

## Första kvartalet 2018 i sammandrag

- ICA Gruppens utsläpp av växthusgaser fortsatte under kvartalet att minska. Sedan basåret 2006 har utsläppen minskat med 54 procent. Minskningen beror till största delen på energieffektiviseringar och övergång till förnybara bränslen och förnybar el i den svenska verksamheten samt fortsatta investeringar i förnybar el inom Rimi Baltic.
- Utfallen för mål avseende sociala revisioner och kvalitetscertifiering av leverantörer av ICA Gruppens egna varor är i linje med föregående period.
- Nytt hållbarhetsmål antaget – och justering av tidigare mål.
- Butiksförsäljningen av miljömärkta, ekologiska och etiskt märkta pro-

dukter i ICA Sveriges centrala sortiment ökade under perioden april 2017–mars 2018 (rullande 12 månader) med 2 procent jämfört med motsvarande period föregående år.

- Minskning av andelen socker med 30 procent i läsk, saft och frukt dryck som säljs under ICA Sveriges egna varumärke.
- Två nya priser instiftade i syfte att lyfta entreprenörskapets betydelse.
- Mentorprogram för kvinnliga butiksmedarbetare med handlarambitioner startat.

## Nytt hållbarhetsmål – och justering av tidigare mål

Vi har under det gångna kvartalet fortsatt arbetet med att minska vår egen klimatpåverkan. Det är glädjande att se att vi här ligger i linje med de mål vi satt. Vår egen påverkan är viktig, men störst faktisk effekt får vi om vi lyckas inspirera våra kunder till mer hållbara val. Som ett led i detta arbete lanserade vi nu i början av april det digitala verktyget "Mitt klimatmål", som skapar en unik möjlighet för ICA-kunder att följa klimatpåverkan från sina matinköp. Tjänsten är en vidareutveckling av det prisbelönta pilotprojektet Klimaträtt som 2016 tilldelades FN:s klimatpris Momentum for Change.

För att säkerställa att vi fokuserar på rätt saker är det viktigt med tydliga mål. Under kvartalet beslutade vi om ytterligare ett mål inom ramen för vår klimatambition. Enligt det nya målet ska ICA Gruppens största leverantörer, sett till försäljningsvärde, senast 2025 ha antagit klimatmål i enlighet med Science Based Targets\*. Dessa leverantörer står idag för 70 procent av ICA Gruppens indirekta klimatpåverkan. Under kvartalet reviderades även målen kopplade till sociala revisioner och kvalitetscertifiering av leverantörer av ICA Gruppens egna varor. Inom båda

dessa områden ligger vi bra till, men höjer nu ambitionsnivån ytterligare.

ICA Gruppens hållbarhetsarbete är omfattande och innehåller en mängd aktiviteter. Vår ambition är att vara så öppna, tydliga och transparenta som det bara går. För att strukturera informationen har vi lanserat konceptet För en god morgondag, som ska bidra till att ge en tydligare bild av hur arbetet bedrivs och vilka frågor som är viktigast. För en god morgondag har fem underområden: lokalt, miljö, hälsa, mångfald och kvalitet. En utförlig beskrivning av arbetet inom respektive område finns i ICA Gruppens årsredovisning för 2017.



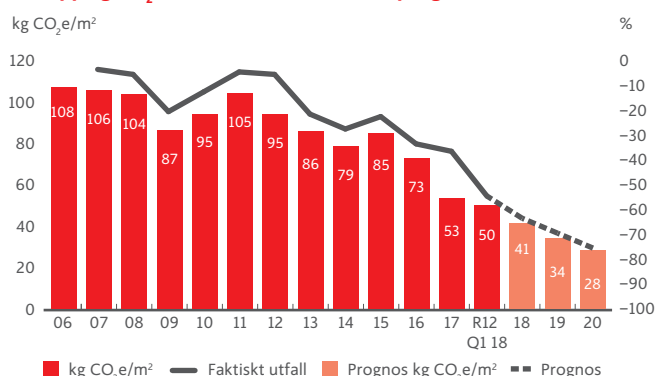
Per Strömberg, vd ICA Gruppen

\*Metod för vetenskapligt baserade klimatmål framtagen av FN:s Global Compact, WWF, CDP och World Resources Institute.

## Nyckeltal

ICA Gruppens verksamhet ska vara klimatneutral till 2020	Q2 2017–Q1 2018 (rullande 12)	Q2 2016–Q1 2017 (rullande 12)
Utsläppsminskning jämfört med 2006	-54%	-37%

### Utsläpp kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup> 2006–Q1 2018 samt prognos till 2020



Den klimatpåverkan som inte kan elimineras i driften till 2020 kommer att klimatkompenseras.

100 procent av ICA Gruppens leverantörer av egna varor i högriskländer ska vara socialt reviderade	Q2 2017–Q1 2018 (rullande 12)	Q2 2016–Q1 2017 (rullande 12)
Utfall	97%	97%

Minst 90 procent av ICA Gruppens leverantörer av egna varor i högriskländer ska ha en giltig social omrevision innan utgången av 2020	Q1 2018
Utfall	80%

90 procent av ICA Gruppens leverantörer av egna varor ska vara kvalitetscertifierade vid utgången av 2020	Q2 2017–Q1 2018 (rullande 12)	Q2 2016–Q1 2017 (rullande 12)
Utfall	86%	86%

ICA Sverige	Q2 2017 – Q1 2018 (rullande 12)
Försäljningsutveckling miljömärkt, ekologiskt & etiskt märkt sortiment*	2%
Försäljningsutveckling ekologiskt sortiment**	1,5%

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

# För en god morgondag

ICA Gruppens hållbarhetsarbete är omfattande och rymmer höga ambitioner och en mängd aktiviteter. För att strukturera informationen kring arbetet har konceptet För en god morgondag lanserats.

För en god morgondag har fem underområden: lokalt, miljö, hälsa, mångfald och kvalitet.

## LOKALT

### Två nya priser lyfter entreprenörskapets betydelse

I syfte att stötta och lyfta entreprenörskapet i Sverige har ICA Gruppen instiftat priserna "Årets nystartare" och "Årets lokala hjälte".

Priserna delas ut den 3 maj i Stockholm. Mer information finns på [www.icagruppen.se/entreprenorspriset](http://www.icagruppen.se/entreprenorspriset).

### Stöd till lokalsamhället

Genom sponsring och insamlingar bidrar verksamheterna inom ICA Gruppen på olika sätt till ett starkare lokalsamhälle. Under kvartalet genomfördes ett stort antal aktiviteter. Till de främsta hörde insamling av livsmedel till Food Bank i Litauen, insamling av medel till allvarligt sjuka barn i Lettland samt en donation från ICA Global Sourcing till en lokal skola i Bangladesh.

## MILJÖ

### Fortsatt arbete mot målet att vara klimatneutral till 2020

Klimatförändringarna påverkar alla. För att bidra till FN:s mål att begränsa temperaturökningen har ICA Gruppen ett ambitiöst klimatmål som inbegriper ICA Gruppens direkta klimatpåverkan i alla bolag. Målet ska nås dels genom att minska klimatpåverkande utsläpp, dels genom ökad resurseffektivitet. Den klimatpåverkan som inte kan elimineras i driften till 2020 kommer att klimatkompenseras. Klimatmålet är satt utifrån Science Based Targets, metoden för vetenskapligt baserade klimatmål som är framtagen av FN:s Global Compact, WWF, CDP och World Resources Institute. Under kvartalet skickade ICA Gruppen in klimatmålet för validering av Science Based Targets Initiative.

Sedan basåret 2006 har ICA Gruppens utsläpp av växthusgaser minskat med 54 procent. Minskningen beror framförallt på ett långsiktigt arbete med ett flertal åtgärder inom energi, köldmedia, logistiska flöden och godstransporter. Däribland utbyte av belysning och köldmedia till alternativ med lägre klimatpåverkan, investeringar i förnybar el inom Rimi Baltic samt övergång till förnybara bränslen i den svenska verksamheten. Under kvartalet gjordes också en översyn av statusen kring de svenska ICA-butikernas egentecknade elavtal, vilket påverkar utfallet positivt då flertalet butiker använder förnybar el. För helåret 2018 är ambitionen att uppnå en minskning med 63 procent jämfört med basåret 2006.

### Ökad försäljning av miljömärkt, ekologiskt och etiskt märkt sortiment

Butiksförsäljningen av miljömärkta, ekologiska och etiskt märkta produkter i ICA Sveriges centrala sortiment ökade under perioden april 2017 – mars 2018 (rullande 12 månader) med 2 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Sett som andel av den totala försäljningen uppgick miljömärkta, ekologiska och etiskt märkta produkter under samma period till 10,1 procent. Sortimentet utökades under kvartalet med ett antal nya produkter, varav flertalet inom ICA I love eco.

### Matlådans dag

Av det totala matsvinnet i Sverige uppstår cirka 70 procent i hemmen. Ett sätt att minska svinnet är att använda måltidsrester till matlådor. För andra året i rad uppmärksammade ICA Sverige detta genom matlådans dag den 23 mars – en hyllning till alla hemlagade måltider som kan bli matlådor och räddas istället för att slängas.

### Färdplan för fossilfria plastförpackningar

I slutet av mars antog dagligvaruhandelsaktörerna i Sverige en färdplan

som ska leda till fossilfria och materialåtervinningsbara plastförpackningar. Det gemensamma målet är att alla plastförpackningar ska vara producerade av förnybar eller återvunnen plast till 2030. Utifrån dagens förutsättningar är det en utmanande målsättning. För att lyckas krävs ett tydligt politiskt engagemang och långsiktiga beslut för att bidra till en ökad materialåtervinning och stimulera efterfrågan på återvunna material samt tydliga incitament för att utveckla den inhemska produktionen av förnybar plastråvara.

Inom ICA Sverige bedrivs redan ett omfattande arbete som syftar till att ersätta fossilbaserade plastemballage för ICAs egna varor med mer hållbara alternativ. Bland annat har fossilbaserade plasttråg och förpackningar till cirka 70 produkter ersatts med växtbaserad plast. Samtidigt utökas antalet förpackningar som tillverkas av kartong istället för konserverburkar. Därutöver lasermärks successivt allt fler ekologiska produkter inom frukt och grönt som ersättning för plastemballage eller klisteretiketter.

### Lansering av Svanenmärkt miljöfond

I februari lanserade ICA Banken ytterligare en Svanenmärkt miljöfond, CB Save Earth Fund. Fonden har inriktning mot bolag verksamma inom förnybar energi, miljöteknik och vattenhantering.

### Invigning av ny geoenergianläggning

I början av mars invigdes den nya geoenergianläggningen på Maxi ICA Stormarknad i Stenhagen i Uppsala. Anläggningen innebär att butiken producerar all sin värme och kyla lokalt. Anläggningen innebär vidare att butiken reducerar elförbrukningen med 15 procent.

## HÄLSA

### Upp och hoppa Sverige

ICA Sverige deltar i Generation Peps initiativ "Upp och hoppa Sverige". Målet är att bryta stillasittandet och uppmuntra barn och unga till ett hälsosamt liv. ICA Stiftelsen är founding partner till Generation Pep.

### ICA Sverige hälsosatsar med nudging

Under kvartalet inledde ICA Sverige ett test att genom nudging knuffa kunderna mot hälsosammare alternativ när de handlar mat online. ICA Sverige har tidigare framgångsrikt testat nudging för att locka kunderna till att göra hållbara val när de handlar i butik, nu tas det vidare till onlinehandeln genom tips och länkar för hälsosam inspiration.

### Mindre socker och mer grönsaker

ICA Sverige strävar efter att guida kunderna i en hälsosammare riktning. Under kvartalet minskades andelen socker med 30 procent i läsk, saft och fruktdryck som säljs under ICA Sveriges egna varumärke. För en 33 cl läsk innebär det tre färre sockerbitar per burk. Parallellt arbetar ICA Sverige också för att uppmuntra till att äta mer frukt och grönsaker. Under kvartalet lanserades bland annat två nya lättlagade vegetariska grönsaksbiffar och ett tillfälligt påsksortiment med frukt och grönt i lekfulla förpackningar för att få fler barn att byta en del av påskgodiset till nyttigare alternativ.

### Må bättre – grilla mer grönt!

I ICA Sveriges årliga grillrapport framgår att nästan hälften av svenskarna anser att grillning påverkar deras psykiska hälsa positivt. Rapporten visar även att dubbelt så många vill grilla mindre kött än för fyra år sen. Den gröna, mer hälsosamma, trenden stöds även av ICA Sveriges nya trendrapport "Kockkompassen", i vilken ICA Sverige kartlägger de trender som styr restaurangvärlden.

### Hjärtstartare hos Apotek Hjärtat

Som första apotekskedja i Sverige installerar Apotek Hjärtat hjärtstartare på eller i direkt anslutning till samtliga närmare 400 apotek. I samband med det utbildas företagets 3 500 medarbetare i hjärt-lungräddning.

## Rimi Baltic stöttar hälsa och rörelse

Under kvartalet genomförde Rimi Baltic ett stort antal aktiviteter i syfte att inspirera till aktivitet, rörelse och hälsosam kost. Till de större hörde fortsatta satsningar på hälsosammare produkter med märkningen Choose healthier. Sortimentet omfattar nu drygt 800 produkter. Kriterierna för märkningarna är bland annat baserade på Nyckelhålskriterierna.

## MÅNGFALD

### Initiativ för ökad integration och minskade klyftor mellan stad och landsbygd

Två av de mest angelägna utmaningarna för Sverige är integrationen och klyftorna mellan stad och landsbygd. För 2018 lanserar ICA Sverige därför flera satsningar inom dessa områden. Ambitionen är att skapa sysselsättning för minst 500 nya svenskar. I syfte att stötta en levande landsbygd bedrivs flera initiativ med målet att underlätta för lokala entreprenörer att sälja sina varor direkt till ICA-butikerna.

### Aktiviteter för att öka antalet kvinnliga handlare

I syfte att öka antalet kvinnliga ICA-handlare startades under kvartalet ett mentorprogram för kvinnliga butiksmedarbetare med handlarambitioner. Programmet kommer att löpa fram till november 2018. Parallellt fortsätter initiativet ICA 50/50. Initiativet består av två nätverk, ett för seniora kvinnliga ledare, vilket startade 2017, och ett för kvinnor med potential till högre befattningar med start 2018.

### Apotek Hjärtat tar bort moms på mensskydd

Apotek Hjärtat anser att moms på mensskydd bör tas bort eftersom det är en nödvändighet som används av halva befolkningen stora delar av livet och har därför sänkt priset på sina egna mensskydd, motsvarande dagens moms som är 25 procent.

### ICA Banken i samarbete med Ecpat

I mars startade ICA Banken en kampanj i samarbete med Ecpat i syfte att stödja dem i sitt arbete med att stoppa näthandeln med barn. Målet är att samla ihop 500 000 kr eller mer till Ecpat samt att skapa fler medlemmar och kännedom om organisationen och barnens utsatthet.

## KVALITET

### Fortsatt arbete mot matfusk

ICA Gruppen arbetar på flera fronter för att förhindra livsmedelsbedrägerier. Under kvartalet genomförde ICA Sverige de sista av de planerade oanmälda revisionerna hos leverantörer med fokus på att förebygga och förhindra matfusk. Inga av revisionerna påvisade medvetet fusk. ICA Sverige kommer nu utvärdera arbetet med oanmälda revisioner och planlägga arbetet framåt.

Under kvartalet tog ICA Sverige även fram en utbildning i matfusk. Utbildningen vänder sig främst till inköpare, men också till produktutvecklare och kvalitetsspecialister. Syftet är att öka förståelsen för matfusk, kunskap om vilka livsmedel som är särskilt utsatta samt kännedom om ICA Gruppens arbete med frågan. Utbildningen kommer starta under våren 2018.

### Reviderade leverantörs mål

Under kvartalet reviderades ICA Gruppens mål kopplade till sociala revisioner och kvalitetscertifiering av leverantörer av ICA Gruppens egna varor. Vad gäller sociala revisioner kommer även antalet omrevisioner gjorda inom överenskommen tid att följas upp. Målet att 100 procent av ICA Gruppens leverantörer av egna varor i högriskländer ska vara socialt reviderade kvarstår. Vid utgången av 2020 ska dessutom 90 procent vara omreviderade inom den satta tidsramen, som är baserad på revisionsresultatet.

Målet avseende kvalitetscertifiering har justerats upp. Målet är nu att 90 procent (tidigare 80 procent) av ICA Gruppens leverantörer av egna varor ska vara kvalitetscertifierade vid utgången av 2020.

---

## Kritik, mediedebatter och dialoger

### Seminarium om hållbara läkemedel

Apotek Hjärtat bjöd i januari in beslutsfattare, myndighetsrepresentanter och branschföreträdare till ett seminarium för att diskutera hur svenska aktörer kan bidra till en långsiktig lösning för dagens ohållbara läkemedelsproduktion. Mer information finns på [www.apotekhartat.se/om-oss/pressrum](http://www.apotekhartat.se/om-oss/pressrum).

## Priser och utmärkelser

- Flera ICA-butiker och ICA-handlare nominerades under kvartalet till utmärkelser i "White Guide Green 2018".  
Läs mer på <http://whiteguidegreen.se/nomineringar/>

---

## Övrigt

Läs gärna hållbarhetsrapporter från övriga bolag under ICA Gruppen:

- Apotek Hjärtat: [www.apotekhartat.se/om-oss/hallbarhet/](http://www.apotekhartat.se/om-oss/hallbarhet/)
- Hemtex: [www.hemtex.se/info/hallbarhet/hallbarhetsredovisning/](http://www.hemtex.se/info/hallbarhet/hallbarhetsredovisning/)
- Rimi Estonia: [www.rimi.ee/ettevottest/rimi-uhiskonnas/vastutustundlik-ettevotlus](http://www.rimi.ee/ettevottest/rimi-uhiskonnas/vastutustundlik-ettevotlus)

---

## Om rapporten

Detta är en kvartalsvis lägesrapport med information som visar ICA Gruppens arbete med hållbarhetsfrågor. Rapporten visar den löpande utvecklingen under året och omfattar alla bolag inom ICA Gruppen. Rapporten är ej granskad av bolagets revisorer. De kriterier som har tillämpats för upprättande av denna rapport har tagit sin utgångspunkt i den årliga hållbarhetsredovisning som ICA Gruppen publicerar. Kvartalsrapporten är inte upprättad enligt GRI:s riktlinjer och tar därför inte upp vissa frågor. Själva hållbarhetsredovisningen publicerar ICA Gruppen en gång om året. Den rapporteras enligt GRI:s riktlinjer och ger en helhetsbild av hållbarhetsarbetet. För mät- och beräkningsmetoder, avgränsningar samt väsentlighetsanalys, se ICA Gruppens årsredovisning 2017:

- [www.icagruppen.se/arsredovisning/arsredovisning2017/sv/index.html](http://www.icagruppen.se/arsredovisning/arsredovisning2017/sv/index.html)  
Sidorna 120, 121 och 129

## Kontakt och kalender

### För ytterligare information, vänligen kontakta:

Kerstin Lindvall, Direktör Corporate Responsibility, ICA Gruppen,  
tel +46 8-561 502 90  
ICA Gruppens presstjänst, tel +46 10 422 52 52

### Kalender:

16 augusti 2018	Hållbarhetsrapport april–juni 2018
25 oktober 2018	Hållbarhetsrapport juli–september 2018
6 februari 2019	Hållbarhetsrapport oktober–december 2018

---

## Om ICA Gruppen

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