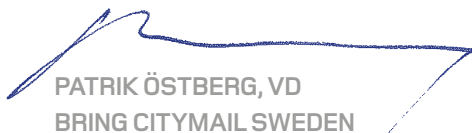


Hållbarhetsredovisning 2014





BRING CITYMAIL ÄR EN DEL AV
LÖSNINGEN PÅ DE PROBLEM SOM
SAMHÄLLET STÅR INFÖR. VI SKA GENOM VÅR
VERKSAMHET BIDRA TILL ETT HÅLLBART
SAMHÄLLE UTIFRÅN SAMTLIGA ASPEKTER:
MILJÖPÅVERKAN, EKONOMI OCH SOCIALT
ANSVAR.



PATRIK ÖSTBERG, VD
BRING CITYMAIL SWEDEN

Innehåll

| | | |
|------------------|---------------------------------------|----|
| | INLEDNING..... | 6 |
| | BRING CITYMAILS | |
| | HÅLLBARHETSARBETE PÅ 2 MINUTER..... | 7 |
| | BRING CITYMAILS VIKTIGASTE | |
| | HÅLLBARHETSRESULTAT 2014..... | 10 |
| | BRING CITYMAILS PLANERADE | |
| | HÅLLBARHETSINSATSER 2015..... | 11 |
| | KLIMATKOMPENSATION VIA LIFESTRAW..... | 12 |
| | FRÅGOR OCH SVAR..... | 14 |
| KAPITEL 1 | MILJÖ..... | 16 |
| KAPITEL 2 | KUNDER..... | 24 |
| | MEDARBETARE..... | 31 |
| KAPITEL 3 | BRING CITYMAIL – VILKA ÄR VI?..... | 40 |
| | STRATEGI OCH ANSATS..... | 48 |
| | BRING CITYMAILS OMVÄRLD..... | 51 |
| | VÅR DEL AV MARKNADEN..... | 56 |
| KAPITEL 4 | BOLAGSFAKTA..... | 60 |
| | ORDLISTA OCH DEFINITIONER..... | 64 |
| | MÄTMETODER..... | 66 |
| | REDOVISNINGENS OMFATTNING | |
| | OCH AVGRÄNSNINGAR..... | 67 |
| | KONTAKT..... | 68 |
| | GRI KORSREFERENS..... | 70 |

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.

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.

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 arbetar konsekvent för att minska vår miljöpåverkan. 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 ser också att vi har en viktig roll som arbetsgivare och har därför påbörjat ett fördjupat hållbarhetsarbete för att stärka vårt samhällsengagemang. Målet är att skapa större möjlighet för utsatta grupper att komma in på arbetsmarknaden.

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

– Vi har en öppen företagskultur där alla ges möjlighet att vara delaktiga i vårt förbättringsarbete, och 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.



Patrik Östberg, VD
Bring Citymail Sweden,
Stockholm, juni 2015.



DET KÄNNES
SAMMANTAGET
VÄLDIGT TILLFREDS-
STÄLLANDE 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.

Vad är målet för Bring Citymails hållbarhetsarbete?

– Vår vision är förstås att 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 fortsätta driva utvecklingen i rätt riktning. Vi ser en viss variation i hur väl våra enheter lyckas arbeta med minskade utsläpp från fordon. Samtliga enheter har enskilda mål för 3% förbättring jämfört med föregående år, som ett led i att uppnå en minskning i våra utsläpp den kommande 3-årsperioden. Vi ser också att utsläppen via tjänsteresor med flyg behöver adresseras tydligt då vi de senaste två åren haft en trend i fel riktning.

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. Privatbilismen kommer att minska i framtiden, framförallt i storstadsområdena. Här kan våra tjänster med klimatneutrala och på sikt utsläppsfria fordon underlätta en sådan övergång via hemleveranser.


– Vi har örat mot marken för våra kunders behov och fortsätter utveckla arbetssätt och tjänster för att kunna distribuera försändelser på mottagarnas villkor. Exempel är pionjärprojekten för samdistribution av morgontidningar och post samt e-handelsleveranser av apoteksvaror för att nämna några nyheter

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

– Vi 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.

– För oss är hållbarhet också 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. Bring Citymail är en del av lösningen på de problem som samhället står inför. Vi ska genom vår verksamhet bidra till ett hållbart samhälle utifrån samtliga aspekter: miljöpåverkan, ekonomi och socialt ansvar. Under 2014 har vi successivt införlivat morgontidningsdistributionen i Stockholm i vår verksamhet. Samgåendet stärker vår roll på arbetsmarknaden som en inkluderande arbetsgivare, då många medarbetare i det nya bolaget är nyanlända till Sverige och har utomnordisk bakgrund. Vi behöver dock anstränga oss än mer i frågan om jämn könsfördelning på chefspositioner. Målet är en positiv utveckling både när det gäller än mer ökad integration på våra arbetsplatser och jämnare könsfördelning under den kommande 5-årsperioden.

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**
ÄR EN DEL
AV LÖSNINGEN PÅ
DE PROBLEM SOM
SAMHÄLLET STÅR
INFÖR. VI SKA GENOM VÅR
VERKSAMHET BIDRA TILL
ETT HÅLLBART SAMHÄLLE
UTIFRÅN SAMTLIGA
ASPEKTER: MILJÖ,
EKONOMI OCH SOCIALT
ANSVAR.

Bring Citymails viktigaste hållbarhets- resultat 2014

Under 2014 har vi:

- Omcertifierat oss inom samtliga områden enligt ISO 9001 kvalitet, 14001 miljö, OHSAS 18001 arbetsmiljö med fortsatt mycket goda omdömen från revisorerna.
- Minskat vår drivmedelsförbrukning med 24000 liter, som ett resultat av att vi bytt ut 50 befintliga bilar mot drivmedels-snålare bilar i fordonsparken. Börjat 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.
- Inom HMS (hälsa, arbetsmiljö, säkerhet) infört cykelhjälmkrav för våra brevbärare. Även höjt kunskapsnivån för våra skyddsombud med ytterligare utbildning under år 2 i rollen. Uppnått måltalet 2400 nästanolyckor (tillbud) efter ökat fokus i hela organisationen. Detta är väsentligt då statistiska relationen är ju fler anmälda nästanolyckor, desto färre faktiska arbetsskador. Vi har också integrerat koncernens säkerhetsstandard för HMS i vårt verksamhetssystem.
- I Stockholmsregionen skapat nya distributionsmöjligheter och synergier genom samgående med tidningsdistributör. Vi har upprätthållit vår leveranskvalitet på i snitt 98,9% men också arbetat målmedvetet för att öka den upplevda leveranskvaliteten hos kunderna, som ligger något lägre.
- Med utgångspunkt i GRI G4 redovisningskriterier som innebär fokus på våra mest väsentliga aspekter för hållbarhet, har vi frågat våra kunder vad de anser vara viktiga hållbarhetsfrågor genom att göra en intressentanalys.
- Vi har arbetat med en fördjupad hållbarhetsdefinition för Bring Citymails verksamhet i syfte att tydligare bredda vårt fokus från huvudfrågan miljöpåverkan till sociala frågor i ett samhällsperspektiv.

Bring Citymails planerade hållbarhets- insatser 2015

Under 2015 kommer vi bland annat:

- Fortsätta minska vår miljöpåverkan via lägre drivmedelsförbrukning (t ex ännu fler drivmedelssnålare bilar, utbilda fler bilförare i ECO-driving, begära högre miljöklass på köpta transporter (mål är 85 % euroklass 5)
- Inom HMS (hälsa, arbetsmiljö, säkerhet) i produktionslinjen genomföra individuella säkerhetssamtal i syfte att minska riskbeteenden kombinerat med fördjupad arbetsmiljöutbildning för våra chefer och arbetsledare. Genomföra stickprovsrevisioner på utvalda enheter mot koncernens HMS Säkerhetsstandard (hälsa, arbetsmiljö, säkerhet).
- Vi ska fortsätta utveckla och förbättra vår distribution av försändelser, exempelvis genom att centralisera vår sorteringsverksamhet och renodla utdelningsorganisationen, inleda ytterligare samarbetsprojekt med tidningsdistributörer i landet samt leverans av nya e-handelsprodukter
- Genomföra ny NKI-undersökning (Nöjd Kund Index) med mål att höja resultatet samt använda svar från intressentanalysen i vårt fortsatta hållbarhetsarbete
- Inrätta en Hållbarhetsgrupp för att stötta och driva ett starkare samhällsengagemang i företaget. Gruppen ska under 2015 lägga grunden för företagets framtida satsning. Arbetet ska ske genom att utbilda organisationen samt tillhandahålla verktyg och information för att underlätta inkludering på Bring Citymails arbetsplatser. Målet är att skapa större möjlighet för utsatta grupper att komma in på arbetsmarknaden



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

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-, fordon- 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 hittills

Sedan starten har Bring Citymail investerat ca 2 miljoner kronor i LifeStraw. För år 2014 kommer ytterligare 640 000 kronor gå till projektet, vilket innebär att Bring Citymail totalt sett t o m 2014 har möjliggjort tillgången till ca 5400 rör för behövande familjer i Kenya. 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

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

Frågor och svar

Vad innebär klimatkompensation?

Kompensera för sina egna klimatutsläpp gör man i så kallade klimatprojekt enligt en viss standard (t ex CDM, Clean Development Mechanism eller som i vårt fall Gold Standard), vars syfte är att leda till minskad energianvändning eller övergång till förnyelsebar energi. Klimatprojekten 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 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.*

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.

KAPITEL 1

■ Miljö



Miljö

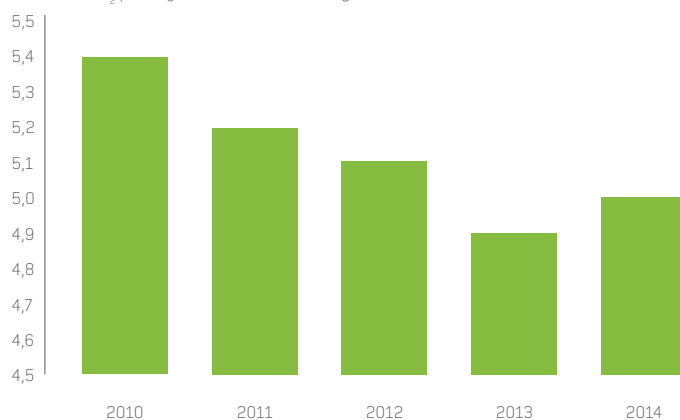
Eftersom logistik och transporter är en naturlig del av Bring Citymails verksamhet är också utsläpp från transporter vår största påverkan. Vi fortsätter arbetet att kontinuerligt minska utsläppen – både från godstransportörernas och våra egna fordon – genom att mäta och successivt reducera vår påverkan.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

Planerade åtgärder under 2015

- Fortsätta minska drivmedelsförbrukningen
- Ytterligare 100 förare utbildas i Eco-driving (totalt 750 hittills)
- Inköp av 120 Fiatbilar, utbyte av gammal vagnpark
- Byta ut allt fler köpta transporter mot bilar med Euroklass 5 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

Fortsätta 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)

Antal ton CO₂ per miljon kronor i omsättning.



* Uppföljning av drivmedelsförbrukning

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

**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 2014 nådde försändelserna våra mottagare med hjälp av: Cykel 55 %, moped 23 % och bil 21 % (snittvärde december 2014).

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 2015 är att:

- 85 % av fordonen för våra transporter mellan Stockholm-Göteborg och Malmö-Göteborg skall vara av minst Euroklass 5 eller bättre
- 3 ggr per år diskutera bränsleavtal samt fyllnadsgrad 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 2005–2014 har vi utbildat omkring 750 personer och under 2015 kommer ytterligare 100 förare att utbildas.

Tjänstebilar och tjänsteresor

Under 2009 infördes nya riktlinjer när det gäller tjänstebilar och tjänsteresor. Av totalt 60 tjänstebilar är idag 100 % miljöbilar (enligt Transportstyrelsens definition). Tjänsteresor har tyvärr ökat pga omstrukturering med ansvar för fler regioner och i vissa befattningar ökat samarbete med Norge.

| | 2014 | 2013 | 2012 |
|-------------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| ANDEL MILJÖBILAR AV TJÄNSTEBILAR | 100 % | 98 % | 98 % |
| UTSLÄPP FRÅN TJÄNSTEBILAR | 22 ton CO ₂ | 21 ton CO ₂ | 20 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 5,4% under 2014.

För första gången på 5 år vände CO₂ kurvan upp under 2013, en trend som följer med oss in i 2014 med en ökning på 7,3% CO₂ mot föregående år. Anledningen är att framför allt flygresor ökat med 165 ton.

| BRÄNSLE | LITER 2014 | LITER 2013 | LITER 2012 |
|---------|------------|------------|------------|
| BENSIN | 124 327 | 146 487 | 159 716 |
| DIESEL | 663 636 | 665 637 | 669 155 |
| ETANOL | 1731 | 1911 | 2344 |
| BIOGAS | 1183 | 2735 | 2966 |

SEDAN 2005
HAR VI UTBILDAT
OMKRING 750 PERSONER
I ECO-DRIVING. UNDER
2015 UTBILDAS YTTERLI-
GARE 100 FÖRARE.

**NÄR VI TVÄTTAR
VÅRA FORDON
SKER DET I SÄRSKILDA
HALLAR MED OLJEAV-
SKILJNING.**

| UTSLÄPP – VÄXTHUSGASER | 2014 | 2013 | 2012 |
|--|-------------|-------------|--------------|
| CO ₂ UTSLÄPP (TON CO ₂ EKVIVALENTER) | | | |
| DIREKTA UTSLÄPP: | | | |
| Egna utdelningsfordon | 1856 | 1932 | 1970 |
| Tjänstebilar | 22 | 21 | 20 |
| Totalt | 1878 | 1953 | 1990 |
| INDIREKTA UTSLÄPP: | | | |
| El* | 110 | 88 | 102 |
| Fjärrvärme olja | 644 | 640 | 621 |
| Naturgas för egen uppvärmning | 56 | 73 | 66 |
| Tjänsteresor | 381 | 215 | 155 |
| Godstransporter | 1222 | 1030 | 990 |
| Totalt | 2413 | 2046 | 1934 |
| TOTALA DIREKTA OCH INDIREKTA UTSLÄPP | 4292 | 3999 | 3 923 |

* 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 2014 är därför beräknad per kvadratmeter utifrån ett genomsnittsvärde för lokaler i Sverige. Vi ser att miljö-el ska vara förstahandsvalet och driver aktivt denna fråga även med andra hyresgäster i gemensamma fastigheter.

| EL | MWH 2014 | MWH 2013 | MWH 2012 |
|---------------------------|----------|----------|----------|
| FÖRNYELSEBARA KÄLLOR | 4 425 | 4 664 | 4 422 |
| ICKE FÖRNYELSEBARA KÄLLOR | 1 991 | 1 968 | 1 927 |
| TOTALT | 6 416 | 6 632 | 6 349 |

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.

Vårt miljömål

Målet för 2015 är att sänka våra utsläpp med 2% mot utfall 2014 i förhållande till omsättning, en minskning med 0,1 ton per miljon kronor i omsättning jämfört med 2014. 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.
- 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 och vi har inte haft informationsläckor som kunnat påverka kundrelationerna negativt. 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 baserat på inkomna svar från 380 av 1453 respondenter (28%). En ny undersökning planeras till februari 2015. De åtgärder och handlingsplaner som tagits fram som ett resultat av tidigare genomförda undersökningar har definierats i Bring Citymails affärsplan för 2015. Vår vilja att förbättra och vår förmåga att lyssna på våra kunder har tidigare bidragit till höjningen, liksom servicekänslan som personifieras av våra Cityman (brevbärare). Under 2015 fortsätter vi att fokusera på

UNDER 2014 HAR VI:

- Arbetat med att öka förståelsen hos kunderna kring konkurrensen på svenska postmarknaden – varför kunderna tjänar på att det finns fler än en postoperatör och vad som Bring Citymail gör unikt.
- Arbetat för att öka den upplevda leverans- kvaliteten hos kunderna.
- Som ett led i att hitta hållbara synergier startat pionjärprojektet för samdistribution av morgontidningar och post i Stockholms-området. Inlett diskussioner med fler tidningsdistributörer i landet
- Fortsatt att utveckla vårt koncept för leveranser av brevlådepaket, samt e-handelsleveranser (t ex matkassar, apoteksvaror)
- Tagit reda på mer om vad våra kunder anser vara viktiga frågor i vårt hållbarhetsarbete, framförallt inom CSR.

5,5 punkter

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

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 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.

Intressentanalys kunder

För att ännu bättre kunna möta våra kunders förväntningar, men också säkerställa de nya redovisningskraven i GRI 2015 (Global Reporting Initiative), har vi initierat en intressentanalys med ett antal av våra medelstora samt stora kunder, då våra kunder utgör en av våra största intressentgrupper. Analysen genomfördes med hjälp av strukturerade frågor som först skickades till kund i skriftlig form samt i vissa fall följdes upp vid möte med ansvarig säljare från Bring Citymail. De svarande är inköpare, inköpschefer samt marknadschefer från olika delar av kundspektrat – privata tjänster och varor likväl som statligt ägda företag.

Intressentfrågor

- Hur uppfattar du arbetet med hållbarhet/CSR på Bring Citymail?
- Anser du att ni har (fått) tillräcklig information om vårt arbete med hållbarhet? Om nej, vad tycker du fattas?
- Hur önskar ni få information och/eller kommunicera med oss kring vårt hållbarhetsarbete framöver? (frekvens och kanaler)

* Bring Citymail registrerar dagligen samtliga avvikelser i ett internt uppföljningssystem. Utifrån detta räknas leveranssäkerheten fram. Mätningen verifieras löpande mot den leveranssäkerhetsmätning som IPSOS gör på vårt uppdrag.

- Vilket eller vilka områden inom hållbarhet anser du är viktigast för Bring Citymail? (T ex miljö, socialt ansvar/samhällsengagemang, anti-korruption etc.)
- Vilka aspekter inom dessa områden är det viktigast att vi arbetar med och redovisar till dig som kund? (T ex transporter, sociala hänsyn/arbetstillfällen, etiska riktlinjer etc.)
- Är det viktigt för er att ha insyn i nästa led? Om ja, på vilket sätt/nivå?
- Ställer era egna intressenter några specifika krav som vi behöver samarbeta kring?
- Finns det något annat du vill berätta eller tillägga som knyter an till de frågor vi pratat om

Svarsfrekvens

Svarsfrekvensen var tyvärr inte så hög som önskat (7 av 30 tillfrågade), men baserat på faktiskt inkomna svar, tidigare dialoger och strömningar i kundkontakter och kundsammanhang så tror vi att det är möjligt att dra vissa slutsatser inför vårt fortsatta arbete.

Ökat intresse för samhällsengagemang och socialt ansvar

Bring Citymails miljöpåverkan är fortsatt en prioriterad fråga för samtliga svarande, men även goda arbetsvillkor nämns. Utöver detta nämner 5 av 7 svarande något som våra säljare också uppmärksammat som en allt viktigare fråga de senaste 1–2 åren: hållbarhet ur aspekten socialt ansvar. Det vill säga om och hur Bring Citymail har ett samhällsengagemang och arbetar för att bidra till samhället. Exempelvis genom att erbjuda arbetstillfällen för (ungdomar, personer med utomnordisk bakgrund m fl) utsatta grupper på arbetsmarknaden. Detta ligger helt i linje med Bring Citymails satsning mot ett stärkt samhällsengagemang, och det gläder oss att våra kunder stöder vår inriktning mot detta.

Detta är något som våra säljare bekräftar från sina kundkontakter, exempel på detta är deltagande i heldagsträff anordnad av kund om CSR (Corporate Social Responsibility), att våra säljare alltmer frekvent erhåller krav på redovisning av hur och i vilken omfattning Bring Citymail arbetar med sociala hänsyn.

UNDER 2015 KOMMER VI:

- Vi ska fortsätta utveckla och förbättra vår distribution av försändelser, exempelvis genom:
- – Ytterligare samarbetsprojekt med tidningsdistributörer i landet
- – Leverans av nya e-handelsprodukter
- – Större geografisk täckning.
- Genomföra ny NKI-undersökning (Nöjd Kund Index) med mål att höja resultatet.
- Använda svar från intressentanalysen och annan viktig information från möten med våra kunder i vårt fortsatta hållbarhetsarbete.

98,9%

Vår uppmätta leveranssäkerhet vid utgången av 2014 (R12 – mätresultat 12 månader bakåt i tiden från angiven tidpunkt)

Även konkreta, specifika krav förekommer i upphandlingar (t ex att Bring Citymail ska ha viss % anställda utifrån sociala hänsyn).

Kundernas svar

Nedanstående tabell redogör för hur ofta de svarande önskar information, via vilken kanal och vilka områden man anser är viktiga för Bring Citymail att arbeta med och redovisa ur ett hållbarhetsperspektiv. Ingen av de svarande önskar information om hur vi arbetar i ”nästa led” i dagsläget, dvs våra underleverantörer, men förutsätter att detta är något vi kontrollerar.

| FREKVENS | KANALER | MILJÖ-PÅVERKAN | ARBETS-VILLKOR | SOCIALA ASPEKTER |
|---------------|-------------|----------------|----------------|------------------|
| INTE FÖR OFTA | MEJL | • | | • |
| SOM NU | SOM NU | • | | • |
| 2 GGR/ÅR | MEJL | • | • | |
| 4 GGR/ÅR | MEJL/LÄNK | • | • | • |
| 2 GGR/ÅR | NYHETS-BREV | • | | • |
| 2 GGR/ÅR | INTE ALLS | • | | |
| OFTARE | SÄLJBE-SÖK | • | • | • |

Uppfattningen om i vilken utsträckning Bring Citymail behöver förbättra dialogen med kund kring innehållet i vårt hållbarhetsarbete varierar stort, men med utgångspunkt i att några svarande inte upplever att de har uppdaterad eller någon kunskap alls om detta, ser vi att ett omtag kommer genomföras under 2015. Det är viktigt för oss att nå ut till våra kunder, säkerställa en bra dialog samt att de har tillgång till rätt information.

Vårt fortsatta arbete

Vi kommer fortsätta intressentanalysen löpande under 2015 och ytterligare stärka vår kunskap om kundernas önskemål och behov. Samtliga medarbetare på säljavdelningen har fått en inledande genomgång av hållbarhetsredovisningen (av miljö- och fastighetschef samt arbetsmiljöansvarig HR). Nytt informationsmaterial och nya rutiner som stöd för säljavdelningen i kundkontakterna kring vårt hållbarhetsarbete kommer att tas fram.

Vi har också inrättat en Hållbarhetsgrupp för att stötta och driva ett starkare samhällsengagemang i företaget, gruppen ska under 2015 lägga grunden för detta. Arbetet ska ske genom att utbilda organisationen samt tillhandahålla verktyg och information för att underlätta inkludering på Bring Citymails arbetsplatser. Målet är att skapa större möjlighet för utsatta grupper att komma in på arbetsmarknaden.

Marknadskommunikation och budskap

Hållbarhetsarbetet kommer fortsatt att bli en central del i vårt budskap under 2015. 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 stödja en uppsättning värderingar inom mänskliga rättigheter, arbetsrättsnormer och miljöpraxis och synliggöra behovet av att företag tar sin del av ansvaret för framtidsfrågorna för världens överlevnad. Anslutna företag åtar sig att aktivt 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.





Medarbetare

Ur ett socialt perspektiv innebär hållbar utveckling också att ta vara på den kompetens som redan finns i företaget. Det handlar även 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 | 655 | 74 % | 26 % |
| GÖTEBORG | 258 | 62 % | 38 % |
| MALMÖ | 243 | 60 % | 40 % |
| MÄLARDALEN | 302 | 59 % | 41 % |
| GOTLAND | 15 | 67 % | 33 % |
| TOTALT: | 1 473 | 67 % | 33 % |

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

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

I samtlig statistik ingår endast prov- och tillsvidareanställda, inte timanställda eftersom deras representation varierar kraftigt. Beräknat utifrån arbetad tid representerade behovsanställda cirka 16,6% av Bring Citymails totala arbetsstyrka under 2014. Medelåldern inom administrationen är 39 år och 29,4 år i utdelningen. Av medarbetarna i utdelningen är 33,8% 18–25 år, vilket visar att vi är en stor ungdomsarbetsgivare.

BRING CITYMAILS VÄRDERINGAR

- ÄRLIGHET
- RESPEKT
- SAMARBETE
- ÖPPENHET
- MOD

UNDER 2014 HAR VI:

- Omcertifierat oss enligt OHSAS 18001 arbetsmiljö.
- Höjt vårt NMI (Nöjd Medarbetar Index) från 75 till 76 punkter 2014
- Drivit "Ta2 – rapportera två", d v s att medarbetare ska ta två sekunder för att reflektera och riskbedöma i arbetet samt anmäla minst två nästanolyckor per år och person (uppnått måltal 2400st)
- Utbildat utvalda chefer i granskningsmetodik, en fördjupad analys av allvarliga nästanolyckor och arbetsskador
- Integrerat koncernens HMS säkerhets-standard i vårt verksamhetssystem
- Genomfört en fördjupad arbetsmiljöutbildning även med våra coacher (arbetsledare) för att stärka arbetet med beteendeförändring ute i linjen
- Infört ny rutin för samlad samverkan med organisationens alla skyddsombud i respektive region 4 ggr/år. Regionchefer, lokala enhetschefer samt vid behov arbetsmiljöansvarig HR deltar.

ÅRLIG MEDARBETARUNDERSÖKNING

- Görs tillsammans med hela Bringkoncernen.
- Svarsfrekvensen för 2014 var 96 %.
- De som tillfrågas är prov-, tillsvidare- och fastanställda. Ej behovsanställda.
- Fungerar som ett uppföljnings-verktyg för chefer.

88 %

Andel anställda i medarbetarundersökningen som svarade ja på frågan om de haft medarbetarsamtal de senaste 12 månaderna.

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 dialog genom exempelvis morgonmöten, träffar för enhetschefer, 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.

En annan viktig dialog med medarbetarna sker i det årliga utvecklingssamtalet. Syftet med dessa samtal är att tydliggöra individuella mål och handlingsplaner som ska vara direkt kopplade till företagets övergripande strategier. I den senaste medarbetarundersökningen svarade 88 % av medarbetarna att de haft ett medarbetarsamtal de senaste 12 månaderna.

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

Ur ett socialt perspektiv innebär hållbar utveckling också att ha en bra arbetsmiljö, både psykosocialt och fysiskt. Redan i rekryteringsfasen lägger vi stor vikt vid att de som erbjuds jobb på Bring Citymail också ska trivas. 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.

För att börja jobba hos oss som Cityman behövs ingen speciell utbildning. 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 policies som exempelvis jämställdhetspolicy, rekryteringspolicy och policy mot diskriminering och kränkande särbehandling.

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). Den årligen återkommande medarbetarundersökningen visar att HMS är väl förankrat hos medarbetarna och att de känner till både de säkerhetsrutiner och de risker som är förknippade med arbetet. Det är glädjande att se att t ex följande påståenden ligger bland de högsta i medarbetarundersökningen:

- PÅ MIN ENHET STÅR HMS (HÄLSA, MILJÖ OCH SÄKERHET) REGELBUNDET PÅ AGENDAN VID MÖTEN
- JAG HAR FÅTT TILLRÄCKLIG UPPLÄRNING OCH UTBILDNING FÖR ATT KUNNA UTFÖRA MINA ARBETSUPPGIFTER

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 har två år i rad 2013 och 2014, erhållit utmärkelsen "Årets Karriärföretag" av Karriärföretagen – ett återkommande 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.



Utmärkelsen Årets Karriärföretag – två år i rad.

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: 6 900 timmar

Introduktionstimmar*: 37 000 timmar

Totalt: 43 900 timmar

Genomsnitt per anställd: 30 timmar

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.

Aktiv 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.

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 representanter från arbetsgivar- och

arbetstagarsidan som vi samverkar med i de här frågorna.

Under 2014 har steg tagits för att bredda jämställdhetsarbetet mot att omfatta även mångfald och inkludering och övergå från jämställdhetsplan till likabehandlingsplan.

Av den totala arbetsstyrkan är 33 % kvinnor, vilket även speglas väl på chefsnivå. Här är andelen 34 % kvinnor. I ledningsgruppen finns två kvinnor av totalt nio 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 medarbetare

Under 2014 hade vi en personalomsättning på 17 %. 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 (s.k. granskning). Under 2014 utbildades 8 chefer och HR-medarbetare i denna metodik i syfte att möjliggöra ännu fler granskningar. Omkring 160 av Bring Citymails anställda (ca 11 % av 1473 medarbetare) deltar i centrala och regionala skyddskommittéer och i lokala arbetsmiljögrupper, genom dem är de anställda

UNDER 2015 KOMMER VI:

- Vara fortsatt certifierade enligt OHSAS 18001 arbetsmiljö.
- Upprätthålla en hög rapportering av nästanolyckor (tillbud) i syfte att minska antalet faktiska arbetsskador.
- Implementera individuella säkerhetssamtal i produktionslinjen.
- Se över att införa en internet-baserad hälsotjänst för vår administrativa personal.
- Fortsätta utbilda våra chefer i arbetsmiljöfrågor för att skapa en ännu starkare säkerhetskultur ute i linjen.
- Påbörja omarbetning av jämställdhetsplanen mot en likabehandlingsplan för att ytterligare främja mångfald och inkludering på våra arbetsplatser.

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.

representerade gentemot ledning och ägare. Vi prioriterar samverkan med arbetstagsidans 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. Under 2014 infördes en ny rutin för samverkan med skyddsorganisationen där alla skyddsombud i respektive region samlas för heldagsträff 2 ggr respektive 2 halvdagsträffar per år. Medverkar gör regionchefer och lokala enhetschefer samt vid behov arbetsmiljöansvarig HR.

Arbetsmiljöcertifiering genomförd

Under 2014 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 2000 anmälda nästanolyckor, men nådde under 2013 inte riktigt målet på 1500 anmälningar. Vi satte fokus på en ökad kvalitet i rapporteringen, men tappade fart i antal. Målet för 2014 var två anmälda nästanolyckor per år och person, totalt 2400 vilket också uppnåddes. Syftet med rapporteringen är att få ett större och bättre underlag för det förebyggande, systematiska arbetsmiljöarbetet och minska antalet faktiska skador.



Arbetsskador

Inga dödsfall har skett under året. Alla tillbud och arbetsskador följs upp med åtgärdsförslag. Av alla arbetsskador (806 stycken) som rapporterades in under fallskada (26 %), skada där Cityman slog eller stötte emot något (19 %), fordonsolycka (16 %) och fysisk överbelastning (12 %).

88 % (713) olyckor

4 % (35) färdolycksfall vid färd till eller från arbetsplatsen

7 % (56) sjukdom eller annan ohälsa

0 % (2) fritidsskada

Sjukfrånvaro

Under 2014 var totala sjukfrånvaron för kvinnor 5,9 % och 4,3 % för män (se tabell nedan). En intern analys påvisade dock ingen skillnad mellan könen i upplevelsen av arbetsmiljön.

| | TOTAL | MÄN | KVINNOR |
|----------------------|-------|-------|---------|
| TOTAL SJUKFRÅNVARO** | 4,9 % | 4,3 % | 5,9 % |
| CITYMAN | 5,3 % | 4,7 % | 6,4 % |
| SPLITMAN | 6,1 % | 6,2 % | 6,0 % |
| ADMIN | 1,8 % | 0,9 % | 3,3 % |

| | MÅL 2015 | 2014 | 2013 | 2012 |
|----------------------|----------|--------|----------|----------|
| TOTAL SJUKFRÅNVARO** | 4,7 % | 4,9 % | 4,5 % | 4,5 % |
| LÅNGTID*** | 1,85 % | 1,81 % | 1,28 % | 1,28 % |
| H-VERDI**** | 5,3 | 6,4 | 7,2***** | 7,2***** |

** 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.

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.

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

100 %

Av alla anställda har
kollektivavtal.



KAPITEL 3

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

Bring Citymail

– vilka är vi?

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

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

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

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

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

- Lägre pris – tack vare högre effektivitet.
- Lägre miljöpåverkan på flera nivåer, 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).

UTMÄRKELSER OCH PRISER SOM MOTTAGITS UNDER REDOVISNINGSPERIODEN:

- Vi är fortsatt listade som klimatsmart tjänst av Klimatsmart.se
- Vi utnämndes av Jobtip till ett av årets karriärföretag i Sverige för andra året i rad 2014.

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 rätt-snöre 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 | 2014* | 2013 | 2012 |
|------------------------------------|---------|---------|---------|
| OMSÄTTNING, TSEK | 854 555 | 811 117 | 780 000 |
| ANTAL FÖRSÄNDELSER, MILJONER | 368 | 354 | 343 |
| TÄCKNING % AV SVERIGES HUSHÅLL | 54 % | 54 % | 54 % |
| ANTAL ANSTÄLLDA VID PERIODENS SLUT | 1 473 | 1 442 | 1 427 |
| SJUKFRÅNVARO | 4,8 % | 4,5 % | 4,5 % |
| CO ₂ KG/OMSATT KR | 0,005 | 0,005 | 0,005 |
| CO ₂ G/UTDELAT GRAM | 0,193 | 0,184 | 0,193 |
| SKULDER TSEK | 148 445 | 125 975 | 161 012 |
| EGET KAPITAL | 29 853 | 66 519 | 89 668 |
| TOTALA TILLGÅNGAR | 178 298 | 192 494 | 250 680 |

*Bring Citymail Sweden

**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. Vår 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 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 klimatmässiga 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). Vi följer 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

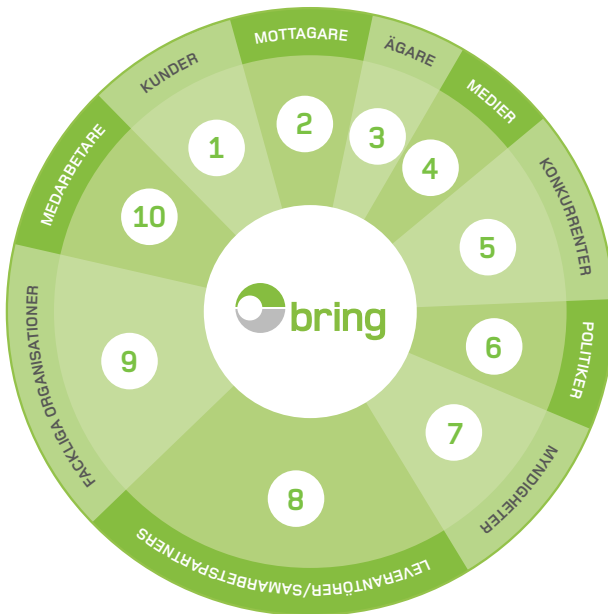


INTERNA RIKTLINJER OCH POLICIES

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

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.


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

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.

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.

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

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

TOHBE

Finding New Ways
bring.com/express

ACL 508

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.

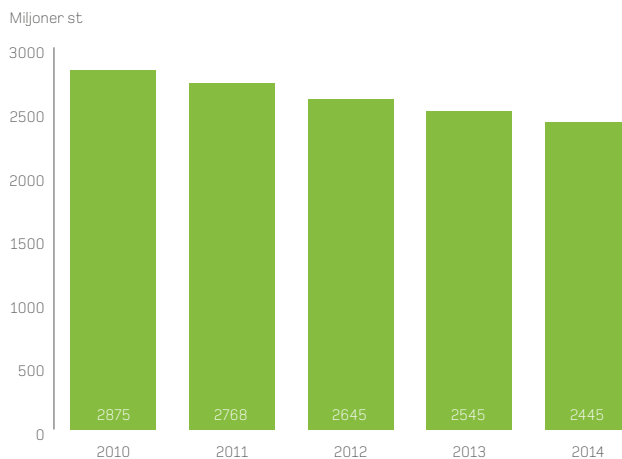
**EN DISTRIBUTÖR
SOM UNDVIKER
ONÖDIGT SLÖSERI, OPTI-
MERAR RESURSER OCH
HJÄLPER SÅVÄL KUNDER
SOM MOTTAGARE ATT
SKICKA OCH TA EMOT
POST PÅ ETT HÅLLBART
SÄTT.**

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, liksom e-handelsleveranser. Vår närvaro på postmarknaden är mycket viktig och gör att portoköparna sparar 1,5 miljarder årligen*, oavsett om de använder oss eller inte.

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 brev- och e-handelsdistribution. 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.

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 14,4% 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 papperskorgen rekommenderar vi våra kunder att vara noggranna med förarbetet. Att använda ett så aktuellt mottagarregister som möjligt. Målet är att enbart skicka post som på ett eller annat sätt efterfrågas.

 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.**

Det kan vara post som mottagaren väljer att få av intresse eller post som kunden har direkt nytta av och som underlättar vardagen.

Eftersom vi ser till att våra kunder når sina mottagare på mest effektiva sätt, hjälper vi dem att vårda sina varumärken. Samtidigt undviker vi onödiga trycksaker och transporter till människor som ändå inte ingår i målgruppen. Vi arbetar även via branschföreningen Swedma med etiska regler för direktreklam och har också utvecklat ett policydokument om god sed för direktreklam vilka vi alltid följer. Under 2014 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.

En ny era i Bring Citymails historia inleddes 2014

Med målet att hitta ytterligare synergier, öka vår verksamhets effektivitet och hållbarhet ur såväl miljömässigt, ekonomiskt och socialt perspektiv har Bring Citymail nu verksamhet som täcker i princip hela dygnet. I den första fasen har ett samgående genomförts med ett tidningsdistributionsbolag i stockholms-regionen under 2014, och samtal om liknande samverkan pågår med fler tidningsdistributörer i landet. Vi befinner oss i ett oerhört spännande skede i vår utveckling som företag.

VERKSAMHET ÖVER DYGNET 00.00–24.00





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 2014

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
2014 INTE VARIT UTSATT
FÖR BÖTER ELLER
SANKTIONER UTIFRÅN
GÄLLANDE LAGAR OCH
REGLERINGAR, INKLUSIVE
MILJÖLAGSTIFTNING

Bring Citymails styrelse 2014-12-31

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

Vice styrelseordförande: **Gro Bakstad**, Koncerndirektör

Division Post, Posten Norge

Mona Tveit Skjörtoft, Analys- och kvalitetschef, Posten Norge

Einar Kirkebø, Koncerndirektör Mergers & Acquisitions,
Posten Norge

Christian Brandt, Säljdirektör och PMI-ansvarig division Post,
Posten Norge

Anna-Carin Lindberg, arbetstagarrepresentant

Fredrik Möller arbetstagarrepresentant

Fredrik Alzén, arbetstagarrepresentant suppleant

Eddie Lövholt-Eriksson, arbetstagarrepresentant suppleant

Ingen av dessa ingår i Bring Citymail Sweden AB:s företags-
ledning.

Hållbarhetsarbetets styrning

Ledningsgruppen har det strategiska ansvaret för Bring City-
mails 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 2014 inte varit utsatt för böter eller
sanktioner utifrån gällande lagar och regleringar, inklusive mil-
jölagstiftning 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):

| | | 2014 | 2013 | 2012 |
|-----------------|---------------------------|------|------|------|
| KUNDER | Omsättning | 855 | 811 | 780 |
| LEVERANTÖRER | Inköpta godstransporter | 45 | 54 | 53 |
| | Övriga transportkostnader | 0 | 0 | 0 |
| | Lokalkostnader | 60 | 85 | 81 |
| | Övriga kostnader | 119 | 122 | 129 |
| ANSTÄLLDA | Löner | 315 | 449 | 433 |
| | Sociala avgifter | 102 | 134 | 127 |
| | Varav pensionskostnader | 21 | 25 | 23 |
| | Övriga personalkostnader | 6 | 7 | 7 |
| STAT OCH KOMMUN | Skatter | 2 | 4 | 12 |
| LÅNGIVARE | Räntor | 2,9 | -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 2014.

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 2014 och är Bring Citymails sjunde hållbarhetsredovisning. Vår förra redovisning (2013) presenterades i augusti 2014. 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.

Samgåendet med tidningsdistributör utgör en större händelse under 2014, men har inte påverkat avgränsningen i redovisningen. Bolaget utgör en separat juridisk enhet med egen rapportering och ett eget, fortlöpande miljöarbete under året. Under 2014 har verksamheten skett parallellt, men med start 2015 kommer redovisningen att ske gemensamt.

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 arbeta för att 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 | 7–9 |
| 1.2 | Beskrivning av påverkan, risker, möjligheter | Redovisas delvis | 10–11, 14 45, 49 |
| 2 | ORGANISATIONSPROFIL | | |
| 2.1 | Namn | Redovisas | 61 |
| 2.2 | Huvudsakliga produkter och tjänster | Redovisas | 56–59 |
| 2.3 | Organisationsstruktur | Redovisas | 61 |
| 2.4 | Huvudkontorets adress | Redovisas | 63 |
| 2.5 | Länder där verksamhet bedrivs | Redovisas | 61 |
| 2.6 | Ägarstruktur och bolagsform | Redovisas | 61 |
| 2.7 | Marknaden | Redovisas | 56–59 |
| 2.8 | Organisationens storlek | Redovisas | 31–32, 63 |
| 2.9 | Väsentliga förändringar under rapportperioden | Redovisas | 67–68 |
| 2.10 | Erhållna utmärkelser under rapportperioden | Redovisas | 41 |

| | PROFIL | | SIDA |
|------|--|-----------|--------------|
| 3 | RAPPORTPARAMETRAR | | |
| | RAPPORTPROFIL | | |
| 3.1 | Rapportperiod | Redovisas | 67 |
| 3.2 | Datum för senaste rapport | Redovisas | 67 |
| 3.3 | Rapportcykel | Redovisas | 67 |
| 3.4 | Kontaktuppgifter för frågor om rapporten | Redovisas | 68 |
| | OMFATTNING OCH AVGRÄNSNING | | |
| 3.5 | Process för att bestämma rapportinnehåll | Redovisas | 48–50, 67–68 |
| 3.6 | Avgränsningar i rapporten | Redovisas | 67–68 |
| 3.7 | Begränsningar i rapporten | Redovisas | 67–68 |
| 3.8 | Grunder för rapporten som påverkar jämförbarhet | Redovisas | 61, 67–68 |
| 3.9 | Mätmetoder och grunder för beräkningar | Redovisas | 66–67 |
| 3.10 | Förklaring till korrigeringar från tidigare rapport | Redovisas | 67–68 |
| 3.11 | Väsentliga skillnader i omfattning, avgränsning etc. jämfört med tidigare års rapporter | Redovisas | 67–68 |
| 3.12 | GRI innehållsindex | Redovisas | 69–75 |
| 4 | STYRNING, ÅTAGANDE OCH ENGAGEMANG | | |
| | STYRNING | | |
| 4.1 | Ledningsorganisation | Redovisas | 61–62 |
| 4.2 | Om högsta person i ledning också är verkställande | Redovisas | 61–62 |
| 4.3 | Antal oberoende, icke-verkställande styrelseledamöter | Redovisas | 62 |
| 4.4 | Mekanismer för aktieägare och anställda att ge rekommendationer till högsta beslutande organ | Redovisas | 32, 53 |
| 4.8 | Interna värderingar, koder och principer relevanta för hållbarhetsprestanda och dess implementeringsstatus | Redovisas | 42–44 |

| | PROFIL | | SIDA |
|------|---|------------------|-----------|
| | ENGAGEMANG I EXTERNA INITIATIV | | |
| 4.11 | Organisationens hantering av försiktighetsprincipen | Redovisas | 64–65 |
| 4.12 | Anslutning till externa frivilliga koder, principer eller andra initiativ | Redovisas | 29–31, 55 |
| 4.13 | Medlemskap i föreningar/organisationer | Redovisas | 29–31, 55 |
| | ENGAGEMANG I INTRESSENTER | | |
| 4.14 | Intressenter som involverats av organisationen | Redovisas | 51 |
| 4.15 | Princip för identifiering och urval av intressenter | Redovisas | 51 |
| 4.16 | Metod för dialog med intressenter, frekvens | Redovisas | 51 |
| 4.17 | Nyckelfrågor som har kommit fram genom engagemang med intressenter samt hur väl organisationen svarar upp mot dessa | Redovisas | 51–55 |
| | INDIKATORER | | SIDA |
| | EKONOMISKA INDIKATORER | | |
| | EKONOMISK PRESTATION | | |
| EC1 | Genererat ekonomiskt värde | Redovisas | 47, 63 |
| EC2 | Ekonomiska effekter som följer av klimatförändring | Redovisas delvis | 49 |
| | INDIREKT EKONOMISK PÅVERKAN | | |
| EC9 | Indirekta ekonomiska effekter och omfattning av dessa | Redovisas delvis | 10–13 |
| | MILJÖINDIKATORER | | |
| | ENERGI | | |
| EN3 | Direkt energikonsumtion | Redovisas delvis | 19 |
| EN4 | Indirekt energikonsumtion | Redovisas delvis | 21 |
| EN5 | Total energibesparing | Redovisas delvis | 19–21 |

| | INDIKATORER | | SIDA |
|------|---|------------------|-----------|
| EN6 | Initiativ för att tillhandahålla energieffektiva och förnyelsebara produkter och tjänster | Redovisas delvis | 17–22 |
| EN7 | Initiativ för att minska indirekt energikonsumtion | Redovisas delvis | 18, 20 |
| | UTSLÄPP OCH AVFALL | | |
| EN16 | Direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser | Redovisas | 20 |
| EN17 | Andra indirekta utsläpp av växthusgaser | Redovisas | 20 |
| EN18 | Initiativ för att minska utsläpp av växthusgaser | Redovisas | 17–22 |
| | PRODUKTER OCH TJÄNSTER | | |
| EN26 | Initiativ för att mildra produkters och tjänsters miljömässiga påverkan | Redovisas | 17–22 |
| | 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 | 18–20 |
| | TOTALT | | |
| EN30 | Utgifter och investeringar för att skydda miljön | Redovisas delvis | 12, 17–22 |
| | ARBETSINDIKATORER | | |
| | ANSTÄLLDA | | |
| LA1 | Alla anställda | Redovisas delvis | 31 |
| LA2 | Personalomsättning | Redovisas delvis | 35 |
| LA3 | Förmåner till heltidsanställda | Redovisas | 39 |

| | INDIKATORER | | SIDA |
|------|--|------------------|-----------|
| | RELATION MELLAN ANSTÄLLDA OCH LEDNING | | |
| LA4 | Kollektivavtal | Redovisas | 39 |
| LA5 | Varselperiod | Redovisas | 39 |
| | ARBETSMILJÖ | | |
| LA6 | Hälso- och säkerhetskommittéer/-utskott | Redovisas | 35–36 |
| LA7 | Skada och sjukfrånvaro | Redovisas | 36–38 |
| LA8 | Rådgivning vid allvarlig sjukdom | Redovisas | 39 |
| LA9 | Avtal med fackföreningar | Redovisas | 39 |
| | UTBILDNING | | |
| LA10 | Utbildningstimmar | Redovisas | 34 |
| LA11 | Utbildning och principer för anställbarhet, avgång mm | Redovisas | 32–35, 39 |
| LA12 | Utvärdering av prestation och karriärsutveckling | Redovisas | 34 |
| | MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET | | |
| LA13 | Styrelse, ledning och anställda uppdelat på mångfaldsindikatorer | Redovisas delvis | 31–35 |
| LA14 | Förhållandet mellan kvinnors och mäns ersättning | Redovisas | 35 |
| | ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER | | |
| S08 | Monetära och icke-monetära sanktioner för bristande uppfyllnad av lagar och regler | Redovisas | 62 |

| | INDIKATORER | | SIDA |
|-----|---|-----------|-----------|
| | PRODUKTANSVARSINDIKATORER | | |
| | KUNDERS HÄLSA OCH SÄKERHET | | |
| PR2 | Rättsfall avseende hälsa och säkerhet | Redovisas | 62 |
| | MÄRKNING AV PRODUKTER OCH TJÄNSTER | | |
| PR4 | Antal överträdelser av lagar för produktinformation och märkning | Redovisas | 62 |
| PR5 | Tillvägagångssätt för att ta reda på kundnöjdhet | Redovisas | 25–28, 52 |
| | MARKNADSKOMMUNIKATION | | |
| PR6 | Anslutning till standarder och koder som rör marknadskommunikation | Redovisas | 55, 58 |
| PR7 | Incidenter som rör överträdelser inom marknadskommunikation | Redovisas | 62 |
| | KUNDERS INTEGRITET | | |
| PR8 | Klagomål avseende kunders integritet och förlust av kundinformation | Redovisas | 25 |
| | ÖVERENSSTÄMMELSE MED LAGAR OCH REGLER | | |
| PR9 | Böter vid bristande efterlevnad av lagar och regler | Redovisas | 62 |



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