

Hållbarhetsredovisning 2013





PÅ SIKT VILL VI FÖRSTÅS BLI KLIMAT-
NEUTRALA 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.”

A blue ink handwritten signature, appearing to read 'Patrik Östberg', written in a fluid, cursive style.

PATRIK ÖSTBERG, VD
BRING CITYMAIL SWEDEN

Innehåll

	INLEDNING.....	7
	BRING CITYMAILS	
	HÅLLBARHETSARBETE PÅ 2 MINUTER.....	8
	BRING CITYMAILS VIKTIGASTE	
	HÅLLBARHETSRESULTAT 2013.....	10
	BRING CITYMAILS PLANERADE	
	HÅLLBARHETSINSATSER 2014.....	11
	KLIMATKOMPENSATION VIA LIFESTRAW.....	12
	FRÅGOR OCH SVAR.....	14
KAPITEL 1	MILJÖ.....	16
KAPITEL 2	KUNDER.....	24
	MEDARBETARE.....	27
KAPITEL 3	BRING CITYMAIL – VILKA ÄR VI?.....	38
	STRATEGI OCH ANSATS.....	46
	BRING CITYMAILS OMVÄRLD.....	49
	VÅR DEL AV MARKNADEN.....	54
KAPITEL 4	BOLAGSFAKTA.....	58
	ORDLISTA OCH DEFINITIONER.....	62
	MÄTMETODER.....	64
	REDOVISNINGENS OMFATTNING	
	OCH AVGRÄNSNINGAR.....	65
	KONTAKT.....	66
	GRI KORSREFERENS.....	68



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.



Patrik Östberg, VD
Bring Citymail Sweden,
Stockholm, juni 2014.

Bring Citymails hållbarhetsarbete på 2 minuter

Patrik Östberg, VD på Bring Citymail svarar på de viktigaste frågorna om vad vi gör nu och i framtiden – och varför.

Var ligger fokus hos Bring Citymail i hållbarhetsfrågor?

– Vi kan inte bortse från att vår verksamhet kräver resurser och att den påverkar vår omgivning. Därför har vi gjort miljöfrågan till en av våra tre viktigaste hållbarhetsfrågor tillsammans med pris och kvalitet.

– Redan år 2008 tog vi steget och blev världens första klimatneutrala postdistributör, då vi såg det som självklart att vi skulle kompensera, inte bara för de utsläpp vi själva medför, utan även för de som våra underleverantörer står för.

– Vi arbetar konsekvent för att minska vår miljöpåverkan, och har sedan starten av vår hållbarhetsredovisning 2008 till nu kontinuerligt minskat våra CO₂-utsläpp.

Hur arbetar Bring Citymail för att hållbarhet ska vara en naturlig del av företagskulturen?

– Vi är ett företag som alltid har hushållat med våra resurser. Hållbarhet är inbyggt i vårt sätt att vara och vi jobbar med frågan varje dag. Alltifrån att vi besöker mottagarens brevlåda var tredje i stället för varje dag till källsortering på våra lokala utdelningskontor. Vi är också sedan flera år certifierade inom miljö, arbetsmiljö och kvalitet och revisorerna ger oss genomgående mycket högt betyg för vårt systematiska arbete med dessa frågor.

– För oss är hållbarhet att vara en positiv kraft i samhället på flera plan. En arbetsplats med kunniga, motiverade medarbetare som mår bra, ett företag som parallellt med uppdraget på allvar värnar om miljön och människorna.

Vad är målet för Bring Citymails hållbarhetsarbete?

– 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.

Hur ser du på Bring Citymails framtid ur ett hållbarhetsperspektiv?


– Att om möjligt få beställda varor till brevlådan, är något vi ser blir allt viktigare och där har vi en viktig roll att fylla. Det bästa för både avsändare, mottagare och miljö är att vi når brevlådan på första försöket. Vårt mål är – som alltid – att leverera försändelserna hela vägen ut, men i de fall vi inte kommer ända fram har vi etablerat samarbeten med utlämningsnät.

– Vi har örat mot marken för våra kunders behov och under 2014 fortsätter vi utveckla vårt arbetssätt och våra tjänster för att kunna distribuera försändelser på mottagarnas villkor. Exempel på detta är pionjärprojektet för samdistribution av morgontidningar och post, den mycket lyckade uppstarten av bokpaket i brevlådan samt e-handelsleveranser av matkassar för att nämna några spännande nyheter.

Till sist: Vad vill du säga till de som läser detta?

– Vi tänker fortsätta på hållbarhetsspåret! 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 mycket papper och transporter, men vi gör det på ett mer intelligent sätt och frågar oss hela tiden hur vi kan göra det ännu bättre. Bring Citymail arbetar ständigt för att hitta nya vägar och möjligheter till synergier för vår utdelning, att använda allas våra gemensamma resurser på bästa sätt ur ett hållbarhetsperspektiv.

– Det känns sammantaget väldigt tillfredsställande att vi är en aktör som så tydligt tar ansvar för vår roll inom hållbarhetsfrågorna, och som fortsätter att leverera hög och prisvärd kvalitet. Vi ska även i framtiden vara det bästa alternativet ur alla aspekter för företag som söker en postdistributör. På nästa sida hittar du de viktigaste resultaten av vårt hållbarhetsarbete och vart vi är på väg.

 **BRING CITYMAIL
ARBETAR
STÄNDIGT FÖR ATT
HITTA NYA VÄGAR
OCH MÖJLIGHETER
TILL SYNERGIER FÖR
VÅR UTDELNING, ATT
ANVÄNDA ALLAS VÅRA
GEMENSAMMA RESURSER
PÅ BÄSTA SÄTT UR
ETT HÅLLBARHETS-
PERSPEKTIV.**

Bring Citymails viktigaste hållbarhets- resultat 2013

Under 2013 har vi:

- Omcertifierat oss inom samtliga områden enligt ISO 9001 kvalitet, 14001 miljö, OHSAS 18001 arbetsmiljö.
- Minskat vår drivmedelsförbrukning med 13 000 liter, som ett resultat av att vi bytt ut 50 befintliga bilar mot drivmedels-snålare bilar i fordonsparken samt utbildning av ytterligare 100 st bilförare i ECO Driving.
- Inom HMS (hälsa, arbetsmiljö och säkerhet) påbörjat införandet av cykelhjälmskrav för våra brevbärare. Vi har också höjt kunskapsnivån för våra skyddsombud med ytterligare utbildning under år 2 i rollen. Antalet anmälda nästanolyckor (tillbud) nådde inte riktigt måltalet (1 500) då vi flyttade fokus mer mot kvalitet än kvantitet i rapporteringen. Ett visst antal rapporter är väsentligt att uppnå eftersom ju fler anmälda nästanolyckor, desto färre faktiska arbetsskador.
- Vi har lanserat lösningar för stora försändelser utifrån kundernas önskemål och den stadigt ökande e-handelsmarknaden samt lanserat den digitala brevlådan, Digimail. Vi har upprätthållit vår leverans kvalitet på i snitt 98 % men också arbetat för att öka den upplevda leveranskvaliteten hos kunderna, som ligger något lägre.

Företagsutvecklingen påverkar oss

Omorganisation och nytt produktutbud har ökat rörligheten för medarbetarna på tjänstesidan i företaget. Samtidigt har också omsättningen/försäljningen ökat med ca 4 %.

För första gången på 5 år så vänder därför CO₂ kurvan upp, med en liten ökning på 1,9 % CO₂ mot 2012. Anledningen är att tjänsteresor och framför allt flygresor ökat med 60 ton. I och med att vi räknar med en ökande omsättning de kommande åren genom bl.a. förändrat utbud så är det troligt att vår totala CO₂ påverkan i ton kommer att öka.

Bring Citymails planerade hållbarhets- insatser 2014

Under 2014 kommer vi bland annat:

- Börja redovisa CO₂ som total CO₂ påverkan/omsättning för att kunna göra en korrekt bedömning av utvecklingen, samt se att de åtgärder vi jobbar med ger en positiv påverkan.
- Fortsätta minska vår miljöpåverkan via lägre drivmedelsförbrukning (t ex drivmedelssnålare bilar, utbilda fler bilförare i ECO-driving, fortsätta begära högre miljöklass på köpta transporter).
- Ta nästa steg inom HMS (hälsa, arbetsmiljö och säkerhet) för att stärka beteendeförändring och ökat säkerhetsmedvetande ute i linjen. Integrera koncernens säkerhetsstandard för HMS i vårt verksamhetssystem, och i produktionslinjen genomföra individuella säkerhetssamtal kombinerat med fördjupad arbetsmiljöutbildning för våra chefer och arbetsledare. Stärka vårt fokus på rapporterade nästanolyckor (tillbud) med målet två nästanolyckor per år och medarbetare (2 400) i syfte att minska antalet faktiska arbetsskador.
- Ta reda på mer om vad våra kunder anser vara viktiga hållbarhetsfrågor. Vi ska fortsätta utveckla och förbättra vår distribution av försändelser, exempelvis tidningar och nya e-handelsprodukter.

Vårt fortsatta arbete för ett hållbart samhälle

Under 2014 ska vi målmedvetet fortsätta att verka för ett hållbart samhälle. Som ett steg i detta kommer vi framöver att arbeta med en fördjupad hållbarhetsdefinition inom CSR för Bring Citymails verksamhet. Hur kan vi bredda vårt fokus från huvudfrågan miljöpåverkan till sociala frågor i ett samhällsperspektiv? Hur bidrar vi till nyckelfaktorer som arbetstillfällen, mångfald och integration idag – och hur kan vi arbeta vidare mot nya mål på dessa områden? Vi ska självklart vara fortsatt certifierade enligt ISO 9001 kvalitet, 14001 miljö, OHSAS 18001 arbetsmiljö.

Klimatkompensation via LifeStraw

Bring Citymails klimatkompensation sedan 2011 – vattenrening i Kenya

Bring Citymail har klimatkompenserat för alla utsläpp sedan 2008. Vi har sedan 2011 valt att investera i ett teknikprojekt för att enkelt rena dricksvatten i Kenya, LifeStraw. Enligt FNs statistik står ungefär 884 miljoner människor utan tillgång till rent dricksvatten, och ungefär 80 % av alla sjukdomar i utvecklingsländer kan härledas till konsumtion av förorenat vatten.

Thomas Pettersson, miljö-, fordons- och fastighetschef berättar:

– Det viktiga för oss när vi väljer projekt att investera i är att de ska genomsyra hela hållbarhetsaspekten, dvs inte bara minska klimatpåverkan utan också generera arbetstillfällen, förbättra möjligheterna för befolkningen att få ett drägligare liv samt stimulera en utveckling för regionen. Alla dessa faktorer uppfylls genom Life Straw. Projektet innebär årliga reduktioner med totalt 2 miljoner ton CO₂.

– Vi vill prioritera att delta i en investering med direktverkande effekt. Vi har även tittat på t ex trädplantering, men återkommit till att konkreta insatser i realtid för människor är det vi vill arbeta med. Projektet ska vara lätt att förstå både för våra kunder och medarbetare, vilka de kort- och långsiktiga effekterna av insatserna är och hur mycket Bring Citymail har bidragit med utifrån vår klimatkompensation.

LifeStraws funktion och viktigaste effekter

En filtrerande patron kopplad till behållaren renar vattnet direkt då det dricks genom "the straw", sugröret. Tekniken reducerar utsläpp då det inte kräver uppvärmning, elektricitet eller annan energiintensiv teknik. Vattnets kvalitet blir dessutom bättre än vid klassiska reningsmetoder.

Inte bara rent vatten

LifeStraw ger också "ringar på vattnet" ur ett bredare, socialt hållbarhetsperspektiv då många andra problem elimineras genom den förbättrade hälsa som kommer med LifeStraw:

- Barn kan fullfölja sin skolgång.
- Arbetstillfällen skapas.
- Tidsbesparingar för familjer.

I förlängningen kan fler människor ta sig ur fattigdom tack vare de samlade positiva konsekvenserna.

Vårt bidrag

Sedan starten har Bring Citymail investerat ca 1,3 miljoner kronor i LifeStraw. För år 2013 kommer ytterligare 640 000 kronor gå till projektet, vilket innebär att Bring Citymail totalt sett t o m 2013 har möjliggjort tillgången till ca 1 800 enheter för behövande familjer i Kenya och därmed ökat tillgängligheten till rent vatten. Projektet är certifierat enligt FN:s krav och riktlinjer för klimatkompensation. Läs mer om LifeStraw på: **www.noco2.com.au/carbon-offsets/projects-we-support/Lifestraw-Project**



LifeStraw är ett portabelt vattenfilter som filtrerar bort 99,9% av alla bakterier och parasiter i förorenat vatten.

Frågor och svar

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.

Vad är växthuseffekten?

Den största delen av den iakttagna uppvärmningen sedan mitten av 1900-talet beror med stor sannolikhet på en ökning av människogenererande växthusgaser i atmosfären, enligt en rapport som FN:s klimatpanel, IPCC, gjorde 2007. Den förstärkta växthuseffekten innebär att en del av solens strålände 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.*

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


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.

Postbranschen utvecklades av den nya konkurrenssituationen då vi kom in på marknaden, inte minst när det gäller kvalitet. I och med att vi bröt postmonopolet i Sverige förbättrades också prisbilden för kunderna. Enligt PTS (Post- och telestyrelsen) har Bring Citymail sparat 1,5 miljarder i portokostnader för portoköparna.

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.

 KLIMATNEUTRALITET ÄR EN FÖRUTSÄTTNING FÖR ETT HÅLLBART SAMHÄLLE OCH DET INGÅR SOM EN DEL AV DET VI ERBJUDER KUNDEN.

KAPITEL 1

■ Miljö



Miljö

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

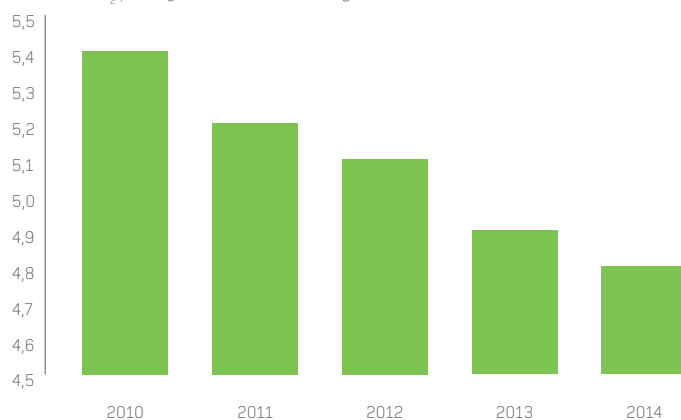
Planerade åtgärder under 2014

- Fortsätta minska drivmedelsförbrukningen.
- Ytterligare 100 förare ska utbildas i Eco-driving.
- Inköp av 50 st Fiatbilar med Eco-sticka.*
- Byta ut allt fler köpta transporter mot bilar med Euroklass 4 eller bättre.
- Förstärka 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.
- Börja redovisa CO₂ som total CO₂ påverkan/omsättning för att kunna göra en korrekt bedömning av utvecklingen, samt se att de åtgärder vi jobbar med ger en positiv påverkan (se tabell).

262

Antalet ton vi sänkt våra CO₂-utsläpp med under perioden 2010 – 2012 (mot målet 120 ton), en dryg fördubbling.

Antal ton CO₂ per miljon kronor i omsättning.



* Uppföljning av drivmedelsförbrukning

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

Transporter

Varje dag fraktas försändelser från våra fyra sorteringsterminaler till de 109 CMC (utdelningskontor) och sedan vidare ut till mottagaren. Vårt logistikflöde omfattar både inköpta transporter och egna fordon. Transporter från CMC ut till mottagaren sker med egna cyklar, mopeder eller bilar. Transporter från utdelningskontoren till mottagaren sker främst med cykel. Under 2013 nådde försändelserna våra mottagare med hjälp av: Cykel 57 %, moped 23 % och bil 20 % (snittvärde december 2013).

Krav på godstransportörer

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. Samtidigt jobbar vi aktivt med våra transportörer med andra åtgärder för att sänka CO₂, exempelvis via ECO-Driving samt välja den för tidpunkten på marknaden mest miljövänliga dieseln. Målet för 2014 är att:

- 100 % av fordonen för våra transporter mellan Stockholm–Göteborg och Malmö–Göteborg skall vara av minst Euroklass 5.
- 3 ggr per år diskutera bränsleavtal med våra transportörer.

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. Under perioden 2005–2013 har vi utbildat omkring 750 personer i eco-driving och under 2014 kommer ytterligare 100 st förare att genomgå utbildningen.

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). Tjänsteresor har tyvärr ökat pga omstrukturering med ansvar för fler regioner och i vissa befattningar ökat samarbete med Norge.

**SEDAN 2005
HAR VI UTBILDAT
OMKRING 750 PERSONER
I ECO-DRIVING. UNDER
2014 UTBILDAS YTTER-
LIGARE 100 FÖRARE.**

	2013	2012	2011
ANDEL MILJÖBILAR AV TJÄNSTEBILAR	98 %	98 %	78 %
UTSLÄPP FRÅN TJÄNSTEBILAR	21 ton CO ₂	20 ton CO ₂	26 ton CO ₂

Vår påverkan i form av bränsleförbrukning och CO₂-utsläpp

Omorganisation och nytt produktutbud har ökat rörligheten för medarbetarna på tjänstesidan i företaget. Samtidigt har också omsättningen/försäljningen ökat med ca 4 %. För första gången på 5 år så vänder därför CO₂ kurvan upp under 2013, med en liten ökning på 1,9 % CO₂ mot 2012. Anledningen är att tjänsteresor och framför allt flygresor ökat med 60 ton.

BRÄNSLE (LITER)	LITER 2013	LITER 2012	LITER 2011
BENSIN	146 487	159 716	169 089
DIESEL	665 637	669 155	668 385
ETANOL	1911	2344	6252
BIOGAS	2735	2966	5366

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

UTSLÄPP – VÄXTHUSGASER	2013	2012	2011
CO ₂ UTSLÄPP (TON CO ₂ EKVIVALENTER)			
DIREKTA UTSLÄPP:			
Egna utdelningsfordon	1932	1970	1 989
Tjänstebilar	21	20	26
Totalt	1953	1990	2 015
INDIREKTA UTSLÄPP:			
El*	88	102	146
Fjärrvärme olja	640	621	644
Naturgas för egen uppvärmning	73	66	8
Tjänsteresor	215	155	95
Godstransporter	1030	990	1 092
Totalt	2046	1934	1 985
TOTALA DIREKTA OCH INDIREKTA UTSLÄPP	3999	3 923	4 000

* En del av elen används för uppvärmning

El och värme

Vi som företag förbrukar framförallt 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 2013 är därför beräknad per kvadratmeter utifrån ett genomsnittsvärde för lokaler i Sverige.

EL	MWH 2013	MWH 2012	MWH 2011
FÖRNYELSEBARA KÄLLOR	4 664	4 422	4 402
ICKE FÖRNYELSEBARA KÄLLOR	1 968	1 927	1 987
TOTALT	6 632	6 349	6 389

Avfall och utsläpp till vatten

Bring Citymail följer avfallsförordningen SFS (2011:927). 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.

Vårt miljömål

Målet för 2014 är att sänka våra utsläpp med 3 % i förhållande till omsättning, det motsvarar en minskning med 0,1 ton per miljon kronor i omsättning jämfört med 2012. Det finns en hel del att göra på miljöområdet, 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 genom att investera i projekt för klimatförbättrande åtgärder.

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 resursoptimerings-perspektiv 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. Samtidigt kommer arbetet med att hitta nästa generations utdelningsfordon att fortsätta.





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 kundsupport, 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 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 2013 (ingen undersökning genomfördes 2012) har vi höjt vårt NKI (Nöjd Kund Index) med 5,5. År 2013 låg vårt NKI på 77,5. En ny undersökning planeras till februari 2015, inte minst i syfte att fråga våra kunder mer ingående om vad de ser som väsentliga områden i vårt hållbarhetsarbete.

De åtgärder och handlingsplaner som tagits fram som ett resultat av tidigare genomförda undersökningar har definierats i Bring Citymails affärsplan för 2014. Vår vilja att förbättra och vår förmåga att lyssna på våra kunder har tidigare bidragit till höjningen, liksom servicekänslan som personifieras av våra

UNDER 2013 HAR VI:

- Fått tydliga signaler om att våra kunder vill veta mer om vårt hållbarhetsarbete, framförallt inom CSR.
- 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.
- Lanserat lösningar för brev-lådepaket utifrån kundernas önskemål och den ökade E-handelsmarknaden
- Lanserat den digitala brevlådan, Digimail.
- Arbetat för att öka den upplevda leveranskvaliteten hos kunderna.
- Omcertifierat oss inom ISO kvalitet, miljö – allt vi gör ska komma kunden till nytta.

5,5
punkter

Så mycket har vi höjt vårt NKI sedan 2008 och vi ligger nu på 77,5 punkter.

UNDER 2013 HAR VI:

- Omcertifierat oss enligt OHSAS 18001 arbetsmiljö.
- Genomfört en fördjupad arbetsmiljöutbildning för våra chefer i utdelningen.
- Förbättrat rapporteringsmall och uppföljningsrutin för våra nästanolyckor (tillbud) och arbetsskador i syfte att förebygga faktiska olyckor.
- Höjt vårt NMI (Nöjd Medarbetar Index) från 68 punkter 2010 till 75 punkter 2013.
- Implementerat År 2 i den utökade skyddsombudsutbildningsplan som löper över 4 år.
- Genomfört/repeterat Första Hjälpens utbildning med målet minst en utbildad medarbetare per enhet.
- Uppdaterat strukturen för våra utbildningar i CMA.

Cityman (brevbärare). Under 2014 fortsätter vi att fokusera på kundens upplevda leverenskvalitet som tyvärr ligger på en lägre nivå än uppmätt, faktisk leveranskvalitet. Vi arbetar målinriktat för att minska den upplevda skillnaden genom omfattande kvalitetsmätningar och förbättrad kommunikation.

Vad är kvalitet för våra kunder?

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*. 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 fortsatt att bli en central del i vårt budskap under 2014. 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 redan 2009 utsåg oss till klimatförebild tillsammans med 19 andra svenska företag. I grund och botten handlar omställningen till ett hållbart samhälle om kunskap om, och tro på, att det spelar roll vad vi gör. Bring Citymail ingår därför i Global Compact, FN:s organisation för gemensamma principer. Global Compact ska ge den globala marknaden ett mänskligare ansikte genom att stödja och anta en uppsättning värderingar inom mänskliga rättigheter, arbetsrätts-normer och miljöpraxis. Global Compact synliggör behovet av att företag tar sin del av ansvaret för framtidsfrågorna för världens överlevnad. Anslutna företag åtar sig att i en lärande process verka inom mänskliga rättigheter, arbetsrätt och miljö.

Vi vill bidra till att både medarbetare och kunder blir medvetna om sitt eget agerande och tar ett aktivt beslut om att arbeta för hållbarhet. Det är genom att medvetandegöra våra egna önsningar och val som vi kan påverka marknadens och kundernas krav. Under 2014 ska vi målmedvetet fortsätta att arbeta för ett hållbart samhälle. Som ett steg i detta kommer vi framöver att arbeta med en fördjupad hållbarhetsdefinition inom CSR för Bring Citymails verksamhet. Hur kan vi bredda vårt fokus från huvudfrågan miljö till sociala frågor i ett samhällsperspektiv? Hur bidrar vi till nyckelfaktorer som arbetstillfällen, mångfald och integration idag och hur kan vi arbeta vidare mot nya mål på dessa områden?

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*	MÄN**	KVINNOR**
STOCKHOLM	619	76 %	24 %
GÖTEBORG	259	60 %	40 %
MALMÖ	247	60 %	40 %
MÄLARDALEN	302	59 %	41 %
GOTLAND	15	70 %	30 %
TOTALT:	1 442	67 %	33 %

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

** Procentuell fördelning män/kvinnor relaterar endast till tillsvidareanställda (medeltal anställda).

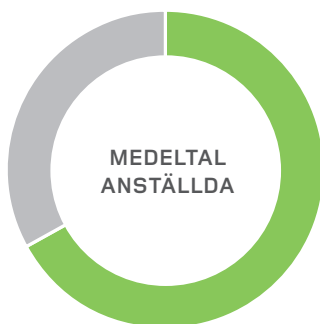
UNDER 2014 KOMMER VI:

- Ta reda på mer om vad våra kunder anser vara viktiga hållbarhetsfrågor.
- Som ett led i att hitta hållbara synergier starta pionjärprojektet för samdistribution av morgontidningar och post i Stockholms-området. Inleda diskussioner med fler tidningsdistributörer i landet.
- Fortsätta att utveckla vårt koncept för leveranser av brev-lådepaket, samt e-handelsleveranser (t ex matkassar).



98,7 %

Vår uppmätta leveranssäkerhet vid utgången av 2013 (R12 – mätresultat 12 månader bakåt i tiden från angiven tidpunkt)



TOTALT: 1 442

■ 67% MÄN
■ 33% KVINNOR

I samtlig statistik ingår endast prov- och tillsvidareanställda, inte timanställda eftersom deras representation varierar kraftigt. Beräknat utifrån arbetad tid representerade behovsanställda cirka 17 % av Bring Citymails totala arbetsstyrka under 2013. Medelåldern inom administrationen är 37,7 år och 29,2 år i utdelningen. Av medarbetarna i utdelningen är 40 % 18-25 år, vilket visar att vi är en stor ungdomsarbetsgivare.

Öppen kommunikation

Vi tror att en strukturerad och öppen kommunikation utgör grunden för att medarbetare skall få förutsättningar att leverera ett bra arbete samt känna sig involverade och delaktiga i företagets fortsatta utveckling. Företaget har en väl inarbetad kultur där öppenhet är en självklarhet och där chefer välkomnar synpunkter och förslag. Det finns en uppbyggd struktur för att möjliggöra löpande dialog genom exempelvis morgonmöten, träffar för enhetschefer, träffar för skyddsombud. Vi har också en tydlig process för vårt förbättringsarbete, en elektronisk förslagslåda med möjlighet för alla medarbetare att lyfta ett förslag till utveckling eller ett problem som behöver ses över.

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.

Vi letar 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 kärnvärden, men regleras även i olika policys som exempelvis jämställdhetspolicy, rekryteringspolicy och policy mot diskriminering och kränkande 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.

35 % av den totala arbetsstyrkan är kvinnor, vilket även speglas väl på chefsnivå. Här är andelen 34 % kvinnor. I ledningsgruppen finns två kvinnor av totalt åtta personer. Det finns inga löneskillnader relaterat till kön i samma befattning. Det pågår ett kontinuerligt och aktivt arbete för att skapa jämnare spridning inom vissa områden/avdelningar.

Attrahera och behålla Cityman

Under 2013 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.

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. Sedan 2010 har vi en rutin där överordnad chef och HR-stöd besöker olycksplatser för en fördjupad orsaksanalys i syfte att hitta förebyggande åtgärder (sk granskning). Under 2014 kommer 8 chefer och HR-medarbetare utbildas i denna metodik i syfte att möjliggöra ännu fler granskningar. Omkring 160 av Bring Citymails anställda (ca 11 % av 1442

UNDER 2014 KOMMER VI:

- Vara fortsatt certifierade enligt OHSAS 18001 arbetsmiljö.
- Driva "Ta2 – rapportera två", dvs att medarbetare ska ta två sekunder för att reflektera och riskbedöma i arbetet samt anmäla minst två nästanolyckor per år och person (måttal 2400st).
- Utbilda utvalda chefer i granskningsmetodik, en fördjupad analys av allvarliga nästanolyckor och arbetsskador.
- Integrera koncernens HMS säkerhetsstandard i vårt verksamhetssystem.
- Implementera individuella säkerhetssamtal i produktionslinjen.
- Genomföra en fördjupad arbetsmiljöutbildning även med våra coacher (arbetsledare) för att stärka arbetet med beteendeförändring ute i linjen.
- Se över att införa en internetbaserad hälsotjänst för vår administrativa personal.

BRING CITYMAILS VÄRDERINGAR

- ÄRLIGHET
- RESPEKT
- SAMARBETE
- ÖPPENHET
- MOD

medarbetare) deltar i centrala och regionala skyddskommittéer och i lokala arbetsmiljögrupper, genom dem är de anställda representerade gentemot ledning och ägare. Vi prioriterar samverkan med arbetagarsidans representanter, t ex vid utbildning av skyddsombud och chefer, skyddsronder, riskinventeringar. Det skapar dynamik och hjälper oss att driva framåt mot ständiga förbättringar på arbetsmiljöområdet – och därmed företagsresultatet.

Arbetsmiljöcertifiering genomförd

Under 2013 har vi omcertifierat oss i arbetsmiljö, OHSAS 18001. Det är en tydlig kontroll och uppföljning på att vi följer svensk arbetsmiljölag och att vi arbetar systematiskt med att förbättra arbetsmiljön. Vi är övertygade om att detta är viktigt, inte bara för medarbetarnas hälsa, utan för företagets framtida resultat.

Ökad inrapportering – högre olyckstal

Vi har de senaste åren genomfört ett stort arbete för att höja rapporteringsviljan när det gäller arbetsmiljörelaterade incidenter. Detta innebär att vår tillbuds- och olycksstatistik ökat betydligt, enligt vår bedömning utifrån att mörkertalet minskat snarare än att olyckorna ökat.

Nästanolyckor (Tillbud)

År 2012 hade vi 2 000 anmälda nästanolyckor, men nådde under 2013 inte riktigt målet på 1 500 anmälningar. Vi satte fokus på en ökad kvalitet i rapporteringen, men tappade fart i antal. Målet för 2014 är två anmälda nästanolyckor per år och person, totalt 2 400. Syftet är att få ett större och bättre underlag för det förebyggande, systematiska arbetsmiljöarbetet och minska antalet faktiska skador.



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

Arbetsskador

Inga dödsfall har skett under året. Alla tillbud och arbetsskador följs upp med åtgärdsförslag. Av alla arbetsskador (580 stycken) som rapporterades in under 2013 var:

- 89 % (580 st) olyckor
- 5 % (35 st) färdolycksfall vid färd till eller från arbetsplatsen
- 6 % (37 st) sjukdom eller annan ohälsa
- 0 % (1 st) fritidsskada

Vad sammanfattar olyckan/orsak till ohälsan (totalt 580st):

- 25 % (143 st): Fordonsolycka eller påkörd
- 33 % (189 st): Den skadade föll
- 15 % (89 st): Den skadade slog eller stötte emot något (ej vid fall)
- 6 % (32 st): Skadad av hanterat föremål
- 6 % (33 st): Snedtramp, feltramp, ”spik”-tramp (ej fall)
- 3 % (19 st): Fysisk överbelastning (lyft eller ansträngande/häftig rörelse)
- 3 % (18 st): Skadad av djur
- 6 % (36 st): Annat
- 2 % (10 st): Skadad av fallande/flygande
- 0 % (0 st): Elolycka, brand, explosion, sprängning
- 2 % (9 st): Skadad av maskin, maskindel eller föremål i rörelse
- 0 % (1 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

Sjukfrånvaro

Under 2013 var sjukfrånvaron för kvinnor 5,3 % och 4,0 % för män. En intern analys påvisade dock ingen skillnad mellan könen i upplevelsen av arbetsmiljön.

	MÄN	KVINNOR	TOTALT
TOTAL SJUKFRÅNVARO**	4,0 %	5,3 %	4,5 %

	MÅL 2014	2013	2012	2011
TOTAL SJUKFRÅNVARO**	4,5 %	4,5 %	4,5 %	4,6 %
LÅNGTID***	–	1,28 %	1,28 %	1,18 %
H-VERDI****	6,6*****	7,2*****	7,2*****	33,8

** Korttids- och långtidssjukfrånvaro

*** Minst fyra veckors sjukfrånvaro

**** Arbetsskador med frånvaro/antal arbetade miljoner timmar

***** Efter ny definition – olyckor med frånvaro som krävt medicinsk behandling

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, brevbärarväst och hjälm. Utöver friskvårdsbidrag bidrar vi med skobidrag. I den interna chefsutbildningen ingår undervisning i HMS, hälsa, arbetsmiljö och säkerhet.

Med förtroende för individens förmåga

Bring Citymails företagskultur tar tillvara på medarbetarnas egen 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. Ett annat viktigt område är hälsa, arbetsmiljö och säkerhet (HMS). Under-

ÅRLIG MEDARBETAR-UNDERSÖKNING

- Görs tillsammans med hela Bringkoncernen.
- Svarsfrekvensen för 2013 var 96 %.
- De som tillfrågas är prov-, tillsvidare- och fastanställda. Ej behovsanställda.
- Fungerar som ett uppföljningsverktyg för chefer.



Dagens Industris utmärkelse
– Årets karriärföretag

sökningen visar att HMS är väl förankrat hos medarbetarna och att de känner till både de säkerhetsrutiner och de risker som är förknippade med arbetet. I den årsvis återkommande medarbetarundersökningen är det glädjande att se att följande påståenden ligger bland de högsta i mätningen:

- JAG HAR HAFT MEDARBETARSAMTAL DE SENASTE 12 MÅNADERNA
- JAG VET VILKA KRAV OCH FÖRVÄNTNINGAR SOM STÄLLS PÅ MITT ARBETE
- JAG HAR FÅTT TILLRÄCKLIG UPPLÄRNING OCH UTBILDNING FÖR ATT KUNNA UTFÖRA MINA ARBETSUPPGIFTER
- PÅ MIN ENHET ÄR VI ANGELÄGNA OM ATT UPPFYLLA VÅRA (INTERNA/EXTERNA) KUNDERS BEHOV
- PÅ MIN ENHET STÅR HMS (HÄLSA, ARBETSMILJÖ, SÄKERHET) REGELBUNDET PÅ AGENDAN VID DE MÖTEN JAG DELTAR I

En annan viktig dialog med medarbetarna sker i det årliga utvecklingssamtalet. I den senaste medarbetarundersökningen uppgav 89 % av de anställda att de haft ett medarbetarsamtal 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.

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.

Bring Citymail erhöll 2013 utmärkelsen "Årets Karriärföretag" av Dagens Industri – ett bevis på att vi tillhör de 100 mest spännande och karriärvänliga företagen i Sverige. Vi arbetar systematiskt för att våra medarbetare ska kunna utvecklas genom nya jobbmöjligheter. Karriär betyder olika saker för olika människor, och vår framgång som företag bygger mycket på

vår förmåga att involvera och utveckla människor utifrån deras individuella förmågor och inneboende krafter. Det traditionella, och kanske mest vanliga, sättet att göra karriär är att bli chef, men vi lägger minst lika mycket kraft på de som önskar ta andra vägar. Oavsett vilken karriärväg våra medarbetare tar, blir de mer värdefulla för oss i takt med att de utvecklas och växer som individer.

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

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 Produktionen sker till största delen med interna resurser i form av trainers, ämnesexperter eller kompetensutvecklare. Nedan återges antalet utbildningstimmar för ett urval av Bring Citymails utbildningar:

Bring Citymail Academy: 5 800 timmar

Introduktionstimmar*: 44 000 timmar

Totalt: 49 900 timmar

Genomsnitt per anställd: 33 timmar

100%

Av alla anställda har kollektivavtal.

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



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.

Coach – vidareutveckling för coacher där deras kunskaper inom ledarskap och grupputveckling fördjupas.

Avancerad coach – vidareutveckling för erfarna coacher där deras kunskaper inom ledarskap, kommunikation och grupputveckling fördjupas ytterligare.

Chefsaspirant-programmet – chefsprogram som ger de kunskaper som behövs för att kunna ta en tjänst som enhetschef med både budget och personalansvar.

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. För visstidsanställda gäller att man får ta del av detta efter viss inarbetad tid.



KAPITEL 3

- Bring Citymail – vilka är vi?
- Strategi och ansats
- Bring Citymails omvärld
- Vår del av marknaden

Bring Citymail

– vilka är vi?

UTMÄRKELSER OCH PRISER SOM MOTTAGITS UNDER REDOVISNINGSPERIODEN:

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

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 City Mail) 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).

Värderingar

I ett stort företag som vårt är det viktigt att ha gemensamma värderingar. Gemensamma värderingar är det kitt som binder oss samman. Genom dem visar vi att vi är ett företag att lita på i alla sammanhang, ett företag 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.

Vår verksamhetspolicy i sammandrag

Vi delar ut post med rätt pris och hög kvalitet på ett hållbart sätt. Genom ett kontinuerligt förbättringsarbete ska vi ständigt utveckla vår service och kvalitet, förbättra vår arbetsmiljö och minska vår miljöpåverkan. Vi följer de lagar, krav och förordningar som berör verksamheten och verksamhetspolicyn anger våra åtaganden och våra målsättningar inom kvalitets-, miljö- och arbetsmiljöområdet. Bring Citymail ska kontrollera att policyn följs, mäta och rapportera resultat till ägare, anställda och andra intressenter.

Om kvalitet

Nöjda kunder är främsta målet med vårt kvalitetsarbete och det är därför ständigt närvarande i vår verksamhet, från första kundkontakt till utdelad försändelse och återkoppling till kund. Engagemang, delaktighet och kompetens hos varje medarbetare lägger grunden för en hög upplevd kvalitet och servicenivå hos våra kunder. Devisen ”Rätt försändelse till Rätt mottagare i Rätt tid” ska alltid genomsyra vår verksamhet. Vårt uttalade mål är att ständigt utveckla och förbättra kostnadseffektiva, kvalitativa och hållbara lösningar som motsvarar kundernas behov av distribution via brevlådan.

Om miljö

Låg miljöpåverkan och god resurshållning i hantering och distribution av post är det övergripande målet i vårt miljöarbete. Vi ska aktivt vidta åtgärder för att förebygga förorening och minska bolagets totala miljöpåverkan. Vi ska arbeta systematiskt med att minska våra utsläpp. Vi fokuserar miljöarbetet på våra transporter. Där är vår påverkan störst, och där har vi störst möjlighet att göra skillnad.

Om arbetsmiljö

Våra största risker i arbetsmiljön återfinns inom belastningsergonomi samt i arbetet med utdelning av post i samhället. Vi fokuserar därför vårt arbetsmiljöarbete på leveransorganisationen, där minskade risker ger bäst effekt på vår arbetsmiljöprestanda. Friska, motiverade och nöjda medarbetare är främsta målet med vårt arbetsmiljöarbete och är en förutsättning för att vi ska kunna vara ett professionellt och framgångsrikt företag. Vi arbetar systematiskt med att minska våra arbetsmiljörisker för att därigenom förebygga och om möjligt förhindra olyckor, arbetsskador och ohälsa.

Vårt ledningssystem är certifierat enligt kvalitetsledningsstandarden SS-EN ISO 9001, miljöledningsstandarden SS-EN ISO 14001 samt arbetsmiljöledningsstandarden SIS-OHSAS 18001: 2007.

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.



NYCKELTAL	2013	2012	2011
OMSÄTTNING, TSEK	811 117	780 000	770 800
ANTAL FÖRSÄNDELSER, MILJONER	354	343	342 ¹
TÄCKNING % AV SVERIGES HUSHÅLL	54 %	54 %	54 %
ANTAL ANSTÄLLDA VID PERIODENS SLUT	1442	1 427	1 452
SJUKFRÅNVARO	4,5 %	4,5 %	4,6 %
CO ₂ KG/OMSATT KR	0,005	0,005	0,005
CO ₂ G/UTDELAT GRAM	0,184	0,193	0,180
SKULDER TSEK	125 975	161 012	164 787
EGET KAPITAL	66 519	89 668	49 288
TOTALA TILLGÅNGAR	192 494	250 680	214 075

¹Korrigerad siffra från 2011 års rapport


**ETT HÅLLBART
FÖRETAG**
 AGERAR EKONOMISKT
 FÖRSVARBART, SOCIALT
 ANSVARSFULLT OCH
 MILJÖMÄSSIGT 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
Kostnads-effektivitet	Klimatpåverkan	Utveckling/utbildning
Kvalitet	Transporter	Ledarskap
Värdeutveckling	Energi	Hälsa, arbetsmiljö och säkerhet
		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.

**EFTERFRÅGAN PÅ
TJÄNSTER MED
LÄGRE KLIMATPÅVERKAN
GER OSS EN KONKURRENS-
FÖRDEL – VI HAR FLERA
KLIMTMÄSSIGA
FÖRDELAR.**

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 2008 deltar vi i Global Compact – det initiativ som lanserades av Kofi Annan år 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 tidigare återgett i kapitlet Miljö.

Bring Citymail följer globala riktlinjer

Vår rapport följer de riktlinjer för hållbarhetsredovisning som är uppsatta av den globala intresseorganisationen Global Reporting Initiative (GRI). Enligt extern utvärdering följer vi deras riktlinjer enligt nivå C+. Syftet är att redovisa verksamhetens hållbarhetspåverkan, positiv och negativ, som kan relateras till ekonomiska, miljömässiga och sociala frågor.



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

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 ett ramverk. 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.

RAMVERK FÖR VÅRT HÅLLBARHETSARBETE

KOMMUNIKATION

- Hållbarhetsrapportering
- Affärsplan
- Hemsida
- Övrig kommunikation

EXTERN PÅVERKAN

- Omvärldsanalys
- Marknadsutveckling
- Intressenter
- ISO 9001 och 14001
- OHSAS 18001

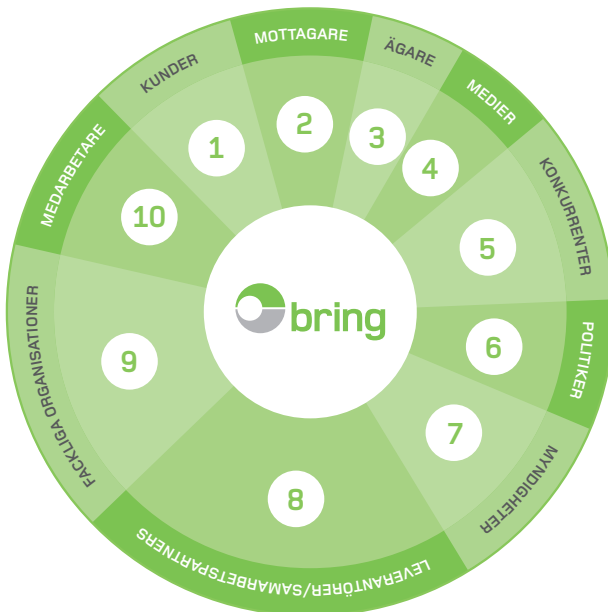


INTERNA RIKTLINJER OCH POLICIES

- Verksamhetspolicy
- Inköp
- Alkohol- och drogpolicy
- IT
- Brandskydd
- Diskriminering
- Fordon
- Media
- Föräldraskap
- Informationshantering

Bring Citymails omvärld

En löpande, professionell och transparent dialog med vår omvärld är ett viktigt verktyg för att förbättra vår verksamhet. Vi har identifierat ett antal intressentgrupperingar med utgångspunkt i att de påverkar oss och vi påverkar dem. På nästa sida 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

Viktiga frågor för våra främsta intressenter

Kunder


Kunden är grunden för hela vår verksamhet. Därför är nöjda kunder vårt absoluta fokus. Miljö och hållbarhet 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 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 mår 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.

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

Medarbetare


Bring Citymails företagskultur präglas av individuellt ansvar och engagemang. Därför uppmuntras enskilda initiativ. Det är högt i tak på Bring Citymail och chefsnivåerna är få, vilket gör det enkelt för den enskilde att bidra med synpunkter och idéer, 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 CITYMAILS
POSITION SOM
UTMANARE I BRANSCHEN
INNEBÄR ATT VI MÅSTE
VÅGA TÄNKA I ANDRA OCH
NYA BANOR – DET LEDER
TILL UTVECKLING.**



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 – men också samarbetspartners

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

Övriga

Viktiga intressenter är också politiker, myndigheter, fackliga organisationer och frivilligorganisationer. Det pågående avregleringsarbetet inom EU lockar utländska intressenter till Sverige och Bring Citymail för att studera den fria postmarknaden. I vår nationella expansion har kontakterna med lokala myndigheter spelat en avgörande roll för en framgångsrik start.

Med facket har Bring Citymail en god och sedan länge etablerad relation och ett formaliserat samarbete.

Bring Citymails verksamhet kontrolleras av PTS (Post- och telestyrelsen), som är den myndighet som bevakar områdena post och elektronisk kommunikation i Sverige. PTS är också en kunskapskälla för Bring Citymail när det gäller studier kring postverksamhet och information om lagar och regleringar.

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.



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

**» EN DISTRIBUTÖR
SOM UNDVIKER
ONÖDIGT SLÖSERI, OPTI-
MERAR RESURSER OCH
HJÄLPER SÅVÄL KUNDER
SOM MOTTAGARE ATT
SKICKA OCH TA EMOT
POST PÅ ETT HÅLLBART
SÄTT.**

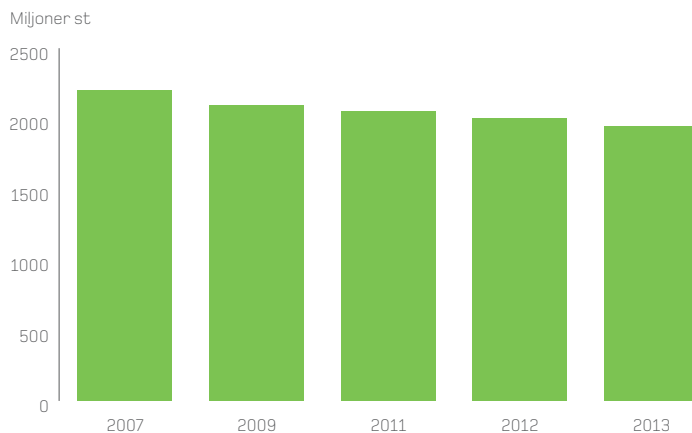
Vår del av marknaden

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 25 % 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. Minskningen ser 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.

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, tre procent årligen.

13,2 %

Bring Citymails marknadsandel på svenska postmarknaden.

Den industriella posten kan delas in i tre områden:

1. Administrativa brev (fakturor, kontoutdrag och saldobesked) cirka 45 %.
2. Adresserad direktreklam (direktreklam, marknadstidningar och kataloger) cirka 40 %.
3. Tidningar (populär- och fackpress) cirka 15 %.

Ovanstående indelning är en av Bring Citymail uppskattad andel per område. Bring Citymail har idag enligt Post- och telestyrelsen en marknadsandel på cirka 13,2 % av svenska postmarknaden (utdelade brev).

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 papperskorren 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.

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

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

Eftersom vi ser till att våra kunder når sina mottagare på mest effektiva sätt, hjälper vi dem att vårda sina varumärken. Samtidigt undviker vi onödiga trycksaker och transporter till människor som ändå inte ingår i målgruppen. Vi arbetar även via branschföreningen Swedma med etiska regler för direktreklam och har också utvecklat ett policydokument om god sed för direktreklam vilka vi alltid följer. Under 2013 har inga överträdelser av Swedmas regelsystem/frivilliga etiska 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 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.





KAPITEL 4

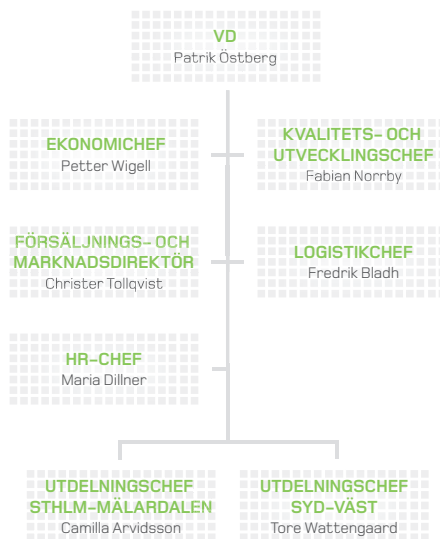
- Bolagsfakta
- Ordlista och definitioner
- Mätmetoder
- Redovisningens omfattning och avgränsningar
- Kontakt
- GRI korsreferens

Bolagsfakta

Ägare

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

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



ORGANISATIONSSCHEMA 2013

Bring Citymails organisation och styrning

Från och med 2012-03-22 innehas VD-posten av Patrik Östberg som 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
HAR UNDER
2013 INTE VARIT UTSATT
FÖR BÖTER ELLER
SANKTIONER UTIFRÅN
GÄLLANDE LAGAR OCH
REGLERINGAR, INKLUSIVE
MILJÖLAGSTIFTNING

Bring Citymails styrelse 2013-12-31

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

Vice styrelseordförande: **Gro Bakstad**, Koncerndirektör

Division Post, Posten Norge

Tone Wille, Koncerndirektör Ekonomi och Finans, Posten Norge

Einar Kirkebö, Koncerndirektör Mergers & Acquisitions, Posten Norge

Christian Brandt, Direktör 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 Citymails hållbarhetspåverkan. Påverkan från transporter, avfall och energi ansvarar Operations för, och chefen för lokaler och fordon, Thomas Petterson, fungerar även som Bring Citymails miljöchef.

Lagar och regleringar

Bring Citymail har under 2013 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):

		2013	2012	2011
KUNDER	Intäkter	811	780	771
LEVERANTÖRER	Inköpta godstransporter	54	53	53
	Övriga transportkostnader	0	0	0
	Lokalkostnader	85	81	79
	Övriga kostnader	122	129	152
ANSTÄLLDA	Löner	449	433	434
	Sociala avgifter	134	127	127
	Varav pensionskostnader	25	23	19
	Övriga personalkostnader	7	7	9
STAT OCH KOMMUN	Skatter	4	12	12
LÅNGIVARE	Räntor	-1	-1	-1
ÄGARE	Utdelning	0	0	0

Huvudkontoret i Stockholm, adress:

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

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

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.

Bring Citymail terminologi

CMC, Citymail Center, förkortat CMC, är Bring Citymails utdelningskontor. Det finns 109 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 ”splitas”, dvs. delas upp på våra lokala utdelningskontor, CMC.

* Källa: Naturvårdsverket.

Mätmetoder

Medarbetare:

Antal anställda

Antalet årsanställda vid periodens slut. Innefattar prov- och tillsvidareanställda, exklusive tjänstlediga, föräldralediga och vikarier.

Personalomsättning

Antal ordinarie som slutat som ett genomsnitt av medeltal anställda.

Total sjukfrånvaro

Korttids- 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 mottagaren

Andelen cykel, moped, bil är beräknad på ett snittvärde för dec 2013.

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.

Redovisningens omfattning och avgränsningar

Redovisningsperioden avser kalenderåret 2013 och är Bring Citymails sjätte hållbarhetsredovisning. Vår förra redovisning (2012) presenterades i augusti 2013. 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 och medarbetare.

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 Citymails 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, så kallade behovsanställda. Denna lösning är en del av företagets personalpolitik i syfte att anpassa oss till volymsvängningar i utdelningen. Behovsanställda 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	8–9
1.2	Beskrivning av påverkan, risker, möjligheter	Redovisas delvis	10–11, 56
2	ORGANISATIONSPROFIL		
2.1	Namn	Redovisas helt	59
2.2	Huvudsakliga produkter och tjänster	Redovisas helt	54–55
2.3	Organisationsstruktur	Redovisas helt	59
2.4	Huvudkontorets adress	Redovisas helt	61
2.5	Länder där verksamhet bedrivs	Redovisas helt	59–60
2.6	Ägarstruktur och bolagsform	Redovisas helt	59
2.7	Marknaden	Redovisas helt	54–55
2.8	Organisationens storlek	Redovisas helt	27–28, 61
2.9	Väsentliga förändringar under rapportperioden	Redovisas helt	65
2.10	Erhållna utmärkelser under rapportperioden	Redovisas helt	34, 39

	PROFIL		SIDA
3	RAPPORTPARAMETRAR		
	RAPPORTPROFIL		
3.1	Rapportperiod	Redovisas	65
3.2	Datum för senaste rapport	Redovisas	65
3.3	Rapportcykel	Redovisas	65
3.4	Kontaktuppgifter för frågor om rapporten	Redovisas	66
	OMFATTNING OCH AVGRÄNSNING		
3.5	Process för att bestämma rapportinnehåll	Redovisas	46, 65
3.6	Avgränsningar i rapporten	Redovisas	59, 65
3.7	Begränsningar i rapporten	Redovisas	65
3.8	Grunder för rapporten som påverkar jämförbarhet	Redovisas	59, 65
3.9	Mätmetoder och grunder för beräkningar	Redovisas	62–64
3.10	Förklaring till korrigeringar från tidigare rapport	Redovisas	65
3.11	Väsentliga skillnader i omfattning, avgränsning etc. jämfört med tidigare års rapporter	Redovisas	65
3.12	GRI innehållsindex	Redovisas	68–73
3.13	Policy och nuvarande tillämpning med avseende på att låta redovisningen externt bestyrkas	Redovisas	74
4	STYRNING, ÅTAGANDE OCH ENGAGEMANG		
	STYRNING		
4.1	Ledningsorganisation	Redovisas	59–60
4.2	Om högsta person i ledning också är verkställande	Redovisas	59–60
4.3	Antal oberoende, icke-verkställande styrelseledamöter	Redovisas	60
4.4	Mekanismer för aktieägare och anställda att ge rekommendationer till högsta beslutande organ	Redovisas	28, 51

	PROFIL		SIDA
4.8	Interna värderingar, koder och principer relevanta för hållbarhetsprestanda och dess implementeringsstatus	Redovisas	28-30, 42
	ENGAGEMANG I EXTERNA INITIATIV		
4.11	Organisationens hantering av försiktighetsprincipen	Redovisas	62-63
4.12	Anslutning till externa frivilliga koder, principer eller andra initiativ	Redovisas	26-27, 53
4.13	Medlemskap i föreningar/organisationer	Redovisas	26-27, 53
	ENGAGEMANG I INTRESSENTER		
4.14	Intressenter som involverats av organisationen	Redovisas	49
4.15	Princip för identifiering och urval av intressenter	Redovisas	49
4.16	Metod för dialog med intressenter, frekvens	Redovisas	49-53
4.17	Nyckelfrågor som har kommit fram genom engagemang med intressenter samt hur väl organisationen svarar upp mot dessa	Redovisas	50-53
	INDIKATORER		SIDA
	EKONOMISKA INDIKATORER		
	EKONOMISK PRESTATION		
EC1	Genererat ekonomiskt värde	Redovisas	45, 61
EC2	Ekonomiska effekter som följer av klimatförändring	Redovisas delvis	47
	INDIREKT EKONOMISK PÅVERKAN		
EC9	Indirekta ekonomiska effekter och omfattning av dessa	Redovisas delvis	11-13
	MILJÖINDIKATORER		
	ENERGI		
EN3	Direkt energikonsumtion	Redovisas delvis	19
EN4	Indirekt energikonsumtion	Redovisas	21

	INDIKATORER		SIDA
EN5	Total energibesparing	Redovisas delvis	19–20
EN6	Initiativ för att tillhandahålla energieffektiva och förnyelsebara produkter och tjänster	Redovisas delvis	17–20
EN7	Initiativ för att minska indirekt energikonsumtion	Redovisas delvis	20
	UTSLÄPP OCH AVFALL		
EN16	Direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser	Redovisas	19–20
EN17	Andra indirekta utsläpp av växthusgaser	Redovisas	20–21
EN18	Initiativ för att minska utsläpp av växthusgaser	Redovisas	22
	PRODUKTER OCH TJÄNSTER		
EN26	Initiativ för att mildra produkters och tjänsters miljömässiga påverkan	Redovisas	17–19
	ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER		
EN28	Böter och icke-monetära sanktioner för bristande efterlevnad av miljölagstiftning	Redovisas	60
	TRANSPORTER		
EN29	Väsentlig miljömässig påverkan avseende transporter	Redovisas delvis	18–20
	TOTALT		
EN30	Utgifter och investeringar för att skydda miljön	Redovisas delvis	17–22, 56
	ARBETSINDIKATORER		
	ANSTÄLLDA		
LA1	Alla anställda	Redovisas delvis	27–28
LA2	Personalomsättning	Redovisas delvis	29

	INDIKATORER		SIDA
LA3	Förmåner till heltidsanställda	Redovisas	37
	RELATION MELLAN ANSTÄLLDA OCH LEDNING		
LA4	Kollektivavtal	Redovisas	37
LA5	Varselperiod	Redovisas	37
	ARBETSMILJÖ		
LA6	Hälso- och säkerhetskommittéer/-utskott	Redovisas	29–30
LA7	Skada och sjukfrånvaro	Redovisas	32–33
LA8	Rådgivning vid allvarlig sjukdom	Redovisas	33
LA9	Avtal med fackföreningar	Redovisas	29–30, 35
	UTBILDNING		
LA10	Utbildningstimmar	Redovisas delvis	35
LA11	Utbildning och principer för anställbarhet, avgång mm	Redovisas delvis	34–35, 37
LA12	Utvärdering av prestation och karriärsutveckling	Redovisas	34
	MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET		
LA13	Styrelse, ledning och anställda uppdelat på mångfaldsindikatorer	Redovisas delvis	27–29
LA14	Förhållandet mellan kvinnors och mäns ersättning	Redovisas delvis	29
	ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER		
S08	Monetära och icke-monetära sanktioner för bristande uppfyllnad av lagar och regler	Redovisas	60

	INDIKATORER		SIDA
	PRODUKTANSVARSINDIKATORER		
	KUNDERS HÄLSA OCH SÄKERHET		
PR2	Rättsfall avseende hälsa och säkerhet	Redovisas	60
	MÄRKNING AV PRODUKTER OCH TJÄNSTER		
PR4	Antal överträdelser av lagar för produktinformation och märkning	Redovisas	60
PR5	Tillvägagångssätt för att ta reda på kundnöjdhet	Redovisas	25–26, 50
	MARKNADSKOMMUNIKATION		
PR6	Anslutning till standarder och koder som rör marknadskommunikation	Redovisas	26–27, 56
PR7	Incidenter som rör överträdelser inom marknadskommunikation	Redovisas	60
	KUNDERS INTEGRITET		
PR8	Klagomål avseende kunders integritet och förlust av kundinformation	Redovisas delvis	25–26
	ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER		
PR9	Böter vid bristande efterlevnad av lagar och regler	Redovisas	60

Utlåtande från oberoende granskning

Det här är ett utlåtande från den oberoende granskningen som gjorts av Respect Sustainable Business AB (Respect) för Bring Citymail Sweden AB (Bring Citymail) avseende Hållbarhetsredovisning 2013 för perioden 1 januari – 31 december 2013, 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

Uifrån 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 G3.1 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 G3.1 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 juni 2014:

- 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.
- Samtal 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 resultatindikatorer 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 visat exempel på aktiviteter för att säkerställa att hållbarhetsredovisningen omfattar de viktigaste frågorna för berörda intressenter.

Fullständighet

Bring Citymail har interna processer och metodik för att genomföra löpande dialog med intressenterna och har under året fört kontinuerliga dialoger med sina intressenter.

Lyhörddhet

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 säkerställer en oberoende roll i uppdraget genom att tillsätta ett gransknings-team som inte är eller har varit involverad i projekt med Bring Citymail under redovisningsperioden och som skulle kunna ha haft inverkan på teamets oberoende eller objektivitet. 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 RSB AB

Stockholm, 2014-06-19



Erik Adriansson



Alexandra Frenander



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-92

respect
SUSTAINABLE BUSINESS



Bring Citymail Sweden AB, huvudkontor

Box 90108, 120 21 Stockholm

Växel: +46 8 709 43 00

Fax: +46 8 709 43 43

E-mail: citymail@bringcitymail.com