BRING CITYMAILS HÅLLBARHETSREDOVISNING

BRING CITYMAILS
HÅLLBARHETSREDOVISNING

Form och layout: IK Stockholm
Tryckort: Stockholm juni 2011
Tryckeri: Printcenter

PAPPER:
Omslag: Brun Board, 100% returpapper, från Antalis
Inlaga: Munken Polar från Artic Paper

MILJÖMÄRKNING:

Board

100%RETURPAPPER

Munken Polar

MILJÖMÄRKT

FSC
www.fsc.org
FSC® C022692
The mark of responsible forestry

PEFC™
PEFC/05-37-113
Promoting sustainable forest management
www.pefc.org

Tryckt på
MILJÖ-
PAPPER
Munken Polar

Innehåll

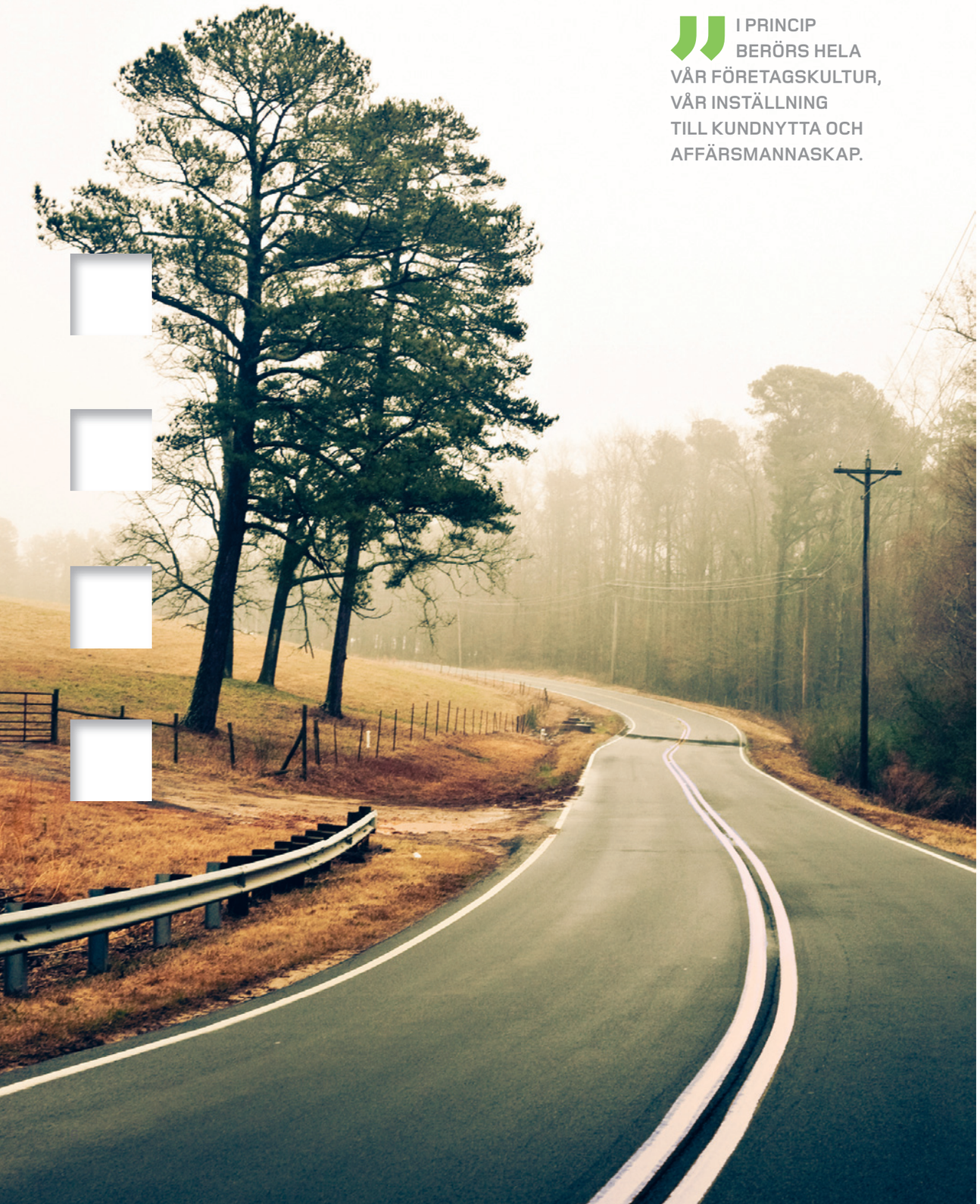
INLEDNING 7
TANKAR FRÅN VD 8

KAPITEL 1
BRING CITYMAIL – VILKA ÄR VI? 15
STRATEGI OCH ANSATS 19
BRING CITYMAILS OMVÄRLD 23
VÅR DEL AV MARKNADEN 28

KAPITEL 2
KUNDER 35
MEDARBETARE 37

KAPITEL 3
MILJÖ 49

KAPITEL 4
BOLAGSFAKTA 63
FRÅGOR OCH SVAR 67
ORDLISTA OCH DEFINITIONER 69
MÄTMETODER 71
REDOVISNINGENS OMFATTNING OCH AVGRÄNSNINGAR 74
KONTAKT 75
GRI KORSREFERENS 76



I PRINCIP BERÖRS HELA VÅR FÖRETAGSKULTUR, VÅR INSTÄLLNING TILL KUNDNYTTA OCH AFFÄRSMANNASKAP.

Inledning

Bring Citymail står fast vid att strukturerat sunt förnuft håller i längden

En hållbarhetsredovisning definierar, mäter, analyserar och följer upp kriterier som påverkar omgivningen. Här får du en beskrivning av hur Bring Citymail agerar inom olika områden som kretsar kring hållbarhet. Samtidigt får du ta del av hur vi planerar att utveckla och förbättra oss framöver.

Bring Citymail är ett affärsdrivet, målinriktat företag som levererar marknadens mest effektiva brevdistribution. Vårt mål är att skapa en lönsam affärsverksamhet både på kort och lång sikt – för våra kunder, för oss själva och för samhället vi verkar i. Därför måste vi också ta hänsyn till hållbarhetsperspektivet.

Hållbarhet är ett långsiktigt ansvarstagande för att optimera alla resurser på bästa sätt. Inte bara miljöpåverkan. Vi tar också upp sambandet mellan sund miljö, friska medarbetare och affärsnytta. I princip berörs hela vår företagskultur, vår inställning till kundnytta och affärsmannaskap.

När vi jämför rapporter från år till år ser vi en tydlig trend som visar upp en långsiktig hållbar utveckling av vår affärsverksamhet. Idag vet vi på vilket sätt vi påverkar och påverkas och har också tagit flera steg i rätt riktning.

Med hjälp av ett strukturerat hållbarhetsarbete, tydliga mål och en konkret handlingsplan kommer vi stegvis att minimera påverkan av vårt eget agerande. Då minimerar vi också påverkan i våra kunders löpande verksamheter.

Tack för att du tar dig tid att läsa vår rapport.

Tankar från VD

Hållbarhet – en global fråga

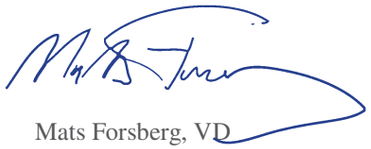
Bring Citymail är ett bevis på att ett internationellt sett litet företag kan göra skillnad. Runt midsommar förra året blev jag åter igen inbjuden till FN:s högkvarter i New York för att berätta om hur vi arbetar och hur andra företag med relativt små insatser kan göra samma sak. Det var många som ville veta mer efteråt, vilket var både kul och inspirerande.

Framtidens brevdistribution

Förr i världen kom posten två gånger om dagen och en gång på lördagar. Inte särskilt hållbart om man tänker på det idag. Därför begränsar vi vår utdelning till att besöka varje brevlåda var tredje dag. På så sätt minimerar vi utsläppen och säkerställer att vi aldrig transporterar något i onödan. Det här konceptet följer väl den utveckling vi ser för postmarknaden. Under 2011 kommer vi även att inleda ett arbete som syftar till att erbjuda våra kunder en distribution som är mer anpassad till hur deras kunder vill ta emot information. Och de försändelser som vi delar ut – nu och i framtiden – sorteras redan innan de trycks. På så sätt bidrar vi till att ytterligare minska vår påverkan på miljön, samtidigt som vi sänker kostnaderna.

Viktiga händelser under året

Vårt hållbarhetsarbete handlar till stor del om att begränsa våra CO_2-utsläpp. Under det gångna året lyckades vi sänka utsläppen med 5 %, trots att både volymen och omsättningen ökar. Förra året inledde vi även ett arbete som resulterar i att vi blir ISO-certifierade inom 9001 Kvalitet och 14001 Miljö under 2011. Vi visade också att det lönar sig att lyssna på sina medarbetare. Tack vare ett förslag från en Cityman (brevbärare) fick vi förra året ner vår totala volym osorterat avfall till ett (1) ton, från 25 ton under 2008. Vi tänker fortsätta på det spåret. Genom att låta våra medarbetare utveckla vår verksamhet och genom att hela tiden utmana oss själva, tekniken och vedertagna sanningar ska vi visa att vi är en aktör som tydligt tar ansvar för hållbarhetsfrågor ur ett långsiktigt perspektiv. Vi vill vara det bästa alternativet för kunder som söker en modern postleverantör som tar hållbarhets-aspekten på allvar.



Mats Forsberg, VD
Bring Citymail Sweden

1

2

3

4

> VI BEGRÄNSAR VÅR UTDELNING TILL ATT BESÖKA VARJE BREVLÅDA VAR TREDJE DAG. PÅ SÅ SÄTT MINIMERAR VI UTSLÄPPEN OCH SÄKERSTÄLLER ATT VI ALDRIG TRANSPORTERAR NÅGOT I ONÖDAN.

> VI BLIR ISO-CERTIFIERADE INOM 9001 KVALITET OCH 14001 MILJÖ UNDER 2011.

1

2

3

4

Vilka är vi? 2
Strategi och ansats 3
Bring Citymails omvärld 4
Vår del av marknaden

Bring Citymail – vilka är vi?

Bring Citymail hjälper företag att kommunicera och bygga relationer med sina kunder via brevlådan på ett mer effektivt sätt. Vi gör det genom att distribuera post med olika adresseringsgrad från företag till andra företag eller privatpersoner.

Vi var först i världen att bryta ett postmonopol. Ända från början har vi stått för ett helt nytt sätt att tänka när det gäller traditionell monopolmarknad – vi startade ur ett kundperspektiv.

Vår logistikmodell har sin grund i devisen att göra rätt från början. Med det menar vi att sortera posten på adressnivå redan i datorn, innan den fysiska försändelsen skapas. På så sätt undviker vi de energikrävande sorteringsmaskiner som vanliga postföretag använder.

Vi delar även ut post på ett unikt sätt, enligt ett rullande tredagarsschema. Varje brevlåda får post var tredje dag så att alla utdelningsrundor blir effektiva och välfyllda.

Sammantaget har vi skapat flera konkurrensfördelar som gjort det möjligt för oss att växa och driva vår verksamhet:

- Lägre pris – tack vare högre effektivitet.
- Lägre miljöpåverkan på flera nivåer – vi använder inte stora sorteringsmaskiner, tredagarsschemat ser till att våra utdelningsrundor är fulla och vi använder huvudsakligen cykeln som leveransfordon.
- Leveranssäkerhet – eftersom vi kan tala om för våra kunder exakt vilken dag en viss försändelse når en viss mottagare.

BRING CITYMAIL VAR FÖRST I VÄRLDEN ATT BRYTA ETT POSTMONOPOL.

Om att bryta ett monopol

Bring Citymail (dåvarande CityMail) grundades 1991 av Bror Anders Månsson. Detta utgjorde startskottet för det svenska postmonopolets avreglering 1993. Sedan starten har svenska företag sparat 1,5 miljarder kronor årligen i portokostnader*.

** Källa: Post- och telestyrelsens årliga rapport om postmarknaden i Sverige.*

UTMÄRKELSER OCH PRISER SOM MOTTAGITS UNDER REDOVISNINGSPERIODEN

- Vi är fortsatt listade som klimatsmart tjänst av Klimatsmart.se
- Vi har vunnit svenska Publishingpriset för bästa hållbarhetsredovisning.

Kärnvärden

Bring Citymails kärnvärden och värderingar är starkt förankrade i vår roll som utmanare. De används av alla medarbetare i alla processer och sammanhang.

Utmanare

Hela vår affärsidé, själva anledningen till att vi finns är för att utmana. Vi började med att utmana monopolet och vi fortsatte med att utmana inom tjänster och produktkategorier. Och nu när volymerna sjunker så utmanar vi resten av postbranschen genom att ta till oss denna utveckling och i många stycken uppmuntra den.

Kundorienterade

Vad vi gör är en sak, viktigare är varför. Vi gör det för att göra saker och ting bättre för avsändaren och mottagaren. De är de som bestämmer, och vi på Bring Citymail anpassar oss efter deras önskemål.

Ansvarsfulla

Vi kör med öppna kort både internt och externt, och denna transparens är bra för alla. Förutom att ta ansvar för den affärsetiska aspekten så är det också vår skyldighet att göra vad vi kan utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Detta arbete resulterade i att vi som första postföretag i världen blev klimatneutralt.

Stolta

Vi har som första postföretag i världen framgångsrikt utmanat ett monopol. Och inte nog med det, på grund av oss har Posten tvingats att förbättra sin leverans väsentligt. Idag är den svenska postmarknaden den bästa i världen, och det är i mångt och mycket vår förtjänst – trots alla de hinder som lagts ut för oss. Vi har all anledning till att vara stolta.

Om att hitta nya vägar

År 2002 köptes CityMail av Posten Norge. I samband med att CityMail blev Bring Citymail hösten 2008 antog vi Bring-koncernens paroll ”Finding New Ways”.

Vi trivs med uppdraget och positionen att vara en utmanare på postmarknaden. Vi utmanar våra konkurrenter, men också våra kunder och definitivt oss själva. Genom att hela tiden lära oss mer om kundernas behov och önskemål kan vi också skruva våra produkter och tjänster i en mer effektiv riktning. På så sätt kan vi tillsammans ta ansvar för ett mer hållbart samhälle.

Viktiga milstolpar under 2010

- Vi sänkte våra CO_2-utsläpp med 220 ton, en minskning med 5 % av de totala utsläppen.
- Vi införde källsortering på samtliga utdelningskontor, vilket minskade mängden osorterat avfall från 25 till 1 ton.
- Vi höjde vår Nöjd-Kund-Index (NKI) från 73 till 75.
- Vi lät all administrativ personal ta miljökörkort för att öka medvetenheten om miljö och hållbarhet.
- Vi påbörjade arbetet att certifiera oss enligt ISO 9001 och ISO 14001. Det innebär att vi vid halvårsskiftet 2011 kommer att vara kvalitets- och miljöcertifierade.
- Vi införde nya rutiner för att rapportera in olyckor och ”nästanolyckor”, vilket ledde till en fördubbling av antalet inrapporterade olyckor.
- Vi skärpte vår tjänstebilspolicy – alla nya tjänstebilar måste uppfylla statens definition av miljöbil.
- Vi bytte skrivarpapper till ett som är märkt med EU-blomman.
- Vi intensifierade arbetet att söka efter nya modeller av utdelningsfordon med lägre miljöpåverkan.

0,6 %

Sänkte vi sjukfrånvaron med under 2010.

NYCKELTAL	2010	2009	2008
OMSÄTTNING, TSEK	762 733	730 820	738 495
ANTAL FÖRSÄNDELSER, MILJONER	342,7	323,3	331,7
TÄCKNING % AV SVERIGES HUSHÅLL	54 %	54 %	54 %
ANTAL ANSTÄLLDA VID PERIODENS SLUT	1 413	1 401	1 547
SJUKFRÅNVARO	5,0 %	5,6 %	6,0 %
CO_2 KG/OMSATT KR	0,005	0,006	0,005
CO_2 G/UTDELAT GRAM	0,189	0,185	0,14
SKULDER TSEK	148 720	230 873	205 328
EGET KAPITAL	93 200	60 612	140 761
TOTALA TILLGÅNGAR	241 920	291 485	346 089

** CO_2 utsläpp började mätas 2008*

Strategi och ansats

Ett hållbart företag agerar ekonomiskt försvarbart, socialt ansvarsfullt och miljömässigt riktigt. Vi har identifierat de viktigaste frågorna kring hållbar utveckling för oss genom att utgå från det som våra främsta intressenter tycker är viktigt. Men vi har också prioriterat sådant som utgör vår största påverkan på ett hållbart samhälle.

ETT HÅLLBART FÖRETAG AGERAR EKONOMISKT FÖR-SVARBART, SOCIALT ANSVARSFULLT OCH MILJÖMÄSSIGT RIKTIGT.

Vi har identifierat följande frågor som mest väsentliga för vårt hållbarhetsarbete:

MARKNAD	MILJÖ	ARBETSPLATS
Kostnads-effektivitet	Klimatpåverkan	Utveckling/utbildning
Kvalitet	Transporter	Ledarskap
Värdeutveckling	Energi	Hälsa och säkerhet
	Avfall	Engagemang/kamratanda

Ett starkt Bring Citymail bidrar till en hållbar utveckling samtidigt som vi behåller vår konkurrenskraft in i framtiden. Därför ska vi möta alla våra intressenters förväntningar enligt faktorerna ovan, samtidigt som vi stärker vår position. Vi återkommer i detalj till samtliga delar i avsnitten Marknad, Kund, Miljö och Medarbetare.

EFTERFRÅGAN PÅ TJÄNSTER MED LÄGRE KLIMAT-PÅVERKAN GER OSS EN KONKURRENSFÖRDEL – VI HAR FLERA KLIMAT-MÄSSIGA FÖRDELAR.

Definitionen av hållbar utveckling

Under FN:s världskonferens 1987 formulerade Brundtland-kommissionen definitionen av hållbar utveckling. Den ”tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov”. Hållbar utveckling bygger på tre punkter:

- EKONOMI
- MILJÖ
- SOCIALA FRÅGOR

Som företag handlar det alltså om att alltid försöka agera ekonomiskt försvarbart, miljömässigt riktigt och socialt ansvarsfullt. Eftersom vi vill ha en öppen relation till omvärlden speglar hållbarhetsredovisningen också vårt arbete på ett öppet och ärligt sätt. Vi visar vad vi gör, men också vad vi vill göra och vad vi saknar idag.

Bring Citymail har alltid arbetat utifrån en långsiktigt hållbar affärsidé och relation till våra medarbetare. Vårt miljöfokus har också blivit en självklarhet i takt med marknadens ökade intresse för tjänsters och produkters inverkan på miljön.

Vi har i tidigare hållbarhetsredovisning berättat att Bring Citymail har ansökt om att medverka i Global Compact – det initiativ som lanserades av Kofi Annan 2000 för att främja ett socialt och miljömedvetet ansvarstagande hos internationellt verksamma företag. Det innefattar principer kring mänskliga rättigheter, arbetsrättsliga frågor, miljö och korruption. Nu åtar vi oss att rätta oss efter initiativets tio grundläggande principer. Arbetet har just inletts och vi återkommer med mer information om detta i nästa hållbarhetsredovisning.

Klimatförändringens risker och möjligheter

Cykeln är Bring Citymails huvudsakliga utdelningsfordon. Samtidigt är vi ett transportintensivt företag som fortsätter att lägga stort fokus på utvecklingen och förbättringen av miljögodkända fordon. Konventionella bränslen är inte ett hållbart alternativ i längden – det är inte optimalt för vare sig miljön eller ekonomin. Vi vill bidra till utvecklingen genom att alltid hålla vår fordonspark så miljömässigt uppdaterad som möjligt.

En ökad efterfrågan på tjänster med lägre klimatpåverkan ger oss en konkurrensfördel – vi har flera klimatmässiga fördelar inbyggda i vår logistikmodell.

Vi köper till exempel miljögodkänd el och har infört ett antal besparingsåtgärder som vi återkommer till i kapitlet Miljö.

Bring Citymail följer globala riktlinjer

Vår rapport följer de riktlinjer för hållbarhetsredovisning som är uppsatta av den globala intresseorganisationen Global Reporting Initiative (GRI). Enligt extern utvärdering följer vi deras riktlinjer enligt nivå C+.

Syftet är att redovisa verksamhetens hållbarhetspåverkan, positiv och negativ, som kan relateras till ekonomiska, miljömässiga och sociala frågor.

GRI är en oberoende global intressent organisation som arbetar fram riktlinjer för hållbarhetsredovisning.

Hållbarhetsansats – Bring Citymails metod

Bring Citymails aktiva hållbarhetsarbete är en process. För att enkelt kunna följa upp våra aktiviteter och resultat har vi valt att arbeta enligt en modell. På det sättet kan vi enkelt avgöra och följa upp vilka delar av verksamheten vi behöver utveckla, vilka riktlinjer vi behöver uppdatera och vilka signaler vi får från omvärlden.

GENOMFÖRANDE AV AKTIVITETER ENLIGT HÅLLBARHETSREDOVISNING

KOMMUNIKATION

- Hållbarhetsrapportering
- Affärsplan
- Hemsida
- Övrig marknads-kommunikation

EXTERN PÅVERKAN

- Omvärldsanalys/ Vetenskapliga rön
- Marknadsutveckling
- Intressenter

INTERNA RIKTLINJER OCH POLICIES

- Alkohol- och drogpolicy
- Arbetsmiljö
- Brandskydd
- Fordon
- Föräldraskap
- Informationshantering
- Inköp
- IT
- Jämställdhet
- Kränkande särbehandling och diskriminering
- Media
- Miljö

Bring Citymails omvärld

En professionell och transparent dialog med vår omvärld är ett viktigt verktyg för att förbättra vår verksamhet. De samtal vi bedriver med våra intressenter grupperar vi på följande sätt:

1. Möten, försäljning, marknadsföring, kundundersökning, kundtjänst
2. Dialog via kundtjänst, internet, media, marknadsföring
3. Möten, styrelsearbete
4. Kommunikation, intervjuer
5. Medlemskap/samarbeten
6-7. Myndighetskontakter
8. Upphandling, förhandling, uppföljning/kvalitetsmätning
9. Förhandlingar, möten, representantskap
10. Klimatmätning, utvecklingssamtal, utbildning, direktkontakt, chef/medarbetare, intranät

Viktiga frågor för våra främsta intressenter

Kunder

Kunden är grunden för hela vår verksamhet. Därför är nöjda kunder vårt absoluta fokus. Miljö är en viktig konkurrensfaktor. Våra kunder lägger också stor vikt vid att Bring Citymail kan distribuera post på det mest kostnadseffektiva sättet, vilket bland annat speglas i krav på leveranssäkerhet och hantering av returer. Därför har vi gjort pris, kvalitet och miljö till våra ledord. För att identifiera områden för förbättring genomför vi kontinuerligt kundundersökningar i form av NKI (Nöjd Kund Index), work shops med mera. Vår säljorganisation står för den huvudsakliga kontakten och relationen med våra kunder. Vår kundtjänst tar emot synpunkter och reklamationer och återkopplar till verksamheten. En viktig kanal och opinionsbildare i kund-dialogen är media.

Partners

Den allra största andelen post kommer till Bring Citymail genom våra partners, det vill säga tryckerier och printshops. Tillsammans har vi ett gemensamt åtagande gentemot kunderna och för partnern är det naturligtvis avgörande att Bring Citymail är en pålitlig samarbetspartner.

Mottagaren – våra kunders kund

Brevlådan är och kommer att förbli en viktig kanal för mottagaren. Bring Citymail månar därför om att vårda brevlådan, bland annat genom att fokusera på leveranssäkerhet och miljöaspekter. Vi arbetar aktivt för att kommunicera de miljö- och kvalitetsmässiga fördelarna med vår verksamhet till våra kunders kunder. Ett annat viktigt budskap är att vi ger många unga människor arbete.

BRING CITYMAIL FOKUSERAR PÅ LEVERANSSÄKERHET OCH MILJÖASPEKTER – OCH GER MÅNGA UNGA MÄNNISKOR ARBETE.

Medarbetare

Bring Citymails företagskultur präglas av individuellt ansvar och engagemang. Därför uppmuntras enskilda initiativ. Det är högt i tak på Bring Citymail och chefsnivåerna är få, vilket gör det enkelt för den enskilde att bidra med synpunkter och idéer. Bring Citymails position som en utmanare i branschen innebär att vi måste våga tänka i andra och nya banor. Det är det som leder till utveckling. En analys av Bring Citymails personalomsättning[2] våren 2008 visade att det viktigaste för våra medarbetare är bra arbetsredskap, god kamratanda, ledarskap, utbildning, arbetstider och tydlig arbetsfördelning. I övrigt är hälso- och säkerhetsfrågor samt jämställdhet och mångfald viktiga frågor för verksamheten. Kommunikationen bedrivs via närmaste chef, intranät, VD-brev och interna nyhetsbrev.

Media

Media utgör en kritisk kanal när det gäller att påverka den samlade bilden av Bring Citymail för samtliga intressenter. Som opinionsbildare är media en avgörande faktor i vår kommunikation med omvärlden. Därför är det viktigt för oss att vara tillgängliga och bidra med relevant information och kunskap om vår verksamhet.

Ägare

Bring Citymails ägare Posten Norge AS har fått en tydligare framtoning för alla våra intressenter i och med bildandet av Bring. Bring Citymail ingår i Bring som ett av flera dotterbolag med Bring som gemensamt varumärke. Kommunikationen och samarbetet med våra ägare sker i styrelsearbetet, mötesforum och i gemensamma projekt.

Leverantörer

Bring Citymails leverantörer består bland annat av lokaluthyrare, godstransportörer, elleverantörer och fordonstillverkare. De har naturligtvis en önskan om rimliga krav på våra villkor, vårt samarbete och våra långsiktiga relationer.

BRING CITYMAILS POSITION SOM UTMANARE I BRANSCHEN INNEBÄR ATT VI MÅSTE VÅGA TÄNKA I ANDRA OCH NYA BANOR – DET LEDER TILL UTVECKLING.

2

3

4

[Not 2] *Sid 71*

Bring Citymails verksamhet kontrolleras av PTS, Post- och telestyrelsen, som är den myndighet som bevakar områdena post och elektronisk kommunikation i Sverige.

Konkurrenter

Bring Citymails konkurrenter är även viktiga samarbetspartners när det gäller att vårda och utveckla brevlådan som mediekanal ur ett hållbarhetsperspektiv. Bring Citymails medlemskap i olika branschrelaterade organisationer och nätverk syftar till att ta vara på just detta. Fria Postoperatörers Förbund, Svenska Postorder Föreningen och Swedma är några exempel. Andra medlemskap omfattar Svenskt näringsliv, SIS Swedish Standards Institute, Sveriges Informationsförening och Svenska HR-nätverket.

Övriga

Viktiga intressenter är också politiker, myndigheter, fackliga organisationer och frivilligorganisationer. Det pågående avregleringsarbetet inom EU lockar utländska intressenter till Sverige och Bring Citymail för att studera den fria postmarknaden. I vår nationella expansion har kontakterna med lokala myndigheter spelat en avgörande roll för en framgångsrik start. Med facket har Bring Citymail en god och sedan länge etablerad relation och ett formaliserat samarbete. Bring Citymails verksamhet kontrolleras av PTS, Post- och telestyrelsen, som är den myndighet som bevakar områdena post och elektronisk kommunikation i Sverige. PTS är också en kunskapskälla för Bring Citymail när det gäller studier kring postverksamhet och information om lagar och regleringar.

125 %

Så mycket har den industriella posten ökat mellan 1990 och 2009.

Vår del av marknaden

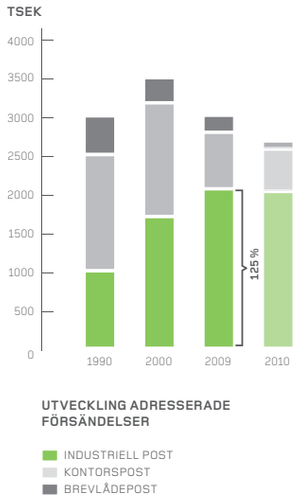
Bring Citymail distribuerar post med olika adresseringsgrad från företag till andra företag eller privatpersoner. Vi har specialiserat oss på segmentet industriell post – administrativa brev, direktreklam och tidningar – men erbjuder även oadresserad direktreklam till våra kunder. Vår närvaro på postmarknaden gör att svenska portoköpare i detta segement sparar 1,5 miljarder årligen i porto, oavsett om de använder oss eller ej.

Antalet försändelser i brevlådan har totalt sett ökat fram till och med år 2000. De följande åren var volymen tämligen konstant, men i och med finanskrisen började postvolymerna att minska. Även om minskningen nu avtagit ser den ut att fortsätta, ofta till förmån för elektroniska kommunikationskanaler. Som leverantör på en minskande, och ur ett hållbarhetsperspektiv ofta ifrågasatt, marknad ser vi det som vår viktigaste uppgift att utveckla framtidens brevdistribution. En distribution som undviker onödigt slöseri, optimerar resurser och hjälper såväl kunder som mottagare att skicka och ta emot post på ett hållbart sätt.

Den adresserade brevmarknaden består av tre segment:

1. Kontorspost från företag.
2. Brevlådepost från företag och privatpersoner.
3. Industriell post från företag.

Bring Citymail arbetar alltså främst inom segmentet industriell post, som idag står för drygt 70 % av alla adresserade försändelser. 1990 var motsvarande siffra 30 %. Den industriella posten har alltså ökat med cirka 125 % från 1990 till 2009.



Källor: Svensk reklammarknad, Institutet för reklam- och mediestatistik, IRM. Post- och telestyrelsen, (PTS), årliga rapport om postmarknaden.

Den industriella posten kan delas in i tre områden:

1. Administrativa brev (fakturor, kontoutdrag och saldobesked) cirka 43 %.
2. Adresserad direktreklam (direktreklam, marknadstidningar och kataloger) cirka 40 %.
3. Tidningar (populär- och fackpress) cirka 17 %.

Bring Citymail har idag en marknadsandel på cirka 12 % inom segmentet industriell post.

12 %

Bring Citymails marknadsandel inom segmentet industriell post.

Framtidens brevlåda

En stor del av de svenska hushållen säger idag nej tack till oadresserad reklam. Det beror bland annat på att masskommunikationen i brevlådan inte är relevant. Många tycker också att det är resursslöseri. Vi på Bring Citymail menar att det därför är vår skyldighet att, tillsammans med våra branschkollegor, arbeta för att vårda brevlådan som mediekanal.

I uppdraget att distribuera våra kunders försändelser optimerar vi både våra egna och våra uppdragsgivares resurser i kommunikationsprocessens alla steg. Överallt finns möjlighet att minska miljöpåverkan. I själva utbudet av tilläggstjänster ingår erbjudanden om allt från målgruppsanalyser och urval, uppdatering och matchning av kundregister till uppföljning och utvärdering av genomförda aktiviteter. Målgruppsurvalen bygger på offentliga databaser och gör därmed inte intrång i människors privata sfär.

Eftersom vi inte vill leverera post som hamnar i papperskorgen rekommenderar vi våra kunder att vara noggranna med förarbetet. Att använda ett så aktuellt mottagarregister som möjligt. Målet är att enbart skicka post som på ett eller annat sätt efterfrågas. Det kan vara post som mottagaren väljer att få av intresse eller post som kunden har direkt nytta av, som underlättar vardagen.

Eftersom vi ser till att våra kunder når sina mottagare på mest effektiva sätt, hjälper vi dem att vårda sina varumärken. Samtidigt undviker vi onödiga trycksaker och transporter till människor som ändå inte ingår i målgruppen. Vi arbetar även via branschföreningen Swedma med etiska regler för direktreklam och har

VI ARBETAR MED ETISKA REGLER FÖR DIREKTREKLAM OCH HAR UTVECKLAT ETT POLICYDOKUMENT OM GOD SED FÖR DIREKT–REKLAM.

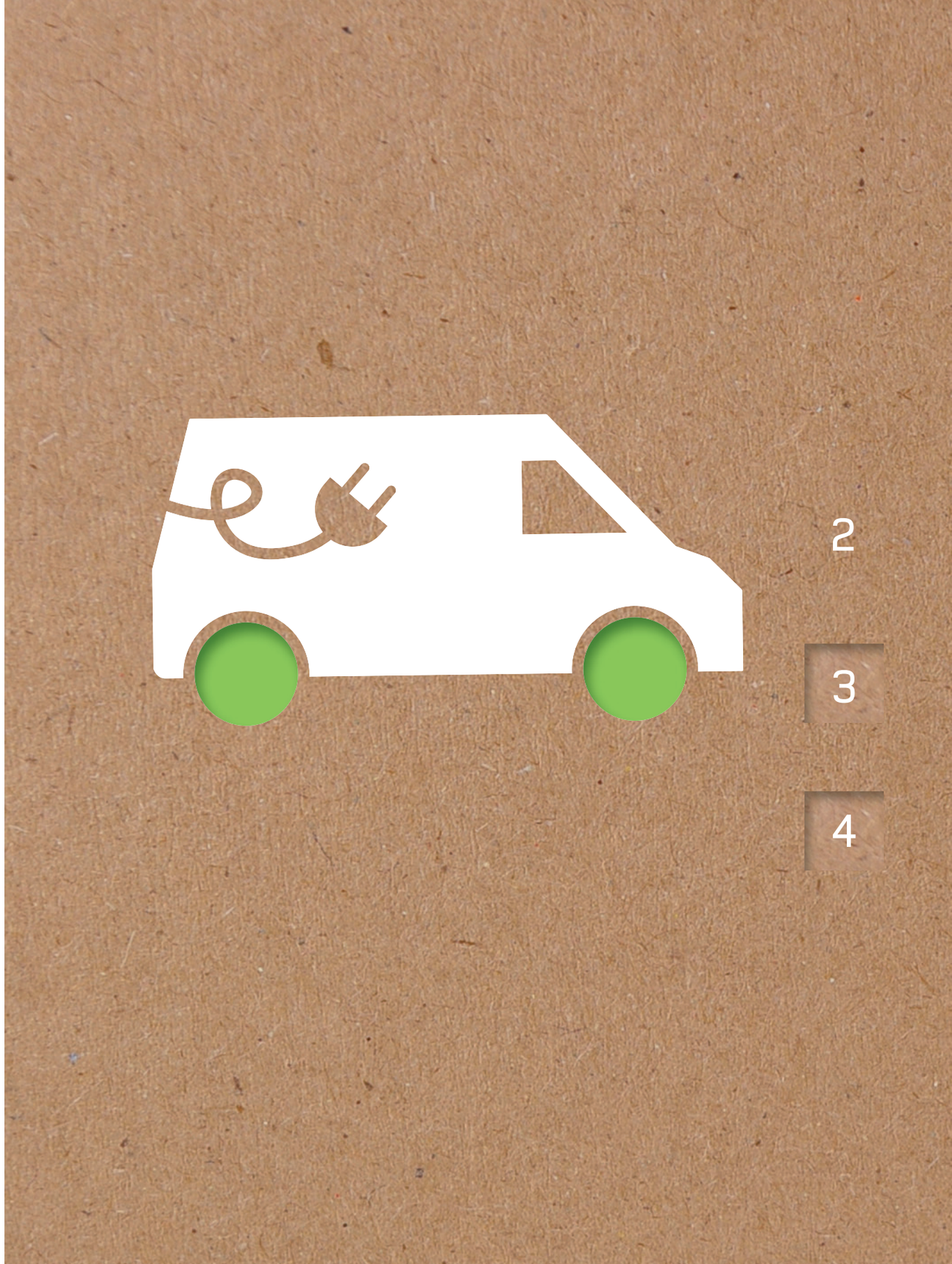
HÅLLBARHET INNEBÄR ATT VARA RÄDD OM RESURSER. ETT BREV SOM SKICKAS TILL FEL ADRESS ÄR SLÖSERI MED RÅVARA OCH ENERGI.

också utvecklat ett policydokument om god sed för direktreklam vilka vi alltid följer. Under 2010 har inga överträdelser av regelsystem och frivilliga koder skett.

Arbetet med att förbättra och förfina våra processer pågår varje dag. Inte bara internt hos oss själva, utan även tillsammans med våra kunder. Vi följer intresserat hur medielandskapet förändras runt omkring oss. Idag vet vi förstås inte i detalj hur framtidens brevlåda kommer att se ut, men vi vet att vi själva kommer att förändras i takt med tiden. För varje dag som går lär vi oss allt mer om mottagarnas önskemål. Vi kommer att använda våra insikter för att göra våra kunders leverans än mer effektiv – inte minst för miljöns skull.

Våra kringtjänster ur ett hållbarhetsperspektiv

Hållbarhet innebär att vara rädd om resurser. Ett brev som skickas till fel adress är slöseri på råvara och energi, både ur transportperspektiv och mänskligt engagemang. Detsamma gäller ett brev som skickas till fel person, det vill säga till någon som budskapet inte är riktat till. I vårt produktutbud finns erbjudanden som ökar effektiviteten och bidrar till att andelen onödiga brev minskar. Kunderbjudandet bygger på en identifierad kundnytta som framkommit genom ett hundratal djupintervjuer. Utbudet justeras och kompletteras löpande, beroende på våra kunders behov och önskemål.



Kunder

Medarbetare

3

4

Kunder

Bring Citymails hållbarhetsarbete kretsar naturligtvis mycket kring våra kunder. Utan kunder, ingen verksamhet. Långsiktiga kundrelationer är ett självklart mål för vår säljorganisation och NKI ett utmärkt mätinstrument. I en ständigt pågående process med mätning, genomförande och uppföljning ska vi anpassa vår verksamhet till kundernas förväntningar och krav.

För att kontinuerligt utveckla verksamheten krävs välfungerande rutiner för erfarenhetsåterföring. En viktig del står våra kunder och deras kunder (mottagarna) för. En löpande återkoppling från kunder och mottagare sker genom vår kundsupport, i mötet mellan säljare och kund och när Cityman[9] träffar mottagare. Såväl positiv som negativ återkoppling tas tillvara. För att säkerställa både kundinformation och historik loggas alla kundhändelser i ett CRM-system (Customer Relationship Management).

Vi gör regelbundet kundundersökningar som komplement till den dagliga rapporteringen. Genom att kartlägga och analysera erfarenheter och uppskattning hos nuvarande kunder kan vi prioritera och utveckla åtgärder för att behålla och vidareutveckla affärsnyttan, samt öka förtroendet för Bring Citymail som partner. Vår starka geografiska expansion är ett exempel som baserats på önskemål från kundundersökningar.

Om kundundersökningen

2010 låg vårt NKI[3] på index 75. Vårt mål är att förbättra en punkt per år, men vi lyckades höja hela tre punkter mellan 2008 och 2009 och så två punkter till 2010. De åtgärder och handlingsplaner som tagits fram som ett resultat av undersökningen har definierats i Bring Citymails affärsplan för 2011. Vår vilja att förbättra och vår förmåga att lyssna på våra kunder har bidragit till höjningen, liksom servicekänslan som personifieras av våra Cityman. Under 2011 fortsätter vi att fokusera på kundens upplevda leverenskvalitet som tyvärr ligger på en lägre nivå än uppmätt, faktisk leveranskvalitet. Vi arbetar målinriktat för att minska den upplevda skillnaden genom omfattande kvalitetsmätningar och förbättrad kommunikation.

UNDER 2010 HAR VI:

- Arbetat med att öka förståelsen hos kunderna kring konkurrensen på svenska postmarknaden – varför kunderna tjänar på att det finns fler än en postoperatör och vad som Bring Citymail gör unikt.
- Infört pilotprojekt och utvärderat satsningar på fler produkter än industriell post.
- Arbetat för att öka den upplevda leveranskvaliteten hos kunderna.
- Påbörjat arbetet med ISO-certifiering inom Kvalitet och Miljö – allt vi gör ska komma kunden till nytta.
- Höjt vårt NKI från 73 till 75.

3

4

Not9 *Sid 70*
Not3 *Sid 69*

UNDER 2011 KOMMER VI ATT:

- Fortsätta öka förståelsen hos kunderna om vad konkurrensen gjort för postmarknaden.
- Lansera lösningar för osorterade sändningar.
- ISO-certifiera oss inom 9001 Kvalitet och 14001 Miljö.
- Inleda ett arbete som syftar till att erbjuda våra kunder en distribution som är mer anpassad till hur deras kunder vill ta emot information.
- Tillsammans med våra kunder hitta förfinade former av återkoppling och returstatistik.
- Förbättra rapporteringen av avvikelser, för större detaljkunskap vid avvikelserapportering till våra kunder.

”I GRUND OCH BOTTEN HANDLAR OMSTÄLLNINGEN TILL ETT HÅLLBART SAMHÄLLE OM KUNSKAP OM, OCH TRO PÅ, ATT DET SPELAR ROLL VAD VI GÖR.

Vad är kvalitet för våra kunder?

Vi har tidigare talat om resurser. För att optimera både kundernas och våra egna resurser, vill vi säkerställa kvaliteten i hela kedjan. Det är däremot något av en utmaning eftersom kvalitet kan mätas på olika sätt. Först handlar det om att vara säker på att försändelsen når adressaten i rätt tid. Det har vi lyckats bra med. Vi ligger löpande mellan 97 och 99 % i leveranssäkerhet*. Men kvalitet handlar också om transparens och snabb återkoppling om det trots allt blir fel. Då kan både vi och våra kunder omedelbart agera för att minimera konsekvenserna av eventuella avvikelser.

Marknadskommunikation och budskap

Tydlig kommunikation är A och O, både internt och externt. Det hållbarhetsarbete som påbörjades under 2008 kommer att bli en central del i vårt budskap under 2011.

Det är genom att medvetandegöra våra egna önskningar och val som vi kan påverka marknadens och kundernas krav. Vi vill bidra till att både medarbetare och kunder blir medvetna om sitt eget agerande och dessutom tar ett aktivt beslut om att arbeta för hållbarhet.

I grund och botten handlar omställningen till ett hållbart samhälle om kunskap om, och tro på, att det spelar roll vad vi gör. Vi tycker det är självklart att alla företag, oavsett storlek, bidrar till en hållbar utveckling. Eftersom vi gärna vill föregå med gott exempel gläds vi åt att FN 200 utsåg oss till klimatförebild tillsammans med 19 andra svenska företag. Bring Citymails VD Mats Forsberg blev också under 2010 för andra året i rad inbjuden till FN:s klimattoppmöte som representant från ett svenskt företag.

Under 2011 kommer vi att fortsätta att missionera om hur man kan arbeta för ett hållbart samhälle.

** Bring Citymail registrerar dagligen samtliga avvikelser i ett internt uppföljningssystem. Utifrån dessa registreringar räknas leveranssäkerheten fram.*

Medarbetare

Ur ett socialt perspektiv innebär hållbar utveckling att ta vara på den kompetens som finns i företaget. Det handlar också om god arbetsmiljö, både socialt och fysiskt. Målet är att skapa en miljö där gott ledarskap, tydliga processer, ordning, reda och god planering bygger en arbetsplats där alla trivs och gör bra ifrån sig.

UNDER 2010 HAR VI:

- Infört en fördjupad form av medarbetarundersökning som återkommer varje år.
- Skapat en ny rutin vid olyckor där chefer och HR-stöd besöker olycksplatser.
- Skapat en rutin för att rapportera och följa upp alla ”nästan-olyckor ”.
- Genomfört brandskyddsutbildning för samtliga arbetsplatschefer.
- Implementerat e-learning som stöd vid introduktion för samtliga som nyanställs.

Antal anställda

REGION	ANSTÄLLDA VID PERIODENS SLUT*	TIMANSTÄLLDA	MÄN**	KVINNOR**
STOCKHOLM	708	180	71 %	29 %
GÖTEBORG	211	83	58 %	42 %
MALMÖ	222	86	58 %	42 %
MÄLARDALEN	257	106	54 %	46 %
GOTLAND	15	0	68 %	32 %
TOTALT:	1 413	455	64 %	36 %

** Anställda vid periodens slut omfattar prov-, tillsvidareanställda exkl. tjänstlediga, föräldralediga, vikarier.*
*** Procentuell fördelning män/kvinnor relaterar endast till tillsvidareanställda (medeltal anställda).*

Förtydligande till tabellerna:

I samtlig statistik ingår endast prov- och tillsvidareanställda, inte timanställda eftersom deras representation varierar kraftigt. Beräknat utifrån arbetad tid representerade timanställda cirka 17 % av Bring Citymails totala arbetsstyrka under 2010.

UNDER 2011 KOMMER VI ATT:

- Förbättra den största bristen i medarbetarundersökningen: Hälsofrämjande arbetsmiljö.
- Genomföra workshops med samtliga medarbetare om hur man kan förbättra trivsel och arbetsmiljöfrågor.
- Internt rapportera om hur två utdelningskontor arbetar med trivsel och arbetsmiljöfrågor.
- Genomföra workshops med representanter för medarbetarna om hur internkommunikationen kan förbättras.
- Införa rutiner för rapportering av ”nästanolyckor”. Då kan vi förebygga verkliga olyckor.
- Uppdatera vår vision samt formulera ett medarbetarlöfte.

”BRING CITYMAIL SKA GENOM ALLA MEDARBETARES FRAMGÅNG STÄNDIGT OCH MEDVETET UTVECKLAS OCH FÖRBÄTTRAS.

Kompetensutveckling på Bring Citymail

På Bring Citymail strävar vi efter att den sammansättning och blandning av olika egenskaper som återfinns hos våra medarbetare i brevbärarkåren även ska speglas i chefsnivåerna på företaget. Rekrytering av coacher och chefer sker i stor utsträckning internt, vilket är helt i linje med företagets vision där det bland annat står att ”…Bring Citymail ska genom alla medarbetares framgång ständigt och medvetet utvecklas och förbättras.” Exempel på utbildningar är introduktionsprogram vid nyanställning, IT-utbildningar, eco-driving, programvaror, säljkurser och ledarkurser.

Utbildningstimmar[10]

Nedan återges antalet timmar för ett urval av Bring Citymails utbildningar:

Bring Citymail Academy: 7 100 timmar
Introduktionstimmar*: 46 935 timmar
Totalt: 54 035 timmar

Bring Citymail Academy – vi är en skola!

Vårt koncept för kompetensutveckling heter Bring Citymail Academy. Här utbildas alla våra ledare och chefer. Ledarnas kompetens är en nyckelfaktor för att alla medarbetare ska kunna göra ett bra jobb.

Våra utbildningar omfattar cirka 900 dagar per år och bidrar till att förstärka vår företagskultur, våra värderingar och vårt ledarskap. Vår ledarträning inom Operations sker till största delen med interna resurser i form av Trainers, ämnesexperter eller kompetensutvecklare.

** Omfattar alla nyanställda Cityman och Splitman.*
Not 10 Sid 71

Exempel på utbildningar

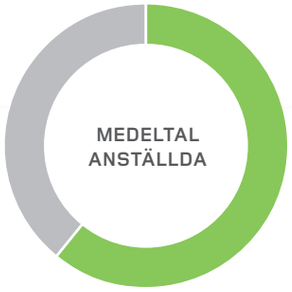
Sales concept – vänder sig främst till säljare och administrativ personal som har någon form av kundkontakt.
Ny som Coach – syftar till att leda nya coacher in i sin (ofta) första ledarroll.
Leda gruppen – vidareutveckling för coacher där deras kunskaper inom ledarskap och grupputveckling fördjupas.
HeadCoach-programmet – förbereder erfarna coacher för att bredda sitt ansvarsområde med till exempel rekrytering, schemaläggning eller kvalitetsarbete.
CAM-aspirant-programmet – chefsprogram som ger de kunskaper som behövs för att kunna ta en tjänst som kontorschef med både budget- och personalansvar.

Med förtroende för individens förmåga

Bring Citymails företagskultur tar tillvara på medarbetarnas egna förmåga och vilja att ta ansvar och utvecklas. Bring Citymail arbetar med tydliga riktlinjer och policys vilka på ett strukturerat sätt underlättar arbetet i företaget. Som företag ställer vi tydliga krav på våra medarbetare, men vi är också noga med att ge rätt förutsättningar för att var och en ska lyckas i sin roll. I den årsvis återkommande medarbetarundersökningen ligger följande påståenden högst upp i mätningen:

- JAG HAR RÄTT KOMPETENS FÖR ATT UTFÖRA MINA UPPGIFTER.
- I MIN ENHET ÄR DET ACCEPTERAT ATT PROVA NYA LÖSNINGAR.
- JAG UPPLEVER ATT MIN AVDELNING ÄR ÄNDAMÅLSENLIGT ORGANISERAD.
- JAG VET VILKA KRAV OCH FÖRVÄNTNINGAR SOM STÄLLS PÅ MITT ARBETE.

En annan viktig dialog med medarbetarna sker i det årliga utvecklingssamtalet som hålls med 100 procent av alla anställda på företaget. Syftet med dessa samtal är att tydliggöra individuella mål och handlingsplaner som ska vara direkt kopplade till företagets övergripande strategier.



3

4

STRUKTURERAD MEDARBETARUNDERSÖKNING

- Görs en gång om året tillsammans med hela Bringkoncernen.
- Svarsfrekvensen är över 95 %.
- De som tillfrågas är prov-, tillsvidare- och fastanställda. Ej timanställda.
- Fungerar som ett uppföljningsverktyg för chefer.

BRING CITYMAILS KÄRNVÄRDEN

- UTMANARE
- KUNDORIENTERADE
- ANSVARSFULLA
- STOLTA

Hållbar utveckling innebär medarbetare som vill och kan bidra till lönsamhet och utveckling

Ur ett socialt perspektiv innebär hållbar utveckling också att ha en god arbetsmiljö, både psykosocialt och fysiskt. Redan i rekryteringsfasen lägger vi stor vikt vid att de som erbjuds jobb på Bring Citymail också ska trivas i miljön. För att börja jobba hos oss som Cityman behövs ingen speciell utbildning och vi letar inte efter personer i ett definierat ålderspann eller av ett visst kön. För oss är mångfald en fråga om individers olikheter, i enlighet med vår självklara tilltro till individen. Vad de gjort tidigare är inte det väsentliga, det är själva personen vi söker.

Däremot letar vi efter personer vars inställning stämmer väl överens med våra kärnvärden ”Utmanare, Kundorienterade, Ansvarsfulla och Stolta”. Ramverket för medarbetarfrågor och rekrytering vilar alltså i våra värderingar och tillika kärnvärden, men regleras även i olika policys som exempelvis jämställdhets-policy, rekryteringspolicy och policy mot diskriminering och särbehandling.

Jämställdhet

Att verka för en jämställd arbetsplats är en självklarhet för oss och det avspeglas bland annat i vår jämställdhetspolicy och föräldrapolicy. Vi har också en samverkansgrupp med represen-tanter från arbetsgivar– och arbetstagarsidan som aktivt jobbar med de här frågorna.

36 % av den totala arbetsstyrkan är kvinnor, vilket även speglas väl på chefsnivå. Här är 37 % kvinnor. I ledningsgruppen finns en kvinna av totalt fem personer. Det finns inga lönskillnader relaterat till kön i samma befattning och det pågår ett kontinuerligt och aktivt arbete för att få fler kvinnor till ledande befattningar.

Attrahera och behålla Cityman

Under 2010 hade vi en personalomsättning på 29 %. I projektet Attrahera och behålla Cityman som genomfördes under 2008 kartlade vi orsaker till vår personalomsättning och vidtog åtgärder för att sänka den. Kartläggningen visade att de förhållandevis låga inträdeskraven till arbetet som brevbärare gör det attraktivt för unga personer som ofta går vidare till studier eller annat arbete efter en tid. Detta bidrar till en hög personalomsättning som kan vara svår att helt påverka och som dessutom delvis styrs av konjunkturen.

Det viktigaste och största arbetet består i att skapa välfungerande processer och strukturer som gör att personalen trivs. Exempel på åtgärder är att vi följer upp introduktionen av nyanställda Cityman.

Avtal, regler, förmåner och fackligt samarbete

Bring Citymail har branschavtal med Almega Branch Kommunikation som omfattar 100 % av alla anställda. Förmåner, avtalspensioner och uppsägningstider med mera regleras i kollektivavtalet. Kortaste uppsägningstid är enligt kollektivavtalet en månad. Andra förmåner i företaget är första besöket hos läkare eller naprapat betalt, subventionerad massage, friskvårdsbidrag, skobidrag och skyddsutrusning

Hälsa och säkerhet

Jobbet som Cityman innebär fysiskt arbete. Friska medarbetare är därför självfallet en framgångsfaktor och vi följer svensk arbetslagstiftning om systematiskt arbetsmiljöarbete. Det finns ett väl utvecklat program för att ta hand om frisk- och hälsovårdsfrågor. Säkerhet och sjukfrånvaro är ordentligt förankrade i verksamheten. Sedan 2010 har vi en rutin som där chefer och HR-stöd besöker olycksplatser. Omkring 160 av Bring Citymails anställda deltar i centrala och regionala skyddskommittéer och i lokala arbetsmiljögrupper. Inför den årliga skyddsronden (arbetsplatsgenomgång med skyddsombud och chef) anordnas en arbetsmiljöutbildning för chefer och nya skyddsombud i samarbete med huvudskyddsombuden.

100 %

Av alla anställda har kollektivavtal.

Sjukfrånvaro

Under 2010 var sjukfrånvaron för kvinnor 5,7 och 4,5 % för män, vilket är i ungefärlig nivå med övriga samhället när det gäller könsfördelning, ålderspann och lönenivå*. En analys av sjukfrånvaron visade att kvinnliga Cityman inte upplever arbetsmiljön som mer negativ än manliga Cityman.

	MÄN	KVINNOR	TOTALT
TOTAL SJUKFRÅNVARO**	4,5 %	5,7 %	5,0 %

	MÅL 2011	2010	2009	2008
TOTAL SJUKFRÅN-VARO***	4,9 %	5,0 %	5,6 %	6,0 %
LÅNGTID***	0 %	1,1 %	1,0 %	1,0 %
H-VERDI****	12,5	18,2	12,2	11,6

*** Korttids- och långtidssjukfrånvaro*
**** Minst fyra veckors sjukfrånvaro*
***** Arbetsskador med frånvaro/antal arbetade miljoner timmar*

TOTALT 173 ARBETSSKADOR

- 95% OLYCKOR
- 3,5% FÄRDOLYCKSFALL VID FÄRD TILL ELLER FRÅN ARBETSPLATSEN
- 1,7% SJUKDOM ELLER ANNAN OHÄLSA

Arbetsskador:

Av alla arbetsskador (173 stycken) som rapporterades in under 2010 var:

95 % (164 st) olyckor
3,5 % (6 st) färdolycksfall vid färd till eller från arbetsplatsen
1,7 % (3 st) sjukdom eller annan ohälsa
0 % (0 st) fritidsskada

** Källa: Alectas hälsobarometer*

BRING CITYMAIL SAMARBETAR MED SJUKGYMNASTER OCH NAPRAPATER FÖR ATT SNABBT KUNNA HJÄLPA TILL VID FYSISKA PROBLEM.

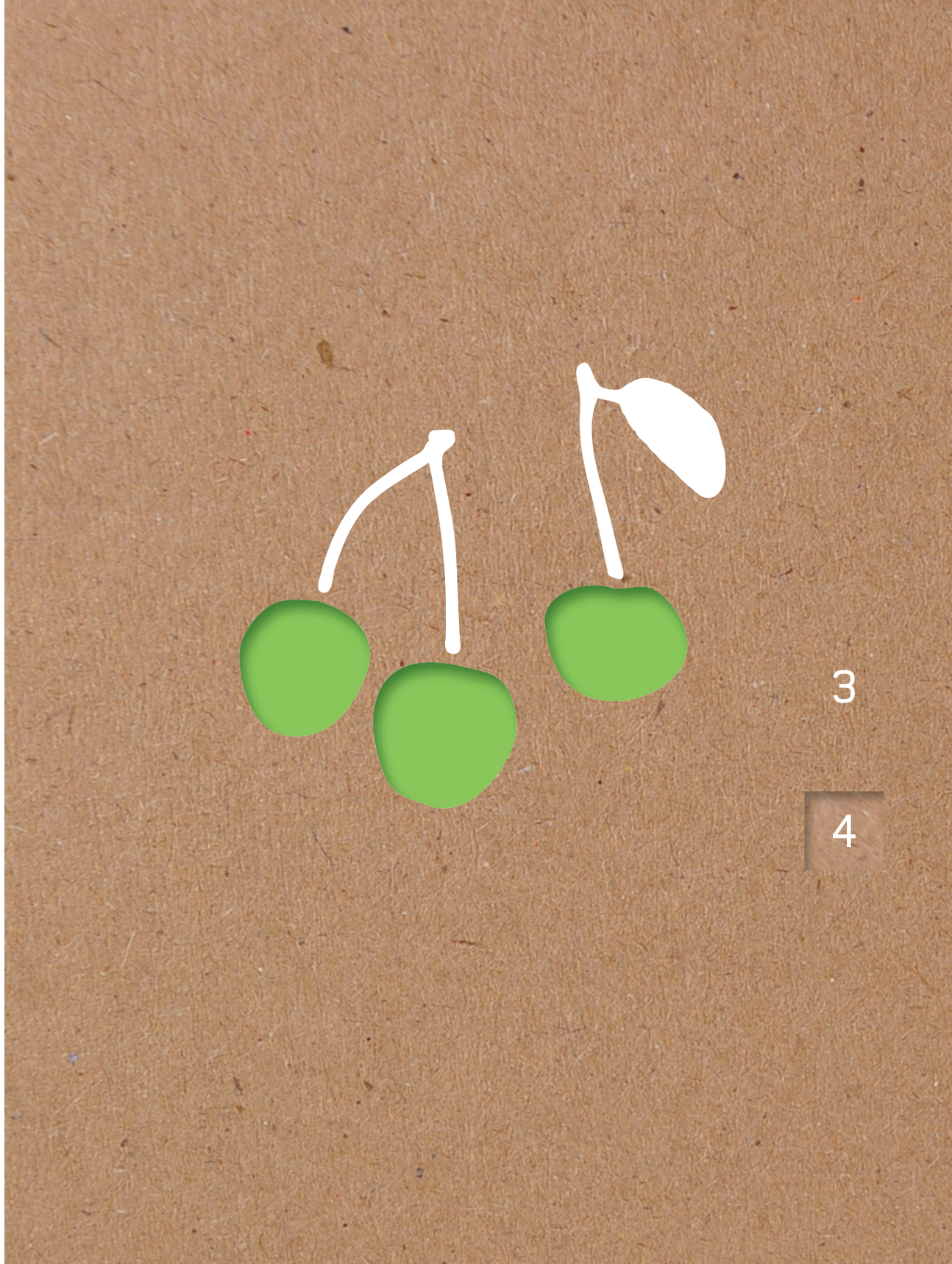
Vad sammanfattar olyckan/orsak till ohälsan (totalt 173 st):

29 % (50 st):	Fordonsolycka eller påkörd
10 % (17 st):	Den skadade slog eller stötte emot något (ej vid fall)
6,5 % (11 st):	Snedtramp, feltramp, ”spik”-tramp (ej fall)
5,3 % (9 st):	Fysisk överbelastning (lyft eller ansträngande/ häftig rörelse)
2,9 % (5 st):	Skadad av hanterat föremål
2,9 % (5 st):	Skadad av maskin, maskindel eller föremål i rörelse
1,8 % (3 st):	Skadad av fallande/flygande föremål
1,2 % (2 st):	Skadad av djur
0,6 % (1 st):	Elolycka, brand, explosion, sprängning
0,6 % (1 st):	Psykisk överbelastning (hot, chock)
2,9 % (5 st):	Annat
0 %	Kontakt (även inandning) med kemiskt ämne eller smittämne
0 %	Skadad av person (fysiskt, även oavsiktligt)

Inga dödsfall har skett under året. Alla tillbud och arbetsskador följs upp med åtgärdsförslag.

Tillgång till skydds- och säkerhetsutrustning och professionell hjälp

Eftersom majoriteten av Bring Citymails medarbetare har fysiskt ansträngande arbeten är kunskap om säkerhet och förebyggande hälsovård ett prioriterat område. Det är också en central hållbarhetsaspekt. Bring Citymail samarbetar med sjukgymnaster och naprapater för att snabbt kunna hjälpa till vid fysiska problem. Våra medarbetare har tillgång till skyddsutrustning som exempelvis knäband, lyftbälte och hjälm. Utöver friskvårdsbidrag bidrar vi med skobidrag. I den interna chefsutbildningen ingår undervisning i ergonomi, kost och hälsa.



Miljö

4

Miljö

Eftersom logistik och transporter är en naturlig del av Bring Citymails verksamhet är också utsläpp från transporter vår största påverkan. Vi fortsätter arbetet att kontinuerligt minska utsläppen – både från godstransportörernas och våra egna fordon – genom att mäta och successivt reducera vår påverkan. Samma målsättning styr vårt arbete kring el, värme och avfall.

De viktigaste åtgärderna under 2010

- Vi har lyckats sänka de totala CO_2-utsläppen med 220 ton (5 %), trots att både volymen och omsättningen ökat.
- Vi har minskat andelen osorterat avfall från 25 ton under 2008 till 1 ton under 2010.
- Vi har minskat utsläppen från tjänsteresor ytterligare, under 2010 med 30 %.
- Vi har ökat andelen tjänstebilar som klassas som miljöbilar från 72 till 78 %.
- Vi har fokuserat internt på att höja medvetandet om vad hållbarhet innebär i det dagliga arbetet och de beslut som fattas. Vi har systematiskt infört försiktighetsprincipen[4] i vår verksamhet och våra processer, framför allt i analysen av strategiska beslut, såsom nyetablering och nya produkter.

Planerade åtgärder under 2011

- Vi kommer att fortsätta att minska våra CO_2-utsläpp under 2011-2012 med 120 ton, från 2010 års nivå.
- Vi ska bli miljöcertifierade enligt ISO 14001
- Vi kommer att lägga mer vikt på att informera samtliga medarbetare om avfalls- och kemikaliehantering så att varje enskild medarbetare känner till hur man som individ kan bidra till en mer hållbar miljö. Det tror vi också kommer att öka engagemanget kring dessa frågor.

220

Med 220 ton (5 %) har vi sänkt de totala CO_2-utsläppen.

Not 4 *Sid 69*

FÖR ALLA INKÖPTA TRANSPORTER STÄLLER VI KRAVET ATT MILJÖ-PÅVERKAN SKA KUNNA REDOVISAS AV RESPEKTIVE GODS-TRANSPORTÖR.

- Vi planerar att förbättra förvaring och återvinning av kemikalier och miljöfarliga produkter, som bensin och rengöringsmedel, i samtliga lokaler.
- Vi kommer att utvärdera möjligheten att bli klimatneutrala av egen kraft inom vissa områden i Stockholm.
- Vi ska utbilda cirka 250 förare i eco-driving under 2011 och 2012.
- Vi fortsätter arbetet att omvandla elavtal till förnyelsebar energi.
- Vi byter ut allt fler köpta transporter mot bilar med Euroklass 5 eller bättre.
- Vi kommer att ta del av koncernens inköp och första utvärdering av 20 stycken Ford elbilar.
- Vi förstärker dialogen med aktuella transportörer med tydlig uppföljning på hela miljöområdet.
- Vi följer utvecklingen kring alternativa bränslen – det finns intresse från våra transportörer att växla om när antalet tank-ställen ökar.

Transporter

Varje dag fraktas försändelser från våra fyra sorteringsterminaler till de 107 utdelningskontoren och sedan vidare ut till mottagaren. Vårt logistikflöde omfattar både inköpta transporter och egna fordon. Transporter från CMC[5] (utdelningskontor) ut till mottagaren sker däremot med egna cyklar, mopeder eller bilar.

Transporter från CMC till mottagaren sker främst med cykel.

Inköpta transporter

Dessa omfattar transporter från kund till vårt lager och mellan de olika samlastningscentralerna, samt fasta rutter från Splitcenter[6] (sorteringsterminaler) till CMC. I transportflödet ingår även de returer som av någon anledning ska tillbaka till sorteringsterminalen eller till kunden. De går tillbaka in i flödet och hanteras som sekretessavfall hos respektive Splitcenter, alternativt går tillbaka hela vägen till kunden om han eller hon bett om det. För alla inköpta transporter ställer vi kravet att miljöpåverkan ska kunna redovisas av respektive godstransportör.

Not 5 *Sid 70*
Not 6 *Sid 70*

78 %

Antalet miljöbilar av Bring Citymails tjänstebilar.

SEDAN 2005 HAR VI UTBILDAT OMKRING 400 PERSONER I ECO-DRIVING OCH FRAM TILL 2012 UTBILDAR VI YTTERLIGARE 250.

Egna transporter

Från utdelningskontoren distribueras posten vidare till mottagaren med huvudsakligen cykel, moped eller bil. Under 2010 nådde försändelserna våra mottagare med hjälp av: cykel 57 %, moped 18 %, bil 21 % och buss 3 % (snittvärde december 2010). 1 % delades också ut till fots. En central del i Bring Citymails erbjudande är att inte besöka varje brevlåda varje dag. Från varje CMC delas istället en tredjedel av all post ut varje dag till ett distrikt per dag i ett rullande ABC-schema. Det innebär att första dagen delas post ut till alla mottagare i utdelningsområde A, nästa dag i område B och tredje dagen i område C. Därefter börjar vi på A igen.

Eco-driving

Eco-driving är en utbildning som förtydligar sambandet mellan förarens sätt att köra, bränsleförbrukning och utsläpp. I utbildningen ingår även viss säkerhetsundervisning som till exempel ökar förståelsen för användandet av bilbälte. Sedan 2005 har vi utbildat omkring 400 personer i eco-drivning och fram till 2012 utbildar vi ytterligare 250.

Tjänstebilar och tjänsteresor

Under 2009 infördes nya riktlinjer när det gäller tjänstebilar och tjänsteresor. Av totalt 54 tjänstebilar är idag 78 % miljöbilar (enligt Vägverkets definition). Bara i år har vi minskat utsläppen från tjänsteresor med närmare 30 %.

	2010	2009	2008
ANDEL MILJÖBILAR AV BRING CITYMAILS TJÄNSTEBILAR	78 %	72 %	56 %
UTSLÄPP FRÅN TJÄNSTERESOR	105 ton CO_2	148 ton CO_2	243 ton CO_2

Vår påverkan i form av bränsleförbrukning och CO_2-utsläpp

Under 2010 har Bring Citymail minskat utsläppen med totalt 219,89 ton jämfört med föregående år.

BRÄNSLE (LITER)	TJÄNSTEBILAR	UTDELNINGSFORDON	TOTALT
BENSIN	7 005	235 074	242 079
DIESEL	6 855	616 857	623 712
ETANOL	6 130		6 130

UTSLÄPP – VÄXTHUSGASER		
CO_2 UTSLÄPP (TON CO_2 EKVIVALENTER)[11]	TOTALT	ANDEL
DIREKTA UTSLÄPP:		
Naturgas för egen uppvärmning	73	2 %
Egna utdelningsfordon	2 082	50 %
Tjänstebilar	36	1 %
Totalt	2 191	
INDIREKTA UTSLÄPP:		
El*	114	3 %
Värme	484	12 %
Tjänsteresor	105	3 %
Godstransporter	1 293	31 %
Totalt	1 996	
TOTALA DIREKTA OCH INDIREKTA UTSLÄPP	4 187	

** En del av elen används för uppvärmning*

TOTALT: 607,9 TON CO_2

354,2	Fjärrvärme
51,58	El
72,61	Gas
129,51	Olja

Not 11 Sid 70

El och värme

Så gott som all vår post sorteras i datorn istället för med sorteringsmaskiner. Därför förbrukar vi som företag framför allt el när vi använder kontorsmaskiner, belysning och uppvärmning av lokaler.

Bring Citymail hyr alla sina lokaler och värme ingår alltid i avtalen. Värmeförbrukning och dess klimatpåverkan för 2009 är därför beräknad per kvadratmeter utifrån ett genomsnittsvärde för lokaler i Sverige.

EL	MWH 2010	MWH 2009	MWH 2008
FÖRNYELSEBARA KÄLLOR	4 248	3 986	2 551
ICKE FÖRNYELSEBARA KÄLLOR	2 319	2 205	890
TOTALT	6 567	6 191	3 441

Under 2009 hade vi en ökning beroende på kraftig geografisk expansion.

TOTALT: 62,16 MWH

0,08 Förnyelsebara källor
62,08 Icke förnyelsebara källor

Avfall och utsläpp till vatten

Merparten av vårt avfall genereras i samband med transporter av emballage och returer. Under 2010 har rutinerna för avfallshantering förändrats i syfte att ytterligare förfina sorteringen. Resultaten av de nya rutinerna kan vi se bland annat i att andelen sorterat avfall minskat med 70 %, jämfört med 2009, och närmare 95 % sedan 2008. Våra fordon behöver förstås vara rena och fina, och när vi tvättar dem sker det i särskilda hallar med oljeavskiljning.

NÄR VI TVÄTTAR VÅRA FORDON SKER DET I SÄRSKILDA HALLAR MED OLJE-AVSKILJNING.

4

95 %

Minskningen av osorterat avfall sedan 2008

ARTIKEL	TON	ANDEL
PAPP	51,79	0,08
PAPPER	12,06	0,02
PLAST	16,88	0,03
METALL	11,64	0,02
SEKRETESS	328,35	0,53
OSORTERAT	1,45	0,00
BRÄNNBART	102,14	0,16
TRÄ	96,10	0,15
FARLIGT AVFALL	0,00	0,00
DEPONI	0,00	0,00
ELAVFALL	1,18	0,00
TOTALT	621,59	1,00

Buller

I vissa bostadsområden har vi anpassat tiderna för lastning och lossning, så att de boende inte ska påverkas negativt av buller från vår verksamhet. Vi har även en väl fungerande rutin för att hantera eventuella frågor eller synpunkter från boende som berörs av verksamheten.

Vårt miljömål

Bring Citymail har som mål att under 2010-2011 minska vårt totala koldioxidutsläpp med 120 ton från 2010 års nivå. Det ska huvudsakligen ske genom att arbeta med de betydande miljöaspekter som identifierats i miljöutredningen. Målen innebär en minskning med 2,8 % och ska uppnås trots en planerad volymökning. Målsättningen innebär att vi inte ska släppa ut mer än 3 ton koldioxid per anställd under 2012.

Utsläpp av växthusgaser är den stora påverkan – vad gör vi åt det?

Vi arbetar med frågorna på flera olika sätt:

- Effektiva logistikflöden i alla led är A och O för vår verksamhet och något som vi arbetar kontinuerligt med. En av de viktigaste parametrarna ur ett resursoptimeringsperspektiv är att inte skicka några onödiga brev. Därför är ett uppdaterat kundregister och ett noggrant målgruppsurval nyckelfrågor.
- Bring Citymails logistikmodell bygger på att sortera adresserna redan i datorn innan själva försändelsen skapas. På det sättet undviker vi stora, energikrävande sorteringsmaskiner.
- Vår utdelningsmodell innebär att varje brevlåda får post var tredje dag. På det sättet vet våra kunder exakt vilken dag en viss försändelse når en viss brevlåda. Dessutom minimerar vi utsläppen och säkerställer att vi aldrig transporterar något i onödan.
- Av naturliga skäl är Bring Citymails verksamhet beroende av fordon – egna som inhyrda – och sättet att minska miljöpåverkan inom detta område är förstås att i möjligaste mån byta ut fossila bränslen till förnyelsebara drivmedel och satsa på ytterligare avgasrening. Utbud styrs av efterfrågan och därför har vi skapat samarbete med våra godstransportörer för att under 2011 införa transporter med förnyelsebara bränslen. Samtidigt kommer arbetet med att hitta nästa generations utdelningsfordon att intensifieras.

”VI HAR SKAPAT SAMARBETE MED VÅRA GODS-TRANSPORTÖRER FÖR ATT UNDER 2011 INFÖRA TRANSPORTER MED FÖRNYELSEBARA BRÄNSLEN.

Det finns en hel del att göra, men allt gör sig inte på en gång. Vi och vår ägare har en vision att bli klimatneutrala av egen kraft, i första hand genom att förbättra egna processer och genom att ställa tydliga krav på marknaden att tillhandahålla mer miljöanpassade lösningar. Tills dess har Bring Citymail valt att kompensera för oundvikliga utsläpp från egenägda fordon, el- och värmeförbrukning samt inköpta tjänsteresor. Det gör vi genom att investera i projekt för klimatförbättrande åtgärder.

Bring Citymails kompensation för 2011 års verksamhet beräknas på 2010 års totala direkta och indirekta utsläpp.

4

BRING CITYMAILS KLIMATKOMPENSATION

Småskalig vattenkraft i Indien.
I Nalgonda, Indien, drivs ett klimatprojekt för att generera el från ett småskaligt vattenkraftverk. Kraftverket använder vatten från en damm som byggdes av provinsen i bevattningssyfte. Projektet innebär en övergång från fossilbaserad till vattenbaserad elproduktion och initierades som svar på energibristen i regionen. Projektet sparade 4 404 ton CO_2 à 180 SEK (totalt 792 720 kronor) under 2010.

Luftkvaliteten i området har kraftigt förbättrats, hundratals nya arbetstillfällen har skapats och det lokala elnätet har stabiliserats. Projektägaren har bland annat upprustat infrastrukturen, installerat gatljus samt byggt ett tempel åt lokalbefolkningen. Inför kommande år planerar man att utveckla de sanitära systemen samt bygga hygiencenter i en lokal by.

Tryckt på MILJÖ-PAPPER Munken Polar

Bring Citymail Miljöpolicy

Bring Citymail hjälper företag att kommunicera och bygga relationer med sina kunder via brevlådan på ett mer effektivt sätt. Vi gör det genom att distribuera post med olika adresseringsgrad från företag till andra företag eller privatpersoner. Som en del i vårt uppdrag vill vi ta vårt ansvar för en hållbar utveckling. Vi baserar därför vårt miljöarbete på transporter och klimatpåverkan där vi har störst möjlighet att göra skillnad.

Bring Citymail ska:

- Med låg miljöpåverkan och god resurshushållning hantera och distribuera post samt ständigt förbättra och utveckla våra processer till nytta för miljön.
- Använda energi och transporter på ett ansvarsfullt och sparsamt sätt.
- Vid inköp, inklusive transporttjänster, säkerställa att produkter och tjänster uppfyller högt ställda miljökrav samt i så hög grad som möjligt är inköpta enligt substitutionsprincipen.
- Ha utbildad och engagerad personal som är medveten om verksamhetens påverkan och möjligheter till förbättring.
- Inkludera miljöhänsyn vid affärsbeslut och större förändringar.
- Som minimum följa de lagar, normer och andra bestämmelser som berör och styr verksamheten.
- Kontinuerligt mäta och rapportera miljöpåverkan, kontrollera att policyn följs och rapportera resultat till ägare, anställda och allmänhet.

Koncernens miljösatsning

Bring-koncernen har under 2010 utvecklat sitt tidigare miljöarbete till att definiera att man nu satsar på att bli ledande på miljöområdet inom post och logistik. Miljömålen är bland annat att innan 2015 minska CO_2-utsläppen med 30 % samt källsortera 91 % av allt avfall.

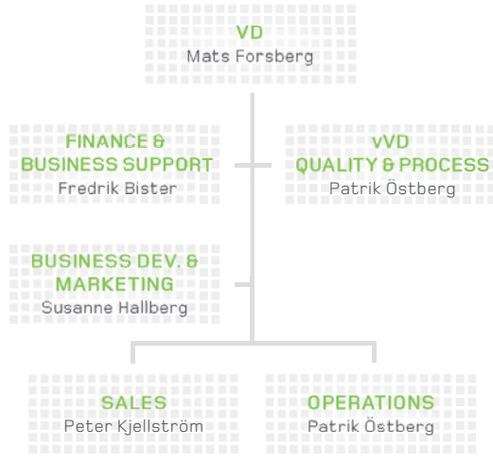
Bolagsfakta
Frågor och svar
Ordlista och definitioner
Mätmetoder
Redovisningens omfattning och avgränsningar
Kontakt
GRI Korsreferens

Bolagsfakta

Ägare

Bring Citymail Sweden AB ägs till 100 % av Posten Norge AS. Företaget drivs som ett självständigt dotterbolag under divisionen Post och har egen ledning och styrelse.

Denna redovisning avser endast Bring Citymail Sweden AB som i text kallas Bring Citymail och vars verksamhet endast bedrivs i Sverige.



ORGANISATIONSSCHEMA

Bring Citymail Swedens organisation och styrning

Den dagliga verksamheten leds av VD Mats Forsberg tillsammans med övriga ledningsgruppen. Ledningsgruppen fattar de större verksamhetsstrategiska besluten. Till sin hjälp får de beslutsunderlag som tagits fram av tjänstemannaorganisationen. Varje avdelningschef ansvarar för att driva avdelningsfrågor i ledningsgruppen, enligt Bring Citymails affärsplan.

BRING CITYMAIL SWEDEN HAR UNDER 2010 INTE VARIT UTSATT FÖR BÖTER ELLER SANKTIONER UTIFRÅN GÄLLANDE LAGAR OCH REGLERINGAR, INKLUSIVE MILJÖLAGSTIFTNING.

Bring Citymail Sweden AB styrelse 2010-12-31

Styrelseordförande: Dag Mejdell, Koncernchef, Posten Norge
Vice styrelseordförande: Gro Bakstad, Koncerndirektör Ekonomi och Finans, Posten Norge.

Tore K Nilsen, Koncerndirektör division Post, Posten Norge
Einar Kirkebö, Direktör Mergers & Acquisitions, Posten Norge
Tone Wille, Direktör divisionsstaber division Post, Posten Norge
Anna-Carin Lindberg, arbetstagarrepresentant
Thomas Gorin, arbetstagarrepresentant
Fredrik Möller, arbetstagarrepresentant, suppleant
Malin Dahlqvist, arbetstagarrepresentant suppleant

Ingen av dessa ingår i Bring Citymail Sweden AB:s företagsledning

Hållbarhetsarbetets styrning

Ledningsgruppen har det strategiska ansvaret för Bring Citymail Swedens hållbarhetspåverkan. Påverkan från transporter, avfall och energi ansvarar Operations för, och chefen för lokaler och fordon, Thomas Petterson, fungerar även som Bring Citymails Swedens miljöchef.

Lagar och regleringar

Bring Citymail Sweden har under 2010 inte varit utsatt för böter eller sanktioner utifrån gällande lagar och regleringar, inklusive miljölagstiftning och mänskliga rättigheter. Vi har inte heller varit utsatta för incidenter beträffande lagar och frivilliga riktlinjer som rör marknadskommunikation.

Detsamma gäller lagar om produktinformation och märkning, våra produkters hälsa och säkerhet samt tillhandahållandet och tillämpningen av våra produkter.

Förädlingsvärde fördelat på intressenter (MSEK):

		2010	2009	2008
KUNDER	Intäkter	763	731	738
LEVERANTÖRER	Inköpta godstransporter	51	49	49
	Övriga transportkostnader	0	17	17
	Lokalkostnader	77	78	68
	Övriga kostnader	157	173	156
ANSTÄLLDA	Löner	438	428	443
	Sociala avgifter	128	128	122
	varav pensionskostnader	20	20	16
	Övriga personalkostnader	8	6	14
STAT OCH KOMMUN	Skatter	17	8	35
LÅNGIVARE	Räntor	-1	-2	-1
ÄGARE	Utdelning	0	0	0

Huvudkontoret i Stockholm, adress:

Postadress: Bring Citymail Sweden AB
Box 901 08
120 21 STOCKHOLM

Besöksadress: Bring Citymail Sweden AB
Västberga Gårdsväg 36
126 30 HÄGERSTEN

Frågor och svar

Vad är växthuseffekten?

Den största delen av den iakttagna uppvärmningen sedan mitten av 1900-talet beror med stor sannolikhet på en ökning av människogenererande växthusgaser i atmosfären, enligt en rapport som FN:s klimatpanel, IPCC, gjorde 2007. Den förstärkta växthuseffekten innebär att en del av solens strålande värme inte reflekteras tillbaka ut i rymden, utan istället påverkar jordens klimat och gör så att det blir varmare. Den snabba temperaturökningen beror till största delen på ökade mängder växthusgaser (däribland koldioxid) som tillkommit genom förbränning av olja och kol, men även på grund av avskogning. Det behövs inte många grader för att vi ska märka de negativa följderna, till exempel bränder, ökenutbredning och översvämningar. Vid den förra istiden var jordens medeltemperatur ungefär fem grader kallare än idag. Effekterna av temperaturhöjningen, som redan märkts av, är avsmältningen av Arktis is under sommaren, krympande bergsglaciärer, fler unika nederbördstillfällen samt fler och kraftigare torrperioder och värmeböljor.*

Vad innebär klimatkompensation?

Kompensera för sina egna klimatutsläpp gör man i så kallade CDM-projekt (Clean Development Mechanism), vars syfte är att leda till minskad energianvändning eller övergång till förnyelsebar energi. CDM-projekten följer intentionerna i Kyotoprotokollet och är certifierade av FN. För att godkännas som ett sådant projekt måste det uppfylla ett antal långtgående krav på bland annat mätbara minskningar av koldioxidutsläpp samt positiva sociala konsekvenser där det bedrivs. Uppnådda koldioxidminskningar redovisas genom certifierade reduktionsenheter.

** Källa: Naturvårdsverket.*

KLIMAT-NEUTRALITET ÄR FÖRUTSÄTTNINGEN FÖR ETT HÅLLBART SAMHÄLLE OCH DET INGÅR NATURLIGT SOM EN DEL AV DET VI ERBJUDER KUNDEN.

Hur kan det vara vettigt att det kommer flera olika leverantörer till min brevlåda?

I och med att vi bröt postmonopolet i Sverige förbättrades både leveranskvaliteten och prisbilden för kunderna. Branschen som sådan utvecklades också av den nya konkurrenssituationen. Det faktum att Bring Citymail bara besöker varje unik brevlåda var tredje dag innebär att vi bara påverkar vår omgivning med en tredjedel, jämfört med att vara på plats varje dag. Vi är måna om att vara så miljömedvetna som möjligt och vårt fokus bidrar till branschens utveckling i stort, bland annat genom vårt aktiva agerande ur ett hållbarhetsperspektiv.

Blir era tjänster dyrare nu när ni ska vara klimatneutrala?

Klimatneutralitet är i första hand något vi ska uppnå genom att förbättra och utveckla våra egna processer, samt genom ett nära samarbete med våra leverantörer. Den del vi inte lyckas minimera kommer vi att klimatkompensera för, det vill säga betala pengar till projekt som bidrar till en minskad global klimatpåverkan. Vår strävan är givetvis att arbeta så bra och effektivt som möjligt för att därigenom minimera kostnaden för klimatkompensation. Klimatneutralitet är förutsättningen för ett hållbart samhälle och det ingår naturligt som en del av det vi erbjuder kunden. Däremot ska inte våra kunder behöva betala extra för att vi utvecklar verksamheten – vår verksamhets miljöpåverkan är vårt ansvar och det ansvaret ska vi ta själva, hela vägen.

Ordlista och definitioner

[1] Klimatneutralt företag

För att en verksamhet ska kunna erhålla status som klimatneutral måste dess klimatpåverkande utsläpp av koldioxid, metan och lustgas beräknas – och åtgärder som minskar växthusgasutsläppen genomföras. Rapportering sker enligt en fastlagd rapporteringsmall som i korthet går ut på:

1. Beräkning av direkta egna klimatpåverkande utsläpp.
2. Beräkning av klimatpåverkan från inköpt el och fjärrvärme.
3. För klimatpåverkan från indirekta källor beräknas alltid tjänsteresor. För övriga indirekta utsläpp rekommenderas företag att om möjligt även redovisa utsläpp från underleverantörer, godstransporter och personalens resor till och från arbete.
4. Verksamheten rapporterar åtgärder inom transporter eller energi, annars måste detta kommenteras.
5. Verksamheten rapporterar åtgärder inom den dominerande källan för koldioxidutsläpp, annars måste detta kommenteras.
6. Kvarvarande utsläpp, enligt minst punkt 1, punkt 2 samt tjänsteresor, som inte kunnat reducerats med egna åtgärder skall kompenseras.

[3] NKI

Står för Nöjd Kund Index – ett index som visar hur nöjda kunderna är med det företag de handlar med. NKI-undersökningar genomförs idag i de flesta branscher. Indexet beräknas som medelvärdet på värderingsfrågor och har värdet 0-100. NKI bör ligga på värde 70 eller högre för att kunna betraktas som konkurrenskraftigt.

[4] Försiktighetsprincipen

Försiktighetsprincipen är en av de grundläggande principerna för hållbar och ansvarsfull utveckling och omfattas bland annat av miljöbalken. Principen innebär att man i en verksamhet ska vidta

klimatneutralt företag
www.klimatneutral.se

BRING CITYMAIL

- är ett klimatneutralt företag[1] perioden 2010.
- arbetar enligt de kriterier som är uppsatta inom programmet ”Klimatneutralt företag”.
- har beräknat utsläppen av växthusgaser för perioden 2010.
- genomför åtgärder för att minska utsläppen.
- kompenserar för de utsläpp som kvarstår.

de försiktighetsmått som behövs för att i brist på vetenskapligt säkerställda bevis inte skjuta upp kostnadseffektiva åtgärder för att förhindra miljöförstöring.*

[7] GHG protokollet
En internationell standard för hur man beräknar och redovisar utsläpp av växthusgaser i sin verksamhet. GHG-protokollet är framtaget av World Business Council for Sustainable Development samt World Resources Institute och är det etablerade beräkningsverktyget för klimatpåverkan.

[11] CO_2 ekvivalenter
Utsläpp som påverkar klimatet omfattar, förutom koldioxid, även gaser som metan och lustgas, som genereras i mindre mängder vid förbränning av fossila bränslen. För en fullständig redovisning av klimatpåverkan anger man CO_2-ekvivalenter, vilket innebär att övriga utsläpp av växthusgaser har omvandlats till CO_2-enheter.

Bring Citymail terminologi

[5] CMC, Citymail Center, förkortat CMC, är Bring Citymails utdelningskontor. Det finns 107 stycken i landet.

[6] Splitcenter De kontor som sorterar posten till de lokala utdelningskontoren. SplitCenter finns i Stockholm, Örebro, Göteborg och Malmö.

[8] Citybase Ett datasystem som innehåller all information om postnummer, adresser, mottagare med mera. Systemet är förutsättningen för tilläggstjänsterna.

[9] Cityman, Bring Citymails brevbärare som ser till att posten sorteras upp på varje hushåll, delar ut den till alla brevlådor och för in alla adressändringar i CityBase[8].

[11] Splitman Medarbetare på Splitcenter som bland annat ser till att posten ”splitts”, dvs. delas upp på våra lokala utdelningskontor, CMC[5].

** Källa: Naturvårdsverket.*
[Not 1] Sid 69

Mätmetoder

Medarbetare:

Antal anställda
Antalet årsanställda vid periodens slut. Innefattar prov- och tillsvidareanställda, exklusive tjänst-, föräldraledighet och vikarier.

[2] Personalomsättning
Antal ordinarie som slutat som ett genomsnitt av medeltal anställda.

Total sjukfrånvaro
Korttid och långtidssjukfrånvaro.

Långtidssjukfrånvaro
Minst fyra veckors sjukfrånvaro.

H-verdi
Arbetsskador med frånvaro/antal arbetade timmar.

[10] Utbildningstimmar
Utbildningstimmar multiplicerat med antal deltagare.

Miljö:

Fördelning av utdelningsfordon som når mottagaren
Andelen cykel, moped, bil är beräknad på ett snittvärde för dec 2010.

Beräkning av klimatpåverkan:

För att beräkna och minska våra klimatutsläpp använder vi beräkningsverktyget Svante, framtaget av klimat- och hållbarhetskonsulten Respect. Svante följer internationell beräkningsstandard, det så kallade GHG-protokollet[7]. Verktyget är uppkallat efter Svante Arrhenius, svensk vetenskapsman och nobelpristagare i kemi 1903, som redan 1896 lyfte fram koldioxidens förmåga att stänga inne värmestrålning, det vill säga växthuseffekten. Alla utsläpp av växthusgaser räknas i CO_2-ekvivalenter, vilket innebär att de även omfattar en mindre andel metan och lustgas.

Utdelningsfordon

Våra bensindrivna fordon drar 1 liter/mil och mopeder förbrukar 0,4 liter/mil med omräkningsfaktor 2,27 ton CO_2-ekvivalenter/ m^3. De dieseldrivna fordon vi använder oss av drar 0,9 liter per mil med omräkningsfaktor 2,51 ton CO_2-ekvivalenter/m^3.

Inköpta godstransporter

Omräkningsfaktorer för:

- Paketbil: 684g CO_2 ekvivalenter/ton per km
- Lastbil: 198 gram CO_2 ekvivalenter/ton per km
- Medeltung lastbil i regionaltrafik: 153 gram CO_2 ekvivalenter/ton per km
- Tung lastbil med släp: 54 gram CO_2 ekvivalenter/ton per km

Ton per km har beräknats utifrån postvikt registrerad i affärssystemet och aktuell körsträcka beräknad via Batchgeocode.com. För transporter långt från Bring Citymails terminaler har total mängd CO_2 direktrapporterats från DSV som sköter transporterna.

El

Under 2008 bytte Bring Citymail till Bra Miljöval-el. Omvandlingsfaktorn för den tidigare elförbrukningen är 36g CO_2-ekvivalenter/ kWh och baseras på Nordels uppgifter om svensk använd el (2006): 86 % svensk el, 5 % norsk el, 3 % finsk el, 4 % dansk el och 2 % övrig el. Omräkningsfaktor för Bra Miljöval-el är 0,02 gram CO_2-ekvivalenter/kWh.

Värme

CO_2-ekvivalenter per värmekälla: eldningsolja 2,69CO_2/m^3, el 49g CO_2/kWh, fjärrvärme 58,9 kg CO_2/MWh. Fördelning av värmekälla i våra lokaler är baserat på genomsnittsberäkning från Energimyndigheten och Statistiska Centralbyrån (Energistatistik för lokaler 2006) och motsvarar olja 16,1 liter/m^2, el 151 kWh / m^2. Fjärrvärmeförbrukning per m^2 är beräknad utifrån stickprov från egna lokaler: 102,3 kWh/m^2.

Tjänsteresor

Flyg: Statistik från Via Travel. Tåg: Omräkningsfaktor 0,0004 g/ personkilometer. Hyrbil och taxi med bensin är beräknat med omräkningsfaktor 200 gram CO_2-ekvivalenter/ personkilometer. Hyrbil och taxi med diesel är beräknat med omräkningsfaktor 193 gram CO_2-ekvivalenter/ personkilometer. Hyrbil och taxi med biogas är beräknat med omräkningsfaktor 37 gram CO_2-ekvivalenter/ personkilometer. Hyrbil och taxi med etanol är beräknat med omräkningsfaktor 60 gram CO_2-ekvivalenter/ personkilometer.

Tjänstebilar

För tjänstebilar med bensin räknas 0,86 liter per mil med omräkningsfaktor 2,27 ton CO_2-ekvivalenter/m^3. För tjänstebilar med diesel räknas 0,71 liter per mil med omräkningsfaktor 2,51 ton CO_2-ekvivalenter/m^3. För tjänstebilar med hybriddrift (bensin/ el i kombination) räknas 0,43 liter per mil med omräkningsfaktor 2,27 ton CO_2-ekvivalenter/m^3.

Not 7 *Sid 70*

Redovisningens omfattning och avgränsningar

Redovisningsperioden avser kalenderåret 2010 och är Bring Citymails tredje hållbarhetsredovisning. Vår förra redovisning presenterades i juni 2010. Det har under året inte skett några korrigeringar eller väsentliga förändringar i avgränsning, omfattning och mätmetoder som påverkar jämförbarhet med tidigare rapport. Redovisning görs en gång per kalenderår och omfattar hela Bring Citymail Sveriges verksamhet med samtliga Splitcenters[6] och Citymail centers[5], undantaget avfall som inte källsorterats på utdelningskontoren. Bring Citymail redovisar sin totala klimatpåverkan, både direkt genom egna fordon och indirekt genom sina transportörer. Pendling för anställda ingår inte.

Omkring 24 % av arbetsstyrkan är anställda på timbasis. Denna lösning är en del av företagets personalpolitik i syfte att anpassa oss till volymsvängningar i utdelningen. Timanställda ingår inte i den redovisade statistiken för anställda eftersom de varierar kontinuerligt både i tid och i omfång. Däremot omfattas de av alla ersättningar och övriga satsningar.

Tack för att du tog dig tid att läsa vår hållbarhetsredovisning.

Arbetet med att ta fram den här rapporten, och framförallt de åtgärder vi genomfört som ligger till grund för den, har tagit sin modiga tid. Men det var det verkligen värt. Vi är mycket stolta över det vi åstadkommit. Men vi har mycket kvar att göra. Ambitionen är naturligtvis att vara bäst i klassen även inom detta område och vi ser fram emot att fortsätta minska vår miljöpåverkan.

Detta är ett ordentligt steg. Nu fortsätter vi.

Kontakt

Hänvisning för kompletterande information eller kommentarer kan ges av Bring Citymails miljöchef Thomas Pettersson 08-709 43 00. Naturligtvis är vi intresserade av dina synpunkter och åsikter, både om denna redovisning i sig, samt vårt hållbarhetsarbete.

Välkommen att kontakta oss via e-post:
hallbarhet@bringcitymail.com

Not 6 *Sid 70*
Not 5 *Sid 70*

GRI korsreferens

Nedan återges vilka resultatindikatorer som Bring Citymail valt att redovisa helt eller delvis i denna rapport. Dessa indikatorer speglar vår väsentliga hållbarhetspåverkan. De indikatorer som inte är redovisade kommer vi framöver att titta närmare på och skapa en plan för hur de kan redovisas.

Nedanstående indikatorer är fritt översatta. För fullständig formulering se www.globalreporting.org

	PROFIL		SIDA
1	STRATEGI OCH ANALYS		
1.1	VDs ord med vision och strategi	Redovisas helt	8
1.2	Beskrivning av påverkan, risker, möjligheter	Redovisas helt	20
2	ORGANISATIONSPROFIL		
2.1	Namn	Redovisas helt	62
2.2	Huvudsakliga produkter och tjänster	Redovisas helt	28–30
2.3	Organisationsstruktur	Redovisas helt	62
2.4	Huvudkontorets adress	Redovisas helt	65
2.5	Länder där verksamhet bedrivs	Redovisas helt	63
2.6	Ägarstruktur och bolagsform	Redovisas helt	63
2.7	Marknaden	Redovisas helt	28–30
2.8	Organisationens storlek	Redovisas helt	18
2.9	Väsentliga förändringar under rapportperioden	Redovisas helt	19–21
2.10	Erhållna utmärkelser under rapportperioden	Redovisas helt	16

	PROFIL		SIDA
3	RAPPORTPARAMETRAR		
	RAPPORT PROFIL		
3.1	Rapportperiod	Redovisas	74
3.3	Rapportcykel	Redovisas	74
3.4	Kontaktuppgifter för frågor om rapporten	Redovisas	75
	OMFATTNING OCH AVGRÄNSNING		
3.5	Process för att bestämma rapportinnehåll	Redovisas	74
3.6	Avgränsningar i rapporten	Redovisas	74
3.7	Begränsningar i rapportens omfattning	Redovisas	74
3.8	Grunder för rapporten som påverkar jämförbarhet	Redovisas	71
3.9	Mätmetoder och grunder för beräkningar	Redovisas	71
3.10	Förklaring till korrigeringar från tidigare rapporter	Redovisas	74
3.11	Väsentliga skillnader i omfattning, avgränsning etc jämfört med tidigare års rapporter	Redovisas	74
3.12	GRI innehållsindex	Redovisas	76
3.13	Policy och nuvarande tillämpning med avseende på att låta redovisningen externt bestrykas	Redovisas	82
4	STYRNING, ÅTAGANDE OCH ENGAGEMANG		
	STYRNING		
4.1	Ledningsorganisation	Redovisas	63
4.2	Om högsta person i ledning också är verkställande	Redovisas	63
4.3	Antal oberoende, icke-verkställande styrelseledamöter	Redovisas	64
4.4	Mekanismer för aktieägare och anställda att ge rekommendationer till högsta beslutande organ	Redovisas	64–65
4.8	Interna värderingar, koder och principer relevanta för hållbarhetsprestanda och dess implementeringsstatus	Redovisas delvis	16, 40

	PROFIL		SIDA
	ENGAGEMANG I EXTERNA INITIATIV		
4.11	Organisationens hantering av försiktighetsprincipen	Redovisas	50
4.12	Anslutning till externa frivilliga koder, principer eller andra initiativ	Redovisas	26
4.13	Medlemskap i föreningar/ organisationer	Redovisas	26
	ENGAGEMANG I INTRESSENTER		
4.14	Intressenter som involverats av organisationen	Redovisas	23
4.15	Princip för identifiering och urval av intressenter	Redovisas	24
4.16	Metod för dialog med intressenter, frekvens	Redovisas	25
4.17	Nyckelfrågor som har kommit fram genom engagemang med intressenter samt hur väl organisationen svarat upp mot dessa	Redovisas	23–26

	INDIKATORER		SIDA
	EKONOMISKA INDIKATORER		
	EKONOMISK PRESTATION		
EC1	Genererat ekonomiskt värde	Redovisad	65
EC2	Ekonomiska effekter som följer av klimatförändring	Redovisas delvis	20–21
	INDIREKT EKONOMISK PÅVERKAN		
EC9	Indirekta ekonomiska effekter och omfattningen av dessa	Redovisas delvis	20, 28–30
	MILJÖ INDIKATORER		
	ENERGI		
EN3	Direkt energikonsumtion	Redovisas delvis	53–55
EN4	Indirekt energikonsumtion	Redovisas delvis	53–55

	INDIKATORER		SIDA
EN5	Total energibesparing	Redovisas delvis	55
EN6	Initiativ för att tillhandahålla energieffektiva och förnyelsebara produkter och tjänster	Redovisas delvis	55
EN7	Initiativ för att minska indirekt energikonsumtion	Redovisas delvis	57
	UTSLÄPP OCH AVFALL		
EN16	Direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser	Redovisad	53
EN17	Andra indirekta utsläpp av växthusgaser	Redovisad	53
EN18	Initiativ för att minska utsläpp av växthusgaser	Redovisas delvis	49–50, 57
EN22	Total vikt av avfall	Redovisas delvis	56
	PRODUKTER OCH TJÄNSTER		
EN26	Initiativ för att mildra produkters och tjänsters miljömässiga påverkan	Redovisas delvis	49–50
	ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER		
EN28	Böter och icke-monetära sanktioner för bristande efterlevnad av miljö-lagstiftning	Redovisad	64
	TRANSPORTER		
EN29	Väsentlig miljömässig påverkan avseende transporter	Redovisas delvis	52–53
	TOTALT		
EN30	Utgifter och investeringar för att skydda miljön	Redovisas delvis	58

	INDIKATORER		SIDA
	ARBETSINDIKATORER		
	ANSTÄLLDA		
LA1	Alla anställda	Redovisas delvis	37
LA2	Personalomsättning	Redovisas delvis	42
LA3	Förmåner till heltidsanställda	Redovisad	42
	RELATION MELLAN ANSTÄLLDA OCH LEDNING		
LA4	Kollektivavtal	Redovisad	42
LA5	Varselperiod	Redovisad	42
	ARBETSMILJÖ		
LA6	Hälso- och säkerhetskommittéer/-utskott	Redovisad	42
LA7	Skada och sjukfrånvaro	Redovisad	43–44
LA8	Rådgivning vid allvarlig sjukdom	Redovisad	44
LA9	Avtal med fackföreningar	Redovisad	37, 42
	UTBILDNING		
LA10	Utbildningstimmar	Redovisas delvis	38
LA11	Utbildning och principer för anställdbarhet, avgång mm	Redovisas delvis	38, 39
LA12	Utvärdering av prestation och karriärsutveckling	Redovisad	39
	MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET		
LA13	Styrelse, ledning och anställda uppdelat på mångfaldsindikatorer	Redovisas delvis	40
LA14	Förhållandet mellan kvinnors och mäns ersättning	Redovisas delvis	40

	INDIKATORER		SIDA
	ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER		
SO8	Monetära och icke-monetära sanktioner för bristande uppfyllnad av lagar och regler	Redovisad	64
	PRODUKTANSVARSINDIKATORER		
	KUNDERS HÄLSA OCH SÄKERHET		
PR1	Produkter och tjänster påverkan på hälsa och säkerhet	Redovisas delvis	37, 41
PR2	Rättsfall avseende hälsa och säkerhet	Redovisad	64
	MÄRKNING AV PRODUKTER OCH TJÄNSTER		
PR4	Antal överträdelser av lagar för produktinformation och märkning	Redovisad	64
PR5	Tillvägagångssätt för att ta reda på kundnöjdhet	Redovisad	35
	MARKNADSKOMMUNIKATION		
PR6	Anslutning till standarder och koder som rör marknadskommunikation	Redovisad	29
PR7	Incidenter som rör överträdelser inom marknadskommunikation	Redovisad	30, 64
	KUNDERS INTEGRITET		
PR8	Klagomål avseende kunders integritet och förlust av kundinformation	Redovisas delvis	35–36
	ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER		
PR9	Böter vid bristande efterlevnad av lagar och regler	Redovisad	64

Utlåtande från oberoende granskning

Det här är ett utlåtande från oberoende granskning gjord av Respect Sustainable Business AB (Respect) för Bring Citymail Sweden AB (Bring Citymail) avseende Hållbarhetsredovisning 2010 för perioden 1 januari – 31 december 2010. Utlåtandet riktar sig i första hand till hållbarhetsredovisningens läsare och Bring Citymails ledning och styrelse.

Slutsatser

Utifrån granskningens avgränsning och de metoder som använts drar vi följande slutsatser:

1. Bring Citymail har implementerat processer och procedurer, som följer principerna som omfattas av GRI G3 Riktlinjer för hållbarhetsredovisning och AA1000 Accountability Principles Standard 2008 (AA1000APS); och
2. Grundat på genomförd granskning, har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att Bring Citymails hållbarhetsredovisning inte uppfyller gällande kriterier.

Kriterier

GRI G3 Riktlinjer för hållbarhetsredovisning och principer för AA1000 Assurance Standard 2008 (AA1000AS) har använts som kriterier för granskning av Bring Citymails hållbarhetsredovisning. Granskningen genomfördes i enlighet med AA1000 AS (2008). Respect hade i uppdrag att genomföra en översiktlig granskning, (Type 1) som omfattar en utvärdering av hur väl verksamhetens efterlever principerna om fullständighet, väsentlighet och lyhördhet som de är formulerade i AA1000APS, och dessutom översiktlig granskning av GRI resultatindikatorerna på stickprovsbasis.

Metod för granskning

Respect har genomfört granskningen enligt följande metodik i maj-juni 2011:

- Genomgång av Bring Citymail arbetsprocess för att identifiera och bestämma väsentliga frågor som ska inkluderas i hållbarhetsredovisningen.
- Utvärdering av Bring Citymail process för identifiering av och engagemang med intressenter.
- Intervju med den person som är ansvarig för Bring Citymail hållbarhetsredovisning, för att förstå processen för framtagningen av redovisningen.
- Analys och genomgång av processer för att bearbeta data till utvalda resultatindikatorer, på stickprovsbasis.
- Verifiering av redovisad data.
- Genomgång av hållbarhetsredovisningens uttalanden om årets resultat och prestanda.
- Genomgång av Bring Citymails efterlevnad av GRIs riktlinjer på C-nivå.

Efterlevnad av principerna i AA1000APS (2008)

Baserat på granskningens omfattning och metoder kan vi dra slutsatsen att Bring Citymail har implementerat processer som följer principerna i AA1000APS (2008).

Väsentlighet

Bring Citymail har under året visat exempel på aktiviteter för att säkerställa att hållbarhetsredovisningen omfattar de viktigaste frågorna för intressenterna.

Fullständighet

Bring Citymail har etablerat interna processer och metodik för att genomföra intressentdialoger och har under året fört strukturerade dialoger med sina intressenter.

Lyhördhet

Att hållbarhetsredovisningens fokus och det arbete som avspeglas däri överensstämmer med intressenternas förväntningar, visar på att Bring Citymail har svarat gentemot sina intressenter.

Observationer och rekommendationer

Bring Citymail har visat fortsatt god utveckling gällande både hållbarhetsarbete och hållbarhetsredovisning.

Roll, ansvar och kompetens

Bring Citymail är ansvarig för sammanställning av hållbarhetsredovisningen samt för den information och de uttalanden som finns däri. I samband med granskningen är Respect endast ansvariga gentemot Bring Citymails ledning. Respect har inte varit delaktiga i utarbetandet av informationen som presenteras i rapporten, utan har endast granskat klimatberäkningarna och hållbarhetsredovisningen. Vi säkerställer därigenom en oberoende roll till den aktuella hållbarhetsredovisningen. Vårt granskningsteam har adekvat kunskap och lång erfarenhet inom hållbarhetsarbete och redovisning samt god kännedom om relevanta standarder som GRI, AA1000APS och AA1000AS. För ytterligare information, vänligen besök vår hemsida www.respect.se

Respect Sustainable Business AB

Stockholm, 23 juni 2011

Helen Maalinn

respect SUSTAINABLE BUSINESS

AA1000 Licensed Assurance Provider 000-92