

**BRING CITYMAILS
HÅLLBARHETSREDOVISNING**



Innehåll

INLEDNING	3
TANKAR FRÅN VD	4
BRING CITYMAIL – VILKA ÄR VI?	7
STRATEGI OCH ANSATS.....	11
BRING CITYMAILS OMVÄRLD.....	15
MARKNADEN – DEN INDUSTRIELLA POSTENS UTVECKLING	19
KUNDER.....	23
MEDARBETARE.....	25
MILJÖ.....	33
BOLAGSFAKTA	42
FRÅGOR OCH SVAR.....	45
ORDLISTA OCH DEFINITIONER	47
MÄTMETODER	49
REDOVISNINGEN OMFATTNING OCH AVGRÄNSNINGAR	52
KONTAKT	53
GRI KORSREFERENS.....	54

Inledning

Bring Citymails hållbarhetsarbete är strukturerat sunt förnuft


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


En hållbarhetsredovisning innebär att man på ett strukturerat sätt definierar, mäter, analyserar och följer upp kriterier som påverkar omgivningen. Genom att jämföra rapporter från år till år kan man löpande se en tydlig trend som visar på en hållbar utveckling av affärsverksamheten ur ett långsiktigt hållbarhetsperspektiv.

I denna rapport får du en beskrivning av vad vi gör idag inom olika områden som kretsar kring hållbarhet. Du får också inblick i vår ambition att utveckla och förbättra oss framöver. Syftet med att strukturera vårt hållbarhetsarbete och tydliggöra mål och handlingsplan på det här viset är att på sikt minimera påverkan av vårt eget agerande. Därmed minimerar vi också påverkan i våra kunders löpande verksamheter.

Men det är viktigt att komma ihåg att hållbarhet innebär mer än bara miljöpåverkan. Det handlar också om sambandet mellan sund miljö, friska medarbetare och affärsnytta. Hållbarhet är ett långsiktigt ansvarstagande för att optimera alla resurser på bästa sätt. Därmed berör hållbarhetsperspektivet hela vår företagskultur och inställning till kundnytta och affärsmannaskap. Vi har kommit en bit på väg och framför allt har vi börjat se på vilket sätt vi påverkar och påverkas.

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

 **HÅLLBARHETS-
REDOVISNINGEN
INNEBÄR ATT MAN PÅ
ETT STRUKTURERAT
SÄTT DEFINIERAR,
MÄTER, ANALYSERAR
OCH FÖLJER UPP KRI-
TERIER SOM PÅVERKAR
OMGIVNINGEN"**

 FRAMTIDENS
POSTMARKNAD
KOMMER ATT STÄLLA
STÖRRE KRAV PÅ EFFEK-
TIVITET, FLEXIBILITET
OCH HÅLLBARHET. FÖR
ATT LIGGA STEGET FÖRE
GENOMFÖRDE VI FLERA
STÖRRE FÖRÄNDRINGAR
I VERKSAMHET UNDER
2009”

Tankar från VD

Bring Citymail – en global utmanare

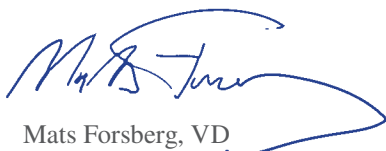
Under vårt första år som hållbarhetsredovisande företag har vi förstärkt vår roll som utmanare. Från att ha varit en aktör som associerats med kampen mot hög prissättning på den svenska postmarknaden utmanar vi nu även traditionella företags sätt att arbeta med miljö- och klimatfrågor på global basis. Under 2009 utsågs vi av FN som klimatförebild tillsammans med 19 andra svenska företag. Och vårt idoga klimatarbete förde oss bokstavligen ut i världen när jag i september fick möjligheten att berätta för omvärlden vid FN:s klimattoppmöte i New York vad vi gör för miljön och hur andra företag med relativt små insatser kan göra samma sak.

Förändringar under det gångna året


Framtidens postmarknad kommer att ställa större krav på effektivitet, flexibilitet och hållbarhet. För att ligga steget före genomförde vi ett antal förändringar i verksamhet under 2009. Exempelvis började våra Cityman för första gången att arbeta utifrån arbetstidsscheman, vi bytte lastbärare för att minska andelen tunga lyft, vi införde en ny sorteringsmetod på våra CMC och nya rutiner för att minska elförbrukningen. Ur ett globalt perspektiv är förändringarna små, men det är just små steg som för oss framåt på vägen mot en bättre framtid där vi i egenskap av leverantör och arbetsgivare kan erbjuda ett hållbarhetsarbete att vara stolt över.

Större verksamhet och större ansvar

I samband med vår expansion under 2008 ökade vi den geografiska täckningen med 218 procent. Expansionen genomfördes mestadels i glesbefolkade områden, vilket har medfört att våra totala utsläpp ökade under 2009. Med tanke på att vi vill vara det bästa alternativet för kunder som tar hållbarhetsaspekten på allvar innebär den utökade verksamheten att vi måste ta ett ännu fastare grepp och större ansvar framöver. Under 2010 kommer vi därför att fortsätta vår mission. Vi vill visa att även företag som arbetar med papper och transporter kan vara med och bidra till en hållbar utveckling på alla plan. Att hela tiden utmana både oss själva, tekniken och vedertagna sanningar är det som driver oss framåt. Vi vill vara en aktör som tydligt tar ansvar för hållbarhetsfrågor ur ett långsiktigt perspektiv. Vi vill vara det bästa alternativet för kunder som söker en postleverantör som tar hållbarhetsaspekten på allvar. Vi vill vara en leverantör som ser och tar sitt ansvar.



Mats Forsberg, VD
Bring Citymail Sweden

 **ATT HELA TIDEN
UTMANA BÅDE
OSS SJÄLVA, TEKNIKEN
OCH VEDERTAGNA
SANNINGAR ÄR DET SOM
DRIVER OSS FRAMÅT"**

Bring Citymail

– vilka är vi?

Bring Citymail är specialiserade på industriell post, det vill säga adresserade utskick från företag till andra företag eller privatpersoner. Vår affärsidé är att hjälpa företag att kommunicera och bygga relationer med sina kunder via brevlådan på ett effektivare sätt.


Vi var först i världen att bryta ett postmonopol. Ända från början har vi stått för ett helt nytt sätt att tänka på en traditionell monopolmarknad och vi startade ur ett kundperspektiv.

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

Vi delar även ut post på ett unikt sätt. All utdelning sker enligt ett rullande tredagarsschema. Det innebär att varje brevlåda får post var tredje dag och att alla utdelningsrundor blir effektiva och välfyllda.

Sammantaget har vi skapat konkurrensfördelar som gjort att vi kunnat växa och driva vår verksamhet:

- Lägre pris tack vare högre effektivitet.
- Lägre miljöpåverkan eftersom vi inte behöver använda sorteringsmaskiner. Tack vare vårt tredagarsschema är varje utdelningsrunda full. De flesta av våra leveranser sker med cykel.
- Leveranssäkerhet, tack vare att 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"

UTMÄRKELSER OCH PRISER SOM MOTTAGITS UNDER REDOVISNINGSPERIODEN

- Vi har valts ut av FN som miljöförebild.
- Vi har listats av Klimatsmart.se som klimatsmart tjänst.

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*.

Värderingar

Bring Citymails värderingar är starkt förankrade i vår roll som utmanare. I takt med att företaget vuxit har även behovet av att paketera våra värderingar ökat, så att de kan användas av alla medarbetare, i alla processer och sammanhang.

Utmanare

- Vi är förbättringsinriktade och stannar inte vid good enough.
- Vi ifrågasätter, utvecklar och förbättrar både oss själva och våra processer.
- Allt går att göra bättre.

Kundperspektiv

- Vi är nyfikna och lyhörda inför kundens behov.
- Vi var först i världen och vi fortsätter att förändra marknaden.
- Våra aktiviteter är kopplade till affären och bidrar till att vi når våra mål.

Professionalism

- Att mäta är att veta.
- Vi står för enkelhet, kostnadseffektivitet och smartness i allt vi gör.
- Vi sätter stolthet i att vara kompetenta och yrkesmässiga i alla situationer.

Tilltro till individen

- Vi tror på individens vilja och förmåga.
- Varje medarbetare gör skillnad.
- Vi är öppna och engagerade lagspelare.

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".

Uppdraget och positionen att vara en utmanare på postmarknaden är något vi trivs med. 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 vis kan vi tillsammans ta ansvar för ett mer hållbart samhälle.

Milstolpar för verksamhetens utveckling under 2009

- Vi påbörjade en förändring av vår posthantering. Tack vare nya sorteringsskåp har vi kunnat ta bort ett led i sorteringsprocessen. Detta har gjort att vi förbättrat arbetsmiljön och dessutom sparat tid och kraft.
- Vi införde ett nytt tidschema med större möjligheter för våra medarbetare att planera sin vardag bättre.
- Vi bytte ut våra postbuntlådor till lådor som är hälften så tunga och som placeras direkt i cykeln. Detta har minskat andelen tunga lyft och gett en säkrare posthantering.
- Vi utjämnade löneskillnaderna relaterade till kön i samma befattningsgrader.



■ Geografisk täckning

- Vi arbetade fram, testade och lanserade en metod för källsortering och återvinning på våra utdelningskontor.
- Vi förändrade vårt system för eftersändning, vilket minskat vår miljöpåverkan och förbättrat vår kvalitet.
- Vi slutförde en avtalsöverflyttning som innebär att vi använder el från förnyelsebara källor i alla lokaler där det är möjligt.
- Vi införde automatisk släckning av belysning på toaletter, automatisk avstängning av datorer och ersatte äldre belysning med lågenergilampor.

NYCKELTAL	2009	2008	2007
OMSÄTTNING, TSEK	730 820	738 495	670 093
ANTAL FÖRSÄNDELSER, MILJONER	323,3	331,7	287,4
TÄCKNING % AV SVERIGES HUSHÅLL	54 %	54 %	43 %
ANTAL ANSTÄLLDA VID PERIODENS SLUT	1 401	1 547	1 234
SJUKFRÅNVARO	5,6 %	6,0 %	6,0 %
CO ₂ KG/OMSATT KR	0,006	0,005	*
CO ₂ G/UTDELAT GRAM	0,185	0,14	*
SKULDER TSEK	230 873	205 328	106 721
EGET KAPITAL	60 612	140 761	157 962
TOTALA TILLGÅNGAR	291 485	346 089	264 683

* CO₂ utsläpp började mätas 2008


Strategi och ansats

Ett hållbart företag agerar ekonomiskt försvarbart, socialt ansvarsfullt och miljömässigt riktigt. För att kunna identifiera och prioritera de viktigaste frågorna kring hållbar utveckling för just oss har vi utgått från det som betraktas som viktigt för våra främsta intressenter samt det som utgör vår största påverkan på ett hållbart samhälle.

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 med avseende på ovan faktorer, samtidigt som vi stärker vår position. Vi återkommer i detalj till samtliga delar i avsnitten Marknad, Kund, Miljö och Medarbetare.

 **ETT STARKT
BRING CITYMAIL
BIDRAR TILL EN
HÅLLBAR UTVECKLING
SAMTIDIGT SOM VI
BEHÅLLER VÅR
KONKURRENSKRAFT
IN I FRAMTIDEN"**

**” KONVENTIONELLA
BRÄNSLEN ÄR PÅ
SIKT INTE ETT HÅLLBART
ALTERNATIV UR VARE SIG
EKONOMISK ELLER MILJÖ-
MÄSSIG SYNVINKEL”**

Hållbar utveckling

Definitionen för hållbar utveckling grundades av Brundtland-kommissionen vid FN:s världskonferens 1987 och innebär att hållbar utveckling ”tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov”. Hållbar utveckling bygger på tre punkter:

- EKONOMI
- MILJÖ
- SOCIALA FRÅGOR

Detta innebär att det gäller att eftersträva att det ett företag åstadkommer är ekonomiskt försvarbart, miljömässigt riktigt och socialt ansvarsfullt. Eftersom vi är måna om en öppen relation med vår omvärld ska denna redovisning spegla vårt arbete på ett öppet och ärligt sätt genom att påvisa vad vi gör och vill göra inom dessa områden, men också vad vi saknar idag.

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

Under 2009 ansökte Bring Citymail också om medverkan i Global Compact – det initiativ som lanserades av Kofi Annan 2000 för att främja ett socialt och miljömedvetet ansvarstagande hos internationellt verksamma företag och innefattar principer kring mänskliga rättigheter, arbetsrättsliga frågor, miljö och korruption. Vår medverkan innebär att vi åtar oss att rätta oss efter initiativets tio grundläggande principer och återrapportera senast 2011.

Risker och möjligheter för Bring Citymails verksamhet i samband med klimatförändringen

Även om den största delen av Bring Citymails utdelning sker med cykel är vi ett transportintensivt företag. Därför är det avgörande för vår verksamhet att utvecklingen och förbättringen av miljögodkända fordon fortsätter. Konventionella bränslen är på sikt inte ett hållbart alternativ ur vare sig ekonomisk eller miljömässigt synvinkel. Därför strävar vi efter att hålla vår fordonspark så uppdaterad som möjligt med avseende på miljön. På det sättet vill vi bidra till utvecklingen.

En ökad efterfrågan på tjänster med lägre klimatpåverkan innebär en konkurrensfördel för oss, eftersom vi har flera klimatomässa fördelar inbyggda i vår logistikmodell.

Utsläpp från elförbrukning hanterar vi genom att köpa miljögodkänd el och genom att införa ett antal besparingsåtgärder som vi återkommer till i kapitlet Miljö.



GRI

Denna rapport är skriven enligt Global Reporting Initiatives (GRI) riktlinjer. GRI är en oberoende global intressentorganisation som arbetar fram riktlinjer för hållbarhetsredovisning. Syftet med rapporten är att redovisa verksamhetens hållbarhetspåverkan, positiv som negativ, som kan relateras till ekonomiska, miljömässiga och sociala frågor. Enligt Bring Citymails självutvärdering följer vi riktlinjerna i GRI enligt nivå C.

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



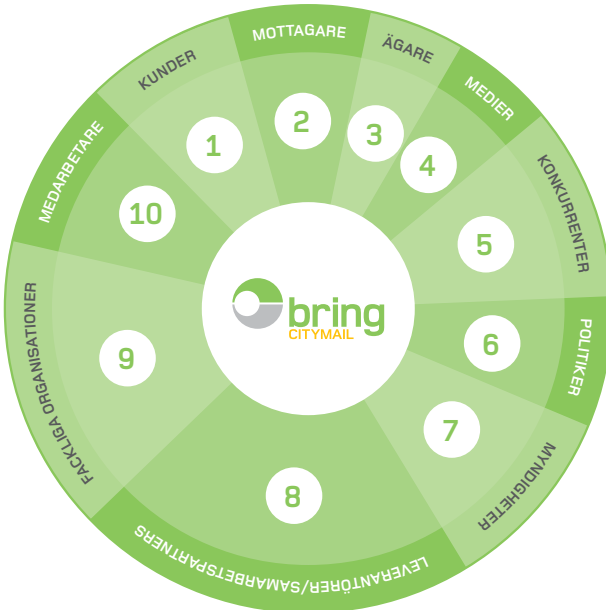
INTERNA RIKTLINJER OCH POLICIES

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


Bring Citymails omvärld

Under hösten 2008 genomfördes ett arbete där vi identifierade våra viktigaste intressenter. Urvalet är gjort utifrån de värden som skapas i relationen mellan Bring Citymail och respektive intressentgrupp. En professionell och transparent dialog med vår omvärld är ett viktigt verktyg för att förbättra vår verksamhet.

EN PROFES-
SIONELL OCH
TRANSPARENT DIALOG
MED VÅR OMVÄRLD ÄR
ETT VIKTIGT VERKTYG
FÖR ATT FÖRBÄTTRA VÅR
VERKSAMHET”



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

 **BRING CITYMAIL
ARBETAR AKTIVT
FÖR ATT KOMMUNICERA
DE MILJÖ- OCH
KVALITETSMÄSSIGA
FÖRDELARNA MED VÅR
VERKSAMHET"**

Viktiga frågor för våra främsta intressenter

Kunder

Kunden är grunden för hela vår verksamhet. Därför är nöjda kunder vår 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 kunddialogen 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 mår 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.

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 personalomsättning² 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.

**”DET VIKTIGASTE
FÖR VÅRA
MEDARBETARE ÄR BRA
ARBETSREDSKAP, GOD
KAMRATANDA, LEDAR-
SKAP, UTBILDNING,
ARBETSTIDER
OCH TYDLIG ARBETS-
FÖRDELNING”**

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, fordonstillverkare.

De har naturligtvis en önskan om rimliga krav på våra villkor, vårt samarbete och våra långsiktiga relationer.



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.

Medlemskap

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.

Marknaden – den industriella postens utveckling

Mängden industriell post har mer än fördubblats sedan 90-talets IT-boom. Antalet försändelser i brevlådan har också ökat, även om vi sett en mindre tillbakagång under det senaste året. Som leverantör av riktade försändelser är en av våra viktigaste uppgifter att vårda brevlådan som mediekanal, så att vi undviker onödigt slöseri, optimerar resurser och hjälper våra kunder att vårda sina varumärken.

Den adresserade brevmarknaden består av tre segment:

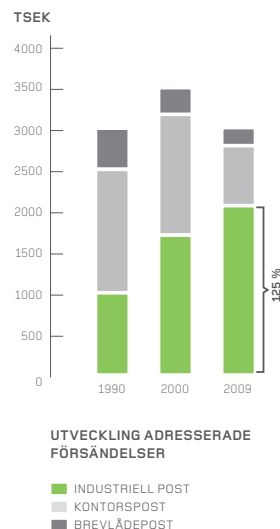
1. Kontorspost från företag.
2. Brevlådepost från företag och privatpersoner.
3. Industriell post från företag.

Bring Citymail arbetar främst inom segmentet industriell post, vilket idag står för drygt 70 % av alla adresserade försändelserna. Motsvarande siffra 1990 var 30 %. Det innebär att den industriella posten har ökat med cirka 125 % mellan 1990 och 2009.

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 15 % inom segmentet industriell post.



125 %

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

**I VÅRT PRODUKT-
UTBUD FINNS
ERBJUDANDEN SOM
ÖKAR EFFEKTIVITETEN
OCH BIDRAR TILL ATT
ANDELEN "ONÖDIGA"
BREV MINSKAR"**

Vård av brevlådan

I vissa innerstadsområden säger över 50 % av hushållen nej tack till oadresserad reklam. Orsakerna bakom detta är inte i detalj klarlagda. Men vi vet att många tycker att den oriktade, massdistribuerade reklamen är irrelevant. Andra tackar nej av miljömässiga skäl. En av Bring Citymails – och även branschens – viktigaste uppgifter är därför att vårda brevlådan som mediekanal. Bring Citymail erbjuder tjänster för målgruppsurval för att våra kunder ska kunna rikta sina budskap med så stor precision som möjligt och därmed vårda sina varumärken, samtidigt som de undviker onödigt slöseri med papper och transporter. Via branschföreningen Swedma arbetar vi även med etiska regler för direktreklam och har utvecklat ett policydokument om god sed för direktreklam.

Leveranssäkerhet och miljötänkande är avgörande för både kunder och mottagare. Bland våra uppdragsgivare finns bland annat banker, försäkringsbolag, operatörer inom telekom och företag med kundklubbar som alla ska kunna känna sig säkra på att rätt brev når rätt mottagare på rätt dag, på ett miljömässigt hållbart sätt.

I uppdraget att distribuera våra kunders försändelser optimerar vi både våra egna och våra uppdragsgivares resurser i varje steg i kommunikationsprocessen. Det finns möjlighet att minska miljöpåverkan i varje del. I själva utbudet av tilläggstjänster ingår erbjudanden om allt ifrån målgruppsanalyser och urval, uppdatering och matchning av kundregister, uppföljning samt utvärdering av genomförda aktiviteter.

Målgruppsurvalen bygger på offentliga databaser och gör därmed inte intrång i den enskilda människans privata sfär. Eftersom vi inte vill leverera post som hamnar i papperskorgen rekommenderar vi våra kunder att vara noggranna med förarbetet så att de använder 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.

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.

15 %

Bring Citymails marknadsandel inom segmentet industriell Post.



MÅLET ÄR ATT
ENBART SKICKA
POST SOM PÅ ETT ELLER
ANNAT SÄTT EFTER-
FRÅGAS"

Kunder

Kunden är naturligtvis central i Bring Citymails hållbarhetsarbete. Utan kunder, ingen verksamhet. Därför strävar vi alltid efter att utveckla långsiktiga kundrelationer med vår säljorganisation som huvudaktör och NKI som ett viktigt 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 Cityman⁹ träffar mottagare. Både positiv som negativ återkoppling tas tillvara. För att säkerställa både kundinformation och historik loggas alla kundhändelser i ett CRM-system (Customer Relation Management).

Som komplement till den dagliga rapporteringen genomförs kundundersökningar kontinuerligt. 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 på en åtgärd som baserats på önskemål som framkommit i kundundersökningar.

Om kundundersökningen

2008 låg vårt NKI³ på index 72. Vårt mål är att förbättra en punkt per år och under 2009 lyckades vi höja oss till index 73. De åtgärder och handlingsplaner som tagits fram som ett resultat av undersökningen har definierats i Bring Citymails affärsplan för 2010. Allra bäst betyg, vid sidan av priset, får bemötandet från säljare och kundservice. Under 2010 kommer vi att fortsätta att fokusera på kundens upplevda leveranskvalitet. Den ligger på en lägre nivå än uppmätt faktisk leveranskvalitet, varför fokus blir att arbeta för att minska den upplevda skillnaden genom omfattande kvalitetsmätningar och förbättrad kommunikation.

UNDER 2009 HAR VI:

- Öppnat för dialog med våra kunder om förväntningar och upplevd kvalitet.
- Börjat analysera varför företag kan och vill bli kunder hos oss.
- Analyserat gapet mellan faktisk och upplevd leveranskvalitet.
- Höjt vårt NKI från 72 till 73.

UNDER 2010 KOMMER VI ATT:

- Arbeta med att öka förstärkelsen hos kunderna: vad konkurrensen gjort för svenska postmarknaden, varför kunderna gagnas av att det finns fler än en postoperatör och vad som Bring Citymail gör unikt.
- Införa pilotprojekt och utvärdera satsningar på fler produkter än industriell post.
- Arbeta för att öka den upplevda leveranskvaliteten hos kunderna.
- Införa "lean production" med syftet att allt vi gör ska komma kunden till nytta.

**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 HÅLL-
BARHET"**

Vad är kvalitet för våra kunder?

Att säkerställa kvaliteten i hela kedjan bidrar till att optimera både våra och våra kunders resurser. Men kvalitet kan mätas på olika sätt. Enklast är att kontrollera att försändelsen kommer fram till adressaten i rätt tid. Det har vi lyckats bra med. Vi ligger löpande mellan 97 och 99 % i leveranssäkerhet*. En annan viktig aspekt av kvalitet är att ha hög transparens och snabb återkoppling på de avvikelser som trots allt uppstår. På så vis kan både vi och våra kunder vidta de åtgärder som behövs i ett tidigt skede, så att effekten av avvikelserna minimeras.

Marknadskommunikation och budskap

För oss är det en självklarhet att vara tydlig i vår kommunikation, både internt och externt. Det hållbarhetsarbete som påbörjades under 2008 och fortsatte 2009 kommer att bli en central del i vårt budskap under 2010.

Det är genom att medvetandegöra våra egna önskningar och val som vi kan påverka både 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. Ett kvitto på att vi föregår med gott exempel inom området var den inbjudan till FN:s klimat-toppmöte som Bring Citymails VD Mats Forsberg fick under 2009 som representant från ett svenskt företag. Vi har även utsetts av FN som klimatförebild tillsammans med 19 andra svenska företag.

Under 2010 kommer vi att fortsatt arbeta för att kommunicera vårt sätt att arbeta för ett hållbart samhälle.

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	688	156	70 %	30 %
GÖTEBORG	238	68	55 %	45 %
MALMÖ	221	104	59 %	41 %
MÄLARDALEN	240	90	52 %	48 %
GOTLAND	14	0	64 %	36 %
TOTALT:	1 401	418	64 %	36 %

* Anställda vid periodens slut omfattar prov-, tillsvidareanställda exkl. tjänst-lediga, föräldralediga, vikarier.

** Procentuell fördelning män/kvinnor relaterar endast till tillsvidareanställda (medeltal anställda). För timvikarier är fördelningen 29 % kvinnor och 71 % män.

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 2009.

UNDER 2009 HAR VI BLAND ANNAT:

- Sänkt andelen arbetsskador beroende på sjukdom eller annan ohälsa från 11 till 6 %.
- Utjämnat löneskillnader relaterat till kön i samma befattning.
- Sänkt vår personalomsättning med 14 procentenheter för Cityman och med 6 procentenheter för övriga anställda.
- Sänkt vår sjukfrånvaro till 5,6 %.
- Infört "lean production" i delar av verksamheten och där sett kraftigt förbättrade siffror för trivsel vid medarbetarundersökningen.
- Verkat för att H-verdi (arbets-skador med frånvaro/antal arbetade timmar) ska vara på nivå 10. (Värde 2009: 12,2)
- Implementerat ett nytt koncept för ledarförsörjning.

UNDER 2010 KOMMER VI ATT:

- Införa en ny rutin vid olyckor där chefer och HR-stöd besöker olycksplatser.
- Genomföra brandskyddsutbildning för samtliga arbetsplatschefer.
- Verka för att H-verdi (arbets-skador med frånvaro/antal arbetade timmar) ska vara på nivå 6,0. (Värde 2009: 12,2)
- Införa e-learning som stöd vid introduktion för samtliga som nyanställs.
- Fortsätta införandet av "lean production" och låta medarbetarna själva verka för ständiga förbättringar av verksamheten.

**BRING CITYMAIL
SKA GENOM ALLA
MEDARBETARES FRAM-
GÅNG 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.

Utbildningstimmar¹⁰

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

Bring Citymail Academy: 7 500 timmar

Förarutbildningar: 474 timmar

Eco-driving: 64 timmar

Introduktionstimmar*: 35 792 timmar

Totalt: 43 830 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.

Exempel på utbildningar

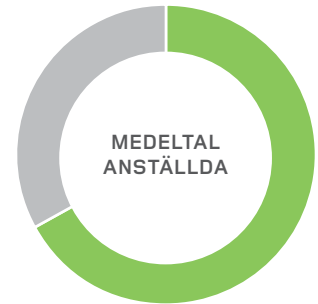
Sales concept – en utbildning som främst vänder sig till säljare och administrativ personal som har någon form av kundkontakt.

Ny som Coach – utbildningen syftar till att leda nya coacher in i sin, många gånger, första ledarroll.

Leda gruppen – vidareutveckling för coacher. Här fördjupar coacherna sina kunskaper inom ledarskap och grupputveckling.

HeadCoach-programmet – här förbereds erfarna coacher för att bredda sitt ansvarsområde med till exempel rekrytering, schemaläggning eller kvalitetsarbete.

CAM-aspirant-programmet – vårt chefsprogram ger de kunskaper som behövs för att kunna ta en tjänst som kontorschef med både budget- och personalansvar.



TOTALT: 1401

■ 64% MÄN

■ 36% KVINNOR

Med förtroende för individens förmåga

Bring Citymails företagskultur tar vara på individens egen förmåga samt tilltron till varje människas vilja att ta ansvar och utvecklas.

Med den värderingen som bas finns tydliga riktlinjer och policys som på ett strukturerat sätt underlättar arbetet i företaget.

Som företag ställer vi tydliga krav på våra medarbetare, men vi är också nogga med att ge rätt förutsättningar för att var och en ska lyckas i sin roll. I den halvårsvis återkommande medarbetarundersökningen ligger följande påståenden högst upp i mätningen:

■ JAG VET VAD SOM FÖRVÄNTAS AV MIG I MITT ARBETE

■ JAG TRIVS MED MINA ARBETSKAMRATER

■ JAG UPPLEVER ATT JAG KAN SÄGA VAD JAG TYCKER PÅ MIN ARBETSPLATS

■ JAG HAR FÖRTROENDE FÖR MIN CHEF

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.

STRUKTURERAD MEDARBETARUNDERSÖKNING

- Görs två gånger varje år via intranätet.
- Svarsfrekvens på över 95 %.
- Anonymt.
- De som tillfrågas är prov-, tillsvidare-, och fastanställda. Ej timanställda.
- Undersökningen fungerar som ett uppföljningsverktyg för chefer. Trenden har varit positiv överlag.

BRING CITYMAILS VÄRDERINGAR

UTMANARE

- Vi är förbättringsinriktade och stannar inte vid good enough.
- Vi ifrågasätter, utvecklar och förbättrar både oss själva och våra processer.
- Allt går att göra bättre.

KUNDPERSPEKTIV

- Vi är nyfikna och lyhörda inför kundens behov.
- Vi är först i världen och vi fortsätter att förändra marknaden.
- Våra aktiviteter är kopplade till affären och bidrar till att vi når våra mål.

PROFESSIONALISM

- Att mäta är att veta.
- Vi står för enkelhet, kostnads- effektivitet och smartness i allt vi gör.
- Vi sätter stolthet i att vara kompetenta och yrkesmässiga i alla situationer.

TILLTRO TILL INDIVIDEN

- Vi tror på individens vilja och förmåga.
- Varje medarbetare gör skillnad.
- Vi är öppna och engagerade lagspelare.

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 läggs stor vikt vid att se till 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 ett visst kön. För oss är mångfald en fråga om individers olikheter, i enlighet med vår värdering ”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 ”Utmanare, Tilltro till individen, Professionalism och Kundperspektiv”. Ramverket för medarbetarfrågor och rekrytering vilar alltså i våra värderingar, men regleras även i olika policies som exempelvis jämställdhetspolicy, 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 representanter från arbetsgivar- och arbetstagersidan 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 sex 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

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.

När vi summerat 2009 kunde vi konstatera att den totala personalomsättningen för Cityman hade minskat från 46 till 32 %. För övriga anställda minskade personalomsättningen från 21 till 15 % under samma period.

100 %

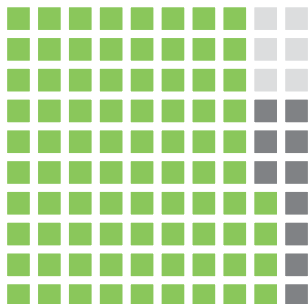
Av alla anställda har kollektivavtal.

Avtal, regler, förmåner och fackligt samarbete

Bring Citymail har kollektivavtal med Seko 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. Tillsammans med Seko har vi under 2009 förtydligat arbetstiden med schemalagd start- och stopptid för alla våra brevbärare. På så sätt har vi gett dem större möjligheter att planera sin vardag.

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. 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.



**AV DE 109 ARBETSSKADOR
SOM RAPPORTERADES
IN 2009 VAR:**

- 84% OLYCKOR
- 6% SJUKDOM ELLER ANNAN OHÄLSA
- 10% FÄRDOLYCKSFALL VID FÄRD TILL ELLER FRÅN ARBETSPLETSEN

Sjukfrånvaro

Under 2009 var långtidssjukfrånvaron för kvinnor 1,76 och 0,52 % för män, vilket är i ungefärlig nivå med övriga samhället när det gäller könsfördelning, åldersspann och lönenivå för minst 90 dagars sjukskrivning (källa: Alectas hälsobarometer). En analys av långtidssjukfrånvaron 2008 visade att kvinnliga Cityman inte upplever arbetsmiljön som mer negativ än manliga Cityman.

	MÄN	KVINNOR	TOTALT
TOTAL SJUKFRÅNVARO*	5,1%	6,7%	5,6 %
LÅNGTID**	0,52 %	1,76 %	1,0 %

	2007	2008	2009	MÅL 2010
TOTAL SJUKFRÅNVARO*	6,0 %	6,0 %	5,6 %	5,46 %
LÅNGTID**	1,0 %	1,0 %	1,0 %	-
H-VERDI***	10,7	11,6	12,2	6,0

* korttids- och långtidssjukfrånvaro

** minst fyra veckors sjukfrånvaro

*** arbetsskador med frånvaro/antal arbetade timmar

Arbetsskador:

Av alla arbetsskador (109 stycken) som rapporterades in under 2009 var:

- 84 % olyckor
- 10 % färdolycksfall vid färd till eller från arbetsplatsen
- 6 % sjukdom eller annan ohälsa

Det som sammanfattar olyckan/orsaken till ohälsan:

- 10 %: Fall
- 6 %: Slagit sig eller stött emot något (ej vid fall)
- 55 %: Fordonsolycka eller påkörd
- 15 %: Snedtramp, feltramp, ”spik”-tramp (ej fall)
- 6 %: Fysisk överbelastning
(lyft eller ansträngande/häftig rörelse)
- 6 %: Skadad av djur
- 2 %: Skadad av maskin, maskindel eller föremål i rörelse


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.

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

Miljö

Logistik och transporter är en naturlig del av Bring Citymails huvudsakliga verksamhet. Utsläpp från transporter utgör därför vår största påverkan. Under året har vi tagit ett samlat grepp för att minska denna påverkan genom att mäta och successivt minska våra utsläpp från både egna fordon och våra godstransportörers. Vi arbetar även med att minska vår påverkan när det gäller el, värme och avfall.

**VI ARBETAR MED
ATT MINSKA VÅR
PÅVERKAN NÄR DET
GÄLLER EL, VÄRME OCH
AVFALL”**

De viktigaste åtgärderna under 2009

- Vi har tecknat nya avtal med våra två största godstransportörer där 10 % av alla uppköpta tonkilometer ska köras med fordon drivna med alternativa eller förnyelsebara bränslen under 2010. Den procentuella andelen kommer att höjas ytterligare under 2011.
- Vi har ökat andelen tjänstebilar som klassas som miljöbilar från 56 till 72 %.
- Vi har minskat utsläppen från tjänsteresor med 40 %.
- Vi har tagit fram en modell för att kunna mäta emissioner som kolväte, NOx (kväveoxider) med mera.
- Vi har infört nya rutiner för att minska elförbrukningen, bland annat automatisk släckning av belysning på toaletter och automatisk avstängning av datorer. Vi har också ersatt äldre belysning med lågenergilampor.
- Vi har ökat källsorteringen och minskat andelen brännbart och osorterat avfall. Under 2009 inkluderades utdelningskontoren i Stockholm i källsorteringssystemet.
- 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 försiktighetsprincipen⁴ i vår verksamhet och våra processer, framför allt i analysen av strategiska beslut, såsom nyetablering och nya produkter.
- Vi har slutfört överflyttning av alla lokaler till avtal för köp av el från förnyelsebara källor där så är möjligt.



Transporter från CMC till mottagaren sker med cykel, moped eller bil.

- Vi har infört ett ruttoptimeringssystem för våra köpta transporter till utdelningskontoren, vilket har möjliggjort speciella "sommarrutter" med kortare körsträckor och lägre kostnader som resultat.
- Vi har minskat överproduktionen av eftersändningsetiketter samt behovet av transporter av dessa genom att införa etikettskrivare på utdelningskontoren.
- Vi har minskat andelen försändelser som delas ut med bil med 4,4 % och ökat utdelningen med cykel med 3,7 % respektive moped med 0,7 %.

Planerade åtgärder under 2010

- Under det första kvartalet kommer alla anställda med administrativa tjänster genomgå en miljöutbildning som avslutas med ett prov där man erhåller ett miljökörkort.
- Resterande del av utdelningskontoren i Mälardalen samt regionerna Syd och Väst kommer att inkluderas i källsorteringssystemet.
- Etikettskrivare för eftersändningsetiketter kommer att införas på samtliga utdelningskontor.
- Ytterligare skärpning av vår tjänstebilspolicy som innebär att alla tjänstebilar som hämtas ut måste uppfylla statens definition av miljöbil kommer att införas.
- Vi kommer att byta skrivarpapper till ett som är märkt med EU-blomman.
- Vi kommer att intensifiera arbetet med att söka efter nya modeller av utdelningsfordon med lägre miljöpåverkan.

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 CMC⁵ (utdelningskontor) ut till mottagaren sker däremot med egna cyklar, mopeder eller bilar.

Inköpta transporter

Dessa omfattar transporter från kund till vårt lager och mellan de olika samlastningscentralerna, samt fasta rutter från Splitcenter⁶ (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.

Egna transporter

Från utdelningskontoren distribueras posten vidare till mottagaren med cykel, moped eller bil. Under 2009 nådde försändelserna våra mottagare med hjälp av följande färdmedel: cykel 65 %, moped 14 % och bil 21 % (snittvärde december 2009). 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 chaufförens 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 under åren har vi sett att skadestatistiken sjunkit stadigt. Vi har heller inte haft några allvarliga personskador vid något tillfälle, trots att vi varje arbetsdag har närmare 400 bilar och skåpbilar som rullar i all tänkbar trafik, ofta unga förare.

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

72 %

Andelen miljöbilar av Bring Citymails tjänstebilar.

**ECO-DRIVING ÄR
EN UTBILDNING
SOM FÖRTYDLIGAR
SAMBANDET MELLAN
CHAUFFÖRENS SÄTT ATT
KÖRA MED BRÄNSLE-
FÖRBRUKNING OCH
UTSLÄPP"**

Tjänstebilar och tjänsteresor

Under 2009 infördes nya riktlinjer när det gäller tjänstebilar och tjänsteresor. Av totalt 54 tjänstebilar är idag 72 % miljöbilar (enligt Vägverkets definition). Vi har minskat utsläppen från tjänsteresor med närmare 40 %.

	2008	2009
ANDEL MILJÖBILAR AV BRING CITYMAILS TJÄNSTEBILAR	56%	72%
UTSLÄPP FRÅN TJÄNSTERESOR	243 ton CO ₂	148 ton CO ₂

"Summa summarum":

Vår påverkan i form av bränsleförbrukning och CO₂-utsläpp:

BRÄNSLE (LITER)	TJÄNSTEBILAR	UTDELN FORDON	TOTALT
BENSIN	12 087	256 732	268 819
DIESEL	3 678	603 905	607 583
ETANOL	5 138		5 138

UTSLÄPP – VÄXTHUSGASER		
CO ₂ UTSLÄPP (TON CO ₂ EKVIVALENTER) ¹¹	TOTALT	ANDEL
DIREKTA UTSLÄPP:		
Egna utdelningsfordon	2 098,58	0,48
Tjänstebilar	38,88	0,01
Elförbrukning	79,48	0,01
Värmeförbrukning	694,2	0,16
Totalt	2 911,14	
INDIREKTA UTSLÄPP:		
Godstransporter	1 344,38	0,31
Tjänsteresor	148,42	0,03
Totalt	4 403,94	
TOTALA DIREKTA OCH INDIREKTA UTSLÄPP	4 403,94	

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. Under 2009 har ett antal rutiner införts för att minska förbrukningen, till exempel praxis för att släcka ljus och stänga av datorer samt att vid behov byta lysrör och glödlampor till energisnålare alternativ.

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.

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

EL	MWH 2008	MWH 2009
FÖRNYELSEBARA KÄLLOR	890	3 986
ICKE FÖRNYELSEBARA KÄLLOR	2 551	2 205
TOTALT	3 441	6 191

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

Avfall och utsläpp till vatten

Merparten av vårt avfall genereras i samband med transporter av emballage och returerna. Under 2009 har rutinerna för avfallshantering förändrats i syfte att ytterligare förfina sorteringen. Resultaten av de nya rutinerna kan vi se bland annat i att andelen brännbart avfall minskat med 62 % och andelen osorterat avfall minskat med 82 %, jämfört med 2008. Våra fordon behöver förstås vara rena och fina, och när vi tvättar dem sker det i särskilda hallar med oljeavskiljning.

ARTIKEL	TON	ANDEL
PAPP	41,41	0,09
PAPPER	47,25	0,10
PLAST	8,01	0,02
METALL	14,49	0,03
SEKRETESS	162,87	0,36
OSORTERAT	4,66	0,01
BRÄNNBART	92,71	0,20
TRÄ	85,41	0,19
FARLIGT AVFALL	0,146	0,00
DEPONI	0,18	0,00
ELAVFALL	1,41	0,00
TOTALT	458,54	

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 minska koldioxidutsläppen med 15 % (från 2008 års nivå) till år 2012. Det ska göras per omsatt miljon kronor. Minskningen är beroende av våra insatser för minskad förbrukning och ett byte till ickefossila bränslen. Under 2009 hade vi en ökning beroende på kraftig geografisk expansion.

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. Det spar dessutom in på både halvtomma rundor och energi.
- 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 2010 införa transporter med förnyelsebara bränslen. 2010 kommer arbetet med att hitta nästa generations utdelningsfordon att intensifieras.

 **VI HAR SKAPAT
SAMARBETE
MED VÅRA GODS-
TRANSPORTÖRER
FÖR ATT UNDER 2010
INFÖRA TRANSPORTER
MED FÖRNYELSEBARA
BRÄNSLEN"**

BRING CITYMAILS KLIMATKOMPENSATION

Vi har valt att göra vår klimatkompensation i ett projekt som bedrivs i Andra Pradesh i Indien. Projektet syftar till att skapa återvinningsbar kraft och värme, och initierades som följd av energibrist i regionen. Genom ett energikraftverk skapades ett kretslopp kring den lokala risframställningen, där risskal och andra restprodukter som sockerrörsrester, majsskal och kokosnötstammar används som biobränsle för att generera högtrycksånga i kraftverket. Ångan används som energi för att driva mjölningsprocessen i riskvarnen och genererar samtidigt elektricitet till kvarnen. Överflödigt elektricitet ersätter fossil el i det allmänna elnätet samt i ett angränsande stålverk.

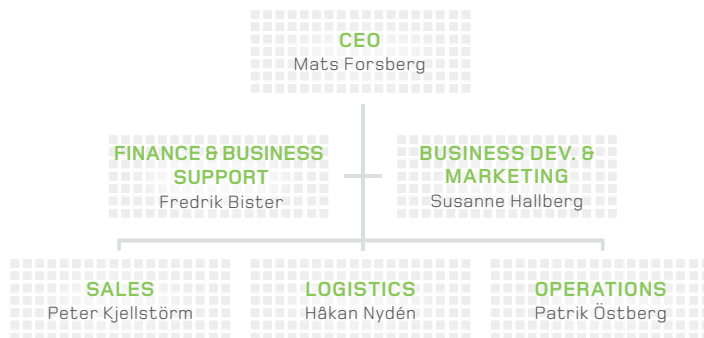
Det finns en hel del att göra, men allt gör sig inte på en gång. Vi och vår ägare har en vision att bli klimatneutrala av egen kraft, i första hand genom att förbättra egna processer och genom att ställa tydliga krav på marknaden att tillhandahålla mer miljöanpassade lösningar. Tills dess har Bring Citymail 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 2010 års verksamhet beräknas på 2009 års totala direkta och indirekta utsläpp.

Bolagsfakta

Ägare

Bring Citymail Sweden AB ägs till 100 % av Posten Norge AS via Bring Citymail AB. 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 ledningsgruppen bestående av alla avdelningschefer.

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.

VD Mats Forsberg rapporterar till Bring Citymails styrelse.

Bring Citymail Sweden AB styrelse 2009-12-31

Ordinarie:

Styrelseordförande: **Dag Mejdell**, Koncernchef Posten Norge

Vice styrelseordförande: **Gro Bakstad**, Koncerndirektör Ekonomi och Finans Posten Norge

Ledamöter:

Lars Tendal, Koncerndirektör division Post Posten Norge

Tore K Nilsen, Koncerndirektör division Distribution Posten Norge

Einar Kirkebö, Direktör Mergers & Acquisitions Posten Norge

Tone Wille, Direktör divisionsstaber division Post Posten Norge

Anna-Carin Lindberg, arbetstagarrepresentant

Thomas Gorin, arbetstagarrepresentant

Suppleanter:


Fredrik Möller, arbetstagarrepresentant

Kristina Arn, arbetstagarrepresentant

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

Hållbarhetsarbetets styrning

Ledningsgruppen har det strategiska ansvaret för Bring Citymail Swedens hållbarhetspåverkan och ansvaret fördelas på de olika enheterna med fokus på Human Resources, Logistics och Operations. Till exempel hanteras påverkan från köpta transporter och avfall inom Logistics, medan egna transporter och energiförbrukning sköts inom Operations. Chefen för Logistics fungerar även som Bring Citymail Swedens miljöchef och ansvarar för en arbetsgrupp som representerar frågor som berör både miljö, arbetsplats och marknad.

 **BRING CITYMAIL SWEDEN HAR UNDER 2009 INTE VARIT UTSATT FÖR BÖTER ELLER SANKTIONER UTIFRÅN GÄLLANDE LAGAR OCH REGLERINGAR, INKLUSIVE MILJÖLAGSTIFTNING**

Lagar och regleringar

Bring Citymail Sweden har under 2009 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):

		2009	2008	2007
KUNDER	Intäkter	730	738	670
LEVERANTÖRER	Inköpta godstransporter	49	47	37
	Övriga transportkostnader	17	17	10
	Lokalkostnader	78	68	49
	Övriga kostnader	173	156	95
ANSTÄLLDA	Löner	440	443	356
	Sociala avgifter	129	122	106
	varav pensionskostnader	26	16	16
	Övriga personalkostnader	6	14	13
STAT OCH KOMMUN	Skatter	8	35	-2
LÅNGIVARE	Räntor	1	0	2
ÄGARE	Utdelning	0	0	0

Huvudkontoret i Stockholm:

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.

Källa: Naturvårdsverket

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.

**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 vår 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

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 medelvärde på värderingsfrågor och har värdet 0-100. NKI bör ligga på värde 70 eller högre för att kunna betraktas som konkurrenskraftigt.

¹¹ 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.

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

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.

¹ Klimatneutralt företag

För att en verksamhet ska kunna erhålla status som klimatneutral måste dess klimatpåverkande utsläpp av koldioxid,



BRING CITYMAIL

- ... är ett klimatneutralt företag under 2009.
- ... arbetar enligt de kriterier som är uppsatta inom programmet "Klimatneutralt företag".
- ... har beräknat utsläppen av växthusgaser för perioden 2009.
- ... genomför åtgärder för att minska utsläppen.
- ... kompenserar för de utsläpp som kvarstår.

metan och lustgas beräknas – och åtgärder som minskar växthusgasutsläppen genomförs. 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 skall kompenseras.

Bring Citymail terminologi

⁸ **Citybase** Ett datasystem som innehåller all information om postnummer, adresser, mottagare med mera. Systemet är förut-sättningen för tilläggstjänsterna.

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

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

¹¹ **Splitman** Medarbetare på Splitcenter som bland annat ser till att posten "splittas", det vill säga delas upp på våra lokala utdelningskontor – CMC⁵.

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 CityBase⁸.

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

Arbetssskador 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 2009.

Beräkning av klimatpåverkan:

För att beräkna och minska våra klimatutsläpp använder vi beräkningsverktyget Svante, framtaget av klimat- och hållbarhetsföretaget Respect. Svante följer internationell beräkningsstandard, det så kallade GHG-protokollet⁷. Verktyget är uppkallat efter Svante Arrhenius, svensk vetenskapsman och nobelpristagare i kemi 1903, som redan 1896 lyfte fram kolsyrans 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 2,27 ton CO₂-ekvivalenter/m³. De dieseldrivna fordon vi använder oss av drar 0,9 liter per mil med omräkningsfaktor 2,51 ton CO₂-ekvivalenter/m³.

Inköpta godstransporter

Omräkningsfaktorer för:

Paketbil: 684g CO₂-ekvivalenter/ton per km

Lastbil: 198 gram CO₂-ekvivalenter/ton per km

Medeltung lastbil i regionaltrafik: 153 gram CO₂-ekvivalenter/ton per km

Tung lastbil med släp: 54 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 transporterna.

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 0,02 gram CO₂-ekvivalenter/kWh.

Värme

CO₂-ekvivalenter per värmekälla: eldningsolja 2,69CO₂/m³, el 36g CO₂/kWh, fjärrvärme 83,7 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. Tåg: Omräkningsfaktor 0,0004 g/ personkilometer. Hyrbil och taxi med bensin är beräknat med omräkningsfaktor 200 gram CO₂-ekvivalenter/ personkilometer. Hyrbil och taxi med diesel är beräknat med omräkningsfaktor 193 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 2,27 ton CO₂-ekvivalenter/m³. För tjänstebilar med diesel räknas 0,71 liter per mil med omräkningsfaktor 2,51 ton CO₂-ekvivalenter/m³. För tjänstebilar med hybriddrift (bensin/el i kombination) räknas 0,43 liter per mil med omräkningsfaktor 2,27 ton CO₂-ekvivalenter/m³.

Redovisningens omfattning och avgränsningar

Redovisningsperioden avser kalenderåret 2009 och är Bring Citymails andra hållbarhetsredovisning. 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 Splitcenters⁶ och Citymail centers⁵, 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.

Kontakt

Hänvisning för kompletterande information eller kommentarer kan ges av Bring Citymails miljöchef Håkan Nydén 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	Uttalande från VD	Redovisas	4-5
1.2	Beskrivning av påverkan, risker, möjligheter	Redovisas	3, 7-14
2	ORGANISATIONEN		
2.1	Namn	Redovisas	42
2.2	Primära produkter, tjänster, varumärken	Redovisas	19-21
2.3	Organisationsstruktur	Redovisas	42-43
2.4	Huvudkontorets adress	Redovisas	44
2.5	Länder där verksamhet bedrivs	Redovisas	42
2.6	Ägarstruktur och bolagsform	Redovisas	42-43
2.7	Marknaden	Redovisas	19-21
2.8	Organisationens storlek	Redovisas	10
2.9	Väsentliga förändringar under rapportperioden	Redovisas	9-10
2.10	Erhållna utmärkelser under rapportperioden	Redovisas	8
3	RAPPORTERINGSPARAMETRAR		
	REDOVISNINGENS PROFIL		
3.1	Redovisningsperiod	Redovisas	52
3.2	Datum för senaste rapport	Redovisas	52
3.3	Rapportcykel	Redovisas	52

	PROFIL		SIDA
3.4	Kontaktuppgifter för frågor om rapporten	Redovisas	53
	OMFATTNING OCH AVGRÄNSNING		
3.5	Process för att bestämma redovisningens innehåll	Redovisas	11-14
3.6	Rapportens avgränsning	Redovisas	52
3.7	Begränsningar i rapportens omfattning	Redovisas	52
3.8	Redovisningsprinciper gällande rapportering av dotterbolag, utlokaliserade verksamheter etc	Redovisas	52
3.9	Mätmetoder och grunder för beräkningar	Redovisas	49-51
3.10	Förklaring till korrigeringar från tidigare rapporter	Redovisas	52
3.11	Väsentliga skillnader i omfattning, avgränsning etc jämfört med tidigare års rapporter	Redovisas	52
3.12	GRI innehållsindex	Redovisas	54
4	STYRNING, ÅTAGANDE OCH ENGAGEMANG		
	STYRNING		
4.1	Ledningsorganisation	Redovisas	42-43
4.2	Om högsta person i ledning också är verkställande	Redovisas	42
4.3	Antal oberoende, icke-verkställande styrelseledamöter	Redovisas	43
4.4	Mekanismer för aktieägare och anställda att ge rekommendationer till högsta beslutande organ	Redovisas	42-43
4.8	Interna värderingar, koder och principer relevanta för hållbarhetsprestanda och dess implementeringsstatus	Redovisas delvis	28
	ENGAGEMANG I EXTERNA INITIATIV		
4.11	Organisationens hantering av försiktighetsprincipen	Redovisas	33
4.12	Anslutning till externa frivilliga koder, principer eller andra initiativ	Redovisas	12
4.13	Medlemskap i föreningar/organisationer	Redovisas	18

	PROFIL		SIDA
	ENGAGEMANG I INTRESSENTER		
4.14	Lista över intressenter	Redovisas	15
4.15	Princip för identifiering och urval av intressenter	Redovisas	15
4.16	Metod för dialog med intressenter, frekvens	Redovisas	15
4.17	Nyckelfrågor som har kommit fram genom engagemang med intressenter samt hur väl organisationen svarat upp mot dessa	Redovisas	16-18

	INDIKATORER		SIDA
	EKONOMISKA INDIKATORER		
	EKONOMISK PRESTATION		
EC1	Organisationens genererade ekonomiska värde	Redovisas	44
EC2	Ekonomiska effekter och andra risker och möjligheter som följer av klimatförändring	Redovisas delvis	13
	INDIREKT EKONOMISK PÅVERKAN		
EC8	Utveckling och effekt av infrastruktur investeringar och samhällsnyttiga tjänster	Redovisas delvis	20-21, 35
	MILJÖ INDIKATORER		
	ENERGI		
EN3	Direkt energikonsumtion uppdelat på primära energikällor	Redovisas	36
EN4	Indirekt energikonsumtion uppdelat på primär energikällor	Redovisas	37
EN6	Initiativ för att tillhandahålla energi-effektiva och förnyelsebara produkter och tjänster samt minskning av energibehovet genom dessa initiativ	Redovisas delvis	33-40

	INDIKATORER		SIDA
EN7	Initiativ för att minska indirekt energikonsumtion samt minskning som uppnåtts	Redovisas delvis	33-34, 39
	UTSLÄPP OCH AVFALL		
EN16	Totala direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser	Redovisas	36
EN17	Andra relevanta indirekta utsläpp av växthusgaser	Redovisas	36
EN18	Initiativ för att reducera växthusgas-emissioner och uppnådda minskningar	Redovisas delvis	33-40
EN22	Total vikt av avfall uppdelat på sort och bortskaffningsmetod	Redovisas	37-38
	PRODUKTER OCH TJÄNSTER		
EN26	Initiativ för att mildra produkters och tjänsters miljömässiga påverkan samt utsträckning av minskningen	Redovisas delvis	33-40
	ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER		
EN28	Monetärt värde av väsentliga böter och antal icke-monetära sanktioner på grund av att organisationen inte har uppfyllt tillämplig miljölagstiftning	Redovisas	44
	TRANSPORTER		
EN29	Väsentlig miljömässig påverkan avseende transporter	Redovisas	34-36
	TOTALT		
EN30	Totala utgifter och investeringar för att skydda miljön uppdelat på kategorier	Redovisas delvis	39-40
	ARBETSINDIKATORER		
	ANSTÄLLDA		
LA1	Alla anställda uppdelat på anställningsform, anställningsavtal och region	Redovisas delvis	25
LA2	Personalomsättning, totalt antal och andel uppdelat i åldersgrupper, kön och region	Redovisas delvis	25, 29
LA3	Förmåner till heltidsanställda	Redovisad	29

	INDIKATORER		SIDA
	RELATION MELLAN ANSTÄLLDA OCH LEDNING		
LA4	Andel medarbetare som omfattas av kollektivavtal	Redovisas	29
LA5	Kortaste varselperiod vid organisatoriska förändringar, inklusive huruvida tiden är specificerad i kollektivavtal	Redovisas	29
	ARBETSMILJÖ		
LA6	Representation i hälso- och säkerhetskommittéer/-utskott	Redovisas	29
LA7	Andel skadefall, yrkesrelaterade sjukdomar, frånvarodagar och totalt antal yrkesrelaterade dödsfall uppdelat på region	Redovisas	30-31
LA8	Rådgivning till anställda vid allvarliga sjukdomar	Redovisas	31
LA9	Hälso- och säkerhetsfrågor som omfattas av formella avtal med fackföreningar	Redovisas	29
	UTBILDNING		
LA10	Medelantalet utbildningstimmar per år och per anställd uppdelat på yrkeskategorier	Redovisas delvis	26
LA11	Plan för att utveckla livslångt lärande hos anställda och stödja fortsatt anställningsbarhet.	Redovisas delvis	26
LA12	Andel anställda som får regelbundna utvärderingar avseende deras prestation och karriärsutveckling	Redovisas	27
	MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET		
LA13	Sammansättning av styrelsen och ledningen samt uppdelning av de anställda utifrån kön, åldersgrupp, minoritetsgrupp och andra mångfaldsmått	Redovisas delvis	28
LA14	Förhållandet mellan kvinnors och mäns genomsnittliga ersättning uppdelat på yrkeskategorier	Redovisas delvis	28

	INDIKATORER		SIDA
	SAMHÄLLE		
	ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER		
S08	Monetärt värde av betydande böter och totalt icke-monetära sanktioner.	Redovisas	44
	PRODUKTANSVARSINDIKATORER		
	MÄRKNING AV PRODUKTER OCH TJÄNSTER		
PR4	Antal överträdelser av lagar för produktinformation och märkning	Redovisas	44
PR5	Tillvägagångssätt för att ta reda på kundnöjdhet inklusive resultat av undersökningar som mäter kundnöjdhet	Redovisas	23
	MARKNADSKOMMUNIKATION		
PR6	Program för anslutning till standarder och frivilliga koder som rör marknads-kommunikation	Redovisas delvis	18, 20-21
PR7	Incidenter som rör överträdelser inom marknads-kommunikation	Redovisas	44
	KUNDERS INTEGRITET		
PR8	Klagomål avseende kunders integritet och förlust av kundinformation	Redovisas	44
	ÖVERSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER		
PR9	Böter vid bristande efterlevnad av lagar och regler	Redovisas	44

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

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.

