


HÅLLBARHETS- REDOVISNING 2011

”

POST ÄR PAPPER OCH TRANSPORTER, MEN
VI GÖR DET PÅ ETT MER INTELLIGENT SÄTT
OCH FRÅGAR OSS HELA TIDEN HUR VI KAN
GÖRA DET ÄNNU BÄTTRE.

”



Patrik Östberg, VD
Bring Citymail Sweden



Innehåll

INLEDNING.....	5
TANKAR FRÅN VD.....	6

KAPITEL 1

BRING CITYMAIL – VILKA ÄR VI.....	10
STRATEGI OCH ANSATS.....	16
BRING CITYMAILS OMVÄRLD.....	19
VÅR DEL AV MARKNADEN.....	24

KAPITEL 2

KUNDER.....	31
MEDARBETARE.....	34

KAPITEL 3

MILJÖ.....	44
------------	----

KAPITEL 4

BOLAGSFAKTA.....	54
FRÅGOR OCH SVAR.....	59
ORDLISTA OCH DEFINITIONER.....	61
MÄTMETODER.....	64
REDOVISNINGENS OMFATTNING OCH AVGRÄNSNINGAR.....	68
KONTAKT.....	69
GRI KORSREFERENS.....	70
UTLÅTANDE FRÅN OBEROENDE GRANSKNING.....	77

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.

”NÄR VI JÄMFÖR RAPPORTER FRÅN ÅR TILL ÅR SER VI EN TYDLIG TREND SOM VISAR UPP EN LÅNGSIKTIG HÅLLBAR UTVECKLING AV VÅR AFFÄRSVERKSAMHET.”



VI KOMMER ATT
SÄTTA ÄNNU
OFFENSIVARE
UTSLÄPPSMÅL.



Tankar från VD

Om vår roll på marknaden

Bring Citymail är den ledande utmanaren på den svenska postmarknaden – en snabbfotad samarbetspartner som alltid kan leverera de mest kostnads- och miljöeffektiva tjänsterna för postdistribution. Post är papper och transporter, men vi gör det på ett mer intelligent sätt och frågar oss hela tiden hur vi kan göra det ännu bättre.

Hållbarhet – en del av vår företagskultur

Vi är ett företag som alltid har hushållit med våra resurser. Hållbarhet är inbyggt i vår företagskultur och vi jobbar med frågan varje dag. På senare år har frågan om hållbar postdistribution blivit allt mer aktuell. Här vill vi vara en förebild och en föregångare, och här har vi en viktig uppgift att fylla.

Vi kan inte bortse ifrån att vår verksamhet kräver resurser och att den påverkar vår omgivning. Därför har vi gjort miljöfrågan till en av våra tre viktigaste tillsammans med pris och kvalitet. Som första postdistributör i världen tog vi 2008 steget och blev världens första klimatneutrala postdistributör, då vi såg det som självklart att vi skulle kompensera, inte bara för de utsläpp vi själv medför, utan även för de som våra underleverantörer står för.

På sikt vill vi förstås bli klimatneutrala av egen kraft. Men den resan kan vi inte göra själva. Då måste både du, jag och alla andra som har möjlighet att med våra val påverka och ställa krav hela tiden bejaka det som är rätt och utmana det som är fel. Vi vill gärna tro att vi står för det rätta.

Viktiga händelser under året

Vårt hållbarhetsarbete handlar till stor del om att begränsa våra CO₂-utsläpp. Under det gångna året lyckades vi sänka utsläppen med 185 ton (4,4 %), trots att både volymen och omsättningen ökade. Vi ökade vår andel miljöbilar på tjänstebilssidan från 78 till 98 %, och vi utbildade 250 av våra fordonsförare i eco-driving, sparsam körning.

Målsättningen var tidigare att 2011-2012 sänka våra CO₂-utsläpp med 120 ton, från 2010 års nivå. Men eftersom utsläppen under 2011 de facto sjunkit med 185 ton kommer vi att under 2012 att sätta ett ännu offensivare utsläppsmål.

Och vi tänker fortsätta på det spåret! Genom att visa att vi är en aktör som tydligt tar ansvar för hållbarhetsfrågor, och som fortsätter att leverera den högsta kvaliteten till det lägsta priset, vill vi vara det bästa alternativet för företag som söker en postdistributör.

Stockholm, april 2012

Patrik Östberg, VD
Bring Citymail Sweden



HÅLLBARHET ÄR INBYGGT I VÅR
FÖRETAGSKULTUR OCH VI JOBBAR
MED FRÅGAN VARJE DAG.





Kapitel 2

Bring Citymail – vilka är vi?

Strategi och ansats

Bring Citymails omvärld

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.

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 enligt Post- och telestyrelsen (PTS).



” VÅR LOGISTIKMODELL HAR SIN GRUND I DEISEN ATT GÖRA RÄTT FRÅN BÖRJAN. ”

Värderingar

I ett stort företag som vårt är det viktigt att ha gemensamma värderingar. Gemensamma värderingar är det kitt som binder samman oss.

Genom värderingarna visar vi att vi ett företag att lita på i alla sammanhang, och som vi är stolta över att arbeta i. Värderingarna bygger vår gemensamma kultur, och är ett rättesnöre vid alla beslut. Allt samarbete mellan anställda, ledare och företagsledning ska spegla våra värderingar.

Våra värderingar

Ärlighet

- Vi håller våra löften
- Vi tar ansvar
- Vi ingjuter förtroende hos våra medarbetare, kunder och andra intressenter
- Vi är tydliga i all kommunikation, och skapar på så sätt trygghet

Respekt

- Visar vi hänsyn till varandra
- Vi erkänner varandras olikheter
- Vi förstår kundens behov och förväntningar, och vi möter dessa
- Vi förebygger olyckor och ser till att ingen skadar sig på arbetsplatsen

Samarbete

- Vi arbetar som ett team för att säkerställa framgång i hela företaget
- Vi samarbetar för att nå våra gemensamma mål
- Vi fokuserar på de frågor som är viktiga för verksamheten
- Vi väljer lösningar som är i bästa intresse för hela företaget

Öppenhet

- Vi delar kunskap och information med varandra
- Vi är nyfikna och mottagliga för idéer
- Vi ger och ta emot konstruktiv återkoppling
- Vi konfronterar etiska problem direkt

Mod

- Vi vågar gå nya vägar och utmana vedertagna sanningar
- Vi ställer tydliga krav på varandra och främjar förändringar
- Vi deltar aktivt i näringslivet
- Vi uppmuntrar innovation i hela vår värdekedja

UTMÄRKELSER OCH PRISER SOM MOTTAGITS UNDER REDOVISNINGSPERIODEN:

- Vi är fortsatt listade som klimatsmart tjänst av Klimatsmart.se

Om att hitta nya vägar

År 2002 köptes CityMail av Posten Norge. I samband med att CityMail blev Bring Citymail hösten 2008 antog vi Bringkoncernens 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 2011

- Vi certifierade oss enligt ISO 9001 kvalitet och ISO 14001 miljö.
- Vi utbildade 250 förare i eco-driving.
- Vi sänkte våra CO₂-utsläpp med 185 ton, en minskning med 4,4 % av de totala utsläppen.
- Vi höjde vår Nöjd-Kund-Index (NKI) från 75 till 77,5.
- Vi påbörjade en större satsning på hälsa, arbetsmiljö och säkerhet (HMS) med information, workshops och tydligare uppföljning.
- Vi nådde vårt mål med 1000 inrapporterade nästanolyckor (tillbud). 1208 nästanolyckor rapporterades 2011. (Rapporteringen är viktig för att förebygga verkliga olyckor.)
- Vi ökade andelen miljöbilar från 78 till 98 % för tjänstebilar.
- Vi installerade oljesaneringsutrustning i samtliga lokaler.

NYCKELTAL	2011	2010	2009
OMSÄTTNING, TSEK	770 800	762 733	730 820
ANTAL FÖRSÄNDELSER MILJONER	344	342,7	323,3
TÄCKNING % AV SVERIGES HUSHÅLL	54 %	54 %	54 %
ANTAL ANSTÄLLDA VID PERIODENS SLUT	1 452	1 413	1 401
SJUKFRÅNVARO	4,6 %	5,0 %	5,6 %
CO ₂ KG/OMSATT KR	0,005	0,005	0,006
CO ₂ G/UTDELAT GRAM	0,180	0,189	0,185
SKULDER TSEK	164 787	148 720	230 873
EGET KAPITAL	49 288	93 200	60 612
TOTALA TILLGÅNGAR	214 075	241 920	291 485

0,4%

SÄNKTE VI SJUKFRÅNVARON MED UNDER 2011.

”
ETT HÅLLBART
FÖRETAG AGERAR
EKONOMISKT
FÖRSVARBART,
SOCIALT
ANSVARSFULLT
OCH MILJÖ-
MÄSSIGT RIKTIGT.
“

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.

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

MARKNAD	MILJÖ	ARBETSPLATS
Kostnadseffektivitet	Klimatpåverkan	Utveckling/utbildning
Kvalitet	Transporter	Ledarskap
Värdeutveckling	Energi	Hälsa, arbetsmiljö 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

Definitionen av hållbar utveckling

Under FN:s världskonferens 1987 formulerade Brundtlandkommissionen 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. Sedan 2009 deltar vi i Global Compact – det initiativ som lanserades av Kofi Annan 2000 för att främja ett socialt och miljömedvetet ansvarstagande hos internationellt verksamma företag.

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 klimatomfattiga fördelar inbyggda i vår logistikmodell.

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

”
EFTERFRÅGAN PÅ
TJÄNSTER MED
LÄGRE KLIMAT-
PÅVERKAN GER
OSS EN KONKU-
RENSFÖRDEL
– VI HAR FLERA
KLIMATMÄSSIGA
FÖRDELAR.
“



BRING CITYMAILS HÅLLBARHETSREDOVISNING ÄR EXTERNT GRANSKAD OCH FÖLJER DE RIKTLINJER SOM SATTS UPP AV GRI.

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.

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 AKTIVTETER

KOMMUNIKATION

- Hållbarhetsrapportering
- Affärsplan
- Hemsida
- Övrig kommunikation

EXTERN PÅVERKAN

- Omvärldsanalys
- Marknadsutveckling
- Intressenter
- ISO 9001 och 14001

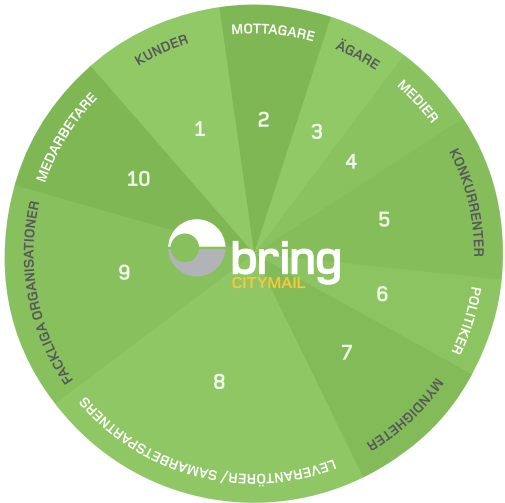


INTERNA RIKTLINJER OCH POLICIES

- | | |
|---------------------------|------------------|
| • Alkohol- och drogpolicy | • Inköp |
| • Arbetsmiljö | • IT |
| • Brandskydd | • Diskriminering |
| • Fordon | • Media |
| • Föräldraskap | • Miljö |
| • Informationshantering | |

Bring Citymails omvärld

En löpande, professionell och transparent dialog med vår omvärld är ett viktigt verktyg för att förbättra vår verksamhet. Nedan visas en gruppering av våra viktigaste intressenter, samt en översikt av hur vi kommunicerar med dem:



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



**BRING CITYMAIL
FOKUSERAR
PÅ LEVERANS-
SÄKERHET OCH
MILJÖASPEKTER
– OCH GER MÅNGA
UNGA MÄNNISKOR
ARBETE.**



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 årligen kundundersökningar i form av NKI (Nöjd Kund Index), workshops 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 kunddialogen är media.

Partners

Den allra största andelen post kommer till Bring Citymail genom våra partners, det vill säga tryckerier och printshops, med vilka vi har en daglig kontakt. 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, bland annat genom vår kundtjänst och genom att besvara insändare och blogginlägg, 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.

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, både i den dagliga verksamheten, genom vårt system för att lämna förbättringsförslag och vid utvecklingssamtal. 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.

Vår årliga medarbetarundersökning har visat 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. Medarbetarnas idéer och önskemål till ägarna bärs fram av styrelsens arbetstagarrepresentanter.



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





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

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, vilket tas upp inför varje ny förhandling

Konkurrenter

Bring Citymails konkurrenter är även viktiga samarbetspartners när det gäller att vårda och utveckla brevlådan som mediekanalur 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.

Som ISO-certifierade inom kvalitet och miljö, och som klimatneutralt företag, spelar även ISO, International Standardization Organisation, FN:s Global Compact och Caring for Climate en betydande roll för verksamheten.



Vår del av marknaden

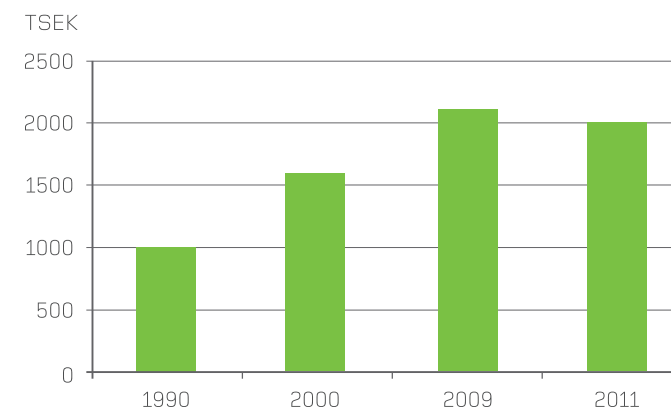
Bring Citymail distribuerar post med olika adresseringsgrad från företag till andra företag eller privatpersoner. Vi har specialiserat oss på segmentet industriell post – administrativa brev, direktreklam och tidningar – men erbjuder även oadresserad direktreklam och kontorspost till våra kunder. Vår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

Antalet försändelser i brevlådan har totalt sett ökat fram till och med år 2000. Därefter har de totala volymerna minskat med cirka 20 % fram till idag. Tittar man på industriell post fanns det inom detta segment en positiv tillväxt ända fram till 2009. Efter det har antalet försändelser minskat med ett par procent årligen. 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.

” EN DISTRIBUTÖR SOM UNDVIKER ONÖDIGT
SLÖSERI, OPTIMERAR RESURSER OCH
HJÄLPER SÅVÄL KUNDER SOM MOTTAGARE
ATT SKICKA OCH TA EMOT POST PÅ ETT
HÅLLBART SÄTT. ”

Utvecklingen industriell post:



Bring Citymail arbetar främst inom segmentet industriell post och från 1990 till 2009 ökade industriell post med cirka 125 %, för att därefter sjunka med ett par procent årligen.

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 % av svenska postmarknaden.

12 %

BRING CITYMAILS
MARKNADSANDEL PÅ
SVENSKA POST-
MARKNADEN



VI ARBETAR MED
ETISKA REGLER
FÖR DIREKT-
REKLAM OCH HAR
UTVECKLAT ETT
POLICY-
DOKUMENT OM
GOD SED FÖR
DIREKTREKLAM.



Framtidens brevlåda

En stor del av de svenska hushållen säger idag nej tack till oadresserad reklam. Det beror bland annat på att många anser 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 och 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 bransch- föreningen Swedma med etiska regler för direktreklam och har också utvecklat ett policydokument om god sed för direktreklam vilka vi alltid följer. Under 2011 har inga överträdelser av regelsystem och frivilliga koder skett.

Arbetet med att förbättra och förfinna 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 transport- perspektiv 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



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



Kapitel 2

Kunder

Medarbetare





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 (Nöjd Kund Index) 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 kund support, i mötet mellan säljare och kund och när Cityman (brevbärare) 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) med hög sekretess.

Vi gör årligen 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 exempel på en utveckling som baserats på önskemål från kundundersökningar

Om kundundersökningen

Mellan 2008 och 2011 har vi höjt vårt NKI (Nöjd Kund Index) med 5,5 punkter. 2011 låg vårt NKI på 77,5.

De åtgärder och handlingsplaner som tagits fram som ett resultat av undersökningen har definierats i Bring Citymails affärsplan för 2012. Vår vilja att förbättra och vår förmåga att lyssna på våra kunder har bidragit till höjningen, liksom servicekänslan som personifieras av våra Cityman (brevbärare).

5,5 PUNKTER

**SÅ MYCKET HAR VI
HÖJT VÅRT NKI SEDAN
2008.**

UNDER 2011 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.
- Lanserat lösningar för sorterade försändelser och kontorspost.
- Arbetat för att öka den upplevda leverans- kvaliteten hos kunderna.
- ISO-certifierat oss inom kvalitet och miljö – allt vi gör ska komma kunden till nytta.
- Höjt vårt NKI från 75 till 77,5.

98,9%

VÅR UPPMÄTTA LEVERANSSÄKERHET HÖSTEN 2011

UNDER 2012 KOMMER VI:

- Fortsätta öka förståelsen hos kunderna om vad konkurrensen gjort för postmarknaden.
- Lansera lösningar för stora försändelser
- Certifiera oss inom OH-SAS 18001 Arbetsmiljö.
- 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 avvikelse-rapportering till våra kunder.

Under 2012 fortsätter vi att fokusera på kundens upplevda leveransskvalitet som tyvärr ligger på en lägre nivå än uppmätt, faktisk leveransskvalitet. Vi arbetar målinriktat för att minska den upplevda skillnaden genom omfattande kvalitetsmätningar och förbättrad kommunikation.

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. Främst 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*. Under hösten 2011 bekräftade en mätning som TNS SIFO genomförde att vi hade en leveranssäkerhet på 98,9 %.

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 2012.

Det är genom att medvetandegöra våra egna önskningskrav 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 2009 utsåg oss till klimatförebild tillsammans med 19 andra svenska företag.

Under 2012 kommer vi att fortsätta att arbeta för ett hållbart samhälle.

”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.”

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

UNDER 2011 HAR VI:

- Påbörjat arbetet för att certifieras oss enligt OHSAS 18001 arbetsmiljö.
- Fördjupat vårt fokus på rapportering och uppföljning av nästanolyckor (tillbud) i syfte att förebygga verkliga olyckor.
- Höjd vårt NMI (Nöjd Medarbetar Index) från 68 2010 till 72 2011, och därmed nått vårt NMI-mål.
- Förbättrat den största bristen i medarbetarundersökningen: Hälsofrämjande arbetsmiljö. Från 4,3 2010 till 5,0 2011.
- Genomfört workshops med samtliga medarbetare om hur man kan förbättra trivsel och arbetsmiljöfrågor.
- Internt rapporterat om hur två utdelningskontor arbetar med trivsel och arbetsmiljöfrågor.
- Genomfört workshops med representanter för medarbetarna om hur internkommunikationen kan förbättras.

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.

Antal anställda

REGION	ANSTÄLLDA VID PERIODENS SLUT*	TIM-ANSTÄLLDA	MÄN**	KVINNOR**
STOCKHOLM	679	140	72 %	28 %
GÖTEBORG	264	62	60 %	40 %
MALMÖ	221	51	56 %	44 %
MÄLARDALEN	274	70	55 %	45 %
GOTLAND	14	1	70 %	30 %
TOTALT	1452	324	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 2011.

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. Exempel på utbildningar är introduktionsprogram vid nyanställning, IT-utbildningar, eco-driving, programvaror, sälkurser och ledarkurser

Utbildningstimmar

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

Bring Citymail Academy: 8 400 timmar

Introduktionstimmar*: 44 350 timmar

Utbildningstimmar per anställd: 36 timmar

Totalt: 52 750 timmar

Bring Citymail Academy

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.

UNDER 2012 KOMMER VI:

- Certifiera oss enligt OHSAS 18001 Arbetsmiljö.
- Genomföra en ergonomisatsning för samtliga Cityman (brevbärare) med både vanlig utbildning och e-learning.
- Genomföra vinterutbildning för samtliga arbetsledare och arbetsplatschefer.
- Lansera en HR-portal på intranätet som ger alla medarbetare stöd i personalfrågor.
- Uppdatera vår vision och våra värderingar.

** Omfattar alla nyanställda Cityman (brevbärare) och Splitman (postsortrare).*

ÅRLIG MEDARBETAR
UNDERSÖKNING:

- Görs tillsammans med hela Bringkoncernen.
- Svarefrekvensen är över 95 %.
- De som tillfrågas är prov-, tillsvidare- och fastanställda- Ej timmanställda.
- Fungerar som ett uppföljningsverktyg för chefer.

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 ÄNDAMÅLS-ENLIGT ORGANISERAD.
- JAG VET VILKA KRAV OCH FÖRVÄNTNINGAR SOM STÄLLS PÅ MITT ARBETE

En annan viktig dialog med medarbetarna sker i det årliga utvecklingssamtalet. I den senaste medarbetarundersökningen uppgav 81 % av de anställda att det haft ett utvecklingssamtal under de senaste 12 månaderna. Syftet med dessa samtal är att tydliggöra individuella mål och handlingsplaner som ska vara direkt kopplade till företagets övergripande strategier

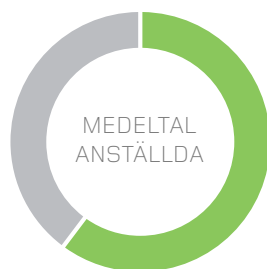
Hållbar utveckling innebär medarbetare som vill och kan bidra till lönsamhet och utveckling

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 åldersspann 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 värderingar ”Ärlighet, Respekt, Samarbete, Öppenhet och Mod”. Ramverket för medarbetarfrågor och rekrytering vilar alltså i våra värderingar och tillika kärnvärden, men regleras även i olika policys som exempelvis jämställdhetspolicy, rekryteringspolicy och policy mot diskriminering och särbehandling.

BRING CITYMAILS
VÄRDERINGAR:

- ÄRLIGHET
- RESPEKT
- SAMARBETE
- ÖPPENHET
- MOD



TOTALT: 1 452

■ 64 % MÄN
■ 36 % KVINNOR

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 representanter från arbetsgivar- och arbetstagsidan som aktivt jobbar med de här frågorna.

36 % av den totala arbetsstyrkan är kvinnor, vilket även speglas väl på chefsnivå. Här är 33 % kvinnor. I ledningsgruppen finns en kvinna av totalt fem personer. Det finns inga löneskillnader 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 2011 hade vi en personalomsättning på 20 %. 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 Bransch Kommunikation som omfattar 100 % av alla anställda. Förmåner, avtalspensioner och uppsägningstider samt bestämmelser för skyddskommittéer och arbetsmiljögrupper 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 skyddsutrustning

100%

AV ALLA ANSTÄLLDA
HAR KOLLEKTIVAVTAL.

HMS – Hälsa, arbetsMiljö och Säkerhet

Jobbet som Cityman innebär ett aktivt, fysiskt arbete. Att ha friska medarbetare är därför en viktig nyckel till framgång och vi följer svensk arbetslagstiftning om systematiskt arbetsmiljöarbete. Vi har ett väl utvecklat program för frisk- och hälsovårdsfrågor och arbetar kontinuerligt för att minska sjukfrånvaron. Vikten av att inte ta onödiga risker är ordentligt förankrad i verksamheten och det finns ett uttalat säkerhetstänkande på alla nivåer i organisationen. Under det gångna året har vi genom kreativa diskussioner och möten mellan olika nivåer i företaget, till exempel i form av workshops, erfarenhetsutbyten och en vilja att lära av varandra alltmer befäst vår säkerhetskultur. Sedan 2010 har vi en rutin där överordnad chef och HR-stöd besöker olycksplatser för en fördjupad orsaksanalys i syfte att hitta förebyggande åtgärder. Omkring 160 av Bring Citymails anställda deltar i centrala och regionala skyddskommittéer och i lokala arbetsmiljögrupper, och genom dem är de anställda representerade gentemot ledning och ägare. Vi prioriterar samverkan med arbetstagsidans representanter, till exempel i samband med utbildning av skyddsombud och chefer, skyddsronder, riskinventeringar. Det skapar dynamik och hjälper oss att driva framåt mot ständiga förbättringar på arbetsmiljöområdet – och därmed företagsresultatet.



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



Sjukfrånvaro

	MÄN	KVINNOR	TOTALT
TOTAL SJUKFRÅNVARO*	4,5 %	4,8 %	4,6 %

	MÅL 2012	2011	2010	2009
TOTAL SJUKFRÅNVARO*	4,5 %	4,6 %	5,0 %	5,6 %
LÅNGTID**	0 %	1,18 %	1,1 %	1,0 %
H-VERDI***	5,9****	33,8	18,2	12,2

Under 2011 var sjukfrånvaron för kvinnor 4,8 % och 4,5 % för män. En intern analys av sjukfrånvaron visade att kvinnliga Cityman inte upplever arbetsmiljön som mer negativ än manliga Cityman.

* Korttids- och långtidssjukfrånvaro
** Minst fyra veckors sjukfrånvaro
*** Arbetsskador med frånvaro/antal arbetade miljoner timmar
**** Efter ny definition – olyckor med frånvaro som krävt medicinsk behandling

Arbetsskador

Av alla arbetsskador (370 stycken) som rapporterades in under 2011 var:

- 94 % (398 st) olyckor
- 2 % (8 st) färdolycksfall vid färd till eller från arbetsplatsen
- 4 % (14 st) sjukdom eller annan ohälsa
- 0 % (0 st) fritidsskada

Vad sammanfattar olyckan/orsak till ohälsan (totalt 370 st):

- 31 % (114 st): Fordonsolycka eller påkörd
- 26 % (96 st): Den skadade föll
- 12 % (45 st): Den skadade slog eller stötte emot något (ej vid fall)
- 8 % (29 st): Skadad av hanterat föremål
- 6 % (24 st): Snedtramp, feltramp, "spik"-tramp (ej fall)
- 6 % (21 st): Fysisk överbelastning (lyft eller ansträngande/häftig rörelse)
- 4 % (16 st): Skadad av djur
- 2 % (7 st): Annat
- 2 % (6 st): Skadad av fallande/flygande
- 1 % (5 st): Elolycka, brand, explosion, sprängning
- 1 % (4 st): Skadad av maskin, maskindel eller föremål i rörelse
- 1 % (2 st): Skadad av person (fysiskt, även oavsiktligt)
- 0 % (1 st): Psykisk överbelastning (hot, chock)
- 0 % (0 st): Kontakt (även inandning) med kemiskt ämne eller smittämne

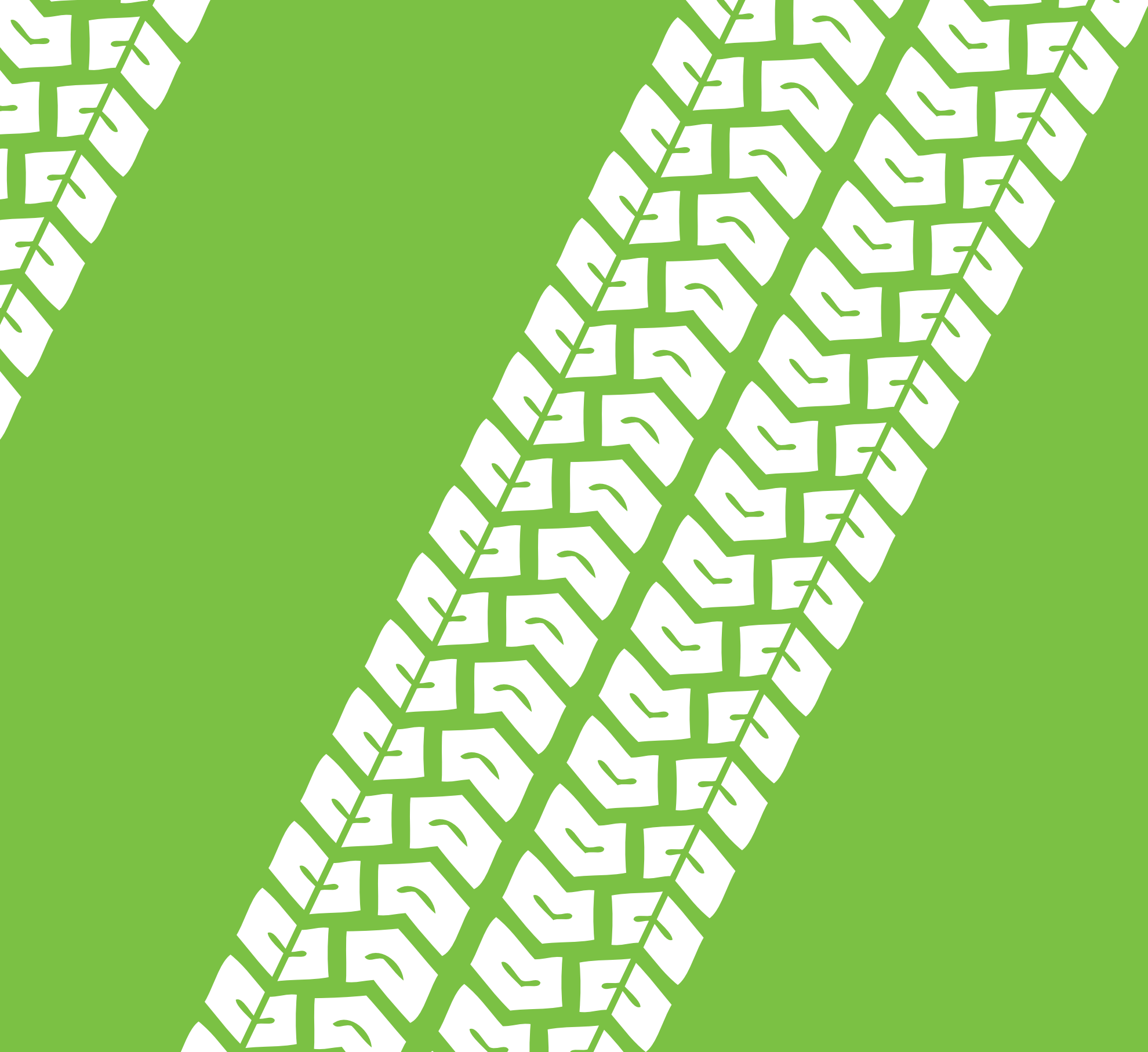
Inga dödsfall har skett under året. Alla tillbud och arbetsskador följs upp med åtgärdsförslag.

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 ges kunskaper inom belastningsergonomi och har tillgång till skyddsutrustning som exempelvis knäband, lyftbälte och hjälm. Utöver friskvårdsbidrag bidrar vi med skobidrag. I den interna chefsutbildningen ingår undervisning i HMS, hälsa, arbetsmiljö och säkerhet.

Kapitel 3

Miljö



185

Miljö

ANTALET TON VI SÄNKTE
VÅRA CO₂-UTSLÄPP
MED 2011.

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 2011

- Vi certifierade oss enligt ISO 14001 miljö.
- Vi utbildade 250 förare i eco-driving.
- Vi sänkte våra CO₂-utsläpp med 185 ton, en minskning med 4,4 % av de totala utsläppen.
- Vi ökade andelen miljöbilar från 78 till 98 % för tjänstebilar.
- Vi installerade oljesaneringsutrustning i samtliga lokaler.
- 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 i vår verksamhet och våra processer, framför allt i analysen av strategiska beslut, såsom nyetablering och nya produkter.

Planerade åtgärder under 2012

- CO₂-utsläppsmålet för perioden 2011-2012 har redan uppnåtts varför ett nytt utsläppsmål att sänka med utsläppen med 300 ton ska utvärderas.
- En workshop ska hållas för att utarbeta en ny hållbarhetsstrategi för de kommande åren.
- Effekterna av utbildningen i eco-driving ska analyseras.
- Ytterligare förare ska utbildas i eco-driving.
- Vi fortsätter arbetet att omvandla elavtal till förnyelsebar energi.
- Vi byter ut allt fler köpta transporter mot bilar med Euroklass 5 eller bättre.
- 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 tankställen ökar.

Transporter

Varje dag fraktas försändelser från våra fyra sorteringsterminaler till de 108 CMC (utdelningskontor) och sedan vidare ut till mottagaren. Vårt logistikflöde omfattar både inköpta transporter och egna fordon. Transporter från CMC 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 (sorteringsterminaler) till CMC. I transportflödet ingår även de returer som av någon anledning ska tillbaka till sorterings-terminalen 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 samt att de har ett program för att minska sin påverkan.



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



98 %

ANDEL MILJÖBILAR
AV BRING CITYMAILS
TJÄNSTEBILAR.



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



Egna transporter

Från utdelningskontoren distribueras posten vidare till mottagaren med huvudsakligen cykel, moped eller bil. Under 2011 nådde försändelserna våra mottagare med hjälp av: cykel 60 %, moped 19 % och bil 21 % (snittvärde december 2011). 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-driving till och med 2012 utbildar vi ytterligare 250.

Tjänstebilar och tjänsteresor

Under 2009 infördes nya riktlinjer när det gäller tjänstebilar och tjänsteresor. Av totalt 50 tjänstebilar är idag 98 % miljöbilar (enligt Transportstyrelsens definition). I år har vi minskat utsläppen från tjänsteresor med närmare 10 %.

	2011	2010	2009
ANDEL MILJÖBILAR AV TJÄNSTEBILAR	98 %	78 %	72 %
UTSLÄPP FRÅN TJÄNSTEBILAR	26 ton CO ₂	36 ton CO ₂	39 ton CO ₂

Vår påverkan i form av bränsleförbrukning och CO₂-utsläpp

Under 2011 har Bring Citymail minskat utsläppen med totalt 185 ton jämfört med föregående år.

BRÄNSLE	MWH 2011	MWH 2010	MWH 2009
BENSIN	1 562	2 164	2 403
DIESEL	6 592	6 112	5 952
ETANOL	42	41	34
BIOGAS	0	-	-

UTSLÄPP - VÄXTHUSGASER	2011	2010	2009
CO ₂ -UTSLÄPP (TON CO ₂ EKVIVALENTER)			
DIREKTA UTSLÄPP			
EGNA UTDELNINGSFORDON	1 989	2 082	2 099
TJÄNSTEBILAR	26	36	39
TOTALT	2 015	2 118	2 138
INDIREKTA UTSLÄPP			
EL*	146	114	-
FJÄRRVÄRME OLJA	644	484	-
NATURGAS FÖR EGEN UPPVÄRMNING	8	73	-
TJÄNSTERESOR	95	105	148
GODSTRANSPORTER	1 092	1 293	1 344
TOTALT	1 985	2 069	-
TOTALT DIREKTA OCH INDIREKTA UTSLÄPP	4 000	4 187	4 404



UTSLÄPP FRÅN
VÄRME OCH EL

TOTALT: 797 TON CO₂

- 514 FJÄRRVÄRME
- 146 EL
- 8 GAS
- 129 OLJA

* En del av elen används för uppvärmning

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

El och värme

Vi som företag förbrukar 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 2011 är därför beräknad per kvadratmeter utifrån ett genomsnittsvärde för lokaler i Sverige.

EL	MWH 2011	MWH 2010	MWH 2009
FÖRNYELSEBARA KÄLLOR	4 402	4 248	3 986
ICKE FÖRNYELSEBARA KÄLLOR	1 987	2 319	2 205
TOTALT	6 389	6 567	6 191

Avfall och utsläpp till vatten

Merparten av vårt avfall genereras i samband med transporter av emballage och returerna. Under 2010 förändrades rutinerna för avfallshantering och den positiva effekten består. Resultaten av de nya rutinerna kan vi se bland annat i att andelen papper minskat med 74 % sedan 2009 samt att andelen metall minskat med 77 % från 2009. Bring Citymail följer avfallsförordningen SFS (2011:927) och transporterar inget farligt avfall på egenhand. Våra fordon behöver förstås vara rena och fina, och när vi tvättar dem sker det i särskilda hallar med oljeavskiljning

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.

ARTIKEL	ANTAL	TON	2011	2010	2009
WELLPAPP			57,16	51,79	41,41
PAPPER			12,11	12,06	47,25
PLAST			21,04	16,88	8,01
METALL			3,34	11,64	14,49
SEKRETESS			155,41	328,35	162,87
OSORTERAT			3,83	1,45	4,66
BRÄNNBART			154,07	102,14	92,71
TRÄ			102,27	96,10	85,41
FARLIGT AVFALL			0,09	0,00	0,14
DEPONI			0	0,00	0,18
GLAS			0,08	-	-
ELAVFALL			0,67	1,18	1,41
TOTALT			510,08	621,59	458,54

74 %
MINSKNINGEN AV
PAPPER SEDAN 2009.

Vårt miljömål

Bring Citymails miljömål för 2011-2012 uppnåddes redan 2011. Vi kommer därför att under 2012 sätta ett offensivare miljömål. Det tidigare målet, om att under 2011-2012 minska vårt totala koldioxidutsläpp med 120 ton från 2010 års nivå, överträffades med en sänkning på 65 ton CO₂. Totalt sänkte vi alltså CO₂-utsläppen med 185 ton under 2011. I nästkommande hållbarhetsredovisning kommer vi att återkomma med ett uppdaterat miljömål.



**VI HAR SKAPAT
SAMARBETE MED
VÅRA GODS-
TRANSPORTÖRER
FÖR ATT UNDER
2012 INFÖRA
TRANSPORTER
MED FÖRNYELSE-
BARA BRÄNSLEN.**



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 2012 införa transporter med förnyelsebara bränslen. Samtidigt kommer arbetet med att hitta nästa generations utdelningsfordon att intensifieras.

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 2012 års verksamhet beräknas på 2011 års totala direkta och indirekta utsläpp.

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
- 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 att de är inköpta i så hög grad som möjligt enligt substitutionsprincipen
- Ha en utbildad och engagerad personal som är medvetna om verksamhetens påverkan och möjligheter till förbättring
- Inkludera miljöhänsyn i affärsbeslut och vid större förändringar
- Kontinuerligt mäta och rapportera miljöpåverkan i syfte att kunna vidta åtgärder som förbättrar vår miljöprestand

Koncernens miljöstatsning

Bring-koncernen har under 2011 utvecklat sitt tidigare miljöarbete till att definiera att man nu satsar på att bli ledande på miljö- området inom post och logistik. Miljömålen är bland annat att innan 2015 minska CO₂-utsläppen med 30 % samt källsortera 91 % av allt avfall.

BRING CITYMAILS KLIMATKOMPENSATION:

SMÅSKALIGT
VATTENKRAFTVERK
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 bevattnings syfte. Projektet innebär en övergång från fossilbaserad till vattenbaserad elproduktion och initierades som svar på energibristen i regionen. Projektet sparade 3 996 ton CO₂ à 180 SEK (totalt 719 280 kronor) under 2011.

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.



Kapitel 4

Bolagsfakta

Frågor och svar

Ordlista och definitioner

Mätmetoder

Redovisningens omfattning
och avgränsningar

Kontakt

GRI korsreferens

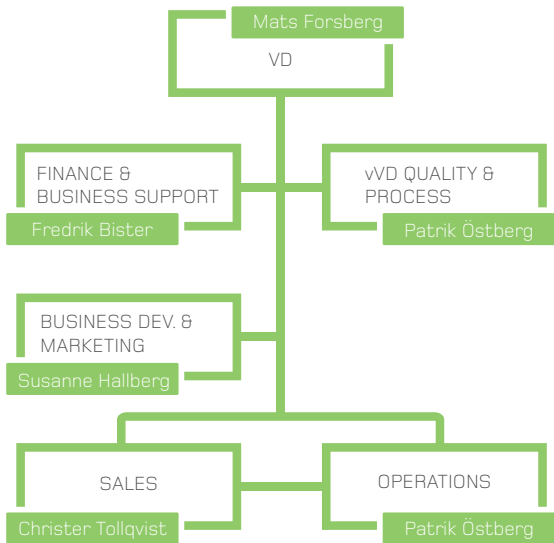
Utlåtande från
oberoende granskning

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 2011

Bring Citymail Swedens organisation och styrning

Från och med 2012-03-22 innehas vd-posten av Patrik Östberg och förändringar har även gjorts i ledningsgruppens sammansättning jämfört med bilden ovan. Vd leder den dagliga verksamheten 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 AB styrelse 2011-12-31

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 2011 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.

BRING CITYMAIL HAR UNDER 2011 INTE VARIT UT-SATT FÖR BÖTER ELLER SANKTIONER UTIFRÅN GÄLLANDE LAGAR OCH REGLERINGAR, INKLUSIVE MILJÖ-LAGSTIFTNING.

Förädlingsvärde fördelat på intressenter (MSEK):

		2011	2010	2009
KUNDER	Intäkter	771	763	731
LEVERANTÖRER	Inköpta godstransporter	53	51	49
LEVERANTÖRER	Övriga transportkostnader	0	0	17
LEVERANTÖRER	Lokalkostnader	79	77	78
LEVERANTÖRER	Övriga kostnader	152	157	173
ANSTÄLLDA	Löner	434	438	428
ANSTÄLLDA	Sociala avgifter	127	128	128
ANSTÄLLDA	Varav pensionskostnader	19	20	20
ANSTÄLLDA	Övriga personalkostnader	9	8	6
STAT OCH KOMMUN	Skatter	12	17	8
LÅNGIVARE	Räntor	-1	-1	-2
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 iakttaga 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 strålade 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



KLIMATNEUTRALITET ÄR EN FÖRUTSÄTTNING FÖR ETT HÅLLBART SAMHÄLLE OCH DET INGÅR 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 när ni är 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

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 reduceras med egna åtgärder ska kompenseras.

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.

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

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.

CO₂-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 CO₂-ekvivalenter, vilket innebär att övriga utsläpp av växthusgaser har omvandlats till CO₂-enheter.

* Källa: Naturvårdsverket

Bring Citymail terminologi

CMC, Citymail Center, förkortat CMC, är Bring Citymails utdelningskontor. Det finns 108 stycken i landet.

Splitcenter är de kontor som sorterar posten till de lokala utdelningskontoren. Splitcenter finns i Stockholm, Örebro, Göteborg och Malmö.

Citybase är ett datasystem som innehåller all information om postnummer, adresser, mottagare med mera. Systemet är förutsättningen för tilläggstjänsterna.

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.

Splitman är de medarbetare på Splitcenter som bland annat ser till att posten ”splittas”, dvs. delas upp på våra lokala utdelningskontor, CMC.

Mätmetoder

Medarbetare:

Antal anställda

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

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.

Utbildningstimmar

Utbildningstimmar multiplicerat med antal deltagare.

Miljö:

Fördelning av utdelningsfordon som når mottagare

Andelen cykel, moped, bil är beräknad på ett snittvärde för dec 2011.

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. 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 CO₂-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 2,24 ton CO₂-ekvivalenter/m³. De dieseldrivna fordon vi använder oss av drar 0,9 liter per mil med omräkningsfaktor 2,53 ton CO₂-ekvivalenter/m³.

Inköpta godstransporter

Omräkningsfaktorer för:

- Paketbil: 625 gram CO₂-ekvivalenter/ton per km
- Lastbil: 175 gram CO₂-ekvivalenter/ton per km
- Medeltung lastbil i regionaltrafik: 135 gram CO₂-ekvivalenter/ton per km
- Tung lastbil med trailer fjärrtrafik: 52 gram CO₂-ekvivalenter/ton per km
- Tung lastbil med släp fjärrtrafik 70 % fyllnadsgrad: 47 gram CO₂-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 CO₂ direktrapporterats från DSV som sköter transportererna.

El

Under 2008 bytte Bring Citymail till Bra Miljöval-el. Omvandlingsfaktorn för den tidigare elförbrukningen är 36g CO₂-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 0,03 gram CO₂-ekvivalenter/kWh.



Värme

CO₂-ekvivalenter per värmekälla: eldningsolja 2,69CO₂/m³, el 49g CO₂/kWh, fjärrvärme 85,6 kg CO₂/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/m², el 151 kWh/m². Fjärrvärmeförbrukning per m² är beräknad utifrån stickprov från egna lokaler: 102,3 kWh/m².

Tjänsteresor

Flyg: Statistik från Via Travel och HRG Nordic. Tåg: Omräkningsfaktor 0,004 g/ personkilometer. Hyrbil och taxi med bensin är beräknat med omräkningsfaktor 182 gram CO₂-ekvivalenter/ personkilometer. Hyrbil och taxi med diesel är beräknat med omräkningsfaktor 170 gram CO₂-ekvivalenter/ personkilometer. Hyrbil och taxi med biogas är beräknat med omräkningsfaktor 37 gram CO₂-ekvivalenter/ personkilometer. Hyrbil och taxi med etanol är beräknat med omräkningsfaktor 60 gram CO₂-ekvivalenter/ personkilometer.

Tjänstebilar

För tjänstebilar med bensin räknas 0,86 liter per mil med omräkningsfaktor 2,24 ton CO₂-ekvivalenter/m³. För tjänstebilar med diesel räknas 0,71 liter per mil med omräkningsfaktor 2,53 ton CO₂-ekvivalenter/m³. För tjänstebilar med hybriddrift (bensin/el i kombination) räknas 0,43 liter per mil med omräkningsfaktor 2,24 ton CO₂-ekvivalenter/m³. För tjänstebilar med biogas räknas 0,4 m³ per mil med omräkningsfaktor 0,02 kg CO₂-ekvivalenter/m³.

Redovisningens omfattning och avgränsningar

Redovisningsperioden avser kalenderåret 2011 och är Bring Citymails fjärde hållbarhetsredovisning. Vår förra redovisning presenterades i juni 2011. Rapporten baseras på GRI:s krav på rapporteringen enligt C+nivå och väsentliga aktiviteter inom Bring Citymails prioriterade ansvarsområden: kunder, miljöpåverkan och medarbetare. Med väsentliga aktiviteter menas allt som berör företagsövergripande satsningar inom dessa områden under redovisningsperioden. Redovisningen riktar sig framför allt till Bring Citymails kunder, postmottagare, samarbetspartners, ägare. 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 och Citymail Centers, 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 17 % 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 också 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

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	6-7
1.2	Beskrivning av påverkan, risker, möjligheter	Redovisas delvis	6-7, 16-17, 46, 50
2	ORGANISATIONSPROFIL		
2.1	Namn	Redovisas helt	54
2.2	Huvudsakliga produkter och tjänster	Redovisas helt	24-27
2.3	Organisationsstruktur	Redovisas helt	54
2.4	Huvudkontorets adress	Redovisas helt	56
2.5	Länder där verksamhet bedrivs	Redovisas helt	54
2.6	Ägarstruktur och bolagsform	Redovisas helt	54-55
2.7	Marknaden	Redovisas helt	24-27
2.8	Organisationens storlek	Redovisas helt	15
2.9	Väsentliga förändringar under rapport-perioden	Redovisas helt	Inga förändringar
2.10	Erhållna utmärkelser under rapport-perioden	Redovisas helt	14

	PROFIL		SIDA
3	RAPPORTPARAMETRAR		
	RAPPORTPROFIL		
3.1	Rapportperiod	Redovisas	68
3.3	Rapportcykel	Redovisas	68
3.4	Kontaktuppgifter för frågor om rapporten		69
	OMFATTNING OCH AVGRÄNSNINGAR		
3.5	Process för att bestämma rapport-innehåll	Redovisas	68
3.6	Avgränsningar i rapporten	Redovisas	68
3.7	Begränsningar i rapporten	Redovisas	68
3.8	Grunder för rapporten som påverkar jämförbarhet	Redovisas	54, 68
3.9	Mätmetoder och grunder för beräkningar	Redovisas	64-67
3.10	Förklaring till korrigeringar från tidigare rapport	Redovisas	68
3.11	Väsentliga skillnader i omfattning, avgränsning etc. jämfört med tidigare års rapporter	Redovisas	68
3.12	GRI innehållsindex	Redovisas	70-76
3.13	Policy och nuvarande tillämpning med avseende på att låta redovisningen externt bestyrkas	Redovisas	77-79

	PROFIL	SIDA
4	STYRNING, ÅTAGANDE OCH ENGAGEMANG	
	STYRNING	
4.1	Ledningsorganisation	Redovisas 54-55
4.2	Om högsta person i ledning också är verkställande	Redovisas 54-55
4.3	Antal oberoende, icke-verkställande styrelseledamöter	Redovisas 55
4.4	Mekanismer för aktieägare och anställda att ge rekommendationer till högsta beslutande organ	Redovisas 21-22
4.8	Interna värderingar, koder och principer relevanta för hållbarhetsprestanda och dess implementeringsstatus	Redovisas delvis 12-13, 18, 37-38, 62
	ENGAGEMANG I EXTERNA INITIATIV	
4.11	Organisationens hantering av försiktighetsprincipen	Redovisas 62
4.12	Anslutning till externa frivilliga koder, principer eller andra initiativ	Redovisas 22
4.13	Medlemskap i föreningar/ organisationer	Redovisas 22
	ENGAGEMANG I INTRESSENTER	
4.14	Intressenter som involverats av organisationen	Redovisas 19
4.15	Princip för identifiering och urval av intressenter	Redovisas 19-22
4.16	Metod för dialog med intressenter, frekvens	Redovisas 20-22
4.17	Nyckelfrågor som har kommit fram genom engagemang med intressenter samt hur väl organisationen svarar mot dessa	Redovisas 19-22

	INDIKATORER	SIDA
	EKONOMISKA INDIKATORER	
	EKONOMISK PRESTATION	
EC1	Genererat ekonomiskt värde	Redovisas 56
EC2	Ekonomiska effekter som följer av klimatförändring	Redovisas delvis 16-18
	INDIREKT EKONOMISK PÅVERKAN	
EC9	Indirekta ekonomiska effekter och omfattning av dessa	Redovisas delvis 24-27
	MILJÖINDIKATORER	
	ENERGI	
EN3	Direkt energikonsumtion	Redovisas 47
EN4	Indirekt energikonsumtion	Redovisas delvis 47
EN5	Total energibesparing	Redovisas delvis 44-48
EN6	Initiativ för att tillhandahålla energi-effektiva och förnyelsebara produkter och tjänster	Redovisas delvis 44-48
EN7	Initiativ för att minska indirekt energikonsumtion	Redovisas delvis 45
	UTSLÄPP OCH AVFALL	
EN16	Direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser	Redovisas 47
EN17	Andra indirekta utsläpp av växthusgaser	Redovisas 47
EN18	Initiativ för att minska utsläpp av växthusgaser	Redovisas delvis 44-46, 50
EN22	Total vikt av avfall	Redovisas delvis 49

	PROFIL		SIDA
	PRODUKTER OCH TJÄNSTER		
EN26	Initiativ för att mildra produkters och tjänsters miljömässiga påverkan	Redovisas delvis	44-51
	ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER		
EN28	Böter och icke-monetära sanktioner för bristande efterlevnad av miljölagstiftning	Redovisas	55
	TRANSPORTER		
EN29	Väsentlig miljömässig påverkan avseende transporter	Redovisas delvis	45-47
	TOTALT		
EN30	Utgifter och investeringar för att skydda miljön	Redovisas delvis	51
	INDIKATORER		SIDA
	ARBETSINDIKATORER		
	ANSTÄLLDA		
LA1	Alla anställda	Redovisas delvis	34
LA2	Personalomsättning	Redovisas delvis	38
LA3	Förmåner till heltidsanställda	Redovisas	39
	RELATION MELLAN ANSTÄLLDA OCH LEDNING		
LA4	Kollektivavtal	Redovisas	39
LA5	Varselperiod	Redovisas	39

	INDIKATORER		SIDA
	ARBETSMILJÖ		
LA6	Hälsö- och säkerhetskommittéer/ -utskott	Redovisas	39
LA7	Skada och sjukfrånvaro	Redovisas	39-41
LA8	Rådgivning vid allvarlig sjukdom	Redovisas	41
LA9	Avtal med fackföreningar	Redovisas	39
	UTBILDNING		
LA10	Utbildningstimmar	Redovisas delvis	35
LA11	Utbildning och principer för anställbarhet, avgång mm	Redovisas delvis	35-36
LA12	Utvärdering av prestation och karriärsutveckling	Redovisas	36-37
	MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET		
LA13	Styrelse, ledning och anställda uppdelat på mångfaldsindikatorer	Redovisas delvis	38
LA14	Förhållandet mellan kvinnors och mäns ersättning	Redovisas delvis	38

INDIKATORER		SIDA	
ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER			
S08	Monetära och icke-monetära sanktioner för bristande uppfyllnad av lagar och regler	Redovisas	55
PRODUKTANSVARSINDIKATORER			
KUNDERS HÄLSA OCH SÄKERHET			
PR1	Produkter och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet	Redovisas delvis	34, 37-39
PR2	Rättsfall avseende hälsa och säkerhet	Redovisas	55
MÄRKNING AV PRODUKTER OCH TJÄNSTER			
PR4	Antal överträdelser av lagar för produktinformation och märkning	Redovisas	56
PR5	Tillvägagångssätt för att ta reda på kundnöjdhet	Redovisas	31-33
MARKNADSKOMMUNIKATION			
PR6	Anslutning till standarder och koder som rör marknadskommunikation	Redovisas	26-27
PR7	Incidenter som rör överträdelser inom marknadskommunikation	Redovisas	26, 55
KUNDERS INTEGRITET			
PR8	Klagomål avseende kunders integritet och förlust av kundinformation	Redovisas delvis	31-33
ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER			
PR9	Böter vid bristande efterlevnad av lagar och regler	Redovisas	55

Utlåtande från oberoende granskning

Det här är ett utlåtande från den oberoende granskningen gjorts av Respect Sustainable Business AB (Respect) för Bring Citymail Sweden AB (Bring Citymail) avseende Hållbarhetsredovisning 2011 för perioden 1 januari – 31 december 2011, enligt Global Reporting Initiative (GRI) riktlinjer för C+ nivå. 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 framkommit 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 verksamheten efterlever principerna om fullständighet, väsentlighet och lyhörddhet som de är formulerade i AA1000APS, och dessutom en översiktlig granskning av GRI resultatindikatorer på stickprovsbasis.

Metod för granskning

Respect har genomfört granskningen enligt följande metodik under maj-juni 2012:

- Genomgång av Bring Citymails arbetsprocess för att identifiera och bestämma väsentliga frågor som ska inkluderas i hållbarhetsredovisningen.
- Utvärdering av Bring Citymails process för identifiering av och engagemang med intressenter.
- Intervju med den person som är ansvarig för Bring Citymails hållbarhetsredovisning, för att förstå processen för framtagningen av redovisningen.
- Analys och genomgång av processer för att bearbeta data till utvalda resultat indikatorer på stickprovsbasis.
- Verifiering av redovisad data.
- Genomgång av Bring Citymails uttalande i hållbarhetsredovisningen 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 berörda intressenter.

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 i denna, överensstämmer med intressenternas förväntningar, visar på att Bring Citymail har svarat upp mot 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 den innehåller. 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, 26 juni 2012



Helen Maalinn





The mark of
responsible forestry



Bring Citymail Sweden AB, huvudkontor

Box 901 08, 120 21 Stockholm

Växel +46 8 709 43 00

Fax +46 8 709 43 43

E-mail: citymail@bringcitymail.com