



# Hållbarhets- redovisning 2015



Bring citymails hållbarhetsarbete handlar om att säkra ett hållbart samhälle genom en fungerande brevdistribution i Sverige och vi är ett företag och en koncern som ständigt strävar efter att hitta nya vägar. Det innebär att vi aktivt söker möjligheter till synergier och effektivisering för vår utdelning, med målet att använda allas våra gemensamma resurser på bästa sätt.

Patrik Östberg, VD  
Bring Citymail Sweden

---

# Innehåll

	Inledning	4
	VD-ord	5
	Bring Citymails viktigaste hållbarhetsresultat 2015	8
	Bring Citymails planerade hållbarhetsinsatser 2016	9
	Klimatkompensation via LifeStraw	10
	Frågor och svar	12
Kapitel 1	Miljö	14
Kapitel 2	Kunder	20
	Medarbetare	25
Kapitel 3	Bring Citymail – vilka är vi?	34
	Strategi och ansats	41
	Bring Citymails omvärld	46
	Vår del av marknaden	51
Kapitel 4	Bolagsfakta	54
	Ordlista och definitioner	58
	Mätmetoder	60
	Redovisningens omfattning och avgränsningar	61
	Kontakt	62
	GRI korsreferens	64

# 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 distribution av brev och mindre paket. 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, utan att äventyra kommande generationers behov. Inte bara utifrån miljöpåverkan. Vi tar också upp sambandet mellan sund miljö, friska medarbetare och affärsnytta. Liksom hur vi som arbetsgivare kan stötta en bredare rekrytering och göra det möjligt för fler grupper att komma in på arbetsmarknaden. 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.

## VD-ord

Bring Citymails hållbarhetsarbete handlar om att säkra ett hållbart samhälle genom en fungerande brevdistribution i Sverige och vi är ett företag och en koncern som ständigt strävar efter att hitta nya vägar.

Det innebär att vi aktivt söker möjligheter till synergier och effektivisering för vår utdelning, med målet att använda allas våra gemensamma resurser på bästa sätt. Det finns också en oerhört stark tradition av öppenhet och delaktighet i hela företaget. Här ges alla, från brevbärare till ledning, möjlighet att vara med i det ständiga förbättringsarbetet. Detta är nyckeln till vår utveckling. Alla kan medverka, ge förslag och idéer på hur vi tar nästa steg och höjer oss som leverantör. Vi är den ledande utmanaren på den svenska postmarknaden – en snabb och flexibel samarbetspartner som alltid kan leverera de mest kostnads- och miljöeffektiva tjänsterna för postdistribution. Målet är ett livskraftigt, lönsamt företag som bidrar till en positiv samhällsutveckling och erbjuder arbetstillfällen.

### Miljöpåverkan

Som transport- och logistikföretag så är miljöaspekten självklart en stor del av hur vi påverkar vår omvärld. Det är där vi kan göra störst skillnad. Redan år 2008 tog vi därför steget och blev världens första klimatneutrala postdistributör. Vår verksamhet är resurskrävande, vilket innebär att vi hela tiden med stort fokus måste arbeta för att minska vår påverkan så mycket som möjligt, både ur ett miljömässigt och ekonomiskt hållbart perspektiv. Bring Citymail har också en vision om 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.



Patrik Östberg, VD  
Bring Citymail Sweden  
Stockholm, augusti 2016

Vi ser en variation i hur 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. Det gäller att hitta så resurseffektiva utdelningsrundor som möjligt, köra fordonen på rätt sätt etc. Utsläppen via tjänsteresor med flyg uppvisade de senaste två föregående åren en trend i fel riktning som nu glädjande nog har brutits. Vi är tillbaka på tidigare nivå och ska nu fortsätta arbeta nedåt för minskade utsläpp.

### Samhällsansvar

Hållbarhet är också att vara en positiv kraft i samhället på flera plan. Som arbetsgivare har vi en viktig roll och har därför inlett satsningar för att stärka vårt samhällsengagemang. Vårt samhälle som helhet måste få fler i arbete och vi vill skapa större möjlighet för utsatta grupper som t ex unga, människor med utländsk bakgrund eller funktionsvariation att komma in på den svenska arbetsmarknaden. Förra året införlivade vi morgontidnings-distributionen i Stockholm i vår verksamhet. Förutom tillvaratagandet av synergieffekter via gemensamma transporter och lokaler har samgåendet stärkt vår roll på arbetsmarknaden som en inkluderande arbetsgivare. Många medarbetare i det nya bolaget har utomnordisk bakgrund och är nyanlända till Sverige. I frågan om jämn könsfördelning på chefspositioner behöver vi dock anstränga oss än mer. Vi har ett tydligt mål om ökad integration och jämnare könsfördelning på våra arbetsplatser under den kommande 5-årsperioden. Detta kommer förtydligas i en plan som implementeras under 2016.



Som arbetsgivare har vi en viktig roll och har därför inlett satsningar för att stärka vårt samhällsengagemang. Vårt samhälle som helhet måste få fler i arbete och vi vill skapa större möjlighet för utsatta grupper som t ex unga, människor med utländsk bakgrund eller funktionsvariation att komma in på den svenska arbetsmarknaden.

## Framtiden

Vi är ett företag som alltid har hushållat med våra resurser, man kan nästan säga att hållbarhet är inbyggt i vårt sätt att vara och vi jobbar med frågan varje dag. Alltifrån övergripande produktionsplanering till källsortering på våra lokala utdelningskontor. Vi fortsätter hela tiden att utveckla våra arbetssätt och tjänster för att kunna distribuera försändelser på mottagarnas villkor, och väger i det arbetet självklart in hållbarhetsaspekterna. Är det miljömässigt, ekonomiskt och socialt hållbart? Ett exempel är våra pionjärprojekt för samdistribution av morgontidningar och post samt e-handelsleveranser av apoteksvaror.

E-handeln är en kraftigt växande marknad som vi i allra högsta grad är en del av. Möjligheten att få beställda varor till brevlådan är en naturlig framtida servicefunktion där vi har en viktig roll att fylla. Självklart är det bäst för alla, både avsändare, mottagare och miljö att mottagarens försändelse kan levereras i brevlådan på första försöket. Vårt mål är - som alltid - att leverera försändelserna hela vägen ut, men i de fall detta inte är möjligt har vi etablerat samarbeten med utlämningsnät. I storstadsområdena kommer privatbilismen att minska i framtiden. Här kan våra tjänster med klimatneutrala och på sikt utsläppsfria fordon utgöra ett viktigt bidrag för att underlätta en sådan övergång, t ex via hemleveranser.

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.

Jag tycker sammantaget att det känns oerhört bra att vi är en aktör som tydligt tar ansvar för vår roll inom hållbarhetsfrågorna och i detta ingår att vi fortsätter att leverera hög och prisvärd kvalitet.

Vi ska nu och i framtiden, ur alla aspekter, vara det bästa alternativet för företag som söker en postdistributör.

På nästa sida hittar du de viktigaste resultaten av vårt hållbarhetsarbete och vart vi är på väg.

# Bring Citymails viktigaste hållbarhetsresultat 2015

Under 2015 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 22000 liter, som ett resultat av att vi bytt ut 50 befintliga bilar mot drivmedels-snålare bilar i fordons-parken samt sänkt vårt CO<sub>2</sub>-utsläpp mot omsättning med 0,9 ton.
- Inom HMS (hälsa, arbetsmiljö, säkerhet) i produktionslinjen genomfört individuella säkerhetssamtal i syfte att minska riskbeteenden kombinerat med fördjupad arbetsmiljöutbildning för våra chefer och arbetsledare. Genomfört stickprovs-revisioner mot koncernens HMS Säkerhetsstandard.
- Fortsatt utveckla och förbättra vår distribution av försändelser, exempelvis genom den fortlöpande centraliseringen av vår sorterings-verksamhet och medföljande renodling av utdelningsorganisationen. Inlett ytterligare samarbetsprojekt med tidningsdistributörer i landet samt leverans av nya e-handelsprodukter och på så sätt skapat nya distributionsmöjligheter och synergier via samverkan.
- Påbörjat ett arbete för att omvandla jämställdhetsplanen till en lika-behandlingsplan, i syfte att stärka företagets hållbarhetsarbete ytterligare utifrån sociala aspekter.
- Inrättat en Hållbarhetsgrupp för att stötta och driva ett starkare samhällsengagemang i företaget, utbilda organisationen samt till-handahålla verktyg och information för att underlätta inkludering på Bring Citymails arbetsplatser.
- Infört 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 hållbarhetsinsatser 2016

Under 2016 kommer vi bland annat:

- Fortsätta vårt långsiktiga arbete med att minska vår miljöpåverkan via lägre drivmedelsförbrukning (t ex utbilda fler bilförare i ECO-driving, begära högre miljöklass på köpta transporter (mål är 85 % euroklass 5).
- Fortsätta utveckla och förbättra vår distribution av försändelser, exempelvis genom att implementera maskinstöd, centralisera vår sorteringsverksamhet och renodla utdelningsorganisationen, inleda ytterligare samarbetsprojekt med tidningsdistributörer i landet samt leveranser av nya e-handelsprodukter .
- Initiera och driva samarbete med externa partners för att bredda vår rekryteringsbas och öppna vägen för utsatta grupper på arbetsmarknaden (unga, personer med funktionsvariation, utländsk bakgrund m fl).
- Fastställa och lansera visionen 50/25/5 där 50 står för jämställdhet mellan könen, 25 står för andelen medarbetare med utländsk bakgrund och 5 står för andelen medarbetare med funktionsvariation.
- Genomföra en statistisk mätning av andelen medarbetare med utländsk bakgrund via Statistiska Centralbyrån (SCB).
- Undersöka vilka insatser och åtgärder som behöver vidtas för att motverka nedgången i resultatet av Medarbetarundersökningen.



## 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. Bring Citymail prioriterar 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 effekter

Det viktiga för oss när vi väljer projekt att investera i är att de ska genomsyra hela hållbarhetsaspekten, d.v.s. 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 LifeStraw. Projektet innebär årliga reduktioner med totalt 2 miljoner ton CO<sub>2</sub>.

### Rent dricksvatten

En filtrerande patron kopplad till behållaren renar vattnet direkt då det dricks genom ”the straw”, sugröret.

### Energibesparing

Tekniken reducerar utsläpp då det inte kräver uppvärmning via förbränning av ved, elektricitet eller annan energiintensiv teknik. Vattnets kvalitet blir dessutom bättre än vid klassiska reningsmetoder.

### Ringar på vattnet

LifeStraw ger också effekter 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 2,5 miljoner kronor i LifeStraw. För år 2015 kommer ytterligare 515 000 kronor gå till projektet, vilket innebär att Bring Citymail totalt sett t o m 2015 har möjliggjort tillgången till ca 8600 rör för behövande familjer i Kenya. Projektet är certifierat enligt FN:s krav och riktlinjer för klimatkompensation. Läs mer om LifeStraw på:

<https://www.southpolecarbon.com/pm/public/files/brochures/1220.pdf>



## 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 människo-genererande växthusgaser i atmosfären, enligt en rapport som FN:s klimatpanel, IPCC, gjorde 2007. Den förstärkta växthuseffekten innebär att en del av solens strålade värme inte reflekteras tillbaka ut i rymden, utan istället påverkar jordens klimat och gör så att det blir varmare.

Den snabba temperaturökningen beror till största delen på ökade mängder växthusgaser (däribland koldioxid) som tillkommit genom förbränning av olja och kol, men även på grund av avskogning. Det behövs inte många grader för att vi ska märka de negativa följderna, till exempel bränder, ökenutbredning och översvämningar. Vid den förra istiden var jordens medeltemperatur ungefär fem grader kallare än idag. Effekterna av temperaturhöjningen, som redan märkts av, är avsmältningen av Arktis is under sommaren, krympande bergsglaciärer, fler unika nederbördstillfällen samt fler och kraftigare torrperioder och värmeböljor.\*

---

\* Källa: Naturvårdsverket

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

Vi är måna om att vara så miljömedvetna som möjligt och vårt fokus bidrar till branschens utveckling i stort, bland annat genom vårt aktiva agerande ur ett hållbarhetsperspektiv.

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

Blir era tjänster dyrare när ni är klimatneutrala?

Klimatneutralitet är i första hand något vi ska uppnå genom att förbättra och utveckla våra egna processer, samt genom ett nära samarbete med våra leverantörer. Den del vi inte lyckas minimera kommer vi att klimatkompensera för, det vill säga betala pengar till projekt som bidrar till en minskad global klimatpåverkan. Vår strävan är givetvis att arbeta så bra och effektivt som möjligt för att därigenom minimera kostnaden för klimatkompensation.

Klimatneutralitet är förutsättningen för ett hållbart samhälle och det ingår naturligt som en del av det vi erbjuder kunden. Däremot ska inte våra kunder behöva betala extra för att vi utvecklar verksamheten – vår verksamhets miljöpåverkan är vårt ansvar och det ansvaret ska vi ta själva, hela vägen.



Klimatneutralitet är en förutsättning för ett hållbart samhälle och det ingår som en del av det vi erbjuder kunden.

# Miljö



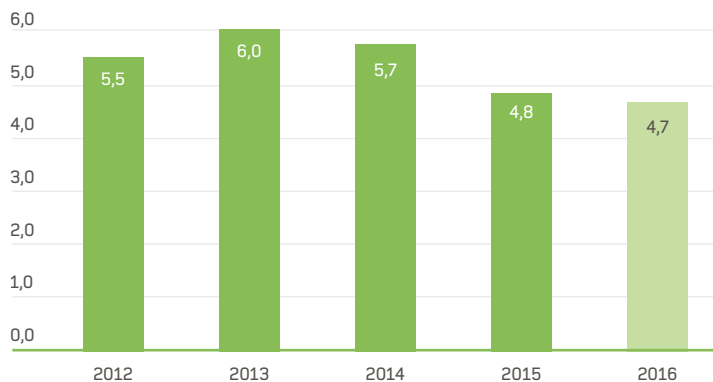
# Miljö

Logistik och transporter är en naturlig del av Bring Citymails verksamhet vilket innebär att utsläpp från transporter är vår största miljöpåverkan. Vi fortsätter arbetet att kontinuerligt minska utsläppen – både från godstransportörernas och våra egna fordon – genom att mäta och successivt reducera vår påverkan. Vårt arbete kring el, värme och avfall styrs av samma målsättning.

## Planerade åtgärder under 2016

- Övergripande mål minska utsläpp mot omsättning med 3 % mot föregående år
- Fortsätta minska vår drivmedelsförbrukning
- Utbilda ytterligare 50 förare i ECO-driving (fordonsparken är nu i stort sett utbytt)
- Fortsätta öka andelen transporter Euroklass 5 eller bättre

## Antal ton CO<sub>2</sub>e per miljon kronor i omsättning



Vi redovisar våra utsläpp som total CO<sub>2</sub>e påverkan/omsättning för att kunna göra en korrekt bedömning av utvecklingen, samt se att de åtgärder vi jobbar med ger en positiv påverkan. Efter en mindre ökning 2013 är vi nu på rätt spår igen 2015 och med en prognos på fortsatt minskade utsläpp 2016. Vi följer kontinuerligt utvecklingen kring alternativa fordon och bränslen – det finns intresse från våra transportörer att växla om när antalet tankställen ökar.

## Under 2015 har vi:

- Minskat drivmedelsförbrukningen med 22000 liter
- Utbildat 50 förare i Eco-driving (totalt 800 hittills)
- Köpt in 50 Fiatbilar, utbyte av vagnpark
- Uppnått en ökning av köpta transporter mot bilar med Euroklass 5 (91 %)
- Förstärkt dialogen med aktuella transportörer med tydlig uppföljning på hela miljöområdet
- Kontinuerligt följt upp utsläpp relaterade till våra tjänsteresor, vilket lett till en förbättring



För alla inköpta transporter ställer vi kravet att miljö-påverkan ska kunna redovisas av respektive gods-transportör.

### Transporter

Dagligen fraktas försändelser från våra fyra sorteringsterminaler till våra 109 lokala CMC och UTK (olika typer av lokala utdelningskontor) och sedan vidare ut till mottagaren. Vårt logistikflöde omfattar både inköpta transporter och egna fordon. Transporter från CMC/UTK ut till mottagaren sker med egna cyklar, mopeder eller bilar. Den största andelen av utdelningen sker med cykel. Under 2015 nådde försändelserna våra mottagare med hjälp av: cykel 48 %, moped 26 % och bil 26 % (snittvärde december 2015).

### Krav på godstransportörer

Vi ställer kravet för alla inköpta transporter att miljöpåverkan ska kunna redovisas av respektive godstransportör samt att de har ett program för att minska sin påverkan. Vi jobbar även aktivt med våra transportörer med andra åtgärder för att sänka utsläppen, exempelvis via ECO-Driving samt att välja den för tidpunkten på marknaden mest miljövänliga dieseln.

### Uppföljning av miljöprestanda i vår värdekedja

Vi har till dags dato utöver våra egna godstransporter inte haft en systematisk uppföljning av hur väl leverantörerna i vår värdekedja uppfyller miljökrav. Idag vet vi i praktiken alltså inte hur övriga delar i vår värdekedja påverkar miljön, negativt eller positivt. Ett exempel på sådan uppföljning skulle kunna vara de tidningsdistributörer vi samverkar med, hur deras godstransporter påverkar miljön, eller våra tryckerier – hur uppfyller de miljöåtaganden i övrigt som t ex kemikalier etc. Detta är något vi behöver se över och utarbeta system för i vårt hållbarhetsarbete.

### 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 de senaste 10 åren har vi utbildat omkring 800 personer och under 2016 kommer ytterligare 50 förare att utbildas.





Sedan 2005 har vi utbildat omkring 800 personer i eco-driving. Under 2016 utbildas ytterligare 50 förare.

### Tjänsteresor och tjänstebilar

Ledningsgruppen har under 2015 haft uppföljning varje kvartal av omfattningen av tjänsteresornas utsläpp. Detta i kombination med en stabilare organisation och färre tjänsteresor till Norge har resulterat i att utsläppen för denna post har återgått till föregående års nivåer vilket är mycket positivt. Av totalt 60 tjänstebilar är idag 100 % miljöbilar (enligt Transportstyrelsens definition).

	2015	2014	2013
Andel miljöbilar av tjänstebilar	100 %	100 %	98 %
Utsläpp från tjänstebilar	24 ton CO <sub>2</sub> e	22 ton CO <sub>2</sub> e	21 ton CO <sub>2</sub> e

### Vår påverkan i form av bränsleförbrukning och CO<sub>2</sub>e -utsläpp

Omorganisation och nytt produktutbud har kontinuerligt ökat rörligheten för medarbetarna på tjänstesidan i företaget. Samtidigt ökade omsättningen/försäljningen med ca 5,4 % under 2013. För första gången på 5 år vände CO<sub>2</sub>e-kurvan därför upp, en trend som följde med oss in i 2014 då framförallt flygresorna ökade med 165 ton. För 2015 bröts dock trenden och tjänsteresorna har minskat från 381 till 200 ton, med målsättning att fortsätta minska denna post.

Bränsle (liter)	2015	2014	2013
Bensin	104 287	124 327	146 487
Diesel	661 449	663 636	665 637
Etanol	0*	1 731	1 911
Biogas	0*	1 183	2 735

\*Tjänstebilar etanol, biogas utgått (vart 3:e år).

# 181 ton

Så många ton CO<sub>2</sub> har våra tjänsteresor minskat under 2015.

Utsläpp – växthusgaser CO <sub>2</sub> -utsläpp (ton CO <sub>2</sub> ekvivalenter)	2015	2014	2013
<b>Direkta utsläpp</b>			
Egna utdelningsfordon	1 763	1 856	1 932
Tjänstebilar	24	22	21
<b>Totalt</b>	<b>1 787</b>	<b>1 878</b>	<b>1 953</b>
<b>Indirekta utsläpp</b>			
El*	470	686	951
Fjärrvärme olja	575	644	640
Naturgas för egen uppvärmning	57	56	73
Tjänsteresor	200	381	215
Godstransporter	3 348**	3 786**	1 030
<b>Totalt</b>	<b>4 651</b>	<b>5 553</b>	<b>2 909</b>
<b>Totala direkta och indirekta utsläpp</b>	<b>6 438</b>	<b>7 431</b>	<b>4 862</b>

\*En del av elen används för uppvärmning

\*\*Fjärrtransporter i Sweden ingår från och med 2014, plus ökad omsättning i bolaget. Utifrån detta ingen reell höjning annat än marginellt.

## El och värme

Bring Citymail förbrukar framförallt el när vi använder kontorsmaskiner, belysning och uppvärmning av lokaler. Vi ser att miljö-el ska vara förstahandsvalet och driver aktivt denna fråga även med andra hyresgäster i gemensamma fastigheter. Då vi hyr samtliga lokaler och värme alltid ingår i avtalen är värmeförbrukning och dess klimatpåverkan för 2015 beräknad per kvadratmeter utifrån ett genomsnittsvärde för lokaler i Sverige.

El (mwh)	2015	2014	2013
Förnyelsebara källor	4 313	4 425	4 664
Icke förnyelsebara källor	1 397	1 991	1 968
<b>Totalt</b>	<b>5 710</b>	<b>6 416</b>	<b>6 632</b>
Värme (mwh)	2015	2014	2013
Icke förnyelsebara källor	7 920	7 163	6 973
<b>Totalt</b>	<b>7 920</b>	<b>7 163</b>	<b>6 973</b>

## 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.

## Utsläpp till luft

2015	Ton NOx
Egenägda källor	5,6
Godstransporter	13,8
Totalt	19,4

## Vårt miljömål

Målet för 2016 är att sänka våra utsläpp med 3 % mot utfall 2015 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, inköpta tjänsteresor samt transporter 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 våra kunder vet exakt vilken dag en viss försändelse når en viss brevlåda. På så sätt säkerställs 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.

# 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

Vid den senast föregående undersökningen 2013 låg vårt NKI på 77,5 punkter. En ny undersökning genomfördes i februari 2015 med resultatet 80,0 punkter (baserat på inkomna svar från 246 av 1053 respondenter, 23 %). Totalt mellan 2008 och 2015 har vi höjt vårt NKI (Nöjd Kund Index) med 8,0 punkter. 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).

# 8,0 punkter

Så mycket har vi höjt vårt NKI sedan 2008 och vi ligger nu på 80,0 punkter.

## Under 2015 har vi:

- Fortsatt utveckla och förbättra vår distribution av försändelser, exempelvis genom:
  - Distribution av A-post för ett antal offentliga stora kunder som följd av våra samarbetsprojekt med tidningsdistributörer i landet
  - Leverans av nya e-handelsprodukter
  - Större geografisk täckning från 54 till 55 %
- Genomfört ny NKI-undersökning (Nöjd Kund Index) och uppfyllt målet att höja resultatet, från 77,5 till 80,0
- Använt svar från intressentanalysen och annan viktig information från möten med våra kunder i vårt fortsatta hållbarhetsarbete
- Tagit fram nytt informationsmaterial och nya rutiner som stöd för säljavdelningen i kundkontakterna kring vårt hållbarhetsarbete

# 98,6 %

Vår uppmätta leveranssäkerhet vid utgången av 2015 (R12 – mätresultat 12 månader bakåt i tiden från angiven tidpunkt).

## Under 2016 kommer vi:

- Kontinuerligt utveckla och förbättra vår distribution av försändelser, exempelvis genom:
  - Implementering av maskinstöd
  - Implementering av ny sorteringsmodell
  - Ytterligare samarbetsprojekt med fler tidningsdistributörer ute i landet
  - Leverans av nya e-handelsprodukter
  - Fortsatt utökad geografisk täckning från 55 till 62 %
- Arbeta för att aktivt kommunicera vårt hållbarhetsarbete mot kunder, partners och andra intressenter

## 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

Våra kunder utgör en av våra allra största intressentgrupper. 2014 genomfördes en första intressentanalys för att ännu bättre kunna möta våra kunders förväntningar men också som en första förberedelse i att säkerställa de nya redovisningskraven i GRI G4 (Global Reporting Initiative). Svarsfrekvensen var något låg, men baserat på löpande samtal med kunder och säljarnas återrapportering från kundevent mm så bedömde vi inför vårt fortsatta arbete det ändå som möjligt att dra vissa slutsatser.

Samtliga svarande angav vår miljöpåverkan som en prioriterad fråga – men utöver detta nämnde 2/3 av dem även 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 har stärkt oss i satsningen på ett ökat samhällsengagemang som arbetsgivare. Uppfattningen om i vilken utsträckning Bring Citymail behövde förbättra dialogen med kund kring innehållet i vårt hållbarhetsarbete varierade stort men med utgångspunkt i att några svarande inte upplevde att de hade uppdaterad eller någon kunskap alls om detta, beslutades att under 2015 arbeta med en förbättring av kommunikationen kring vårt hållbarhetsarbete.

\* 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.

### Vårt fortsatta arbete

Vi har fortsatt intressentanalysen löpande under året och ytterligare stärkt vår kunskap om kundernas önskemål och behov. Nytt informationsmaterial och nya rutiner som stöd för säljavdelningen i kundkontakterna kring vårt hållbarhetsarbete har också tagits fram under 2015.

Vi har också inrättat en tvärorganisatorisk Hållbarhetsgrupp för att stötta och driva vårt hållbarhetsarbete utifrån sociala aspekter, t ex genom att utbilda organisationen, tillhandahålla verktyg och information med det uttalade syftet att underlätta inkludering på Bring Citymails arbetsplatser. Vi vill skapa större möjlighet för utsatta grupper att komma in på arbetsmarknaden.



### Marknadskommunikation och budskap

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. 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.

Hållbarhetsarbetet kommer fortsatt att bli en central del i vårt budskap under 2016. Vi tycker det är självklart att alla företag, oavsett storlek, bidrar till en hållbar utveckling. 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	504	76 %	24 %
Göteborg	229	66 %	34 %
Malmö	205	56 %	44 %
Mälardalen	231	56 %	44 %
Logistik	113	77 %	23 %
Admin	206	60 %	40 %
<b>Totalt</b>	<b>1 488</b>	<b>66 %</b>	<b>34 %</b>

Omfattar prov-, tillsvidareanställda exkl. tjänstlediga, föräldralediga, vikarier.  
Procentuell fördelning män/kvinnor relaterar endast till tillsvidareanställda (medeltal anställda).

Regionerna omfattar utdelningen, övriga är samlade från alla regioner. Antalet behovsanställda varierar stort över tid i antal men beräknat utifrån arbetad tid representerade de cirka 16,5 % av Bring Citymails totala arbetsstyrka i utdelningen under 2015. Medelåldern i utdelningen är 27,5 år (inom administration och övrig produktion 36,4 år). Av medarbetarna i utdelningen, inklusive behovsanställda, är 54 % 18-25 år. Av nyanställda inom utdelningen (se tabell nedan) utgör denna åldersgrupp hela 85 % och bägge talen visar att vi är en stor ungdomsarbetsgivare.

Ålderskategorier nyanställda i produktionen under 2015, procentuellt samt fördelat på antal män och kvinnor (M/K)

Ålder	Utdelning	M/K	Logistik	M/K
18 – 25 år	85 %	561/261	61 %	37/12
26 – 35 år	13 %	68/53	23 %	15/3
36 – 45 år	1 %	9/4	11 %	9/0
46 –	1 %	3/4	5 %	2/2

## Under 2015 har vi:

- Omcertifierat oss enligt OHSAS 18001 arbetsmiljö
- Implementerat individuella säkerhetssamtal i produktionslinjen
- Fortsatt utbilda våra chefer i arbetsmiljöfrågor för att skapa en ännu starkare säkerhetskultur ute i linjen
- Påbörjat omarbetning av jämställdhetsplanen mot en likabehandlingsplan för att ytterligare främja mångfald och inkludering på våra arbetsplatser
- Utbildat chefer och skyddsombud i den nya AFS:en. Organisatorisk och social arbetsmiljö i syfte att stärka det förebyggande arbetsmiljöarbetet mot psykisk ohälsa



**Antal anställda: 1 488**

■ 34 % kvinnor

■ 66 % män

## Bring Citymails värderingar

- Ärlighet
- Respekt
- Samarbete
- Öppenhet
- Mod

### Öppen kommunikation

Det finns en uppbyggd struktur på Bring Citymail för att möjliggöra dialog, exempelvis genom morgonmöten, träffar för enhetschefer, skyddsombud. 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. Företagskulturen har en stark tradition av öppenhet och det är en självklarhet att chefer välkomnar synpunkter och förslag från alla medarbetare. 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 90 % av medarbetarna att de haft ett medarbetarsamtal de senaste 12 månaderna.

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

Det behövs ingen speciell utbildning för att börja jobba hos oss som Cityman. För oss är mångfald en fråga om individers olikheter, i enlighet med vår självklara tilltro till individen. Vad de gjort tidigare är inte det väsentliga, det är själva personen vi söker.

Vi letar efter personer vars inställning stämmer väl överens med våra värderingar "Ärlighet, Respekt, Samarbete, Öppenhet och Mod". Ramverket för medarbetarfrågor och rekrytering vilar alltså i våra värderingar och kärnvärden, men regleras även i olika policys som exempelvis jämställdhetspolicy, rekryteringspolicy och policy mot diskriminering och kränkande särbehandling.

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.

Vi har påbörjat en dialog med externa partners på arbetsmarknaden, t ex arbetsförmedlingen för att hitta hur vi kan bredda vår rekryteringsbas och öppna upp för utsatta grupper (ungdomar, personer med funktionsvariation, utomnordisk bakgrund m.fl.) Detta arbete fortsätter under 2016 och syftar till att skapa tydliga kommunikations-, interaktions- och informationsvägar för våra rekryterande chefer.

Vi ser ett behov, både att ta vårt sociala ansvar som arbetsgivare och att säkerställa vår personalförsörjning. T ex genom att i dialog med fackliga parter möjliggöra praktik och andra uppstartsformer med målet att detta ska leda till anställning.

### Tilltro till individen

Bring Citymails företagskultur tar tillvara på medarbetarnas egen förmåga och vilja att ta ansvar och utvecklas. Bring Citymail arbetar med tydliga riktlinjer och policys och dessa underlättar på ett strukturerat sätt arbetet i företaget. Vi ställer 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). Medarbetarundersökningen 2015 visar en tillbakagång inom HMS, där resultatet för flera delfrågor gått ned mellan 0,1 – 0,4 punkter. En första bedömning är att detta kan kopplas till den omorganisation som inletts mot en centraliserad sortering och renodlad utdelning. Som följd av detta uppstår en förändringskurva både på det personliga och organisatoriska planet, medarbetarna ställs inför förändrade arbetsförhållanden samt upplever ökad arbetsbelastning och krav. Detta är därför frågor som vi måste fokusera ytterligare på under 2016.

### Från jämställdhet till likabehandling

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 arbetstagersidan som samverkar med i de här frågorna. Under 2015 har steg tagits för att bredda jämställdhetsarbetet mot att omfatta även mångfald och inkludering och som en följd av detta övergå från jämställdhetsplan till likabehandlingsplan under 2016.

Under 2015 deltog vi i Mitt Livs Chans via två mentorplatser på försök i deras nystartade Region Syd. Mitt Livs Chans är ett program där arbetsgivare utgör mentorer för utländska akademiker i syfte att underlätta accessen till svensk arbetsmarknad. År 2016 blir vi fullvärdiga deltagare med ytterligare två mentorplatser, en insats för att stärka vår organisation på området mångfald och inkludering.

Av den totala arbetsstyrkan är 34 % kvinnor, vilket dock inte återspeglas fullt ut på chefsnivå. Här är andelen 31,3 % kvinnor. I ledningsgruppen finns två kvinnor (37, 43 år) och sju män (36, 36, 40, 42, 46, 50, 54 år). Det finns enligt lönekartläggningen (inklusive arbetsvärdering) dock inga löneskillnader relaterat till kön i samma befattning och det pågår ett kontinuerligt och aktivt arbete för att skapa jämnare könsfördelning inom vissa områden/avdelningar.

### Årlig medarbetarundersökning

- Görs tillsammans med hela Bringkoncernen
- Svarsfrekvensen för 2015 var 91 %
- Resultatet gick ned två punkter från 76 till 74
- De som tillfrågas är prov-, tillsvidare- och fastanställda (exklusive behovsanställda)
- Fungerar som ett uppföljningsverktyg för chefer

### Uttag av föräldraledighet

	Män	%	Kvinnor	%
Utdelning	124	52 %	116	48 %
Logistik	24	77 %	7	23 %
Admin	42	62 %	26	38 %
Totalt:	190	56 %	149	44 %

Bring Citymail arbetar för att både kvinnliga och manliga medarbetare skall ta ut föräldraledighet. Vi har fler män än kvinnor anställda. Relativt sett är det dock ändå en stor andel män som är föräldralediga. Sett till antal individer tar fler män ut föräldraledighet, samtidigt som kvinnorna är föräldralediga under längre perioder, vilket innebär att antalet faktiska föräldradagar är högre för kvinnor än för män. Detta är inte unikt för Bring Citymail utan speglar samhället i stort.

## Kompetensutveckling på Bring Citymail

Bring Citymail har en väl utvecklad tradition av internrekrytering. Vi strävar efter att den sammansättning och blandning av olika egenskaper som återfinns hos våra medarbetare i brevbärarkåren även ska speglas på arbetsledar- och chefsnivå i företaget. Vi är stolta över att så många medarbetare utvecklats hos oss och några av de mest talande exemplen är de tre f.d. brevbärare som idag har platser i ledningsgruppen i egenskap av chefer för olika delar av verksamheten.

Bring Citymail har också för tredje året i rad 2015 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. 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. 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.

Exempel på våra internutbildningar är introduktionsprogram vid nyanställning, IT-utbildningar, ECO-driving, programvaror, säljkurser och ledarkurser.

## Bring Citymail Academy

Vår utbildningsakademi för kompetensutveckling heter Bring Citymail Academy. Här utbildas alla våra ledare och chefer. Vi vet att en nyckelfaktor för att alla medarbetare ska kunna göra ett bra jobb är våra ledares kompetens. Våra utbildningar omfattar cirka 1000 dagar per år och bidrar till att förstärka vår företagskultur, våra värderingar och vårt ledarskap. Inom produktionen sker den största delen av vår ledarträning med interna resurser i form av trainers, ämnesexperter eller kompetensutvecklare. Ett urval av Bring Citymails utbildningstimmor visas nedan.

Bring Citymail Academy	8 000 timmar
Introduktionstimmor*	35 610 timmar
Totalt:	43 610 timmar
Genomsnitt per anställd	29 timmar

\* Omfattar alla nyanställda Cityman (brevbärare) och Terminalarbetare (postsortering)



Utmärkelsen årets  
karriärföretag  
– tre år i rad

## Under 2016 kommer vi:

- Vara fortsatt certifierade enligt OHSAS 18001 arbetsmiljö
- Initiera dialog och samarbete med såväl facket som AF och andra externa partners i syfte att bredda vår rekryteringsbas. Detta som ett led både i vårt hållbarhetsarbete inom socialt ansvar och vår personalförsörjning
- Upprätthålla en hög rapportering av nästanolyckor (tillbud) i syfte att minska antalet faktiska arbetsskador Måltal 2016: 3760 nästanolyckor
- Utifrån resultatet i årets medarbetarundersökning lägga fokus på att förbättra vårt arbete inom hälsa, arbetsmiljö och säkerhet (stress mm)
- Införa en internetbaserad hälsotjänst för vår administrativa personal
- I samverkan med facket övergå från Jämställdhetsplan till en Likabehandlingsplan som omfattar samtliga diskrimineringsgrunder
- Medverka i Mitt Livs Chans, ett program där arbetsgivare utgör mentorer för utländska akademiker i syfte att underlätta accessen till svensk arbetsmarknad

## 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/arbetsledare in i sin (ofta) första ledarroll.

### Aktiv coach

Vidareutveckling för arbetsledare där deras kunskaper inom ledarskap och grupputveckling fördjupas.

### Avancerad coach

Vidareutveckling för erfarna arbetsledare 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. Under 2015 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 påverka och som dessutom styrs av konjunkturen. Under 2015 var tillgången på arbete för ungdomar, och i synnerhet de som avslutat gymnasiet, god på svensk arbetsmarknad. Detta tror vi gett minskat antal arbetssökande till utdelningen, då arbetet som brevbärare är fysiskt aktivt och relativt krävande. Vi överväger att göra en förnyad intern undersökning för att ta reda på om markörerna för vår personalomsättning har förändrats eller är de samma som tidigare.

## 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). Omkring 160 av Bring Citymails totala anställda (11 % av 1488 medarbetare) deltar i centrala och regionala skyddskommittéer och i lokala arbetsmiljögrupper, genom dem är de anställda representerade gentemot ledning och ägare. Vi prioriterar samverkan med 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.

## Arbetsmiljöcertifiering genomförd

Under 2015 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 nästanolycks- 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. För 2015 sattes budget om 3765 nästanolyckor. På övergripande nivå ser vi att rapporteringen med marginal överträffade år 2014 med 3267 inrapporterade nästanolyckor 2015, även om budget inte nåddes.

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 nästanolyckor (tillbud) och arbetsskador följs upp med åtgärdsförslag. Av alla arbetsskador (608 stycken) som rapporterades in de största orsakerna fallskada (33 %), skada där Cityman slog eller stötte emot något (15 %), fordonsolycka (16 %) och fysisk överbelastning (11 %).

85 % (517) olyckor

6 % (36) färdolycksfall vid färd till eller från arbetsplatsen

9 % (55) sjukdom eller annan ohälsa

0 % (0) fritidsskada

## Sjukfrånvaro

Under 2015 var totala sjukfrånvaron för kvinnor 5,5 % och 4,5 % 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 %	4,5 %	5,5 %
Utdelningen	5,3 %	4,9 %	6,1 %
Logistik	4,7 %	4,4 %	5,4 %
Admin	2,3 %	2,0 %	2,7 %

	Mål 2016	2015	2014	2013
Total sjukfrånvaro*	4,8 %	4,9 %	4,9 %	4,5 %
Långtid**	Sänkning	1,7 %	1,81 %	1,28 %
H-verdi***	25,6****	6,4	6,4	7,2

\* Korttids- och långtidssjukfrånvaro

\*\*Minst fyra veckors sjukfrånvaro

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

\*\*\*\*Mättes tidigare i H1, arbetsskador med frånvaro samt medicinsk behandling genom miljoner arbetade timmar. Mäts nu i H2, arbetsskador med frånvaro och/eller medicinsk behandling genom miljoner arbetade timmar.





Bring Citymail samarbetar med sjukgymnaster och naprapater för att snabbt kunna hjälpa till vid fysiska problem.

#### Tillgång till skydds- och säkerhetsutrustning och professionell hjälp

Våra medarbetare ges kunskaper inom belastningsergonomi och har tillgång till skyddsutrustning som exempelvis knäband, lyftbälte, brevbärarväst och hjälm. 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. Vi har etablerat samarbete med sjukgymnaster och naprapater för att snabbt kunna hjälpa medarbetarna vid fysiska problem. Utöver friskvårdsbidrag bidrar vi med skobidrag. I vår interna chefsutbildning 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, friskvårdsbidrag, skobidrag och skyddsutrustning. För visstidsanställda gäller att man får ta del av detta efter viss inarbetad tid.

# 100%

Av alla anställda har kollektivavtal.

# BCM – vilka är vi? Strategi och ansats BCM:s omvärld Vår del av marknaden



# Bring Citymail

## – vilka är vi?

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.

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.

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.

**Utmärkelser och priser  
som mottagits under  
redovisnings-perioden:**

Vi är fortsatt listade som  
klimatsmart tjänst

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, utdelnings-schemat ser till att våra utdelningsrundor är fulla och vi använder huvudsakligen cykeln som leveransfordon
- Leveranssäkerhet – eftersom vi kan tala om för våra kunder exakt vilken dag en viss försändelse når en viss mottagare

### Om att bryta ett monopol

Bring Citymail (dåvarande City Mail) grundades 1991 av Bror Anders Månsson. Detta utgjorde startskottet för det svenska postmonopolets avreglering 1993. Sedan starten har svenska företag sparat 1,5 miljarder kronor årligen i portokostnader enligt Post- och telestyrelsen (PTS).

### Värderingar

I ett stort företag som vårt är det viktigt att ha gemensamma värderingar. Gemensamma värderingar är det kitt som binder oss samman. Genom dem visar vi att vi är ett företag att lita på i alla sammanhang, ett företag som vi är stolta över att arbeta i. Värderingarna bygger vår gemensamma kultur och är ett rättesnöre vid alla beslut. Allt samarbete mellan anställda, ledare och företagsledning ska spegla våra värderingar.

I detta ingår självklart även att följa koncernens policy Etiska riktlinjer som delges alla anställda. Bring Citymail har nolltolerans mot korruption. Vägledande för såväl medarbetare och ledning på detta område är frågeställningarna: Är detta lagligt? Känns det rätt? Kan du berätta för din familj, en kollega eller en vän om det du gör? Tål förhållandet offentlighetens ljus?

### 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

- Vi visar 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 tar 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





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

### 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

Engagemang, delaktighet och kompetens hos varje medarbetare lägger grunden för en hög upplevd kvalitet och servicenivå hos våra kunder. Det främsta målet med vårt kvalitetsarbete är just nöjda kunder därför är detta ständigt närvarande i vår verksamhet, från första kundkontakt till utdelad försändelse och återkoppling till kund. Devisen ”Rätt försändelse till Rätt mottagare i Rätt tid” ska också 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

Vi ska aktivt vidta åtgärder för att förebygga förorening och minska bolagets totala miljöpåverkan. Detta då vårt övergripande mål med miljöarbetet är just låg miljöpåverkan och god resurshållning i hantering och distribution av post. Vi ska arbeta systematiskt med att minska våra utsläpp och fokuserar vårt miljöarbete på de egna transporterna. Där är vår påverkan störst och där har vi störst möjlighet att göra skillnad.

### Om arbetsmiljö

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. 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. Vi arbetar systematiskt med att minska våra arbetsmiljörisker för att därigenom förebygga och om möjligt förhindra olyckor, arbetsskador och ohälsa.

### 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	2015 **	2014 *	2013
Omsättning, tsek	1 333 386	854 555	811 117
Antal brev försändelser, miljoner	371	368	354
Täckning % av sveriges hushåll	55 %	54 %	54 %
Antal anställda vid periodens slut	1 488	1 473	1 442
Sjukfrånvaro	4,9 %	4,9 %	4,5 %
Co <sub>2</sub> kg/omsatt kr	0,005	0,005	0,005
Co <sub>2</sub> g/utdelat gram	0,291	0,193	0,184
Skulder tsek	163 871	148 445	125 975
Eget kapital	10 904	29 853	66 519
Totala tillgångar	174 775	178 298	192 494

\*Bring Citymail Sweden

\*\* Bring Citymail Sweden samt Bring Citymail Stockholm





# 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	Kostnads-effektivitet Kvalitet Värdeutveckling
Miljö	Klimatpåverkan Transporter Energi
Medarbetare	Utveckling/utbildning Ledarskap Hälsa, arbetsmiljö och säkerhet Breddad rekryteringsbas

Vi har i mediabevakning, dialog med våra externa intressenter, interna diskussioner och workshops (t ex säljavdelning, HR-avdelning, ledningsgrupp) och medarbetarundersökningen för att nämna några forum ringat in det vi uppfattar som väsentligt i vårt hållbarhetsarbete.

Kostnadseffektivitet, kvalitet och värdeutveckling är tre frågor som samtliga är viktiga för våra kunder när de ska välja leverantör och därmed för oss om vi som företag ska kunna vara konkurrenskraftiga, ha en positiv värdeutveckling och därmed vara ekonomiskt hållbara.

Klimatpåverkan är den i vår tid kanske största globala frågan, för alla intressenter och därmed även för oss som företag. Hur kan vi arbeta för att minska vårt klimatavtryck och bidra till en lägre klimatpåverkan? Som transport- och logistikföretag ser vi att vår största påverkan ligger i just utsläpp och energiförbrukning, här kan vi göra störst skillnad.



Ett hållbart företag agerar ekonomiskt försvarbart, socialt ansvarsfullt och miljömässigt riktigt.

När det gäller utveckling och utbildning har vi som stor ungdoms- arbetsgivare en unik ställning i att kunna bidra till ett stabilt samhälle genom arbete utan krav på högre kvalifikationer men samtidigt också möjliggöra personlig utveckling och erbjuda utbildning. Via vårt företag växer varje år ett antal medarbetare in i ledarrollen och lotsar kommande medarbetare vidare in i ett produktivt arbetsliv. Här ser vi både utifrån samhällsrapportering och upphandlingskrav att arbetsmarknaden – som vi är en del av – behöver bredda sin rekrytering till att på ett bättre sätt omfatta fler (utsatta) grupper i samhället, t ex unga personer, personer med utländsk bakgrund, funktionsvariation. Som arbetsgivare med en stor andel medarbetare i fysiskt aktivt och trafiknära arbete är det självklart viktigt att arbeta förebyggande på arbetsmiljöområdet, både för individens, företagets och samhällets skull.

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.

#### Definitionen av hållbar utveckling

Under FN:s världskonferens 1987 formulerade Brundtlandkommissionen definitionen av hållbar utveckling. Det innebär att ”tillgodose dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov”. Hållbar utveckling bygger på tre punkter:

- Ekonomi
- Miljö
- Sociala frågor



Efterfrågan på tjänster med lägre klimatpåverkan ger oss en konkurrensfördel – vi har flera klimatomåttliga fördelar.

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 verk-samma 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 rapporteringskrav på core-nivå. Syftet är att redovisa verksamhetens hållbarhetspåverkan, positiv och negativ, som kan relateras till ekonomiska, miljömässiga och sociala frågor. 2015 är första året vi redovisar enligt GRI G4 och därför är vissa indikatorer inte fullt redovisade. De är dock inkluderade i redovisningen då vi anser att de är väsentliga och vi planerar att redovisa dem fullt ut kommande år.



Bring Citymails hållbarhetsredovisning 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
- Etiska riktlinjer



# 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. Nedan visas en gruppering av våra viktigaste intressenter, samt en översikt av hur vi kommunicerar med dem regelbundet under året:

Våra viktigaste  
intressenter



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



Bring Citymail fokuserar på leveranssäkerhet och miljöaspekter – och ger många unga människor arbete.

## Viktiga frågor för våra främsta intressenter

### Kunder

Kunden är grunden för hela vår verksamhet. Därför är nöjda kunder vårt absoluta fokus. Miljö 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 tryckerier och printshops, med vilka vi har en daglig kontakt. Tidigare har detta varit våra huvudsakliga partners men sedan 2014 samarbetar vi även alltmer med tidningsdistributörer.

Syftet är att kunna erbjuda en ännu bättre och miljöeffektivare tjänst, genom att på ett så effektivt sätt som möjligt i samverkan kunna distribuera försändelser samt använda t ex gemensamma lokaler. Detta är ett viktigt steg i utvecklingen av vårt företag men också för den del av marknaden vi verkar på, att med tidningsdistributörerna som partners kunna skapa gemensamma värden samtidigt som vi arbetar för att säkerställa den framtida brevdistributionen i Sverige. Tillsammans har vi ett gemensamt åtagande gentemot kunderna och för våra partners är det naturligtvis avgörande att Bring Citymail är en pålitlig samarbetspartner.

### Mottagaren – våra kunders kund

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



### Medarbetare

Bring Citymails företagskultur präglas av individuellt ansvar och engagemang. Därför uppmuntras enskilda initiativ. Det är högt i tak på Bring Citymail och chefsnivåerna är få, vilket gör det enkelt för den enskilde att bidra med synpunkter och idéer, både i den dagliga verksamheten, genom vårt system för att lämna förbättringsförslag och vid utvecklingssamtal. Bring Citymails position som en utmanare i branschen innebär att vi måste våga tänka i andra och nya banor. Det är det som leder till utveckling.

Vår årliga medarbetarundersökning har visat att det viktigaste för våra medarbetare är bra arbetsredskap, god kamratanda, ledarskap, utbildning, arbetstider och tydlig arbetsfördelning. I övrigt är hälso- och säkerhetsfrågor samt jämställdhet och mångfald viktiga frågor för verksamheten. Kommunikationen bedrivs via närmaste chef, intranät, VD-brev och interna nyhetsbrev.

### Media

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

### Ägare

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



Bring citymails position som utmanare i branschen  
Innebär att vi måste våga tänka i andra och nya banor  
– det leder till utveckling.



### Leverantörer

Bring Citymails leverantörer består bland annat av lokaluthyrare, gods-transportörer, 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.



## Vår del av marknaden

Citymail distribuerar post med olika adresseringsgrad från företag till andra företag eller privatpersoner. Vi har länge specialiserat oss på segmentet industriell post – administrativa brev, direktreklam och tidningar – men erbjuder numera även A-post, 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.

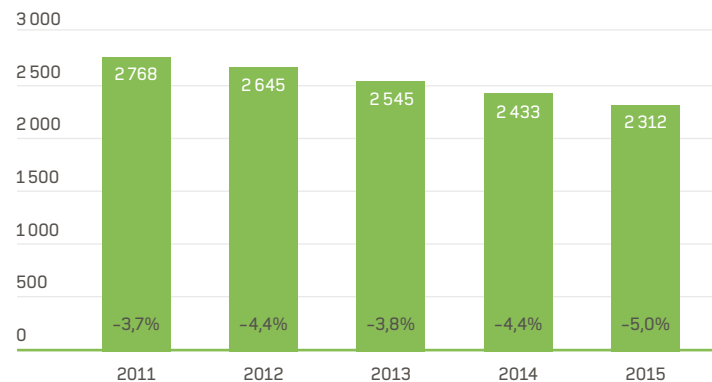
Som leverantör på en minskande och, ur ett hållbarhets- perspektiv, ofta ifrågasatt marknad ser vi det som vår viktigaste uppgift att utveckla framtidens brev- och e-handelsdistribution. En distribution som undviker onödigt slöseri, optimerar resurser och hjälper såväl kunder som mottagare att skicka och ta emot post på ett hållbart sätt.

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.

Bring Citymail har idag enligt Post- och telestyrelsen en marknadsandel på cirka 15,4 % av svenska postmarknaden (utdelade brev).

### Utvecklingen industriell post:

Miljoner st



Källor: Svensk reklammarknad, Institutet för reklam- och mediestatistik, IRM. \*Post- och telestyrelsens, (PTS), årliga rapport Svensk postmarknad 2016 – PTS – ER – 2016:3



En distributör som undviker onödigt slöseri, optimerar resurser och hjälper såväl kunder som mottagare att skicka och ta emot post på ett hållbart sätt.

### 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 resurs-slöseri. Vi på Bring Citymail menar att det därför är vår skyldighet att, tillsammans med våra branschkollegor, arbeta för att vårda brevlådan som mediekanal.

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

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

Eftersom vi ser till att våra kunder når sina mottagare på mest effektiva sätt, hjälper vi dem att vårda sina varumärken. Samtidigt undviker vi onödiga trycksaker och transporter till människor som ändå inte ingår i målgruppen. Vi arbetar även via branschföreningen Swedma med etiska regler för direktreklam och har också utvecklat ett policydokument om god sed för direktreklam vilka vi alltid följer. Under 2015 har inga överträdelser av Swedmas regelsystem/frivilliga etiska koder skett.

Arbetet med att förbättra och förfina våra processer pågår varje dag. Inte bara internt hos oss själva, utan även tillsammans med våra kunder. Vi följer intresserat hur medielandskapet förändras runt omkring oss. Idag vet vi förstås inte i detalj hur framtidens brevlåda kommer att se ut, men vi vet att vi själva 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.



Vi arbetar med etiska regler för direktreklam och har utvecklas ett policydokument om god sed för direktreklam.



Hållbarhet innebär att vara rädd om resurser. Ett brev som skickas till fel adress är slöseri på råvara och energi.

#### 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

#### Bring Citymail fortsätter expandera verksamheten

Bring Citymail har nu verksamhet som täcker i princip hela dygnet. I den första fasen genomfördes ett samgående med ett tidningsdistributionsbolag i stockholmsregionen under 2014 och liknande samverkan har startat under 2015 med fler tidningsdistributörer i landet. Vi befinner oss i ett oerhört spännande skede i vår utveckling som företag och målet är att hitta ytterligare synergier, öka vår verksamhets effektivitet och hållbarhet ur såväl miljömässigt, ekonomiskt och socialt perspektiv.

#### Verksamhet över dygnet 00.00–24.00



# Bolagsfakta, Ordlista och definitioner, Mätmetoder, Redovisningens omfattning och avgränsningar mm

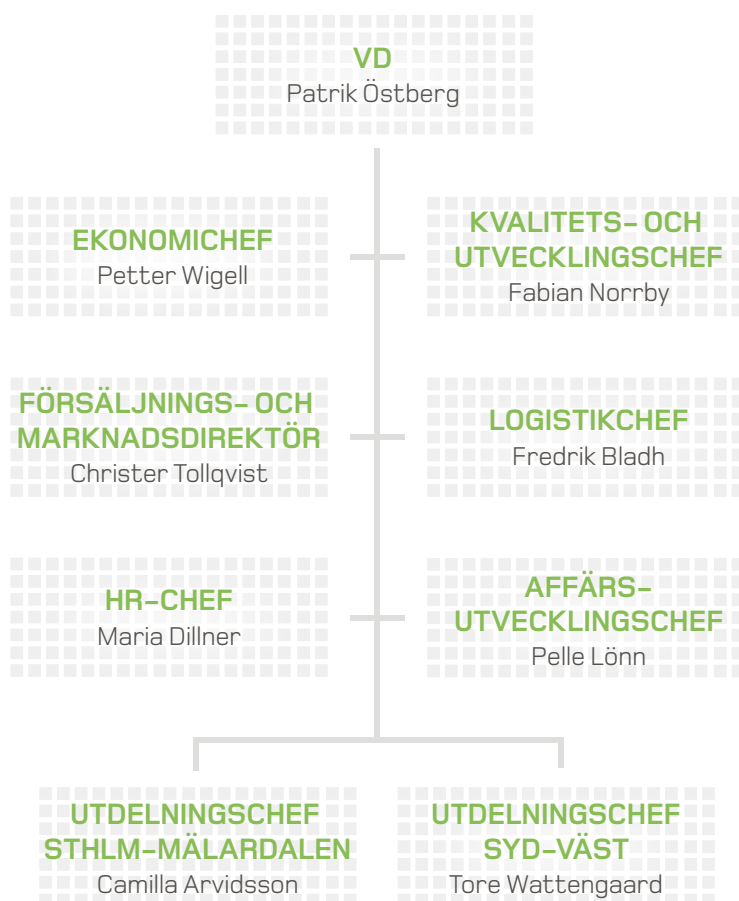


# Bolagsfakta

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 2015



Bring citymail har under 2015 inte varit utsatt för böter eller sanktioner utifrån gällande lagar och regleringar, inklusive miljölagstiftning



### 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 Citymails styrelse 2015-12-31

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

Vice styrelseordförande: **Gro Bakstad**, Koncerndirektör

Division Post, Posten Norge

**Einar Kirkebö**, Koncerndirektör Mergers & Acquisitions,  
Posten Norge

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

**Mona Tveit Skjörtrorp**, Analys- och kvalitetschef, Posten Norge

**Fredrik Möller** arbetstagarrepresentant

**Anna-Carin Lindberg**, arbetstagarrepresentant

**Eddie Lövholt-Eriksson**, arbetstagarrepresentant suppleant

**Fredrik Alzén**, arbetstagarrepresentant suppleant

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

### Hållbarhetsarbetets styrning

Ledningsgruppen har det strategiska ansvaret för Bring Citymails hållbarhetspåverkan. Påverkan från transporter, avfall och energi ansvarar Operations för. Övergripande arbetar Gabriella Norman, hållbarhetsansvarig (inklusive miljö) med hållbarhetsfrågorna.

### Lagar och regleringar

Bring Citymail har under 2015 inte varit utsatt för böter eller sanktioner utifrån gällande lagar och regleringar, inklusive miljölagstiftning och mänskliga rättigheter. Vi har inte heller varit utsatta för incidenter beträffande lagar och frivilliga riktlinjer som rör marknadskommunikation.

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



Förädlingsvärde fördelat på intressenter (MSEK):

		2015	2014	2013
Kunder	Omsättning	1 333	855	811
Leverantörer	Inköpta godstransporter	131	45	54
	Övriga transportkostnader	0	0	0
	Lokalkostnader	73	60	85
	Övriga kostnader	97	119	122
Anställda	Löner	665	315	449
	Sociala avgifter	164	102	134
	Varav pensionskostnader	18	21	25
	Övriga personalkostnader	8	6	7
Stat och kommun	Skatter	0	2	4
Långivare	Räntor	0,6	2,9	-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, gods-transporter 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.

### CO<sub>2</sub>-ekvivalenter

Utsläpp som påverkar klimatet omfattar, förutom koldioxid, även gaser som metan och lustgas, som genereras i mindre mängder vid förbränning av fossila bränslen. För en fullständig redovisning av klimatpåverkan anger man CO<sub>2</sub>-ekvivalenter, vilket innebär att övriga utsläpp av växthusgaser har omvandlats till CO<sub>2</sub>-enheter.

### Bring Citymail terminologi

**Citymail Center**, förkortat CMC, är Bring Citymails lokala enheter. Det finns 109 stycken i landet. Utdelningskontor, förkortat UTK är lokala enheter som övergått till enbart utdelning.

**Terminaler** delar upp och sorterar posten i varierande grad för utkörning till våra lokala enheter, CMC samt UTK. Terminaler 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.

**Terminalarbetare** är de medarbetare som bland annat ser till att posten delas upp och sorteras på terminal.

# 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 2015.

## 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. Verktöget är uppkallat efter Svante Arrhenius, svensk vetenskapsman och nobelpristagare i kemi 1903, som redan 1896 lyfte fram koldioxidens förmåga att stänga inne värmestrålning, det vill säga växthuseffekten. Alla utsläpp av växthusgaser räknas i CO<sub>2</sub>-ekvivalenter, vilket innebär att de även omfattar en mindre andel metan och lustgas. I Svante används globala uppvärmningspotentialer (GWP-värden) från IPCCs fjärde utvärderingsrapport (2007) och emissionsfaktorer från vedertagna källor såsom Naturvårdsverket och Energimarknadsinspektionen.

# Redovisningens omfattning och avgränsningar

Redovisningsperioden avser kalenderåret 2015 och är Bring Citymails åttonde hållbarhetsredovisning. Vår förra redovisning (2014) presenterades i augusti 2015. Rapporten baseras på GRI:s krav på rapporteringen på core-nivå och väsentliga aktiviteter inom Bring Citymails prioriterade ansvarsområden: kunder, miljöpåverkan och medarbetare. Rapporten är inte granskad av extern part.

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 Terminaler och Citymail Centers, undantaget avfall som inte källsorterats på utdelningskontoren. Bring Citymail redovisar sin totala klimatpåverkan enligt en operationell ansats och redovisningen omfattar direkta utsläpp från mobil förbränning av fossila bränslen (Scope 1), indirekt klimatpåverkan från inköp elektricitet och värme (Scope 2) och indirekt klimatpåverkan från tjänsteresor och godstransporter. Pendling för anställda ingår inte. Omkring 16,5 % 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 i den redovisade statistiken för anställda trots att de varierar kontinuerligt både i tid och i omfång. De omfattas av alla ersättningar och övriga satsningar.

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

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

## Kontakt

Hänvisning för kompletterande information eller kommentarer kan ges av hållbarhetsansvarig på Bring Citymail, Gabriella Norman 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](mailto: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](http://www.globalreporting.org)

	Profil	Sida
1	Strategi och analys	
G4-1	Uttalande från organisationens högsta beslutsfattare	5-7
2	Organisationsprofil	
G4-3	Organisationens namn	57
G4-4	Huvudsakliga varumärken, produkter och tjänster	35, 51
G4-5	Lokalisering av huvudkontor	57
G4-6	Antal länder och namn på dessa där organisationen är verksam	55
G4-7	Ägarstruktur och juridisk form	55
G4-8	Marknader där organisationen är verksam, kundtyper	21-23
G4-9	Organisationens storlek, total antal medarbetare, nettoomsättning eller nettovinst	39
G4-10	Totalt antal anställda uppdelade på anställningsavtal och kön	25
G4-11	Procentuell andel anställda med kollektivavtal	33
G4-12	Organisationens leverantörskedja	49
G4-13	Väsentliga förändringar av organisationens storlek, struktur och ägarskap under redovisningsperioden	61
G4-14	Hantering av försiktighetsprincipen	58
G4-15	Externt framtagna ekonomiska, miljömässiga och sociala initiativ eller principer	8-11, 49, 52
G4-16	Medlemskap i föreningar och bransch-sammanslutning	49

	Profil	Sida
3	Väsentliga aspekter och avgränsningar	
G4-17	Enheter som ingår i rapporteringen	55
G4-18	Process för definiering av rapportinnehåll	41-44, 47-49
G4-19	Identifierade väsentliga aspekter	41-44
G4-20	Aspektens avgränsning inom organisationen	41-44
G4-21	Aspektens avgränsning utanför organisationen	41-44
G4-22	Effekten av eventuella revideringar av information som ingår i tidigare redovisningar	61
G4-23	Väsentliga förändringar jämfört med tidigare redovisningsperioder avseende inriktning och avgränsningar	61
4	Intressentengagemang	
G4-24	Lista över intressentengagemang	46
G4-25	Princip för identifiering och urval av intressenter	46-49
G4-26	Organisationens inställning till intressent-engagemang, inklusive engagemangets frekvens	46-49
G4-27	Fokusämnen och nyckelfrågor som har lyfts fram genom intressenternas engagemang	46-49
5	Redovisningsprofil	
G4-28	Redovisningsperiod	61
G4-29	Datum för publicering av den senaste redovisningen	61
G4-30	Redovisningscykel	61
G4-31	Kontaktperson gällande redovisningen	62
G4-32	GRI-innehåll och hänvisning	61, 64-69
G4-33	Policy för externt bestyrkande	61
6	Styrning	
G4-34	Organisationens styrningsstruktur	56
7	Etik och integritet	
G4-56	Organisationens värdegrund och uppförandekod	35-38

	Aspekter och indikatorer	Sida
	<b>Ekonomiska aspekter och indikatorer</b>	
	Ekonomiskt resultat	
G4- DMA	DMA	41-44
G4- EC1	Skapat och levererat konkret ekonomiskt värde	57
G4- EC3	Organisationens förmånsbestämda åtaganden	57
	<b>Miljöaspekter och indikatorer</b>	
	<b>Energi</b>	
G4- DMA	DMA	41-44
EN3	Energianvändning inom organisationen	17-18
EN7	Minskad energianvändning från produkter och tjänster	17
	<b>Utsläpp</b>	
G4- DMA	DMA	41-44
G4- EN15	Direkta utsläpp av växthusgaser	18, 60-61
G4- EN16	Indirekta utsläpp av växthusgaser	18, 60-61
G4- EN17	Övriga indirekta utsläpp av växthusgaser	18, 60-61
G4- EN18	Utsläppsintensitet för växthusgaser	15
G4- EN19	Minskning av växthusgasutsläpp	18, 60-61
G4- EN21	NOX, SOX och övriga väsentliga luftutsläpp	19
	<b>Miljöpåverkan leverantörer</b>	
G4- DMA	DMA	41-44
G4- EN33	Väsentliga faktiska och potentiella negativa miljöeffekter i leverantörskedjan och vidtagna åtgärder	16

	Aspekter och indikatorer	Sida
	Miljölagomål	
G4- DMA	DMA	41-44
G4- EN34	Antal miljölagomål som behandlats och lösts genom formella mekanismer	56
	<b>Sociala aspekter och indikatorer</b>	
	Arbetsrutiner och anständiga arbetsförhållanden	
	Anställning	
G4- DMA	DMA	41-42
G4- LA1	Antal och andel nya anställda och personalomsättning efter åldersgrupp, kön och region	25, 30
G4- LA2	Förmåner heltidsanställd personal, listade enligt viktiga verksamhetsplatser	33
G4- LA3	Andel som återvänder till/stannar kvar i arbetet efter föräldraledighet, efter kön	28
	Hälsa och säkerhet i arbetsmiljön	
G4- DMA	DMA	31-33
G4- LA5	Andel av personalen som är representerad i formella, för ledning och anställda gemensamma kommittéer för hälsa och säkerhet som bistår med övervakning och rådgivning om program för hälsa och säkerhet på arbetsplatsen	31
G4- LA6	Typ och omfattning av personskador, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade arbetsdagar, frånvaro samt totalt antal arbetsrelaterade dödsolyckor per region och kön	31-32
G4- LA7	Anställda med hög förekomst eller hög risk för sjukdomar relaterade till deras yrke	31-32

	Aspekter och indikatorer	Sida
	Utbildning och yrkesutveckling	
G4- DMA	DMA	42
G4- LA9	Program för vidareutbildning och för att stödja fortsatt anställningsbarhet	29
G4- LA11	Utvärdering och karriärsutveckling	26
	Mångfald och lika möjligheter	
G4- DMA	DMA	6
G4- LA12	Sammansättning av beslutsfattande grupper	25, 27
	Lika ersättning för kvinnor och män	
G4- DMA	DMA	27
G4- LA13	Procentuell skillnad i grundlön och ersättningar mellan män och kvinnor per personalkategori	27
	Samhället	
	Antikorrupktion	
G4- DMA	DMA	35-36
G4- S04	Andel av anställda som utbildas i organisationens policyer och rutiner avseende antikorrupktion	36
	Produktansvar	
	Märkning av produkter och tjänster	
G4- DMA	DMA	47
G4- PR5	Resultat av kundnöjdhetsundersökningar	21-22
	Kundernas integritet	
G4- DMA	DMA	47
G4- PR8	Totalt antal underbyggda klagomål gällande överträdelser mot kundintegriteten och förlust av kunddata	21
	Efterlevnad	
G4- DMA	DMA	38
G4- PR9	Betydande bötesbelopp för brott mot gällande lagar och regler gällande tillhandahållandet och användningen av produkter och tjänster	56











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](mailto:citymail@bringcitymail.com)