantkort.

ICA BANKEN

Väsentliga händelser 2012

Året i sammanfattning : Efterfrågan på flera banktjänster dämpades under året till följd av det rådande konjunkturläget. Trots utvecklingen ökade ICA Banken sin affärsvolym med 12 procent. ICA har haft en restriktiv kreditbedömning genom åren, vilket har lett till fortsatt mycket låga kreditförluster 2012. Av den totala utlåningen var bankens kreditförluster på 0,52 procent (0,53), den näst lägsta hittills. Under 2012 gavs det ut 89 034 (87 470) nya bankkort och vid årets slut var det totala antalet utestående bankkort 430 298 (385 343). Antalet uttagsautomater ökade med 45 till 331 stycken och sammanlagt genererade dessa över 13 miljoner transaktioner.



Nöjda kunder : ICA Banken försvarade sin andra placering i Nöjd Kund-index som mäts av Svenskt Kvalitetsindex varje år. Det är ett bevis på att banken lyckats vårda sina kundrelationer.

Nya sparprodukter : I november 2012 lanserade ICA Banken ett fondtorg med ett 40-tal fonder. Tre av dessa under eget namn. Fonderna bär namnen Varlig, Måttligt och Modig och som namnen antyder varierar risken. Det rör sig om fondlösningar som investerar i indexfonder samt räntebärande papper. De tre fonderna förvaltas av Catella Fondförvaltning AB.



Förnyad kortdesign : Under 2012 fick ICA Bankens bankkort ett nytt utseende, ett silverkort med sedelmönster. Bakom utseendebytet låg kundernas önskemål om ett mer "bankliknande" kort, som inte lika lätt förväxlas med det vanliga lojalitetskortet.

Attraktiv arbetsgivare : När Universum gjorde årets Karriärbarmeter, som mäter var studenter helst vill jobba efter examen, placerade sig ICA i topp på listan över de banker där studenterna helst vill jobba.

Populär studentsatsning : Den studentsatsning som ICA Sverige och ICA Banken inledde i oktober 2011, med förmånliga helhetslösningar och rabatter på mat och banktjänster, fortsatte. Vid 2012 års utgång hade över 50 000 studenter anslutit sig till ICA Student, och därmed inlett en kundrelation med ICA.

Ny betallösning : Under senhösten lanserade ICA Banken sin egen betallösning för e-handel.



Kontantautomater i butikerna : ICA Banken hade vid årets slut cirka 331 uttagsautomater utplacerade i butiker. ICA-handlarna leasar uttagsautomaterna av banken och laddar dem själva med kontanter från verksamheten, enligt gällande säkerhetsregler. Utöver kontantautomater erbjuds uttagstjänst i butikskassorna. Fördelarna är flera: kunderna får närmare att göra kontantuttag och butikerna får en säkrare och smidigare lösning för hantering av kontanter.

Ny kort och betalningstjänst : ICA Banken har slutit avtal med Svenska hockeyligan (SHL) och de klubbar som är ägare till SHL om en ny kort-och betalningstjänst. Detta innebär att flera klubbar och arenor kommer att anslutas till tjänsten under 2013.

ICA Presentkort : Under året har ICA banken utvecklat ett present kort för ICA. Kortet kommer att lanseras i början av 2013 och finnas till försäljning i ICA butikerna.

ICA BANKEN

Fokus framöver

Kunden i centrum: Att fortsätta vårda kunderna med bra service, låga avgifter och enkla vardagslösningar är a och o. Därför kommer målet att ligga högt på nöjd-kund-index att vara viktigt även framöver.

Växa med kontroll: ICA Bankens strävar efter att växa kontrollerat under 2013 och noga följa den oroliga europeiska creditsituationen samt kommande regelförändringar på bankmarknaden.

Koll på digitalt: En allt större andel banktjänster utförs online. Därför kommer ICA Banken att fortsätta utveckla nya moderna lösningar, bland annat möjligheten att betala räkningar direkt i mobiltelefonen. ICA Banken ser också tillsammans med koncernen över olika lösningar för att göra onlinehandel på ICA så smidig som möjligt för kunderna. Först ut är ICA Special, som sedan 2012 erbjuder samtliga produkter till försäljning online.

ICA FASTIGHETER

Säkrar framtidens handelsplatser

Att se till att ICA möter morgondagens kunder på rätt handelsplatser är en av ICA Fastigheters viktigaste uppgifter. Under 2012 togs det första spadtaget för ett stort projekt i Barkarby.

ICA Fastigheter fortsatte under 2012 sitt arbete med att säkra morgondagens butikslägen i Sverige och Norge. Till exempel inleddes i november ett nytt stort utvecklingsprojekt i Barkarby i samarbete med bland annat Järfälla kommun. I Värmdö kommun utanför Stockholm byggs en Maxi ICA Stormarknad, efter en lyckad omlokalisering. I Norge slutfördes som tidigare aviserat försäljningen av åtta handelsplatser, som innehöll bland annat ICA Maxi-butiker.

Fastighetsmarknaden dämpades något under 2012, bland annat för att kreditorerna i Europa gjorde det svårare att hitta finansiering. Läs mer om ICA Fastigheters väsentliga händelser 2012 och om fastighetsmarknaden.

ICA Fastigheter har en viktig roll i koncernen genom sitt uppdrag: att säkra ICAs kärnverksamheter genom att bygga, hyra eller köpa fastigheter i långsiktigt rätt lägen. Som ett led i detta kommer ICA Fastigheter också att på olika sätt arbeta med sitt varumärke och sin marknadskommunikation för att bli tydligare som hyresvärd och förvaltare. Läs mer om fokus framöver.

Kort om ICA Fastigheter

Affärsidé: Att bygga, förvalta och hyra fastigheter åt koncernens verksamheter i Sverige och Norge på ändamålsenliga och strategiska affärs lägen.

Omsättning 2012: 2 252 MSEK (2 202)

Rörelseresultat 2012: 1 297 MSEK (1 005)

Medelantal anställda: 74 (70)

ICA Fastigheter ska säkra koncernens framtida behov av lokaler på rätt marknadsplatser. Fastighetsbolaget ser till att både utveckla handelsplatser från grunden och köpa strategiska fastigheter med befintliga ICA-butiker. Vidare är ICA Fastigheter aktiv säljare på svenska och norska marknaden.

Portföljfakta ICA Fastigheter

Bokfört värde: cirka 9 mdkr
Antal ägda fastigheter: cirka 190
Totalt antal ägda kvadratmeter: cirka 750 000
Typ av ägda fastigheter: butiksfastigheter och lager
Andel externa hyresgäster: cirka 15 procent
Antal avtal med externa värdar: cirka 1 090
Totalt antal kvm hyrd butiksarea av externa värdar: 1 900 000
Antal anställda: 78

ICA Fastigheter Sverige

Verksamheten sköts av ICA Fastigheter Sverige AB som är ett helägt dotterbolag till ICA Fastigheter.

Bokfört värde: knappt 7 mdkr
Antal ägda fastigheter: cirka 110
Totalt antal kvadratmeter: cirka 560 000
Typ av ägda fastigheter: butiksfastigheter och lager
Andel externa hyresgäster: cirka 10 procent
Antal avtal med externa värdar: cirka 620
Totalt antal kvm hyrd butiksarea av externa värdar: 1 300 000

ICA Eiendom Norge

Verksamheten sköts av ICA Eiendom Norge AS som är ett helägt dotterbolag till ICA Fastigheter.

Bokfört värde: drygt 2 mdkr
Antal ägda fastigheter: 80
Totalt antal kvadratmeter: cirka 190 000
Typ av ägda fastigheter: butiksfastigheter och lager
Andel externa hyresgäster: cirka 30 procent
Antal avtal med externa värdar: cirka 460
Totalt antal kvm hyrd butiksarea av externa värdar: 600 000

Ancore Fastigheter Sverige

Ancore Fastigheter är ett dotterbolag som ägs gemensamt av ICA Fastigheter och livbolaget Alecta. Ancores fastighetsstrategi är att långsiktigt äga strategiska marknadsplatser innehållandes ICA-butiker.

Marknadsvärde: cirka 3 700 MSEK
Antal ägda fastigheter: 17
Totalt antal kvadratmeter: cirka 160 000

ICA FASTIGHETER

Väsentliga händelser 2012

Kort om resultatet: ICA Fastigheter fortsatte att utvecklas positivt. Bolaget ökade sin nettoomsättning med 2,3 procent (3,1) under 2012, trots avyttringen av Maxi-portföljen i Norge. Rörelseresultatet ökade med 29 procent, mycket på grund av reavinster från fastighetsförsäljningar och uppgick till 1 297 MSEK (1 005). I rörelseresultatet ingår realisationsvinster från fastighetsförsäljningar om 307 MSEK (30). Exklusive reavinster och nedskrivningar uppgick resultatet till 985 MSEK (979)



Start för Barkarbystaden: I november tog ICA första spadtaget för ett nytt köp kvarter i Barkarbystaden tillsammans med Järfälla kommun. Här ska kommunala verksamheter mixas med en 5 000 kvadratmeter stor saluhallsinspirerad ICA-butik, samt ytterligare 10 000 kvadratmeter övrig handel. ICA-butiken ska Svanenmärkas och certifieras som miljöbyggnad genom att bland annat använda de modernaste lösningarna för energiförbrukning och avfallshantering. ICA Fastigheter investerar cirka 400 MSEK i projektet, som ska stå färdigt under 2014.



Green Building-butik: Energieffektiva ICA Kvantum Sannegården i Göteborg, som öppnade 2010, har blivit ICAs förebild för hur en miljöanpassad butik ska byggas. Under 2012 certifierades byggnaden också som Green Building enligt de nya, tuffare reglerna för butiksfastigheter. Det är ett mycket gott resultat eftersom livsmedelsbutiker ofta har högre energiförbrukning än andra butiksverksamheter på grund av alla kylar och frysar.

Fler Sannegården: Under 2012 öppnades två nya ICA Kvantum-butiker; en i Knivsta och en i Svedala. Butikerna har byggts med samma tuffa miljökrav som ICA Sannegården. Miljöeffektiviseringarna sker i tätt samarbete med handlarna. Stort arbete har lagts ned på att tillsammans säkerställa att också energibesparande åtgärder sker interiört, som exempelvis moderna belysningslösningar, lock och dörrar på kyl och frys.



Fler Goda Grannar: Att ha en ICA-butik på en handelsplats skapar ofta mervärden – ICA drar till sig besökare som sedan handlar även hos grannbutikerna. Även ICA vinner på detta eftersom det gör vardagsinköpen ännu enklare för kunderna. Därför har ICA Fastigheter sedan tidigare utvecklat ett koncept kallat "Goda Grannar", där andra aktörer erbjuds att hyra lokaler i olika storlekar i nära anslutning till större ICA-butiker. Pågående Goda Grannar-projekt genomförs nu bland annat i Erikslund i Västerås och Flygstaden i Halmstad.

Norgeaffär avklarad: Under året avyttrades norska ICA Maxi genom att 17 hyreskontrakt och 8 fastigheter såldes till Lagopus Eiendomsutvikling AS. Transaktionen slutfördes under hösten 2012.

Investeringar och förvärv: ICA Fastigheter investerade totalt 738 MSEK (830) under året. Bland annat investerades 110 MSEK i tre utvecklingsfastigheter. Två av dessa fastigheter innehåller en ICA butik (Gislaved och Umeå), den tredje i Nyköping angränsar den av ICA ägda Maxi ICA Stormarknad i Nyköping. Ancore Fastigheter förvärvade Maxi ICA Stormarknad i Häggvik med tillhörande handelsgrannar samt Maxi ICA Stormarknad Eskilstuna. Det finns utvecklingsmöjligheter i form av byggrätter i båda förvärven. Med dessa två förvärv har Ancore uppnått ett sammanlagt värde på drygt 3,7 miljarder kr.

CASE: ICA FASTIGHETER

Startskott för det gröna köpkvarteret

Hösten 2012 togs första spadtaget till den nya handelsplatsen Barkarbystaden i Järfälla, Sverige. Våren 2014 står ICAs hittills mest miljöanpassade projekt klart. Här bygger vi en cirka 7 000 kvadratmeter stor saluhallsinspirerad ICA Maxi-butik samt cirka 8 500 kvadratmeter för andra hyresgäster att bedriva handel och service på.



Projektet genomförs med visionen att området ska förmedla känslan av omtanke, hälsa och central plats. Det kännetecknas av en rad miljöåtgärder som stora gröna ytor, miljöklassad byggnad enligt kriterierna för Miljöbyggnad med fokus på energi, inomhusmiljö och material. Kunderna får till exempel LED-belysta parkeringar så att energianvändningen kan hållas nere och även hyresgästerna blir delaktiga i miljöarbetet genom grön el för respektive verksamhet.

ICA-butiken kommer att lyfta fram bra val för miljön inom hela sortimentet och får moderna lösningar för energiförbrukning och avfallshantering.

Barkarbystaden är ett av Järfälla kommuns största och viktigaste utbyggnadsområde som successivt byggs ut till en helt ny stadsdel, med planer för cirka 6 000 arbetsplatser och 5 000 bostäder.

ICA FASTIGHETER

Fokus framöver

Koll på läget: Att säkra ICAs positioner på strategiska marknadsplatser är en kärnfråga. Det kan röra sig om att utveckla helt nya områden, men ICA Fastigheter kommer också att fortsätta sin strävan att förvärva fastigheter med befintliga ICA-butiker.

Förvaltning på ICAs vis: Framöver kommer ICA Fastigheter att fortsätta utveckla fastighetsförvaltningen genom en tydlig, effektiv värdeskapande förvaltning.

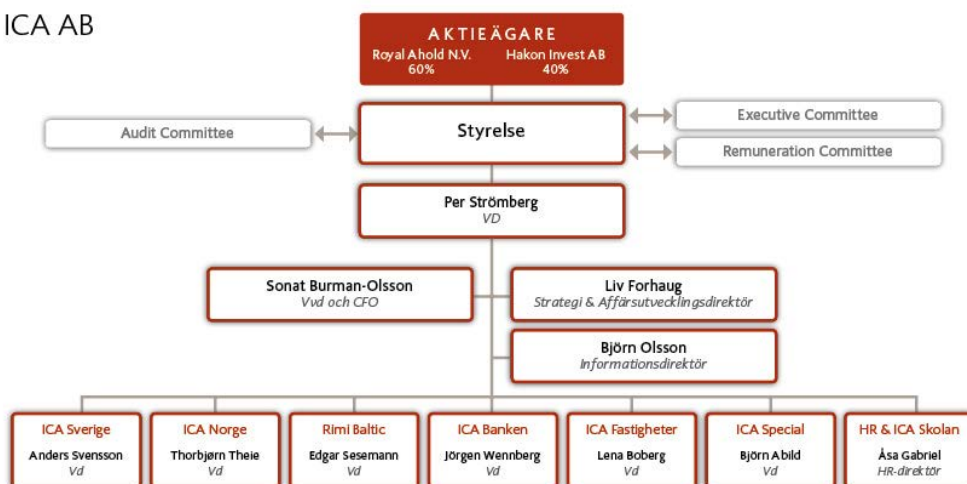
Arbete med miljö: Investeringar i olika energibesparande åtgärder är ständigt aktuella för att bidra till att ICA ska nå sina övergripande miljömål angående utsläpp och energianvändning. Butikerna ska vara maximalt energieffektiva utan att kunderbudandet förändras.

Fler komplexa projekt: I takt med ICAs etableringsstrategi kommer det krävas att ICA Fastigheter tar sig an mer komplexa projekt i storstadsområdena, där handel integreras med till exempel samhällsservice och boende. Ett exempel på det är projektet i Barkarbystaden i Stockholm.

Så styrs ICA

ICA:s ledning och styrelse ska se till att ägarnas och andra intressenters krav på en effektiv verksamhetsstyrning är uppfyllda.

ICA AB



Nya ägarförhållanden i ICA

ICAs ägare Hakon Invest och Ahold har den 11 februari 2013 meddelat att Hakon Invest köper Aholds aktier i ICA. När affären är avslutad blir ICA och Hakon Invest en koncern – ICA Gruppen, som blir noterat på Stockholmsbörsen. ICA Gruppen blir ett av Nordens ledande detaljhandelsföretag med fyra verksamhetsområden; dagligvaror, bank, fastigheter och sällanköpsvaror.

För mer information se www.hakoninvest.se och www.ahold.com

Ägarstruktur

ICA AB är ett joint venture som ägs till 40 procent av svenska Hakon Invest AB och till 60 procent av nederländska Royal Ahold N.V. Enligt aktieägaravtal har Royal Ahold och Hakon Invest gemensamt bestämmande inflytande i ICA AB.

Bolagsstämma

Reglerna om bolagsstämman finns i Aktiebolagslagen och i bolagsordningen. Vid bolagsstämman utses styrelse och revisorer samt fastställs resultat- och balansräkningen jämte resultatdisposition. Vid årsstämman den 12 april 2012 beslutades bland annat att fastställa 2011 års resultat och balansräkning samt om en utdelning på sammanlagt 2 000 MSEK till aktieägarna. För 2012 föreslår styrelsen en utdelning om 2 000 MSEK till ICAs aktieägare. Beslut om utdelning fattas av bolagsstämman under våren 2013.

SÅ STYRS ICA

Styrelsen och dess arbete

Arbetet i styrelsen följer en särskild arbetsordning, fastställd vid styrelsesammanträdet den 29 maj 2012. Förutom de punkter som ska behandlas enligt aktiebolagslagen, ingår i arbetsordningen bland annat kommittédirektiv och regler för beslutsförfarande. Styrelsen i ICA AB bestod under 2012 av sju ledamöter med två suppleanter, valda vid bolagsstämman, samt två ledamöter med två suppleanter, utsedda av de fackliga organisationerna. Vd, Vice vd/finansdirektör och chefsjurist (styrelsens sekreterare) är inte medlemmar i styrelsen, men deltar i styrelsearbetet. Inga arvoden har betalats till de vid bolagsstämman valda styrelseledamöterna. Till arbetstagarrepresentanterna har utgått ett arvode om 4 000 kronor per sammanträde.

Under verksamhetsåret 2012 har styrelsen haft 11 sammanträden. Styrelsen har bland annat behandlat affärsstrategiska planer samt behandlat sedvanliga investeringsärenden rörande butiksnätet. Särskilt fokus har liksom tidigare år legat på den norska verksamheten. Under 2012 har styrelsen diskuterat hållbarhetsrelaterade frågor och socialt ansvar vid inköp. Ingen styrelsemedlem har särskild specialistkompetens inom hållbarhetsområdet. Några särskilda rekommendationer för vilka kvalifikationer som styrelsemedlemmar bör besitta i miljömässiga och sociala frågor har inte tagits fram. Styrelsen utvärderar regelbundet processerna för styrelsearbetet och styrelsens egna prestationer i ekonomiska, sociala och miljömässiga frågor.

Valberedning

ICA har ingen valberedning eftersom det i aktieägaravtalet mellan bolagets ägare har avtalats att vardera ägaren har rätt att nominera sina respektive representanter till styrelsen.

Verkställande direktör och övriga ledande befattningshavare

Styrelsen utser verkställande direktör (vd). Enligt aktiebolagslagen, styrelsens arbetsordning och vd-instruktion ansvarar vd för den löpande förvaltningen av bolaget. Vd håller styrelsen kontinuerligt informerad om bolagets och koncernens verksamhet och utveckling. Tillsammans med vice vd/finansdirektör, strategi- och affärsutvecklingsdirektör, HR-direktör samt informationsdirektör i ICA AB, dotterbolagens vd:ar ingår vd i koncernledningen som träffas regelbundet och diskuterar bolagets utveckling samt fattar beslut rörande verksamheten. Ersättning till ledande befattningshavare består generellt sett av en viss andel rörlig ersättning som är kopplad till respektive enhets resultat och nyckeltal, såväl finansiellt som socialt och miljömässigt.

SÅ STYRS ICA

Styrelsens kommittéer

Styrelsen har möjlighet att inrätta kommittéer och utskott för att komplettera styrelsens arbete. Kommittéerna är underordnade styrelsen och rapporterar löpande till denna.

Revisionskommitté/Audit Committee

Styrelsen har utsett en revisionskommitté som övervakar redovisning och rapportering av finansiell information. Revisionskommittén ansvarar även för att utvärdera koncernens system för intern styrning och kontroll. Till övriga uppgifter hör bland annat att övervaka revisionsfrågor från såväl den externa som den interna revisionen. Revisionskommitténs arbete regleras i ett direktiv, som är fastställt av styrelsen.

Revisionskommittén består av två styrelseledamöter, Jeffrey Carr (ordförande) och Göran Blomberg. Förutom dessa ledamöter är vanligtvis biträden till ledamöterna, externrevisor, internrevisor samt ICA ABs vd, Vice vd/finansdirektör och chefsjurist närvarande vid sammanträdena eller delar av dem. Revisionskommittén har under 2012 haft fyra sammanträden.

Executive Committee

Styrelsen har utsett Claes-Göran Sylvén, Dick Boer och Per Strömberg att utgöra den så kallade Executive Committee, med ansvar för löpande uppföljning av koncernens utveckling. Kommittén ska även förbereda frågor som ska diskuteras i styrelsen samt stödja ledningen i att implementera och utföra beslut fattade av styrelsen. Kommittén har också mandat att besluta om investeringar som ej kräver styrelsebehandling.

Ersättningskommitté/Remuneration Committee

Styrelsen har givit Executive Committee mandat att agera ersättningskommitté i syfte att besluta om ersättningsprinciper för ledande befattningshavare i koncernledningen. Vd:s lön beslutas dock av styrelsen.

SÅ STYRS ICA

Styrelse



Claes-Göran Sylvén

Ordförande

Vd Hakon Invest, Vd ICA-handlarnas Förbund

Född: 1959

Invald: 1999

Andra uppdrag: Ledamot i Svensk Handels styrelse.



Dick Boer

Vice ordförande,

CEO Royal Ahold

Född: 1957

Invald: 2006

Andra uppdrag: Vice medordförande i Consumer Goods Forum, ledamot i VNO-NCW och medlem i G-stars advisory board.



Göran Blomberg

Ledamot

CFO, Hakon Invest

Född: 1962

Invald: 2009

Andra uppdrag: Styrelseledamot i Rindi Energi AB och i Retail Finance Europe AB.



Jeff Carr

Ledamot

Executive Vice President, Chief Financial Officer och medlem i Royal Aholds Corporate Executive Board

Född: 1961

Invald: 2011



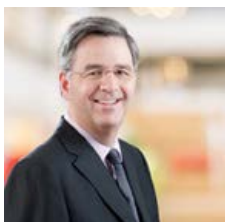
Anders Fredriksson

Ledamot

Vice ordförande i Hakon Invest

Född: 1954

Invald: 2009



Lodewijk Hijmans van den Bergh

Ledamot

Executive Vice President, Chief Corporate Governance Counsel
och medlem i Royal Aholds Corporate Executive Board

Född: 1963

Invald: 2010

Andra uppdrag: Vice ordförande Royal Concertgebouw Orchestra,
ledamot Netherlands Air Traffic Control och medlem i advisory
boards för Rotterdam School of Management, Erasmus University
och Champs on Stage.



Fredrik Hägglund

Ledamot

Chefsjurist Hakon Invest

Född: 1967

Invald: 2011

Andra uppdrag: Styrelseledamot Eurocommerce och UGAL.



Magnus Rehn

Ledamot

Arbetstagarrepresentant, Unionen Teamledare administration ICA
Special

Född: 1966

Invald: 2007 (tidigare suppleant)



Thomas Fagerström ¹⁾

Ledamot

Arbetstagarrepresentant, Handelsanställdas förbund,
Logistikmedarbetare, ICA Sverige AB

Född: 1967

Invald: 2012 (tidigare suppleant)

Suppleanter valda av stämman

Stein Petter Ski

Guy Thomson

Anette Wiotti

Suppleanter, arbetstagarrepresentanter

Ann Lindh

Jonathon Clarke (invald januari 2013)

1) Ersätter Lee Sernehov som slutade i december 2012

SÅ STYRS ICA

Ledning



Per Strömberg

Vd, ICA AB

Född: 1963

Anställd: 2012

Andra uppdrag: Styrelseledamot i Segulah Advisors AB, Almondy AB, Childhood Foundation, En Frisk Generation.



Sonat Burman-Olsson

Vice vd och CFO, ICA AB

Född: 1958

Anställd: 2007

Andra uppdrag: Styrelseledamot i Tredje AP-fonden, Lindab och KappAhl.



Björn Abild

Vd, ICA Special

Född: 1955

Anställd: 2009

Andra uppdrag: Styrelseledamot i Deltaco AB och Röhlisch Sportswear.



Lena Boberg

Vd, ICA Fastigheter

Född: 1970

Anställd: 2007

Andra uppdrag: Styrelseledamot i Corem Property Group AB.



Liv Forhaug

Direktör Strategi & Affärsutveckling, ICA AB

Född: 1970

Anställd: 2013



Åsa Gabriel

Direktör HR och ICA Skolan, ICA AB

Född: 1959

Anställd: 2004



Mats Holgerson

COO, ICA AB
Slutar i mars 2013



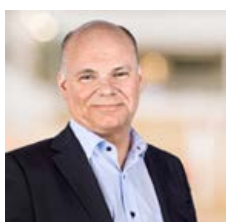
Björn Olsson

Informationsdirektör, ICA AB
Född: 1971
Anställd: 2004



Edgar Sesemann

Vd, Rimi Baltic
Född: 1961
Anställd: 1999



Thorbjörn Theie

Vd, ICA Norge AS
Född: 1959
Anställd: 2012



Anders Svensson

Vd, ICA Sverige
Född: 1964
Anställd: 2009
Andra uppdrag: Styrelseledamot i Svensk Dagligvaruhandel,
Svensk handel och Svenskt Näringsliv.



Jörgen Wennberg

Vd, ICA Banken
Född: 1952
Anställd: 1979
Andra uppdrag: Styrelseordförande i Nordic Yacht AB.

SÅ STYRS ICA

Intern kontroll över finansiell rapportering

ICA har en strukturerad process för att följa upp och säkerställa den interna kontrollen kopplad till den finansiella rapporteringen. Rapportering sker varje kvartal till koncernledning och revisionsutskott.

Godkännande av finansiella rapporter

De finansiella rapporter som ingår i denna årsredovisning godkändes av revisionskommittén den 8 februari 2013 och av styrelsen den 10 februari 2013.

Revisorer

Revisionsfirman Deloitte har varit ICAs revisorer sedan september 2000 och omvaldes senast 2012 för en period om två år. Bolagets huvudrevisor Jan Berntsson har deltagit vid ett styrelsemöte under året.

POLICYER OCH RIKTLINJER

ICAs Goda Affärer – värdegrunden i allt vi gör

ICAs koncernledning har fastställt sju ståndpunkter som reglerar verksamheten och utgör grunden i vårt hållbarhetsarbete. Dessa kallas ICAs Goda Affärer. De harmoniserar väl med, bland annat, de tio principer om mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö och kamp mot korruption som ingår i FNs initiativ Global Compact.

Kopplat till varje ståndpunkt finns policyer och riktlinjer för hur arbetet i praktiken ska gå till.

- I den **affärsetiska policyn** beskrivs bland annat ICAs riktlinjer för leverantörer och partner, gåvor och mutor, sund konkurrens och aktieinnehav.
- I **policyn för kvalitet, miljö och socialt ansvar** beskrivs ICAs övergripande inställning till kvalitets- och miljöstandarder, socialt ansvarsfull tillverkning, producentansvar, lokal produktion, produktpårbarhet, djuromsorg, biologisk mångfald, miljömärkta produkter, bekämpningsmedel, förpackningar och tillsatser.
- ICAs riktlinjer för hälsoarbetet finns samlade i **hälsopolicyn**.
- **Personalpolicyn** beskriver ICAs syn på medarbetarna.
- Särskilda policyer reglerar **etablering, kundrelaterade marknadsföringsfrågor, sponsring samt ICAs informationsgivning**.
- Härutöver finns ett antal **finansiellt relaterade policyer** som reglerar koncernens finansiella exponering.

ICAs Goda Affärer och policyer är sedan 2004 koncerngemensamma.

Grunden för ICAs hållbarhetsarbete

Global Compacts tio principer

ICA är anslutet till FN:s initiativ Global Compact och ställer sig bakom nedanstående tio internationella principer.

Företagen ombeds att:

1. Stödja och respektera skydd för internationella mänskliga rättigheter.
2. Försäkra sig om att deras eget företag inte är delaktigt i brott mot mänskliga rättigheter.
3. Upprätthålla föreningsfrihet och ett faktiskt erkännande av rätten till kollektiva förhandlingar.
4. Avskaffa alla former av tvångsarbete.
5. Avskaffa barnarbete.
6. Avskaffa diskriminering vid anställning och yrkesutövning.
7. Stödja försiktighetsprincipen vad gäller miljörisker.
8. Ta initiativ för att främja större miljömässigt ansvarstagande.
9. Uppmuntra utveckling och spridning av miljövänlig teknik.
10. Motarbeta alla former av korruption, inklusive utpressning och bestickning.



ICAs Goda Affärer

ICAs Goda Affärer ligger till grund för ICAs hållbarhetsarbete. Tillsammans med ICAs kärnvärden är de en förutsättning för att förverkliga koncernens vision och mission.

ICA ska

- drivas med lönsamhet och god etik
- lyssna på kunderna och alltid utgå från deras behov
- värna om mångfald och utveckling hos medarbetarna
- ha en öppen dialog internt och med omvärlden
- säkerställa kvalitet och trygga produkter
- främja hälsa och goda matvanor
- verka för en god miljö med hållbar utveckling

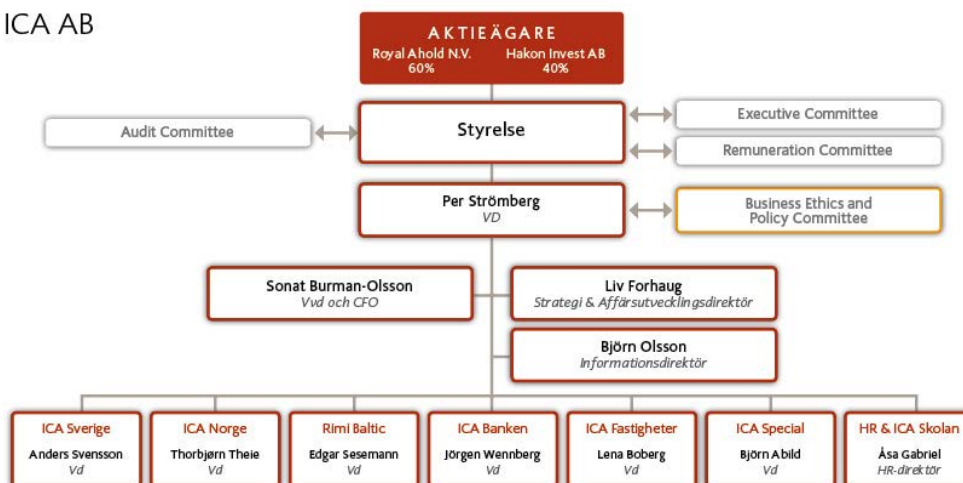
ICAs policyer inom etik och hållbarhet, med riktlinjer för den dagliga verksamheten

- affärsetisk policy (inkl. efterlevnad av konkurrenslagstiftningen)
- etableringspolicy
- informationspolicy (inkl. riktlinjer för finansiell information)
- kundpolicy
- personalpolicy
- policy för kvalitet, miljö och socialt ansvar
- hälsopolicy
- sponsringspolicy

SÅ STYRS ICA

Så styrs ICAs hållbarhetsarbete

ICA AB



Den övergripande strategiska inriktningen av ICAs hållbarhetsarbete fastställs på koncernnivå och styrs genom strategisk planering och affärsplaneringsprocesser. Det yttersta ansvaret för hållbarhetsfrågorna ligger hos ICAs Vd. Sedan 2005 har Business Ethics and Policy Committee (BEPC) bistått koncernledningen. ICAs Goda Affärer samt tillhörande policyer och riktlinjer utvärderas och revideras löpande för att de ska behålla effektivitet och förankring i de dagliga verksamheterna. Koncernledningen beslutar om policyer som utarbetats av Business Ethics and Policy Committee, som också fastställer riktlinjerna vid konsensus. Uppnås inte konsensus beslutar koncernledningen om riktlinjerna. Business Ethics and Policy Committee ansvarar för uppföljning av mål och strategier inom hållbarhetsarbetet. Kommittén föreslår även prioriterade hållbarhetsområden och övervakar etiska problem, risker och den allmänna opinionen. Gruppen är tvärorganisatorisk och leds av chefen för avdelningen Corporate Responsibility i Sverige.

Linjeorganisationen kan lyfta frågeställningar till respektive policyägare, som informerar och involverar Business Ethics and Policy Committee vid behov. Alla medarbetare ansvarar för att följa ICAs Goda Affärer och uppmuntras att rapportera missförhållanden som strider mot ICAs Goda Affärer och tillhörande policyer. Om dessa upptäcks tidigt har vi större möjligheter att förebygga risker och vidta åtgärder. Detta gynnar inte bara ICA som företag utan även medarbetare och andra intressenter. En rutin för meddelarskydd för så kallade whistleblowers finns, så att anställda och chefer som får kännedom om missförhållanden, och inte vill rapportera dem genom de vanliga kanalerna, ska kunna göra det anonymt.

Under 2009 startade vi det koncerngemensamma initiativet I Care för att försäkra oss om att det vi säljer följer såväl gällande lagstiftning som ICAs Goda Affärer, med dess krav i fråga om kvalitet, hälsa, miljö och socialt ansvar. Initiativets mål är att utforma verktyg och modeller för att på alla marknader trygga ICA-koncernens produktflöde, från inköp till logistik och butik. Vi uppnår detta genom att inköps-, logistik- och handelsprocesserna certifieras mot utvalda och etablerade standarder.

Certifieringsprocessen är på gång och den svenska inköps-, logistik- och butiksverksamheten har nått längst. Under 2012 certifierades de svenska inköpsprocesserna enligt kvalitetsstandarden ISO 9001 och miljöstandarden ISO 14001. Likaså har ICAs logistikverksamhet i Sverige klarat de externa revisionerna för livsmedelssäkerhet enligt standarden BRC S&D samt förnyat sitt befintliga miljöcertifikat för ISO 14001. 339 (326) av de svenska ICA-butikerna var certifierade enligt den svenska branschstandarden för livsmedelskvalitet i butik under 2012 och drygt 1 000 (1 000) butiker arbetade enligt standarden. I Sverige genomförde vi pilottester i ett tjugotal ICA-butiker för det nya miljöstödet "ICA-handlare för miljön". Det ska hjälpa butikerna att ytterligare minska sin miljöpåverkan. Vi har även lanserat en webbaserad miljöutbildning för att öka miljökunskaperna hos medarbetare. Våra verksamheter i Norge, Baltikum och Asien använder den svenska modellen för att införa hållbarhetsledningsverktyg och siktar på certifiering under kommande år.

HÅLLBARHETSORD

Hållbart företagande en självklar del av verksamheten

När jag tänker på det hållbarhetsarbete vi gör inom ICA, så känner jag stolthet, ödmjukhet och glädje. 2012 var ett år då vi gjorde flera viktiga insatser och visade på vår roll som föregångare inom hållbart företagande. Vi agerade enligt vår övertygelse om att ansvarstagande för människa och miljö går hand i hand med långsiktig lönsamhet.

ICA har arbetat länge med hållbarhetsfrågor och jag känner verkligen att hållbarhet är en del av ICAs verksamhet i alla led. Det visar inte minst det faktum att vårt hållbarhetsarbete är ett av de strategiska teman som sätter riktningen för allt ICA gör. Det är samtidigt ett ständigt pågående arbete, som vi egentligen aldrig blir klara med, även om vi tar steg framåt.



Våra utgångspunkter för arbetet är ICAs Goda Affärer och de tre ledorden transparens, trovärdighet och spårbarhet. Några goda exempel från det gångna året i linje med dessa var att vi:

- lanserade externt granskade kvartalsrapporter om hållbarhetsarbetet, där vi berättar om utvecklingen av vårt hållbarhetsarbete och tar upp kvartalets viktigaste frågor.
- kvalitets- och miljöcertifierade både vår inköps- och logistikprocesser i den svenska verksamheten samt att vi i Norge, Baltikum och Asien fortsatte arbetet mot certifiering.
- fortsatte revidera leverantörer av egna varor i högriskländer¹, och gjorde uppföljande inspektioner av den organiserade bärplockningen i de svenska skogarna. Här är det glädjande att se att stora framsteg har skett, även om det återstår förbättringar att göra.
- fortsatte att arbeta med vårt sortiment av mer hälsosamma varor och att informera om hur kunderna kan göra mer medvetna hälsosamma val.

När det gäller ICAs hållbarhetsarbete framöver, så ska vi fortsätta med det vi redan gör och vidareutveckla det. Extra fokus under 2013 ska vi lägga på hälsa, vårt klimatmål samt på att fortsätta kvalitets- och miljösäkra hela kedjan från leverantör och produkt till konsument.

Kort sagt, vi ska vara föregångare inom ansvarsfullt företagande, för i förlängningen handlar det om att ICA ska vara ett långsiktigt livskraftigt företag.

Kerstin Lindvall

Chef Corporate Responsibility

¹ Med egna varor menas i huvudsak egna märkesvaror. Länder med hög risknivå enligt FNs utvecklingsprogram Human Development Index och Economic Security Index (UNDP).

MILJÖ

Miljöhänsyn i stort och smått

Certifiering av de svenska inköpsprocesserna, aktiviteter för minskat matsvinn och ökad energieffektivitet samt miljöutbildning för medarbetarna. ICAs miljöarbete har under året pågått på bred front.

ICA har fortsatt arbetet med att införa system för miljöledning i organisationen. Under 2012 certifierades de svenska inköpsprocesserna enligt miljöstandarden ISO 14001, och vi har kartlagt förbättringsområden i våra baltiska och asiatiska verksamheter. Vår svenska logistikverksamhet förnyade sin befintliga certifiering enligt ISO 14001. I Sverige genomförde vi pilottester i ett tjugotal ICA-butiker för det nya miljöstödet "ICA-handlare för miljön". Det ska hjälpa butikerna att ytterligare minska sin miljöpåverkan. Planen är att fullt ut lansera miljöstödet under 2013. Vi har även lanserat en webbaserad miljöutbildning för att öka miljökunskaperna hos medarbetare. Utbildningen finns i dagsläget på svenska och engelska, men är planerad att översättas till fler språk.

Energi i butik har varit en fortsatt viktig fråga inom koncernen. Ett nytt svenskt elavtal med el enbart från förnybara källor och bättre uppföljning av butikernas elförbrukning är viktiga inslag i detta arbete. Matsvinn har också stått i fokus under 2012. I Norge inledde vi till exempel ett leverantörssamarbete för att minska säsongsrelaterat svinn av matfett som ett led i att hitta sätt att minska matavfallet.

Framöver fortsätter vi bland annat att arbeta för att nå vårt koncernmål om minskade utsläpp av växthusgaser, liksom att utveckla metoder för att följa upp och förbättra våra leverantörers miljöarbete.

Vårt miljöansvar

Vårt miljöarbete är tätt kopplat till hela vår affär. Vi är beroende av att vår jord orkar producera mat även i morgon, samtidigt som varje del i vår verksamhet påverkar miljön. Vi tänker hållbart i våra inköp och i distributionen. Vi utvecklar klimatsmarta butiker och lager. På flera sätt verkar vi för bevarad biologisk mångfald och vi fortsätter öka antalet ekologiska och miljömärkta varor. Att minska vår energianvändning och vårt avfall är likaså viktiga delar i detta arbete. Dessutom uppmuntrar vi våra kunder att på olika sätt minska sin egen miljöpåverkan.

Mål

Koncernmål

Att minska koncernens direkta utsläpp av växthusgaser med 30% till 2020 jämfört med 2006.

Koncerndelmål

Att minska koncernens direkta utsläpp av växthusgaser med 20% till 2012 jämfört med 2006.

Måluppfyllelse 2012

Sedan 2006 har ICA-koncernens direkta utsläpp av växthusgaser minskat med cirka 8% (5%), till största delen tack vare ett långsiktigt arbete med ett flertal åtgärder inom energi, köldmedia och tjänsteresor. Jämfört med 2011 har ICA-koncernens direkta utsläpp av växthusgaser minskat med cirka 3% under 2012. Eftersom delmålet för 2012 inte nåddes togs i september beslut om ett nytt delmål: att minska koncernens direkta utsläpp av växthusgaser med 20% till 2015 jämfört med 2006.

Läs mer under Mål och måluppfyllelse

Policy

ICA-koncernens policy för kvalitet, miljö och socialt ansvar (pdf).

MILJÖ

Väsentliga händelser 2012

Ledningsverktyg

Våra svenska inköpsprocesser certifierades enligt miljöstandarden ISO 14001. I de baltiska och asiatiska verksamheterna genomfördes gapanalyser. Vår svenska logistikverksamhet förnyade sin befintliga certifiering enligt ISO 14001. Case: Certifieringar i inköps- och logistikverksamheten

ICA Sverige genomförde pilottester för ett nytt miljöverktyg, "ICA-handlare för miljön", som ska hjälpa butikerna att förbättra sitt miljöarbete och ytterligare minska sin miljöpåverkan. EN5,7

I slutet av 2012 var 188 (360) svenska ICA-butiker Svanenmärkta, vars kriterier bland annat omfattar energieffektivitet och avfallshantering. EN5,7

Sortiment

I Sverige och Norge lanserade ICA kungsräkor, ett alternativ till tropiska räkor. De stora kungsräkorna, som kommer från Australien, är vildfångade och MSC-certifierade. EN12-15

Försäljningen av ekologisk frukt och grönsaker i ICA Sveriges centrala sortiment ökade med 13 procent under 2012. Den totala ekologiska försäljningen av det centrala sortimentet ökade med 0,3 procent. PR3

Transporter

Flera initiativ i Sverige bidrar till att minska utsläppen från våra transporter. Nya avtal som ökar antalet miljölastbilar, ökad andel distributionsavtal som möjliggör samtransporter och nytt planeringsverktyg är tre exempel. EN29

Vid lagret i Helsingborg har ICA testat en helt ny typ av lastbilssläp i två plan som kan dras på tåg, och vars fyllnadsgrad ökar med 12 rullcontainrar. Släpet är utvecklat på initiativ av ICA, tillsammans med Norfrig och Green Gargo. EN29

Utsläpp

I Barkarbystaden i Järfälla har ICA börjat bygga en ny Maxi ICA stormarknad och cirka 13 000 kvadratmeter för andra hyresgäster. Projektet blir ICAs mest miljöanpassade hittills och målet är att byggnaden blir miljöklassad enligt det svenska systemet Miljöbyggnad.

ICA Sverige har tecknat ett nytt centralt elavtal. Avtalet sänker elpriserna, elen kommer enbart från förnybara källor och erbjuder smartare uppföljning av butikernas elförbrukning och ett större produktutbud. EN6

ICA Kvantum Sannegården var först i Sverige att få certifiering i Green Building som bland annat innebär att byggnaden använder 25 procent mindre energi än tidigare. Certifieringen är en särskilt stor bedrift för livsmedelsbutiker vars drift vanligen är mer energikrävande än för många andra verksamheter. EN5,7

ICA rapporterar, via Hakon Invest, till Carbon Disclosure Project (CDP). Hakon Invests rapportering är baserad enbart på ICAs arbete. Under 2012 förbättrades Hakon Invests poäng från 79 till 83, vilket gav en placering i 2012 års Nordic Carbon Disclosure Leadership Index.

Matsvinn och avfall

Under året har ICA drivit ett antal initiativ för att minska matsvinnet. I Norge deltar vi i ett nationellt projekt, ForMat, för att minska matsvinnet med 25 procent till 2015. Bland annat inledde vi ett projekt för att återvinna svinn av matfett som biodieselbränsle. EN22

Under sommaren öppnade Rimi Lettland sju nya offentliga sorteringsställen i Riga. På stationerna kan man källsortera glas och plast för återvinning. EN22

Kunskap och medvetenhet

En webbaserad miljöutbildning på svenska och engelska för tjänstemän, lagermedarbetare och butiksmedarbetare lanserades i Sverige. EN5,7

ICA Sverige deltar i ett nytt europeiskt projekt, LiveWell For LIFE, som drivs av WWF i Storbritannien. Projektet ska bidra till minskade utsläpp av växthusgaser från europeisk livsmedelshandel och öka medvetenheten om hur hållbar utveckling och hälsosam kost hänger ihop. EN18

Vi deltog i Earth Hour-initiativet på alla våra marknader. Under en vecka gick exempelvis 10 procent av försäljningen av varorna i svenska ICAs I love eco-sortiment till WWFs klimatarbete, vilket motsvarade mer än 1,1 MSEK. EN18

CASE: MILJÖ

Startskott för det gröna köpkvarteret

Hösten 2012 togs första spadtaget till den nya handelsplatsen Barkarbystaden i Järfälla, Sverige. Våren 2014 står ICAs hittills mest miljöanpassade projekt klart. Här bygger vi en cirka 7 000 kvadratmeter stor saluhallsinspirerad ICA Maxi-butik samt cirka 8 500 kvadratmeter för andra hyresgäster att bedriva handel och service på.

Projektet genomförs med visionen att området ska förmedla känslan av omtanke, hälsa och central plats. Det kännetecknas av en rad miljöåtgärder som stora gröna ytor, miljöklassad byggnad enligt kriterierna för Miljöbyggnad med fokus på energi, inommiljö och material. Kunderna får till exempel LED-belysta parkeringar så att energianvändningen kan hållas nere och även hyresgästerna blir delaktiga i miljöarbetet genom grön el för respektive verksamhet.

ICA-butiken kommer att lyfta fram bra val för miljön inom hela sortimentet och får moderna lösningar för energiförbrukning och avfallshantering.

Barkarbystaden är ett av Järfälla kommuns största och viktigaste utbyggnadsområde som successivt byggs ut till en helt ny stadsdel, med planer för cirka 6 000 arbetsplatser och 5 000 bostäder.



MILJÖ

Fokus framöver

Klimatmålet, vattenförsörjning, miljöarbete i våra butiker och sortimentets miljöpåverkan hör till våra prioriteringar framöver.

Allmänhetens intresse för miljö- och klimatfrågor har dalat de senaste åren på grund av lågkonjunkturen. Trots det är vi övertygade om att våra kunder anser det viktigt att vi har ett starkt miljöarbete och uppfyller omvärldens krav på öppenhet och ärlighet. Under de närmaste åren kommer nya utmaningar att kräva vår uppmärksamhet, exempelvis frågor som vattenförsörjning, förändrade odlingsmetoder och nya sjukdomar i spåren av klimatförändringar. Vi fortsätter arbetet med såväl effektivare energianvändning som mindre matsvinn och vägtransporter. Vi söker även nya sätt att bevara den biologiska mångfalden vid val av råvaror, samtidigt som vi fortsätter satsa på vårt ekologiska sortiment.

Viktiga aktiviteter 2013

- Vi fortsätter att fokusera på delmålet att minska koncernens direkta utsläpp av växthusgaser med 20 procent till 2015, jämfört med 2006.
- Certifieringsarbetet fortsätter i våra norska, baltiska och asiatiska verksamheter. Målet är att inköpsprocesserna ska certifieras enligt ISO 14001 inom de närmsta åren.
- Det nya miljöstödet "ICA-handlare för miljön" införs fullt ut i ICAs svenska butiker. Verktöget använder bland annat elektroniska checklistor. Målet är att 300 butiker ska ha anslutit sig till årsslutet 2013.
- Vi förlänger testperioden för uppföljning av miljökrav för leverantörer, däribland vattenförbrukning. Målet är att ha verktyg och en plan färdiga till hösten.
- Arbetet fortsätter med att all palmolja i våra svenska egna livsmedelsvaror ska vara hållbart producerad och certifierad senast 2015.
- Logistikverksamheten i Sverige kommer via tredjepart fortsätta att arbeta vidare med - och successivt utöka - revisioner av externa affärspartners. Syftet är att kontrollera att avtalskraven avseende kvalitet, miljö och etik uppfylls.

MILJÖ

ICAs energi och materialbalans

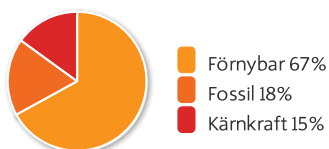
Att minska våra verksamheters miljöpåverkan är ett viktigt och övergripande mål. Den här bilden visar ICAs energi och materialbalans, det vill säga vad vi använder för resurser och vad vi släpper ut. Balansen omfattar koncernens verksamhet. Råvaror för tillverkning av produkter samt avfall som genereras i hushållen ingår alltså inte.

Vad vi använder

Energi

ICA-koncernens energianvändning i lager och butik 2012

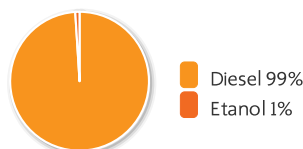
Total energianvändning 2012: 1 530 596 MWh



Transporter

Bränsleförbrukning godstransporter, 2012

Total bränsleförbrukning godstransporter mellan lager och butik 2012, tusen liter: 41 118

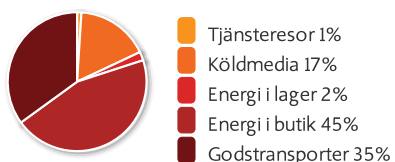


Vad vi släpper ut

Koldioxid

ICA-koncernens utsläpp av koldioxid, 2012

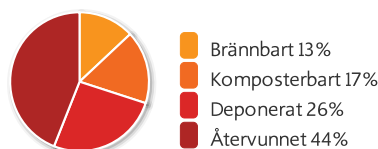
Totalt utsläpp av koldioxid 2012: 301 744 ton



Avfall

ICA-koncernens avfallshantering, 2012

Total mängd avfall 2012: 72 705 ton



MILJÖ

GRI-indikatorer

EC2	Finansiell påverkan samt andra risker och möjligheter för organisationens aktiviteter, hänförliga till klimatförändringen.	●
EN3	Direkt energianvändning per primär energikälla.	●
EN4	Indirekt energianvändning per primär energikälla.	●
EN5	Minskad energianvändning genom sparande och effektivitetsförbättringar.	●
EN6	Initiativ för att tillhandahålla produkter och tjänster som är energieffektiva eller baserade på förnybar energi, samt minskningar av energibehovet som ett resultat av dessa initiativ.	●
EN7	Initiativ för att minska indirekt energianvändning samt uppnådd reducering.	●
EN12	Beskrivning av väsentlig påverkan från aktiviteter, produkter och tjänster på den biologiska mångfalden i skyddade områden, samt områden med hög biodiversitet utanför skyddade områden.	●
EN13	Skyddade eller restaurerade habitat (livsmiljöer).	●
EN14	Strategier, pågående åtgärder och planer för att framgent hantera påverkan på den biologiska mångfalden.	●
EN15	Antal IUCN-rödlistade arter och nationellt skyddade arter med habitat i områden som påverkas av verksamheten.	●
EN16	Totala direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt.	●
EN17	Andra relevanta indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt.	◐
EN18	Initiativ för att minska utsläppen av växthusgaser, samt uppnådd minskning.	●
EN22	Total avfallsvikt, per typ och hanteringsmetod.	●
EN29	Väsentlig miljöpåverkan genom transport av produkter och andra varor och material som används i organisationens verksamhet, inklusive medarbetarnas arbetsresor/tjänsteresor.	◐

Se även PR3 - Våra mervärdesprodukter

Risker och möjligheter med klimatförändringar

EC2 ● Global Compact 7

Finansiell påverkan samt andra risker och möjligheter för organisationens aktiviteter, hänförliga till klimatförändringen.

ICA-koncernen måste hela tiden anpassa sig till ökad genomlysning av bolaget. Dessutom kan lagstiftningen ändras samtidigt som kraven ökar på hållbarhetstänkande i alla led av varukedjan. I vår övergripande riskanalys ingår även bedömning och hantering av risker som är förenade med klimatförändringar.

Förändring	Risker	Möjligheter
Ny lagstiftning	Samhällets växande medvetenhet om klimatförändringar kommer med största säkerhet att resultera i nya lagar och förordningar som i sin tur påverkar våra verksamheter, både finansiellt och operativt. Vi bevakar kontinuerligt frågorna för att vara redo till snabb anpassning. Utsläppsbegränsningar för godstransporter, skatter som leder till dyrare fossila bränslen samt samhällets omställning till förnybara energikällor är några viktiga områden.	Utmaningar föder idéer. Klimatdebatten kommer sannolikt att leda fram till hårdare begränsningar av koldioxidutsläpp från transporter. Det ökar behovet av miljöanpassade lösningar. Ny teknik utvecklas också utifrån de nya behoven, vilket ger möjligheter till fler miljöanpassade lösningar. En sannolikt kommande skatt på syntetiska köldmedier kommer till exempel att styra utvecklingen mot mer miljöanpassade alternativ i allt från transporter till kylsystem i butik. Eftersom vi arbetar med frågan redan idag kan vi stärka vår position på marknaden om och när nya regler införs.
Fysiska förändringar	De fysiska risker som klimatförändringarna kan medföra – temperaturförändringar, torka, översvämningar etc. – påverkar alla i samhället. För oss innebär det att tillgång till olika grödor kan förändras i mängd och över tid på grund av ändrade odlingsmönster. Varutransporter kan påverkas om extrema väderförhållanden förändrar framkomligheten. Även nyetableringar riskerar att påverkas, när till exempel risk för översvämningar i vissa lägen måste vägas in i besluten. Minskad tillgång på fossila bränslen utgör också en möjlig risk om vi inte klarar omställning och anpassning av verksamheterna till förnybara bränslen.	När kundernas efterfrågan på klimat- och miljöanpassade produkter ökar kan vi också hitta nya affärsmöjligheter. Det kan vara att utveckla nya produkter eller att hitta nya lägen för butiksetablering på gång- och cykelavstånd till bostadsområden. En möjlighet är också att bättre avfallshantering i samhället generellt leder till att butikerna kan få en mer miljöanpassad hantering av sitt avfall. Uppmärksamheten kring matavfallets betydelse för klimatet leder till mer fokus på att hålla svinnet nere. Genom en tidig omställning till förnybara energikällor kan vi försäkra oss om att verksamheten kan fortsätta även om tillgången på fossila bränslen skulle minska. Att minska energianvändningen är dessutom ett sätt att spara pengar.
Övriga förändringar	Nya konsumtionsmönster på grund av växande medvetenhet om klimatförändringar kan utgöra en risk, om inte ICA-koncernen anpassar sig tillräckligt snabbt till kundernas nya krav.	Nöjda kunder är en konkurrensfördel. Genom att föra en god dialog, vara uppfinningsrika och ambitiösa kan vi förbättra våra kundrelationer. Det kan ge oss ett affärsmässigt försprång.

Energianvändning

EN3 ●

Direkt energianvändning per primär energikälla.

EN4 ● Global Compact 8

Indirekt energianvändning per primär energikälla.

ICA-koncernen arbetar sedan flera år med tydliga program för energieffektivisering och har som mål att minska koncernens direkta utsläpp av växthusgaser med 30 procent till 2020 jämfört med 2006.

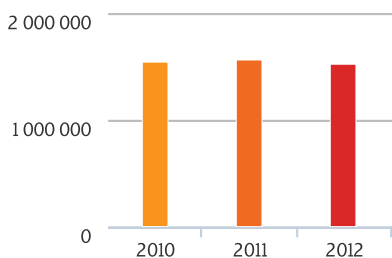
Jämfört med 2011 har ICA-koncernens direkta utsläpp av växthusgaser minskat med cirka 3% under 2012. Sedan 2006 har ICA-koncernens direkta utsläpp av växthusgaser minskat med 8% (5%), till största delen tack vare ett långsiktigt arbete med ett flertal åtgärder inom energi, köldmedia och tjänsteresor. Bland annat har användningen av förnybar el i butikerna ökat, vi har genomfört åtgärder för mer energieffektiv drift av butiker och vi har byggt ut möjligheterna till videokonferenser. Försäljningen av ICA Maxi-butikerna i Norge under 2012 har inneburit lägre energiförbrukning och minskad distribution. Detta ger en positiv effekt på utsläppen av växthusgaser. På grund av strikta sparkrav återgick våra norska butiker och lager till att använda konventionell el under 2011, vilket också påverkat utfallet. Även de senaste årens långa, kalla vintrar och mycket varma somrar har varit en utmaning.

I absoluta tal har energiförbrukningen för de svenska ICA-butikerna ökat i jämförelse med föregående år. Däremot har energiförbrukningen i förhållande till yta minskat.

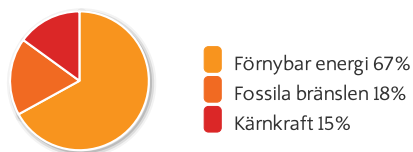
ICA Sverige genomförde pilottester i ett tjugotal ICA-butiker av det nya miljöverktyget "ICA-handlare för miljön". Verktyget är ett internt ledningssystem för användning i det dagliga butiksarbetet och ska hjälpa butikerna att förbättra sitt miljöarbete och ytterligare minska sin miljöpåverkan. Avsikten är att "ICA-handlare för miljön" ska införas i full skala under 2013. I Norge och de baltiska länderna genomfördes gapanalyser för att mäta tillämpningen av verktyget. Miljöarbetet fortskrider väl i de norska och baltiska butikerna, men bristen på stödsystem och skillnader i regler visar att justeringar i verktyget måste göras för dessa marknader.

Även fortsatt är arbetet med att minska vår klimatpåverkan ett prioriterat område för hela koncernen. Under 2013 kommer stor vikt läggas på insatser för att öka energieffektiviseringen i butik och lager samt även öka antalet butiker som använder förnybar energi. Från första kvartalet 2013 kommer måltalet att redovisas som direkt klimatpåverkan per kvadratmeter säljyta i butik.

Total energianvändning i lager och butik, ICA-koncernen, MWh

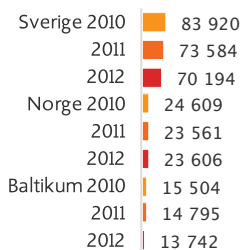


Fördelning av ICA-koncernens energikällor 2012, %

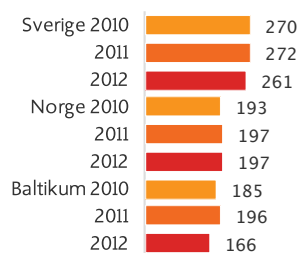


(elförbrukning i lager och butik)

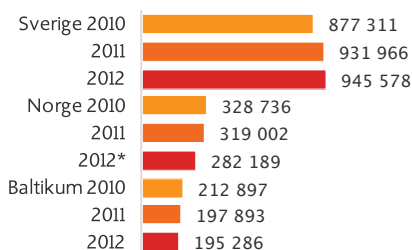
Energianvändning i lager, MWh



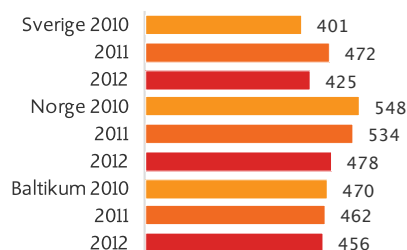
Genomsnittlig energianvändning i lager, kWh/m2



Energianvändning i butik, MWh

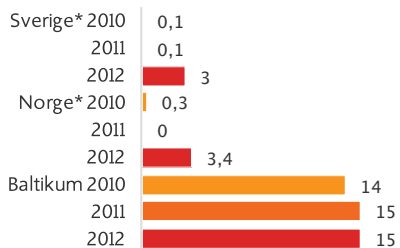


Genomsnittlig energianvändning i butik, kWh/m2



* Huvuddelen av minskningen är hänförlig till avyttringen för ICA Maxi i Norge.

Köldmedieförbrukning, ton



* Omfattar endast lager i Sverige och Norge.

Åtgärder för minskad energianvändning

EN5 ● Global Compact 8, 9

Minskad energianvändning genom sparande och effektivitetsförbättringar.

EN7 ● Global Compact 8, 9

Initiativ för att minska indirekt energianvändning samt uppnådd reducering.

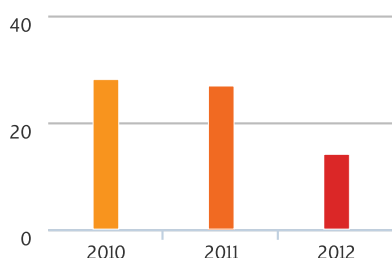
Driften av butiker och lager står för en stor del av ICA-koncernens totala energiförbrukning, men butikerna blir efter hand allt mer energieffektiva. Den första åtgärden är att installera system som mäter energianvändningen och ger kunskap och inspiration för att minska förbrukningen. I Sverige är många ICA-butiker miljömärkta enligt Svanen, som har tuffa regler för bland annat energieffektivitet och sopsortering.

Följande aktiviteter pågår på samtliga marknader:

- ICA Sverige genomförde pilottester i ett tjugotal ICA-butiker av det nya miljöverktyget "ICA-handlare för miljön, som ska hjälpa butikerna att förbättra sitt miljöarbete och ytterligare minska sin miljöpåverkan. I Norge och de baltiska länderna genomfördes gapanalyser för att mäta tillämpningen av verktyget. Analyserna visar att arbetet fortskrider väl i dessa länder, men bristen på stödsystem och skillnader i regler visar att justeringar i verktyget måste göras för dessa marknader. Avsikten är att "ICA-handlare för miljön" ska införas i full skala under 2013.
- I Sverige lanserades en obligatorisk webbaserad miljöutbildning för tjänstemän och lagermedarbetare, som en viktig del i att öka medarbetarnas kunskaper. Vid årsslutet hade 38 procent av de svenska medarbetarna genomgått utbildningen. Dessutom hade cirka 1 100 anställda i svenska ICA-butiker också genomfört utbildningen. Utbildningen finns i dagsläget på svenska och engelska men är planerad att översättas till fler språk.
- I Sverige var 188 ICA-butiker Svanenmärkta i slutet av 2012, jämfört med 360 ett år tidigare. Anledningen till att det är färre butiker jämfört med föregående år är att nya kriterier för märkningen började gälla under 2012, vilket innebär hårdare krav för butikerna för att förnya sin märkning. Exempelvis tillämpas tuffare krav för bland annat avfallshantering och energieffektivitet. Samtliga Maxi ICA Stormarknader är Svanenmärkta.
- ICA Kvantum Sannegården i Sverige, som byggdes 2010 helt utifrån våra riktlinjer om maximal energieffektivitet, står som modell för hur alla nya ICA-butiker ska byggas. Med många enkla förbättringar lyckas vi uppnå stora energibesparingar på omkring 35 procent. Vi har exempelvis installerat lock och dörrar på kylar och frysar, och vi styr såväl belysning som temperatur efter behov. ICA Kvantum Sannegården var den första svenska livsmedelsbutik som certifierades enligt Green Buildings nya krav för fastigheter under 2012. Green Building-certifieringen kräver bland annat att byggnaden använder 25 procent mindre energi än tidigare eller jämfört med nybyggnadskraven.
- I Barkarbystaden i Järfälla har ICA Sverige börjat bygga en ny Maxi ICA stormarknad och cirka 13 000 kvadratmeter för andra hyresgäster. Projektet blir ICAs mest miljöanpassade hittills och målet är att byggnaden blir miljöklassad enligt det svenska systemet Miljöbyggnad. ICA-butiken kommer att lyfta fram bra val för miljön inom hela sortimentet och får moderna lösningar för energiförbrukning och avfallshantering.
- Butiker inom ICA-koncernen har sedan flera år jobbat med att sätta lock på frysdiskarna och dörrar eller gardiner på kylar och frysar. Satsningarna har ökat generellt i Sverige och Norge. I de baltiska länderna förnyas kylar och frysar i samband med Rimis omprofileringar.
- Butikerna byter löpande ut sin belysning till modernare, mer energieffektiva alternativ. I delar av Rimi Baltics litauiska butiksnät finns automatiserad belysning. Besparingarna beräknas uppgå till 50 procent, och för hela butiken kan det ge en energibesparing på 10-15 procent.

- En energiutbildning sjuöskattes för de svenska ICA-butikerna. Syftet är att ge praktiska råd om hur butiken kan minska sin energiförbrukning.
- Cool ICA-systemet, som används i Norge för att övervaka såväl energianvändning som temperatur, har installerats i 412 (408) butiker, vilket är omkring 70 procent av samtliga butiker.
- Rimi Baltic använder automatiska övervakningssystem (AMS) för att kontrollera temperaturen i kylar och frysar. Flera butiker anlitar energikonsulter och genomför energirevisioner.

Andel Svanenmärkta ICA-butiker, %



Energismarta produkter och tjänster

EN6 ● Global Compact 8, 9

Initiativ för att tillhandahålla produkter och tjänster som är energieffektiva eller baserade på förnybar energi, samt minskningar av energibehovet som ett resultat av dessa initiativ.

- På alla våra marknader strävar vi efter att minska miljöpåverkan från bärkassar. Bland annat erbjuder vi olika typer av hållbara tygkassar som kan användas flera gånger. 2012 lanserade ICA Sverige en ny miljökasse som består av 85 procent förnybart material, nämligen sockerrör. Den nya bärkassen har betydligt bättre egenskaper än föregångaren, som var baserad på majsstärkelse, och kan materialåtervinnas på samma sätt som en konventionell bärkasse. Vid förbränning avger den nya kassen 85 procent mindre fossil koldioxid än oljebaserade kassar. Detta är viktigt eftersom många kunder använder bärkassarna som soppsäsar. Rimi-butikerna på de tre baltiska marknaderna erbjuder kassar som till 33 procent kommer från återvunnet material, samt bomulls- och papperskassar.
- ICA Sverige erbjuder alla ICA-handlare förnybar el genom ett centralt elavtal. Under 2012 tecknade vi ett nytt centralt elavtal som innebär att priset sjunker för ICA, samtidigt som elen enbart kommer från förnybara källor. Dessutom möjliggörs smartare uppföljning av butikernas elförbrukning och ett större produktutbud. Ungefär 20 (20) procent av alla svenska ICA-butiker hade förnybar el via det centrala avtalet i slutet av 2012.
- Under 2010 började ICA Sverige installera laddstolpar för kunder med elbilar på parkeringarna intill ICA-butikerna. Målet är att inom fem år ha laddstolpar vid ett 20-tal ICA-butiker runt om i landet. I slutet av 2012 fanns laddstolpar vid 11 (8) ICA-butiker.

Initiativ för haven, skogarna, ängarna och arterna

EN12 ● Global Compact 8

Beskrivning av väsentlig påverkan från aktiviteter, produkter och tjänster på den biologiska mångfalden i skyddade områden, samt områden med hög biodiversitet utanför skyddade områden.

EN13 ● Global Compact 8

Skyddade eller restaurerade habitat (livsmiljöer).

EN14 ● Global Compact 8

Strategier, pågående åtgärder och planer för att framgent hantera påverkan på den biologiska mångfalden.

EN15 ● Global Compact 8

Antal IUCN-rödlistade arter och nationellt skyddade arter med habitat i områden som påverkas av verksamheten.

Varje dag säljer ICA-koncernen stora mängder livsmedel i fem olika länder. Det innebär att vår verksamhet använder jordens resurser, men vi är måna om att göra det på ett varsamt sätt. Om världshaven överfiskas och regnskogarna skövlas drabbar det oss inte bara som människor, utan också som livsmedelsföretag. Därför söker vi hela tiden nya vägar för att skydda och bevara den biologiska mångfalden. En av våra viktigaste partner i arbetet med biologisk mångfald är Världsnaturfonden WWF.

Naturbeteskött för öppna landskap

Sedan vi inledde samarbetet med WWF i Sverige på 1990-talet har mer än 36 000 hektar naturbetesmark restaurerats i ett gemensamt projekt kring betesdjur. Betesdjuren håller landskapet öppet med en rik mångfald av flora och fauna. Djurens bete, tramp och spillning är viktiga förutsättningar för artrikedomen i betesmarkerna.

Från 2010 har samarbetet gått in i en ny fas. Tidigare ägnade sig WWF främst åt att restaurera igenvuxna marker, medan man nu verkar för att långsiktigt säkra hittills uppnådda resultat och sprida konceptet till nya markägare och andra intressenter. Om de restaurerade markerna inte ska överges, krävs ägare som behåller sitt engagemang för att bevara dem. Den starkaste drivkraften är efterfrågan på naturbeteskött.

ICA Sveriges sortiment av naturbeteskött består nu av 9 (13) produkter. Försäljningen under 2012 motsvarar omkring 1 700 naturbetesdjur, vilket innebär att ungefär 4 300 (5 000) hektar svenska naturbetesmarker har bevarats.

Vi utvecklar kontinuerligt vårt utbud av ekologiska och miljömärkta produkter, eftersom de tillverkas på ett mer hållbart sätt och i många fall gynnar den biologiska mångfalden. 2012 fanns drygt 1 000 (1 100) ekologiska produkter i ICA Sveriges centrala sortiment.

I friska hav räcker fisken

ICA-koncernen har på flera sätt tagit ställning för att rädda utrotningshotade fiskarter. Vi utgår från WWFs svenska och norska fiskguider med röd-, gul- och grönmärkta arter i Sverige och Norge. Vi undviker, så långt det är möjligt, rödmärkt fisk i vårt centrala sortiment som säljs till butikerna. Under året fanns endast några få rödmärkta artiklar i vårt centrala sortiment, räkor från Grönland. Dessa räkor håller dock på att bli MSC-certifierade (Marine Stewardship Council), vilket beräknas vara klart i början av 2013. Vi utökar också vårt sortiment av MSC-certifierad fisk, som fryst kolja och styckfryst torskfilé. Under året fanns ett femtiotal MSC-certifierade produkter i ICA Sveriges centrala sortiment.

Konsumenterna kan spåra torsk, kolja och alaska pollock (alaskasej) som säljs under ICAs varumärke på koncernens svenska webbplats. Där kan de även följa fiskens resa från de arktiska havsområdena utanför Norge till ICAs lager och butiker, och se vad som görs för att skydda arterna. På ICA Sveriges webbplats visas också hur våra egna fiskprodukter klassas enligt WWFs svenska fiskguide.

En rad svenska ICA-handlare kritiserades under 2012 av Naturskyddsföreningen för att man säljer fisk som anses hotad. Organisationen oroade sig mest för djuphavsfisk som rödtunga och marulk. Ingen av dessa arter ingår i ICAs centrala sortiment. ICA kontaktade handlarna och informerade om att de förekom i rapporten, att ICA anser att frågan är mycket viktig och att ICAs ståndpunkt är att inte sälja fisk som rödmärkts i WWFs svenska fiskguide. Informationen välkomnades och många butiker har ändrat sitt utbud av fisk och skaldjur. ICA Kvantum i Limhamn hör till de butiker som under året fattade beslut om att alla inköp av fisk och skaldjur ska följa WWFs fiskguide. ICA Supermarket Torgkassen i Uppsala var första ICA-butik med MSC-certifierad fiskdisk.

Vissa ICA-butiker i Sverige har kritiserats för att sälja odlade tropiska räkor. ICA Sverige har inte haft några tropiska räkor i sitt centrala sortiment sedan 2009, eftersom nuvarande certifieringssystem gör det svårt att garantera hållbarhetsaspekter. I slutet av sommaren 2012 lanserade ICA Sverige ett alternativ: ICA kungsräkor. De stora kungsräkorna, som kommer från Australien, är vildfångade och MSC-certifierade.

Soja, palmolja och tropiska träslag från skyddade skogar

Tillverkningen av ICAs egna livsmedelsprodukter på den svenska marknaden kräver årligen cirka 3 000 ton palmolja. Vi har beslutat att all palmolja som används i ICAs egna märkesvaror senast 2015 ska vara RSPO-certifierad (Round table on Sustainable Palm Oil). Avsikten är att få fler palmoljeplantager att ta såväl miljömässiga och sociala som ekonomiska hänsyn och bevara regnskogarna. Volymerna är dock begränsade. Därför köper vi Green Palm-certifikat för att stötta fler palmoljeplantager i deras ansträngningar att leva upp till RSPO-kriterierna. ICA Sverige fick bra betyg för sitt arbete med palmolja i Världsnaturfonden WWFs rapport "Palm Oil Buyers Scorecard" 2011.

Vi engagerar oss även i sojafrågan, eftersom sojaodling kan ha en stor och långsiktig inverkan på tropiska skogar och savanner. Genom ICA-koncernens ägare Royal Ahold är vi medlemmar i Roundtable for Sustainable Soy och följer noga utvecklingen på området. I början av februari 2013 blev det klart att Hakon Invest förvärvar Aholds aktier i ICA. I och med detta kommer vi att se över de nätverk ICA är delaktiga i via Ahold och utvärdera ett eventuellt medlemskap.

ICA Sverige har beslutat att enbart sälja FSC-certifierad grillkol under eget varumärke, vilket tryggar att den kommer från ansvarsfullt förvaltade skogar. Dessutom är samtliga produkter av tropiska träslag, såsom utemöbler, i vårt centrala sortiment FSC-certifierade. Butikerna i Sverige säljer årligen cirka 10 000 ton certifierad grillkol. ICA har även FSC-märkta engångsgrillar, block och kopieringpapper.

Utsläpp

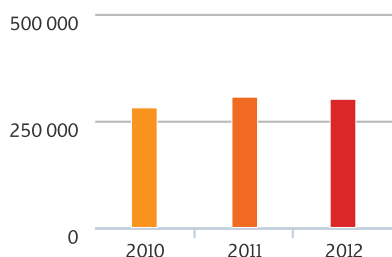
EN16 ● Global Compact 8

Totala direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt.

EN17 ● Global Compact 8

Andra relevanta indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt.

Totalt utsläpp av koldioxid*, ICA-koncernen, ton



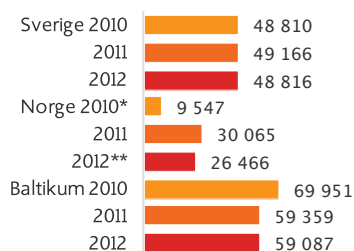
* Exklusive utsläpp från klimatkompenserade flygresor.

Fördelning av ICA-koncernens utsläpp av koldioxid *, 2012, %



* Exklusive utsläpp från klimatkompenserade flygresor.

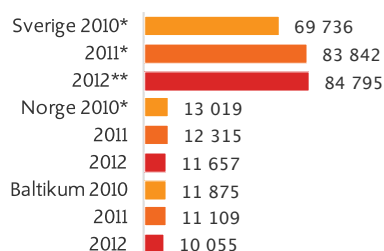
Utsläpp av koldioxid från energi i butik, ton



* Under 2010 har en stor andel av de norska butikerna förnybar el.

** Huvuddelen av minskningen i CO2 från energi i butik är hänförlig till avyttring av ICA Maxi i Norge

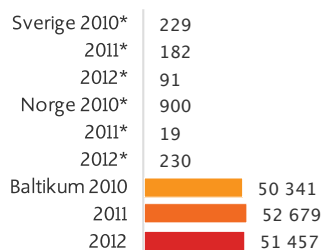
Utsläpp av koldioxid från godstransporter mellan lager och butik, ton



* Beräkningsmetod uppdaterad för inhyrda transporter för Sverige samtliga år samt under 2010 för Norge.

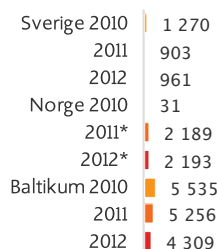
** 94% av totalt utsläpp från godstransporter omfattas av ICAs klimatmål.

Utsläpp av koldioxid från köldmedieförbrukning i lager och butik *, ton



* Omfattar endast lager

Utsläpp av koldioxid från energi i lager, ton



* Från 2011 har samtliga lager i Norge gått från förnybar till konventionell el på grund av strikta besparingskrav.

Utsläpp av koldioxid från tjänsteresor med flyg, tåg och bil, ton*

Sverige 2010	4 975
2011	5 322
2012	5 787
Norge 2010	866
2011	931
2012	972
Baltikum* 2010	
2011	
2012	

*Data från Baltikum finns inte att tillgå.

Initiativ för lägre utsläpp av växthusgaser

EN18 ● Global Compact 7, 8, 9

Initiativ för att minska utsläppen av växthusgaser, samt uppnådd minskning.

Jämfört med 2011 har ICA-koncernens direkta utsläpp av växthusgaser minskat med cirka 3% under 2012. Sedan 2006 har ICA-koncernens direkta utsläpp av växthusgaser minskat med cirka 8% (5%), till största delen tack vare ett långsiktigt arbete med ett flertal åtgärder inom energi, köldmedia och tjänsteresor. Bland annat har användningen av förnybar el i butikerna ökat, vi har genomfört åtgärder för mer energieffektiv drift av butiker och vi har byggt ut möjligheterna för videokonferenser. Försäljningen av ICA Maxi-butikerna i Norge under 2012 har inneburit lägre energiförbrukning och minskad distribution. Detta ger en positiv effekt på utsläppen av växthusgaser. I Sverige tar ICA kontinuerligt över godstransporter från sina leverantörer för att inte köra med tomma lastbilar tillbaka från butik till lager. Detta har inneburit att ICAs transporter, och därmed utsläpp, ökat men troligen har miljöbelastningen i samhället totalt sett minskat. På grund av strikta sparkrav återgick våra norska butiker och lager till att använda konventionell el under 2011, vilket också påverkat utfallet. Även de senaste årens långa, kalla vintrar och mycket varma somrar har varit en utmaning.

Även fortsatt är arbetet med att minska vår klimatpåverkan ett prioriterat område för hela koncernen. Under 2013 kommer stor vikt läggas på insatser för att öka energieffektiviseringen i butik och lager samt även öka antalet butiker som använder förnybar energi.

Arbetet för lägre utsläpp av växthusgaser pågår inom bland annat följande områden:

- ICA Sverige erbjuder alla ICA-handlare förnybar el genom ett centralt elavtal. Under 2012 tecknade vi ett nytt centralt elavtal som innebär att priset sjunker för ICA, samtidigt som elen enbart kommer från förnybara källor. Dessutom möjliggörs smartare uppföljning av butikernas elförbrukning och ett större produktutbud. Ungefär 20 (20) procent av alla svenska ICA-butiker hade förnybar el via det centrala avtalet i slutet av 2012.
- Alla ICAs lagerenheter i Sverige har förnybar el, vilket minskar koldioxidutsläppen med 85 procent jämfört med vanlig el.
- Under 2012 tecknade ICA Sverige flera nya avtal som ökar antalet miljölastbilar i hela Sverige. I slutet av året användes åtta helt nya hybridfordon i samarbete med externa distributörer. Många av de nya avtalen tillåter att leveranser samordnas med andra parter än ICA. Tanken är att minimera antalet transporter genom att fylla fordonen bättre. Under 2012 fördubblade ICA andelen distributionsavtal som möjliggör delade fordon och i dag utgörs knappt hälften av avtalen av fri distribution. Hur mycket detta kommer att minska miljöpåverkan är svårt att beräkna, eftersom avtalen fortfarande är nya. Generellt sett brukar nya miljöfordon minska de fossila koldioxidutsläppen med två tredjedelar jämfört med traditionella dieselfordon.
- I Sverige finns en stor mängd ICA-butiker med 100 procent naturliga köldmedier och antalet ökar. Fyllnadsmängderna i kyl- och fryssystemen är starkt minimerade. I större butiker används framför allt glykol, som cirkuleras i systemet och håller nere mängden köldmedier. Glykol används för kylarna och koldioxid i fryssarna hos ICA Maxi, Kvantum och Supermarket. I jämförelse med konkurrenterna ligger ICA Sverige väl till på detta område.

- ICA Sverige deltog i ett nytt europeiskt projekt, LiveWell For LIFE, som drivs av WWF i Storbritannien. Projektets syfte är att minska utsläppen av växthusgaser från europeiska livsmedelshandeln och att öka medvetenheten om hur hållbar utveckling och hälsosam kost hänger ihop. I ett första skede utvärderas tre länder. Det är Frankrike, Spanien och Sverige, där ICA deltar. Projektet finansieras av EUs program Life+.
- För att uppmärksamma klimatfrågan deltar vi sedan 2009 i WWFs kampanj Earth Hour. Under 2012 deltog vi på samtliga våra marknader. Vi släckte belysningen i ett antal lager, kontor och butiker och uppmanade våra kunder att släcka ljuset en timme för klimatets skull. Som en del i detta gick 10 procent av försäljningen i Sverige av varorna i ICAs I love eco-sortiment under en kalendervecka 2012 till WWF. Försäljningen inbringade drygt 1,1 MSEK, som ska användas till att utveckla fondens klimatarbete.

Vårt avfall och hur vi tar hand om det

EN22 ● Global Compact 8

Total avfallsvikt, per typ och hanteringsmetod.

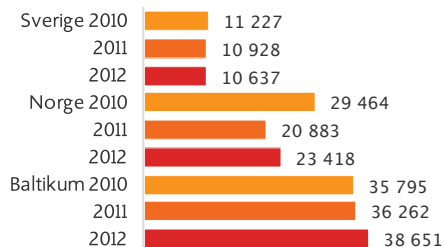
Vi strävar efter att minimera avfall och ha en hög återvinningsgrad i våra lager och butiker.

- I Sverige lagar ICA-handlare lunchrätter av produkter med kort datum, och säljer frukt och grönt med skönhetsfläckar till lägre pris. Konceptet "Ät Snart" erbjuder kunderna att köpa produkter som annars hade gått till spillo till extra förmånliga priser. ICA Norge har konceptet "50 %", där produkter med kort datum rabatteras med 50 procent i butikerna, vilket minskar svinnet.
- På ICA Sveriges lager sorteras allt avfall och under 2012 återvanns 100 (99) procent, vilket är i nivå med föregående år. I syfte att kontinuerligt förbättra avfallshanteringen har ännu ett nyckeltal utarbetats för att minska mängden material som går till förbränning (dvs. plast, trä etc.). Det sker genom att fokusera på avfallssortering av dessa specifika material.
- ICA Sverige har ett centralt avtal med Frälsningsarmén och flera lokala välgörenhetsorganisationer om att skänka mat från våra lager som inte kan säljas i butikerna på grund av kort datum eller skadad förpackning, trots att maten är fullt ätlig. Varorna uppfyller samma grundläggande krav på livsmedelssäkerhet som ICAs övriga produkter. Mat som har passerat bäst-före-datum skänks aldrig.
- ICA Norge har i flera år varit engagerat i ForMat, som är norska näringslivets nationella satsning för att minska matsvinnet med 25 procent. Bland annat har företaget inlett samarbete med producenten Mills om att exempelvis minska säsongsrelaterat svinn av matfett. Efterfrågan på matfett ökar inför stora helger som jul, och många butiker beställer därför större mängder än vanligt. Om matfettet inte säljs i den utsträckning butikerna trott, kan det återvinnas som biodieselbränsle. ICA Norge kommer tillsammans med ICAs leverantörer att fortsätta arbetet med att minska matavfallet.
- ICA Norge anslöt sig 2011 till bland annat Kirkens Bymisjon, Landbruks- og matdepartementet och Mattilsynet för att skapa en distributionscentral för överblivna matvaror i Oslo. Samarbetet fortsatte under 2012 och centralen har tagit emot livsmedel som branschen av praktiska eller juridiska skäl måste slänga och distribuerat dem på ett organiserat sätt till välgörenhetsorganisationer. Under 2012 återupptog även ICAs Supermarked-butiker i Oslo samarbetet med Fattighuset. Organisationen hjälper fattiga att hjälpa sig själva och ger praktiskt stöd i form av mat och kläder. I en första fas skänker ett tjugotal butiker livsmedel. ICAs eget provkök ska också leverera varor till Fattighuset.
- Rimi Lettland öppnade under sommaren sju nya offentliga sorteringsställen i Riga. De är belägna i fem Rimi- och två Supernettobutiker. På stationerna kan man sortera glas och plast för återvinning. För att öka kännedomen om lokala återvinningsstationer sattes information upp i 22 Rimi- och Supernettobutiker över hela Lettland.
- Rimi Baltic i Lettland samarbetar med ett 30-tal djurparker och djurhem som får produkter med kort datum.

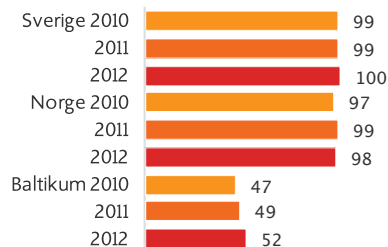
Observera:

Sverige omfattar avfall från logistik. Norge och Baltikum omfattar avfall från logistik och butik.

Total mängd avfall, ton*

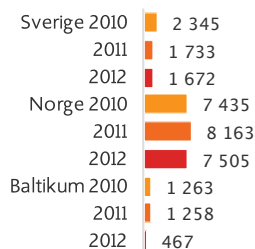


Återvinningsgrad, %

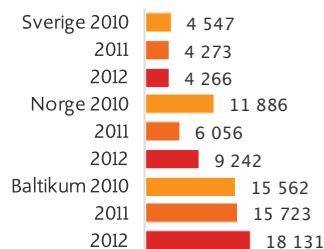


* Sverige omfattar avfall från logistik. Norge och Baltikum omfattar avfall från logistik och butik.

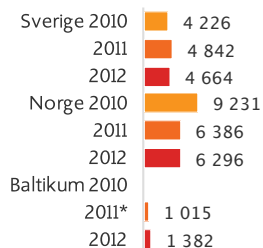
Brännbart, ton



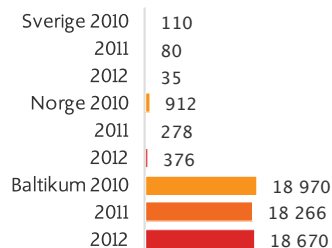
Återvunnet/återanvänt, ton



Komposterbart, ton



Deponerat avfall, ton



* Från 2011 finns denna fraktion även för Baltikum

Så miljöanpassar vi våra transporter

EN29 Global Compact 8

Väsentlig miljöpåverkan genom transport av produkter och andra varor och material som används i organisationens verksamhet, inklusive medarbetarnas arbetsresor/tjänsteresor.

ICAs svenska logistikfunktion är sedan 1997 miljöcertifierad enligt den internationella standarden ISO 14001. Certifieringen är en viktig kvalitetsstämpel som bekräftar på ett aktivt arbete i miljöfrågor. En tredjedel av ICAs totala direkta klimatpåverkan kommer från lagerdrift och transporter. Logistikfunktionen arbetar aktivt med att minska sin miljöpåverkan, och inriktar sig främst på aspekter som koldioxidutsläpp från transporter, energiförbrukning och avfall (källsorterat respektive deponerat).

Bränsleförbrukningen för godstransporter i Norge och i Baltikum minskade något under året, medan den ökade marginellt i Sverige. ICA i Sverige tar kontinuerligt över transporter från leverantörerna. Detta effektiviserar transportplaneringen, och minskar de totala CO₂-utsläppen, eftersom färre tomma lastbilar körs ute på vägarna. De transporter som flyttas från leverantören till att istället ägas av ICA, ingår inte i det som omfattas av ICAs klimatstrategi. Från och med kvartal 4 2012 kan CO₂-utsläppen kopplat till dessa transporter identifieras och kommer därför att redovisas separat utöver den totala siffran för CO₂-utsläpp.

ICAs Logistikfunktion i Sverige har under året förbättrat sin kravställan i transportavtal, bland annat miljökraven för att gynna en positiv utveckling inom miljöområdet. De nya avtalen innebär att funktionskrav ställs, som ska leda till minskad miljöpåverkan på ett hållbart sätt och enligt branschens villkor. Detta syftar till att driva utvecklingen långsiktigt framåt och säkerställa att transportörerna och ICA inte låser in sig i gamla tekniker och arbetssätt. Avtalen skrivs ofta på flera år, och kraven måste följa utvecklingen. Resultatet ICA vill uppnå är långsiktigt och hållbart minskad miljöpåverkan.

Vi fortsätter att effektivisera infrastruktur och distributionsnät för att minska det totala antalet fordonskilometer. Bland annat jobbar vi för att lastbilarna ska vara välfyllda och ha noggrant planerade rutter. Under 2011 började ICA Sveriges logistikfunktion använda ett nytt planeringsverktyg som ska effektivisera och tydligt visualisera transporterna i realtid. Med välplanerade körningar och optimerade lass kan ICAs leveranser köras med färre och mer välfyllda lastbilar, vilket ger mindre körning totalt. Butikerna kan följa väntade leveranser i realtid via en webbsida, så att varumottagningen kan planeras. Detta minskar onödig väntetid för både medarbetarna och förarna. Verktöget används i stor utsträckning av utländska detaljister, men det är nytt för den svenska marknaden, där ICA är först ut att prova det. Utrullningen pågick under 2012 och ska fortsätta under 2013.

Sedan 2010 levererar ICA varor i Stockholms innerstad med etanoldrivna lastbilar. I dagsläget drivs tolv av våra lastbilar med etanol, vilket minskar det fossila koldioxidutsläppet med två tredjedelar jämfört med traditionella diesellastbilar. Det sker i samverkan med Clean Truck, som banar väg för koldioxidsnåla transporter i huvudstaden. Under 2012 tecknade vi flera nya avtal som ökar antalet miljölastbilar även i andra delar av Sverige. I slutet av året användes åtta helt nya hybridfordon i samarbete med externa distributörer. Många av de nya avtalen tillåter att leveranser samordnas med andra parter än ICA. Tanken är att minimera antalet transporter genom att fylla fordonen bättre. Under 2012 fördubblade ICA andelen distributionsavtal som möjliggör delade fordon och i dag utgörs knappt hälften av avtalen av fri distribution. Hur mycket detta kommer att minska miljöpåverkan är svårt att beräkna, eftersom avtalen fortfarande är nya. Generellt sett brukar nya miljöfordon minska de fossila koldioxidutsläppen med två tredjedelar jämfört med traditionella dieselfordon.

ICA-koncernen äger i dag inga egna lastbilar, med undantag för ICA Norge där vi har både egna och inhyrda lastbilar. Modern motorteknik och alternativa bränslen minskar utsläppen, och vi kräver att speditörerna redovisar detta. I Sverige blandas alternativt bränsle med diesel och lastbilarna utrustas med lättrullande däck för att minska bränsleåtgången och miljöbelastningen. Vi är övertygade om att en mix av alternativa bränslen är den bästa lösningen för framtiden. Därför följer vi utvecklingen noga och testar gärna olika bränslen. Biogas är ett alternativ, men ibland räcker inte biogasen till. Ska vi använda alternativa bränslen i större skala krävs driftsäkerhet och tillgång till dem.

Vid lagret i Helsingborg har ICA testat en helt ny typ av lastbilssläp i två plan som kan dras på tåg, och vars fyllnadsgrad ökar med 12 rullcontainrar. Släpet är utvecklat på initiativ av ICA, tillsammans med Norfrig och Green Gargo.

I Norge transporteras importvaror, kyl- och frysvaror samt frukt och grönsaker med tåg till distributionsterminalen i Narvik.

ICA Sverige, ICA Norge och Rimi Baltic i Estland kräver att förarna tillämpar sparsam körning. Under 2012 höll ICA Norge en utbildning i sparsam körning för sina förare.

ICA-koncernen använder bara flygtransporter för varor vars kvalitet påtagligt försämras av båttransporter, såsom känsliga frukter, grönsaker och blommor.

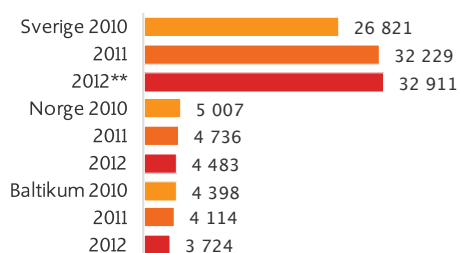
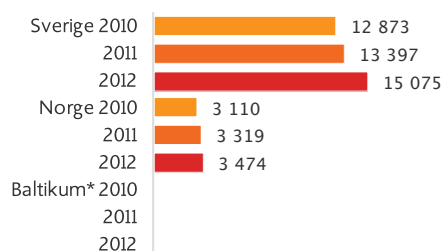
Så miljöanpassar vi våra resor

De svenska tjänsteresorna med flyg ökade något under året medan tåg- och bilresorna minskade. Under 2012 togs tidigare reserestriktioner bort, vilket kan vara orsaken till ökat resande. Minskat tågresande kan hänföras till de problem tågtrafiken hade under vinterperioden. Även i Norge har flygresorna ökat något under året.

I Sverige finns riktlinjer för ICA-medarbetarnas val av tjänstebil. Under 2012 minskade andelen miljöbilar i bilparken från 38 till 33 procent. ICAs centrala hyrbilsavtal för svenska medarbetare styr förarna mot miljövänliga alternativ, men i linje med den allmänna trenden i Sverige har antalet etanolbilar minskat under 2012. Utsläppsgränserna för företagsbilar skärptes ytterligare under året.

Sedan 2008 klimatkompenserar ICA för de flygresor som medarbetare i Sverige och Norge gör när de bokas genom vår centrala resebyrå. Kompensationen sker fortlöpande enligt Clean Development Mechanism (CDM) Gold standard. CDM är en projektmodell som uppfyller kraven i Kyotoprotokollets direktiv för växthusgasreducerande åtgärder i utvecklingsländer.

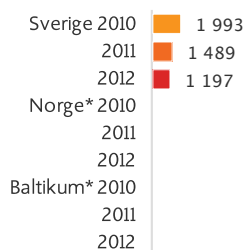
ICA Sverige och ICA Norge har under 2012 minskat antalet videokonferenser med 3 procent och ökat antalet telefonkonferenser med 2 procent jämfört med 2011.

Bränsleförbrukning godstransporter mellan lager och butik, tusen liter ***Tjänsteresor med flyg, tusen km**

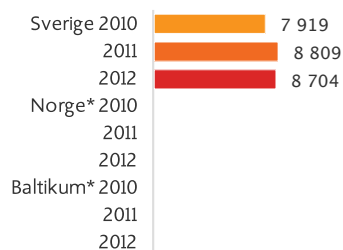
* Data från Baltikum finns inte att tillgå.

* Bränsleförbrukningen avser diesel förutom för Sverige då även etanol ingår med 82 000 liter (2010), 208 000 liter (2011) och 471 000 liter (2012). Beräkningsmetod uppdaterad för inhyrda transporter för Sverige samtliga år samt från 2010 för Norge.

** 94% av total bränsleförbrukning från godstransporter

Tjänsteresor med tåg, tusen km

*Data från Norge och Baltikum finns inte att tillgå.

Tjänsteresor med bil, tusen km

* Data från Norge och Baltikum finns inte att tillgå.

KVALITET

Insatser för trygga varor och vanor

Införande av arbetsverktyg, revisioner och certifieringar. Bakom de tre begreppen finns viktiga aktiviteter som bidrar till att göra det tryggt att handla på ICA – och som sammanfattar året 2012 utifrån ett kvalitetsperspektiv.

Under året har de svenska inköpsprocesserna certifierats enligt kvalitetsstandarden ISO 9001. I praktiken betyder det att vi arbetar likartat för att till exempel kontrollera och dokumentera de produkter som finns i vårt sortiment. I våra baltiska och asiatiska verksamheter har vi kartlagt förbättringsområden inom kvalitetsarbetet. Samtidigt blev logistikprocesserna i Sverige certifierade enligt den internationella kvalitetsstandarden inom detaljhandel, BRC S&D.

I Sverige har verktyget IDE2, ICAs Digitala Egenkontroll version 2, lanserats i nära 1 200 ICA-butiker. Det gör det enklare att följa upp på avvikelser och säkerställa att varorna hanteras i enlighet med livsmedelslagen.

I Norge har ICA under året gjort provrevisioner för att utvärdera i vilken grad butikerna efterlever den svenska standarden för livsmedelshantering i butik. Resultaten var så pass goda att bedömningen är att dessa butiker också ligger långt framme i arbetet med matsäkerhet.

Nu fortsätter arbetet med att även certifiera verksamheterna i Norge, Baltikum och Asien enligt ISO 9001 samt att implementera standarden för mathantering i butik i Norge och Baltikum. Läs mer om våra prioriteringar framöver här.

Mål

Koncernmål

80 procent av ICAs livsmedelsleverantörer av egna varor¹ ska vara kvalitetscertifierade².

Måluppfyllelse 2012:

Arbetet med att se till att vi alltid har uppdaterade certifikat i våra system har fortsatt under året, men det tar längre tid att driva igenom GFSI-kravet än vi räknat med. Andelen kvalitetscertifierade livsmedelsleverantörer av corporate brands ökade något jämfört med 2011. Att andelen inte ökat mer beror på att kvalitetscertifikat för ett flertal leverantörer till ICA Sverige har löpt ut under året. Fokus ligger nu på insamling och godkännande av nya certifikat samt en mer strukturerad uppföljning av nyckeltalen i ledningsgrupperna. Resultatet för koncernen som helhet var 57 (56) procent för 2012.

Policy

ICA-koncernens policy för kvalitet, miljö och socialt ansvar (pdf).

¹ Med egna varor menas i huvudsak egna märkesvaror.

² I enlighet med GFSI (Global Food Safety Initiative).

Vårt kvalitetsansvar

Det ska vara tryggt att handla på ICA. Därför håller vi noggrann koll på våra leverantörer och hanteringen av våra varor, ända fram till kunden. Kort sagt, hela vårt sortiment ska leva upp till våra och omvärldens kvalitetskrav. Det gör vi med hjälp av leverantörsrevisioner, granskning av produkters innehåll och märkning, produkttester samt ett systematiskt kvalitetssäkringsarbete i logistikverksamheten och i butik. Vi vill också inspirera våra kunder till medvetna och hälsosamma val i vardagen. Likaså ska vi erbjuda ett brett urval av miljömärkta, ekologiska och etiskt märkta produkter.

KVALITET

Väsentliga händelser 2012

Ledningsverktyg

Inköpsprocesserna i Sverige certifierades enligt kvalitetsstandarden ISO 9001. I våra baltiska och asiatiska verksamheter har vi kartlagt förbättringsområden inom kvalitetsarbetet.

ICA Sveriges logistikprocesser certifierades enligt standarden BRC S&D, en kvalitetsstandard för detaljhandelsföretag, som omfattar produktsäkerhet och kvalitet.

I Sverige har en kvalitetshandbok, med krav på produkter och leverantörer, utvecklats för att nå tydligare och effektivare rutiner. Dessutom har ett IT-system implementerats för att kunna följa upp inköpsorganisationernas hållbarhetsaktiviteter. PR1

ICA Norge genomförde testrevisioner av Svensk standard för livsmedelshantering i butik med goda resultat. PR1

ICA har nu 339 (326) butiker i Sverige certifierade enligt den nationella kvalitetsstandarden för livsmedelshantering i butik. Idag tillämpar drygt 1 000 (1 000) ICA-butiker standarden. PR1

Utrullningen av ICA Sveriges digitala egenkontrollprogram för livsmedelssäkerhet, IDE2 (version 2), fortsatte. ICAs kvalitetscoacher har hjälpt butikerna att brja använda systemet så att det passar verksamheten i respektive butik. I Sverige används det nu av omkring 1 150 ICA-butiker. PR1

Sortiment

2012 hade 57 (56) procent av ICAs livsmedelsleverantörer av egna varor kvalitetssystem godkända enligt GFSI. Målet är 80 procent. PR1

I Sverige har vi reviderat alla våra EMV-leverantörer av kött till det centrala sortimentet avseende livsmedelssäkerhet och djuromsorg. PR3

Under 2012 genomförde vi omkring 2 700 sensoriska tester av nya och befintliga produkter för att säkra att de smakar som de ska. PR1

Kunskap och medvetenhet

De svenska inköpsorganisationerna har utbildats i processer och regler kring kvalitetssäkring, bland annat hur vi säkerställer att våra leverantörer och produkter lever upp till ICAs hållbarhetsrelaterade krav. PR1

ICA Sverige inledde ett samarbete med Livsmedelsverket och Svensk Dagligvaruhandel för att utbilda livsmedelsinspektörer i butikerna. Syftet är att öka kunskapen om hur livsmedel hanteras i moderna butiker och hjälpa inspektörerna göra korrekta riskbedömningar. PR1

CASE: KVALITET

ICA drivande i livsmedelshantering

ICA har under året arbetat med en rad initiativ för att främja hög kvalitet vid mathanteringen i butik.

Vi var drivande i att ta fram den svenska standarden för livsmedelshantering i butik som togs fram 2007 och har, genom Svensk Dagligvaruhandel, fortsatt att arbeta med att ta fram en framtida internationell matkvalitetsstandard för butik. En internationell standard skulle möjliggöra tredjepartsrevisioner i butiker också på ICAs andra marknader. ICA Sverige var också först inom branschen med att införa kvalitetscoacher till stöd för butikerna. Ett stöd som är mycket uppskattat, över 800 butiker i Sverige använder i dagsläget denna tjänst från ICA.



Över 300 ICA-butiker i Sverige är nu certifierade enligt svensk standard för livsmedelshantering i butik. I Norge finns inte motsvarande standard ännu, så för att utvärdera i vilken utsträckning de norska butikerna redan efterlever motsvarande krav, genomförde vi under året en oberoende tredjepartsrevision av sju norska Supermarked-butiker. Sex av butikerna hade så få avvikelser att de i Sverige skulle fått godkänt för 18 månader utan fler revisioner, medan en butik hade avvikelser motsvarande 12 månaders godkännande innan nästa revision. Vår bedömning är därför att ICA Norge ligger långt framme i arbetet med matsäkerhet i butik. Vi genomförde även motsvarande provrevisioner av standarden i Rimi Baltic.

Ett viktigt verktyg för butiken i arbetet med att hålla hög kvalitet i livsmedelshantering är det digitala egenkontrollprogrammet, IDE (ICAs Digitala Egenkontroll), där vi nu har infört version två av mjukvaran (IDE2), i omkring 1 150 ICA-butiker. Systemet gör det enklare att följa upp på avvikelser och säkerställa att varorna hanteras i enlighet med livsmedelslagen. ICAs kvalitetscoacher har tillbringat mer än 7 000 timmar i de svenska ICA-butikerna för att utbilda kvalitetsansvariga i det nya systemet och göra anpassningar efter butikernas behov. IDE2 är ett av ICAs största system med fler än 12 500 användare.

CASE: KVALITET

Certifieringar i inköps- och logistikverksamheten

ICA hanterar varor från cirka 2 500 leverantörer i 75 länder. Det är ett omfattande arbete att hantera inköpen och logistiken, innan rätt produkter hamnar på ett schysst sätt i butikshyllan.

Efter mer än tre års förberedelser och gediget arbete klarade ICAs svenska inköpsverksamhet den externa revisionen för kvalitet (ISO 9001) och miljö (ISO 14001). Likaså har ICAs logistikverksamhet i Sverige klarat de externa revisionerna för livsmedelssäkerhet enligt standarden BRC S & D samt förnyat sitt befintliga miljöcertifikat (ISO 14001).



Certifieringarna är kvitton på att vi har fungerande arbetssätt, då de ställer krav vad gäller mål, ledning, utbildning, hur vi ska jobba och följa upp för att alla ska arbeta mot ständiga förbättringar. De har inneburit en storstädning i ICAs rutiner för att öka tydligheten i beslutsvägar, ansvarsroller och arbetsverktyg med syfte att ge stöd för alla medarbetare som jobbar med dessa delar av verksamheten. Kort sagt, certifieringarna visar att vi har bra koll på de produkter vi köper in och deras väg till våra butikshyllor.

Den viktigaste vinsten med att certifiera ICA är givetvis att våra kunder och ICA-butikerna kan känna sig trygga med att våra inköps- och logistikprocesser följer kvalitets- och miljökraven i ICAs Goda Affärer.

Under året genomförde vi även gapanalyser i våra baltiska och asiatiska verksamheter utifrån den svenska modellen. Målet är att införa motsvarande hållbarhetsrelaterade arbetssätt och vi siktar på certifiering inom de närmsta åren.

KVALITET

Fokus framöver

Varifrån kommer maten och är den näringsrik? Vi vill fortsätta arbetet med att öka öppenheten kring våra produkters innehåll och ursprung.

De senaste årens växande fokus på livsmedelssäkerhet och närproducerad mat består. Kunderna blir allt medvetnare om matens innehåll och ursprung. Många av dem gör genomtänkta val när det gäller hur och var maten är producerad. Det är viktigt för oss att vara så öppna som möjligt i dessa frågor och behålla kontrollen över hela distributionskedjan, från tillverkningen till våra kunder. Vi håller fast vid ett varierat sortiment med produkter av hög kvalitet till skäliga priser.

Viktiga aktiviteter 2013

- Certifieringsarbetet fortsätter i våra norska, baltiska och asiatiska verksamheter. Målet är att inköpsprocesserna ska certifieras enligt ISO 9001 inom de närmsta åren.
- Vi ska upprätthålla och vidareutveckla kvalitetsledningssystemet för den svenska inköpsverksamheten i enlighet med ISO 9001.
- Inom ramen för Svensk Dagligvaruhandel jobbar vi vidare med att hitta en lösning för att säkerställa korrekt information på leverantörernas produkter, både på förpackningen och till kommande nätförsäljning.
- Vi ska se till att ICAs kvalitetscoacher genomför internrevisioner av samtliga svenska ICA-butiker som en del i att säkerställa en hög och jämn kvalitet i alla butiker, oavsett verksamhetens storlek och omfattning.
- Vi ska färdigställa en ny metod för ICA Sveriges kvalitetscoacher, där arbetet stöds av olika teman med utgångspunkt i kapitlen i Svensk standard för livsmedelshantering i butik. Syftet är att kvalitetssäkra och ytterligare förbättra våra tjänster till butikerna.

KVALITET

Från behov till produkt

Vi genomför drygt 9 000 tester av våra egna varor varje år varav drygt 2 700 tester är sensoriska. Det är bara en av många delar i arbetet med att ta fram en egen vara. Här kan du följa hela förloppet från fabrik till butik.

1. Behovet

Vill kunderna ha en ny produkt eller fler alternativ? Finns det ett tomrum i butikshyllorna? Varan som ska tas fram får en tydlig kravspecifikation om vad den ska leva upp till.

2. Leverantör väljs

Leverantören ska uppfylla ICAs krav på kvalitet, -miljö, hälsa och socialt ansvar. Produktionen måste vara kontrollerad enligt internationella standarder eller ICAs egen standard.

3. Produktprover

Utvalda leverantörer tar fram produktprover utifrån kravspecifikationen. Redan här lägger ICA ned mycket arbete på att utesluta -onödiga tillsatser och allergiframkallande ämnen.

4. Tuffa kvalitetstester

Lever varan upp till kravspecifikationen? Under ledning av ICAs kvalitetslabb utsätts varan för sensoriska tester av utseende, lukt, smak och konsistens samt kvalitets- och funktionstester.

5. Produktspecifikation

När varan godkänts får den en produktspecifikation med all information kring varan, exempelvis ingredienser, näringsvärde och förpackningen.

6. Märkningen kontrolleras

Förpackningsinformationen granskas så att den följer alla lagar och regler. Varan ska vara spårbar så att ICA enkelt kan gå tillbaka till anläggningen den producerades i.

7. Äntligen – en produkt!

När varan nått butikshyllan börjar ICAs kvalitetslabbs arbete med den löpande kvalitetskontrollen. ICA följer även upp försäljningen och eventuella reklamationer.

GRI-indikatorer

- | | | |
|------------|---|---|
| PR1 | De faser i livscykeln då produkters och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet ska utvärderas i förbättringssyfte, och andelen av väsentliga produkt- och tjänstekategorier som genomgått sådana utvärderingsprocesser. |  |
| PR2 | Totalt antal fall där regler och frivilliga koder gällande hälso- och säkerhetspåverkan från produkter och tjänster under deras livscykel inte efterlevts. Informationen ska ges uppdelat efter effekten av bristen på efterlevnad. |  |
| PR3 | Typ av produkt- och tjänsteinformation som krävs enligt rutinerna, samt andel i procent av produkter och tjänster som berörs av dessa krav. |  |
| PR4 | Totalt antal fall där bestämmelser och frivilliga koder för information om och märkning av produkter och tjänster inte följts. Informationen ska ges uppdelat efter effekten av bristen på efterlevnad. |  |
| PR5 | Rutiner för kundnöjdhet, inklusive resultat från kundundersökningar. |  |
| PR6 | Program för efterlevnad av lagar, standarder och frivilliga koder för marknadskommunikation, inklusive marknadsföring, PR och sponsring. |  |

Strukturerat kvalitetsarbete

PRI ● Global Compact 1

De faser i livscykeln då produkters och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet ska utvärderas i förbättringssyfte, och andelen av väsentliga produkt- och tjänstekategorier som genomgått sådana utvärderingsprocesser.

Vi följer upp att våra hållbarhetskrav efterlevs med hjälp av revisioner, granskning av produkters innehåll och märkning, produkttester och strukturerad kvalitetssäkring inom logistik och butik. Att ta ansvar för ett hållbart sortiment handlar också om att inspirera kunderna till medvetna och hälsosamma val i vardagen. Likaså ska vi erbjuda ett brett urval av miljömärkta, ekologiska och etiskt märkta produkter.

Så kvalitetssäkrar vi våra leverantörer

Vi kräver att livsmedelsleverantörer av ICAs egna märkesvaror ska vara tredjepartscertifierade enligt en produktsäkerhetsstandard godkänd av Global Food Safety Initiative (GFSI). Dessa standarder omfattar bland annat ledningssystem för livsmedelssäkerhet, riskanalys och kritiska styrpunkter (HACCP) och god tillverkningssed.

ICA-koncernens mål var att 80 procent av alla livsmedelsleverantörer av våra egna varor¹ skulle vara tredjepartscertifierade enligt GFSI år 2012, men vi nådde inte ända fram. Arbetet med att se till att vi alltid har uppdaterade certifikat i våra system har fortsatt under året, men det tar längre tid att driva igenom GFSI-kravet än vi räknat med. Andelen kvalitetscertifierade livsmedelsleverantörer av våra egna varor ökade något jämfört med 2011. Att andelen inte ökat mer beror på att kvalitetscertifikat för ett flertal leverantörer till ICA Sverige har löpt ut under året. Fokus ligger nu på insamling och godkännande av nya certifikat samt en mer strukturerad uppföljning av nyckeltalen i ledningsgrupperna. Resultatet för koncernen som helhet var 57 (56) procent för 2012. 2011 redovisades resultatet enbart för våra matleverantörer (exklusive frukt och grönt). Andelen för enbart matleverantörer är i år 76 (74) procent.

Vi arbetar också med vår egen kvalitetsstandard på marknader där tredjepartscertifiering ännu inte är etablerad, eller där vi ser behov av fler kontroller.

Under 2008 var vi med och tog fram en tredjepartsstandard, IP Livsmedelsförädling, för småskalig livsmedelsproduktion och avtalade låga revisionspriser för små producenter. Tack vare den här standarden finns nu en förteckning med närmare 700 lokala leverantörer som på ett säkert sätt kan leverera produkter direkt till ICA-butiken. Systemet främjar både lokal produktion och butikernas lokala förankring.

Leverantörer av egna märkesvaror inom kosmetik- och hygienprodukter ska vara certifierade enligt BRC Global Standard Consumer Products (BRC CP) eller annan likvärdig standard. För övriga leverantörer av ICAs egna varor som inte är livsmedel är målet att de ska vara certifierade enligt BRC CP, ISO 9001 eller annan likvärdig standard.

Under året har de svenska inköpsorganisationerna utbildats i processer och regler kring kvalitetssäkring, bland annat hur vi säkerställer att våra leverantörer och produkter lever upp till ICAs hållbarhetsrelaterade krav.

¹ Med egna varor menas i huvudsak egna märkesvaror.

Så kvalitetssäkrar vi våra produkter

Under 2012 certifierades ICAs svenska inköpsprocesser enligt den internationella kvalitetsstandarden ISO 9001. ISO-certifieringen är ett välförtjänt erkännande av att ICAs arbetssätt fungerar på ett tillfredsställande och transparent sätt. Certifieringen handlar i praktiken om att känna till vilka krav som gäller på ICA och hur vi fastställer dem, att ledningen tar ansvar för arbetet med att genomföra kraven inom organisationen, att arbeta systematiskt med processer, arbetsbeskrivningar och system, att ha tydliga mål, att upptäcka egna fel och brister samt att arbeta med kontinuerliga förbättringar.

I samband med certifieringen granskades hållbarhetsarbetet i de svenska inköpsprocesserna och en kvalitetshandbok, med krav på produkter och leverantörer, har utvecklats för att nå tydligare och effektivare rutiner. Dessutom har ett IT-system implementerats för att kunna följa upp inköpsorganisationernas hållbarhetsaktiviteter.

Alla ICAs egna varor genomgår sensoriska tester och kvalitetstester på vägen till färdig produkt. Vid sensoriska tester bedöms utseende, lukt, smak och konsistens. Ingredienser, näringsvärden och övriga egenskaper anges i detalj i interna produktspecifikationer. För varor som bakpulver, tvättmedel och husgeråd testar vi dessutom varornas funktion. Alla produkter granskas och godkänns för att säkra att de följer ICAs policyer och interna riktlinjer. Även förpackningsinformationen kontrolleras och godkänns.

Under 2012 genomförde ICA-koncernen totalt runt 9 000 (11 000) tester av våra egna varor, varav omkring 2 700 (3 000) sensoriska tester på nya och befintliga produkter.

Så kvalitetssäkrar vi distributionen

Varornas goda kvalitet bibehålls genom hela distributionskedjan fram till butikerna. Produkterna kvalitetssäkras genom egenkontroller och produktsäkerhetsarbete, som bland annat innefattar en fullt genomförd HACCP-plan (Hazard Analysis and Critical Control Points). HACCP-planen krävs enligt lag och beskriver hur företaget utforskar, bedömer och kontrollerar livsmedelsrisker.

De svenska logistikprocesserna är sedan 2012 certifierade enligt den internationella standarden BRC S&D. Förkortningen står för British Retail Consortium Storage and Distribution och certifieringen utfärdas av British Retail Consortium. BRC S&D är en kvalitetsstandard för detaljhandelsföretag, som omfattar produktsäkerhet, kvalitet och regelefterlevnad. Vi ser certifieringen som ett viktigt bidrag till ICAs kvalitetsarbete och ett kvitto på noggrann och välfungerande kvalitetssäkring. För ICA har certifieringen skapat trygghet, förståelse och effektivitet i arbetet genom kravspecifikationer och klart definierade rutiner och verktyg. Kraven som ställs i BRC S&D-standarderna är oftast mycket tydliga och omrevisioner görs regelbundet för att avgöra om certifieringen får kvarstå.

Logistikfunktionen i Sverige fortsätter att utveckla verksamheten genom att arbeta strukturerat med olika förbättringar. En av de metoder som används är 5S, som innebär att verksamheten Sorterar, Strukturerar, Städar, Standardiserar och Skapar en vana. Syftet är både att förbättra kvaliteten och effektiviteten i arbetet och att skapa referenspunkter för ett fortsatt förbättringsarbete. Utrullningen av 5S startade under 2011, och under 2012 användes 5S systematiskt för att säkra en högpresterande och stabil verksamhet.

Så kvalitetssäkrar vi butikerna

Sedan 2009 har ICA-butikerna i Sverige tillämpat Svensk standard för livsmedelshantering i butik. ICA Sverige har haft en drivande roll i utvecklingen av standarden, som är världens första tredjepartsstandard för livsmedelssäkerhet i butik. I Sverige införs standardens rutiner i butik under ledning av våra kvalitetscoacher. Totalt har omkring 1 000 (1 000) butiker implementerat standarden och 339 (326) har reviderats och godkänts av ett externt kontrollorgan.

Under året lanserade ICA Sverige det digitala egenkontrollprogrammet IDE2 (version 2). Verket gör det enklare för den enskilda butiken att säkerställa att varorna hanteras i enlighet med livsmedelslagen. ICAs kvalitetscoacher ägnade mer än 7 000 timmar i svenska ICA-butiker för att lära kvalitetscheferna det nya systemet och justera det så att det passar verksamheten i respektive butik. Alla butiker har fått en heldagsutbildning i den uppdaterade och förbättrade versionen. I Sverige använder omkring 1 150 ICA-butiker systemet dagligen för livsmedelsinspektioner. IDE2 är ett av ICAs största it-system, med drygt 12 500 användare.

Under årets första hälft började det nya kvalitetsledningssystemet IDE2 tas i bruk, vilket fick till följd att inte samtliga svenska ICA-butiker genomförde en årlig internrevision. Syftet med en internrevision är att kontrollera att ledningssystemet fungerar, så systemet måste förstås införas innan det kan revideras. ICA kommer att återuppta de årliga internrevisionerna under 2013. Revisionen utförs av ICAs kvalitetscoacher för att trygga en hög och jämn kvalitet i alla butiker oavsett verksamhetens storlek och omfattning.

Under 2012 förtydligade ICA Sverige sina centrala riktlinjer för hantering av varor i butik med mer detaljerade instruktioner för märkning, särskilt märkning av förpackningsdatum. Åtgärderna föregicks av en medial granskning i juni om bristande hantering av varor i en enskild ICA-butik. I artiklarna uppgavs att ost, lax och köttfärs hade hanterats fel och märkts med felaktiga datum. Varken ICAs egna revisioner eller tredjepartsrevisioner bekräftade påståendena om brister i datummärkningen av kött eller lax. Däremot fanns brister i hanteringen av butiksförpackad dessertost, som inte märkts med korrekt förpackningsdatum. För att åtgärda bristen utarbetade ICA-butiken tillsammans med en av ICAs kvalitetscoacher en åtgärdsplan för butikens rutiner.

I mitten av oktober kom uppgifter i svensk media om att fläskfilé med ursprung i Ungern märkts och sålts som oxfilé. ICA, centralt, köper inte in nötkött från Ungern och kunde snabbt konstatera att de aktuella leverantörerna inte heller anlåtats. ICA tog direkt kontakt med Livsmedelsverket, SLV, och informerade och samarbetade med SLV löpande. ICAs kvalitetscoacher fick information om hur märkningen var gjord. Informationen fördes vidare till butikerna, och felmärkt filé upptäcktes i ett fåtal av ICAs drygt 1 300 butiker. De butiker som hittade köttet har köpt in det direkt från en certifierad leverantör.

ICA har haft en ledande roll i utvecklingen av en international livsmedelsstandard för butiker. Syftet är bland annat att möjliggöra certifiering av ICA Norges och Rimi Baltics butiker med den svenska standarden som mall. Arbetet samordnas av branschorganisationen Svensk Dagligvaruhandel. I slutet av 2012 lades arbetet på is eftersom en redan befintlig standard utreds som möjligt alternativ. Under året reviderades sju norska Supermarked-butiker av tredje parter enligt de svenska riktlinjerna. Resultaten var mycket positiva. Sex butiker hade så små brister att de i Sverige skulle ha godkänts för 18 månader utan fler revisioner, medan en hade brister som skulle givit den ett godkännande för 12 månader före nästa revision.

I Norge har man även anställt kvalitetscoacher som sedan början av 2010 ger stöd och kontrollerar livsmedelssäkerheten i butikerna. Under 2011 tog arbetet fart med att anpassa butikernas kvalitetssystem efter den svenska standarden. I slutet av 2012 hade 175 ICA-butiker infört den, däribland alla ICA Supermarked-butiker. Än så länge mäter ICA Norge kvalitet i butik baserat på hygieninspektioner.

Rimi Baltic genomför internrevisioner för att se hur väl butikerna följer kvalitetsstandarderna och avvikelserna har varit få.

Kvalitetscertifierade ICA-butiker och butiker som implementerat Svensk standard för livsmedelshantering, ICA Sverige

	Accepterade av kontrollorgan (antal)	Implementerat standarden (antal)
2010	223	1125
2011	326	1068
2012	339	1045

Hygieninspektioner ICA Norge

	Antal
2010	458
2011	313
2012	263

När vi återkallar en produkt

PR2 ● Global Compact 1

Totalt antal fall där regler och frivilliga koder gällande hälso- och säkerhetspåverkan från produkter och tjänster under deras livscykel inte efterlevts. Informationen ska ges uppdelat efter effekten av bristen på efterlevnad.

PR4 ● Global Compact 8

Totalt antal fall där bestämmelser och frivilliga koder för information om och märkning av produkter och tjänster inte följts. Informationen ska ges uppdelat efter effekten av bristen på efterlevnad.

När vi misstänker att en såld produkt medför en hälsorisk, tar vi kontakt med ansvarig tillsynsmyndighet, tar bort produkten från hyllorna och skickar ut ett pressmeddelande. Totalt gjorde ICA-koncernen 36 (72) publika återkallelser under 2012. Av dessa gjorde ICA Sverige 21 (17), ICA Norge 13 (44) och Rimi Baltic 2 (11).

Bland de publika återkallelserna av egna märkesvaror fanns exempelvis nötfärs av märket ICA som stoppades den 4 februari efter att en rutinkontroll påträffat salmonella i produkterna. Den 1 juni återkallades ICA To Go färdigmat som innehöll odeklarerat sesamfrö och den 4 juni återkallades en lektunnel av säkerhetsskäl. Den 17 juni stoppades några batchnummer av Euroshopper Tonfisk i vatten efter misstanke om otillräcklig värmebehandling. Den 19 november hittades listeria vid en rutinkontroll i två sallader av märket ICA To Go och partiet återkallades. Kallrökt lax av märket ICA Basic återkallades den 11 december efter förekomst av listeria. I samtliga dessa fall har leverantörerna följts upp med besök och dokumenterad återkoppling.

Under februari 2013 uppdagades att ICA Basic Lasagne innehöll odeklarerat hästkött. Denna produkt återkallades. Övriga egna märkesvaror innehållande nötkött är skickade till analys och vi inväntar analysvar under februari och mars innan vidare åtgärder tas.

För mindre allvarliga kvalitetsproblem, såsom avvikande konsistens, avvikande utseende, problem med etiketter och mindre märkningsfel, drar vi tillbaka partiet från lager och butik. Under 2012 återkallade ICA-koncernen totalt 984 (1 098) produkter, varav ICA Sverige 80 (99), ICA Norge 93 (72) och Rimi Baltic 811 (927). Av dem var 307 (371) egna märkesvaror.

Återkallade produkter, ICA-koncernen, Antal

	Egna märkesvaror	Återkallade
2010	363	951
2011	371	1 170
2012	318	1 020

Våra mervärdesprodukter

PR3 Global Compact 8

Typ av produkt- och tjänsteinformation som krävs enligt rutinerna, samt andel i procent av produkter och tjänster som berörs av dessa krav.

De produkter vi säljer ska självklart följa lagstiftningen om märkning och ingående ämnen. Samtliga egna märkesvaror kontrolleras för att säkra att kraven efterlevs. Ambitionen är också att ha ett stort sortiment av hälsosamma, miljömärkta, ekologiska och etiskt märkta produkter och att hela tiden tänka miljövänligt vid urvalet.

Sundare matvanor för alla

ICA-koncernens mål är att gå i täten och stimulera till sunda matvanor. Till målet hör även att inspirera och uppmuntra matöverkänsliga, som är en växande kundgrupp på våra nordiska marknader. Vi är redan branschledande inom allergianpassade produkter i Sverige.

Vi arbetar kontinuerligt med att förenkla för allergiker genom att tillhandahålla ett bra och brett sortiment, liksom informativt och tillgängligt material. Under året tog vi fram nya och uppdaterade allergikort med information om vad personer med olika slags allergier kan äta och inte. På ena sidan av kortet står vad man kan äta och på andra sidan vad man måste eller bör undvika. De är mycket viktiga för alla som är drabbade och deras omgivning.

Nyckelhålmärkta produkter

2009 blev nyckelhålet en nordisk hälsosymbol, som nu används av hela den nordiska livsmedelsbranschen. ICA Norge introducerade nyckelhålet för norska konsumenter 2006.

Antal och försäljning av nyckelhålmärkta produkter i Sverige och Norge

Nyckelhålmärkta produkter i ICA- och Rimi-butiker	2012	2011	2010
ICA Sverige, antal (försäljningsutveckling)	1 192 (+8%)	1 242 (-14%)	1 158 (-5%)
ICA Norge, antal (försäljningsutveckling)	733 (-16%)	800 (+11%)	670 (-15%)

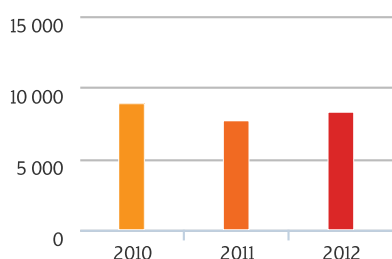
Nyckelhålmärkta produkter, topp 5¹

- 1: Grönsaker
- 2: Mjök
- 3: Fukt och bär
- 4: Smörgåsmat
- 5: Matbröd

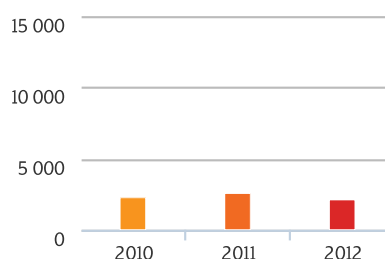
1) Baserat på försäljningen i svenska ICA-butiker.

Försäljning av nyckelhålmärkta produkter

ICA-butiker i Sverige, MSEK



ICA- och Rimi-butiker i Norge, MNOK



Gluten- och laktosfria alternativ

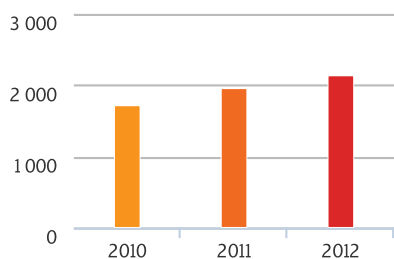
Vi har ett brett sortiment med gluten- och laktosfria alternativ för att ge livsmedelsallergiker mer att välja på. Alla matrecept som vi tar fram anpassas för att göra vardagen enklare för matallergiker.

Produkter för livsmedelsöverkänsliga i ICA- och Rimi-butiker

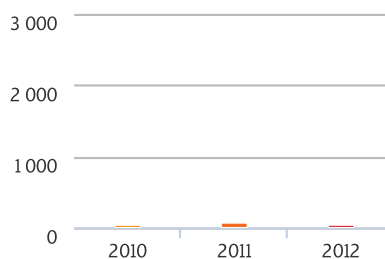
	2012	2011	2010
ICA Sverige, antal (försäljningsutveckling)	763 (+10%)	640 (+13%)	630 (+7%)
ICA Norge, antal (försäljningsutveckling)	59 (-52%)	261 (+44%)	177 (+53%)

Försäljning av produkter för livsmedelsöverkänsliga

ICA-butiker i Sverige, MSEK



ICA- och Rimi-butiker i Norge, MNOK



Ekologiska produkter

Vårt eget ekologiska märke, ICA I love eco, finns på alla våra marknader. Introduktionen i Baltikum under 2010 togs emot mycket positivt. ICA I love eco ses som ett prisvärt ekologiskt alternativ. I Sverige är ICA I love eco en framgång, som svarar för en betydande del av den ekologiska försäljningen.

Försäljningen av ekologiska produkter från ICAs centrala sortiment steg med 0,3 procent i Sverige jämfört med samma period föregående år. Försäljningen av ICA I love eco-produkter steg med 10 procent. Ekologisk frukt och grönsaker ökade med 13 procent, vilket till stor del beror på att ett ökat antal produkter lanserats under året inom denna kategori, bland annat ekologiska äpplen och päron i lösvikt. Andra produktgrupper med stark utveckling var kött, ägg och kaffe. Däremot backade mejerivaror, som är den största ekologiska kategorin och som normalt står sig mycket stark. ICAs totala försäljning av ekologiska produkter har mer än fördubblats sedan 2007. Den nuvarande stabiliseringen av ökningstakten är i linje med den ekologiska marknaden som helhet. En förklaring kan vara att miljöfrågor inte längre står lika högt på samhällsagendan. En annan är den försämrade konjunkturen i Sverige som får kunderna att inrikta sig på billigare varor. ICAs mål är att fortsätta utveckla det ekologiska sortimentet med fokus på färskvaror samt frukt och grönt.

Försäljningsnedgången i Norge kan hänföras till försäljningen av ICA Maxi-butiker under året.

Produkter under varumärket ICA I love eco är certifierade enligt EUs ekologiska kriterier, och ibland även enligt KRAVs regler i Sverige eller Debios i Norge. Animaliska råvaror i våra egna ekologiska produkter måste vara godkända enligt KRAV i Sverige eller Debio i Norge, eftersom de ställer högre krav än EU vad gäller djuromsorg. Under 2012 fanns omkring 225 (215) ICA I love eco-produkter i sortimentet.

Ekologiska produkter i ICA- och Rimi-butiker	2012	2011	2010
ICA Sverige, antal (försäljningsutveckling)	1 021 (0,3%)	1 077 (4%)	1 138 (5%)
ICA Norge, antal (försäljningsutveckling)	302 (-23%)	479 (3%)	426 (-4%)
Rimi Baltic, antal (försäljningsutveckling)	1 544 (-)	1 156 (-)	771 (-)

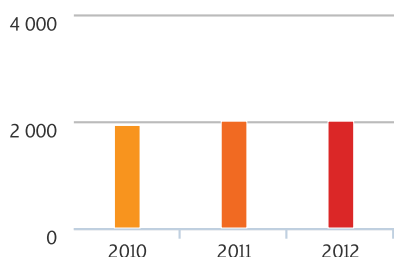
Ekologiska produkter topp 5²

- 1: Mjölk
- 2: Filmjölk/naturell yoghurt
- 3: Kaffe
- 4: Ägg
- 5: Barnmat

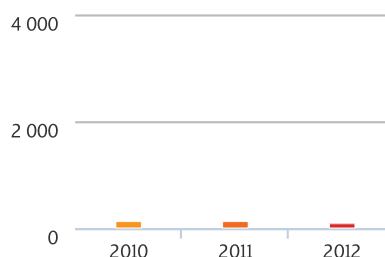
2) Baserat på försäljningen i svenska ICA-butiker.

Försäljning av ekologiska produkter

ICA-butiker i Sverige *, MSEK



ICA- och Rimi-butiker i Norge, MNOK



* Den totala försäljningen av ekologiska produkter är högre då dessa siffror endast omfattar produkter levererade från ICAs centrallager och ej produkter som respektive ICA-butik köpt in direkt från exempelvis lokala leverantörer.

Fairtrade-produkter

De etiska märkningar vi godkänner är Fairtrade, Rainforest Alliance och UTZ Certified. Under 2012 steg försäljningen av Fairtrade-märkta produkter i ICA Sveriges centrala sortiment med 27 procent. Försäljningsökningen beror till stor del på ett ökat antal Fairtrade-märkta produkter, däribland ett återinförande av ICAs egna rosor från Kenya.

Fairtrade-produkter i ICA- och Rimi-butiker	2012	2011	2010
ICA Sverige, antal (försäljningsutveckling)	116 (27%)	79 (4,6%)	113 (+8%)
ICA Norge ³ , antal (försäljningsutveckling)	70 (i.u.)	i.u. (i.u.)	45 (-8%)
Rimi Baltic, antal (försäljningsutveckling)	54 (i.u.)	71 (i.u.)	36 (i.u.)

3) Under 2011 infördes ett nytt datasystem som medförde osäker datakvalitet, detta gäller även försäljningsutvecklingen 2012.

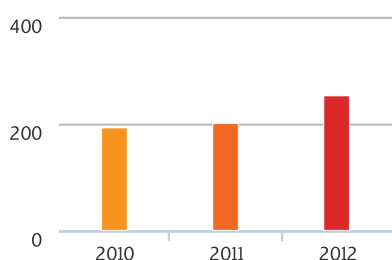
Fairtrade-produkter topp 5⁴

- 1: Bananer
- 2: Kaffe
- 3: Glass
- 4: Konfektyr (främst chokladkakor och praliner)
- 5: Socker/sötningsmedel

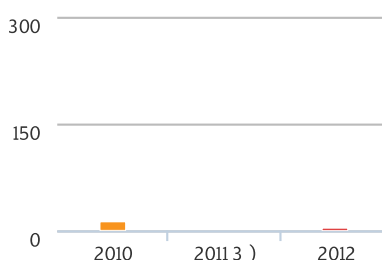
4) Baserat på försäljningen i svenska ICA-butiker.

Försäljning av Fairtrade-produkter

ICA-butiker i Sverige, MSEK



ICA- och Rimi-butiker i Norge, MNOK



3) På grund av nytt datasystem 2011 vilket medfört osäker datakvalitet kan detta ej redovisas.

Så resonerar vi om E-nummer och kemikalier

Frågan om tillsatser i mat är alltjämt aktuell i den svenska debatten. Många konsumenter har svårt att förstå vad E-numren står för och ifrågasätter om de verkligen är nödvändiga. Vår inställning är att tillsatser ska användas restriktivt och endast om de tillför ett mervärde för konsumenten, till exempel ökad matsäkerhet. I enlighet med gällande lagstiftning deklarerar vi tydligt tillsatserna i ingrediensförteckningen, så att kunderna kan fatta väl underbyggda beslut.

Vi arbetar även aktivt med att begränsa användningen av kemiska ämnen som kan vara skadliga för människor och miljö. Enligt den europeiska kemikalielagstiftningen (REACH) är vi skyldiga att på en kunds begäran informera om en viss produkt innehåller något ämne som kan klassificeras som skadligt. Vårt mål är att inte sälja varor som innehåller sådana ämnen. I våra avtal förbinder sig leverantörerna att följa våra kemikalierestriktioner. Vi ser till att de följer restriktionerna genom stickprov och inspektioner.

Många konsumenter har oroats över bisfenol A i förpackningar och produkter. ICA Sverige har sedan flera år fasat ut bisfenol A i kassakvitter, nappflaskor och andra barnprodukter. Vi har nu också fasat ut bisfenol A i matlådor av plast samt i ett antal förpackningar, där vi gått från konserver till tetraförpackningar. Vår ambition är att fasa ut förpackningar som innehåller bisfenol A helt och hållet, men det finns vissa produktionstekniska utmaningar som vi först måste lösa.

Så resonerar vi om djuromsorg och GMO

Våra produkter ska tillverkas under värdiga förhållanden. Djur ska inte fara illa och naturliga råvaror ska inte förändras utan goda och genomtänkta syften. Produkter som säljs av ICA ska kunna spåras till tid och plats för tillverkningen. På färskt kött ställer vi hårdare krav på djuromsorg än EUs lagstiftning och tar helt avstånd från rasen belgisk blå.

I ICA I love eco-sortimentet ska alla animaliska råvaror vara godkända enligt KRAV i Sverige eller Debio i Norge, eftersom de ställer högre krav än EU vad gäller djuromsorg. Våra egna produktserier ICA Selection Gårdsgris, ICA Selection Hälsingestintan och Naturbeteskött bidrar också till att värna djuromsorgen. Under 2012 genomförde ICA Sverige revisioner kring djuromsorg på alla våra centrala EMV-leverantörer av färskt kött.

Organisationen Djurens rätt fortsatte under 2012 en kampanj med insändare och e-post riktad mot ICA och andra livsmedelsföretag i Sverige för att få butikerna att ta bort ägg från burhöns. 100 procent av äggen under ICAs eget varumärke i det centrala svenska sortimentet kommer från frigående höns. Från andra leverantörer kommer cirka 90 procent från frigående höns, vilket beror på otillräcklig tillgång. Under 2012 förde vi en dialog med Djurens rätt i frågan.

Vi är i grunden positiva till ny teknik som ger konsumenterna förbättrade produkter. Av etiska och miljömässiga skäl ifrågasätter vi dock produktion och odling av genmodifierade livsmedel och grödor som inte produceras i en sluten miljö. Genmodifierade (GMO) livsmedel och ingredienser ska hållas separerade och vara spårbara. Konsumenterna har rätt till information om huruvida en produkt består av eller innehåller ingredienser med genmodifierat ursprung. Inga sådana produkter ska ingå i vårt sortiment. Beslut om huruvida sådana livsmedel ska tas in i sortimentet fattas av ICAs koncernledning.

Så uppfattas vi av kunderna

PR5 ●

Rutiner för kundnöjdhet, inklusive resultat från kundundersökningar.

Vi arbetar systematiskt med både interna och externa kundundersökningar för att kommunicera med konsumenterna och ta del av hur de ser på oss och våra produkter. Bland annat använder vi Svenskt Kvalitetsindex, SKI, för den svenska detaljhandeln. Betyget i senaste SKI (2012) har ökat något från året innan och ICA i Sverige toppar fortfarande inom dagligvaruhandeln med ett resultat på 74,5. Totalt sett ligger ICA över branschgenomsnittet som är 73,3. Generellt upplever kunderna de olika livsmedelsbutikerna som likvärdiga. Skillnaderna som finns är på förväntningar, den upplevda produktkvaliteten och lojaliteten. Det handlar framför allt om skillnader i förväntningar på de tilläggstjänster som erbjuds, den upplevda kvaliteten på varorna och hur troligt det är att man rekommenderar butiken till någon annan. Även om betyget i senaste SKI gått ned något så bibehåller ICA banken andra plats när det gäller högst nöjdhet och lever på ett mycket bra sätt upp till kundernas höga förväntningar. ICA banken ökar i betyg på bankens produkter för femte året i rad och banken erhåller högst betyg av bankerna på upplevelsen av bankens produkter. Överlag har storbankerna rasat i kundnöjdhet och lojaliteten ligger på den lägsta nivån på tio år.

I vårt eget Nöjd Kund Index (NKI) som genomförs varje år har vi i Sverige under flera år fått goda kundbetyg och respektive profil står stark jämfört med sitt marknadssegment (stormarknad, supermarket och närbutiker). I årets mätning var kundnöjdheten för ICA på samma nivå som 2011, 78, att jämföra med marknadsledaren City Gross som driver enbart ett format och får betyget 82.

ICAs Call center har i uppdrag att hålla kontakt med kunder, butiker och leverantörer. Under 2012 räknade vi till över 107 000 kundkontakter i Sverige och Norge via telefon och e-post. Kunderna ställde framför allt frågor om våra produkter, till exempel om näringsinnehåll, ingredienser, förpackningar och ursprung, och om ICAs olika kundmedia, exempelvis ICA.se och ICA handla-appen som lanserats i Sverige under året.

Kundkontakt via ICAs Call center i Sverige och Norge

Antal	2012	2011	2010
Antal e-post	53 337	43 834	52 181
Antal telefonsamtal	53 803	51 470	49 981

Koder för marknadskommunikation

PR6

Program för efterlevnad av lagar, standarder och frivilliga koder för marknadskommunikation, inklusive marknadsföring, PR och sponsring.

Vår övergripande inställning till sponsring är att den ska stödja koncernens långsiktiga affärsplan med fokus på mat och hälsa, socialt ansvarstagande, miljö och hållbar utveckling. Vi engagerar oss på olika sätt och särskilt i Sverige och Norge prioriterar vi projekt riktade till barn och ungdomar. Sponsringspolicyn med riktlinjer följer de principer som tagits fram av International Code of Sponsorship.

Under 2012 genomfördes ett antal så kallade kontrollköp i ICA-butiker Sverige. Syftet med kontrollköpen är att verifiera att kassapersonalen kontrollerar legitimation på kunder som köper produkter med åldersgräns, exempelvis tobak och folköl. Kontrollköp genomförs av personer som är över 18 år men inte fyllt 22 år. De ska också se unga ut. Avsikten är att kassapersonalen ska misstänka att "kunden" är under 18 år och därför fråga efter legitimation. Kontrollköpen syftar dels till att göra kassapersonalen vaksam, dels fungerar de som en fortlöpande utbildning och påminnelse. Vi ser att tätare provköp ger ökad uppmärksamhet och ett allt bättre resultat. Kontrollköparna handlar varor ur följande produktgrupper: öl, tobak, receptbelagda läkemedel och spel. Totalt genomfördes under året 54 440 (50 921) kontrollköp av de här produktgrupperna. Av dem var 83 (76) procent godkända.

I Norge döljer numera alla butiker tobaksprodukter enligt en lag från 2010. ICA-handlarna i Sverige diskuterar ett liknande beslut på sikt. Under året har Rimi Estland ändrat sina rutiner för cigarettförsäljning i stormarknaderna. Tidigare fanns alla cigarettmärken synliga vid kassorna, men nu måste kunderna be kassören om just det märke de vill ha. Dessutom finns bara tio märken i kassan. Om kunderna vill ha ett annat fabrikat måste de gå till informationsdisken. Tanken är att göra det svårare att köpa cigaretter, särskilt för barn.

Under 2009 förändrades den svenska apoteksmarknaden, vilket medfört att flertalet ICA-butiker valt att sälja vissa receptfria läkemedel. Under 2010 öppnade ICA Sverige också fullskaliga apotek med namnet ICA Cura i ett antal större ICA-butiker runt om i landet. I slutet av 2012 hade Cura apoteket omkring 50 egna märkesvaror i sortimentet. På landsbygden har flera ICA-butiker redan under lång tid agerat apoteksombud och erbjudit läkemedel.

Den nya apoteksmarknaden innebär stora möjligheter men också utmaningar för en livsmedelshandlare. Läkemedelsverket har strikta krav på hur de receptfria läkemedlen ska exponeras för att undvika att de hamnar i orätta händer. ICA för en löpande dialog med Läkemedelsverket och ser regelverket som en bra utgångspunkt för att butikerna ska kunna trygga kundernas säkerhet.

ETISK HANDEL

Vi verkar för handel på mänskliga villkor

Vi är på rätt väg när det gäller att samtliga leverantörer av våra egna varor i högriskländer* ska vara socialt reviderade 2012, även om vi inte riktigt har nått det målet. I de svenska bärskogarna har vi gjort uppföljningar av 2011 års revisioner av arbetsförhållanden.

I slutet av 2012 var cirka 74% (67%) procent av de produktionsenheter, fabriker, farmer eller packhus, som ligger i högriskländer och som tillverkar våra egna varor, socialt reviderade. Totalt under året har våra inköpskontor i Asien genom vårt eget kontrollverktyg ICA Social Audit genomfört cirka 150 (175) revisioner för att bevaka och följa upp arbetet. Målet att revidera samtliga leverantörer av egna varor i högriskländer är svårt att nå, eftersom arbetet å ena sidan är tidskrävande och det å andra sidan kontinuerligt tillkommer nya leverantörer.

De kontroller som ICA gjorde 2011 i de svenska bärskogarna av de organiserade bärplockarnas arbetsförhållanden följde vi upp under året. Resultatet visade på genomförda förbättringar, men arbete återstår bland annat när det gäller arbetstider, tillfälliga boenden och trafiksäkerhet.

Samarbeten inom branschen och med internationella aktörer av olika slag, liksom dialog med olika intressentgrupper kring etiska överväganden och kontroll av leverantörer, har också pågått under året och fortsätter även framöver.

Vårt ansvar för etisk handel

Vår fasta övertygelse är att all handel ska ske på mänskliga villkor. Vi säljer produkter från hela världen, och ska kunna svara på kundernas frågor om var produkterna de köper kommer ifrån och under vilka villkor de har producerats. Vårt mål är att samtliga av dem ska ha kommit till på ett schysst sätt. Vi accepterar inte diskriminering, avsaknad av rätt till föreningsfrihet och kollektivavtal, barnarbete eller andra brister i efterlevnaden av de mänskliga rättigheterna. Detta tydliggörs i våra policyer och i våra avtal med samtliga våra leverantörer. Vi finns också ute i världen för att bättre kunna samarbeta med leverantörerna, kontrollera produktionen och verka för förändring genom samarbeten med andra branschaktörer. Våra krav baseras på FNs deklaration om mänskliga rättigheter, Barnkonventionen och ILOs (International Labour Organisation) kärnkonventioner.

Mål

Koncernmål:

100 procent av ICAs leverantörer av egna varor i högriskländer* ska vara socialt reviderade 2012.

Måluppfyllelse 2012:

I slutet av 2012 var 74% (67%) av de produktionsenheter, fabriker, farmer och packhus som ligger i högriskländer och som tillverkar våra egna varor socialt reviderade.

Läs mer under Mål och måluppfyllelse

Policy

- ICA-koncernens policy för kvalitet, miljö och socialt ansvar (pdf).
- ICA-koncernens policy för affärsetik (pdf).

*Med egna varor menas i huvudsak egna märkesvaror. Länder med hög risknivå enligt FNs utvecklingsprogram Human Development Index och Economic Security Index (UNDP).

ETISK HANDEL

Väsentliga händelser 2012

Ledningsverktyg

Med hjälp av vårt eget kontrollverktyg ICA Social Audit genomfördes cirka 150 (175) revisioner i de fabriker som producerar våra egna varor. Sammanlagt har nu 74 (67) procent av våra leverantörer och produktionsplatser i högriskländer inspekterats. Målet att samtliga leverantörer och produktionsplatser i högriskländer skulle vara godkända i slutet av 2012 nåddes inte eftersom arbetet tar längre tid än beräknat. HR2

Vi avbröt produktionen vid 12 fabriker under 2012, eftersom leverantörerna inte uppfyllt ICAs krav på mänskliga rättigheter. HR4-7

ICA följde upp en tidigare inspektion från 2011 av arbetsvillkor för organiserade bärplockare i svenska skogar. Kontrollerna visade på förbättringar jämfört med året före, men det krävs fortfarande fler åtgärder. Case: Uppföljning i bärskogen

Sortiment

Försäljningen av Fairtrade-produkter i Sverige steg med 27 procent jämfört med 2011. Det fanns 116 Fairtrade-märkta produkter i ICA Sveriges centrala sortiment. Bland annat återinfördes ICAs Fairtrade-rosor från Kenya. PR3

Kunskap och medvetenhet

ICA Sverige bjöd in till en uppföljande intressentdialog kring mänskliga rättigheter och miljö tillsammans med representanter från ideella organisationer, Regeringskansliet, märkningsorganisationer och näringslivet. Främst handlade utbytet om att följa upp vad som gjorts utifrån de synpunkter som kom fram vid dialoge 2010. Ett centralt ämne då var önskemål om ökad transparens och mer information till konsumenterna från ICA, vilket bland annat lede till att ICA utökade den externa informationen om sina leverantörer i olika delar av världen samt la ytterligare kraft på att förbättra hållbarhetsredovisningen. Dialogdeltagarna konstaterade att ICA har gjort, men att det finns mer att göra.

ICA Sverige höll även en intressentdialog tillsammans med representanter från svenska bärleverantörer, detaljhandeln, livsmedelsbranschen, statliga verk, branschorganisationer och fackförbund. Syftet var att vidareutveckla kontroll och uppföljning för såväl organiserad som oorganiserad bärplockning i Sverige för att säkra goda arbetsförhållanden. Under mötet framkom att det finns ett behov av att samarbeta mer i frågan och att det bäst görs genom bildandet av arbetsgrupper. Till ett uppföljande rundabordsmöte ska arbetsgrupperna ta fram konkreta förslag på hur man kan komma vidare i frågan.

I ett samarbetsprojekt med syfte att främja skyddet av barns rättigheter i arbetslivet genomfördes utbildningar för unga arbetstagare i Asien. HR4-7

ICA Norge deltog i skapandet av en detaljhandelsgrupp inom Ethical Trading Initiative (ETI). ETI är ett forum för etisk handel och andra utmaningar i globala distributionskedjor, som ICA Norge varit medlem i sedan 2001. Under 2012 lanserades ett initiativ för att undersöka arbetsförhållanden för tomatplockare i Italien. SO5

CASE: ETISK HANDEL

Uppföljning i bärslogen

De senaste åren har vi kunnat läsa om bärplockare i de svenska skogarna som arbetar under bristfälliga förhållanden och inte får tillräckligt betalt för sina arbetsinsatser. Så även 2012. ICA vill kunna sälja svenska bär, men måste då säkra att bärplockarna har acceptabla villkor. Om bäruppköpen sköts på rätt sätt, så ger de arbetstillfällen och bättre ekonomiska möjligheter för tusentals bärplockare.

2011 började ICA därför som första aktör i branschen att genomföra sociala granskningar av bärplockare i de svenska skogarna. Förra året hade vi avtal med två leverantörer av våra egna varor, som i sin tur har avtalen med de bäruppköpare som vi genomför de sociala revisionerna på.

Under 2012 följde vi upp den första granskningen av arbetsförhållanden för de organiserade bärplockarna. För att se hur deras villkor är och hur de kan bli bättre utgick vi från de metoder vi använder vid revisioner i utvecklingsländer och anpassade dem till svenska förhållanden.

Vi var ute i skogarna med ett tredjepartsrevisionsbolag och egen tolk för att prata med bärplockarna som 2012 kom från Thailand. Resultatet av de uppföljande kontrollerna visade på förbättringar från föregående år, men fortfarande kunde vi slå fast brister inom exempelvis trafiksäkerhet, boende och för långa arbetsdagar.

ICA vill också öka samverkan med andra aktörer i branschen för att kunna förbättra arbetsförhållandena för såväl organiserade som fria plockare.



ETISK HANDEL

Fokus framöver

Att se till att våra egna och marknadens krav uppfylls förblir en viktig uppgift.

Vi har länge krävt att normer för mänskliga rättigheter efterlevs vid tillverkningen av våra produkter, och vi arbetar vidare mot målet att ha alla leverantörer av ICAs egna märkesvaror i högriskländer¹ socialt reviderade. Arbetet med leverantörer pågår fortlöpande för att se till att våra och marknadens krav uppfylls. Vi avser att rapportera såväl framsteg som bakslag öppet och ärligt. Vi fortsätter även utvecklingen av vårt eget sortiment med Fairtrade-, UTZ Certified- och Rainforest Alliance-märkta produkter.

Viktiga aktiviteter 2013

- Vi ska fortsätta arbetet med egna sociala revisioner och se till att leverantörerna använder tredjepartsrevisioner. Koncernens mål är att alla leverantörer av ICAs egna varor i högriskländer¹ ska vara socialt reviderade.
- Vi ska främja kapacitetsbyggande genom att ge leverantörerna mer stöd i deras förbättringsarbete.
- Vi ska delta i samarbetsforum för att föra framåt frågor om mänskliga rättigheter, exempelvis genom ICAs intressentdialoger och deltagande i olika grupperingar som Unicef och Centre for Child Rights and Corporate Social Responsibility (CCR CSR).
- Vi fortsätter kartläggningen av kritiska råvaror och vilka ytterligare krav vi behöver ställa vid våra inköp av dem.

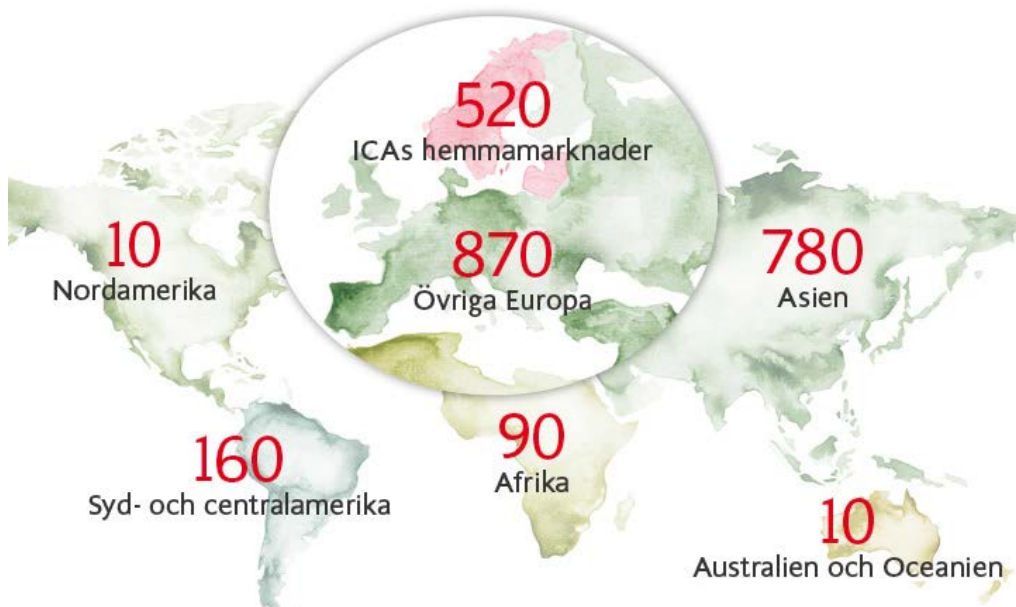
¹Länder med hög risknivå enligt FNs utvecklingsprogram Human Development Index och Economic Security Index (UNDP).

ETISK HANDEL

ICAs värld av leverantörer

ICA gör affärer över hela världen. Det innebär att vårt ansvar också sträcker sig över gränserna. Nedan redovisar vi var i världen vi är aktiva när det gäller inköp och produktion av våra egna varor.

Antal produktionsplatser för egna varor



Antalet produktionsenheter är inte statistiskt utan beror både på sortimentet i våra butiker och på säsongsförändringar. Arbetet med att kartlägga de produktionsplatser där våra egna varor tillverkas har fortgått under året och är inne i ett slutskede. I takt med att kartläggningen görs ökar antalet produktionsenheter, främst inom frukt och grönsaker och andra varor än livsmedel.

ICAs hemmamarknader

De flesta varor som mejeriprodukter, kött, bröd, frukt, grönsaker och rotsaker kommer från våra närmaste marknader. Vi köper också varor som trädgårdsmöbler, våtservetter, grillkol och engångsartiklar.

Produktionsplatser: Omkring 520.

Övriga Europa

I Europa ligger fokus på inköp av mat som kex, krossade tomater, pommes frites och pasta. Vi köper även produkter för hem och hygien, som tvättmedel, tandkräm, stekpannor, ljus och rengöringsmedel.

Produktionsplatser: Omkring 870.

Asien

Ris, grönsakskonserver och nudlar är typiska exempel på varor vi köper in från Asien. Det är också från Asien vi främst handlar textilier som kläder, handdukar och lakan samt husgeråd, leksaker och kontorsmaterial.

Produktionsplatser: Omkring 780.

Syd- och Centralamerika

ICAs eget kaffe och egna bananer är exempel på vad vi handlar i Syd- och Centralamerika.

Andra exempel är torkad frukt och grönsaker, till exempel broccoli.

Produktionsplatser: Omkring 160.

Afrika

Från våra afrikanska leverantörer köper vi främst frukt och grönsaker, som mango, kiwi, vindruvor, avokado och tomater. Vi köper också andra varor som rosor från Afrika.

Produktionsplatser: Omkring 90.

Nordamerika

Vi handlar också en del produkter från Nordamerika. Popcorn och sötmandel är exempel på två varor som vi hämtar härifrån.

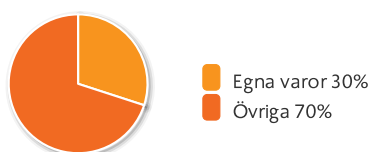
Produktionsplatser: Omkring 10.

Australien och länderna kring Stilla havet

Från Nya Zeeland och Australien köper vi exempelvis lamm, lök, kiwi och äpplen, som Royal Gala och Jazz. Ett annat exempel är ull.

Produktionsplatser: Omkring 10.

Försäljningsandel egna varor *



* Försäljningsandel för ICAs egna varor: dvs ICAs egna märkesvaror, inklusive frukt och grönt samt en majoritet av våra specialvaror.

ETISK HANDEL

GRI-indikatorer

HR2	Procent av betydande leverantörer och underleverantörer som har granskats avseende efterlevnad av mänskliga rättigheter, samt vidtagna åtgärder.	
HR3	Totalt antal personalutbildningstimmar som ägnats åt utbildning i policyer och rutiner för mänskliga rättigheter, som är relevanta för verksamheten, samt andelen av de anställda som genomgått sådan utbildning.	
HR4	Antal fall av diskriminering, samt vidtagna åtgärder.	
HR5	Verksamheter för vilka man uppmärksammat att föreningsfriheten och rätten till kollektivavtal kan vara väsentligt hotade och åtgärder som vidtagits för att stödja dessa rättigheter.	
HR6	Verksamheter för vilka man uppmärksammat att det finns väsentlig risk för fall av barnarbete och åtgärder som vidtagits för att bidra till avskaffande av barnarbete.	
HR7	Verksamheter för vilka man uppmärksammat att det finns väsentlig risk för tvångsarbete och obligatoriskt arbete, och åtgärder som vidtagits för att bidra till avskaffande av tvångsarbete eller obligatoriskt arbete.	

Se även PR3 - Våra mervärdesprodukter

Sociala revisioner för snabbare förbättringar

HR2 Global Compact 1-6

Procent av betydande leverantörer och underleverantörer som har granskats avseende efterlevnad av mänskliga rättigheter, samt vidtagna åtgärder.

Koncernens mål: 100 procent av leverantörerna av ICAs egna märkesvaror i högriskländer ska vara socialt reviderade 2012. Definitionen av högriskländer bygger på UNDPs (FNs utvecklingsprogram) Human Development Index och ILOs Economic Security Index.

För att följa upp och hjälpa de leverantörer som tillverkar våra egna varor att uppfylla våra krav, arbetar vi med revisioner för socialt ansvar, miljö och kvalitet. Sedan 2008 har ICA-koncernen etablerat inköpskontor i Hongkong, Shanghai och Ho Chi Minh City med team för produktkvalitet, miljösäkerhet och socialt ansvar. Genom att finnas nära leverantörerna i Asien får vi bättre insyn och värdefulla erfarenheter som underlättar samarbetet. Vår satsning har efter fyra år resulterat i större ömsesidig förståelse och bättre efterlevnad av våra krav på socialt ansvarstagande.

Våra asiatiska inköpskontor har runt fem revisorer anställda, vars arbete är att kontrollera respekten för mänskliga rättigheter. De arbetar även förebyggande genom att se över leverantörernas anställningsrutiner och diskutera hur de till exempel kan agera för att förbättra arbetsmiljön och undvika att anställa minderåriga. ICA-koncernen har ett eget kontrollsystem för social revision, ICA Social Audit, där kraven baseras på liknande kriterier som i Business Social Compliance Initiative (BSCI).

Genom att kombinera egna revisioner, utförda av egen personal eller konsulter, med tredjepartsrevisioner har den ofta tidskrävande processen att få till stånd granskningar av en tredje part skyndats på. Med ICA Social Audit kan vi hjälpa leverantörerna att snabbare förbättra arbetsförhållandena i produktionen. Granskningen av leverantörer inriktas på länder där risken för kränkningar av mänskliga rättigheter anses hög. Klassificeringen bygger på en analys av Human Development Index och Economic Security Index, som uppdateras ungefär vartannat år.

Vårt mål är att samtliga ICAs leverantörer av våra egna varor i högriskländer¹ ska vara socialt reviderade. Vår ambition var att nå 100% redan under 2012 och trots en ökande andel under året så uppnåddes detta inte. Främsta orsaken är att arbetet med att kartlägga och sedan revidera leverantörerna är mycket tidskrävande. För leverantörer av special-produkter och processad mat har vi kommit långt men mer insatser behövs för att säkerställa att samtliga leverantörer av frukt, grönsaker och blommor är socialt reviderade. I slutet av 2012 var cirka 74 procent av de fabriker, farmer eller packhus, som ligger i högriskländer, och som tillverkar våra egna varor, socialt reviderade. I slutet av 2011 var motsvarande andel 67 procent.

Under 2012 genomfördes cirka 150 revisioner enligt vårt eget verktyg ICA Social Audit med syfte att kontrollera och följa upp arbetet i de fabriker, farmer eller packhus som producerar våra egna varor. Under året genomfördes också ett flertal tredjepartsrevisioner enligt internationellt erkända standarder, såsom BSCI, ETI och SA8000, hos de produktionsenheter som producerar våra varor.

Vi inspekterar även leverantörer i andra länder, när vi ser en risk för brott mot mänskliga rättigheter. Exempelvis gjorde vi under det tredje kvartalet 2012 en uppföljning av en inspektion 2011 av arbetsförhållanden för organiserade bärplockare i svenska skogar. Efter rapporter om oacceptabla förhållanden var ICA det första svenska livsmedelsföretaget som tillämpade sociala revisioner av svenska förhållanden. ICA kontrollerar bland annat att de kontrakterade bärplockarna får korrekt information, får lön och har anställningsavtal och dokumenterade

arbetstider. Även levnadsförhållandena kontrolleras. Uppföljningen visade på förbättringar jämfört med året före, men mer återstår att göra. Brister fanns till exempel inom trafiksäkerhet (avsaknad av giltigt körkort och överlastade fordon), boende (trånga sovssalar) och långa arbetsdagar. Möjligheten att kontrollera arbetsförhållanden för så kallade fria plockare, det vill säga personer som plockar och säljer bär utan att vara anställda, bedöms vara begränsad. Det beror på att det inte finns något arbetsgivar-/arbetstagarförhållande och att alla privatpersoner har rätt att i begränsad omfattning sälja bär. I samband med att fria plockare säljer sina bär kontrolleras identitetshandlingarna och vilken mängd som plockats. Under 2011 gjordes stickprov. ICA vill öka samarbetet med branschen för att förbättra arbetsförhållandena för såväl organiserade som fria plockare.

Vi deltar i Global Social Compliance Program (GSCP) för att upprätta gemensamma normer för socialt ansvar hos leverantörer. Under 2011 lanserade GSCP ett referensverktyg för ömsesidigt erkännande av viktiga befintliga uppförandekoder (benchmark), och vi har varit delaktiga i utvecklingen av verktyget i en av arbetsgrupperna.

Genom vår delägare Royal Ahold är vi aktiva i Business Social Compliance Initiative (BSCI), ett europeiskt revisionssystem för leverantörer i högriskländer. Under 2012 genomförde BSCI ett antal utbildningsaktiviteter för asiatiska leverantörer där ICA var med och bistod. I början av februari 2013 blev det klart att Hakon Invest förvärvar Aholds aktier i ICA. I och med detta kommer vi att se över de nätverk ICA är delaktiga i via Ahold och utvärdera ett eventuellt medlemskap.

¹Med egna varor menas i huvudsak egna märkesvaror. Länder med hög risknivå enligt FNs utvecklingsprogram Human Development Index och Economic Security Index (UNDP).

Andel socialt reviderade leverantörer av våra egna märkesvaror, %

	2012	2011	2010
ICA-koncernen	74	67	68

Ökad kunskap ökar förståelsen

HR3 Global Compact 1-6

Totalt antal personalutbildningstimmar som ägnats åt utbildning i policyer och rutiner för mänskliga rättigheter, som är relevanta för verksamheten, samt andelen av de anställda som genomgått sådan utbildning.

Att utbilda våra medarbetare i riktlinjer och rutiner för samhällsansvar är av största vikt. Intern utbildning av sortiments- och inköpsorganisationen sker löpande. Anställda i koncernen utbildas genom webbaserade kurser i vår värdegrund ICAs Goda Affärer och tillhörande policyer. Målet är att samtliga ICA-anställda i Sverige och Norge ska genomgå kursen. I slutet av 2012 hade 28 (35) procent gjort det.

Att överföra kunskap till våra leverantörer är centralt i vårt förbättringsarbete.

Våra åtgärder för mänskliga rättigheter

HR4 ● Global Compact 1, 2, 6

Antal fall av diskriminering, samt vidtagna åtgärder.

HR5 ● Global Compact 1, 2, 3

Verksamheter för vilka man uppmärksammat att föreningsfriheten och rätten till kollektivavtal kan vara väsentligt hotade och åtgärder som vidtagits för att stödja dessa rättigheter.

HR6 ● Global Compact 1, 2, 5

Verksamheter för vilka man uppmärksammat att det finns väsentlig risk för fall av barnarbete och åtgärder som vidtagits för att bidra till avskaffande av barnarbete.

HR7 ● Global Compact 1, 2, 4

Verksamheter för vilka man uppmärksammat att det finns väsentlig risk för tvångsarbete och obligatoriskt arbete, och åtgärder som vidtagits för att bidra till avskaffande av tvångsarbete eller obligatoriskt arbete.

Vi köper regelbundet varor från leverantörer i länder där mänskliga rättigheter inte tas för givet. Om ICAs egna revisorer eller tredjepartsrevisorer upptäcker överträdelser vid en produktionsanläggning som vi använder, upprättas en konkret handlingsplan som följs upp i en ny revision. Första gången en leverantör bryter mot våra avtalsenliga krav, får de i allmänhet en andra chans att rätta till problemen. Om överträdelserna åtgärdas på ett tillfredsställande sätt fortsätter vårt samarbete. Om en allvarig överträdelse upprepas, avslutas samarbetet med leverantören. Under 2012 beslutade vi att upphöra samarbetet med tolv leverantörer på grund av överträdelser i våra krav kring mänskliga rättigheter. Under 2011 avbröts samarbetet med fem leverantörer på samma grunder. Den främsta orsaken till ökningen är att under 2012 genomförde vi fler omrevisioner och färre initiala revisioner än under 2011. Under omrevisionerna uppdagades i de flesta fall att leverantörerna inte hade vidtagit åtgärder för de mer allvariga resultaten från den första revisionen och/eller att de inte förbättrats i den takt som vi begärt. Vi beslutade därför att upphöra samarbetet med dessa företag. Å andra sidan har flera leverantörer fått större ordrar efter att de har visat positiva resultat och förbättrade arbetsvillkor i sin produktion.

I samband med de sociala revisioner vi utfört med våra medarbetare i Asien under året har vi identifierat ett antal brister hos leverantörerna. Dessa återfinns främst inom följande fem områden:

- hälsa och säkerhet
- ledningsrutiner
- övertidstimmar
- anställdas möjlighet till facklig anslutning
- minimilön

ICA lägger stor vikt vid arbetet med att upprätthålla och respektera medarbetarnas grundläggande rättigheter. Grundat på analysen av högriskländer bedöms risken för att mänskliga rättigheter inte respekteras vara större i vissa av våra produktionsländer. Därför inriktas redovisningen av vårt arbete främst på dessa länder. Under året har inga incidenter som rör diskriminering av ICAs egna medarbetare kommit till ledningens kännedom.

Vår syn på barnarbete

När det gäller barnarbete är vår grundregel att personer under 15 år inte får arbeta hos någon av våra leverantörer. Om nationell lagstiftning ställer mer långtgående krav är det dessa som gäller. I Kina, till exempel, är den lagstadgade åldern för arbete 16 år, så där tillåter vi inte yngre medarbetare än så. Vi kräver också att leverantörerna tar särskild hänsyn till unga arbetare (yngre än 18 år), till exempel i fråga om rätten till begränsad arbetstid.

Upptäcker eller misstänker vi att en medarbetare inte har lagstadgad ålder för arbete har leverantören, genom ICAs avtal, förbundit sig att vidta åtgärder som ser till personens bästa. Tillsammans med leverantören försöker vi hitta bästa möjliga lösning, med hänsyn tagen till barnets ålder, utbildning och sociala situation.

Under 2011 inledde vårt inköpskontor i Hongkong ett samarbete med Centre for Child-Rights and Corporate Social Responsibility (CCR CSR) i Kina, en organisation startad av svenska Rädda Barnen. Vi samarbetar med våra leverantörer i flera projekt. Vi får också tillgång till expertis från CCR CSR och kommer i kontakt med inköpare från andra företag som vi kan utbyta erfarenheter med. Ett projekt gäller utbildning av unga migrantarbetare. Det syftar till att ge ungdomarna bättre möjlighet att klara av livet långt hemifrån och omfattar bland annat hur man utnyttjar internet, hanterar relationsproblem och planerar sin egen utveckling. Tanken är också att fabriken ska lära sig mer om sin unga arbetskraft och därmed minska risken för att minderåriga används i produktionen. I ett annat projekt samverkar vi med socialarbetare, om vi upptäcker minderåriga arbetare i Kina. Det är varken enkelt eller självklart att återföra en ung person från en arbetsplats till skola och utbildning och det behövs professionell hantering för att hitta rimliga lösningar i varje enskilt fall.

I syfte att främja skyddet av barns rättigheter i arbetslivet startade och stödde vårt inköpskontor i Asien, tillsammans med sju andra internationella varumärken, pilotprojektet "The Prevention and Intervention Services for the Protection of Young Workers in Chinese Supply Factories (PISP)". Projektet inleddes med framgång under 2011 och 2012 i främst nio fabriker som tillverkar kläder, kontorsmaterial, toalettartiklar och verktyg. Utbildningstillfällen för personlig utveckling, inklusive kommunikativa färdigheter och allmän karriärplanering, har genomförts för unga arbetstagare.

HÄLSA

Inspiration för hälsosamma val

ICAs arbete med att uppmuntra till hälsosam livsstil har under året pågått på många plan samtidigt. I Sverige har det laktosfria sortimentet vuxit kraftigt, i Norge har Rimibutikerna samlat alla Fri for-produkter på en plats och i Baltikum har hälsofrågor tagit särskild plats i marknadsföringen.

ICA har under 2012 tagit fram nya allergikort med information om vad personer med olika allergier kan äta och inte. De är viktiga för både drabbade och deras omgivning. ICA Norge samlade alla Fri for-produkter på en plats i varje Rimibutik, vilket gav mycket positiv respons bland kunderna. "Fri for" är produkter fria från känsliga ämnen som gluten, mjölk, ägg, nötter och soja. Varje Rimibutik har idag minst 60 Fri for-produkter. I Sverige och Norge förstärker det laktosfria sortimentet att växa, samtidigt som apoteket Cura i Sverige har blivit en självklar del av hälsosamma ICA. Under året lanserade Cura nya, särskilt skonsamma produkter för barn.

För Rimi Baltic har året gått i hälsans tecken, inte minst i marknadsföringen. Målet är att öka kunskapen om hälsosam och varierad kosthållning genom att utbilda och informera med frukt och grönsaker som bas. I Lettland har Rimi Baltic presenterat "Normunds", en kock vars budskap är "healthy is tasty". I Litauen genomfördes barnkonceptet "Supervaikai" ("Superkids") i 87 skolor i sju städer, där förskolebarn utbildas i vikten av att äta rätt och röra på sig.

Framöver kommer färskvaror att på olika sätt vara i fokus. ICA kommer till exempel att arbeta med att göra det enklare för kunderna att hitta hälsosamma alternativ i butikerna, bland annat genom nya lösningar för frukt och grönt.

Under året lanserades även sponsringskonceptet "Var med och må bra" i Sverige. ICA vill med vår sponsring få svenska folket att må bättre. Det betyder mer konkret att vi ska visa och använda vår kunskap och vårt engagemang inom mat för att bidra till våra kunders hälsa och välbefinnande.

Vårt ansvar inom hälsa

Att hjälpa våra kunder att må bra och inspirera dem till att välja hälsosamt är en viktig uppgift för oss. Det hjälper oss också att utveckla vårt sortiment och öppna för nya affärer. Genom produkter som tar hänsyn till frågor som tillsatser, dieter, allergier och livsstil kan vi sprida kunskap och inspirera kunderna till medvetna val i vardagen. Vårt arbete utgår från officiella, nordiska kostråd och näringsrekommendationer, och vi har länge arbetat med att sprida sunda tips – via recept, kundtidningar, webbplatser och butiker – utifrån våra kunders behov.

Mål

Koncernmål

Att uppfattas som en ledande aktör vad gäller att inspirera till sunda matvanor.

Policy

ICA-koncernens hälsopolicy (pdf).

HÄLSA

Väsentliga händelser 2012

Ledningsverktyg

Livsmedelsföretag i Sverige har tillsammans med Svensk Dagligvaruhandel utarbetat ett branschstöd som ger en överblick av europeisk lagstiftning om närings- och hälsopåståenden: www.halsopastaenden.se. ICA har en aktiv roll och ingår i styrgruppen. Inom ramen för projektet deltog cirka 100 personer som ansvarar för förpackningsmärkning och marknadsföring i en heldagsutbildning.

Sortiment

Försäljningen av så kallade Fri från-produkter steg med 10 (13) procent i Sverige och föll med 52 (44) procent i Norge, jämfört med 2011. I slutet av 2012 fanns 763 (640) produkter för livsmedelsallergiker i ICA Sveriges centrala sortiment. ICA Norge samlade de omkring 60 Fri från-produkterna på en plats i varje Rimi-butik, vilket kunderna välkomnade. PR3

Försäljningen av ICAs laktosfria sortiment har sedan lanseringen 2011 överträffat förväntningarna. Under året lanserades fem nya produkter, naturell yoghurt, naturell A-fil, gräddfil, creme fraiche 34% samt lättmjölk. PR3

ICAs apotekskedja Cura apoteket presenterade sina första egna märkesvaror, däribland ett antal produkter särskilt framtagna för barn. Först ut är en serie med tvål, schampo och olja för babyn. Produkterna är svensktillverkade och är helt utan parabener, färgämnen eller parfymer.

Rimi Estland ändrade sina rutiner för cigarettförsäljning i stormarknaderna. Tidigare skyltade butikerna med alla cigarettmärken vid kassorna, men nu måste kunderna be kassören om just det märke de vill ha. Dessutom finns bara tio märken i kassan. Om kunderna vill ha ett annat fabrikat så finns de i informationsdisken. Rimi Estland slutade under året också att sälja energidrycker till barn under 16 år. PR6

Kunskap och medvetenhet

ICA Sverige deltog i ett nytt europeiskt projekt, LiveWell For LIFE, som drivs av WWF i Storbritannien. Projektets syfte är att minska utsläppen av växthusgaser från europeisk livsmedelshandel och att öka medvetenheten om hur hållbar utveckling och hälsosam kost hänger ihop. I ett första steg utvärderas Frankrike, Spanien och Sverige. Projektet finansieras av EUs program Life+. EN18

Omkring 55 000 barn som deltog i det svenska landslagets fotbollsskola har fått informationsmaterial och ett kortspel som handlar om hur man kan äta bättre för att göra fler mål.

Under året fick drygt 53 000 (25 000) elever vid ett besök i svenska ICA-butiker en lektion om frukt och grönsaker och vikten av hälsosam livsstil. Besöket ingick i den årliga kampanjen "Kompis med kroppen – fem om dan".

ICA Sverige engagerar sig i barns och ungdomars utveckling, och bidrar med sin expertis inom kost och hälsa som huvudsponsor till Svenska Skidförbundets satsning "Alla på snö". Syftet är att på ett lekfullt och ansvarstagande sätt få barn från hela landet att prova på skidåkning. 8 000 barn deltog under säsongen 2011/2012.

ICA Sverige var huvudsponsor för fotbollsskolan Milan Junior Camp, som AC Milans ungdomsakademi står bakom, och försåg de deltagande barnen och ungdomarna med lunch och mellanmål. Vi pratade även om vad man behöver äta för att prestera riktigt bra på fotbollsplanen. 2012 genomfördes Milan Junior Camp i Malmö, Göteborg, Västerås, Stockholm och Umeå med totalt 1 500 deltagare.

Hälsa var det dominerande temat i Rimi Baltics marknadsföring under 2012. Målet är att öka kunskapen om en balanserad kosthållning genom att utbilda och informera om en sund och varierad kost med frukt och grönsaker som bas. Rimi Baltic i Lettland introducerade Normunds Baranovskis, en kock vars budskap är "hälsosamt är gott". Baranovskis framträdde även i samband med välgörenhetsloppet Nike Riga Run. Rimi Estland drev i sin tur en kampanj med populära artister som uppmuntrade unga att välja frukt och andra hälsosammare alternativ för att få ökad energi.

I Litauen återupptogs barnkonceptet **"Supervaikai"** (Superkids) i 86 skolor i sju städer, där förskolebarn utbildas i vikten av att äta rätt och röra på sig. I konceptet ingår besök i butiker, där barnen får smaka på frukt och grönsaker.

CASE: HÄLSA

Sunda matvanor på agendan

Hälsofrågor engagerar allt fler kunder på alla ICAs marknader. I de baltiska länderna, till exempel, genomförde Rimi Baltic en rad insatser med hälsa i fokus.

I Litauen lanserade vi på nytt barnkonceptet "Supervaikai" (Superkids) i 86 skolor i sju städer, där omkring 3 000 förskolebarn utbildades i vikten av att äta rätt och röra på sig. I konceptet ingår butiksbesök där barnen får provsmaka frukt och grönsaker. Rimi Estonia startade under året motsvarande program – "Sinu Tervise Heaks" (For your health) – där fler än 2 000 förskolebarn deltog.



I Lettland lanserade Rimi Baltic projektet "Aikagarso" för att öka förståelsen om en balanserad kosthållning och ändrade kostvanor. Den lettiska kocken Normunds Baranovskis, chef för projekt "Aikagarso", deltog i en rad offentliga tillställningar, såsom löpartävlingar, för att uppmuntra till hälsosammare matvanor, skrev recept och gjorde filminslag i ämnet. Under året besökte han även drygt 800 skolelever för att informera om hälsosam mat och livsstil.

CASE: HÄLSA

Hälsosortimentet växer

ICA arbetar kontinuerligt med att tillhandahålla ett bra och brett sortiment av hälsosamma produkter. Vi ser ett stort och växande intresse bland kunderna kring hälsofrågor och lösningar för olika typer av allergier och matbesvär, vilket inte minst återspeglas i våra försäljningssiffror. Till exempel säljer ICAs laktosfria mejerisortiment sedan starten tre gånger mer än förväntat. Vi ser ett tydligt behov av fler laktosfria produkter under ICA-varumärket och lanserade under året fem nya produkter: Yoghurt naturell, A-fil, Gräddfil, Creme fraiche 34% samt Lättmjölk. I slutet av 2012 fanns 763 produkter för livsmedelsallergiker i ICA Sveriges centrala sortiment, att jämföra med 640 produkter året innan.



Vårt Fri från-märkta sortiment hjälper kunderna att hitta allergivänliga varor i ICA-butikerna. Det är varor som till exempel är fria från laktos, gluten, soja, fisk och nötter. ICA Norge samlade under året alla Fri-for-produkter på ett ställe i varje Rimibutik, som ett led i att underlätta för denna kundgrupp. Varje Rimibutik har nu minst 60 Fri-for-produkter. Initiativet har fått mycket positiv respons från kunderna. Under året ökade försäljningen av Fri från-produkterna i Sverige med 10 procent, medan den sjönk med 52 procent i Norge, jämfört med 2011.

CASE: HÄLSA

Gott och enkelt att äta nyttigt

Tillsatser, dieter, allergier och livsstil – hälsorelaterade matfrågor blir allt viktigare för våra kunder. Vi vill vara ledande när det gäller att hjälpa kunderna att må bra och göra hälsosamma val. Det ska vara gott och enkelt att äta nyttigt. Genom att sätta oss in i våra kunders behov, på alla våra marknader, får vi också inspiration till att vidareutveckla vårt eget sortiment. Det öppnar både för nya affärer för oss och ännu bättre lösningar för våra kunder.



Att det finns ett stort och växande intresse bland kunderna för hälsofrågor ser vi också i vår försäljning. Ett exempel är utvecklingen för ekologiska frukt- och gröntprodukter, som av många kunder upplevs som både hälsosamma och miljöanpassade alternativ. Under 2012 satte ICAs ekologiska frukt- och gröntsortiment nytt rekord, med en försäljningsökning på 13 procent.

Framöver kommer vi att uppmuntra hälsosamma val på flera olika sätt. Bland annat kommer färskvaror på olika sätt att vara i fokus, liksom arbetet med att göra det enklare för kunderna att hitta sunda lösningar i butikerna, till exempel genom nya lösningar för frukt och grönt.

HÄLSA

Fokus framöver

Att inspirera kunder till hälsosamma val hör till det mest givande och angelägna vi gör.

Hälsofrågor har stått i centrum i många år och vi har länge haft en hälsoprofil. Vi räknar med att intresset för sund mat med färre tillsatser och mindre salt och socker ska bestå. I Sverige och Norge fortsätter vi arbetet med nyckelhålskriterierna, som vi bland annat följer i samtliga våra produkter när det gäller salthalt, även de som inte är nyckelhålsmärkta. Matkänslighet är ett stadigt växande problem och vi utvidgar vår produktlinje "Fri från".

Viktiga aktiviteter 2013

- Enligt en rapport från Livsmedelsverket är konsumtionen av frukt och grönsaker alltså för låg i Sverige, och tendensen är samma på alla våra marknader. ICA fortsätter sitt arbete med att hjälpa konsumenter att välja och äta hälsosammare mat.
- För att underlätta för våra kunder att kunna göra informerade och hälsosamma val är det viktigt att produkternas märkning är tydlig och korrekt. I Sverige fortsätter ICA att arbeta med lagstiftningsfrågorna kring livsmedelsinformation inom ramen för Svensk Dagligvaruhandel.
- ICA Sverige lanserar under året ett sortiment av glutenfria produkter under eget varumärke, vilket har efterfrågats av de glutenintoleranta kunderna.
- Arbetet med den nya sponsringsstrategin i Sverige fortsätter genom implementering av konceptet "Var med och må bra!". Bland annat ska vi genomföra en frukostkampanj i samarbete med Svenska Skidförbundet. Likaså ska samarbetet med Svenska Skidförbundet och projektet "Alla på snö" utvecklas vidare under 2013-2014. Fokus i projektet är att lära barn äta mat för att orka med både skola och fritid.
- Vi fortsätter att föreläsa om matens betydelse för träning och tävlingsresultaten för Elitidrottsskolan inom Svenska Handikappidrottsförbundet.

HÄLSA

Så hjälper vi kunden att välja hälsosamt

ICA arbetar varje dag med att uppmuntra till hälsosam livsstil. Som en aktör inom mat och måltider är det en av våra viktigaste uppgifter att hjälpa kunderna att må bra och inspirera till hälsosamma val. Vi gör det i olika sammanhang, kanaler och på många olika sätt, men alltid med utgångspunkt i officiella nordiska kostråd och näringsrekommendationer.



Vårt **sortiment** är naturligtvis det främsta sättet för oss att lyfta fram hälsosamma val. Vi har över 700 allergivänliga varor i vårt "Fri från"-sortiment och vi erbjuder det hälsosammare "ICA Gott liv"-sortimentet med mindre socker, salt, fett och tillsatser – men med mer fibrer. Vi arbetar också med tydliga märkningar, allt från nyckelhål och näringsdeklarationer till allergikort och information om skadliga ämnen. Kopplat till det sistnämnda strävar vi efter att begränsa användningen av kemikalier som är skadliga för hälsan och/eller miljön i de produkter vi säljer. Därför har vi strikta krav på vilka kemikalier som inte får ingå i våra produkter och vi följer nogra vetenskapliga rapporter och nya rön kring kemiska ämnen, samtidigt som vi lyssnar på våra kunders oro kring ämnen som kan anses skadliga. Exempelvis har ICA Sverige sedan flera år fasat ut bisfenol A i kassakvitton, nappflaskor och andra barnprodukter.

Vår satsning med **Cura Apoteket** på den svenska marknaden ger oss ytterligare möjligheter att saluföra, förutom receptfria och receptbelagda läkemedel och andra produkter, även våra egna märkesvaror med hälsosammare inriktning. Under 2012 presenterade Cura Apoteket sina första egna märkesvaror särskilt framtagna för barn, däribland ett antal svensktillverkade hygienprodukter helt utan parabener, färgämnen eller parfymer.

Vi arbetar mycket med informationsspridning kring hälsofrågor, inte minst genom **butiktsaktiviteter**. "Kompis med kroppen – 5 om dan" är ICA Sveriges satsning på barns hälsa. Vi vill att barn ska lära sig att äta gott, röra på sig och må bra. En annan satsning för barn mellan 3-12 år är Papricaklubben som finns på alla Sveriges ICA Kvantumbutiker. Den syftar till att väcka nyfikenhet och lust kring frukt och grönt. I Baltikum finns motsvarande projekt, Supervaiikas, för att lära barn om vikten av att äta rätt och röra på sig. I många ICA-butiker finns dessutom dietister som ger kunderna tips på hälsosammare matval.

I våra **recept** gör vi näringsberäkningar, vi tar fram särskilda allergianpassade alternativ samt ger "sunda tips". Dessa sprider vi sedan via olika kanaler, såsom butik, ICAs matkasse, våra webbsidor och kundtidningar som Buffé samt digital och analog marknadsföring. Vi använder dessa kanaler också för att ge **kost- och träningsråd** av olika slag.

Hälsa och välbefinnande är två nyckelord för ICAs **sponsringsaktiviteter**. Därför deltar vi i – och sponsrar – evenemang som Blodomloppet, Vasaloppet, snowboard-VM och svenska landslagets fotbollsskola för att nämna några. Dessa tillfällen ger oss samtidigt möjligheter att sprida kunskap om hälsosamma matval och hur man ska äta för att prestera bättre.

HÄLSA

GRI-indikatorer

För hälsorelaterade medarbetarfrågor, se ICAs verksamhet: Våra medarbetare.

Se även PR3 - Våra mervärdesprodukter

SAMHÄLLENGAGEMANG

Vi kan och gör mer

Vårt ansvar som aktör i samhället har under året sträckt sig allt från satsningar på närproducerat för att stärka lokalsamhällen och sysselsättning för personer med funktionsnedsättning i vår verksamhet till olika sponsringsaktiviteter.

Genom projektet "Vi kan mer" har vi i samarbete med Samhall och Sveriges Kommuner och Landsting skapat sysselsättning för personer med funktionsnedsättning i våra butiker, kontor och lager. Vid utgången av 2012 arbetade 1 200 (900) personer hos oss, jämfört med målet om 500 till 1 000 vid utgången av 2012. Våra butiker har också tagit olika initiativ för att stötta lokala producenter. I Åre och Åmål, till exempel, har ICA-butiker höjt mjölkpriset för att stötta sina lokala mjölkbönder.

Mål

Koncernmål

Att vara en god kraft i samhället.

Policy

ICA-koncernens sponsringspolicy (pdf), policy för affärsetik (pdf), etableringspolicy samt informationspolicy (pdf).

Under året drog vi igång Volontärprogrammet i Sverige med syftet att ta tillvara medarbetarnas engagemang i olika samhällsfrågor genom att låta dem delta i frivilligorganisationers verksamheter. I fokus står barn, ungdomar och kvinnor. Programmet innebär att medarbetare på betald arbetstid kan jobba som ICA-volontär i snitt 8 timmar per år.

Samarbetena med olika frivilligorganisationer har fortsatt och i Norge har vi tillsammans med Fattighuset försett behövande med mat. Under 2012 antog vi också en uppdaterad sponsringsstrategi i Sverige med mat, hälsa och allas lika värde som fokusområden. Ett nytt sponsringsavtal med Svenska Handikappidrottsförbundet och Sveriges Paralympiska Kommitté är ett exempel som följer strategin.

Nu fortsätter vi att arbeta med såväl Volontärprogrammet, sponsringssamarbeten som andra samhällsrelaterade insatser.

Vårt samhällsansvar

Vi vill vara en positiv kraft i samhället. Vi vill göra kloka investeringar för framtiden, inte minst genom samverkan och stark lokal förankring. Vi samarbetar med frivilligorganisationer som arbetar för folkhälsa, miljö, humana insatser och mångfald. Med vårt idrottsengagemang bidrar vi till en aktiv fritid för många ungdomar och deras föräldrar. Vi vill också skapa uppmärksamhet kring viktiga frågor och bidra till en samhällsutveckling som gynnar oss alla. Vi deltar därför kontinuerligt i debatter och externa initiativ samt stödjer närområdesprojekt på alla våra marknader. De renodlade sponsringsaktiviteterna ryms inom områdena mat, hälsa och allas lika värde.

SAMHÄLLENGAGEMANG

Väsentliga händelser 2012

Engagemang

Vid utgången av 2012 hade runt 1 200 (900) personer rekryterats till 670 ICA-butiker genom projektet "Vi kan mer", som nu har avslutats. Genom projektet har personer med funktionsnedsättning fått möjlighet att arbeta i ICA-butiker och på ICAs kontor och lager. LA13

I Norge återupptog ICAs Supermarked-butiker i Oslo samarbetet med Fattighuset. Organisationen hjälper fattiga att hjälpa sig själva och ger praktiskt stöd i form av mat och kläder. I en första fas skänker ett tjugotal butiker livsmedel. ICAs eget provkök ska också leverera varor till Fattighuset. EN22

ICA har genom olika aktiviteter fortsatt att stödja lokala producenter. Flera ICA-handlare har under året höjt mjölkpriset för att bidra till en bättre ekonomi för lokala bönder. Exempelvis höjde två ICA-butiker i Dalsland priset på enlitersförpackningar med 1,25 kronor. Rimi Baltics arbete i Litauen fortsätter med shop-in-shop-konceptet Vikis, där flera entreprenörer som enbart säljer lokalodlade produkter delar på en gemensam butiksyta. Ett annat viktigt inslag är ICAs samarbeten med lokala gris- och nötköttsproducenter. EC6

ICA Sverige var huvudsponsor för motionsloppet Blodomloppet runt om i Sverige, där mer än 100 000 (84 000) personer deltog. ICA sponsrade även andra evenemang under året, såsom ICA KortVasan, TjejVasan och UngdomsVasan med mer än 18 000 (15 000) deltagare och Cykelvasan, en cykeltävling med mer än 12 000 (9 500) deltagare. ICA har också utökat sitt samarbete med Vasaloppet till att omfatta Barnens Vasalopp. Barnens Vasalopp arrangerades runt om i hela Sverige och under skidsäsongen 2011/2012 deltog 50 000 barn.

ICA Sverige har tecknat sponsoravtal med Svenska Handikappidrottsförbundet och Sveriges Paralympiska Kommitté (SHIF/SPK). Avtalet, som stämmer väl överens med ICAs värderingar, gör ICA till huvudsponsor för SHIF/SPK under de närmaste tre åren. ICA ska spela en aktiv roll och sprida information om mat och näringslära.

ICA Sverige har ingått ett treårigt samarbetsavtal med Svenska Skidförbundet. Samarbetet innebär att ICA blir teamsponsor för både alpin- och längdåkningslandslagen och tar en aktiv roll i arbetet med att sprida kunskap om mat, kost och hälsa.

ICA Norge var huvudsponsor av ekologisk mat i Snowboard-VM 2012 och ombesörjde naturliga matupplevelser för samtliga aktiva, publiken, gäster och medier.

ICA Sverige startade ett volontärprogram i samarbete med bland annat Röda Korset. Syftet är att ta tillvara medarbetarnas samhällsengagemang genom att låta dem på betald arbetstid (åtta timmar per år) delta i frivilligorganisationernas verksamheter och dela med sig av sin kompetens. Barn, ungdomar och kvinnor står i fokus för volontärarbetet. Nästa år är målet att fler ska få möjlighet att medverka i Sverige och att programmet även ska lanseras i Norge och Baltikum.

Insamlingar

Rosa Bandet-insamlingen slog rekord med över 10 (7,8) MSEK. Det rosa bandet och andra kampanjprodukter såldes i ICAs butiker och kunderna kunde också bidra via inbetalningskort i kundtidningen Buffé. EC1

Årets svenska julkampanj för World Childhood Foundation, som hjälper utsatta barn i världen, gav 8,6 (7,3) MSEK. EC1

De svenska ICA-kundernas gåvor till Röda Korsets arbete via pantknapparna i butik slog rekord med 5,8 MSEK, jämfört med 5,4 MSEK 2011. EC1

CASE: SAMHÄLLENGAGEMANG

Succé för "Vi kan mer"

2012 var sista året i det treåriga projektet "Vi kan mer" som ICA Sverige startade 2009 i samarbete med ICA-handlarnas Förbund, Glada Hudik-teatern, Föreningen för barn, unga och vuxna med utvecklingsstörning (FUB), Samhall och Sveriges Kommuner och Landsting (SKL). Det var ICAs samarbete med Glada Hudik-teatern som inspirerade till projektet. Syftet var att bidra till ett samhälle där alla får vara med och bidra och utvecklas till sin fulla potential, även om förutsättningarna för individer kan se olika ut. För ICA handlade det om att ge människor med olika typer av funktionsnedsättningar en chans att bryta utanförskapet.



ICA satte som mål att under tre år rekrytera 500 till 1 000 personer med funktionsnedsättningar. När vi nu summerar projektet, kan vi slå fast att det idag arbetar över 1 200 personer med någon form av funktionsnedsättning runt om i Sveriges ICA-butiker. Det är vi förstas stolta över.

Vi gjorde även en undersökning inom ramen för projektet, som visade att 87 procent av butikerna som anställt personer med funktionshinder också planerar att behålla dessa som anställda.

Även inom Rimi Baltic arbetar man med att integrera funktionsnedsatta personer i yrkeslivet. I varje baltiskt land har Rimi Baltic anställt mer än 90 personer med varierande funktionshinder till olika roller i butikerna. En av utmaningarna är att skapa kännedom om anställningsmöjligheterna hos Rimi Baltic för personer med funktionsnedsättning. För att nå ut samarbetar man därför till exempel med flera handikapporganisationer.

SAMHÄLLENGAGEMANG

Fokus framöver

Vi vill uppfattas som en positiv kraft i samhället. En stark lokal närvaro är en väsentlig del i det arbetet.

I många år har vi samarbetat med olika organisationer och deltagit i nätverk som fokuserar på företagens sociala ansvar, miljö, hälsa och livsmedelssäkerhet. Det är en tradition vi vill värna. Under åren framöver fortsätter vi att se över våra samarbeten så att mål och värderingar upprätthålls.

Viktiga aktiviteter 2013

- Vi kommer fortsätta att mer systematiskt hantera överbliven, användbar mat genom samarbeten med frivilligorganisationer.
- I Norge fortsätter vi samarbetet med den norska arbetsförmedlingen NAV för att hjälpa missgynnade personer att hitta jobb.
- I Sverige fortsätter vi att utveckla samarbetet med Blodomloppet för att sätta fokus på den viktiga blodgivningen.
- Under 2013 fortsätter ICA Sverige att ha kampanjer för insamling av medel till både Childhood och Rosa Bandet.

SAMHÄLLENGAGEMANG

Samarbetspartner och intressenter

ICA samarbetar med en rad organisationer och deltar i olika nätverk med inriktning på företags samhällsansvar. En viktig del i vårt hållbarhetsarbete är att föra kontinuerlig dialog med konsument- och miljöorganisationer, branschorganisationer, idrottsklubbar och andra intressentgrupper för att jämföra och utveckla arbetssätt och på så sätt främja positiv utveckling. Ambitionen är att med olika metoder strukturera dialogen.

Till ICAs viktigaste dialogpartner hör följande sammanslutningar:

Global Compact: FNs initiativ som avser att främja gott företagsmedborgarskap jorden runt. ICA har undertecknat Global Compacts klimatinitiativ Caring for Climate. ICA är dessutom med i den svenska regeringens samrådsgrupp Globalt Ansvar, som drivs av Utrikesdepartementet och uppmanar svenska företag att bli ambassadörer för mänskliga rättigheter, rättvisa arbetsvillkor och bättre miljö. Företagen uppmanas även att bekämpa korruption i enlighet med principerna i Global Compact.

Global Social Compliance Program (GSCP): Internationell allians som eftersträvar enighet kring bästa praxis för förbättrade arbetsvillkor i distributionskedjor för konsumtionsvaror. Programmet drivs av Consumer Goods Forum, som är en viktig samarbetspartner för ICA.

Global Food Safety Initiative (GFSI): Allians mellan några av världens ledande experter på livsmedelssäkerhet – återförsäljare, tillverkare, matserviceföretag och tjänsteleverantörer i livsmedelsbranschen. Arbetet samordnas av Consumer Goods Forum.

Ethical Trading Initiative (ETI): Ett forum för etisk handel och andra utmaningar i globala distributionskedjor. ICA är medlem i norska ETI sedan 2001.

Business Social Compliance Initiative (BSCI): Europeisk sammanslutning av företag som verkar för att förbättra arbetsvillkoren hos leverantörer av konsumtionsvaror i högriskländer. ICA deltar tillsammans med en av sina ägare, Royal Ahold, som är medlem.

WWF (Världsnaturfonden): ICA-koncernen har i flera år samarbetat med miljö- och naturvårdsorganisationen WWF i många olika frågor, såsom hållbart fiske, palmolja och naturbeteskött.

Celiakiförbundet och Astma- och Allergiförbundet: Genom årligen återkommande kampanjer i svenska ICA Maxi- och ICA Kvantum-butiker erbjuder de lokala föreningarna en plattform för att synliggöra allergihandikappet. Samtidigt får konsumenterna handfast hjälp med matallergi frågor i butikerna.

Folkhälsoinstitutet (FHI): ICA samarbetar med FHI i projektet Ett friskare Sverige för att uppmärksamma kost- och motionsvanornas betydelse för hälsan.

Lantbrukarnas Riksförbund (LRF) och Svenskt Sigill: ICA Sverige och LRF har samarbetat i många år för att möta den ökade efterfrågan på livsmedel som framställts från svenska råvaror. Vi arbetar också för att säkerställa svenska producenter genom Svenskt Sigills normer.

In-Depth Cooperation Programme: Rimi blev som första detaljhandelsföretag 2012 i Lettland medlem av finansdepartementets så kallade In-Depth Cooperation Programme för skattebetalande företag. Medlemskapet kräver att företaget uppfyller en rad kriterier på bland annat etik och transparens, men innebär i gengäld minskad administration och enklare kommunikation med skattemyndigheterna.

World Childhood Foundation, Röda Korset, Cancerfonden/Rosa Bandet, Scouterna, Vasaloppet, Blodomloppet, Föreningen för barn, unga och vuxna med utvecklingsstörning (FUB), Glada Hudik-teatern, Carl XVI Gustafs Insamlingsstiftelse Ungt Ledarskap, Milan Junior Camp och Landslagets Fotbollsskola: ICA Sverige har ett långvarigt samarbete med dessa organisationer.

Andra viktiga intressentgrupper för ICA:

- Consumer Goods Forum (CGF)
- Dagligvarehandelns Miljöforum (DMF)
- Dagligvareleverandørenes Forening (DLF)
- Employers' Confederation of Latvia
- Employers will fight against HIV (Rimi Baltic är medlem)
- EU Animal Welfare Platform
- Forest Stewardship Council (FSC)
- Good Pharmacy Practice (GPP)
- Greenpeace
- GS1 Sweden
- Norges Miljøvernforbund
- Hovedorganisasjonen Virke (tidigare Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon)
- Internationella Handelskammaren (ICC)
- Investors Forum in Lithuania
- KRAV/Debio
- Latvian Association of Food retailers
- Latvian Chamber of Commerce and Industry (LCCI)
- Livsmedelshandlarna (SSLF)
- Marine Stewardship Council (MSC)
- Mattilsynet
- Roundtable on Sustainable Palm Oil (genom Ahold)
- Roundtable on Responsible Soy (genom Ahold)
- Svensk Handel
- Svensk Dagligvaruhandel
- Livsmedelsföretagen
- Institutet för Livsmedel och Bioteknik (SIK)
- Livsmedelsverket
- Naturskyddsföreningen
- Näringslivets Miljöchefer
- Sveriges Konsumenter i Samverkan
- Sveriges Apoteksförening
- The Association of Lithuanian Trade Enterprises (ALTE)
- The Foreign Investors' Council in Latvia
- The Swedish Network for Business and Human Rights
- Exportrådet i Litauen
- Ziedot Lv

GRI-indikatorer

EC1	Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde, inklusive intäkter, rörelsekostnader, ersättning till anställda, gåvor och andra samhällsinvesteringar, balanserad vinst samt betalningar till finansiärer och den offentliga sektorn.	
EC6	Policy och praxis samt andelen utgifter som betalas till lokala leverantörer på väsentliga verksamhetsplatser.	
EC8	Utveckling och påverkan av investeringar i infrastruktur och tjänster som huvudsakligen görs för allmänhetens nytta, på kommersiell basis eller utan full ersättning.	
EC9	Förståelse om och beskrivning av betydande indirekta ekonomiska effekter, inklusive effekternas omfattning.	
SO2	Procentandel och totala antalet affärsenheter som analyserats avseende risk för korruption.	
SO3	Procentandel av de anställda som genomgått utbildning i organisationens policyer och rutiner avseende motverkan mot korruption.	
SO5	Politiska ställningstaganden och delaktighet i politiska beslutsprocesser och lobbying.	

Genererade och fördelade värden

EC1 ●

Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde, inklusive intäkter, rörelsekostnader, ersättning till anställda, gåvor och andra samhällsinvesteringar, balanserad vinst samt betalningar till finansörer och den offentliga sektorn.

MSEK

ICA-koncernen	2012	2011	2010
Genererat förädlingsvärde			
Intäkter	96 863	95 179	93 860
Fördelat förädlingsvärde			
Kostnad för varor och tjänster	-85 342	-84 565	-82 922
Förädlingsvärde (Intäkter - kostnader för sålda varor och tjänster)	11 521	10 614	10 938
Löner och andra kontanta ersättningar	-6 718	-6 626	-6 548
Skatter och sociala avgifter	-3 547	-2 244	-3 516
Nettoräntekostnader	-337	-349	-327
Utdelning	-2 000	-1 900	-1 566
Behålls i verksamheter	-1 081	-505	-1 019

Så delar vi med oss av vår vinst

Under 2012 genomförde vi ett antal lyckade aktiviteter och kampanjer i samarbete med frivilligorganisationer.

ICA Sverige är sedan 2003 huvudsamarbetspartner med World Childhood Foundation, där vi engagerar oss för utsatta barn. Vi bidrar genom att samla in pengar till Childhoods projekt. Under årets julkampanj sålde ICA Sverige Martin Stenmarks julskiva och skänkte en del av försäljningsintäkterna från vissa varor under två decemberveckor. Kunderna kunde också bidra med en gåva genom självskanning, direkt i butikskassan eller via inbetalningskort i kundtidningen Buffé. Årets kampanj gav 8,6 (7,3) MSEK.

För tionde året i rad var ICA Sverige huvudsponsor för Rosa Bandet-kampanjen, som samlar in pengar till svensk cancerforskning. Syftet är att öka medvetenheten om sambandet mellan mat och bröstcancer. Under 2012 samlade Rosa Bandet-kampanjen in rekordhöga 10 (7,8) MSEK. Det rosa bandet och andra kampanjprodukter såldes i ICAs butiker och kunderna bidrog via inbetalningskort i kundtidningen.

De svenska ICA-kundernas gåvor till Röda Korsets arbete via pantknapparna i butik slog rekord med 5,8 MSEK. Det är en ökning med 400 000 SEK från 5,4 MSEK 2011. I dag har över 340 ICA-butiker Pantknappen.

Bidrag till frivilligorganisationer MSEK

ICA Sverige	2012	2011	2010
Bidrag från ICA Sverige	7,8	11	14
Bidrag från kunder, leverantörer och medarbetare genom ICA Sverige	24	16	20

Vårt lokala samhällsansvar

EC6

Policy och praxis samt andelen utgifter som betalas till lokala leverantörer på väsentliga verksamhetsplatser.

Något som förenar alla ICA-koncernens marknader är kundernas intresse för lokalproducerad mat. Förutom flera initiativ med att märka lokalproducerade produkter i alla länder gör vi satsningar för att möta det ökade intresset från konsumenterna.

Rimi Baltic i Litauen har konceptet Vikis, en shop-in-shop där flera entreprenörer enbart säljer lokalodlade produkter på en gemensam butiksytta. I Vikis-butiken kan kunderna handla allt från mejeriprodukter, kött, grönsaker och bröd till sylt, oljor och honung. De litauiska producenterna har egna metoder och recept för tillverkning av produkterna. I dag hittar kunderna Vikis i nio butiker. Planering pågår för att eventuellt lansera Vikis i samtliga tre baltiska länder.

ICA Selection Gårdsgrisen, som lanserades i Sverige 2010, är lokalproducerat griskött från fyra utvalda gårdar i sydöstra Sverige. Gödgrisarna föds upp på foder som helt baseras på svenska råvaror, alltså utan importerad soja. Suggorna vistas i lösdrift på djupströbädd. Gårdarna ska i första hand använda förnybar el från vind- och vattenkraft. Produktionen är IP Sigill-certifierad, vilket tryggar att vissa krav uppfylls på god omsorg om djur och miljö samt livsmedelssäkerhet.

Hälsingestintan i svenska Järvsö levererar hängmörat kött som säljs under varumärket ICA Selection Hälsingestintan. Hälsingestintan har eget slakteri i Eskilstuna där de också styckar köttet. Köttet kommer från gårdar i flera olika landskap och är spårbart ner på gårdsnivå. Samarbetet inleddes under 2011.

Under året har ICA Sverige genom sina partner stöttat butikerna vid inköp från lokala producenter. Stödet ges för att säkerställa samma höga livsmedelskvalitet från de lokala producenterna som från centrala leverantörer. En förteckning med närmare 700 lokala leverantörer har sammanställts för att underlätta butikernas lokala inköp. Vi har också beslutat att acceptera lokala kvalitetsstandarder (utöver GFSI-godkända standarder), exempelvis IP Sigill för lokala leverantörer av våra egna frukt och grönsaker och IP Livsmedelsförädling för övriga lokala livsmedelsleverantörer i Sverige. Detta gör vi för att främja den lokala produktionen.

Rimi Baltic fortsätter sin satsning på nyskördade lokala produkter i Lettland. Rimi Baltic i Estland samarbetar med Association of Estonian Food Industry och märker lokalt tillverkade produkter med den estländska flaggan.

Initiativ för en god samhällsutveckling

EC8

Utveckling och påverkan av investeringar i infrastruktur och tjänster som huvudsakligen görs för allmänhetens nytta, på kommersiell basis eller utan full ersättning.

EC9

Förståelse om och beskrivning av betydande indirekta ekonomiska effekter, inklusive effekternas omfattning.

ICA-koncernen vill vara en positiv kraft med lokal närvaro i samhället. Vi deltar därför i debatter och olika initiativ samt sponsrar och stödjer projekt i våra närområden. I Sverige stärks förankringen genom svenska ICA-handlare som äger sina butiker och bor och verkar i trakten. I samband med butiksetableringar samarbetar vi med kommuner, regioner och myndigheter för en god samhällsutveckling.

- Vi vinnlägger oss om att utveckla det butiks nät som byggts upp under mer än 90 år så att det fortsätter vara uthålligt och attraktivt. Därför tar vi stor hänsyn till den lokala miljön när nya butiker öppnas. Vi försöker också balansera kundernas behov av transporter till och från butikerna på ett sätt som gynnar lokalsamhället. Till exempel prioriteras nyetableringar vid befintliga genomfartsleder för att undvika ökad trafik och möjliggöra för kunderna att ta sig till butiken via cykel- och gångvägar eller kollektiva färdmedel.
- Vi eftersträvar också klara regler för nya butiker med effektiva beslutsvägar där kommunens självständighet betonas. Vår dialog och goda lokala kontakt med beslutsfattare, näringsliv och intresseorganisationer är central för utvecklingen av butiks nätet.
- Vi är positiva till lokal produktion och har sedan flera år ett internetbaserat verktyg i Sverige som underlättar för ICA-handlare och lokala producenter att komma i kontakt med varandra. Under året har ICA Sverige genom sina samarbetspartner stött inköp från lokala producenter. Stödet ges för att säkerställa samma höga livsmedelskvalitet från de lokala producenterna som från centrala leverantörer. En förteckning med närmare 700 lokala leverantörer har sammanställts för att främja butikernas lokala inköp.
- På den svenska landsbygden är ICA-butikerna ombud för Apoteket, Posten och Systembolaget.
- ICA Banken och Migrationsverket har ett avtal om utbetalning av bidrag till asylsökande. De asylsökande får ett bankkort från ICA Banken där bidraget sätts in. Sedan kan kortinnehavaren ta ut kontanter eller handla i samtliga ICA-butiker.
- ICA Banken är med i kampen mot barnpornografi på internet i samarbete med ECPAT, andra finansiella aktörer och polisen. ECPAT är ett globalt nätverk som arbetar med att stoppa barnprostitution, barnpornografi och människohandel.
- ICA är en aktiv partner i Arena för Tillväxt, ett offentligt-privat partnerskap som syftar till att främja lokal och regional tillväxt genom samarbete och tillväxtfrämjande processer.
- ICA samarbetar med välgörenhetsorganisationer runt om i landet och skänker mat från lagren som inte kan säljas i butikerna på grund av kort datum eller skadad förpackning, trots att maten är fullt ätlig. Varorna uppfyller samma grundläggande krav på livsmedelssäkerhet som ICAs övriga produkter. Mat som har passerat bäst-före-datum skänks aldrig. ICA samarbetar bland annat med Frälsningsarmén, Kvinnojouren och Skansen.
- ICA Norge anslöt sig 2011 till bland annat Kirkens Bymisjon, Landbruks- og matdepartementet och Mattilsynet för att skapa en distributionscentral för överblivna matvaror i Oslo. Centralen tar emot livsmedel som branschen av praktiska eller juridiska skäl måste slänga och distribuerar dem på ett organiserat sätt till välgörenhetsorganisationer.

- ICA Norge fortsätter samarbetet med Fattighuset och bidrog med den mat som delas ut till behövande familjer två gånger i veckan. Till jul hade alla medarbetare möjlighet att ge en gåva till Fattighuset.
- Vi stöder olika projekt för att få arbetslösa i arbete. ICA Sverige erbjuder i samarbete med ICA-handlarnas Förbund och lokala ICA-handlare personer med funktionsnedsättning arbetstillfällen via Samhall, Arbetsförmedlingen och kommunernas dagliga verksamhet. ICA Skolan har i samverkan med Merit.nu, Stockholms stad och Göteborgs stad (Bergsjön) gett långtidsarbetslösa ungdomar utbildning och tillfälle att praktisera i butik. Projektet har lyckats väl och mer än hälften av deltagarna har fått anställning i den butik de praktiserade i eller hos annan arbetsgivare och är numera självförsörjande. Dessutom har Rimi Baltic sedan ett antal år ett initiativ som integrerar butiksmedarbetare med funktionsnedsättning.
- Många ICA-handlare i Sverige och butiker i Norge stödjer barn- och ungdomsidrott genom lokala sponsringsinitiativ.
- Rimi Baltics stormarknader i Litauen och Estland har placerat ut matbehållare där kunderna kan skänka varor till behövande familjer.

God affärsetik lägger grunden

SO2 Global Compact 10

Procentandel och totala antalet affärsenheter som analyserats avseende risk för korruption.

SO3 Global Compact 10

Procentandel av de anställda som genomgått utbildning i organisationens policyer och rutiner avseende motverkan mot korruption.

Vi arbetar systematiskt med att förhindra etiskt tveksamma incidenter och korruption. Affärsetik ingår i ICA-koncernens övergripande riskanalys där samtliga delar av verksamheten analyseras.

Koncernens affärsetiska policy utgår från att ICA-koncernen ska drivas med lönsamhet och hög etisk standard. Hit hör hur chefer och medarbetare agerar i sitt dagliga arbete och i kontakt med leverantörer, konkurrenter och andra parter. Alla anställda i koncernen informeras om vår värdegrund ICAs Goda Affärer och tillhörande policyer, bland annat genom webbaserade utbildningar i Sverige och Norge. Målet är att samtliga ICA-medarbetare i Sverige och Norge ska genomgå utbildningen. I slutet av 2012 hade 28 procent gjort det, jämfört med 35 procent 2011.

Engagemang i samhällets beslutsprocesser

SO5 Global Compact 1-10

Politiska ställningstaganden och delaktighet i politiska beslutsprocesser och lobbying.

ICA-koncernen samarbetar med organisationer och deltar i nätverk med fokus på socialt ansvar, miljö, hälsa och matkvalitet. Till våra viktigaste partner och åtaganden hör följande:

- Vi undertecknade FNs initiativ Global Compact 2004 och Caring for Climate 2007. ICA har även åtagit sig att följa den europeiska branschorganisationen Consumer Goods Forums hållbarhetsprogram.
- Vi stödjer och följer OECDs riktlinjer för multinationella företag, Internationella Handelskammarens (ICC) näringslivsprogram för hållbar utveckling samt ICCs principer mot korruption och mutor.
- ICA Sveriges hållbarhetschef är ICAs representant i FNs initiativ Global Compact och i Global Compacts nordiska nätverk.
- ICA Sveriges hållbarhetschef är också ICAs representant i Globalt Ansvar, som arbetar med frågor som rör företags sociala ansvar. Projektet tillhör enheten för internationell handelspolitik på Utrikesdepartementet. Ansvarig minister är handelsminister Ewa Björling.
- ICA Sveriges hållbarhetschef är även ledamot av Kemikalieinspektionens insynsråd.
- ICA Sveriges chef för miljö och socialt ansvar är sedan 2011 styrelseledamot i SVN Sweden. SVN är ett internationellt nätverk av företag och organisationer som vill förena affärsnytta med ett ökat fokus på socialt ansvar, affärsetik och miljöarbete.
- ICA i Sverige och Norge deltar i ett nätverk arrangerat av Norsk-Svenska Handelskammaren med syfte att stärka relationerna mellan Skandinavien och Balkan.
- ICA Norge deltar i ett nätverk för hållbarhetsarbete som organiseras av Hovedorganisasjonen Virke (tidigare Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon) där man utbyter erfarenheter på området med andra handelsaktörer. I Sverige finns motsvarigheten Svensk Dagligvaruhandel, som verkar för att tillgodose konsumenternas intressen.
- ICA Norge är sedan 2001 medlem i det norska Ethical Trading Initiative (ETI), ett forum för etisk handel och andra utmaningar i globala distributionskedjor. Under 2012 deltog ICA Norge i skapandet av en detaljhandelsgrupp inom Ethical Trading Initiative (ETI). Gruppen ska vara ett forum för detaljhandelsrelaterade frågor.
- ICA Norges kvalitetsdirektör är sedan 2012 styrelsemedlem i norska Svanen.
- Rimi Baltic i Litauen är en ständig medlem av organisationen Baltoji Banga (Den vita vågen), vars syfte är att främja insyn i det litauiska näringslivet.
- Rimi Baltic i Lettland är en av initiativtagarna till Latvian Food Retailers' Association, som bildades 2010.

HÅLLBARHETSUTMÄRKELSER

Viktiga hållbarhetsutmärkelser 2012

ICA rapporterar, via Hakon Invest, till Carbon Disclosure Project (CDP), som är en oberoende, icke-vinstdrivande organisation med mål att minska växthusgasutsläpp. Hakon Invests rapportering är baserad enbart på ICAs arbete. Under 2012 förbättrades Hakon Invests poäng från 79 till 83 vilket gav en placering i 2012 års Nordic Carbon Disclosure Leadership Index.

ICA i Sverige kom på andra plats i Sustainable Brands 2012 där 8 000 konsumenter rankat 200 företag utifrån vilka som lyckats bäst med miljöarbete och socialt ansvar. ICA behåller andraplatsen från förra året med 0,936 poäng av 2,0 möjliga, tätt efter vinnande Coop på 1,007 poäng. Dagligvarubutikerna är också den bransch som får bäst resultat av samtliga branscher i undersökningen. ICA Banken tar ett stort kliv i årets rankning, från 63:e till en 25:e plats i år.

Rimi Lettland tog guld i mätningen "Sustainability Index 2012" som genomfördes på 75 företag i Lettland. Ett företag som belönas med guld bedöms ha ett öppet och transparent hållbarhetsarbete som omfattar viktiga aspekter av offentlig hållbarhetskommunikation. Rimi Lettland placerade sig även högt bland 150 företag i den nationella tävlingen "Reputation top 2012" och blev bästa detaljhandelsföretag.

Rimi Estland belönades med det svenska priset "CSR Initiative of the Year" i samband med Swedish Business Awards. Bakom utmärkelsen står svenska ambassaden, Swedbank, Telia Sonera och Exportrådet. Målet är att visa upp positiva internationella exempel på ansvarsfullt företagande, och Rimi Estland fick priset för sitt aktiva engagemang i främjandet av bättre matvanor och en sundare livsstil.

Rimi Lettland kom på åttonde plats i en årlig undersökning av Lettlands mest omtyckta varumärken. Bakom undersökningen står reklamkoncernen DDB, GFK och magasinet Kapital.

ICA Sverige belönades med Coor Service Managements pris Årets Miljöstjärna för bästa miljöarbete på kontor. Priset går varje år till ett företag som utmärkt sig i arbetet med att skapa långsiktigt hållbara servicetjänster. Priset består av en summa pengar som får skänkas till valfri miljöorganisation. ICA Sverige valde att skänka pengarna till WWF.

ICA och Förbundet för utvecklingsstörda barn och ungdomar (FUB) tillsammans med skådespelaren Mats Melin, vann Titan-ägget på Guldäggs galan 2012 för sin reklamsåpa med den funktionsnedsatta praktikanten Jerry. Priset tilldelas den som brutit konventioner och därigenom helt ny mark för hur företag och organisationer kan agera i samhället. Guldäggs galan arrangeras av Sveriges Kommunikationsbyråer.

ICA Sveriges kundtidning Buffé fick guld i kategorin bästa kundtidning i tävlingen Guldbladet 2012 som Sveriges Uppdragspublicister anordnar. Buffé används för att kommunicera bland annat hållbarhetsfrågor till kunderna.

VÅRA UTGÅNGSPUNKTER

Föregångare inom ansvarsfullt företagande

ICAs hållbarhetsarbete är en strategisk prioritet och integrerat i koncernens alla verksamheter. Att vi tar ansvar bygger vårt förtroende i omvärlden och bidrar till långsiktig lönsamhet.

ICA ska vara ett långsiktigt livskraftigt företag med god ekonomi, ett medvetet miljöarbete och ett starkt samhällsengagemang. Vi ska vara allt från mötesplatsen i byn till ansvarsfulla i våra inköp på andra sidan jorden. Därför arbetar vi målmedvetet med att ständigt utveckla oss som ansvarsfull aktör. Det arbetet vilar på starka gemensamma värderingar och en inställning om att varje länk i kedjan är viktig, från leverantör till medarbetare och kund.

Vi har tre ledord i hållbarhetsarbetet. Transparens är det första. Omvärlden ska ha insyn i vårt hållbarhetsarbete, vi ska berätta vad vi har gjort, vad vi gör och vad vi har kvar att göra. Trovärdighet är det andra. Vi ska hela tiden vara medvetna om vårt ansvar och möjligheter att påverka, och över våra styrkor och svagheter. Spårbarhet är det tredje. Vi ska veta varifrån våra produkter kommer, vad de innehåller och hur våra leverantörer bedriver sina verksamheter.

ICA är anslutet till FNs företagsinitiativ Global Compact och tar ansvar för dess tio principer inom områdena mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och bekämpning av korruption. Det gör vi genom ICAs Goda Affärer, som bygger på sju utgångspunkter för hållbarhetsarbetet och säkerställer att hållbarhetsfrågorna integreras i den dagliga verksamheten.

ICAs Goda Affärer innebär att vi ska:

1. Drivas med lönsamhet och god etik.
2. Lyssna på kunderna och alltid utgå från deras behov.
3. Värna om mångfald och utveckling hos medarbetarna.
4. Ha en öppen dialog internt och med omvärlden.
5. Säkerställa kvalitet och trygga produkter.
6. Främja hälsa och goda matvanor.
7. Verka för en god miljö med hållbar utveckling.

ICAs hållbara sortiment

ICA-koncernen tillhandahåller ett sortiment i butik som består av både leverantörers märkesvaror och våra egna märkesvaror (EMV). Den första egna märkesvaran lanserades redan 1922. Idag är bland annat följande sortimentslinjer en viktig del i vårt hållbarhetsarbete:

- ICA Gott liv, vår sortimentslinje med hälsosammare alternativ.
- ICA I love eco, vår ekologiska sortimentslinje.
- ICA Skona, vår miljöanpassade sortimentslinje för bland annat tvätt- och städprodukter.
- Våra egna varor med etisk märkning har samma profilering med en etikett för att kunderna enkelt ska hitta dem. De etiska märkningarna som ingår är UTZ Certified, Rainforest Alliance och Fairtrade.

Kvartalsrapport för hållbarhet

Från och med andra kvartalet 2012 berättar vi på ICA varje kvartal om utvecklingen av vårt hållbarhetsarbete inom de prioriterade områdena miljö, kvalitet, etisk handel, hälsa och samhällsengagemang. Det gör vi genom externt granskade kvartalsrapporter för hållbarhetsarbetet. Det här är ett sätt för oss att vara mer transparenta, utveckla vårt eget hållbarhetsarbete och samtidigt sporra till positiv förändring i branschen.

VÅRA UTGÅNGSPUNKTER

Dialog med ICAs intressenter

Att föra en kontinuerlig dialog är en väsentlig del i ICAs hållbarhetsarbete. Med utgångspunkt i våra intressentdialoger har vi utarbetat en materialitetsanalys och identifierat relevanta hållbarhetsfrågor. De viktigaste intressentgrupperna är kunder, medarbetare, ägare, de fria ICA-handlarna i Sverige, franchisetagarna i Norge, leverantörer, myndigheter och ett antal ideella organisationer. Dessa huvudintressenter har sinsemellan olika förväntningar och krav på koncernens hållbarhetsarbete.

Kunder

Nyckelfrågor

- Klimatförändringar.
- Livsmedelssäkerhet.
- Tillsatser och kemiska ämnen i produkter.
- Miljöanpassat, etiskt och hälsosamt sortiment.
- Arbetsförhållanden i produktionen.
- Närproducerad mat.
- Matsvinn.

Dialoger/aktiviteter för att hantera dessa frågor

- Årliga kundundersökningar.
- Kundkontakter i butiker och genom sociala medier och ICAs Call center.
- Information i våra kundtidningar och på våra webbsidor.
- Skyltmaterial i butik.
- Produktmärkningar, t.ex. ekologiskt, miljömärkt, nyckelhålsmärkt och Fairtrade.
- Beskrivande produktinformation, t.ex. de hängetiketter som finns på ICAs etiskt märkta produkter.
- Moderniserat och förbättrat hälsosortiment genom nylanseringen av ICA Gott liv.
- Uppföljning av krav på arbetsvillkor. Intressentdialoger.
- Lokal anpassning och varierat sortiment i butikerna.

Medarbetare

Nyckelfrågor

- Möjlighet till kompetens- och karriärutveckling.
- Gott ledarskap.
- Bra arbetsmiljö.
- Mångfald.

Dialoger/aktiviteter för att hantera dessa frågor

- Årlig medarbetarundersökning.
- Utvecklings- och medarbetarsamtal.
- ICA Skolan och ICAs Goda Affärer.
- Värdebaserat ledarskap, dvs. HR-avdelningen bistår ledarna med coachning, relationsbyggande och medarbetarnas karriärutveckling.
- Förebyggande friskvård genom att ledarna får verktyg för att arbeta med sina medarbetare.

Agare

Nyckelfrågor

- Integrerat och strategiskt hållbarhetsarbete.
- Övervakning av etiska frågor och ansvarfullt agerande i värdekedjan.
- Livsmedelssäkerhet.

Dialoger/aktiviteter för att hantera dessa frågor

- Årlig styrelseuppföljning av styrning, hållbarhetsrisker och möjligheter.
- Möten och rapportering om gemensamma hållbarhetsfrågor.
- Svar på investerares enkäter, t.ex. Carbon Disclosure Project.
- Årliga intressentdialoger kring ett visst tema. Under 2012 behandlades mänskliga rättigheter och miljön.
- Kontinuerlig samordning och uppföljning av till exempel nyckeltal.

Handlare, franchisetagare

Nyckelfrågor

- Energieffektivitet i butikerna.
- Livsmedelssäkerhet.
- Matavfall.
- Mervärdesprodukter.
- Miljöledning.
- Kvalitetsledning.

Dialoger/aktiviteter för att hantera dessa frågor

- Minska energiförbrukningen i butikerna genom att tillhandahålla verktyg, lösningar och idéer för nya och befintliga butiker.
- Informations- och utbildningsaktiviteter med kvalitetscoacher, butiksintranät etc.
- Daglig kontakt med butikerna via ICA Call center och försäljningsledare. Kvalitetscoacher som besöker och bistår butikerna vid införandet av matkvalitetsstandarden.
- Tidningen ICAs Goda Affärer som behandlar hållbarhetsfrågor.
- Nytt miljöverktyg för ICAs butiker: "ICA-handlare för miljön".
- Ny webbaserad miljöutbildning för tjänstemän, lagermedarbetare och butiksmedarbetare.
- Fortsatt arbete med att utveckla sortimentet av ekologiskt- och etiskt märkta produkter.

Leverantörer

Nyckelfrågor

- Ansvarsfulla inköp och socialt ansvar.
- Livsmedelssäkerhet.
- Lokala inköp.
- Klimatpåverkan.

Dialoger/aktiviteter för att hantera dessa frågor

- Leverantörsrevisioner inom kvalitet, miljö och socialt ansvar.
- Utbildning i socialt ansvar.
- Aktiviteter och hjälpmedel för att stödja lokala företagare, som webbaserade verktyg för ICAs butiker i Sverige med en förteckning över godkända lokala producenter.
- Leverantörskontakter via ICA Call center.
- Årliga intressentdialoger kring ett visst tema. Under 2012 behandlades företagens samhällsansvar och den arbetsrättsliga ställningen för bärplockare i svenska skogar.

Myndigheter

Nyckelfrågor

- Livsmedelssäkerhet.
- Produktsäkerhet.
- Folkhälsa.
- Miljö och klimatförändringar.

Dialoger/aktiviteter för att hantera dessa frågor

- Möten med myndigheter, forskare och politiker, till exempel under Almedalsveckan.
- Svar på remisser.
- Tillsynsinspektioner.
- Deltagande i regeringens samrådsgrupper för att främja svenska företags arbete med hållbarhet och hälsa.
- Årliga intressentdialoger kring ett visst tema. Under 2012 behandlades företagens samhällsansvar och den arbetsrättsliga ställningen för bärplockare i svenska skogar.
- Medverkan i seminarier och föreläsningar.

VÅRA UTGÅNGSPUNKTER

ICAs väsentlighetsanalys

ICA-koncernen använder en så kallad "Heat map" för att identifiera de CR områden där förväntningar från koncernens intressenter är högst och där inverkan på koncernen är störst.

Heat map-dokumentet skapar en bas för koncernens CR-strategi som ska ge en gemensam bild av de CR områden som bör stå i fokus för koncernen. Business Ethics and Policy Committee granskar Heat map-dokumentet årligen för att utvärdera om koncernen har en relevant och aktuell CR strategi och hållbarhetsarbete. Utvärderingen bygger på fyra områden där varje CR fråga utvärderas ur två olika synvinklar:

1. Y-axel: Nivån på förväntningar/farhågor för ICA-koncernens intressenter, det vill säga om frågan är angelägen, relevans för koncernen och koncernens resultat/åtgärder avseende frågan hittills.
2. X-axeln: Nivån på nuvarande eller potentiell inverkan på ICA-koncernen, det vill säga ekonomiska konsekvenser, inverkan på varumärkets värde och rykte.



VÅRA UTGÅNGSPUNKTER

Lokala variationer

ICAs Goda Affärer och policyer är koncerngemensamma och likheterna mellan marknaderna är många. En gemensam nämnare är intresset för lokalproducerad mat, som bidrar till att ursprungsmärkningar växer i popularitet i samtliga länder. Sverige har Svenskt Sigill och i Norge har branschmärkningen Nyt Norge (Njut Norge) fått stort genomslag. I Lettland finns märkningarna Green Spoon och Grown in Latvia with Pride. Dessutom uppskattar konsumenter på alla våra marknader att handlare är öppna och ärliga i hållbarhetsfrågor.

Även om ICAs hållbarhetsarbete vilar på gemensam grund finns lokala variationer på ICA-koncernens marknader som påverkar hur arbetet faktiskt bedrivs. Det finns flera förklaringar till detta.

Olika marknader: ICA Sverige är marknadsledare på en mogen marknad, medan ICA Norge måste arbeta hårt för att vända en långvarig negativ utveckling. I Estland, Lettland och Litauen verkar Rimi Baltic på en potentiellt expansiv, men också osäker marknad.

Olika kundbeteenden: Kundernas preferenser kan skilja sig åt. I de baltiska länderna är matpriserna alltför en avgörande fråga, inte minst efter lågkonjunkturen. I Sverige är konsumtionsmönstren relativt stabila och konsumenterna kan bry sig mindre om prislappen och välja alternativ som ekologiska och etiska produkter.

Olika opinionslägen: Olika frågor kan få olika gehör beroende på ländernas lokala opinionslägen. I Sverige är matsvinn, tillsatser och utsläpp av växthusgaser stora frågor. Norrmännen känner varmt för en hälsosam livsstil och näringsrik kost, vilket även är en växande trend i de andra länderna. Även i Norge ökar medvetenheten om matavfallsproblemet. Efter finanskrisen har de baltiska länderna tvingats fokusera på ekonomin, men genmodifierade livsmedel, lokalproducerad mat och nedskräpning engagerar också befolkningen.

VÅRA UTGÅNGSPUNKTER

Risker och möjligheter med vårt hållbarhetsarbete

ICAs hållbarhetsarbete medför både risker och möjligheter. Vi måste hela tiden anpassa oss till förändringar i lagstiftningen och växande krav på ökad öppenhet och hållbarhetshänsyn i distributionskedjans alla led.

Om vi inte kan infria marknadens förväntningar och våra egna mål på ett tillfredsställande sätt finns en risk att varumärket och ICAs marknadsposition skadas. Vi riskerar också sämre kostnadseffektivitet om åtgärder inte vidtas för att exempelvis spara energi och minimera avfall.

Å andra sidan kan vår marknadsposition stärkas om ICA bättre än konkurrenterna kan möta kundernas efterfrågan på såväl insyn, kvalitet och mänskliga rättigheter som miljövänliga och hälsosamma produkter. Vi kan också bli mer kostnadseffektiva genom minskad energi- och materialförbrukning i våra verksamheter. Våra möjligheter att verka för en mer hållbar utveckling är i regel störst genom lokal närvaro på respektive marknad och genom att utbilda och informera kunderna.

I enlighet med vår värdegrund, ICAs Goda Affärer, integreras hållbarhetsfrågor i den dagliga verksamheten och bidrar till ökad insyn i företaget. Skulle lagstiftningen ändras och intresset för hållbarhetsfrågor öka finns utrymme för justeringar. Vi utvecklar kontinuerligt vårt hållbarhetsarbete. Framför allt driver vi på i frågor som klimat, energieffektivitet och vattenanvändning i produktionen, socialt ansvar i distributionskedjan, livsmedelssäkerhet, hälsa och välbefinnande samt lokalsamhällets delaktighet.

Under 2009 startade vi det koncerngemensamma initiativet I Care för att försäkra oss om att det vi säljer följer såväl gällande lagstiftning som ICAs Goda Affärer, med dess krav i fråga om kvalitet, hälsa, miljö och socialt ansvar. Initiativets mål är att utforma verktyg och modeller för att på alla marknader trygga ICA-koncernens produktflöde, från inköp till logistik och butik. Vi uppnår detta genom att inköps-, logistik- och handelsprocesserna certifieras mot utvalda och etablerade standarder.

I modellen nedan visas ICAs inflytande och möjlighet att påverka värdekedjans olika delar.

ICAs inflytande på distributionskedjan

ICA kan påverka olika delar av kedjan i olika utsträckning. I alla delar av kedjan finns aktiviteter som ICA kan styra över.

STORT INFLYTANDE

ICAs egna butiker

- Val av produkter.
- Val av butiksläge.
- Val av energikällor.
- Avfallshantering.
- Regelbundna egenkontroller.
- Internutbildning och medarbetarutveckling.

ICAs egna lager och transporter

- Val av lagerlokaler.
- Val av energikällor.
- Avfallshantering.
- Val av transportvägar.
- Val av transportsätt.
- Utbildning i sparsam körning.

ICAs centrala sortiment

- Sortimentsstrategi, t.ex. utbud av mervärdesprodukter som miljömärkt, ekologiskt, Fairtrade, nyckelhålsmärkt.
- Produktkvalitetsaspekter.
- Val av produkter.

Inköpta transporter

- Val av speditörer.
- Krav på transportvägar, transportsätt, drivmedel och sparsam körning.
- Löpande kontroller och uppföljning.

Franchisetagare

- Till stor del valet av produkter.
- Avtal och samarbeten.
- Information och lobbying.

Leverantörer

- Val av leverantörer.
- Avtal och villkor.
- Val av produkter.
- Revisioner av produktkvalitet och miljöpåverkan.

Fria handlare

- Till viss del, val av produktutbud.
- Avtal och samarbeten.
- Dialog och samverkan med intressentgrupper.

Kunder

- Produkterbudanden.
- Lojalitetsprogram.
- Dialog och samverkan med intressentgrupper.
- Information och lobbying.

BEGRÄNSAT INFLYTANDE

Förutsättningar för redovisningen

ICA-koncernens hållbarhetsredovisning följer den senaste versionen av GRI:s, Global Reporting Initiatives, riktlinjer (G3.1). Den täcker alla väsentliga principer i FN:s Global Compact och beskriver hållbarhetsfrågor av intresse för våra intressenter.

Vi kommer fortsättningsvis att utveckla redovisningen i linje med GRI:s riktlinjer, ICAs Goda Affärer och FN:s Global Compact. ICA-koncernens GRI-redovisning 2012 är översiktligt granskad av tredje part och uppfyller nivån B+ enligt GRI.

ICA-koncernens hållbarhetsredovisning beskriver vårt arbete inom ekonomisk utveckling, miljö, etisk handel, kvalitet, hälsa, medarbetare och samhällsengagemang. Vi har publicerat en miljö- och hållbarhetsredovisning årligen sedan 1995. Sedan 2004 rapporterar vi även i enlighet med GRI:s redovisningsstandard och sedan 2008 är hållbarhetsredovisningen översiktligt granskad av tredje part. Redovisningen följer ICA-koncernens räkenskapsår och omfattar därmed perioden 1 januari 2012 till 31 december 2012. Den föregående redovisningen publicerades i mars 2012.

Kontakt

Kerstin Lindvall
Chef Corporate Responsibility
ICA Sverige AB
08 561 500 00
kerstin.lindvall@ica.se

Information och nyckeltal är utvalda med utgångspunkt i hållbarhetsaspekter som bedöms vara väsentliga för vår verksamhet. Vi värdesätter även synpunkter från våra intressenter för att definiera väsentliga frågor i vårt hållbarhetsarbete och för en kontinuerlig förbättring. Med hjälp av GRI:s riktlinjer för redovisningens innehåll har vi gjort en väsentlighetsanalys, som bland annat grundar sig på intressenternas krav och förväntningar. Väsentlighetsanalysen gjordes första gången under 2008 och revideras varje år.

Avgränsningar

Redovisningen omfattar främst den verksamhet som har en betydande och direkt påverkan ur ett hållbarhetsperspektiv, det vill säga koncernens egen verksamhet. I Sverige samarbetar vi med cirka 1 400 fristående handlare genom avtal. Uppgifter om dessa presenteras när de är väsentliga för helhetsbilden av ICA-koncernens hållbarhetsarbete, till exempel:

- Elförbrukning.
- Avfall som hämtas vid utleverans av varor till butik.
- Försäljningsdata ur butik.
- Antal butiker som är certifierade enligt matstandarder respektive Svanenmärkta.

Verksamheter som står utanför ICAs direkta kontroll, som leverantörer och kunder, ingår inte i redovisningen. Uppgifter om leverantörer av ICAs egna märkesvaror ingår i förekommande fall i redovisningen.

OM ICAS HÅLLBARHETSREDOVISNING

Mät- och beräkningsmetoder

ICA Sverige, ICA Norge och Rimi Baltic använder ett koncerngemensamt IT-system för insamling av data inom hållbarhetsfrågor. Systemet stödjer kontinuerlig rapportering och syftar till att säkerställa långsiktig kvalitet för de indikatorer som ingår i ICAs kontinuerliga uppföljning samt rapportering kring hållbarhetsarbetet. Varje landsbolag rapporterar data enligt koncernens definitioner och rutiner för hållbarhetsrapportering. Nedan följer ICAs beräknings- och redovisningsprinciper i detalj.

Bidrag till frivilligorganisationer

- Omfattar frivilliga bidrag från ICA Sverige samt bidrag från kunder, medarbetare och leverantörer som insamlats via ICA i Sverige. Bidragsmottagarna är välgörenhets- och intresseorganisationer.

Energi

- Omfattar butiker och lager samt kontor som tillhör logistikavdelningarna.
- För beräkning av elförbrukning i svenska och norska butiker, används ett urval av butiker i varje butiksprofil. Deras faktiska förbrukning extrapoleras sedan för att få den totala energiförbrukningen vid rapporteringsperiodens slut.
- För beräkning av energiförbrukning per kvadratmeter i lager och butiker används ytan för de butiker och lager som är aktiva vid årets slut.

Godstransporter och klimatpåverkan

- Omfattar godstransporter mellan butik och ICAs lager. Leverantörers godstransporter in till lager ingår inte.
- Dieselförbrukning för inhyrda transporter av Rimi Baltic beräknas utifrån körd transportsträcka och genomsnittlig bränsleförbrukning. ICA Sverige har använt samma metod Q1-Q3 2012. För Q4 2012 använder ICA Sverige delvis denna metod och delvis data som rapporterats in från anlidade transportörer. Dieselförbrukning för egna transporter hos ICA Norge och Rimi Baltic fås direkt från leverantören av diesel. Mätmetoderna tar inte hänsyn till den mängd förnybara bränslen som används.
- Inhyrda transporter mellan lager och butik i Norge uppskattas utifrån körd transportsträcka och genomsnittlig dieselförbrukning för egna transporter.

Köldmedier

- Omfattar påfyllnad av köldmedier i samtliga lager och Rimi Baltics butiker. Butiker i Norge och Sverige är inte medräknade.
- Uppgifter om ICA Sveriges lager baseras på lagstadgade köldmedierrapporter.

Tjänsteresor

- Omfattar tjänsteresor med flyg bokade via ICAs centrala resebyrå för anställda hos ICA Norge och ICA Sverige. Från och med 2008 klimatkompenserar vi dessa tjänsteresor med flyg.
- Omfattar tjänsteresor med tåg gjorda av anställda inom ICA Sverige och bokade via ICAs centrala resebyrå eller direkt via reseleverantör med ICAs kundnummer.
- Omfattar tjänsteresor med bil gjorda av anställda i Sverige.

Klimatpåverkan

Följande emissionsfaktorer används vid beräkning av koldioxidutsläpp:

- Nordisk elmix emissionsfaktor 2006 för konventionell el i Sverige och Norge.
- Leverantörsspecifik emissionsfaktor för enheter anslutna till ICAs centrala elavtal.
- Internationella energigorganets snittvärde mellan åren 2000–2005 för elproduktionen i respektive baltiskt land.
- Naturskyddsföreningens specifika emissionsfaktor för Bra Miljövals-märkt el.
- Svenskt medelvärde från Energimyndigheten för fjärrvärme (i enlighet med rekommendation från GHG Protocol).
- Svensk elmix emissionsfaktor används för beräkning av besparingar i koldioxidutsläpp från försäljning av lågenergilampor.
- Nätverket för Trafik och Miljö (NTM) emissionsfaktor för diesel.
- Global Warming Potential (GWP) för respektive typ av köldmedier, enligt Montreal Protocol och IPCC.
- Koldioxidutsläpp från flygresor och tågresor tillhandahålls från ICAs leverantörer av klimatkompensation eller reseleverantören.
- GHG Protocol emissionsfaktor för tjänsteresor med bil.

Avfall

- Omfattar samtliga lager samt ICA Norges och Rimi Baltics butiker. Mjukplastavfall från butik ingår ej för Baltikum men för Sverige och Norge, då denna avfallstyp återtas från butik till lager.
- Nationell lagstiftning och regionala avfallshanteringssystem definierar de avfallstyper som ingår.
- Uppgift om avfallshanteringsmetod och mängd fås av avfallsentreprenörer.
- Avfallsmängder i ICA Norges och Rimi Baltics butiker baseras på reella avfallsmängder under året för en signifikant andel av butikerna. Genererat avfall extrapoleras med antalet butiker vid årets slut.
- Rimi Baltics avfall är baserat på reella avfallsmängder som extrapoleras med antalet butiker vid årets slut. Avfall från inhyrda lager i Estland ingår inte.
- Avfall rapporterat för Rimi Baltic inkluderar även förpackningsavfall för produkter som Rimi Baltic lanserar på marknaden.
- Komposterbart avfall omfattar lättnedbrytbart organiskt avfall, det vill säga avfall sorterat som komposterbart och 90 procent av fraktionen organiskt avfall med förpackning.
- Brännbart avfall omfattar fraktionen brännbart avfall samt 10 procent av fraktionen organiskt med förpackning. För Norge ingår även 75 procent av osorterat produktionsavfall.
- I återvunnet/återanvänt avfall ingår glas, metall, trä, plast och övrigt avfall som inte deponeras. För ICA Norge ingår även tio procent osorterat produktionsavfall i fraktionen återvunnet/återanvänt avfall och 15 procent i fraktionen som går till deponi.

Leverantörsrelaterade data

- GFSI-certifierade leverantörer omfattar matleverantörer av ICAs egna varor som är godkända enligt någon av de kvalitetsstandarder som godkänts av Global Food Safety Initiative (GFSI).
- Uppgifter om socialt reviderade leverantörer avser aktiva leverantörer i högriskländer vars produktionsenheter är socialt reviderade enligt ICA Social Audit och/eller någon av de tredjepartsrevisioner som ICA accepterar.
- Definitionen av högriskland bygger på en kombination av UNDP:s (FN:s utvecklingsprogram) Human Development Index och ILO:s Economic Security Index. Ett land betraktas som högriskland om det har <0,85 i Human Development Index och <0,50 i Economic Security Index. Om inte de två indexnivåerna är förenliga är Human Development Index avgörande när ett lands risknivå bedöms.

Försäljningsutveckling och antal produkter

- Omfattar försäljning ur svenska och norska ICA och Rimi-butiker. I Sverige omfattas endast ICA Sveriges centrala sortiment för produkterna som beskrivs nedan.
- Antal artiklar motsvarar det totala antalet unika EAN-koder i ICAs allergianpassade sortiment eller som märkts enligt Fairtrade (dock ej för Norge), nyckelhålet, ekologiskt (KRAV/Debio, EU-ekologiskt).
- Nyckelhålmärkta produkter samt produkter för matöverkänsliga finns i svenska och norska ICA-butiker.

Kvalitetsarbete och produktsäkerhet

- Återkallelser omfattar samtliga återtaganden av produkter från lager och/eller butik. De återkallelser som bedöms vara en risk för hälsa eller miljö är publika återkallelser, vilket innebär att allmänheten informeras via pressmeddelande eller annat.
- Tester omfattar det antal interna och externa produkttester som görs av ICAs egna märkesvaror, både nya och befintliga produkter.

Kvalitet i butik

- Certifierade butiker i Sverige avser butiker som godkänts och certifierats av en tredje part mot den svenska standarden för livsmedelshantering i butik.
- Butiker som implementerat standarden för livsmedelshantering i butik avser svenska ICA-butiker som tillämpar standarden, men som inte certifierats av tredje part.
- Hygieninspektioner omfattar det antal inspektioner som utförts av ICA Norges egna medarbetare i ICA och Rimi-butiker i Norge.

Medarbetare

- Omfattar av koncernen anställd personal, det vill säga även butikspersonal i de fall butiken ägs av ICA.
- Antal årsarbetare (FTE) omfattar fast anställda, provanställda och temporärt anställda längre än tre månader.
- Personalomsättning beräknas som antal personer som slutat under året i relation till medeltalet prov- och tillsvidareanställda.
- Sjukfrånvaro beräknas som antal timmar sjukfrånvaro i relation till planerad arbetstid.
- Andel kvinnor/män på chefsnivå avser samtliga chefsnivåer inom koncernen och baseras på antal årsarbetare (FTE).
- Butiksrån omfattar rån eller rånförsök av varor eller pengar från butik eller butiksanställda, såväl som fysiskt våld eller hot om fysiskt våld.

Väsentliga förändringar sedan föregående redovisningsperiod

Jämfört med tidigare år har följande förändringar av redovisnings- och beräkningsprinciperna gjorts under 2012:

Energi

- Från 1 januari 2012 ingår även ICA To Go i butikernas elförbrukning i Sverige.

Godstransporter:

- Från och med oktober 2012 tas bränsleförbrukningen från ICA Sveriges godstransporter fram, delvis genom inrapporterad data från anlita transportörer enligt givna kriterier och delvis genom att ICA beräknar körd transportsträcka och genomsnittlig bränsleförbrukning. Bränsleförbrukningen är indelad i diesel respektive etanol. ICAs ambition är att under 2013 öka andelen data som transportörerna återrapporterar.

Väsentliga förändringar inför kommande redovisningsperiod

Godstransporter och klimatpåverkan

- I Sverige kommer mängden rapporterad data från inhyrda transportörer som startade under Q4 2012 ökas ytterligare.
- För Sverige kommer både total bränsleförbrukning samt den del som ingår i ICAs klimatmål att redovisas.

Klimatpåverkan

- Från första kvartalet 2013 kommer måltalet för att minska koncernens direkta utsläpp av växthusgaser redovisas som direkt klimatpåverkan per kvadratmeter säljyta i butik. Detta görs för ökad transparens och noggrannhet eftersom utfallet kommer att följa förändringarna i ICAs verksamhet (dvs. större fusioner och utförsäljningar kommer i sig självt inte att påverka resultatet av klimatmålet).
- I början av 2013 tillkännagavs att ICA Norge och Norgesgruppen ingår ett samarbetsavtal gällande inköp och distribution. Detta kommer att påverka mät- och beräkningsmetoderna kopplat till klimatmålet och kommer ICA att säkerställa dessa principer under 2013.

Leverantörsrelaterade data

- Från och med 2013 kommer vi för lokala leverantörer av frukt och grönt även acceptera lokala standarder, exempelvis IP Sigill i Sverige, som kvalitetsstandard (utöver GFSI-godkända standarder).

Övrigt

- I februari 2013 tillkännagavs att Hakon Invest köper Royal Aholds andel i ICA. Hakon Invest och ICA kommer att bilda en ny gruppering. Detta kommer eventuellt att påverka omfattningen av rapporteringen samt mät- och beräkningsmetoderna under kommande år.

OM ICAS HÅLLBARHETSREDOVISNING

Revisors rapport över översiktlig granskning av ICA ABs hållbarhetsredovisning

Till läsarna av ICA ABs hållbarhetsredovisning

Inledning

Vi har fått i uppdrag av företagsledningen i ICA AB att översiktligt granska innehållet i ICA ABs hållbarhetsredovisning för år 2012. Vår översiktliga granskning omfattar information avseende verksamhetsåret 2012. Vår översiktliga granskning omfattar ICA ABs hållbarhetsredovisning på Internet (<http://reports.ica.se/ar2012sv>) baserat på den information som inkluderats per publiceringsdatum den 4 mars 2013. De webbsidor som omfattats av vår översiktliga granskning har markerats med "Översiktligt granskad av Deloitte". 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 hållbarhetsredovisningen i enlighet med tillämpliga kriterier. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om hållbarhetsredovisningen grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med RevR 6 Bestyrkande av hållbarhetsredovisning utgiven av FAR. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för upprättandet av hållbarhetsredovisningen, 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 IAASBs standarder för revision och kvalitetskontroll och god revisionsd 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.

De kriterier som vår granskning baseras på är de delar av Sustainability Reporting Guidelines G3, utgiven av The Global Reporting Initiative (GRI), som är tillämpliga för hållbarhetsredovisningen, samt de redovisnings- och beräkningsprinciper som företaget särskilt tagit fram och angivit. Vi anser att dessa kriterier är lämpliga för upprättande av hållbarhetsredovisningen.

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

1. uppdatering av vår kunskap och förståelse av ICA ABs organisation och verksamhet
2. bedömning av kriteriernas lämplighet och tillämpning avseende intressenternas informationsbehov
3. bedömning av resultatet av företagets intressentdialog
4. intervjuer med ansvariga chefer, på koncernnivå, dotterbolagsnivå och på utvalda enheter i syfte att bedöma om den kvalitativa och kvantitativa informationen i hållbarhetsredovisningen är fullständig, riktig och tillräcklig
5. tagit del av interna och externa dokument för att bedöma om den rapporterade informationen är fullständig, riktig och tillräcklig
6. analytisk granskning av rapporterad information
7. bedömning av företagets uttalade tillämpningsnivå avseende GRI:s riktlinjer
8. övervägande av helhetsintrycket av hållbarhetsredovisningen, samt dess format, därvid övervägande av informationens inbördes överensstämmelse med tillämpade kriterier
9. avstämning av den granskade informationen mot hållbarhetsinformationen i företagets årsredovisning för 2012

Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledningen att anse att ICA ABs hållbarhetsredovisning 2012 inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan angivna kriterierna.

Stockholm den 4 mars 2013

Deloitte AB

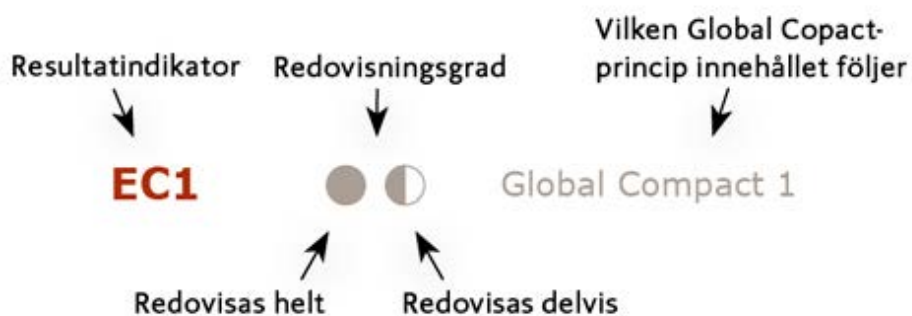
Jan Berntsson
Auktoriserad revisor

Lennart Nordqvist
Specialistmedlem i FAR

OM ICAS HÅLLBARHETSREDOVISNING

Så läser du GRI-redovisningen

Varje resultatindikator inleds med följande symboler som beskriver vad indikatorn handlar om, i vilken grad vi redovisar den samt huruvida innehållet också följer någon av Global Compact-principerna.



Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören för ICA AB får härmed avlämna årsredovisning för räkenskapsåret 2012-01-01 – 2012-12-31. Samtliga belopp är i MSEK om annat ej anges.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Information om verksamheten

ICA AB är moderbolag i ICA-koncernen som bedriver detaljhandelsverksamhet genom cirka 2 100 egna och handlarägda butiker i Sverige, Norge och de tre baltiska länderna. ICA AB har sitt säte i Stockholm med adress Svetsarvägen 16, 171 93 Solna. Dotterbolagen ICA Sverige AB, ICA Norge AS och Rimi Baltic AB som driver dagligvaruhandel inom olika geografiska områden. ICA Fastigheter som äger och förvaltar fastigheter samt ICA Banken som erbjuder finansiella tjänster till de svenska kunderna.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

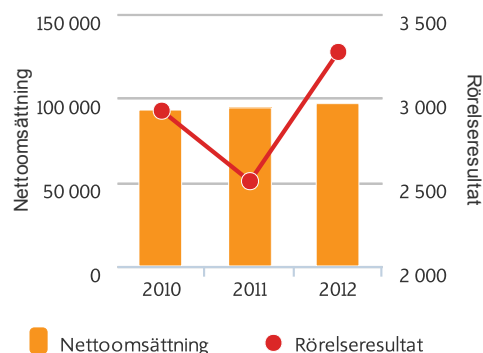
Verksamhetsåret 2012

2012 var ett framgångsrikt år för ICA-koncernen. Samtliga länder där ICA verkar hade en förhållandevis stark utveckling på dagligvarumarknaden trots den turbulenta ekonomiska situationen i Europa. Rörelseresultatet exklusive engångsposter uppgick till 3 466 miljoner kronor, en ökning med 12 procent, drivet av framför allt en fortsatt stark försäljningsutveckling i ICA Sverige. God resultatutveckling under året hade också Rimi Baltic, ICA Banken och ICA Fastigheter. Årets resultat påverkades dock av en skattekostnad på ca 1,3 miljarder till följd av en dom i Kammarrätten den 4 oktober.

Arbetet under året präglades till stor del av utformningen av ICAs nya koncerngemensamma strategi och de strategiska prioriteringarna som anger riktningen framåt. I enlighet med dessa fortsatte vi under året att bredda ICAs erbjudande genom till exempel fortsatt expansion av Cura Apotek och lansering av ICA Bankens fonder. Vår satsning på egna märkesvaror fick gehör hos kunderna, vilket resulterade i en tillväxtnivå i Sverige som var betydligt högre än för övrigt sortiment. Fokus har även legat på att säkra konkurrenskraftiga priser och förbättra kundernas prisuppfattning. Under 2013 kommer arbetet med att vända utvecklingen i ICA Norge att vara ett nyckelområde. Utöver det tillkommer ett utökat samarbete mellan koncernens bolag och fokus på ökade koncernsynergier, framför allt inom inköp. Dessutom kommer vi att initiera den digitala satsning som bland annat ska ge ICAs kunder möjlighet att handla våra produkter även via Internet. Centralt, för att fullfölja den nya koncernstrategin, är det påbörjade arbetet med att utveckla gemensamma värderingar för hela ICA-koncernen.

Den svenska dagligvarumarknaden 2012 utvecklades bättre än föregående år och för sjunde kvartalet i rad hade ICA-butikerna en starkare försäljningstillväxt än marknaden. ICA Sverige uppnådde också en god försäljning till butik tack vare ökad inköpslojalitet hos handlarna. Totalt ökade ICA Sveriges nettoomsättning med 5,2 procent. Kostnadsnivån för logistik utvecklades i rätt riktning och arbetet med att sänka kostnaderna ytterligare fortsätter. Den positiva försäljningsutvecklingen, ökad omsättning i Cura Apotek samt ökad andel av egna märkesvaror och en stark utveckling för specialvaror bidrog till ett förbättrat rörelseresultat 2012 med hela 8,9 procent.

Rörelseresultat - koncernen, MSEK



ICA Norge lyckades totalt sett inte hålla jämna steg med marknaden och nettoomsättningen exklusive de avyttrade ICA Maxi-butikerna ökade med 1,3 procent i lokal valuta. Dock utvecklades de konverterade ICA Supermarked-butikerna bättre än marknaden och de nya Rimi-butikerna som drivs av franchisetagare utvecklades i takt med marknaden. Rörelseresultatet exklusive engångsposter för ICA Norge förbättrades något jämfört med 2011. Året karaktäriserades av arbetet med att långsiktigt vända utvecklingen. Under första halvåret avyttrades de norska ICA Maxi-butikerna och under det andra halvåret lades stort arbete på det samarbetsavtal som slöts med Norgesgruppen i början av 2013. Samarbetet innebär att Norgesgruppen från den första april 2013 övertar delar av ICA Norges inköp och distribution. Avtalet ger oss förutsättningar att säkra konkurrenskraftiga priser till de norska kunderna och nå långsiktig lönsamhet i bolaget. 2013 blir ett viktigt år med stora förändringar för ICA Norge där vi dels ska säkra implementeringen av avtalet med Norgesgruppen, dels öka försäljningen i butikerna.

De tre baltiska länderna hade en god ekonomisk tillväxt under 2012. Dagligvarumarknaderna präglades av hård konkurrens och hög etableringsnivå. För Rimi Baltic var Lettland det land som utvecklades bäst. Rimi-butikerna var fortsatt framgångsrika i både Estland och Lettland och i Litauen avvecklade vi Supernettoformatet. Av de 13 butikerna konverterades fem till Rimi-butiker. Satsningen på Rimi som vårt viktigaste varumärke i Baltikum kommer att fortsätta under 2013. I lokal valuta ökade nettoomsättningen med 3,3 procent. Försäljningsökningen och förbättrade bruttomarginaler tillsammans med stort kostnadsfokus resulterade i ett starkt rörelseresultat 2012. Under 2013 kommer etableringstakten att öka, framför allt i Litauen som är vårt viktigaste tillväxtområde i Baltikum.

Även ICA Banken hade en god volymutveckling under 2012 och trots den under året successivt sjunkande reporäntan ökade ICA Bankens rörelseresultat. I fjärde kvartalet breddade vi vårt erbjudande genom att lansera ICA Banken fonder och ett nytt bankkort som genererade ett ökat antal kortkunder. ICA Fastigheters utveckling var stabil under året med ett tillfredsställande rörelseresultat i samma nivå som motsvarande period föregående år.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Viktiga händelser under året

- Thorbjørn Theie utsågs till ny vd för ICA Norge. Han var tidigare vd för Kjøpmanngruppen som ingår i den norska dagligvarukedjan Norgesgruppen. Han tillträdde posten under maj månad 2012. Han efterträdde Antonio Soares som gick i pension.
- I april aviserades att ICA skulle renodla den norska verksamheten genom att avyttra 22 hyresavtal och åtta fastigheter i norska ICA Maxi till Lagopus Eiendomsutvikling AS. Avtalet var avhängigt hyresvärdarnas samtycke. Under andra kvartalet blev det klart att Lagopus Eiendomsutvikling övertar 17 hyresavtal och åtta fastigheter.
- Tvisten med de norska Mörehandlarna avslutades i och med att Högsta domstolen i Norge beslutade att neka Mörehandlarna prövningstillstånd. Domen i Borgarting lagmannsrett i Oslo i mars gick helt i ICAs favör och är därmed slutgiltig.
- Den fjärde oktober 2012 fastställde Kammarrätten Förvaltningsrättens dom att neka ränteavdrag om ca 3,4 miljarder SEK för perioden 2004 - 2008 och påförde dessutom ICA ett skattetillägg för taxeringsåret 2007. Det totala skattekravet uppgick till ca 1,3 miljarder SEK, varav ICA redan i januari 2011 betalade ca 1,2 miljarder SEK. Skattekostnaden redovisades i tredje kvartalet 2012.
- Liv Forhaug utsågs till Senior Vice President Strategi och affärsutveckling på ICA AB. Hon tillträdde sin tjänst den första februari 2013. Liv Forhaug ingår i ICAs koncernledning.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Viktiga händelser efter årets utgång

- ICA Norge ingick den 14 januari 2013 ett samarbetsavtal med Norgesgruppen inom delar av inköp och distribution. Avtalet är en viktig satsning för ICA Norge för att säkra konkurrenskraftiga priser till de norska kunderna och nå långsiktig lönsamhet i bolaget. Avtalet träder successivt i kraft från den första april 2013 och kommer att beröra cirka 350 arbetstillfällen inom ICA Norges inköps- och logistikavdelningar. Strukturkostnaderna för dessa förändringar beräknas till cirka 150 MNOK och kommer att belasta resultatet i första kvartalet 2013. Avtalet gäller i minst fem år och kan sägas upp av båda parter.
- I slutet av januari signerade ICA Fastigheter ett intentionsavtal med Stockholms Stad avseende avyttring och förvärv av mark i Årsta. Beslutet kommer formellt att fattas av kommunfullmäktige i Stockholms Stad under våren 2013. Transaktionen bedöms kunna ge upphov till en reavinst för ICA Fastigheter om ca 400-500 MSEK. Detta kommer tidigast att påverka resultatet 2016 då transaktionen slutförs.
- Den 11 februari 2013 offentliggjorde Hakon Invest och Ahold att Hakon Invest förvärvar Aholds aktier i ICA. Efter förvärvets genomförande avses ICA och Hakon Invest bli en koncern – ICA-Gruppen.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Ekonomisk översikt

Nyckeltal MSEK	januari-december	
	2012	2011
Nettoomsättning	96 863	95 179
Rörelseresultat exklusive engångsposter ¹⁾	3 466	3 097
Rörelseresultat	3 274	2 505
Rörelseresultat exklusive reavinst och nedskrivningar ²⁾	3 193	3 101
Rörelsemarginal exklusive engångsposter, % ¹⁾	3,6	3,3
Rörelsemarginal, %	3,4	2,6
Rörelsemarginal exklusive reavinst och nedskrivningar, % ²⁾	3,3	3,3
Resultat efter finansiella poster	2 937	2 156
Årets resultat	919	1 395
Balansomslutning	40 908	40 961
Kassaflöde från den löpande verksamheten	4 912	3 256
Soliditet, %	25,0	27,7
Avkastning på eget kapital, % ³⁾	7,6	11,2
Avkastning på sysselsatt kapital, % ⁴⁾	17,6	12,5

1) Rörelseresultat exklusive engångsposter är rörelseresultatet justerat för intäkter och kostnader i samband med avvecklingen av ICA Maxi i Norge, goodwillnedskrivning samt en avsättning avseende effektiviseringar av administrationen i Norge.

2) Rörelseresultat exklusive reavinst från fastighetsförsäljningar samt nedskrivningar av anläggningstillgångar.

3) Avkastning på eget kapital = Resultat efter skatt i procent av genomsnittligt eget kapital. ICA Bankens verksamhet är exkluderad ur både resultat- och balansräkning vid beräkningen.

4) Avkastning på sysselsatt kapital = Resultat efter finansiella intäkter i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital. ICA Bankens verksamhet är exkluderad ur både resultat- och balansräkning vid beräkningen.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

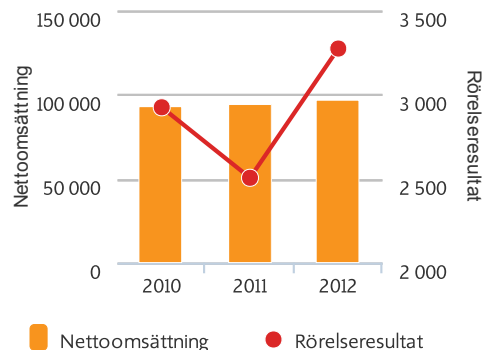
Resultatsammanfattning

Koncernen

Nettoomsättningen under året uppgick till 96 863 MSEK (95 179), en ökning med 1,8 procent. Nettoomsättningen i fasta växelkurser ökade med 2,0 procent. Justerat för de avyttrade ICA Maxi-butikerna i Norge ökade nettoomsättningen med 4,0 procent, eller 4,2 procent i fasta växelkurser. Rörelseresultatet exklusive engångsposter i Norge uppgick till 3 466 MSEK (3 097), en ökning med 11,9 procent. Året har belastats med engångskostnader för avvecklingen av ICA Maxi på -368 MSEK och effektivisering av administrationen om -59 MSEK i ICA Norge samt en realisationsvinst avseende ICA Maxi-fastigheterna på 235 MSEK i ICA Fastigheter. Tredje kvartalet förra året innehöll en nedskrivning av goodwill om 592 MSEK. Rörelseresultatet uppgick till 3 274 MSEK (2 505).

Resultat efter finansiella poster uppgick till 2 937 MSEK (2 156). Årets resultat uppgick till 919 MSEK (1 395). I årets resultat ingår en skattekostnad om 1 274 MSEK avseende en skattetvist för åren 2004 – 2008 samt en positiv engångseffekt om 139 MSEK som en följd av att inkomstskatten i Sverige sänkts till 22 procent från 2013.

Rörelseresultat - koncernen, MSEK



ICA Sverige

Nettoomsättningen under året uppgick till 65 750 MSEK (62 500), en ökning med 5,2 procent. Omsättningsökningen beror på ökade försäljningsvolymen till butikerna och ökad omsättning för Cura Apotek. Rörelseresultatet uppgick till 2 849 MSEK (2 617). Det högre resultatet beror främst på omsättningsökningen, men även på bättre marginaler samt en stark utveckling av specialvaror.

ICA Norge

Nettoomsättningen under året uppgick till 19 050 MSEK (20 679), en minskning med 7,9 procent. Minskningen beror främst på avyttringen av de norska ICA Maxi-butikerna. Justerat för de avyttrade ICA Maxi-butikerna i Norge ökade nettoomsättningen med 1,3 procent i lokal valuta. ICA Norges rörelseresultat exklusive engångsposter uppgick till -597 MSEK (-663). Årets andra kvartal belastades med engångskostnader för avvecklingen av ICA Maxi på -368 MSEK och effektivisering av administrationen på -59 MSEK. Tredje kvartalet 2011 innehöll en nedskrivning av goodwill om 592 MSEK. Rörelseresultatet inklusive dessa kostnader uppgick till -1 023 MSEK (-1 255).

Rimi Baltic

Nettoomsättningen under året uppgick till 10 050 MSEK (10 089), en minskning med 0,4 procent. I lokal valuta ökade omsättningen med 3,3 procent. Rörelseresultatet uppgick till 224 MSEK (173). I resultatet ingår kostnader för nedskrivning av varumärket för lågprisbutikerna (Supernetto) och fastigheter i Litauen med totalt 35 MSEK (21). Resultatförbättringen beror främst på ökad försäljning, bättre bruttomarginaler och god kostnadskontroll.

ICA Banken

Intäkterna under året uppgick till 814 MSEK (764), en ökning med 6,5 procent som främst beror på ökade provisioner och ett ökat räntenetto till följd av ökade affärsvolymen. Affärsvolymen har ökat med 11,6 procent (8,7) sedan årets början. Rörelseresultatet ökade till 181 MSEK (171). Förbättringen beror främst på bättre provisions- och räntenetto.

ICA Fastigheter

Intäkterna under året uppgick till 2 252 MSEK (2 202), en ökning med 2,3 procent. Rörelseresultatet exklusive reavinster uppgick till 985 MSEK (978). Rörelseresultatet ökade till 1 297 MSEK (1 005). I rörelseresultatet ingår realisationsvinster från fastighetsförsäljningar om 307 MSEK (30) och nedskrivningar om 5 (-3). Av årets realisationsvinster avser 235 MSEK den norska ICA Maxi-transaktionen.

ICA Koncerngemensamt

Rörelseresultatet under året uppgick till -254 MSEK (-206).

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Finansnetto och skatt

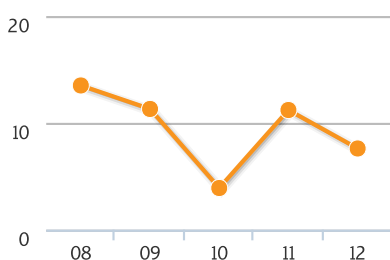
ICA koncernens finansnetto under året uppgick till -337 MSEK (-349). Skattekostnaden uppgick till 2 018 MSEK (761). I årets resultat ingår en skattekostnad om 1 274 MSEK avseende en skattetvist för åren 2004 - 2008 samt en engångseffekt avseende lägre skatt om 139 MSEK som en följd av att inkomstskatten i Sverige sänks till 22 procent från 2013.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

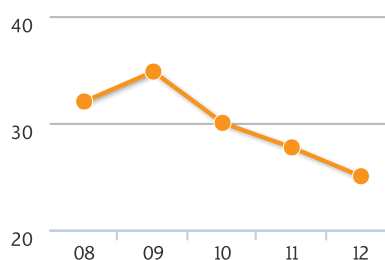
Finansiell ställning

Koncernens balansomslutning uppgick till 40 908 MSEK (40 961). Sysselsatt kapital har minskat med 567 MSEK sedan årets ingång till 27 501 MSEK. Soliditeten uppgick till 25,0 procent (27,7). Koncernens nettokassa exklusive ICA Banken per den 31 december 2012 var 29 MSEK (nettoskuld 1 143).

Avkastning på eget kapital, %



Soliditet, %



FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Kassaflödesanalys

Kassaflödet från den löpande verksamheten under året uppgick till 4 912 MSEK (3 256). Första kvartalet 2011 betalades 1 187 MSEK till Skatteverket avseende en tvist för åren 2004 -2008. Förändringar i ICA Bankens inlåning, utlåning och investeringar har påverkat kassaflödet med 621 MSEK (214). Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -395 MSEK (-2 242). Försäljningen av ICA Maxi i Norge har påverkat årets kassaflöde med 1 397 MSEK. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -3 046 MSEK (-1 104). Koncernens likvida medel per den 31 december 2012 var 4 469 MSEK (3 009).

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Investeringar

Investeringarna under året uppgick till 2 035 MSEK (2 388) och fördelas enligt tabellen nedan. De största minskningarna är hänförliga till ICA Norge och ICA Fastigheter. De ökade investeringarna i immateriella anläggningstillgångar avser IT-system för verksamheten i Sverige.

Investeringar	2012	2011
Butiker	1 525	1 813
Distribution	88	98
Förvaltningsfastigheter	102	188
Immateriella anläggningstillgångar	318	237
Övrigt	2	52
TOTAL	2 035	2 388

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Femårssammandrag för ICA-koncernen

Resultaträkning i sammandrag	2008	2009	2010	2011	2012
Nettoomsättning	90 963	94 651	93 860	95 179	96 863
Rörelseresultat före avskrivningar	3 753	4 272	4 529	4 608	5 030
Av- och nedskrivningar	-1 636	-1 559	-1 605	-2 103	-1 756
Rörelseresultat	2 117	2 713	2 924	2 505	3 274
Finansiella intäkter	95	49	51	72	84
Finansiella kostnader	-418	-453	-378	-421	-421
Resultat efter finansiella poster	1 794	2 309	2 597	2 156	2 937
Skatt	-66	-722	-2 050	-761	-2 018
Periodens resultat	1 728	1 587	547	1 395	919

Balansräkning i sammandrag	2008	2009	2010	2011	2012
Immateriella anläggningstillgångar	3 742	3 940	3 590	2 967	3 080
Materiella anläggningstillgångar	15 544	15 755	15 364	14 638	14 825
Finansiella anläggningstillgångar	3 772	3 701	5 368	5 327	6 507
Övriga anläggningstillgångar	424	515	7	41	25
Övriga omsättningstillgångar	13 464	12 827	12 272	14 979	12 002
Likvida medel	3 023	3 422	3 102	3 009	4 469
Summa tillgångar	39 969	40 160	39 703	40 961	40 908
Eget kapital	12 796	13 962	11 913	11 359	10 218
Räntebärande skulder	15 161	14 490	15 147	16 865	17 283
Ej räntebärande skulder	12 012	11 708	12 643	12 737	13 407
Summa eget kapital och skulder	39 969	40 160	39 703	40 961	40 908

Nyckeltal	2008	2009	2010	2011	2012
Rörelsemarginal, %	2,3	2,9	3,1	2,6	3,4
Avkastning på sysselsatt kapital, %	11,4	13,5	15,5	12,5	17,6
Avkastning på eget kapital, %	13,5	11,3	3,9	11,2	7,6
Soliditet, %	32,0	34,8	30,0	27,7	25,0

Definitioner av nyckeltal:

Sysselsatt kapital = Balansomslutning med avdrag för ej räntebärande skulder och avsättningar.

Rörelsemarginal = Rörelseresultat i procent av nettoförsäljning

Avkastning på sysselsatt kapital = Resultat efter finansiella intäkter i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital. ICA Bankens verksamhet är helt exkluderad ur både resultat- och balansräkning vid beräkning av räntabilitet på sysselsatt kapital.

Avkastning på eget kapital = Resultat efter skatt i procent av genomsnittligt eget kapital. ICA Bankens verksamhet är helt exkluderad ur både resultat- och balansräkning vid beräkning av räntabilitet på eget kapital.

Soliditet = Eget kapital i procent av balansomslutningen

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Risker och riskhantering

Enterprise Risk Management, ERM, är benämningen på den koncernövergripande riskhanteringsprocess som ICA tillämpar för att systematiskt identifiera, hantera och reducera effekten av oönskade risker. Syftet med ERM är att skapa en ökad insikt om vilka risker som kan påverka affärsverksamheten negativt och genom en effektiv hantering av dessa risker bidra till att stärka ICAs resultat. Genom en enhetlig riskhanteringsprocess så möjliggörs kvantifiering och jämförbarhet mellan risker vilket ger en ökad transparens och utgör ett stöd i beslutsprocessen.

Riskhanteringsprocessen är integrerad i såväl strategi- som budgetprocessen och under året har fortsatt implementering i verksamheten samordnats av de utsedda riskkoordinatorerna. De största riskerna som har identifierats rapporteras till ICAs koncernledning och styrelse. En redogörelse för de största riskområdena samt hur dessa hanteras följer nedan.

Legala risker

ICAs affärsverksamhet är både diversifierad och geografiskt spridd. Det är centralt för ICA att säkerställa att det stora antal regler och lagar som är tillämpliga för affärsverksamheten efterlevs. För att begränsa risken för överträdelser av regler och lagar så bistår koncernfunktionerna verksamheterna med bevakning av regelförändringar, framtagande av styrdokument, utbildningar, analyser och stöd i beslutsprocesser. Vidare uppdateras koncernledningen kontinuerligt på pågående tvister.

Marknadsrisker

Konjunkturen och den starka konkurrensen inom dagligvaruhandeln är två viktiga faktorer som påverkar ICAs möjlighet att nå uppsatta mål. ICAs förmåga att kontinuerligt se över de förutsättningarna som reglerar verksamheten och säkerställa att dessa följs är avgörande för en långsiktig konkurrenskraftig verksamhet. Genom att fortlöpande föra en dialog med våra kunder och genomföra marknadsanalyser eftersträvar vi att anpassa pris, sortiment, kvalitet och service i enlighet med kundernas efterfrågan.

Varumärkesrisker

För att kunna vara ett framgångsrikt bolag så måste ICA vårda sitt varumärke och undvika brister i förtroende. Den gemensamma värdegrunden, ICAs Goda Affärer, är integrerad i verksamheten och ger tillsammans med policies och riktlinjer vägledning för hur vi ska agera mot kunder, anställda och leverantörer. Därutöver arbetar ICA inom flera områden för att stärka lojaliteten till våra varumärken och tillhandahålla ett tryggt och attraktivt erbjudande till våra kunder.

Personalkrisker

Förmåga att attrahera engagerade och kompetenta medarbetare är av stor betydelse för att ICA ska nå sina mål. Genom koncerngemensamma värderingar och ett gott ledarskap strävar ICA efter att tillhandahålla en trygg och inspirerande arbetsplats som ger goda förutsättningar för kompetensutveckling och bidrar till nöjda medarbetare. Vidare arbetar ICA strukturerat med kompetensplanering för att kartlägga kompetensbehov och med kompetensöverföring för att minska nyckelpersonsberoende.

Hållbarhets- och produktsäkerhetsrisker

Oförmåga att infria omvärldens och våra egna förväntningar inom hållbarhets- och produktsäkerhetsområdet kan innebära att ICAs varumärke och finansiella ställning påverkas negativt. Med utgångspunkt i de koncerngemensamma värdegrunderna, ICAs Goda Affärer, och det koncerngemensamma initiativet, I Care, har verktyg och modeller skapats för att säkerställa att det vi säljer och hanterar lever upp till såväl externa som interna krav. Detta

görs bland annat genom att stora delar av inköps-, logistik- och butiksprocesserna har certifierats. Vidare är ansvarsfullt företagande ett prioriterat område i ICAs nya koncernstrategi. För att öka transparensen inom detta område har ICA under året börjat med kvartalsvis rapportering av sitt hållbarhetsarbete som till exempel inkluderar fortsatta satsningar på energieffektivisering, minskade koldioxidutsläpp, socialt ansvar i leverantörskedjan, hälsa och välmående samt samhällsengagemang. För att säkerställa att kraven i den nya branschstandarden för matkvalitet efterlevs så utför ICA både egenkontroller och oberoende revisioner.

Kontinuitetsrisker

För att bedriva en effektiv verksamhet är det viktigt att ICA har tillgång till ett anpassat distributions- och butiks nät på samtliga marknader där ICA är verksamt. Eftersom en stor del av ICAs verksamhet hanteras av underleverantörer fäster ICA stor vikt vid att säkerställa att leverantörsåtaganden efterlevs. För att reducera störningar i infrastrukturen så sker även fortlöpande arbete med att både förebygga oförutsedda händelser liksom att ta fram planer för att begränsa konsekvensen av dessa.

Finansiella risker

Inom ICA-koncernen hanteras de finansiella riskerna centralt genom koncernens finansfunktion förutom bankverksamheten vars risker administreras av ICA Banken. Den finansiella strategin i ICA-koncernen är konservativ och fokuserar på att definiera och hantera de finansiella riskerna. Styrelsen ansvarar för att fastställa koncernens finanspolicy som styr koncernens finansiella riskhantering.

För mer information om ICAs finansiella riskhantering, se Noter till koncernens bokslut – Not 21 för principer för finansiell riskhantering och Not 22 för finansiella instrument.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Medarbetare

Koncernen hade i medeltal 21 020 anställda (20 806) under året.

I ICA-koncernens nya strategi är engagerade medarbetare ett bärande och långsiktigt tema. Därför styr vi vår syn på gott ledarskap med koncerngemensamma metoder. Butiksmedarbetare, apotekare, systemutvecklare och ekonomer. På ICA finns idag över 150 olika yrkesroller och 500 olika befattningar i flera olika länder. För att en så stor koncern ska lyckas nå sina affärsmål måste alla medarbetare känna engagemang och arbetsglädje. Därför är medarbetarutveckling ett viktigt långsiktigt tema i vår övergripande koncernstrategi. Vi har fyra grundstenar i arbetet med att bygga en koncerngemensam medarbetarkultur, ledarskap, kompetens, mångfald och ICA som arbetsplats och arbetsgivarvarumärke.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

ICAs hållbarhetsarbete

ICAs hållbarhetsarbete är en strategisk prioritet och integrerat i koncernens alla verksamheter. Att vi tar ansvar bygger vårt förtroende i omvärlden och bidrar till långsiktig lönsamhet.

ICA ska vara ett långsiktigt livskraftigt företag med god ekonomi, ett medvetet miljöarbete och ett starkt samhällsengagemang. Vi ska vara allt från mötesplatsen i byn till ansvarsfulla i våra inköp på andra sidan jorden. Därför arbetar vi målmedvetet med att ständigt utveckla oss som ansvarsfull aktör. Det arbetet vilar på starka gemensamma värderingar och en inställning om att varje länk i kedjan är viktig, från leverantör till medarbetare och kund.

Vi har tre ledord i hållbarhetsarbetet. Transparens är det första. Omvärlden ska ha insyn i vårt hållbarhetsarbete, vi ska berätta vad vi har gjort, vad vi gör och vad vi har kvar att göra. Trovärdighet är det andra. Vi ska hela tiden vara medvetna om vårt ansvar och möjligheter att påverka, och över våra styrkor och svagheter. Spårbarhet är det tredje. Vi ska veta varifrån våra produkter kommer, vad de innehåller och hur våra leverantörer bedriver sina verksamheter.

ICA är anslutet till FNs företagsinitiativ Global Compact och tar ansvar för dess tio principer inom områdena mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och bekämpning av korruption. Det gör vi genom ICAs Goda Affärer, som bygger på sju utgångspunkter för hållbarhetsarbetet och säkerställer att hållbarhetsfrågorna integreras i den dagliga verksamheten.

ICAs Goda Affärer innebär att vi ska:

Drivas med lönsamhet och god etik.
Lyssna på kunderna och alltid utgå från deras behov.
Värna om mångfald och utveckling hos medarbetarna.
Ha en öppen dialog internt och med omvärlden.
Säkerställa kvalitet och trygga produkter.
Främja hälsa och goda matvanor.
Verka för en god miljö med hållbar utveckling.

ICAs hållbara sortiment

ICA-koncernen tillhandahåller ett sortiment i butik som består av både leverantörers märkesvaror och våra egna märkesvaror (EMV). Den första egna märkesvaran lanserades redan 1922. Idag är bland annat följande sortimentslinjer en viktig del i vårt hållbarhetsarbete:

ICA Gott liv, vår sortimentslinje med hälsosammare alternativ.
ICA I love eco, vår ekologiska sortimentslinje.
ICA Skona, vår miljöanpassade sortimentslinje för bland annat tvätt- och städprodukter.
Våra egna märkesvaror med etisk märkning har enhetlig profilering med en etikett för att kunderna enkelt ska hitta dem. De etiska märkningarna som ingår är UTZ Certified, Rainforest Alliance och Fairtrade.

ICA-butikernas försäljning under året

Redovisningen nedan avser butikernas försäljning. I Sverige är de svenska handlarägda ICA-butikernas försäljning inkluderad. I Norge är franchisebutikernas försäljning inkluderad. Försäljningen i handlar- respektive franchiseägda butiker konsolideras inte i koncernen. De tal som anges nedan i procent avser utvecklingen jämfört med samma period föregående år, där föregående år har justerats för de butiker som har bytt profil.

ICA-butikernas försäljning i Sverige

Butiksförsäljning exkl moms	januari – december 2012		
	MSEK	Utveckling samtliga	Utveckling jämförbara
Maxi ICA Stormarknad	28 735	5,3%	3,8%
ICA Kvantum	23 577	4,3%	3,8%
ICA Supermarket	30 919	4,2%	4,6%
ICA Nära	15 041	3,2%	3,3%
TOTAL	98 273	4,4%	4,0%

Under 2012 ökade försäljningsandelen av egna märkesvaror från 19,2 procent till 19,6 procent i Sverige.

ICA-butikernas försäljning i Norge

Butiksförsäljning exkl moms	januari – december 2012		
	MNOK	Utveckling samtliga	Utveckling jämförbara
Rimi	9 701	10,3%	1,5%
ICA Supermarked	4 750	7,3%	-1,4%
ICA Nær	2 149	-35,0%	-6,0%
Total exklusive ICA Maxi	16 600	0,4%	-0,40%
ICA Maxi	1 132		
TOTAL	17 732	-8,3%	-1,7%

Under 2012 ökade försäljningsandelen av egna märkesvaror från 8,7 procent till 9,6 procent i Norge.

ICA-butikernas försäljning i Baltikum

Butiksförsäljning exkl moms	januari – december 2012		
	MEUR	Utveckling samtliga	Utveckling jämförbara
Estland	359	2,2%	-0,4%
Lettland	574	5,3%	2,6%
Litauen	214	-0,3%	-0,7%
TOTAL	1 147	3,3%	1,0%

Under 2012 minskade försäljningsandelen av egna märkesvaror från 13,0 procent till 12,6 procent i Baltikum.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Antal butiker

Antal ICA-butiker i Sverige, inklusive handlarägda butiker

Butiksprofil	December 2011	Nya	Konverterade	Stängda	December 2012
Maxi ICA Stormarknad	75				75
ICA Kvantum	117	3	1		121
ICA Supermarket	435		-3	-2	430
ICA Nära	704	5	2	-11	700
ICA To Go	3	2		-1	4
TOTAL	1 334	10	0	-14	1 330

Antal ICA- och Rimi-butiker i Norge, inklusive franchiseägda butiker

Butiksprofil	December 2011	Nya	Konverterade	Stängda	December 2012
Rimi	285	2	34	-6	315
ICA Supermarked	73	1	6	-2	78
ICA Nær	168		-34	-30	104
ICA Maxi	24		-6	-18	0
TOTAL	550	3	0	-56	497

Antal butiker i Baltikum

Land	December 2011	Nya	Stängda	December 2012
Estland	82	4	-3	83
Lettland	111	3		114
Litauen	46		-8	38
TOTAL	239	7	-11	235

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

ICA AB

Moderbolagets nettoomsättning uppgick till 43 MSEK (41) och resultatet efter finansiella poster till 4 048 MSEK (1 932).

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Styrelse och ledning / styrelsens arbetsordning

Arbetet i styrelsen följer en särskild arbetsordning, fastställd vid styrelsesammanträdet den 29 maj 2012. Förutom de punkter som ska behandlas enligt aktiebolagslagen, ingår i arbetsordningen bland annat kommittédirektiv och regler för beslutsförfarande. ICA AB:s styrelse bestod under 2012 av sju ledamöter med två suppleanter, valda vid bolagsstämman, samt två ledamöter med två suppleanter, utsedda av de fackliga organisationerna. Vd, Vice vd/finansdirektör och chefsjurist (styrelsens sekreterare) är inte medlemmar i styrelsen, men deltar i styrelsearbetet. Inga arvoden har betalats till de vid bolagsstämman valda styrelseledamöterna. Till arbetstagarrepresentanterna har utgått ett arvode om 4 000 kronor per sammanträde.

Under verksamhetsåret 2012 har styrelsen haft 11 sammanträden. Styrelsen har bland annat behandlat affärsstrategiska planer samt behandlat sedvanliga investeringsärenden rörande butiksnätet. Särskilt fokus har liksom tidigare år legat på den norska verksamheten. Under 2012 har styrelsen diskuterat hållbarhetsrelaterade frågor och socialt ansvar vid inköp. Ingen styrelsemedlem har särskild specialistkompetens inom hållbarhetsområdet. Några särskilda rekommendationer för vilka kvalifikationer som styrelsemedlemmar bör besitta i miljömässiga och sociala frågor har inte tagits fram. Styrelsen utvärderar regelbundet processerna för styrelsearbetet och styrelsens egna prestationer i ekonomiska, sociala och miljömässiga frågor.

Styrelsens kommittéer

Styrelsen har möjlighet att inrätta kommittéer och utskott för att komplettera styrelsens arbete. Kommittéerna är underordnade styrelsen och rapporterar löpande till denna.

Revisionskommitté

Styrelsen har utsett en revisionskommitté som övervakar redovisning och rapportering av finansiell information. Revisionskommittén ansvarar även för att utvärdera koncernens system för intern styrning och kontroll. Till övriga uppgifter hör bland annat att övervaka revisionsfrågor från såväl den externa som den interna revisionen. Revisionskommitténs arbete regleras i ett direktiv, som är fastställt av styrelsen.

Revisionskommittén består av två styrelseledamöter, Jeffrey Carr (ordförande) och Göran Blomberg. Förutom dessa ledamöter är vanligtvis biträden till ledamöterna, externrevisor, internrevisor samt ICA AB:s vd, Vice vd/finansdirektör och chefsjurist närvarande vid sammanträdena eller delar av dem. Revisionskommittén har under 2012 haft fyra sammanträden.

Executive Committee

Styrelsen har utsett Claes-Göran Sylvén, Dick Boer och Per Strömberg att utgöra den så kallade Executive Committee, med ansvar för löpande uppföljning av koncernens utveckling. Kommittén ska även förbereda frågor som ska diskuteras i styrelsen samt stödja ledningen i att implementera och utföra beslut fattade av styrelsen. Kommittén har också mandat att besluta om investeringar som ej kräver styrelsebehandling.

Ersättningskommitté

Styrelsen har givit Executive Committee mandat att agera ersättningskommitté i syfte att besluta om ersättningsprinciper för ledande befattningshavare i koncernledningen. Vd:s lön beslutas dock av styrelsen.

Intern kontroll över finansiell rapportering

ICA har en strukturerad process för att följa upp och säkerställa den interna kontrollen kopplad till den finansiella rapporteringen. Rapportering sker varje kvartal till koncernledning och revisionsutskott.

Godkännande av finansiella rapporter

De finansiella rapporter som ingår i denna årsredovisning godkändes av revisionskommittén den 8 februari 2013 och av styrelsen den 10 februari 2013. Rapportering sker varje kvartal till koncernledning och revisionsutskott.

Revisorer

Revisionsfirman Deloitte har varit ICAs revisorer sedan september 2000 och omvaldes senast 2012 för en period om två år. Bolagets huvudrevisor Jan Berntsson har deltagit vid ett styrelsemöte under året.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Förslag till vinstdisposition

Till bolagsstämmans förfogande står följande vinstmedel (kr):

Balanserade vinstmedel	8 055 107 564
Årets resultat	2 701 808 054
Totalt	10 756 915 618

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att vinstmedlen disponeras enligt följande:

till aktieägarna utdelas	2 000 000 000
i ny räkning överföres	8 756 915 618
Totalt	10 756 915 618

Den föreslagna utdelningen är i enlighet med det avtal som finns mellan aktieägarna, som anger att årlig utdelning skall ske med minst 40 procent av årets resultat. Koncernens soliditet efter utdelning uppgår till 20,1 procent.

KONCERNEN

Resultaträkning

(MSEK)	Not	2012	2011
Nettoomsättning	2	96 863	95 179
Kostnad för sålda varor	3	-83 026	-81 702
Bruttoresultat		13 837	13 477
Försäljningskostnader	3	-8 224	-8 435
Administrationskostnader	3,5	-2 954	-2 809
Övriga rörelseintäkter	6	603	263
Andelar i intresseföretags och joint ventures resultat	13	12	9
Rörelseresultat	2,4,7,8	3 274	2 505
Finansiella intäkter		84	72
Finansiella kostnader		-421	-421
Finansnetto	9	-337	-349
Resultat efter finansiella poster		2 937	2 156
Skatt	10	-2 018	-761
ÅRETS RESULTAT		919	1 395
Hänförligt till:			
Moderbolagets aktieägare		919	1 395
Minoritetsintresse		0	0

Totalresultat - Koncernen

(MSEK)	Not	2012	2011
Årets resultat		919	1 395
Övrigt totalresultat efter skatt	10		
Omräkningsdifferenser utlandsverksamheter		-64	-26
Finansiella tillgångar som kan säljas		20	1
Kassaflödessäkringar		-19	-21
Övrigt totalresultat		-63	-46
ÅRETS TOTALRESULTAT		856	1 349
Hänförligt till:			
Moderbolagets aktieägare		856	1 349
Minoritetsintresse		0	0

KONCERNEN

Balansräkning

(MSEK)	Not	12/31/2012	12/31/2011
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>	11		
Goodwill		1 832	1 855
Varumärken		579	614
IT-system		440	278
Övrigt		229	220
		3 080	2 967
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>	12		
Byggnader och mark		9 878	9 807
Förvaltningsfastigheter		867	848
Förbättringsutgifter på annans fastighet		997	914
Inventarier		2 634	2 795
Pågående nyanläggningar		449	274
		14 825	14 638
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>	22		
Andelar i intresseföretag och joint venture	13	597	502
ICA Bankens placeringar	15	1 174	398
ICA Bankens utlåning	15	4 680	4 341
Övriga finansiella anläggningstillgångar		48	61
Övriga fordringar		8	25
		6 507	5 327
Uppskjuten skattefordran	10	25	41
Summa anläggningstillgångar		24 437	22 973
Omsättningstillgångar	22		
<i>Varulager</i>	14	4 133	4 520
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar		3 537	2 850
Skattefordran		-	1 186
ICA Bankens placeringar	15	-	709
ICA Bankens utlåning	15	2 747	2 627
Fordringar hos närstående	20	42	49
Övriga fordringar		10	0
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		1 507	1 629
<i>Likvida medel</i>	24	4 469	3 009
<i>Tillgångar till försäljning</i>	16	26	1 409
Summa omsättningstillgångar		16 471	17 988
SUMMA TILLGÅNGAR		40 908	40 961

(MSEK)	Not	12/31/2012	12/31/2011
EGET KAPITAL, AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER			
Eget kapital	17		
Aktiekapital		500	500
Övrigt tillskjutet kapital		12 557	12 557
Reserver		396	459
Balanserat resultat		-3 241	-2 160
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare		10 212	11 356
Minoritetsintresse		6	3
Summa eget kapital		10 218	11 359
 Långfristiga skulder	22		
Avsättningar till pensioner	18	1 350	1 208
Uppskjuten skatteskuld	10	819	801
Skulder till kreditinstitut		724	1 057
Övriga avsättningar		77	83
Övriga skulder	23	3 830	4 128
Summa långfristiga skulder		6 800	7 277
 Kortfristiga skulder	22		
Skulder till kreditinstitut		1	2
Leverantörsskulder		8 133	7 779
Inlåning i ICA Banken	15	10 267	9 147
Skuld till närstående	20	120	109
Skatteskuld		113	343
Övriga skulder	23	2 755	2 648
Avsättningar		148	156
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		2 353	2 141
Summa kortfristiga skulder		23 890	22 325
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		40 908	40 961

KONCERNEN

Förändringar i eget kapital

(MSEK)	Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare					Minoritets- intresse	Totalt eget kapital
	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserade vinstmedel	Summa		
Ingående eget kapital 2011-01-01	500	12 557	505	-1 655	11 907	6	11 913
Utdelning				-1 900	-1 900	0	-1 900
Förändring minoritet						-3	-3
Årets totalresultat			-46	1 395	1 349	0	1 349
Utgående eget kapital 2011-12-31	500	12 557	459	-2 160	11 356	3	11 359
Ingående eget kapital 2012-01-01	500	12 557	459	-2 160	11 356	3	11 359
Utdelning				-2 000	-2 000	0	-2 000
Förändring minoritet						3	3
Årets totalresultat			-63	919	856	0	856
Utgående eget kapital 2012-12-31	500	12 557	396	-3 241	10 212	6	10 218

KONCERNEN

Kassaflödesanalys

(MSEK)		2012	2011
Den löpande verksamheten			
Rörelseresultat		3 274	2 505
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	24	1 485	2 073
Betald inkomstskatt		-1 011	-1 733
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital		3 748	2 845
Förändring av rörelsekapital			
Varulager (ökning -/minskning +)		389	-30
Kortfristiga fordringar (ökning -/minskning +)		-580	46
Kortfristiga skulder (ökning +/minskning -)		734	181
ICA Bankens netto av in-, utlåning samt placeringar	24	621	214
Kassaflöde från den löpande verksamheten		4 912	3 256
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-1 993	-2 421
Försäljning av materiella och immateriella anläggningstillgångar		1 588	181
Utgivande av lån		-67	-25
Återbetalning av utgivna lån		103	62
Övriga finansiella anläggningstillgångar (ökning -/minskning +)		1	2
Erhållna räntor		77	56
Investering i intresseföretag, joint ventures		-104	-97
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-395	-2 242
Finansieringsverksamheten			
Upptagande av lån		6	3 131
Återbetalning av upptagna lån		-622	-1 872
Erlagda räntor		-430	-463
Utbetalad utdelning		-2 000	-1 900
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-3 046	-1 104
Årets kassaflöde		1 471	-90
Likvida medel vid årets början		3 009	3 102
Kursdifferenser i likvida medel		-11	-3
Likvida medel vid årets slut		4 469	3 009

KONCERNEN

Tilläggsupplysningar

- Not 1 Redovisningsprinciper
- Not 2 Segmentrapportering
- Not 3 Kostnader per kostnadsslag
- Not 4 Personalkostnader, pensioner och övrigt
- Not 5 Revisionskostnader
- Not 6 Övriga rörelseintäkter
- Not 7 Leasingavtal
- Not 8 Valutakursdifferenser i rörelseresultatet
- Not 9 Finansnetto
- Not 10 Skatter
- Not 11 Immateriella anläggningstillgångar
- Not 12 Materiella anläggningstillgångar
- Not 13 Andelar i joint ventures, intresseföretag och dotterföretag
- Not 14 Varulager
- Not 15 ICA Banken
- Not 16 Anläggningstillgångar som innehas för försäljning
- Not 17 Eget kapital
- Not 18 Pensioner
- Not 19 Ställda säkerheter och eventalförpliktelser
- Not 20 Närstående transaktioner
- Not 21 Principer för finansiell riskhantering
- Not 22 Finansiella instrument
- Not 23 Skulder hänförliga till sale and leaseback
- Not 24 Kassaflödesanalys och likvida medel
- Not 25 Rörelseförvärv
- Not 26 Investeringsåtaganden

Not 1 Redovisningsprinciper

Koncernredovisningen är upprättad enligt, av EU kommissionen antagna, International Financial Reporting Standards (IFRS) samt tolkningar av International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC). Dessutom tillämpas RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner utgiven av Rådet för finansiell rapportering. Rekommendationen anger kompletterande normgivning utifrån bestämmelser i årsredovisningslagen.

Följande av EU godkända IFRS standards med relevans för ICA kommer att börja tillämpas 2013:

IAS 1 Utformning av finansiella rapporter (ändrad 2011),
IAS 19 Ersättningar till anställda (ändrad 2011),
IFRS 10 Koncernredovisningar,
IFRS 11 Samarbetsarrangemang,
IFRS 12 Upplysningar om andelar i andra företag, och
IFRS 13 Värdering till verkligt värde

Från IAS 19 är den huvudsakliga förändringen för ICA att den så kallade korridorregeln försvinner. Det innebär att alla aktuariella vinster och förluster redovisas i övrigt totalresultat när de uppstår. En annan förändring är att en räntesats tillämpas och beräknas på nettot av pensionsskulden och förvaltningstillgångarna, istället för olika räntesatser för skulden och tillgångarna. Effekten av borttagande av korridoren blir för ICA per den 1/1 2012 en ökad pensionsskuld, inklusive löneskatt, på 611 MSEK och per den 31/12 2012 är motsvarande effekt 605 MSEK.

IFRS 10 Koncernredovisningar, IFRS 11 Samarbetsarrangemang, IFRS 12 Upplysningar om andelar i andra företag och IFRS 13 Värdering till verkligt värde börjar samtliga tillämpas från 2013. Ingen av dessa förväntas få någon väsentlig effekt på redovisningen förutom förändrade upplysningskrav.

Inga andra nya eller ändrade, och av EU godkända IFRS standards, som har någon väsentlig påverkan på ICAs finansiella rapporter kommer att börja tillämpas 2013 eller framåt.

Tillämpade redovisningsprinciper

Ingen ändring har skett av tillämpade redovisningsprinciper jämfört med föregående år.

Grund för redovisningen

Koncernredovisningen baseras på historiska anskaffningsvärden, med undantag för finansiella derivat och finansiella tillgångar som kan säljas, vilka värderas till verkligt värde.

Moderbolagets funktionella valuta är svenska kronor som även utgör rapporteringsvalutan för moderbolaget och koncernen. Samtliga belopp i de finansiella rapporterna anges i miljoner svenska kronor om ej annat anges.

Anläggningstillgångar och långfristiga skulder är sådana som förväntas återvinnas eller betalas efter mer än tolv månader räknat från balansdagen. Omsättningstillgångar och kortfristiga skulder är sådana som förväntas återvinnas eller betalas inom tolv månader räknat från balansdagen.

Att upprätta de finansiella rapporterna enligt IFRS kräver att företagsledningen gör bedömningar och uppskattningar samt gör antaganden som påverkar tillämpningen av redovisningsprinciperna och de redovisade beloppen i resultat- och balansräkningen. Uppskattningar och antaganden är baserade på historiska erfarenheter och ett antal faktorer som under rådande förhållanden synes vara rimliga. Resultatet av dessa uppskattningar och antaganden används sedan för att bedöma de redovisade värdena på tillgångar och skulder som inte annars tydligt framgår av andra källor. Det verkliga utfallet kan avvika från dessa uppskattningar och bedömningar.

Koncernredovisningen

Koncernredovisningen omfattar moderföretaget ICA AB och dess dotterföretag.

Förvärvsmetoden används vid redovisning av förvärv av dotterföretag. Minoritetsandel redovisas antingen som en proportionell andel av de förvärvade nettotillgångarna eller till verkligt värde. Principen bedöms per förvärv.

Investeringar i intresseföretag

Innehav i intresseföretag redovisas i enlighet med kapitalandelsmetoden.

Investeringar i joint ventures

ICA redovisar joint ventures enligt kapitalandelsmetoden.

Omräkning av utlandsverksamheter

Samtliga koncernföretag som har en annan funktionell valuta än rapportvalutan omräknas till svenska kronor. Samtliga valutakursdifferenser som uppkommer genom omräkningen redovisas i övrigt totalresultat.

Vid avyttring av en utlandsverksamhet redovisas de ackumulerade kursdifferenserna i resultaträkningen tillsammans med vinsten eller förlusten vid avyttringen.

Intäkter

Vid partihandelsförsäljning redovisas en intäkt när varorna levereras, och vid detaljhandelsförsäljning när varorna betalas i butiken. Intäkter från franchiseförsäljning redovisas vid leveranstillfället avseende både varor och övriga franchiseintäkter. Hyresintäkter redovisas i den period till vilken de är hänförliga.

I de fall en försäljning sker med ett åtagande att kunden ska erhålla en bonus, redovisas intäkten för bonusdelen av betalningen först då bonusen utnyttjas. Till dess redovisas den som en skuld.

Intäkter från tjänster består av exempelvis royalty, franchiseavgifter och intäkter för olika former av konsulttjänster. Intäkterna redovisas i resultaträkningen i takt med att de tjänas in.

Resultatet från fastighetsförsäljningar redovisas när de huvudsakliga riskerna och förmånerna förknippade med fastigheten överförs till köparen. Oftast övergår dessa risker och förmåner till köparen på tillträdesdagen förutom vid sale och leaseback-transaktioner, se nedan.

I de fall ICA bygger en fastighet för försäljning är det ICA som i normalfallet bestämmer fastighetens utformning och konstruktion. Intäkt från försäljningen redovisas i sin helhet vid den tidpunkt då köparen övertagit risken för fastigheten och ICA erhållit betalning.

Utdelningsintäkter redovisas i resultaträkningen när rätten att erhålla utbetalningen fastställs.

Sale och leaseback

I de fall en fastighet säljs för att sedan hyras tillbaka görs en samlad bedömning av vem som bär de väsentligaste riskerna och förmånerna i fastigheten, innefattande en bedömning av om koncernen har kvar ett betydande engagemang i den överlåtna fastigheten. Ett betydande engagemang föreligger exempelvis i de fall då den återförhyrda fastigheten hyrs ut till en fristående ICA-handlare. Om bedömningen är att de väsentliga riskerna och förmånerna kvarligg i koncernen redovisas ingen försäljning. Fastigheten kvarligg i balansräkningen med fortsatta avskrivningar. Den erhållna likviden redovisas som en skuld. Därefter redovisas erlagda leasingavgifter som en räntekostnad och amortering av skulden. Först när de väsentligaste riskerna och förmånerna lämnat koncernen redovisas en intäkt från försäljningen, och fastigheten och skulden bokas bort från balansräkningen. Detta kan till exempel ske när rörelsen för en fristående ICA-handlare förvärvas av ICA, eller om butiken stänger. I de fall då ICA har ett fortsatt engagemang genom att endast en del av en fastighet hyrs ut till en fristående ICA handlare, är det endast denna del som fortsatt redovisas i balansräkningen. Den del av fastigheten som inte omfattas av vidareförhyrningen betraktas som avyttrad.

Leasing

Leasingavtal klassificeras i koncernen som antingen operationella eller finansiella. För närvarande finns inga finansiella leasingavtal.

ICA som leasetagare

Leasingavgifter avseende operationella leasingavtal redovisas som en kostnad i resultaträkningen och fördelas linjärt över avtalets löptid.

ICA som leasegivare

Tillgångar enligt ett operationellt leasingavtal fördelas på respektive slag av tillgång.

Leasingintäkterna periodiseras och redovisas linjärt över leasingperioden.

Inkomstskatt

Inkomstskatter redovisas i resultaträkningen utom då den underliggande transaktionen redovisas i övrigt totalresultat, varvid även tillhörande skatteeffekt redovisas i övrigt totalresultat.

Uppskjuten skatt redovisas enligt balansräkningsmetoden. Uppskjutna skattefordringar redovisas för alla avdragsgilla temporära skillnader och outnyttjade underskottsavdrag i den utsträckning det är sannolikt att framtida skattepliktiga vinster kommer att finnas tillgängliga. Värdet av uppskjutna skattefordringar prövas vid varje balansdag.

Goodwill

Goodwill som uppkommer vid företagsförvärv hänförs till de kassagenererande enheter som drar nytta av förvärvet.

Materiella anläggningstillgångar

Materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och nedskrivningar.

Förvaltningsfastigheter

Förvaltningsfastigheter är fastigheter som hyrs ut till tredje part till skillnad mot rörelsefastigheter som är sådana fastigheter som används i koncernen eller hyrs ut till ICA-handlare. Förvaltningsfastigheter redovisas enligt samma principer som andra materiella anläggningstillgångar.

Avskrivningar

Avskrivningar beräknas på tillgångarnas anskaffningsvärden, bedömd nyttjandeperiod samt restvärde. Bedömningen omprövas årligen.

Byggnader	20 – 40 år
Förvaltningsfastigheter	20 – 40 år
Förbättringsutgift på annans fastighet	6 – 20 år
Butiksinventarier och lastbilar	7 – 10 år
IT-system	3 – 6 år
Övriga inventarier	3 – 10 år

Nedskrivningar

Redovisat värde för anläggningstillgångar prövas för nedskrivning genom att det redovisade värdet jämförs med det högsta av tillgångens verkliga värde med avdrag för försäljningskostnader och nyttjandevärdet. Vid nuvärdesberäkningen av framtida nettokassaflöden används en diskonteringsfaktor före skatt som avspeglar marknadens aktuella uppskattning av pengars tidsvärde, samt de risker som förknippas med tillgången.

Goodwill, tillgångar med en obestämbar nyttjandeperiod samt immateriella tillgångar som inte tagits i bruk är föremål för minst årliga nedskrivningsprövningar.

Varulager

Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Anskaffningsvärdet består av samtliga inköpskostnader med avdrag för erhållen leverantörsbonus som är hänförlig till artiklar i varulagret.

Finansiella instrument

Finansiella instrument redovisas initialt till anskaffningsvärde. Den efterföljande redovisningen är beroende av till vilken kategori de finansiella instrumenten tillhör. Kategorierna är: Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen, investeringar som hålls till förfall, lånefordringar och kundfordringar, finansiella tillgångar som kan säljas, finansiella skulder värderade till verkligt värde i resultaträkningen samt andra finansiella skulder.

Förvärv och avyttring av finansiella tillgångar redovisas på affärsdagen, som utgör den dag då ICA förbinder sig att förvärva eller avyttra tillgången. I de fall ICA förvärvar eller avyttrar noterade värdepapper tillämpas däremot likviddagsredovisning.

Vid fastställande av verkligt värde för noterade finansiella tillgångar används officiella marknadsnoteringar på balansdagen. Onoterade finansiella tillgångar värderas genom allmänt vedertagna metoder såsom diskontering av framtida kassaflöden till noterad marknadsränta för respektive löptid.

Derivat

Samtliga derivat redovisas till verkligt värde i balansräkningen. För derivatinstrument som ej används i säkringsredovisning redovisas värdeförändringarna i resultaträkningen. För derivatinstrument som uppfyller kraven för kassaflödessäkring redovisas effektiv del av värdeförändringarna i övrigt totalresultat i avvaktan på att den säkrade posten redovisas i resultaträkningen. Den ineffektiva delen av värdeförändringarna redovisas i resultaträkningen.

ICA Bankens fordringar och skulder

ICA Bankens utlåning i form av blanco- och kortkrediter till konsumenter redovisas till upplupet anskaffningsvärde på likviddagen och därefter med hänsyn till konstaterade och sannolika kreditförluster. ICA Bankens inlåning redovisas till upplupet anskaffningsvärde. Placeringar av ICA Bankens överlikviditet redovisas till upplupet anskaffningsvärde, eller till verkligt värde med värdeförändring i övrigt totalresultat, beroende på typ av placering.

Ränta

Ränteintäkter redovisas i takt med att de intjänas. Räntekostnaden för tillgångar som tar minst ett år att färdigställa aktiveras som en del av anskaffningsvärdet för tillgången.

Likvida medel

I likvida medel ingår kassa, banktillgodohavanden och kortfristiga placeringar som har en återstående löptid på högst tre månader.

Avsättningar

En avsättning för förlustkontrakt redovisas när de förväntade fördelarna som koncernen bedöms erhålla från ett kontrakt är lägre än de oundvikliga kostnaderna enligt kontraktet.

Om koncernen är involverat i en tvist bedöms det mest troliga utfallet av tvisten. Om den samlade bedömningen är att det är mer än 50 procent sannolikt att ICA kommer att förlora tvisten sker en avsättning med det belopp som bedöms som det mest troliga utfallet.

Pensioner och övriga utfästelser om förmåner efter avslutad anställning

I koncernen finns både avgiftsbestämda och förmånsbestämda pensionsplaner. Beräkningen av nuvärdet av de förmånsbestämda pensionsplanerna grundar sig på ett antal antaganden. Från nuvärdet av pensionsförpliktelsen dras verkligt värde på förvaltningstillgångar av.

Diskonteringsräntan är räntan för förstklassiga företagsobligationer med en löptid som motsvarar löptiden för förpliktelsen. Om det saknas en tillräckligt djup och fungerande marknad för förstklassiga företagsobligationer används istället räntan på statsobligationer med en löptid motsvarande förpliktelsen.

Försäkringstekniska vinster och förluster redovisas enligt den så kallade korridorregeln, vilket innebär att dessa ej redovisas så länge som de befinner sig inom ett visst gränsvärde.

Väsentliga antaganden och bedömningar

Koncernredovisningen baseras på antaganden och bedömningar som gjorts av styrelsen. De antaganden och bedömningar som styrelsen anser som mest väsentliga och där det finns störst risk för ändrad värdering av tillgångar och skulder i framtiden är följande:

Sale och leaseback

När ICA säljer en fastighet som därefter hyrs tillbaka av ICA för att i sin tur hyras ut till en fristående ICA-handlare, sker en bedömning av vilken part som bär de väsentligaste riskerna och förmånerna och om ICA har kvar ett betydande engagemang i fastigheten. Bedömningen grundar sig på gällande regler, fakta och omständigheter. Förändringar i regler eller omständigheter kan leda till en förändrad redovisning.

Värdering av anläggningstillgångar

Det sker en löpande bevakning av att anläggningstillgångarna inte har ett bokfört värde som överstiger återvinningsvärdet. För att bedöma återvinningsvärdet krävs antaganden och bedömningar av framtiden. Skulle verkligt utfall avvika från de bedömda värdena kan detta leda till en nedskrivning av de bokförda värdena.

Not 2 Segmentrapportering

Segmentsindelningen baseras på hur ledningen i ICA följer och styr verksamheten. ICA bedriver parti- och detaljhandelsverksamhet på de geografiska marknaderna Sverige, Norge och de baltiska staterna. Var och en av dessa marknader utgör ett segment. Fastigheter belägna i Sverige och Norge följs upp särskilt från annan verksamhet och ingår i segmentet ICA Fastigheter. Fastigheter belägna i de baltiska staterna följs upp tillsammans med detaljhandelsverksamheten i de baltiska staterna och ingår därför i segmentet Rimi Baltic. Därutöver bedriver ICA bankverksamhet som redovisas i segmentet ICA Banken.

Ledningen följer upp segmentens rörelseresultat. I tillgångar och skulder ingår även finansiella poster. Samtliga interna transaktioner sker till marknadspris. Samma redovisningsprinciper gäller för segmenten som för koncernen.

	ICA Sverige		ICA Norge		Rimi Baltic		ICA Banken		ICA Fastigheter	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Extern nettoomsättning	65 691	62 422	19 050	20 679	10 050	10 089	786	737	1 244	1 201
Intern nettoomsättning	59	78	-	-	-	-	29	27	1 007	1 001
Avskrivningar	328	301	491	547	254	253	33	32	300	302
Intresseföretags och JVs resultat	-	-	-	1	-	-	-	-	13	8
Rörelseresultat	2 849	2 617	-1 023	-1 255	224	173	181	171	1 297	1 005
Tillgångar	12 581	11 470	4 462	5 343	5 950	6 363	11 603	10 397	10 048	10 585
Skulder	11 996	10 835	2 773	3 521	4 176	4 704	10 653	9 491	10 386	10 396
Andra ej kassaflödes-påverkande poster	6	1	191	601	34	21	-	-	-325	-35
Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar	435	495	403	593	279	386	25	28	738	830

	Summa redovisade segment		Övrigt samt elimineringar		Total	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Extern nettoomsättning	96 821	95 128	42	51	96 863	95 179
Intern nettoomsättning	1 095	1 106	-1 095	-1 106	0	0
Avskrivningar	1 406	1 435	50	40	1 456	1 475
Intresseföretags och JVs resultat	13	9	-1	0	12	9
Rörelseresultat	3 528	2 711	-254	-206	3 274	2 505
Finansnetto					-337	-349
Resultat efter finansiella poster					2 937	2 156
Tillgångar	44 644	44 158	-3 736	-3 197	40 908	40 961
Skulder	39 984	38 947	-9 294	-9 345	30 690	29 602
Andra ej kassaflödes-påverkande poster	-94	588	1	0	-93	588
Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar	1 880	2 332	113	88	1 993	2 420

I ICA Norge ingår nedskrivning av goodwill med 0 (592) i raden andra ej kassaflödespåverkande poster

Omsättning	2012	2011
Total omsättning från rapporterade segment	97 916	96 234
Övrigt	42	51
Eliminering av intern omsättning	-1 095	-1 106
Omsättning enligt resultaträkningen	96 863	95 179

Rörelseresultat	2012	2011
Rörelseresultat från rapporterade segment	3 528	2 711
Övrigt	-254	-205
Eliminering av internt resultat	0	-1
Rörelseresultat enligt resultaträkningen	3 274	2 505

Tillgångar	2012	2011
Tillgångar från rapporterade segment	44 644	44 158
Övrigt	21 392	21 821
Eliminering av aktier och interna poster	-25 128	-25 018
Tillgångar enligt balansräkningen	40 908	40 961

Skulder	2012	2011
Skulder från rapporterade segment	39 984	38 947
Övrigt	8 831	9 292
Eliminering av interna poster	-18 125	-18 637
Skulder enligt balansräkningen	30 690	29 602

Övrigt utgörs av poster som ej ingår i identifierade segment vilket bland annat innefattar koncerninterna fordringar och skulder samt koncernintern försäljning.

Extern nettoomsättning fördelat per intäktslag

	2012	2011
Partihandelsförsäljning	52 200	50 096
Detaljhandelsförsäljning	37 297	38 348
Hysesintäkter	2 735	2 310
Räntenetto samt provisioner ICA Banken	786	737
Övriga tjänster till ICA-handlare och franchisetagare	3 845	3 688
Nettoomsättning	96 863	95 179

Geografisk information

Land	Nettoomsättning		Materiella och immateriella anläggningstillgångar	
	2012	2011	2012	2011
Sverige	67 636	64 271	8 509	8 074
Norge	19 177	20 820	5 029	4 997
Baltiska staterna	10 050	10 088	4 367	4 534
Totalt	96 863	95 179	17 905	17 605

Nettoomsättning fördelas per land utifrån var kunderna är lokaliserade.

ICA har ett stort antal kunder och ingen kund utgör därför mer än tio procent av ICAs intäkter.

Not 3 Kostnader per kostnadsslag

	2012	2011
Varukostnader	73 259	72 142
Personalkostnader	8 917	8 678
Administrativa kostnader	2 013	1 836
Lokalkostnader	3 212	3 164
Av- och nedskrivningar	1 756	2 104
Övriga kostnader	5 047	5 022
Totala kostnader	94 204	92 946

Not 4 Personalkostnader, pensioner och övrigt

Medelantal anställda

Antal anställda är beräknat med utgångspunkt från koncernens mått på normalarbetstid som utgör 1 800 timmar.

	2012			2011		
	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt
Sverige	3 845	4 355	8 199	3 308	4 199	7 507
Norge	2 626	2 041	4 667	3 059	2 391	5 450
Baltiska staterna	6 962	1 116	8 078	6 738	1 039	7 776
Hong Kong	43	32	76	37	36	73
Totalt	13 476	7 544	21 020	13 141	7 665	20 806

Löner och andra ersättningar till styrelse, VD och andra ledande befattningshavare

	2012	2011
Lön och motsvarande ersättningar	58	68
Kostnad för pensioner och motsvarande ersättningar	23	32

Av löner och ersättningar avser 20 (18) rörlig ersättning. Gruppen består av 20 (20) personer. Totalt har denna grupp beviljade lån och krediter från ICA Banken på 1 (1).

Könsfördelning i styrelse och företagsledning	2012	2011
Styrelse		
Män	9	9
Kvinnor	-	-
Totalt	9	9
Företagsledning		
Män	8	8
Kvinnor	3	3
Totalt	11	11

Förmåner till personer i ledande ställning

Inga arvoden har betalats till de av bolagsstämman valda styrelseledamöterna. Till arbetstagarrepresentanterna har utbetalats ett arvode om 4 000 kronor per sammanträde, till vilket material har utsänts före mötet och det finns beslutspunkter på agendan.

Styrelsen för ICA AB och verkställande direktören Kenneth Bengtsson avtalade gemensamt under 2011 om att Kenneth Bengtsson skulle avsluta sin anställning den 31 maj 2012. Lön och ersättningar har under året uppgått till 5 (30). I beloppet ingår bonuslön med 3 (7).

Den 12 mars 2012 anställdes Per Strömberg som ny verkställande direktör i moderbolaget efter Kenneth Bengtsson. Lön till verkställande direktören Per Strömberg har under året uppgått till 10. I beloppet ingår bonuslön med 4. Med Per Strömberg har avtal träffats om sex månaders ömsesidig uppsägningstid med ett avgångsvederlag uppgående till en årslön vid uppsägning från bolagets sida. Pensionsåldern är 65 år. Bolaget täcker sina pensionsåtaganden genom årliga betalningar av pensionspremier till försäkringsbolag motsvarande 35 procent av grundlönen. Koncernen har inga andra förpliktelser avseende pension till verkställande direktören.

Not 5 Revisionskostnader

	2012	2011
Deloitte:		
Revisionsuppdrag	18	16
Annan revisionsverksamhet	1	1
Totalt	19	17
Ernst&Young:		
Revisionsuppdrag	5	4
Annan revisionsverksamhet	9	4
Skatterådgivning	1	-
Övriga tjänster	15	12
Totalt	30	20

Not 6 Övriga rörelseintäkter

	2012	2011
Vinstdelning och aktieutdelning	222	231
Realisationsvinster	381	33
Totalt	603	263

Not 7 Leasingavtal

Finansiella leasingavtal

Det finns inga väsentliga finansiella leasingavtal i koncernen.

Operationella leasingavtal

ICA som leasetagare

Koncernen hyr byggnader och inventarier. Leasingavgifter avtalas över en genomsnittlig leasingperiod på 10 år. Hyrorna förändras i enlighet med de indexklausuler som finns i avtalen. Möjlighet till förlängning av avtalen utöver den innevarande hyresperioden förekommer.

Avtalade leasingkostnader avseende befintliga kontrakt förfaller till betalning enligt nedan:

	2012	2011
Årets leasingkostnad	3 222	3 214
Varav minimileasingavgifter	2 852	2 840
Varav variabla utgifter	370	374
Årets leasingintäkt avseende objekt som vidareuthyrts	-1 035	-991
Framtida avtalade minimileasingavgifter:		
Förfallotidpunkt inom 1 år	2 699	2 745
Förfallotidpunkt senare än 1 år men inom 5 år	7 484	7 855
Förfallotidpunkt senare än 5 år	3 580	4 458
Totalt	13 763	15 058
Framtida minimileasingavgifter att erhålla avseende avtal vilkas leasingobjekt vidareuthyrts	3 716	3 469

ICA som leasegivare

Koncernen hyr ut byggnader och inventarier. Hyrorna är fasta men även rörliga hyror baserade på omsättningen förekommer. Leasingavgifter avtalas över en genomsnittlig leasingperiod på 10 år. Hyrorna förändras i enlighet med de indexklausuler som finns i avtalen.

Avtalade leasingavgifter avseende befintliga kontrakt förfaller till betalning enligt nedan:

Framtida avtalade minimileasingavgifter:	2012	2011
Förfallotidpunkt inom 1 år	1 750	1 709
Förfallotidpunkt senare än 1 år men inom 5 år	4 219	4 198
Förfallotidpunkt senare än 5 år	1 382	1 502
Totalt	7 351	7 409
Variabla avgifter som ingår i resultatet	910	545

Not 8 Valutakursdifferenser i rörelseresultatet

Inköp av varor och tjänster i utländska valutor har medfört valutakursdifferenser på följande nivåer i rörelseresultatet.

	2012	2011
Nettoomsättning	-	2
Kostnad för sålda varor	26	16
Administrationskostnader	1	-3
Totalt	27	15

Not 9 Finansnetto

	2012	2011
Finansiella intäkter		
Ränteintäkter	79	58
Marknadsvärdering av finansiella instrument	0	7
Kursdifferenser	5	7
Finansiella intäkter	84	72
Finansiella kostnader		
Räntekostnader	-421	-421
Finansiella kostnader	-421	-421

ICA Bankens ränteintäkter och räntekostnader redovisas i koncernens rörelseresultat.

Not 10 Skatter

Aktuell skatt	2012	2011
Aktuell skatt på årets resultat	-2 015	-690
Uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	-3	-71
Redovisad skattekostnad	-2 018	-761

Avstämning mellan gällande skattesats och effektiv skatt (%)

Gällande skattesats	26,3	26,3
Skatt avseende ej redovisad uppskjuten skattefordran	10,3	11,1
Tillkommande skatt 2004-2008	43,4	-
Ej avdragsgilla kostnader och ej skattepliktiga intäkter	-4,0	-1,0
Effekt av annan skattesats i utländska dotterbolag	-1,6	-1,8
Effekt av förändrad skattesats på redovisad uppskjuten skatt	-4,7	-
Övrigt	-1,0	0,7
Effektiv skattesats	68,7	35,3

Redovisade uppskjutna skattefordringar och skatteskulder	2012	2011
Anläggningstillgångar	-106	-81
Varulager	15	21
Avsättningar	107	95
Underskottsavdrag	0	3
Obeskattade reserver	-816	-810
Finansiella derivat	6	12
Summa uppskjuten skattefordran (+) uppskjuten skatteskuld (-), netto	-794	-760

I balansräkningen redovisas följande:

Uppskjuten skattefordran	25	41
Uppskjuten skatteskuld	-819	-801

Koncernen har ej redovisat uppskjutna skattefordringar avseende underskottsavdrag på MSEK 1 198 i Norge (873) och MSEK 72 i Litauen (76).

Förändring av uppskjuten skatt i temporära skillnader och underskottsavdrag

	Balans per 1 jan 2012	Redovisat i resultaträkningen	Redovisat i övrigt totalresultat	Avyttring av tillgångar	Balans per 31 dec 2012
Anläggningstillgångar	-81	5	-6	-24	-106
Varulager	21	-6			15
Avsättningar	95	12	0		107
Underskottsavdrag	3	-3	0		0
Obeskattade reserver	-810	-6			-816
Finansiella derivat	12	-5	-1		6
Summa	-760	-3	-7	-24	-794

	Balans per 1 jan 2011	Redovisat i resultaträkningen	Redovisat i övrigt totalresultat	Balans per 31 dec 2011
Anläggningstillgångar	-127	48	-2	-81
Varulager	17	4		21
Avsättningar	125	-29	-1	95
Underskottsavdrag	1	2	0	3
Obeskattade reserver	-712	-98		-810
Finansiella derivat	21	2	-11	12
Summa	-675	-71	-14	-760

Skattefordringar redovisas med (+) och skatteskulder med (-) i tabellen ovan.

Skatt i övrigt totalresultat

	2012		
	Före skatt	Skatt	Efter skatt
Omräkningsdifferenser utlandsverksamheter	-64		-64
Finansiella tillgångar som kan säljas:			
- årets värdeförändring	26	-6	20
Kassaflödessäkringar:			
- årets värdeförändring	-18	-1	-19
Övrigt totalresultat	-56	-7	-63

	2011		
	Före skatt	Skatt	Efter skatt
Omräkningsdifferenser utlandsverksamheter	-24	-2	-26
Finansiella tillgångar som kan säljas:			
- årets värdeförändring	2	-1	1
Kassaflödessäkringar:			
- årets värdeförändring	-10	-11	-21
Övrigt totalresultat	-32	-14	-46

Not 11 Immateriella anläggningstillgångar

	Goodwill		Varumärken		IT-system		Övrigt		Summa immateriella anläggningstillgångar	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Ackumulerade anskaffningsvärden	2 439	2 462	638	662	1 221	977	424	365	4 722	4 466
Ackumulerade avskrivningar			-	-	-781	-699	-195	-144	-976	-843
Ackumulerade nedskrivningar	-607	-607	-59	-48	0	0	0	0	-666	-655
Bokfört värde	1 832	1 855	579	614	440	278	229	220	3 080	2 967
Vid årets början	1 855	2 577	614	638	278	258	220	117	2 967	3 590
Investeringar	-	-	-	-	256	98	51	136	307	234
Företagsförvärv	-	-	-	-	-	-	11	3	11	3
Avyttringar och utrangeringar	-	-142	-	-	-	-	-16	-20	-16	-162
Årets avskrivningar	-	-	-	-	-96	-78	-36	-16	-132	-94
Årets nedskrivningar	-	-592	-12	-20	-	-	-	-	-12	-612
Årets omräkningsdifferens	-23	12	-23	-4	2	0	-1	0	-45	8
Bokfört värde	1 832	1 855	579	614	440	278	229	220	3 080	2 967

Avskrivningar av immateriella anläggningstillgångar ingår i resultaträkningens delposter enligt följande.

	2012	2011
Försäljningskostnader	-36	-16
Administrationskostnader	-96	-78
Totalt	-132	-94

Nyttjandeperiod för immateriella tillgångar

Varumärken avser sådana som förvärvats i samband med förvärvet av Rimi Baltic AB. För dessa finns det inte någon förutsebar period under vilken dessa varumärken förväntas ge fördelar för koncernen. Detta innebär att nyttjandeperioden är obestämbar.

IT-system avser aktiverade utvecklingskostnader för IT-system. Nyttjandeperioden fastställs per system och uppgår till mellan tre och fem år. Avskrivning sker linjärt över nyttjandeperioden. Återstående avskrivningstid för IT-system är cirka tre år.

Övriga immateriella tillgångar består av hyresrättigheter, andra immateriella övervärden i samband med förvärv av butiksrorelser samt pågående projekt. Avskrivning sker över bedömd nyttjandeperiod.

Prövning av nedskrivningsbehov för goodwill

Goodwill fördelas på följande segment:

	2012	2011
ICA Norge	882	869
Rimi Baltic	950	986
Totalt	1 832	1 855

Goodwill fördelas till de kassagenererande enheter som förväntas bli gynnade av förvärvet. Goodwill fördelas till den lägsta nivå som den övervakas i den interna styrningen i koncernen men aldrig högre än segmentsnivå. Prövning av nedskrivningsbehov för goodwill sker årligen eller oftare om indikation finns på värdenedgång. Återvinningsvärdet fastställs baserat på beräkningar av nyttjandevärden.

För Rimi Baltic har nedskrivningsprövningen baserats på det uppskattade framtida kassaflödet i budgetar och prognoser för de närmaste fem åren. Kassaflödena bortom denna tidsperiod extrapoleras med en procentsats som baseras på förväntad inflation. Den reala tillväxten i Rimi Baltic är i genomsnitt 2%. Behovet av rörelsekapital har bedömts kvarstå på samma relativa nivå som uppnås vid slutet av prognosperioden. Diskonteringsräntan uppgår till 9,3% före skatt för Rimi Baltic. Prövningen har inte föranlett någon nedskrivning. Återvinningsvärdet motsvarar redovisat värde om diskonteringsräntan före skatt vore 10,1%.

För ICA Norge är prövningen av goodwill baserad på den affärsplan som upprättats efter samarbetsavtalet med Norgesgruppen. Affärsplanen löper till år 2017. Därefter antas en tillväxt motsvarande inflationen 2,5 procent. Behovet av rörelsekapital antas kvarstå på samma relativa nivå som uppnås i slutet av affärsplanen. Diskonteringsräntan före skatt uppgår till 11,1 procent. Prövningen har inte inneburit någon nedskrivning av goodwill. En ändring av diskonteringsräntan med 1 procentenhet förändrar återvinningsvärdet med 746 MSEK.

Prövning av nedskrivningsbehov för varumärken

Varumärken hänförliga till förvärvet av Rimi Baltic fördelas per land och butiksformat. Prövning av nedskrivningsbehov för varumärken sker årligen eller oftare om indikation finns på värdenedgång. Återvinningsvärdet för varje varumärke fastställs baserat på beräkningar av nyttjandevärden. Beräkningarna baseras på det uppskattade framtida kassaflödet för försäljning i budgetar och prognoser för de närmaste fem åren. Kassaflödena bortom denna tidsperiod extrapoleras baserat på förväntad inflation. Den reala tillväxten är i genomsnitt 2%. Diskonteringsräntan uppgår till 5,3%-8,1% före skatt beroende på till vilket land varumärket hänförs sig till. En förskjutning har skett av försäljningen från lågprisbutiker till Rimi-konceptet. Det har resulterat i en nedskrivning med 12 MSEK.

Prövning av nedskrivningsbehov av andra immateriella tillgångar

För andra immateriella tillgångar än goodwill och varumärken beräknas ett återvinningsvärde när det finns en indikation på att tillgången har minskat i värde. Under året har inga händelser inträffat som indikerar en värdenedgång.

Not 12 Materiella anläggningstillgångar

	Byggnader och mark		Förvaltningsfastigheter		Förbättringsutgifter på annans fastighet		Inventarier		Pågående nyanläggningar		Summa materiella anläggningstillgångar	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Ackumulerade anskaffningsvärden	13 492	13 116	1 299	1 152	2 113	1 808	7 313	6 932	449	274	24 666	23 282
Ackumulerade avskrivningar	-3 508	-3 201	-402	-273	-1 116	-893	-4 551	-4 066	-	-	-9 577	-8 433
Ackumulerade nedskrivningar	-106	-108	-30	-31	0	-1	-128	-71	0	0	-264	-211
Bokfört värde	9 878	9 807	867	848	997	914	2 634	2 795	449	274	14 825	14 638
Vid årets början	9 807	9 581	848	1 099	914	944	2 795	3 040	274	700	14 638	15 364
Investeringar	527	824	102	188	262	288	627	838	176	3	1 167	2 141
Rörelseförvärv	-	1	-	-	-	1	23	8	-	-	23	10
Avyttringar och utrangeringar	-17	-641	-65	-444	-21	-117	-35	-294	-	-3	-138	-1 499
Omklassificeringar	4	396	-7	30	88	0	-86	-1	2	-425	1	0
Årets avskrivningar	-358	-353	-25	-30	-252	-204	-689	-794	-	-	-1 324	-1 381
Årets nedskrivningar	-22	0	-6	-4	-	-2	-4	-5	-	-	-32	-11
Årets återförda nedskrivningar	4	1	7	-	-	-	-	-	-	-	11	1
Årets omräkningsdifferens	-67	-2	13	9	6	4	3	3	-3	-1	-48	13
Bokfört värde	9 878	9 807	867	848	997	914	2 634	2 795	449	274	14 825	14 638

I byggnader och mark ingår bokfört värde avseende sale och leaseback fastigheter med 1 824 (1 929).

Nedskrivningar avser huvudsakligen fastigheter i Litauen och Sverige. Nedskrivningarna redovisas i försäljningskostnader i resultaträkningen.

Förvaltningsfastigheter

En intern värdering har gjorts av samtliga förvaltningsfastigheters verkliga värde. Värderingen baseras på de befintliga hyrorna och de reala avkastningskrav som gäller för de olika marknaderna. Den visar att det verkliga värdet överstiger det bokförda värdet med 464 (881).

Följande belopp har redovisats i resultaträkningen från förvaltningsfastigheter:

	2012	2011
Hyesintäkter	124	137
Direkta kostnader	21	27

Pågående nyanläggningar

I årets nedlagda kostnader ingår aktiverade räntekostnader med 4 (7) beräknade med en räntesats på 1,5% (1,9%).

Not 13 Andelar i joint ventures, intresseföretag och dotterföretag

Joint ventures

Redovisat värde joint ventures	2012	2011
Ingående redovisat värde	486	434
Nya investeringar	104	97
Andel i totalresultat	-4	-45
Utgående redovisat värde	586	486

Andelar i joint ventures

Ancore Fastigheter AB 556817-8858 bildades den 1/12 2010 tillsammans med Alecta pensionsförsäkring, ömsesidigt. ICAs ägarandel är 50%. Företaget äger och förvaltar 17 svenska fastigheter som innehåller ICA-butiker.

Nedan är en sammanställning av ICAs andel av intäkter och kostnader samt ICAs andel av de huvudsakliga balansposterna. Övrigt totalresultat består av omvärdering av en ränteswap som är hedgeredovisad.

	2012	2011
Intäkter	116	90
Kostnader	-101	-84
Årets resultat	15	6
Övrigt totalresultat	-19	-51
Årets totalresultat	-4	-45
Anläggningstillgångar	1 759	1 431
Omsättningstillgångar	31	40
Långfristiga skulder	1 150	930
Kortfristiga skulder	54	55

Intresseföretag

Redovisat värde intresseföretag	2012	2011
Ingående redovisat värde	16	13
Förvärv	0	0
Resultatandel	-3	3
Försäljningar	-2	0
Utgående planenligt restvärde	11	16

Andelar i intresseföretag

Sammanställningen nedan visar de väsentligaste innehaven av andelar i intresseföretag:

	Andel %		Resultat- andel	Resultat- andel
	12/31/2012	12/31/2011	12/31/2012	12/31/2011
Borgenveien 50 AS, (981 025 008), Oslo, Norge	50	50	-2	2
TakeCargo AS, (983 543 707), Oslo, Norge	32	32	0	0
Övriga intresseföretag			-1	1
Totalt			-3	3

Andelen ovan anger röstandelen som i samtliga fall överensstämmer med kapitalandelen.

Andelar i dotterföretag

Innehav i dotterföretag, både av ICA AB direkt ägda och indirekt ägda. Förteckningen omfattar endast rörelsedrivande dotterföretag

Andel %

Direkta innehav	Org-nr	Säte	12/31/2012	12/31/2011
ICA Baltic AB	556042-7410	Stockholm	100	100
ICA Banken AB	516401-0190	Stockholm	100	100
ICA Detalj AB	556604-5448	Stockholm	100	100
ICA Fastigheter AB	556604-5471	Stockholm	100	100
ICA Finans AB	556034-1462	Stockholm	100	-
ICA International Services BV	34177382	Nederländerna	100	100
Indirekta innehav				
ICA Eiendom Norge AS	968 930,451	Oslo,Norge	100	100
ICA Fastigheter Sverige AB	556033-8518	Västerås	100	100
ICA Global Sourcing Ltd	1 150,322	Hong Kong	100	100
ICA Norge AS	931 186,744	Oslo,Norge	100	100
ICA Sourcing and Services BV	35 025,260	Nederländerna	100	100
ICA Sverige AB	556021-0261	Stockholm	100	100
Rimi Baltic AB	556609-6268	Stockholm	100	100

Utöver de bolag som upptagits i förteckningen ovan finns 240 stycken rörelsedrivande och vilande bolag inom ICA-koncernen. En komplett förteckning över alla i koncernen ingående bolag kan erhållas från ICAs informationsavdelning.

Not 14 Varulager

	2012	2011
Varulager av handelsvaror	4 241	4 656
Avdrag för inkurans i varulager	-108	-136
Varulager	4 133	4 520

Not 15 ICA Banken

ICA Banken bedriver bankrörelse. Inom Privatmarknad bedriver ICA Banken betalnings och korttjänster, in- och utlåning, fondsparande samt förmedling av försäkringar. Inlåningen utgörs av inlåning på transaktionskonto och sparkonto. Utlåningen består av konto- och kortkrediter, blacolån (utlåning utan säkerhet) samt topplån till fastigheter. Därutöver erbjuder banken bolån som förmedlas till SBAB. ICA Banken erbjuder egna fonder där förvaltningen sker i samarbete med ett externt fondbolag. ICA Banken tillhandahåller även olika försäkringslösningar till privatpersoner genom samarbete med försäkringsbolag. Inom Företagstjänster hanteras bland annat bankomater, betalterminaler med tillhörande transaktionsinsamling, ICA:s utbetalningstjänst för offentliga sektorn.

Eftersom ICA Bankens utlåning sker till ett stort antal privatpersoner föreligger ej någon koncentration av kreditrisk. Både in- och utlåningen sker till rörlig ränta med undantag för en liten del av utlåningen där räntebindningstiden är 3 månader. Den överlikviditet som uppstår i ICA Banken genom att inlåningen överstiger utlåningen, placeras främst kortfristig i instrument med låg risk. Sammansättningen av inlåningen, utlåningen samt placeringar medför att den totala ränterisken är låg. Banken har mycket små belopp i utländsk valuta vilket gör att valutarisken är liten. Verkligt värde för finansiella tillgångar och skulder motsvarar redovisat värde.

ICA Bankens utlåning till privatpersoner har följande återstående löptider:

	2012	2011
Om högst tre månader	1 950	1 914
Längre än tre månader men högst ett år	797	713
Längre än ett år men högst fem år	3 122	2 875
Längre än fem år	1 558	1 467
Summa utlåning	7 427	6 969

Osäkra fordringar

	2012	2011
Osäkra fordringar	54	63
Avgår: reserv för befarade kreditförluster	-33	-37
Osäkra fordringar netto	21	26

ICA Banken har som princip att klassificera en fordran som osäker när ränta eller amortering varit förfallen i mer än 60 dagar. Osäkra fordringar uppgick netto till 0,3% (0,4%) av utlåningen. Reserveringsgraden är reserven för befarade kreditförluster i förhållande till de totala osäkra fordringarna. Reserveringsgraden för osäkra fordringar uppgick till 60,5% (59,1%). Kreditförlusterna netto uppgick till 38 (36) vilket motsvarar 0,5% (0,5%) av genomsnittlig utlåning till allmänheten.

Lånefordringar med förfallna belopp, som inte är osäkra

	2012	2011
Förfallna mellan 5 och 30 dagar	4	33
Förfallna mellan 31 och 60 dagar	48	23
Totalt	52	56

Övervägande del av utlåningen sker utan säkerhet.

Not 16 Anläggningstillgångar som innehas för försäljning

Tillgångar som innehas till försäljning:	2012	2011
Materiella anläggningstillgångar	26	1 409

De fastigheter och tillgångar som under 2011 hänfördes till tillgångar som innehas för försäljning, har under 2012 sålts. Under året har nedskrivning skett med 267 MSEK. Kvarvarande belopp hänför sig till segment ICA Fastigheter.

Not 17 Eget kapital

För en sammanställning av eget kapital hänvisas till rapporten Förändringar i eget kapital.

Specifikation av eget kapitalposten reserver	2012-12-31	2011-12-31
Omräkningsreserv		
Ingående omräkningsreserv	14	40
Årets omräkningsdifferenser	-64	-26
Utgående omräkningsreserv	-50	14
Verkligt värde reserv		
Ingående verkligt värde reserv	-1	-2
Omvärderingar under året	20	1
Utgående verkligt värde reserv	19	-1
Säkringsreserv		
Ingående säkringsreserv	-52	-31
Tillkommande	-71	-52
Avgående	52	31
Utgående säkringsreserv	-71	-52
Omvärderingsreserv		
Ingående omvärderingsreserv	498	498
Förändring av omvärderingsreserv	-	-
Utgående omvärderingsreserv	498	498
Summa reserver per	2012-12-31	2011-12-31
Ingående reserver	460	505
Årets förändring av reserver:		
Omräkningsreserv	-64	-26
Verkligt värde reserv	20	1
Säkringsreserv	-19	-21
Utgående reserver	396	460

Per den 31 december 2012 består aktiekapitalet av 5 000 000 aktier (5 000 000) med ett kvotvärde om SEK 100.

Övrigt tillskjutet kapital

Avser eget kapital som är tillskjutet från ägarna. Huvudsakligen skedde ett tillskott från ägarna i samband med bildandet av ICAs struktur år 2000.

Reserver

Omräkningsreserv

Omräkningsreserven innefattar alla valutakursdifferenser som uppstår vid omräkning av finansiella rapporter från utländska verksamheter som har upprättat sina finansiella rapporter i en annan valuta än den valuta i vilken koncernens finansiella rapporter presenteras. Moderbolaget och koncernens rapporter presenteras i svenska kronor.

Verkligt värde reserv

Verkligt värde reserven innefattar den ackumulerade nettoförändringen efter skatt av verkligt värde på finansiella tillgångar som kan säljas fram till dess att tillgången bokas bort från balansräkningen.

Säkringsreserv

Säkringsreserven innefattar den effektiva andelen av den ackumulerade nettoförändringen av verkligt värde på ett kassaflödessäkringsinstrument hänförbart till säkringstransaktioner som ännu inte har inträffat.

Omvärderingsreserv

Vid stegvisa rörelseförvärv redovisas omvärderingen av redan tidigare ägd andel av tillgångarna i omvärderingsreserven.

Balanserade vinstmedel inklusive årets resultat

I balanserade vinstmedel inklusive årets resultat ingår intjänade vinstmedel i moderbolaget och dess dotterföretag och intresseföretag. Tidigare avsättningar till reservfond exklusive överförda överkursfonder, ingår i denna egetkapitalpost.

Utdelning

Utdelning till aktieägare har skett med 2 000 (1 900) MSEK. Detta motsvarar en utdelning per aktie på 400 kronor (380 kronor).

Styrelsen har föreslagit en utdelning uppgående till totalt 2 000 MSEK vilket motsvarar 400 kronor per aktie. Utdelningen blir föremål för fastställande på årsstämman i april 2013.

Förvaltning av kapital

Kapital avser eget kapital samt lånat kapital. Koncernens mål för förvaltning av kapitalet är att trygga koncernens fortlevnad och handlingsfrihet och att tillse att ägarna även fortsättningsvis erhåller avkastning på sina placerade medel. Fördelningen mellan eget och lånat kapital ska vara sådan att en god balans erhålls mellan risk och avkastning. Kapitalstrukturen anpassas om så är nödvändigt till förändrade ekonomiska förutsättningar och andra omvärldsfaktorer. För att bibehålla och anpassa kapitalstrukturen kan koncernen dela ut medel, öka det egna kapitalet genom utgivande av nya aktier eller kapitaltillskott eller minska eller öka skulderna. Av balansräkningen framgår koncernens skulder och eget kapital. Av rapporten Förändringar i eget kapital och i denna not finns en specifikation av de olika komponenterna som ingår i reserver. Se även not 22 Finansiella instrument.

Det långsiktiga målet för koncernens soliditet är 30-35%. Målet för avkastning på eget kapital är en avkastning på minst 14-16% i genomsnitt över en konjunkturcykel.

ICA Banken, som är en del av ICA-koncernen, har finansiella kapitalkrav enligt de regler som gäller för banker. Kapitalkraven är en garanti för att ICA Banken ska kunna infria sina åtaganden gentemot sina kunder. Kapitalkraven innebär att ICA Banken måste ha en viss storlek på eget kapital ställt i relation till utlåningen och intäkterna. Att kapitalkraven uppfylls övervakas av Finansinspektionen. Kapitalkraven har till fullo infriats under året.

Not 18 Pensioner

Anställda i Sverige omfattas av pensionsförmåner enligt ingångna kollektivavtal. Det innebär att tjänstemän erhåller förmånsbaserade pensioner enligt ITP-planen. Pensionsförpliktelserna säkerställs genom avsättningar i balansräkningen och genom försäkringspremier. Tjänstemän födda 1979 eller senare erhåller en avgiftsbestämd pension. Kollektivanställda erhåller avgiftsbaserade pensioner enligt STP-planen via AMF Pension.

Samtliga anställda i Norge omfattas av tjänstepensionsavtal. Det finns förmånsbaserade pensioner men merparten av de anställda i Norge omfattas av avgiftsbaserade pensioner. De förmånsbaserade planerna säkerställs både genom inbetalning av avgifter till försäkringsbolag och genom avsättning i balansräkningen. Utöver tjänstepensionen har fackligt anslutna anställda en möjlighet att gå i pension vid 62 års ålder. För detta betalas premier till en förmånsbestämd plan som omfattar flera arbetsgivare. Det finns inte tillgång till information som gör det möjligt att redovisa denna plan som en förmånsbestämd plan och den redovisas därför som en avgiftsbestämd plan.

I de baltiska staterna förekommer avtalspensioner endast i undantagsfall och dessa är då avgiftsbestämda.

Det finns inga sjukvårdskostnader i koncernens planer som väsentligen påverkar den redovisade förpliktelsen för förmånsbestämda planer.

Åtaganden för ålderspension och familjepension för tjänstemän i Sverige säkerställs genom en försäkring i Alecta. Enligt uttalande från Rådet för finansiell rapportering, UFR 3, är detta en förmånsbestämd plan som omfattar flera arbetsgivare. För räkenskapsåret har bolaget inte haft tillgång till sådan information som gör det möjligt att redovisa denna plan som en förmånsbestämd plan. Pensionsplanen enligt ITP som tryggas genom en försäkring i Alecta redovisas därför som en avgiftsbestämd plan.

Årets avgifter för pensionsförsäkringar som är tecknade i Alecta uppgår till 20 (23). Alectas överskott kan fördelas till försäkringstagarna och/eller de försäkrade. Per 30 september 2012 uppgick Alectas överskott i form av den kollektiva konsolideringsnivån till 123 procent (113% per 31 december 2011). Den kollektiva konsolideringsnivån utgörs av marknadsvärdet på Alectas tillgångar i procent av försäkringsåtagandena beräknade enligt Alectas försäkringstekniska beräkningsantaganden, vilka inte överensstämmer med IAS 19. Alectas konsolideringsnivå ska normalt tillåtas variera mellan 125-155 procent.

För svenska bolag gäller att om det är en skillnad mellan pensionsskulden fastställd enligt svenska regler och den pensionsskuld som är fastställd enligt IFRS, redovisas en avsättning eller fordran avseende särskild löneskatt baserat på denna skillnad.

Kostnad förmånsbestämda pensioner	2012	2011
Kostnad intjänade förmåner under perioden	109	76
Räntekostnad	60	60
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	-5	-4
Redovisade aktuariella vinster (-) förluster (+)	28	9
Pensionskostnad för förmånsbestämda pensioner	192	141
Pensionskostnad för avgiftsbestämda pensioner	355	333
Totala pensionskostnader	547	474

Av pensionskostnaden ingår 395 (335) i kostnad för sålda varor och 92 (79) i administrationskostnader. Räntekostnaden redovisas i finansnettot.

Upplysningarna nedan avser de förmånsbestämda planerna.

Redovisat belopp i balansräkningen	2012	2011
Nuvärdet av fonderade förpliktelser	165	163
Verkligt värde på förvaltningstillgångar	-103	-97
Netto fonderade förpliktelser	62	66
Nuvärdet av ofonderade förpliktelser	1 734	1 613
Oredovisade aktuariella förluster (-) vinster (+)	-446	-471
Redovisat belopp	1 350	1 208

Beloppet redovisas i sin helhet i raden avsättningar för pensioner i balansräkningen.

Förändring av pensionsförpliktelse	2012	2011
Ingående balans nuvärde pensionsförpliktelse	1 776	1 390
Kostnad intjänade förmåner under perioden	109	76
Räntekostnad	60	60
Aktuariella vinster (-) förluster (+)	0	301
Pensionsutbetalningar	-48	-51
Valutakursförändringar	2	0
Utgående balans nuvärde pensionsförpliktelse	1 899	1 776

Förändring av förvaltningstillgångar	2012	2011
Ingående balans, förvaltningstillgångar	97	97
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	5	4
Aktuariella vinster (+) förluster (-)	-3	-2
Pensionsutbetalningar från förvaltningstillgångarna	-48	-51
Inbetalningar	51	49
Valutakursförändringar	1	0
Utgående balans, förvaltningstillgångar	103	97

Verklig avkastning på förvaltningstillgångar	2	2
--	---	---

Förvaltningstillgångarnas fördelning på tillgångsslag	2012	2011
Obligationer och andra räntebärande värdepapper	58	52
Aktier	10	14
Fastigheter	14	17
Andra tillgångar	21	14
Summa förvaltningstillgångar	103	97

Den förväntade avkastningen på förvaltningstillgångar fastställs utifrån en långsiktigt antagen förväntan om avkastning för varje slag av tillgång. Denna avkastning utgår från ett antagande om en viss inflation samt på historiska data om avkastning för olika slag av tillgångar. Den förväntade avkastning per tillgångsslag tillsammans med den mix av tillgångar som långsiktigt förväntas hållas, ger en total förväntad avkastning för förvaltningstillgångarna.

Viktiga aktuariella antaganden (%)	2012	2011
Diskonteringsränta	3,4	3,4
Inflation	2,0	2,0
Löneökningstakt	3,5	3,6
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	4,5	4,5

För 2012 diskonteras förpliktelsen i Sverige utifrån räntan på företagsobligationer och förpliktelsen i Norge utifrån räntan på statsobligationer.

Belopp för innevarande år och jämförelseår	2012	2011	2010	2009	2008
Nuvärde förmånsbestämda förpliktelser	-1 899	-1 776	-1 390	-1 462	-1 427
Förvaltningstillgångar	103	97	97	109	85
Underskott (-) överskott (+)	-1 796	-1 679	-1 293	-1 353	-1 342
Erfarenhetsbaserade justeringar för förpliktelsen	9	28	26	5	-29
Erfarenhetsbaserade justeringar för förvaltningstillgångarna	-3	-2	-8	4	-8

Avgifter som förväntas betalas till de förmånsbestämda planerna under 2013 uppgår till 48 MSEK.

Not 19 Ställda säkerheter och eventualförpliktelser

Ställda säkerheter	2012	2011
Fastighetsinteckningar	34	35
Spärrade medel avseende ICA Banken	361	384
Totalt	395	419
Eventualförpliktelser		
Borgen och ansvarsförbindelser	215	187
Skattetvister	-	1 187
Övriga tvister	58	113
Totalt	273	1 487

Skatteverket beslutade 2008 att inte godkänna avdrag avseende räntekostnader inom koncernen gjorda under 2004-2008. Efter en överklagad dom i Förvaltningsrätten avkunnade Kammarrätten en slutgiltig dom i oktober 2012 i Skatteverkets favör. ICA har redovisat en skattekostnad under 2012 om 1 274 MSEK i enlighet med domen.

Not 20 Närstående transaktioner

Transaktioner mellan ICA AB och dess dotterföretag, vilka är närstående till bolaget, har eliminerats i koncernredovisningen och anges inte i denna not. Transaktioner mellan koncernen och andra närstående parter anges nedan.

ICA har ingått ett antal avtal med ägare, intresseföretag och joint ventures. Avtalen är på marknadsmässiga villkor både vad gäller pris och betalningsvillkor. Omfattningen av dessa transaktioner framgår av tabellerna nedan:

2012	Försäljning till närstående	Inköp från närstående	Fordran på närstående	Skuld till närstående
Ägare:				
Royal Ahold	3	208	22	106
Hakon Invest AB (publ)	2	103	0	14
Intresseföretag, joint ventures	0	0	20	0
Totalt	5	311	42	120

2011	Försäljning till närstående	Inköp från närstående	Fordran på närstående	Skuld till närstående
Ägare:				
Royal Ahold	12	230	15	93
Hakon Invest AB (publ)	2	101	7	16
Intresseföretag, joint ventures	0	1	27	0
Totalt	14	332	49	109

ICA-koncernen har haft dagliga transaktioner med de styrelseledamöter som är ICA-handlare. Transaktionerna är en naturlig del i deras roll som ICA-handlare. Samtliga transaktioner sker på marknadsmässiga villkor och avser försäljning av varor, konsulttjänster samt hyra av lokaler.

Not 21 Principer för finansiell riskhantering

Koncernen har en central funktion för finansförvaltning vars huvudsakliga uppgift är att säkerställa att koncernen har en tryggad finansiering genom lån och kreditlöften, att hantera cash management och att aktivt hantera och kontrollera att den finansiella exponeringen är i enlighet med koncernens finanspolicy.

De finansiella instrument som hanteras av finansavdelningen består av bankkrediter, kort- och långfristiga lån, korta placeringar samt derivat. Koncernen har även andra finansiella instrument, som kundfordringar och leverantörsskulder vilka är direkt kopplade till ICA koncernens verksamhet.

ICAs huvudsakliga riskexponering avser ränta, likviditet, valuta och kredit.

Ränterisk

Ränterisk är risken att förändringar i marknadsräntor påverkar kassaflödet eller det verkliga värdet på finansiella tillgångar och skulder. Finanspolicyn anger att ränterisken ska begränsas till en total förlust på högst 30 MSEK vid en parallellförskjutning av avkastningskurvan med 1 procentenhet. För att anpassa ränteexponeringen används ränteswappar.

Likviditetsrisk

Likviditetsrisken är risken för att koncernen inte kan möta de kortfristiga betalningsåtagandena. ICAs finanspolicy föreskriver att likviditetsreserven skall uppgå till en sådan nivå att reserven kan hantera de fluktuationer som förväntas uppstå i den dagliga likviditeten inom en tolv månaders tidsperiod. För att tillgodose detta har koncernen checkräkningskrediter och bekräftade kreditfaciliteter. Koncernens starka kassaflöde samt bekräftade lånefaciliteter har under år 2012 inneburit att koncernens likviditetsbehov har kunnat tillgodoses utan svårigheter. Vid utgången av år 2012 uppgick upplåningen till 1 596 (1 983) och likviditetsreserven, utöver likvida medel, uppgick till 5 249 (5 416). ICA Bankens överlikviditet är ej tillgänglig för koncernen på grund av banklagstiftning.

Valutarisk

Valutarisken är risken att förändringar i valutakurser påverkar kassaflödet. Valutarisken i ICA-koncernen är främst den transaktionsexponering som uppstår på grund av import av varor som betalas i utländsk valuta. Omkring 90% av den utestående transaktionsexponeringen säkras genom kurssäkringar upp till 9 månader. Valutasäkringen sker vid ordertillfället. För non-food produkter baseras valutasäkringen på prognostiserade volymer. Enligt finanspolicyn ska upplåning i utländsk valuta kurssäkras. Den valutarisk som uppstår till följd av att koncernen har investerat i utländska dotterbolag säkras inte aktivt på finansmarknaden. Devalveringar och andra valutakursförändringar påverkar övrigt totalresultat och omräkningsreserven i eget kapital.

Kreditrisk

Kreditrisken är risken för att motparten i en transaktion inte fullgör sina förpliktelser enligt avtalet och att eventuella säkerheter inte täcker bolagets fordran. De banker och kreditinstitut som koncernen samarbetar med skall ha en kreditvärdighet som minst motsvarar ett "A" från Standard & Poors eller "A2" från Moody's Investor Service. För sådana kommersiella motparter som koncernen har en större exponering mot sker en individuell kreditbedömning. Maximal kreditriskexponering motsvaras av det bokförda värdet på finansiella tillgångar. Kreditrisken som uppstår genom ICA Bankens utlåning till allmänheten hanteras genom att det för varje kreditsökande sker en kreditprövning innan lån beviljas.

Not 22 Finansiella instrument

Ränterisker

Om räntan ökar eller minskar med 1 procentenhet påverkas årets resultat med 7 MSEK (1) och eget kapital med 7 MSEK (1). Förändringen är beräknad utifrån ett antagande om en parallellförskjutning av avkastningskurvan med 1 procentenhet och utifrån den finansiella ställningen per balansdagen.

Likviditetsrisk

Löptid till förfall för betalningar av finansiella skulder (räknat från balansdagen).

	2012	2011
Förfallotidpunkt inom 1 år	23 422	21 619
Förfallotidpunkt senare än 1 år men inom 3 år	705	1 041
Förfallotidpunkt senare än 3 år men inom 5 år	5	5
Förfallotidpunkt senare än 5 år	42	47
Totalt	24 174	22 712

Sammanställningen exkluderar de skulder som uppkommer vid sale and lease back transaktioner. Se vidare not 23.

Valutarisker

Koncernen säkrar alla större valutaexponeringar avseende rörelserelaterade transaktioner med terminkontrakt. De valutaexponeringar som ej säkras uppgår till mindre än 5% av de totala valutaexponeringarna. Detta har medfört att det per den 31 december 2012 inte finns några väsentliga exponeringar i valutor utöver koncernens funktionella valutor. En förändring av valutakursen för någon av transaktionsvalutorna har därför en marginell effekt på ICAs resultat och eget kapital.

Kreditrisk

Analys av förfallna fordringar som inte är nedskrivna. (För analys av förfallna fordringar i ICA Banken, se not 15 ICA Banken).

	2012	2011
Förfallet upp till 30 dagar	148	244
Förfallet i mer än 30 dagar	69	87
Totalt	217	331

De förfallna fordringarna avser huvudsakligen övertrasseringar på kontokrediter till fristående ICA-handlare. En individuell prövning sker av varje fordran utifrån sannolikheten för att fordran kommer att betalas. Om bedömningen är att fordran helt eller delvis inte kommer att betalas sker en nedskrivning till det belopp som förväntas betalas. Fordringar har under året skrivits ned med 19 (36). Säkerhet för krediterna utgörs huvudsakligen av företagsinteckningar.

ICAs maximala kreditrisk motsvaras av de finansiella instrumentens bokförda värde med tillägg för lämnade finansiella garantier. Maximal kreditrisk avseende finansiella garantier uppgår till 215 (187).

Klassificering av finansiella tillgångar och skulder

	2012	2011
Derivat som är säkringsinstrument	9	0
Lån och kundfordringar	15 294	14 300
Finansiella tillgångar som kan säljas	2 919	1 398
Icke finansiella tillgångar	22 686	25 263
Summa tillgångar	40 908	40 961
Värderat till verkligt värde i resultaträkningen för handel	-	4
Derivat som är säkringsinstrument	31	32
Skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde	28 178	27 010
Icke finansiella skulder	2 481	2 556
Summa skulder	30 690	29 602

Nettoresultat per kategori

	2012	2011
<i>Nettovinst/nettoförlust:</i>		
Finansiella tillgångar och skulder värderade till verkligt värde i RR 1)	-	11
<i>Redovisat i övrigt totalresultat:</i>		
Finansiella tillgångar som kan säljas	20	1
Kassaflödessäkringar	-19	-21
<i>Räntor från finansiella skulder och tillgångar som ej värderats till verkligt värde i resultaträkningen:</i>		
Ränteintäkter från finansiella tillgångar	534	489
Räntekostnader från finansiella skulder	-508	-491

Nedskrivning av lån och kundfordringar har skett med 57 (72).

1) Avser innehav för handel

Säkringsredovisning

ICA tillämpar säkringsredovisning för den valutarisk som uppkommer vid import av varor. Säkringen är en kassaflödessäkring. De finansiella instrument som utgör säkringsinstrument är valutaterminer. Verkligt värde för dessa anges i separat tabell. Kassaflödena uppkommer löpande över året. Ineffektiviteten är ej materiell. ICA tillämpar även säkringsredovisning för en del av ränterisken hänförlig till upplåningen. De finansiella instrument som utgör säkringsinstrument är ränteswapar. Verkligt värde för dessa anges i separat tabell. Kassaflödena uppkommer löpande över året. Ineffektiviteten är ej materiell.

Finansiella tillgångar och skulder värderade till verkligt värde och dess värderingsnivå	2012			
	Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Totalt
<i>Tillgångar:</i>				
Finansiella tillgångar som kan säljas	2 919	-	-	2 919
Derivat ingående i en säkringsredovisning:				
Valutaterminskontrakt	-	9	-	9
Summa tillgångar	2 919	9	-	2 928
<i>Skulder:</i>				
Derivat ingående i en säkringsredovisning:				
Ränteswappar	-	16	-	16
Valutaterminskontrakt	-	15	-	15
Summa skulder	-	31	-	31

Finansiella tillgångar och skulder värderade till verkligt värde och dess värderingsnivå	2011			
	Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Totalt
<i>Tillgångar:</i>				
Finansiella tillgångar som kan säljas	1 398	-	-	1 398
<i>Skulder:</i>				
Derivat ingående i en säkringsredovisning:				
Ränteswappar	-	26	-	26
Valutaterminskontrakt	-	6	-	6
Valutaterminer redovisade i resultaträkningen	-	4	-	4
Summa skulder	-	36	-	36

Värderingsnivå 1 avser finansiella tillgångar och skulder för vilka noterade priser för identiska instrument är avläsbara på en aktiv marknad.

Värderingsnivå 2 avser finansiella tillgångar och skulder för vilka värderingen utförts med en modell baserad på observerbara marknadsdata.

Värderingsnivå 3 avser finansiella tillgångar och skulder för vilka värderingen utförts med en modell baserad på egna antaganden.

Not 23 Skulder hänförliga till sale and leaseback

När ICA har överlåtit en fastighet som därefter hyrs tillbaka görs en samlad bedömning av vem som bär de väsentligaste riskerna och förmånerna för fastigheten. Om bedömningen är att de väsentliga riskerna och förmånerna kvarligger i koncernen redovisas ingen försäljning. Den erhållna likviden redovisas som en skuld. När de väsentligaste riskerna och förmånerna lämnat koncernen betraktas fastigheten som såld. Fastigheten och skulden bokas bort från balansräkningen utan att någon likvideffekt uppstår. Den totala skulden för dessa transaktioner uppgår till 4 004 (4 298), varav redovisat som övrig långfristig skuld uppgår till 3 815 (4 103) och som övrig kortfristig skuld uppgår till 189 (195). För ytterligare beskrivning se redovisningsprinciperna under rubriken sale and leaseback.

Not 24 Kassaflödesanalys och likvida medel

Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	2012	2011
Avskrivningar	1 456	1 475
Nedskrivningar	311	630
Återförda nedskrivningar	-11	-1
Resultatandelar från intresseföretag	-12	-9
Realisationsresultat	-381	-33
Avsättningar	122	11
Summa poster som inte ingår i kassaflödet	1 485	2 073

ICA Banken: kassaflöde netto in-, utlåning och placeringar	2012	2011
Inlåning i ICA Banken (ökning +/minskning -)	1 120	296
Kortfristig utlåning (ökning -/minskning +)	-120	-156
Långfristig utlåning (ökning -/minskning +)	-338	-711
Kortfristiga placeringar (ökning -/minskning +)	709	-16
Långfristiga placeringar (ökning -/minskning +)	-750	801
Summa	621	214

Sammansättning av likvida medel	2012	2011
Kassa samt bankkonto 1)	2 748	2 744
Kortfristiga placeringar 1)	1 721	265
Summa likvida medel	4 469	3 009

1) varav ICA Banken		
Kassa samt bankkonto	1 771	1 968
Kortfristiga placeringar	1 073	200
Summa likvida medel ICA Banken	2 844	2 168

Summa likvida medel exklusive ICA Banken	1 625	841
---	--------------	------------

ICA Bankens likvida medel är genom banklagstiftning ej disponibla för koncernen.

Not 25 Rörelseförvärv

Förvärv 2012

Koncernen har under 2012 förvärvat sex butiksrörelser i Sverige och tio i Norge. Rörelserna har förvärvats till 100%. Butiksrörelserna i Sverige har förvärvats från ICA-handlare som drivit rörelsen under ICA-avtalet. ICA-avtalet stipulerar hur värdering skall ske vid överlåtelse av rörelserna. De förvärvade rörelserna kommer att säljas vidare till ICA-handlare. Koncernen kommer endast att äga och driva rörelsen under en kort period. Butiksrörelserna i Norge har förvärvats från franchisetagare. Samtliga förvärv har skett till marknadsvärdet av tillgångar och skulder i rörelserna. Den totala köpeskillingen för butiksrörelserna var 117 MSEK. Påverkan på ICA-koncernens omsättning och resultat är ringa.

Förvärv 2011

Koncernen har under 2011 förvärvat tre butiksrörelser i Sverige och 28 i Norge. Rörelserna har förvärvats till 100%. Butiksrörelserna i Sverige har förvärvats från ICA-handlare som drivit rörelsen under ICA-avtalet. ICA-avtalet stipulerar hur värdering skall ske vid överlåtelse av rörelserna. De förvärvade rörelserna kommer att säljas vidare till ICA-handlare. Koncernen kommer endast att äga och driva rörelsen under en kort period. Butiksrörelserna i Norge har förvärvats från franchisetagare. Samtliga förvärv har skett till marknadsvärdet av tillgångar och skulder i rörelserna. Den totala köpeskillingen för butiksrörelserna var 79 MSEK. Påverkan på ICA-koncernens omsättning och resultat är ringa.

Not 26 Investeringsåtaganden

Under 2012 har koncernen slutit bindande avtal om att förvärva materiella anläggningstillgångar för 454 MSEK (348) för framtida leverans.

MODERBOLAGET

Resultaträkning

(MSEK)	Not	2012	2011
Nettoomsättning	2	43	41
Administrationskostnader	3,4,5,6	-272	-262
Rörelseresultat		-229	-221
Resultat från finansiella investeringar:			
Resultat från andelar i koncernföretag	7	4 607	2 524
Resultat från andelar i intresseföretag	11	-2	-
Ränteintäkter och liknande resultatposter	7	5	27
Räntekostnader och liknande resultatposter	7	-333	-398
		4 277	2 153
Resultat efter finansiella poster		4 048	1 932
Bokslutsdispositioner	18	-685	-415
Resultat före skatt		3 363	1 517
Skatt på årets resultat	8	-661	-412
ÅRETS RESULTAT		2 702	1 105

Totalresultat - moderbolaget

(MSEK)	2012	2011
Årets resultat	2 702	1 105
Övrigt totalresultat	-	-
ÅRETS TOTALRESULTAT	2 702	1 105

MODERBOLAGET

Balansräkning

(MSEK)

Tillgångar	Not	12/31/2012	12/31/2011
Anläggningstillgångar	21		
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>	9	104	56
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>	10	80	63
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i dotterföretag	11,12	52 708	35 183
Andelar i intresseföretag	11,13	0	2
Övriga finansiella anläggningstillgångar	14	20	31
Uppskjuten skattefordran	8	2	6
Summa anläggningstillgångar		52 914	35 341
Omsättningstillgångar	21		
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar		11	40
Fordringar hos koncernföretag		4 481	3 197
Fordringar hos intresseföretag		1	1
Övriga fordringar		3	3
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	16	148	130
Aktuell skattefordran		-	123
<i>Kassa och bank</i>		0	0
Summa omsättningstillgångar		4 644	3 494
SUMMA TILLGÅNGAR		57 558	38 835

Eget kapital, avsättningar och skulder

	Not	2012-12-31	2011-12-31
Eget kapital	17		
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital (5 000 000 aktier)		500	500
Reservfond		8 788	8 788
Uppskrivningsfond		8 532	8 532
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserad vinst		8 055	8 950
Årets resultat		2 702	1 105
Summa eget kapital		28 577	27 875
Obeskattade reserver	18	3 106	2 421
Avsättningar	21		
Avsättningar för pensioner	19	296	280
Övriga avsättningar		5	19
Summa avsättningar		301	299
Långfristiga skulder	21		
Skulder till koncernföretag	15	6 000	6 000
Summa långfristiga skulder		6 000	6 000
Kortfristiga skulder	21		
Leverantörsskulder		91	78
Skulder till koncernföretag		19 243	2 036
Skulder till intresseföretag		2	0
Aktuell skatteskuld		78	-
Övriga skulder		44	22
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	16	116	104
Summa kortfristiga skulder		19 574	2 240
SUMMA EGET KAPITAL, AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER		57 558	38 835
Ställda säkerheter	20	-	-
Eventualförpliktelser	20	7 800	8 300

MODERBOLAGET

Förändringar i eget kapital

(MSEK)	Bundet eget kapital			Fritt eget kapital		Summa eget kapital
	Aktiekapital	Reservfond	Uppskrivningsfond	Balanserad vinst	Årets resultat	
Ingående eget kapital 2011-01-01	500	8 788	8 532	8 507	2 343	28 670
Föregående års resultat				2 343	-2 343	0
Utdelning				-1 900		-1 900
Årets totalresultat					1 105	1 105
Utgående eget kapital 2011-12-31	500	8 788	8 532	8 950	1 105	27 875
Ingående eget kapital 2012-01-01	500	8 788	8 532	8 950	1 105	27 875
Föregående års resultat				1 105	-1 105	0
Utdelning				-2 000		-2 000
Årets totalresultat					2 702	2 702
Utgående eget kapital 2012-12-31	500	8 788	8 532	8 055	2 702	28 577

MODERBOLAGET

Kassaflödesanalys

(MSEK)	Not	2012	2011
Den löpande verksamheten			
Rörelseresultat		-229	-221
Erhållen utdelning		900	-
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	22	62	65
Betald inkomstskatt		-456	-708
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital		277	-864
Förändring av rörelsekapital			
Kortfristiga fordringar (ökning -/minskning +)		3 663	6 460
Kortfristiga skulder (ökning +/minskning -)		16 020	-17
Kassaflöde från den löpande verksamheten		19 960	5 579
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-113	-87
Investering i finansiella anläggningstillgångar		-17 525	-1 152
Erhållen ränta		1	0
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-17 637	-1 239
Finansieringsverksamheten			
Amortering lån		-	-2 000
Utbetalad utdelning		-2 000	-1 900
Betald ränta		-323	-445
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-2 323	-4 345
Årets kassaflöde		0	-5
Likvida medel vid årets början		0	5
Likvida medel vid årets slut		0	0

MODERBOLAGET

Tilläggsupplysningar

- Not 1 Redovisningsprinciper
- Not 2 Inköp och försäljning mellan koncernföretag
- Not 3 Personalkostnader, pensioner och övrigt
- Not 4 Revisionskostnader
- Not 5 Avskrivningar
- Not 6 Operationella leasingavtal
- Not 7 Resultat från finansiella investeringar
- Not 8 Skatter
- Not 9 Immateriella anläggningstillgångar
- Not 10 Materiella anläggningstillgångar
- Not 11 Finansiella anläggningstillgångar
- Not 12 Andelar i dotterföretag
- Not 13 Andelar i intresseföretag
- Not 14 Övriga finansiella anläggningstillgångar
- Not 15 Långfristiga skulder till koncernföretag
- Not 16 Periodiseringsposter
- Not 17 Eget kapital
- Not 18 Bokslutsdispositioner och obeskattade reserver
- Not 19 Avsättning för pensioner
- Not 20 Ställda säkerheter och eventualförpliktelser
- Not 21 Finansiella instrument
- Not 22 Kassaflödesanalys

Not 1 Redovisningsprinciper

Moderbolaget har upprättat sin årsredovisning enligt årsredovisningslagen (1995:1554) och rekommendation RFR 2, Redovisning för juridiska personer, utgiven av Rådet för finansiell rapportering. RFR 2 innebär att moderbolaget i årsredovisningen för den juridiska personen ska tillämpa samtliga av EU godkända IFRS/IAS inklusive tolkningar så långt som möjligt inom ramen för årsredovisningslagen och med hänsyn till sambandet mellan redovisning och beskattning. RFR 2 anger vilka undantag och tillägg som skall göras från standarderna enligt IFRS. Sammantaget innebär detta skillnader mellan koncernens och moderbolagets redovisningsprinciper inom de områden som anges nedan.

Samtliga värden är i miljoner svenska kronor (MSEK) om inte annat anges.

Koncernbidrag

Moderbolaget redovisar både erhållna och lämnade koncernbidrag som en finansiell post i resultaträkningen.

Dotterföretag, intresseföretag och joint ventures

Andelar i dotterföretag, intresseföretag och joint ventures redovisas i moderbolaget enligt anskaffningsvärdemetoden.

Skatter

I moderbolaget redovisas obeskattade reserver inklusive uppskjuten skatteskuld. I koncernredovisningen delas däremot obeskattade reserver upp på uppskjuten skatteskuld och eget kapital.

Leasingavtal

I moderbolaget redovisas samtliga leasingavtal enligt reglerna för operationell leasing.

Förmånsbestämda pensionsplaner

I moderbolaget tillämpas andra grunder för beräkning av förmånsbestämda pensionsplaner än de som anges i IAS 19. Beräkningarna i moderbolaget följer tryggandelagen och Finansinspektionens föreskrifter då detta är en förutsättning för skattemässig avdragsrätt. De främsta skillnaderna jämfört med IAS 19 är hur diskonteringsräntan fastställs, att beräkning sker utifrån nuvarande lönenivå utan hänsyn till framtida löneökningar samt att alla aktuariella vinster och förluster redovisas genast då de uppstår.

Not 2 Inköp och försäljning mellan koncernföretag

Av årets totala nettoomsättning avser 32% (8%) försäljning till dotterföretag.

Not 3 Personalkostnader, pensioner och övrigt

Medelantal anställda

Antal anställda är beräknat med utgångspunkt från koncernens mått på normalarbetstid som utgör 1 800 timmar.

	2012	2011
Kvinnor	225	222
Män	381	385
Totalt	605	607

Löner och andra ersättningar

	2012	2011
Styrelse, VD och andra ledande befattningshavare	30	45
Övriga anställda	315	288
Totalt	345	333

I löner och ersättningar till gruppen styrelse, VD och andra ledande befattningshavare ingår avgångsvederlag med 0 (0).

Sociala kostnader

	2012	2011
Sociala kostnader	183	183
Varav pensioner 1)	72	76

1) Av pensionskostnaderna avser 10 (14) gruppen styrelse, VD och andra ledande befattningshavare.

Gruppen styrelse, VD och andra ledande befattningshavare vars löner och ersättningar betalats av ICA AB består av 14 (14) personer.

Könsfördelning i styrelse och företagsledning

	2012	2011
<i>Styrelse</i>		
Män	9	9
Kvinnor	-	-
Totalt	9	9
<i>Företagsledning</i>		
Män	3	3
Kvinnor	2	2
Totalt	5	5

Not 4 Revisionskostnader

	2012	2011
Deloitte:		
Revisionsuppdrag	6	4

Not 5 Avskrivningar

Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar ingår i resultaträkningen i raden administrationskostnader.

Not 6 Operationella leasingavtal

Bolaget hyr byggnader och inventarier. Avtalade leasingkostnader avseende befintliga kontrakt förfaller till betalning enligt nedan:

	2012	2011
Årets leasingkostnad	24	25
Framtida avtalade leasingavgifter:		
Förfallotidpunkt år 1	12	15
Förfallotidpunkt år 2	6	9
Förfallotidpunkt år 3	-	3
Totalt	18	27

Not 7 Resultat från finansiella investeringar

Resultat från andelar i koncernföretag	2012	2011
Utdelning	900	-
Erhållna koncernbidrag	4 351	3 112
Lämnade koncernbidrag	-644	-588
Totalt	4 607	2 524
Övriga ränteintäkter och liknande poster		
Ränteintäkter koncernföretag	4	27
Övriga ränteintäkter och liknande poster	1	0
Totalt	5	27
Övriga räntekostnader och liknande poster		
Räntekostnader dotterföretag	-321	-385
Övriga räntekostnader och liknande poster	-13	-13
Totalt	-333	-398
Summa resultat från finansiella investeringar	4 279	2 153

Not 8 Skatter

Aktuell skatt	2012	2011
Aktuell skatt på årets resultat	-657	-417
Uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	-4	5
Redovisad skatt	-661	-412

Avstämning mellan gällande skattesats och effektiv skatt (%)

Gällande skattesats	26,3	26,3
Ej skattepliktiga intäkter	-7,1	-0,5
Övriga ej avdragsgilla kostnader	0,5	1,4
Effektiv skattesats	19,7	27,2

I balansräkningen redovisas följande:

Uppskjuten skattefordran	2	6
--------------------------	---	---

Moderbolaget har inga oredovisade uppskjutna skatteskulder eller skattefordringar på temporära skillnader.

Förändring av uppskjuten skatt i temporära skillnader och underskottsavdrag

	Balans per 1 jan 2011	Redovisat över resultat- räkningen	Balans per 31 dec 2011
Anläggningstillgångar	1	0	1
Avsättningar	0	5	5
Totalt	1	5	6

	Balans per 1 jan 2012	Redovisat över resultat- räkningen	Balans per 31 dec 2012
Anläggningstillgångar	1	0	1
Avsättningar	5	-4	1
Totalt	6	-4	2

(Skattefordringar redovisas med (+) och skatteskulder med (-) i tabellen ovan.)

Not 9 Immateriella anläggningstillgångar

	IT-system	
	2012	2011
Akkumulerade anskaffningsvärden	219	165
Akkumulerade avskrivningar	-115	-109
Bokfört värde	104	56
Vid årets början	56	0
Investeringar	54	56
Årets avskrivningar	-6	0
Bokfört värde	104	56

Not 10 Materiella anläggningstillgångar

	Inventarier	
	2012	2011
Akkumulerade anskaffningsvärden	326	315
Akkumulerade avskrivningar	-246	-252
Bokfört värde	80	63
Vid årets början	63	71
Investeringar	60	30
Årets avskrivningar	-43	-38
Bokfört värde	80	63
Ingående avskrivningar över plan	12	16
Årets förändring	-6	-4
Utgående avskrivningar över plan	6	12
Utgående skattemässigt bokfört värde	86	75

Not 11 Finansiella anläggningstillgångar

	2012	2011
Andelar i dotterföretag		
Ingående anskaffningsvärde	35 183	34 033
Aktieägartillskott	497	1 150
Koncernförändring	17 028	-
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	52 708	35 183
Utgående planenligt restvärde	52 708	35 183
Andelar i intresseföretag		
Ingående anskaffningsvärde	2	2
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	2	2
Ingående nedskrivningar	0	0
Årets nedskrivning	-2	-
Utgående ackumulerade nedskrivningar	-2	0
Utgående planenligt restvärde	0	2

Not 12 Andelar i dotterföretag

Specifikation av ICA ABs direkta innehav av andelar i dotterföretag

	Org-nr.	Säte	Antal	Kapital och röster %	Kvotvärde	Bokfört värde	
						2012-12-31	2011-12-31
ICA Baltic AB	556042-7410	Stockholm	30 000	100	SEK 500	1 284	1 284
ICA Banken AB	516401-0190	Stockholm	1 000 000	100	SEK 100	918	893
ICA Detalj AB	556604-5448	Stockholm	1 000	100	SEK 100	16 717	16 717
ICA Fastigheter AB	556604-5471	Stockholm	1 000	100	SEK 100	2 425	2 425
ICA International Services BV	34177382	Neder- länderna	1 000	100	EUR 10	13 864	13 864
ICA Finans AB	556034-1462	Stockholm	40 000	100	SEK 4000	17 500	-
Totalt						52 708	35 183

Komplett förteckning över dotterföretag kan kostnadsfritt erhållas från bolagets informationsavdelning.

Not 13 Andelar i intresseföretag

Specifikation av ICA ABs direkta innehav i intresseföretag

	Organisationsnummer	Antal	Andel %	Bokfört värde	
<i>Intresseföretag</i>				2012-12-31	2011-12-31
HB Luntmakaren, Stockholm	969658-3419	-	50	-	0
F-train AB, Östersund	556677-2231	30 000	30	0	2
Totalt				0	2

Röstandelen och kapitalandelen är lika stora.

Not 14 Övriga finansiella anläggningstillgångar

	2012	2011
Andelar i bostadsrättsföreningar	2	2
Andra långfristiga värdepappersinnehav	10	10
Andra långfristiga fordringar	8	19
Totalt	20	31

Not 15 Långfristiga skulder till koncernföretag

	2012	2011
ICA Finans AB 1)	6 000	6 000

1) Varav 0 (0) förfaller till betalning senare än 5 år efter balansdagen.

Not 16 Periodiseringsposter

	2012	2011
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		
Övriga förutbetalda kostnader	64	68
Leverantörsbonus	84	62
Totalt	148	130
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		
Upplupna löner, semesterlöner och sociala avgifter	56	53
Övriga upplupna kostnader	56	46
Förutbetalda intäkter	4	5
Totalt	116	104

Not 17 Eget kapital

För sammanställning över eget kapital se rapporten Förändringar i eget kapital.

Bundet eget kapital

Bundet eget kapital får inte minskas genom vinstutdelning.

Aktiekapital

Per den 31 december 2012 består aktiekapitalet av 5 000 000 aktier (5 000 000) med ett kvotvärde om SEK 100.

Reservfond

Innefattar överkursfonder som uppkommit före den 1 januari 2006.

Uppskrivningsfond

Vid en uppskrivning av en materiell eller finansiell anläggningstillgång avsätts det uppskrivna beloppet till en uppskrivningsfond.

Fritt eget kapital

Balanserade vinstmedel

Utgörs av tidigare års vinstmedel med avdrag för lämnad utdelning. Utgör tillsammans med årets resultat det kapital som är tillgängligt för utdelning till aktieägarna.

Utdelning till aktieägare har skett med 2 000 (1 900).

Not 18 Bokslutsdispositioner och obeskattade reserver

	2012	2011
Bokslutsdispositioner		
Förändring av periodiseringsfond	-679	-411
Förändring av avskrivningar utöver plan	-6	-4
Totalt	-685	-415
Obeskattade reserver		
Avskrivningar utöver plan	-6	-12
Periodiseringsfond, 2007 års taxering	0	153
Periodiseringsfond, 2008 års taxering	242	242
Periodiseringsfond, 2009 års taxering	286	286
Periodiseringsfond, 2010 års taxering	496	496
Periodiseringsfond, 2011 års taxering	727	727
Periodiseringsfond, 2012 års taxering	529	529
Periodiseringsfond, 2013 års taxering	832	-
Totalt	3 106	2 421

Not 19 Avsättning för pensioner

Samtliga anställda omfattas av pensionsförmåner enligt ingångna kollektivavtal. Det innebär att tjänstemän erhåller förmånsbaserade pensioner enligt ITP-planen. Pensionsförpliktelserna säkerställs genom avsättningar i balansräkningen och genom försäkringspremier.

Avstämning av redovisat belopp avseende pensioner i egen regi	2012	2011
Ingående balans kapitalvärde pensionsförpliktelser	280	253
Kostnad som belastat resultatet	14	25
Räntekostnad	12	12
Utbetalning av pensioner	-10	-10
Överförda pensioner koncern	0	0
Utgående balans kapitalvärde pensionsförpliktelser	296	280

Av den totala pensionsförpliktelserna ingår FPG/PRI pensioner med 265 (244). Hela beloppet omfattas av trygghandelagen.

Specifikation över de redovisade kostnaderna avseende pensioner	2012	2011
Pensioner i egen regi:		
Kostnad exklusive räntekostnad	14	25
Räntekostnad	12	12
Summa kostnad pensioner i egen regi	26	37
Pensioner genom försäkring:		
Försäkringspremier	41	34
Avkastningsskatt på pensionsmedel	1	1
Särskild löneskatt på pensionsmedel	16	15
Kostnad för kreditförsäkring	0	1
Redovisad kostnad avseende pensioner	84	88

De viktigaste aktuariella antagandena	2012	2011
Diskonteringsränta	4,2%	4,5%

Beräkning av pensioner baseras på lönenivån per balansdagen.

Not 20 Ställda säkerheter och eventalförpliktelser

	2012	2011
<i>Eventalförpliktelser</i>		
Borgen till förmån för dotterföretag	7 800	8 300
Totalt	7 800	8 300

Not 21 Finansiella instrument

Klassificering av finansiella tillgångar och skulder

	2012	2011
Lån och kundfordringar	4 652	3 390
Finansiella tillgångar som kan säljas	12	12
Icke finansiella tillgångar	52 894	35 433
Summa tillgångar	57 558	38 835
Skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde	25 496	8 240
Icke finansiella skulder	379	299
Summa skulder	25 875	8 539

Not 22 Kassaflödesanalys

Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet

	2012	2011
Avskrivningar	49	38
Avsättningar till pensioner	16	27
Andra avsättningar	-3	0
Totalt	62	65

Underskrifter

Stockholm den 10 februari 2013

Claes-Göran Sylvén
Ordförande

Dick Boer

Göran Blomberg

Jeffrey Carr

Thomas Fagerström

Anders Fredriksson

Lodewijk Hijmans van den Bergh

Fredrik Hägglund

Magnus Rehn

Per Strömberg
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har avgivits den 10 februari 2013
Deloitte AB

Jan Berntsson
Auktoriserad revisor

Revisionsberättelse

Till årsstämman i ICA AB
Organisationsnummer 556582-1559

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för ICA AB för räkenskapsåret 2012-01-01 - 2012-12-31.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen och koncernredovisningen

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta en årsredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och en koncernredovisning som ger en rättvisande bild enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen och koncernredovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur bolaget upprättat årsredovisningen och koncernredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 31 december 2012 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 31 december 2012 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för ICA AB för räkenskapsåret 2012-01-01 - 2012-12-31.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Vi tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 10 februari 2013

Deloitte AB

Jan Berntsson

Auktoriserad revisor