

Hållbarhetsrapport 2023/2024

Bergendahls
ANNO 1922



CITY GROSS

eko
KÄNDA MÄRKEN. LÅGA PRISER.

Glitter

GRANIT®



4



10



11



15



7



13



16

Innehåll

Detta är Bergendahls	3
Året i korthet och viktiga händelser	4
Våra bolag	5
VD-ord	7
Vårt hållbarhetsarbete	
Affärsmodell och hållbarhetsstrategi	8
Styrning och riskhantering	9
Väsentlighetsanalys	10
Hållbara affärer	11
Värderingsstyrd verksamhet	12
Samhällsengagemang	13
Bolagens hållbarhetsarbete	
City Gross	14
EKO Stormarknad	15
Glitter	16
Granit	17
Bergendahls investeringsverksamhet	18
Styrelsen	19
Adress	20

Detta är Bergendahls

Bergendahls ägs av tredje och fjärde generationerna i familjen Bergendahl. Vi är en av landets största familjeägda koncerner med hel- och delägda dotterbolag inom dagligvaror, stormarknad, heminredning och mode. Därutöver finns en aktiv investeringsverksamhet.

Handelsverksamheten bestod vid utgången av verksamhetsåret av butikskedjorna City Gross, EKO Stormarknad, Glitter och Granit.

Investeringsverksamheten bestod av deläggande i företag inom långsiktigt stabila branscher med innehav i bland annat Doxa, Swedish Logistic Property (SLP) och Viva Wine Group samt därutöver renodlad kapitalplacering.



23/24
Omsättning

12,4
miljarder
kronor

Antal
medarbetare

+3000
(FTE)

Butiker i

5
länder

VÅR VISION

Affärsmässigt hållbart ägande för framtida generationer.

AFFÄRSIDÉ

Genom att göra långsiktigt goda affärer och sträva efter att utmana marknaden med innovativa idéer, skapar vi förutsättningar för våra verksamheter att utvecklas på bästa sätt. Vi agerar och anpassar oss till ändrade förutsättningar snabbare än marknaden i stort.



VÅRA VÄRDERINGAR

ANSVARSTAGANDE

Vi arbetar självständigt och tillsammans utifrån respekt, tillit och omtanke för varandra och för vår omgivning. Affärsmässighet, hållbarhet och långsiktighet är våra prioriteringar.

INKLUDERANDE

Vi står för lika rättigheter och möjligheter för alla medarbetare. Var och ens potential tas tillvara. Våra belöningssystem och arbetsvillkor är jämlika.

KUNDFOKUSERADE

I varje situation möter vi kunden utifrån dennes perspektiv och förväntningar. En positiv kundupplevelse är en angelägenhet för alla i koncernen.

RESULTATDRIVNA

Vi tar alla eget ansvar för att fullfölja påbörjat arbete, nå våra uppsatta mål och ständigt söka förbättringar. Genom innovativa lösningar och goda affärer lägger vi grunden för framtiden.



Året i korthet och viktiga händelser



City Gross räddade motsvarande **90 000 portioner** från att slängas med appen **Too Good To Go.**



EKO tecknade hyresavtal om **nya butiker** i **Växjö** och **Jönköping.**



Granit öppnade ny **butik i Uppsala.** **KitchenTime** avyttrades.



Nya Glitterbutiker etablerades i **Halmstad, Lund, Stockholm** och **Helsingfors.**



Avtal om försäljning av **City Gross till** samarbetspartnern **Axfood.**



Glitter samlade in **100 000 kronor** till **Regnbågsfonden** med unik **Pride-kollektion.**



Granit förnyar sortimentet i **certifierat trä, papper** och **bomull.**



Rädda Barnen

Bergendahlskoncernen samlar totalt in **319 987 kr** till **Rädda Barnen.**



Koncernen **minskade** innehavet i **Swedish Logistic Property.**

BARNCANCER FONDEN

EKO samlade in totalt **700 000 kr** till **Barncancerfonden.**

Bolagen (försäljning miljoner kronor)	23/24	22/23
City Gross	9 084	9 375
EKO	2 021	1 660
Glitter	646	663
GRANIT	295	291

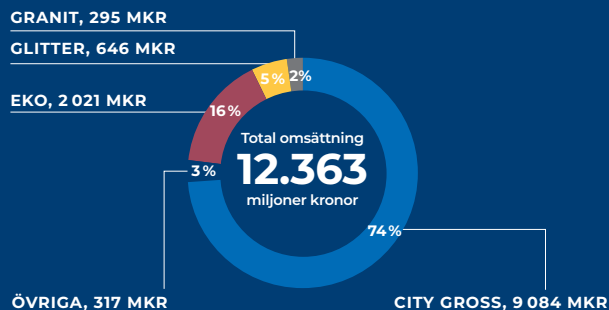


Våra bolag

Bergendahlskoncernen bestod vid verksamhetsårets utgång av dotterbolagen City Gross, EKO Stormarknad, Glitter och Granit. Därutöver bedriver Bergendahls investeringsverksamhet som bidrar till att ge koncernen en mer diversifierad affär.



BOLAGENS STORLEK I FÖRHÅLLANDE TILL OMSÄTTNING 1 september 2023 – 31 augusti 2024



City Gross riktar sig till den matintresserade, kvalitetsmedvetna kunden som vill göra en prisvärd affär. Kärnan i verksamheten är att erbjuda färskvaror och storhandel under samma tak. Idag har City Gross 42 butiker i Sverige. Per den 1/11 2024 avyttrades City Gross till Axfood.



EKO Stormarknads affärsmodell är att vara en shoppingdestination som erbjuder kända varumärken till låga priser. Konceptet är stormarknad och EKO erbjuder ett brett sortiment inom lågprissegmentet och utmanar med finare produkter. Idag har EKO 15 butiker i Sverige.



Glitter erbjuder ett brett sortiment av prisvärda smycken och accessoarer som passar både till vardags och till fest. Kedjan har stort fokus på personlig service, engagemang och ett genuint intresse för kunden. Glitter har 154 butiker i Sverige, Norge, Finland och Danmark och e-handel.



GRANIT erbjuder ett stort sortiment av smarta, tidlösa och funktionella inredningsprodukter för hela hemmet med målet att förenkla vardagen. Granit har ett etablerat butiksnätverk med 36 i Sverige, Norge, Finland och Tyskland, samt e-handel.

Väsentliga bolagsförändringar

Under verksamhetsåret 2023/2024 ingick koncernen avtal med Axfood om att avyttra resterande 90,1 procent av aktierna i City Gross. Axfood äger sedan tidigare 9,9 procent av City Gross. City Gross övergick till Axfood den 1 november 2024. Under perioden har e-handelsverksamheten och varumärket KitchenTime avyttrats till Nordic Nest.

Förändringar bäddar för bättre balans och lönsam tillväxt

Verksamhetsåret 2023–2024 går till historien för Bergendahls. Stormarknadskedjan City Gross såldes till samarbetspartnern och minoritetsägaren Axfood, en affär som är en logisk följd av det avtal som ingicks 2021 och är fördelaktig för alla parter. Men året innebar också att redan hårt ansträngda konsumenter fick ännu mindre i plånboken att handla för, vilket påverkade förutsättningarna för våra detaljhandelsverksamheter.

Makroekonomiskt sett såg vi ljuspunkter under verksamhetsåret. Inflationen kom åter ned på mer normala nivåer, kring eller under inflationsmålet på två procent. Riksbanken inledde därför en serie räntesänkningar i maj som följdes upp både efter sommaren och senare under hösten 2024. Regeringens budget för 2025 innebär ytterligare stimulanser för hushållen i form av sänkta skatter, vilket också bådär för ett bättre ekonomiskt läge.



"Verksamhetsåret präglades av fortsatt svag konjunktur, även om det ekonomiska läget successivt lättade. Fortsatt förändringsarbete stärkte förutsättningarna för koncernens handelsverksamheter att växa lönsamt, samtidigt som försäljningen av City Gross till Axfood bidrar till bättre balans och lägre risk för koncernen."

– Lars Ljungälv, koncernchef



För Bergendahls påverkade den svaga konjunkturen både koncernens kunder och vårt eget resultat, vilket resulterade i att flertalet verksamheter redovisade ett klart tuffare år. För det gångna verksamhetsåret nådde Bergendahls-koncernen en omsättning på 12,4 miljarder kronor (12,4) med ett resultat före skatt på -66 miljoner kronor (-157). Soliditeten uppgick vid periodens utgång till 59,6 procent.

Konsumenterna höll i plånboken

För City Gross har verksamhetsåret varit oerhört utmanande. Pristrycket bidrog till att redan tunna marginaler utmanades, vilket ställde krav på besparingar och nytänkande. Samarbetet med Axfood om logistik, system och sortiment

Koncernen står stark och har en balanserad sammansättning som bidrar till att vi ser med tillförsikt på framtiden.

bidrog positivt och stora insatser har gjorts för att säkra ett konkurrenskraftigt erbjudande. Att Konkursverket i oktober 2024 godkände försäljningen till Axfood bidrar till nya möjligheter. Med en ännu starkare ägare kan City Gross växa och tydligare utmana dominerande ICA och Coop om positionen som kundernas favorit bland stormarknader, vilket bidrar till både ökad konkurrens och större valmöjligheter för fler.

EKO Stormarknader nådde för första gången två miljarder i omsättning, trots att kedjan påverkades av lågkonjunkturen. För att parera konsumenternas minskade köputrymme har sortimentet tillfälligt styrts om mot lägre andel sällanköpsvaror och ökad andel livsmedel, samtidigt som kedjan fortsätter att planera för tillväxt. Under året tecknades avtal om en ny butik i Växjöområdet som öppnar under våren 2025.

Glitter stärkte sin position som ledande aktör inom lågprissegmentet för smycken i Norden

och ökade resultat till nya rekordnivåer tack vare god kostnads kontroll och aktiv anpassning av inköpen. Under året har kedjan skickligt nyttjat de möjligheter som har uppstått på en tuffare marknad genom att etablera fyra nya butiker i attraktiva lägen.

Granit fortsatte förändringsarbetet med sikte på stabil lönsamhet i en marknad som präglades av svag efterfrågan på heminredningsprodukter. Under verksamhetsåret stängdes fem butiker, medan en ny butik öppnades i Uppsala och efter periodens utgång även i Berlin. En ny inköpsfunktion etablerades och sortimentet har förnyats. Under året såldes e-handeln i Kitchentime, medan logistiklösningen och lärdomarna består.

Koncernens investeringsverksamhet bidrar till att balansera riskerna. Innehavet i fastighetsbolaget SLP minskades efter en fin resa. Även Viva Wine Group utvecklades väl, medan innehavet i Doxa kräver uthållighet i väntan på att

bolagets åtgärdsprogram får effekt. För framtiden kommer de strategiska innehaven i bolag där Bergendahls tar en aktiv roll som ägare att balanseras med traditionell kapitalförvaltning.

Hållbarhetsarbetet växlar upp

Detta är Bergendahls tredje årsrapport med huvudfokus på hållbarhetsrapportering. Under dessa år har hållbarhetsfrågorna etablerats som viktig punkt på agendan i samtliga dotterbolag och vi ser framsteg såväl vad gäller valda mål och data som när det gäller mognadsgraden i koncernen. Under innevarande år har arbetet med nästa fas inletts – att göra koncernen redo för att rapportera i enlighet med EU:s regelverk CSRD – vilket också kräver ett fastare grepp om koncernens prestanda när det gäller vår samlade påverkan. Vår ambition är att successivt utveckla både rapporteringen och det bakomliggande hållbarhetsarbetet i linje med omvärldens krav och förväntningar.

I takt med att lågkonjunkturs grepp om ekonomin släpper och konsumenterna upplever effekten av sänkta räntor och lägre skatter så kommer läget för handeln att ljusna. Under 2025 förväntar vi oss därtill att ännu tydligare se effekterna av det förändringsarbete som har pågått i flera av våra bolag. Koncernen står stark och har en balanserad sammansättning som bidrar till att vi ser med tillförsikt på framtiden.

Lars Ljungälv, koncernchef

Affärsmodell och hållbarhetsstrategi



GLOBALA MÅLEN
för hållbar utveckling

Hållbarhet ska genomsyra hela koncernen

Bergendahls har en ägarfamilj med stort engagemang och intresse för hållbarhet. Det ger oss en möjlighet att arbeta långsiktigt och successivt ställa om verksamheten. Koncernen har en hållbarhetsstrategi som kombinerar kundbehov med hållbar utveckling och affärsnytta. Det är Bergendahls styrelse som behandlar hållbarhetsfrågor ur ett strategiskt perspektiv och beslutar om riktningen för dotterbolagen samt för de investeringar som görs. Hållbarhetsstrategin är ett koncerngemensamt ramverk, där varje bolag ansvarar för implementeringen och definierar mål som kopplar till strategin.

Vårt bidrag till Agenda 2030

Agenda 2030 består av 17 globala mål och 169 delmål som syftar till att utrota fattigdom, stoppa klimatförändringarna och skapa fredliga och trygga samhällen. I linje med koncernens strategi och de mest väsentliga frågorna har målen 5, 8, 12 och 13 identifierats som de mål där koncernens handelsverksamheter har mest att bidra med.

Vägen framåt

Under verksamhetsåret har arbetet inletts med att förbereda koncernen för att rapportera enligt EU-direktivet CSRD, Corporate Sustainability Reporting Directive, och European Sustainability Reporting Standards, med fokus på miljö och sociala frågor samt företagsstyrning (ESG). En första komplett rapport i linje med dessa regler avges för verksamhetsåret 2025/2026.

AFFÄRSMODELL

Värderingsbaserad verksamhet

- Värderingsstyrd och inkluderande arbetsplats
- Socialt ansvarstagande
- Resultatdrivet ledar- och medarbetarskap

Hållbara affärer med kunden i fokus

- Klimatbra och effektiv verksamhet
- Ansvarstagande leverantörer
- Noga utvalt sortiment och cirkulära framsteg



5	JÄMSTÄLLDHET	
8	ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT	
12	HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION	
13	BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA	

Styrning och riskhantering

Bergendahls har antagit policys för effektiv styrning av verksamheten. Till dessa hör en hållbarhetspolicy som utgör ett ramverk för hållbarhetsarbetet.

Det finns en uppförandekod för leverantörer med målet att samtliga leverantörer på sikt ska omfattas av denna. Det finns även en medarbetarkod som alla medarbetare utbildas i. HR-policyn utgör ett ramverk för koncernens bolag i egenskap av arbetsgivare. Därutöver finns en säkerhetspolicy och en antikorrupsionspolicy. Dotterbolagen har även egna policys.

Samtliga policys ses årligen över inom ramen för styrelsearbetet i Bergendahl & Son AB. Ansvar för respektive bolags hållbarhetsarbete ligger hos VD. Ytterst ansvarig för att säkerställa att arbetet följs upp och drivs enligt fastställda policys är Bergendahls koncernchef. Styrelsen är ansvarig för hållbarhetsrapporten.



Proaktiv riskhantering

Att bedriva affärsverksamhet medför risker och Bergendahlskoncernen arbetar systematiskt med riskhantering. Styrelsen följer upp koncernbolagens risker för att säkerställa ett konsekvent ansvarstagande och förmågan att nå uppsatta mål. Riskerna delas in i fyra områden; strategiska risker, operativa risker, finansiella risker och efterlevnadsrisker.

Koncernen har en säkerhetspolicy och en riskhanteringsmetodik som är gemensam för samtliga bolag. Riskhantering är en självklar del av det dagliga arbetet. Varje bolag ansvarar för att regler och rutiner efterlevs och att god riskmedvetenhet är förankrad i verksamheten.

Hållbarhetsrisker är ofta svåra att separera från andra risker. De rör ytterst risker kopplade till miljö och klimat, sociala faktorer och bolagets styrning och är därmed sammanflätade med de vanliga operativa riskerna. För handelsverksamheter är en stor del av hållbarhetsriskerna kopplade till inköp och leverantörer. Dotterbolagen arbetar med att löpande utvärdera och riskbedöma respektive bolags leverantörskedja, med fokus på hållbarhet och övriga affärsrisker.

Visselblåsarfunktion

För Bergendahls är hög affärsetik och ett öppet företagsklimat av största vikt. En konkret åtgärd för att uppnå detta är möjligheten för våra medarbetare att anonymt berätta om missförhållanden eller misstänkta beteenden som går utanför våra riktlinjer, policys, eller sådant som kan skada personer, miljön eller företaget i *vårt visselblåsarsystem. Syftet är att stärka medarbetarnas trygghet på arbetsplatsen och upprätthålla allmänhetens och kundernas för-

troende för verksamheten. Informationen som lämnas är krypterad och visselblåsarens identitet behandlas konfidentiellt genom hela processen.

Det har inkommit 11 ärenden under året som samtliga är hanterade och avslutade. Vi är tacksamma att våra anställda vill uppmärksamma oss på när saker inte uppfattas stå rätt till i organisationen.

Väsentlighetsanalys

Väsentlighetsanalysen är ett verktyg för att säkerställa att Bergendahls hållbarhetsarbete går i rätt riktning. Analysen revideras löpande i samarbete med dotterbolagen för att prioritera de viktigaste hållbarhetsfrågorna utifrån omvärldens förväntningar. Samtliga väsentliga frågor har betydelse för koncernens hållbarhetsarbete och följs löpande, men det är frågorna med högst väsentlighet som ges prioritet i det fortsatta arbetet. Därutöver gör respektive dotterbolag en egen prioritering. Under verksamhetsåret har arbetet med en dubbel väsentlighetsanalys för koncernen inletts.

Följande sex frågor bedöms i dag ha högst väsentlighet för Bergendahls, samtidigt som de till karaktären är frågor som koncernens handelsverksamheter har inflytande över och kan påverka:

1 Ekonomisk hållbarhet: genom att vara ett attraktivt val för kunderna och ha en konkurrenskraftig affär säkerställer dotterbolagen ekonomisk hållbarhet som samtidigt ger resurser att förändra och förbättra verksamhetens hållbarhetsprofil.

2 God arbetsmiljö & hälsa: medarbetarna har avgörande betydelse för koncernen – därför är god arbetsmiljö och hälsa en av de mest väsentliga frågorna att arbeta med för att säkerställa en hållbar affär och en värderingsstyrd verksamhet.

3 Kontroll av leverantörskedjan: koncernens handelsverksamheter har ett stort antal leverantörer och samarbetet med dem är avgörande för koncernens hållbarhetsarbete. Bergendahls har en uppförandekod för leverantörer.

4 Goda karriär- och utvecklingsmöjligheter: att behålla medarbetare kräver ständig utveckling, bland annat ett aktivt arbete för att utveckla framtida ledare. Dotterbolagen gör omfattande insatser för att utbilda och utveckla sin personal.

5 Jämställdhet & mångfald: att se möjligheterna oavsett bakgrund, kön och läggning är en högst väsentlig fråga för att skapa en inkluderande och dynamisk organisation som speglar samhället i stort.

6 Effektiv energianvändning: att spara energi handlar både om att hushålla med ekonomiska resurser och om att minska klimatavtrycket och är en av de mest väsentliga frågorna för koncernen.

Utöver de sex mest väsentliga frågorna arbetar koncernen med att bevaka, informera sig om och uppfylla kraven avseende ytterligare ett antal angelägna frågor, nämligen: Affärsetik, antikorruption och mutor, biologisk mångfald, cirkulära flöden i handeln, god djuromsorg, god kundkommunikation för hållbara val, att vara en god samhällsaktör, hållbara produkter, hållbara transporter, kvalitets- och hållbarhetsmärkningar, minskad klimatpåverkan, minskad användning av bekämpningsmedel, minskat svinn, avfall och stölder, mänskliga rättigheter & goda arbetsvillkor, produkter som är närproducerade, samt ursprung & spårbarhet.



Hållbara affärer

Bergendahls arbetar för att minska klimatpåverkan. Det gör koncernen genom att utveckla erbjudandet till att bli så hållbart som möjligt. Med ett noga utvalt sortiment, godkända samarbetspartners och tydliga mål, möter vi kundernas krav. Koncernen arbetar totalt med ett femtontal olika miljömärkningar och ökar andelen miljömärkta och certifierade produkter.

Hållbar verksamhet

Dotterbolagen har formulerat egna hållbarhetsmål med utgångspunkt i koncernens övergripande ambitioner. Målen gör det möjligt att följa utvecklingen över tid och styra mot det långsiktiga målet om hållbara affärer. Det arbetet har även medfört att bolagen har ökat sin kunskap om verksamhetens påverkan.

Samtliga dotterbolag har idag hållbarhetsansvariga för att driva på arbetet och förbereda rapportering i enlighet med CSRD. Insatserna för att mäta respektive bolags klimatpåverkan enligt GHG-protokollet pågår.

Ansvarstagande leverantörer

Bergendahls uppförandekod för leverantörer bygger på etablerade riktlinjer från FN och ILO. Uppförandekoden beskriver koncernens förväntningar vad det gäller ett etiskt, socialt och miljömässigt arbetssätt. Dotterbolagen arbetar aktivt med att utveckla sina leverantörskedjor för att säkra ett attraktivt och hållbart sortiment, samt för att reducera komplexiteten och öka flexibiliteten. Koncernens leverantörer har signerat uppförandekoden eller påvisat motsvarande dokument. En systematisk riskkartläggning av leverantörskedjorna sker i samtliga dotterbolag.

Resultat 2023/2024

Bolag	Sätter egna hållbarhetsmål	Följer upp /mäter hållbarhetsmål	Har inlett arbetet med att mäta klimatutsläpp (GHG)	Följer upp risker i leverantörskedjan
City Gross	Ja	Ja	Ja, pågår	Ja*
EKO Stormarknad	Ja	Ja	Ja, pågår	Inleds 2025/2026
Glitter	Ja	Ja	Ja, pågår	Ja
Granit	Ja	Ja	Under uppstart	Ja

*För City Gross sker arbetet inom ramen för Axfood. Därutöver har butikerna ett lokalt sortiment som uppgår till cirka fem procent för vilket riskkartläggning pågår.



Värderingsstyrd verksamhet

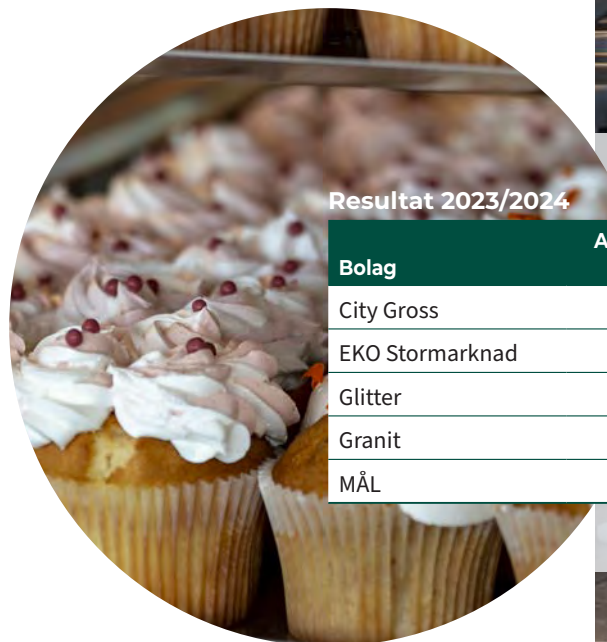
Bergendahls ska vara en öppen och inkluderande arbetsgivare där alla kan utvecklas för att nå koncernens gemensamma mål. Koncernens värderingar är nyckeln till hur vi skapar en god arbetsplats för medarbetarna. Medarbetarkoden är dokumentet som visar vägen.

En inkluderande arbetsplats

Bergendahls är en organisation som värderar öppenhet och förtroende. Det gör att vi kan ta tillvara allas olikheter, vilket bidrar till vår gemensamma framgång. Det är viktigt att alla medarbetare får bidra utifrån den de är, sin kompetens, sina erfarenheter och idéer. Medarbetarna tränas för att lära sig mer om uppförandekoden, om koncernens förväntningar på dem och vilka förväntningar de kan ha på Bergendahls som arbetsgivare. Målet är att samtliga medarbetare ska genomgå utbildningen, vilket ställer krav på kontinuerliga utbildningsinsatser för att fånga upp nya medarbetare i bolagen.

Med hjälp av identifierade KPI:er kan efterlevnaden av koden och ytterst av koncernens kärnvärden följas. Därmed säkerställs att Bergendahls värderingar gör skillnad och driver en förändring i hela verksamheten. Nedan ser du de viktigaste måtten och periodens resultat.

God arbetsmiljö och hälsa är viktigt för koncernen. Under perioden har ett åttiotal arbetsplatsrelaterade olyckor och incidenter inträffat, vilket är jämförbart med i fjol. Det absoluta flertalet är lindriga, men ett fåtal har krävt vård och sjukfrånvaro. Respektive bolag jobbar för att dra lärdom och undvika liknande händelser i framtiden.



Resultat 2023/2024

Bolag	Andel medarbetare utbildade i koden	Andel ledare med internationell bakgrund	Engagemangsindex	Ledarskapsindex
City Gross	80%	22%	80%	76
EKO Stormarknad	87%	16%	85%	83
Glitter	87%	17%	85%	87
Granit	82%	9%	84%	80
MÅL	100%	20%	Mål 85%	Mål 85 av 100



Samhällsengagemang

– viljan att ge tillbaka

För Bergendahls har samhällsengagemang alltid varit högt prioriterat. Koncernens vision "affärsmässigt hållbart ägande för framtida generationer" återspeglas i ett starkt samhällsengagemang, som drivs både av vår ägarfamilj och av bolagens medarbetare. Samtliga dotterbolag var aktiva i olika samhällsengagemang under verksamhetsåret.

Smycken för ökad tolerans



Glitter har under verksamhetsåret etablerat ett samarbete med Regnbågsfonden som står bakom Pride i Norden. En särskild kollektion togs fram och såldes inför festivalerna, vilket totalt inbringade cirka 100 000 kronor till den ideella organisationen.



REGNBÅGSFONDEN

Glitter bidrar även till Minutdagen som ger stöd till cancersjuka barn och genom att erbjuda runda-upp-i-kassan till Rädda Barnen.

BARNCANCER FONDEN

Stöd till cancersjuka barn



Marika 7 år, igår

EKO samarbetar med Barncancerfonden, bland annat genom två årliga auktioner och möjligheten att "runda av uppåt" till förmån för fonden vid betalning i butik. Under det gångna verksamhetsåret har kedjan på detta sätt kunnat bidra med 700 000 kronor.



Samarbete med Rädda Barnen

Sedan 2021 är Bergendahls huvudpartner till Rädda Barnen, en organisation som arbetar där den gör mest nytta för barn, både i Sverige och internationellt. Under verksamhetsåret har koncernen gemensamt bidragit med cirka 320 000 kronor till insatser i utsatta områden, samt för att hjälpa ungdomar in på arbetsmarknaden.



Rädda Barnen

Stöd till människor i utsatthet

Skåne Stadsmission arbetar med att förebygga utanförskap och stärka individers makt över sina egna liv. Granit säljer kollektionen REMAKE, där Skåne Stadsmission låter människor i utsatthet arbetsträna genom att tillverka produkter i återvunnet jeansstyg.



Lokalt samarbete för bina



City Gross värnar om det närproducerade och samarbetar med cirka 200 lokala leverantörer. I samarbete med Malmöbaserade Folkets Pops – som tillverkar vegansk glass av räddad frukt och ekologiska råvaror – går en krona för varje såld glass till Naturskyddsföreningens projekt "Operation rädda bina".



Naturskyddsföreningen

City Gross

City Gross avyttrades till Axfood den 1/11 2024



För City Gross innebar verksamhetsåret å ena sidan utmaningar kopplade till köpsvaga hushåll och ökade kostnader, men å andra sidan också ett omfattande arbete för att stärka konkurrenskraften och bygga en stabil plattform för framtiden. Nya digitala lösningar sedan konverteringen till Axfoods system har gjort det möjligt för City Gross att arbeta kedjedrivet snarare än lokalt, samtidigt som flexibiliteten har ökat.

Hållbarhetsarbetet är viktigt och går hand-i-hand med sänkta kostnader. Matsvinnet i butikerna fortsatte att minska, dels till följd av samarbete med appen Too Good To Go som räddade motsvarande 91 000 måltider, dels genom användning av it-stöd för automatiserad orderläggning. Jämfört med fjolåret minskade energiförbrukningen med ytterligare 10 procent

i kedjans butiker, bland annat genom energisnål teknik och bättre styrning. Arbetet med att byta ut äldre utrustning med köldmediet fluorerade gaser fortsatte och fyra av fem kyl-diskar är nu åtgärdade.

Under året har City Gross tagit fram en ny hållbarhetsstrategi som nu implementeras i organisationen med sikte på att öka kännedomen om kedjans övergripande mål. Som ett led i hållbarhetsarbetet har kedjan fortsatt certifieringen av butikerna enligt miljömärkningen Svanen. Samtidigt fortgår de breda utbildningsinsatserna inom ramen för Kunddrivet Ledarskap med fokus såväl på chefer som på medarbetare. Under det kommande året kommer arbetsmiljöfrågor att få ökat fokus i de interna utbildningsinsatserna.

CITY GROSS

"Jag pratar ofta om vikten av att köpa svenskt för att stötta en levande landsbygd och stärka vår livsmedelsförsörjning. Det är en del av City Gross kärna och vi stycker enbart svenskt kött i våra diskar. Utmaningen är att kunden ofta väljer vara efter pris och inte efter ursprung."

Anders Wennerberg, VD City Gross.

Ägarandel
90,1

Butiker
42



Nettoförsäljning
9 084 MKR
(9 375)



Medelantal anställda
2 305

VD: Anders Wennerberg

Hållbarhetsansvarig: Rebecca Victor

Huvudkontor: Hässleholm

Marknader: Sverige

Energianvändning

Utfasning av F-gas

Minskat matsvinn

10%

lägre energi-
användning jämfört
med fjolåret
(10 %)

86%

utfasning
av F-gas,
36 av 42 butiker
(79 %)

1,47%

matsvinn
(1,50 %)

Jämförelse med föregående år inom parentes

EKO Stormarknad



VD, TED BERGGREN

EKO Stormarknad växte kraftigt under 2023–2024. Trots svagare efterfrågan nådde kedjan för första gången två miljarder i omsättning, inklusive de tre nya butikerna som öppnades under föregående verksamhetsår. För EKO:s största butik i skånska Fjälkinge, tillika testbutik, har en utbyggnad på 2000 kvm påbörjats och kontrakt har tecknats för en ny butik i Växjö och en ny i butik Jönköping. Upplevelsen för kunden i butik prioriteras högt av EKO, som bland annat har uppdaterat lekavdelningen och utbildar alla medarbetare i kundservice.

EKO arbetar med energibesparande åtgärder och installerar solceller i nära samarbete med respektive fastighetsägare och hade vid årets utgång LED-belysning i samtliga butiker utom en. Att minska svinnet är fortsatt

högt prioriterat. EKO har därför beslutat att skapa en svinnhylla där varor som annars skulle kasseras skänks bort, och där kunderna uppmanas att skänka pengar till Barncancerfonden. Det minskar svinnet och avfallet, samtidigt som medel går till EKO:s strategiska partner för samhällsengagemang.

Ett annat viktigt insatsområde är de egna medarbetarna. EKO har utvecklat sin HR-organisation för att jobba mer med förebyggande arbetsmiljöinsatser, samt följer noga statistiken över sjukskrivningar och säkerheten i butik för att vid behov aktivt kunna vidta åtgärder. Arbetet med att säkerställa att sortimentet är hållbart fortsätter och 82 procent av leverantörerna – vilket täcker nästan all försäljning – var vid periodens utgång anslutna till uppförandekoden.



"EKO har barnfamiljer som kärnmålgrupp och samarbetet med Barncancerfonden kommer från hjärtat. Vi genomför årligen två auktioner som ger över en halv miljon kronor till Barncancerfonden och som dessutom skapar stolthet och sammanhållning internt."

Ted Berggren, VD EKO.

Ägarandel
100



Omsättning
2 021 MKR
(1 660)

Butiker
15



Medelantal anställda
384

VD: Ted Berggren

Hållbarhetschef: Katarina Lanséus

Huvudkontor: Fjälkinge

Marknader: Sverige



Minska brännbart
osorterat avfall

40,5%
brännbart avfall

(Mål brännbart
avfall <40%)

Fördelning
ledande positioner

39,8%
män
60,2%
kvinnor
(Mål 40%)

eNPS

23
eNPS

(mål 15)

Glitter



VD, SUSANNE BÖRJESSON

Glitters försäljning utvecklades stabilt, samtidigt som resultatet stärktes och nådde all-time-high för tredje året i rad tack vare kostnadseffektivitet och starkt marginal. Konjunkturedgången påverkade handeln negativt, med färre besök och lägre konverteringsgrad, men innebar också nya möjligheter då attraktiva butikslägen blev lediga. Glitter etablerade fem nya butiker och stängde en. Efter periodens utgång öppnade ytterligare tre nya butiker i oktober 2024.

Sortimentet är en av Glitters viktigaste hållbarhetsfrågor. Under perioden har kedjan anpassat volymerna för att minimera reorna, vilket har ställt krav på att leverantörerna accepterar lägre inköpsvolym. En tydlig trend är att mer tidlösa kollektioner av högre kvalitet säljer bättre. Det är emellertid fortfarande plånboken

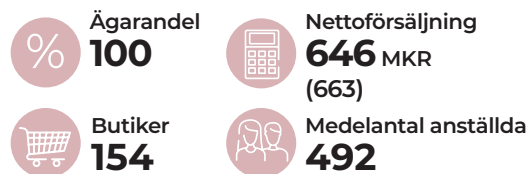
som styr konsumtionen, vilket gör det svårt att få betalt för hållbarhet. Glitter nådde 65 procent andel av silversmycken hållbart producerade i Green Factory och fortsätter arbeta för ökad andel hållbara material och transporter. Merparten av Glitters butiker hade LED-belysning vid periodens utgång och det ökade intresset för hållbarhet bland fastighetsägare bidrar positivt till kedjans klimatavtryck.

Medarbetarna är grunden till framgång och Glitter arbetar aktivt för att stärka den positiva företagskultur som råder. Utbildningsinsatserna har fokuserat på sourcing, kundupplevelse och ledarskap. Det samarbete som Glitter har med Rädda Barnen har kompletterats med lokala insatser för cancerdrabbade barn och barnhem i Kambodja, men även ett nordiskt samarbete med Regnbågsfonden i samband med Pride.

Glitter

"Vi har en stark vinnande kultur på Glitter, vilket jag är oerhört stolt och tacksam över. Det höga engagemanget syns i bland annat medarbetarundersökningen och det bidrar självfallet till vårt starka resultat. I tuffare tider är det oerhört värdefullt att våra medarbetare alltid gör det där lilla extra."

Susanne Börjesson, VD på Glitter.



VD: Susanne Börjesson

Hållbarhetschef: Anette Hansen

Huvudkontor: Stockholm

Marknader: Sverige, Norge, Danmark, Finland



Ökat engagemangsindex

85
engagemangsindex
(86)

Ökad andel hållbart producerad silver

65%
andel hållbart producerad silver i Green Factory
(50)

Fortsatt hög återvinningsnivå i butik

96%
källsortering av plast- och pappersemballage
(85)

Jämförelse med föregående år inom parentes

Granit



VD, HÅKAN ÅKERSTRÖM

För Granit har det gångna verksamhetsåret präglats av svag efterfrågan, inte minst då konsumenterna har prioriterat att konsumera andra produkter än heminredning. Ett omfattande omstrukturerings- och förändringsarbete har pågått under året. Bland annat har e-handelsverksamheten Kitchentime med ett trettiotal medarbetare sålts. Det ger ledningen möjlighet att ännu tydligare fokusera på att uppnå lönsamhet på Granit. Ägandet av Kitchentime har emellertid gett värdefulla insikter om både e-handel och logistik. Under året har fem butiker stängts, medan en ny butik har öppnats i Uppsala och efter periodens utgång öppnade ytterligare en butik i Berlin.

Under verksamhetsåret har ett grundläggande arbete skett i syfte att definiera hur Granit lever upp till gällande regler för hållbar-

hetsrapportering såväl som till framtida krav. Det har mynnat ut i insatser för att förbättra rutiner och dokumentation.

Den enskilt viktigaste hållbarhetsfaktorn för Granit är produkterna som säljs och hur dessa tillverkas. För att skapa ett mer hållbart sortiment jobbar Granit med att säkra att leverantörsledet uppfyller både BSCI-certifieringens och kedjans egna krav. Det handlar till exempel om att använda FSC-certifierat trä och papper, Oeko-Tex-certifierad bomull, men också om att ämnen som mineralolja och plaster undviks. Under året har en ny samarbetspartner kontrakterats i Indien. Sortimentet är inte bara basen för ett hållbart erbjudande, det är också nyckeln till förnyelsen i butik och en attraktiv kundupplevelse.

GRANIT®

Ägarandel
100



Nettoförsäljning
295 MKR
(291)

Butiker
36



Medelantal anställda
256

VD: Håkan Åkerström

Hållbarhetschef: Sebastian Olsson

Huvudkontor: Stockholm

Marknader: Sverige, Norge, Finland, Tyskland



Uppförandekod

Andel kvinnor i företagsledningen

e-NPS

82%

uppförandekoden
utbildade
medarbetare
(mål 85%)

57%

(mål 40)

+19

(mål +25)

Bergendahls investeringsverksamhet

I syfte att sprida riskerna har Bergendahls aktivt diversifierat koncernens portfölj genom att investera i både noterade och onoterade bolag. Portföljen består i dag av innehav i bolag där koncernen kan spela en aktiv roll som ägare. Inför ett investeringsbeslut värderas det potentiella innehavet utifrån Bergendahls värderingar och med beaktande av möjliga hållbarhetsrisker för att säkerställa att investeringen är rätt. Investeringar i bolag kompletteras med renodlad kapitalförvaltning för att ytterligare sprida riskerna.

Portföljen består i dag av bolag i branscher såsom fastigheter, livsmedel och finans, men kan komma att kompletteras med ytterligare vertikaler.

Doxa

Doxa är ett affärsdrivet investmentbolag som äger och förvaltar både fastigheter och fastighetsbolag med fokus på södra Sverige. Doxa är listat på Nasdaq First North Growth Market sedan 2014. Bergendahls andel är 5,51 procent.

Swedish Logistic Property (SLP)

SLP är ett snabbt växande svenskt fastighetsbolag som förvärvar, förädlar och förvaltar logistikfastigheter. SLP är noterat på Nasdaq Stockholm sedan 2022. Bergendahls andel av kapitalet är 2,7 procent.

Viva Wine Group

Viva Wine Group är Nordens ledande vinkoncern med stark position på den europeiska e-handelsmarknaden. Viva Wine Group är noterat på Nasdaq First North Premier Growth Market sedan 2021. Bergendahls andel är 7,87 procent och koncernchef Lars Ljungälv sitter i styrelsen.

Aeternum Capital

Aeternum är en alternativ investeringsförvaltare med fokus på att utöva ett aktivt ägande för att driva hållbart värdeskapande i nordiska kvalitetsbolag. Bolaget förvaltar kapital åt Bergendahls.



Styrelsen



Från vänster:

Spiros Mylonopoulos, *Styrelseordförande*, Anders Moberg, Sophia Bergendahl, Lars Ljungälv, Elisabeth Bergendahl-Mylonopoulo , Ingvar Ganestam, Carl-Mikael Bergendahl, Lars Kongstad.

