



Hållbarhetsredovisning 2016

Innehåll

	Inledning	5
	VD-ord	6
	Bring Citymails viktigaste hållbarhetsresultat 2016	10
	Bring Citymails planerade hållbarhetsinsatser 2017	11
	Frågor och svar	12
Kapitel 1	Miljö	14
Kapitel 2	Kunder	23
	Medarbetare	27
Kapitel 3	Bring Citymail – vilka är vi?	41
	Strategi och ansats	47
	Bring Citymails omvärld	53
	Vår del av marknaden	57
Kapitel 4	Bolagsfakta	61
	Ordlista och definitioner	64
	Mätmetoder	66
	Redovisningens omfattning och avgränsningar	67
	Kontakt	68
	GRI korsreferens	70



Under de senaste två åren har vi arbetat hårt med att hitta en förbättrad organisation och utdelningsmodell i syfte att erbjuda en ännu bättre tjänst. En sådan resa innebär med -och motgångar, t ex har vi sett att vår upplevda kvalitet liksom vår miljöprestanda påverkats i önskad riktning.

Att fortsatt erbjuda en tjänst som levererar försändelser utifrån en högkvalitativ, klimatsmart och lönsam verksamhet är vårt främsta mål.”

Patrik Östberg, VD
Bring Citymail Sweden

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 resultatet av vårt arbete, såväl utifrån framsteg som motgångar och 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 även om vi är långt ifrån färdiga.

Med hjälp av ett fortsatt 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



Patrik Östberg, VD
Bring Citymail Sweden
Stockholm, augusti 2017

Bring Citymails hållbarhetsarbete handlar om att bidra till ett hållbart samhälle genom en fungerande distribution av brev, tidningar och e-handelsförsändelser 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. 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. 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.

Miljöpåverkan – gräv där du står

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. Som transport- och logistikföretag så är miljöaspekten därför självklart en stor del av hur vi påverkar vår omvärld. Det är där vi kan göra störst skillnad. Redan år 2008 tog vi steget och blev världens första klimatneutrala postdistributör. Nu ser vi dock att kraften behöver riktas helt och fullt på egen förbättring av vår miljöprestanda. Vi har därför beslutat att från och med 2016 i linje med övriga Bring-koncernens miljöarbete fokusera helt på återinvestering i den egna verksamheten.

Glädjande framsteg – och motgångar

Bring Citymail ingår i koncernens övergripande miljömål. Glädjande nog uppnåddes koncernmålet att från 2008 minska utsläppen med 40 % innan 2020 redan under 2016! Ett nytt koncernmål har därför satts, att samtliga fastigheter och fordon i koncernen ska drivas av förnybara energikällor innan 2025.

Inom en 3-årsperiod ska vi bl.a. ha utökat parken av elcyklar till ca 200 st (75 prel under 2018) och ha minst 20 alternativa elfordon istället för bil i bruk i utdelningen (5 st prel under 2018). Vi har även fortsatt det egna målet 3 % förbättring av våra CO₂-utsläpp jämfört

med föregående år, som ett led i att uppnå en minskning den kommande 3-årsperioden. Utöver en miljömässigt fördelaktigare fordonsmix gäller det att hitta så resurseffektiva utdelningsrundor som möjligt, köra fordonen på rätt sätt etc. Under de senaste två åren har vi arbetat hårt med att hitta en förbättrad organisation och utdelningsmodell i syfte att erbjuda en ännu bättre tjänst. En sådan resa innebär med- och motgångar, t ex har vi sett att vår upplevda kvalitet liksom vår miljöprestanda påverkats i önskad riktning. Att fortsatt erbjuda en tjänst som levererar försändelser utifrån en högkvalitativ, klimatsmart och lönsam verksamhet är dock vårt främsta mål.

Samhällsansvar – kommunikation för integration

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. 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. Det har väl knappast undgått någon hur frågan om delaktighet, försörjning och framtid blivit alltmer viktig, både för oss som startat våra liv här och för dem som nu kommer till Sverige. Morgontidningsdistributionen i Stockholm* ingår sedan två år i vår verksamhet, merparten av medarbetarna i det nya bolaget har utomnordisk bakgrund och är nyanlända till Sverige. Förutom tillvaratagandet av synergieffekter via gemensamma transporter och lokaler har det gett oss ökad insikt i migrationsfrågor ur arbetsgivarperspektiv. Samgåendet har stärkt vår roll på arbetsmarknaden som en inkluderande arbetsgivare och vi kommer använda vår nyvunna kunskap för att bredda anställningsunderlaget även i den övriga utdelningsorganisationen. För att bli en än mer inkluderande arbetsgivare har vi inlett ett strukturerat arbete för att uppnå en tvåspråkig utdelningsorganisation (svenska - engelska). Detta kommer möjliggöra ännu fler anställningar av nyanlända, både i närtid samt under den kommande 5-årsperioden. Vi har ett tydligt mål om ökad integration och jämnare könsfördelning på våra arbetsplatser.

Under 2016 genomförde vi en mätning av andelen medarbetare med utländsk bakgrund via SCB (Statistiska Centralbyrån), du kan läsa mer om detta i redovisningen. På övergripande nivå har vi en relativt god fördelning, men vi ser också stora variationer i olika delar av organisationen och mellan regionerna. I frågan om jämn könsfördelning och etnisk bakgrund på chefspositioner behöver vi också fokusera ännu mer på att förbättra detta. Detta kommer förtydligas i en plan som implementeras under 2017.

Hållbart globalt utvecklingsmål (SDG)

Vidta viktiga åtgärder för att bekämpa klimatförändringen och dess inverkan (i linje med FN:s ramavtal om klimatförändringen med UNFCCC).



* Pressens Morgontjänst (Premo)

Framtiden

Vi är ett företag som alltid 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?

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 t ex våra samverkanstjänster för e-handelsleveranser med t.ex. renhållningsföretag och på sikt utsläppsfria egna fordon utgöra ett viktigt bidrag för att underlätta en sådan övergång.

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.



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.



Bring Citymails viktigaste hållbarhetsresultat 2016

Under 2016 har vi:

- Omcertifierat oss inom samtliga områden enligt ISO 9001 kvalitet, ISO 14001 miljö, OHSAS 18001 arbetsmiljö och i samband med detta genomfört en ny miljöutredning
- Fått en viss ökning av CO₂-utsläpp under 2016 på grund av omfattande omorganisation i utdelningen, där transportvägar ännu inte optimerats som önskat samt p.g.a. ökade volymer
- Slutfört vårt utvecklingsprojekt för elcyklar via koncernens miljöfond med goda resultat, dvs en elcykel som fungerar utifrån verksamhetens krav
- Inlett ytterligare samarbetsprojekt med tidningsdistributörer i landet samt leverans av nya e-handelsprodukter och på så sätt skapat högre täckningsgrad, nya distributionsmöjligheter och synergier via samverkan
- Fortsatt utveckla och effektivisera processerna för vår sorteringsverksamhet och vår distribution av försändelser, exempelvis genom att implementera maskinstöd
- Samarbetat med externa partners för att bredda vår rekryteringsbas och öppna vägen för utsatta grupper på arbetsmarknaden (unga, personer med funktionsvariation, utländsk bakgrund m fl)
- Fastställt och lanserat 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
- Genomfört en statistisk mätning av andelen medarbetare med utländsk bakgrund via Statistiska Centralbyrån (SCB)
- Undersökt och identifierat vilka insatser och åtgärder som behöver vidtas för att vända den nedåtgående trenden på specifika områden av Medarbetarundersökningen

Bring Citymails planerade hållbarhetsinsatser 2017

Under 2017 kommer vi bland annat:

- Arbeta för koncernmålet enbart förnybara energikällor i fastigheter och fordon till 2025 samt vårt övergripande mål att minska utsläpp mot omsättning med 3 % mot föregående år
- I enlighet med övriga koncernens riktlinjer övergå till att fokusera helt på återinvestering i den egna verksamheten i syfte att förbättra vår miljöprestanda. Målsättning är att hitta samverkansområden miljö inom koncernen för ökad effekt
- Genom fortsatt tydliga riktlinjer samt uppföljning ytterligare minska antalet tjänsteresor med flyg
- Fortsätta vårt långsiktiga arbete med att minska vår miljöpåverkan och CO₂-utsläpp via lägre drivmedelsförbrukning:
 - Arbeta för att säkerställa optimerade transportvägar i den nya organisationsmodellen
 - Inleda utbytesprogram mopeder mot elcyklar
 - Analysera alternativa elfordon som ersättning för bilar samt mopeder
 - Initiera en första eldriven utdelningsbil
 - Införa eldriven poolbil huvudkontoret (mötespendling)
 - Utbilda ytterligare 20 bilförare i ECO-driving
 - Begära högre miljöklass på köpta transporter (målet är nu 90 % euroklass 5)
- Ta nästa steg i arbetet med att utveckla och förbättra vår verksamhet, t ex genom den på postmarknaden banbrytande digitala processen nummersortering, utökad täckningsgrad via tidningsdistributörer i landet samt leveranser av nya e-handelsprodukter och samarbetspunkter i andra branscher
- I linje med ett hållbart arbetsliv och i syfte att ta ett helhetsgrepp om medarbetarnas hälsa teckna avtal med ny företagshälsovård
- För att öka mångfalden, skapa arbetstillfällen och säker-ställa tillgång på personal starta ett samarbete med Samhall samt övergå till en tvåspråkig utdelningsorganisation (svenska-engelska) för att möjliggöra anställning av nyanlända i ännu högre grad



Frågor och svar

Vad är växthuseffekten?

Den största delen av den iakttagna uppvärmningen sedan mitten av 1900-talet beror med stor sannolikhet på en ökning av människogenerande växthusgaser i atmosfären, enligt en rapport som FN:s klimatpanel, IPCC, gjorde 2007. Den förstärkta växthuseffekten innebär att en del av solens strålade värme inte reflekteras tillbaka ut i rymden, utan istället påverkar jordens klimat och gör så att det blir varmare.

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

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

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 prisbilderna för kunderna. Enligt PTS (Post- och telestyrelsen) har Bring Citymail sparat 1,5 miljarder i portokostnader för portoköparna.

* Källa: Naturvårdsverket

Varför är Bring Citymail inte längre ett klimatneutralt företag?

Koncernen har efterfrågat att vi liksom till övriga bolag arbetar fokuserat med egen förbättring av miljöprestandan. Genom denna förändring knyter vi vårt miljöarbete närmare till övriga koncernen och öppnar framförallt för en starkare miljösamverkan med Bring Norden.

Beslutet innebär att vi minskar våra externa utgifter men bibehåller vårt miljöfokus. Då vårt tidigare långvariga klimatkompensationsprojekt LifeStraw inte längre var tillgängligt, blev detta också en naturlig brytpunkt för att ansluta oss till koncernens riktlinjer.

För att uppnå trovärdighet samt reella miljöeffekter måste medel avsättas som gör avtryck i verksamheten, både i form av minskade utsläpp och kommunikation till våra två främsta intressenter, kunder och medarbetare. Att förbättra den egna miljöprestandan i motsvarande grad (eller mer) behöver för att uppfattas som ett seriöst åtagande vara insatser som går mot våra största utsläpp, dvs fordon.

Vi har därför påbörjat ett långsiktigt arbete med flera insatser. Dels ett utbytesprogram som omfattar elcyklar istället för mopeder, dels initierat analys och satt måltal för alternativa elfordon till utdelningen samt ett första pionjärprojekt för elbuss till utdelningen, liksom en omarbetad tjänstebilspolicy för el/hybridbilar.

Miljö



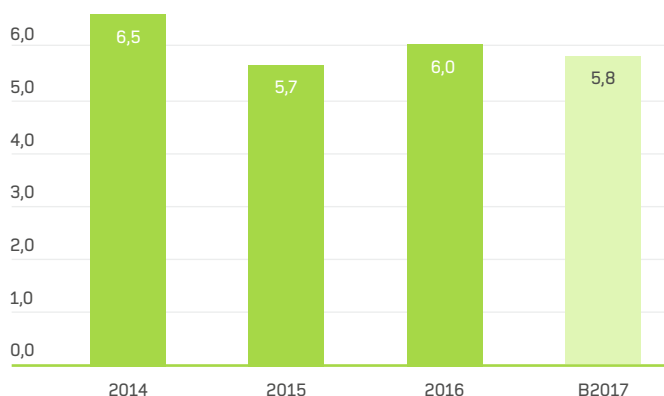
Miljö

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 gods-transportörernas 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 2017

- Arbeta för koncernmålet enbart förnybara energikällor i lokaler och fordon till 2025
- Övergripande mål minska utsläpp mot omsättning med 3 % mot föregående år
- Inleda utbytesprogram mopeder mot elcyklar (25st)
- Initiera en första eldriven utdelningsbil
- Analysera alternativa elfordon i utdelningsorganisationen
- Införa eldriven poolbil huvudkontoret för mötespendling
- Utbilda ytterligare 20 bilförare i ECO-driving
- Öka andelen godstransporter Euroklass 5 eller bättre till 90 %

Antal ton CO₂e per miljon kronor i omsättning



Under 2016 har vi:

- Fått en viss ökning av CO₂-utsläpp under 2016 på grund av omfattande omorganisation i utdelningen, där transportvägar ännu inte optimerats som önskat samt p.g.a. ökade volymer
- Slutfört vårt utvecklingsprojekt för elcyklar via koncernens miljöfond med goda resultat
- Fordonsparken är nu i stort sett utbytt till drivmedels-snållare Fiat, 20 st inköptes under året
- Uppnått en ökning av köpta transporter mot bilar med Euroklass 5 (88 %)
- Förstärkt dialogen med aktuella transportörer med tydlig uppföljning på hela miljöområdet
- Kontinuerligt följt upp utsläpp relaterade till våra tjänsteresor med flyg, vilket lett till en förbättring



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

Vi redovisar våra utsläpp som total CO₂e 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 2014 kom vi på rätt spår igen 2015.

En ökning har återigen inträffat under 2016 på grund av omorganisation, där transportvägar ännu inte optimerats som önskat. Nu ser vi dock en prognos på minskade utsläpp 2017. Vi följer kontinuerligt utvecklingen kring alternativa fordon och bränslen – det finns intresse från våra transportörer att växla om när antalet tankställen ökar.

Transporter

Dagligen fraktas försändelser från våra fyra sorteringsterminaler till våra 102 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 2016 nådde försändelserna våra mottagare med hjälp av: Cykel 54%, Moped 19% och bil 27% (snittvärde december 2016).

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 inte exakt hur övriga delar i vår värdekedja påverkar miljön, negativt eller positivt. Men ett första steg under året har varit att göra en estimerad beräkning på denna påverkan i samband med den förnyade miljöutredningen.



Sedan 2005 har vi utbildat omkring 800 personer i eco-driving. Under 2017 kommer ytterligare 20 förare att utbildas.

Ett exempel på fortsatt uppföljning av de externa utbärare vi samverkar med, skulle kunna omfatta 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 2017 kommer ytterligare 20 förare att utbildas.

Tjänsteresor och tjänstebilar

Tjänsteresor (framförallt flyg) ökade under 2014 och därmed även utsläppen i oroande hög grad. Ledningsgruppen har under 2015 och 2016 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 fortsatt har minskat vilket är mycket positivt. Av totalt 50 tjänstebilar är idag 100 % miljöbilar (enligt Transportstyrelsens definition).

Vår påverkan i form av bränsleförbrukning och CO₂e-utsläpp

Omorganisation och nytt produktutbud har kontinuerligt ökat andelen körda mil liksom rörligheten för medarbetarna på tjänstesidan i företaget. Sedan 2014 har dock utsläppen för våra tjänsteresor minskat med 284 ton CO₂, främst p.g.a. färre flygresor. Den signifikanta ökningen av dieselförbrukning under 2016 med närmare 90000 liter beror uppskattningsvis till hälften på ökade volymer och till hälften på att fler av företagets egna fordon använts i morgontidningsdistributionen. Noterbart är dock att bensinförbrukningen minskat motsvarande 40000 liter som en följd av att dessa tidningsbud inte längre kör egen bil i tjänsten. Avgränsningen i klimatberäkningen har uppdaterats och numera redovisas även utsläpp från underleverantörer i form av externa utbärare.

Hållbart globalt utvecklingsmål (SDG)

Vidta viktiga åtgärder för att bekämpa klimatförändringen och dess inverkan (i linje med FN:s ramavtal om klimatförändringen med UNFCCC).



238

Så många ton CO₂ har våra tjänsteresor minskat med de senaste tre åren, varav 57 ton under 2016.

Ny Miljörapport

Bring Citymail har varit certifierat enligt miljöledningsstandarden ISO 14001:2004 sedan 2008. Som grund till miljöledningssystemet genomfördes samma år en miljöutredning med syfte att identifiera verksamhetens miljöbelastande processer. Under 2016 genomfördes en förnyad miljöutredning i vilken vi kartlade vår miljöpåverkan samt identifierade verksamhetens betydande miljöaspekter. Detta gjordes med utgångspunkt i förändrade processer samt införandet av underleverantörer/externa utbärare.

Bränsle (liter)	2016	2015	2014
Bensin*	536 576	577 588	656 335
Diesel*	752 372	661 449	663 636
Etanol	0**	0**	1731
Biogas	0**	0**	1183

*Inklusive körda mil Premo, underleverantör distribution.

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

Bränsle (GJ)	2016	2015	2014
Bensin*	17 267	18 587	21 121
Diesel*	26 411	23 220	23 296
Etanol	0**	0**	39
Biogas	0**	0**	0,04
Totalt	43 678	41 806	44 457

*Källa omvandlingsfaktorer: Naturvårdsverket och SPBI

Utsläpp – växthusgaser CO ₂ -utsläpp (ton CO ₂ ekvivalenter)	2016	2015	2014
Direkta utsläpp (scope 1)			
Egenägda fordon*	2 123	1 787	1 879
Totalt	2 123	1 787	1 878
Indirekta utsläpp (scope 2)			
El*	480	470	686
Fjärrvärme olja	560	575	644
Naturgas för egen uppvärmning	48	57	56
Totalt	1 088	1 102	1 386
Övriga indirekta utsläpp (scope 3)			
Tjänsteresor	143	200	381
Transporter underleverantörer***	2 339	1 187	1 381
Godstransporter****	3 506	3 348	3 905
Totalt	5 988	4 735	5 667
Totala direkta och indirekta utsläpp	9 200	7 625	8 932

** Utdelningsfordon samt tjänstebilar

** En del av elen används för uppvärmning

*** Inkluderar Premo och externa utbärare av post och tidningar

**** Inkluderar upphandlade godstransporter för post, tidningar och A-post

El och värme

Bring Citymail förbrukar framförallt el när vi använder kontorsmaskiner, belysning och uppvärmning av lokaler. Vi ser att förnybar 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 2016 beräknad per kvadratmeter utifrån ett genomsnittsvärde för lokaler i Sverige.

El * (mwh)	2016	2015	2014
Förnyelsebara källor	4 985	4 313	4 425
Icke förnyelsebara källor	1 425	1 397	1 991
Totalt	6 410	5 710	6 416

*Ökningen 2016 beror sannolikt på utbyggd terminal samt sorteringsmaskin i Stockholm.

Värme (mwh)	2016	2015	2014
Icke förnyelsebara källor	7 736	7 920	7 163
Totalt	7 736	7 920	7 163
Total energiförbrukning bränslen, el & värme (GJ)	2016	2015	2014
Förnyelsebara källor	17 946	15 527	15 969
Icke förnyelsebara källor	76 658	75 348	77 371
Totalt	94 604	90 875	93 340

Utsläpp till luft

Bring Citymail arbetar även med att minska utsläppen av luftföroreningar. Precis som när det gäller växthusgasutsläpp så sker detta främst genom att byta till förnybara bränslen.

Utsläpp till luft Ton NO _x	2016	2015	2014
Egenägda fordon	5,7	4,8	5,9
Godstransporter	11,0	10,9	12,9
Underleverantörer	3,3	1,7	2,3
Totalt	19,4	15,7	18,8

Källa emissionsfaktorer: Naturvårdsverket

Utsläpp till luft Kg SO ₂	2016	2015	2014
Egenägda fordon	3,1	2,6	2,9
Godstransporter	3,6	3,6	4,0
Underleverantörer	5,0	2,6	2,9
Totalt	6,7	6,2	6,9

Källa emissionsfaktorer: Naturvårdsverket

Utsläpp till luft Kg PM	2016	2015	2014
Egenägda fordon	79,3	66,4	104,6
Godstransporter	182,6	183,1	218,6
Underleverantörer	54,0	28,4	35,1
Totalt	315,9	277,9	358,3

Källa emissionsfaktorer: Naturvårdsverket

Avfall och utsläpp till vatten

Bring Citymail följer avfallsförordningen SFS (2011:927). Våra fordon behöver förstås vara rena och fina, och när vi tvättar dem sker det i särskilda hallar med oljeavskiljning.

Vårt miljömål

Målet för 2017 är att sänka våra utsläpp med 3 % mot utfall 2016 i förhållande till omsättning, en minskning med 0,2 ton per miljon kronor i omsättning jämfört med 2016. 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.

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

Totalt mellan 2008 och 2015 höjde Bring Citymail sitt NKI (Nöjd Kund Index) med 8,0 punkter till toppnoteringen 80 punkter. Resultatet för den senaste kundundersökningen var 72,5 punkter* speglar den påverkan som företagets omfattande organisationsförändringar gett. Vi har haft utmaningar med delar av vår produktion och leverans i vissa områden av Sverige. Vi har nu fullt fokus på dessa frågor. Vår vilja att ständigt förbättra oss liksom servicekänslan som personifieras av våra Cityman (brevbärare) är styrkor vi använder oss av för att förbättra våra processer och därmed kundernas nöjdhet på alla områden. Dock anser 47 % av kunderna fortfarande att Bring Citymail är något eller klart bättre än andra affärspartners. De tre frågor som korrelerar starkast med kundernas nöjdhet är enkla att göra affärer med, flexibla för förändringar och meddelar mig om störningar.

(baserat på inkomna svar från 255 av 1693 respondenter, 15 %)

Under 2016 har vi:

- Fortsatt utveckla vår distribution av försändelser, exempelvis genom:
 - Distribution av A-post för ett antal offentliga stora kunder i samverkan med tidnings-distributörer ute i landet
 - I syfte att förbereda oss inför framtiden och kunna möta våra kunders behov utvecklat vår affärsmodell och tjänster och i samband med denna process genomgått omfattande organisationsförändringar i produktionen, vilket inverkat på vår kvalitet och vår senaste NKI-undersökning
 - Ökat vår geografiska täckning från 55 till 60 %
 - Utvecklat våra e-handelsprodukter
- Producerat nytt informationsmaterial och nya rutiner som stöd för säljavdelningen att aktivt kommunicera vårt hållbarhetsarbete mot kunder, partners och andra intressenter
- Använt svar från intressentanalysen och annan viktig information från möten med våra kunder i vårt fortsatta hållbarhetsarbete

Under 2017 kommer vi:

- Arbeta för att aktivt kommunicera vårt hållbarhetsarbete mot kunder, partners och andra intressenter
- Kontinuerligt utveckla och förbättra vår distribution av försändelser, exempelvis genom:
 - Fortsätta arbetet med att optimera och säkerställa våra nya processer ur ett kund- och kvalitetsperspektiv
 - Genom tät kommunikation, tillgänglighet och transparens skapa ett ännu högre förtroende hos våra kunder
 - Via ytterligare samarbetsprojekt med fler tidnings-distributörer ute i landet stärka kunderbjudandet genom fortsatt utökad geografisk täckning från 60 till 65 %
 - Implementera ytterligare maskinstöd
 - Implementera en banbrytande ny sorteringsmodell, så kallad nummersortering
 - Genomföra leveranser av nya e-handelsprodukter

Likt föregående mätning är e-post och sociala medier de vanligaste marknadsföringskanalerna förutom brevlådan. Marknadsföring via brevlådan upplevs fungera bättre än dessa två kanaler.

Kvalitet är A och O

För Bring Citymail är det absoluta målet att även i framtiden kunna erbjuda postmarknadens bästa leveranskvalitet. Vi kommer därför under 2017 fortsätta att intensivt arbeta med att optimera och säkerställa våra nya processer ur ett kund- och kvalitetsperspektiv. Detta innebär också att genom tät kommunikation, tillgänglighet och transparens skapa ett ännu högre förtroende hos våra kunder och andra intressenter. De åtgärder och handlingsplaner som tagits fram har definierats i Bring Citymails produktionsplan för 2017.

För att optimera både kundernas och våra egna resurser, vill vi säkerställa kvaliteten i hela kedjan. I syfte att förbereda oss inför framtiden och kunna möta våra kunders behov har vi de senaste två åren utvecklat vår affärsmodell och tjänster. Bring Citymail har i samband med denna process genomgått omfattande organisationsförändringar i produktionen. Det är något av en utmaning att mäta kvalitet, eftersom det kan ske på olika sätt. Främst handlar det såklart om att vara säker på att försändelsen når adressaten i rätt tid. Det har vi historiskt sett lyckats mycket bra med och löpande haft mellan 97 % och 99 % i leveranssäkerhet*.

Med anledning av de omfattande förändringarna i produktionen under 2016 så har vår leveranskvalitet dock påverkats och gått ned till 97,6 % från föregående års 98,6 %. Detta är vi självklart inte nöjda med. Ett intensivt arbete pågår fortlöpande för att säkerställa en ökning av leveranskvaliteten. 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. *

** 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.*

Intressentanalys kunder

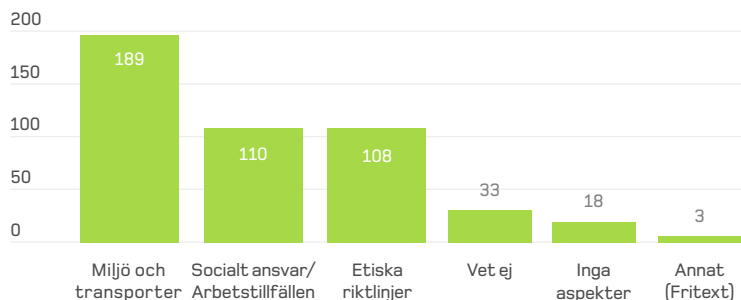
Våra kunder utgör en av våra allra största intressentgrupper. 2014 genomfördes en första intressentanalys för att ännu bättre kunna möta våra kunders förväntningar, men också som en första förberedelse i att säkerställa de nya redovisningskraven i GRI G4 (Global Reporting Initiative). Samtliga svarande 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 arbetar för att bidra till samhället, exempelvis genom att erbjuda arbetstillfällen för (ungdomar, personer med utomnordisk bakgrund m.fl.) utsatta grupper på arbetsmarknaden. Detta stärkte oss i satsningen på ett ökat samhälls-engagemang som arbetsgivare, vilket t ex återspeglas i det planerade samarbetet med Samhall och övergången till en tvåspråkig (svensk – engelsk) utdelningsorganisation. Vi har sedan dess fortsatt intressentanalysen på hållbarhetsområdet och ytterligare stärkt vår kunskap om kundernas önskemål och behov.

NKI-undersökning med hållbarhetsfrågor

Underlag för vidare analys kommer dels från löpande kundkontakter och möten, dels från den senaste NKI-undersökningen (se ovan) som denna gång även omfattade ett antal hållbarhetsfrågor. Resultaten i NKI:n visar att det fortsatt är miljö och transporter som är prioriterade hållbarhetsfrågor för denna grupp, följt av socialt ansvar/arbetstillfällen och etiska riktlinjer som sammanlagt utgör en lika stor andel som miljöområdet. Denna bild bekräftas av säljare, kundservice m.fl. i deras återkoppling från externa möten och kontakter med kunder och andra intressenter.

Majoriteten av kunderna i NKI:n vill att vi kommunicerar vårt hållbarhetsarbete via e-post samt på vår hemsida 1 – 2 gånger om året. Över hälften av respondenterna svarar att de inte vet om de är nöjda med den information får om Bring Citymails hållbarhetsarbete. Det säger oss att det finns fortsatt potential att förtydliga vår hållbarhetsinformation, så att fler kunder kan bilda sig en bättre uppfattning om vad de är nöjda med alternativt eventuellt saknar i våra insatser och vår kommunikation kring detta område.

Viktiga hållbarhetsaspekter



Miljö och transporter anses vara den viktigaste aspekten inom hållbarhetsområdet för kunderna

Vårt fortsatta arbete

Nytt informationsmaterial och nya rutiner som stöd för säljavdelningen i kundkontakterna kring vårt hållbarhetsarbete har följaktligen också tagits fram under 2016. Vi har också fortsatt arbetet i den tvärorganisatoriska Hållbarhetsgrupp som inrättats för att stötta och driva vårt hållbarhetsarbete utifrån sociala aspekter, t ex genom att utbilda organisationen, tillhandahålla verktyg och information för att underlätta inkludering på våra arbetsplatser.



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 2017. 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	423	79 %	21 %
Göteborg	236	65 %	35 %
Malmö	196	57 %	43 %
Mälardalen	259	59 %	41 %
Logistik	227	78 %	22 %
Admin	207	60 %	40 %
Totalt	1548	68 %	32 %

Omfattar prov- och tillsvidareanställda exklusive behovsanställda

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 17,8 % av Bring Citymails totala arbetsstyrka i utdelningen under 2016. Medelåldern i utdelningen är 27,4 år (inom administration och övrig produktion 33,3 år). Av medarbetarna i utdelningen, inklusive behovsanställda, är 46 % 18-25 år. Av nyanställda inom utdelningen (se tabell nedan) utgör denna åldersgrupp hela 88 % och bägge talen visar att vi är en stor ungdomsarbetsgivare.

Ålderskategorier nyanställda i produktionen under 2016, procentuellt samt fördelat på antal män och kvinnor (M/K)

Ålder	Utdelning	M/K	Logistik	M/K
18 – 25 år	70 %	644/307	63 %	86/31
26 – 35 år	25 %	250/88	26 %	36/11
36 – 45 år	4 %	40/14	8 %	13/2
46 –	1 %	11/3	3 %	6/0

Omfattar även alla former av nyanställningar



Antal anställda: 1 548

32 % kvinnor

68 % 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 och 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 87 % av medarbetarna att de haft ett medarbetarsamtal de senaste 12 månaderna, en minskning från föregående års resultat 90 %. Detta är en minskning som vi bedömer kommer från den ökade belastning som produktionen ställts inför i samband med de omvälvande förändringarna i vår organisationsmodell för utdelning, men detta kommer likväl att bli föremål för insatser och åtgärder i syfte att höja resultatet.

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 policyer 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 2017, främst genom att etablera ett samarbete med Samhall 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. Vi arbetar med tydliga riktlinjer och policys 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 2016 visar liknande tillbakagång inom HMS som 2015, där flera delfrågor gått ned mellan 0,1 – 0,4 punkter både på det fysiska och psykosociala området. Det är vår fortsatta bedömning att omorganisationen mot en centraliserad sortering och renodlad utdelning är en viktig faktor bakom detta. Som följd uppstår en förändringskurva både på det personliga och organisatoriska planet, medarbetarna ställs inför förändrade arbetsförhållanden samt ökad arbetsbelastning och krav. Detta är därför frågor som vi måste fokusera ytterligare på under 2017. Enheter under 60 punkter i totalresultat NMI ska upprätta handlingsplaner i samverkan med HR Affärspartner som analyserar bakomliggande orsaker och identifierar åtgärder.

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 arbetstagsidan som samverkar med i de här frågorna. Under 2016 har steg tagits för att bredda jämställdhetsarbetet och övergå från jämställdhetsplan till likabehandlingsplan med aktiva åtgärder mot diskriminering. Ledningsgruppen har också som ett led i detta arbete fastställt visionen 50/25/5, där 50 står för jämlikhet mellan könen, 25 för andelen med utländsk bakgrund och 5 för andel med funktionsvariation.

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 blev vi fullvärdiga deltagare med ytterligare två mentorplatser i Stockholm, en insats för att stärka vår organisation på området mångfald och inkludering.

Medarbetarundersökning

- Görs tillsammans med hela Bring-koncernen
- Svarsfrekvensen för 2016 var 89 %, ytterligare 5% har loggat in men aktivt valt att inte besvara undersökningen
- Resultatet var samma som föregående år, 74 punkter
- De som tillfrågas är prov- och tillsvidareanställda, vikariat (exklusive behovs- anställda)
- Fungerar som ett uppföljningsverktyg för chefer



50/25/5

50 står för jämlikhet mellan könen,
25 för andelen med utländsk bakgrund
och 5 för andel med funktionsvariation.

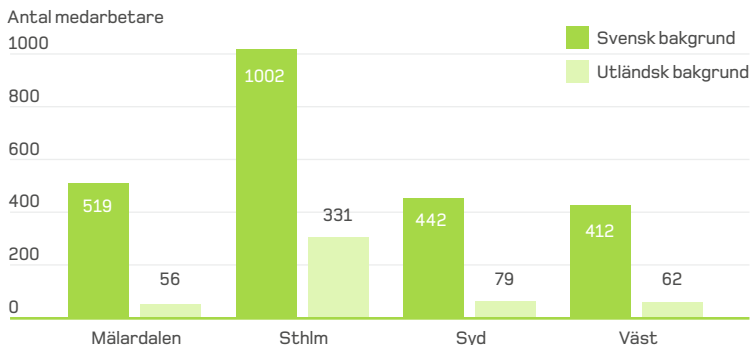
Mångfalden bland våra medarbetare

Som en del av vår hållbarhetsvision 50/25/5 är målsättningen att vi skall spegla andelen arbetsföra 18 – 64 år i Sverige med utländsk bakgrund, dvs ca 25 %. Vi har därför i april 2016 försett SCB med en lista på personnummer för samtliga anställda i syfte att mäta detta. Definitionen av utländsk bakgrund enligt SCB är att man är född i utlandet eller har två utlandsfödda föräldrar. Urvalet har skett geografiskt, dvs var man arbetar. Rapporten delgav medarbetare med utländsk bakgrund samt könsfördelning inom denna grupp, fördelat per destination (Mälardalen, Sthlm, Syd, Väst) och indelat på de tre kategorierna:

- Administrativ personal (inklusive chefer)
- Logistik
- Utdelning (underleverantören Premos anställda ingår ej)

Vid tidpunkten för mätningen hade vi på övergripande bolagsnivå 18 % medarbetare med utländsk bakgrund, men vi ser stora variationer beroende på var i organisationen man arbetar. Inom logistik utgör andelen utländsk bakgrund hela 50 %, i utdelningen är det 14 % medan administrativ personal endast utgör 7 %. Bland administrativ personal och chefer finns alltså en hel del utvecklingspotential på detta område, vilket vi kommer arbeta vidare med.

Etnisk bakgrund fördelat per destination



Fördelat per destination så har Stockholm uppnått 25 %, Väst 13 %, Syd 11 % och Mälardalen 9 %. Detta har dock sannolikt också att göra med den demografiska fördelningen på dessa orter. Huvuddelen av administrativa personalen arbetar i Stockholm, vilket utgör 7 % av dessa 25 %. Könsfördelningen med utgångspunkt i utländsk bakgrund skiljer sig inte från bolaget som helhet, dvs att vi inom utdelning och logistik har fler manliga medarbetare, liksom i chefsledet.

Region	Mälardalen	Sthlm	Syd	Väst
Totalt alla kategorier:	9 %	25 %	11 %	13 %
Endast utdelningen:	10 %	19 %	11 %	11 %

Hållbart globalt utvecklingsmål (SDG)

Uppnå jämställdhet
och ge alla kvinnor och
flickor större själv-
bestämmanderätt.



Könsfördelning

Av den totala arbetsstyrkan är 32 % kvinnor, vilket i stort sett återspeglas på chefsnivå. Här är andelen 33 % kvinnor, en liten ökning med 2% från föregående år. Det finns dock intressanta undantag, i region Väst är t ex. majoriteten av enhetscheferna i utdelningen kvinnor.

I ledningsgruppen finns två kvinnor (42, 40 år) och fem män (55, 43, 46, 47, 37 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.

Uttag av föräldraledighet

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.

	Män	%	Kvinnor	%
Utdelningen	128	52 %	116	48 %
Logistik	34	72 %	13	23 %
Admin	33	54 %	28	46 %
Totalt	195	55 %	157	45 %



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.

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 en f.d. brevbärare i företagets ledningsgrupp samt de tre f.d. brevbärare som idag har platser i den operativa ledningsgruppen i egenskap av chefer för olika delar av verksamheten.

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, trafiksäkerhetsutbildning mopedförare, arbetsrätt/arbetsmiljö, IT-utbildningar, 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 utbildningstimmar visas nedan.

Bring Citymail Academy	9 000 timmar
Introduktionstimmar*	57 078 timmar
Totalt:	66 078 timmar
Genomsnitt per anställd	24 timmar

24H

Så många utbildningstimmar genomfördes i snitt per anställd under 2016.

* Omfattar alla nyanställda Cityman (brevbärare) och Terminalmedarbetare (postsorterare), dvs även vikarier och behovsanställda



 bring



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.

Attrahera och behålla medarbetare

Under 2016 hade vi en personalomsättning på 23,3 %, en ökning med 6 % från föregående år. Under 2016 liksom 2015 var tillgången på arbete för ungdomar, och i synnerhet de som avslutat gymnasiet, fortsatt god på svensk arbetsmarknad. Detta tror vi gett minskat antal arbetssökande till utdelningen, då arbetet som brevbärare är fysiskt aktivt och relativt krävande. 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. Vi kommer under 2017 att införa digitala s.k. "Exitenkäter" i syfte att samla information om hur medarbetarna upplevt sin anställning på Bring Citymail och få information om var våra främsta förbättringsområden finns.

HMS – Hälsa, arbetsMiljö och Säkerhet

Jobbet som Cityman och terminalmedarbetare 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 prov- och tillsvidareanställda (10 % av 1548 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 arbetstagsarsidans 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 2016 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 10 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. Syftet med rapporteringen av nästanolyckor (tillbud) är att uppnå en ökad medvetenhet hos våra medarbetare om de risker som finns och stärka dem i den dagliga riskbedömningen, men också att få ett större och bättre underlag för det förebyggande, systematiska arbetsmiljöarbetet och därigenom minska antalet faktiska skador. För 2016 sattes en budget om 3650 nästanolyckor och vi uppnådde 3398 rapporteringar. På övergripande nivå ser vi dock att antalet med marginal överträffade resultatet för föregående år 2015 (3267). För 2017 är målet för antal inrapporterade nästanolyckor satt till 3 500.

Under 2017 kommer vi:

- fortsatt certifierade enligt OHSAS 18001 arbetsmiljö
- För att öka mångfalden, skapa arbetstillfällen och säker-ställa tillgång på personal starta ett samarbete med Samhall samt övergå till en tvåspråkig utdelningsorganisation (svenska -engelska) för att möjliggöra anställning av nyanlända i ännu högre grad
- I linje med ett hållbart arbetsliv och i syfte att ta ett helhetsgrepp om medarbetarnas hälsa initiera avtal med ny företagshälsovård
- Fortsatt 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 2017: 3500 nästanolyckor
- Utifrån resultatet i årets medarbetarundersökning lägga fortsatt och förstärkt fokus på att förbättra vårt arbete inom hälsa, arbetsmiljö och säkerhet (stress mm)
- Mot bakgrund av fynden i mätningen av etnisk bakgrund hos medarbetarna (SCB) införa aktiva åtgärder för att förverkliga visionen om 50/25/5, där 25 utgör andelen medarbetare med utländsk bakgrund
- Införa digitala "Exitenkäter" för medarbetare som valt att avsluta sin anställning

Arbetsskador

Inga dödsfall har skett under året. Alla nästanolyckor (tillbud) och arbetsskador följs upp med åtgärdsförslag. Av alla arbetsskador (626 stycken) som rapporterades in de största orsakerna fallskada (30 %), fordonsolycka (19 %), skada där Cityman slog eller stötte emot något (13 %) och fysisk överbelastning (9 %).

- 88 % (548) olyckor
- 7 % (55) sjukdom eller annan ohälsa
- 5 % (45) färdolycksfall vid färd till eller från arbetsplatsen

Sjukfrånvaro

Under 2016 var totala sjukfrånvaron för kvinnor 6,8 % och 4,3 % för män (se tabell nedan).

	Total	Män	Kvinnor
Total sjukfrånvaro*	5,1 %	4,3 %	6,8 %
Utdelningen	5,8 %	4,8 %	7,9 %
Logistik	4,6 %	4,7 %	4,3 %
Admin	1,6 %	1,1 %	2,6 %

* Korttids- och långtidssjukfrånvaro

	Mål 2017	2016	2015	2014
Total sjukfrånvaro*	4,9 %	5,1 %	4,9 %	4,9 %
Långtid**	Sänkning	1,9 %	1,7 %	1,8 %
H-verdi***	18,8	28,8	32,3	34,3

*Minst två veckors sjukfrånvaro

** Arbetsskador med frånvaro/antal arbetade miljoner timmar

*** Mäts i H2, arbetsskador med frånvaro och/eller medicinsk behandling genom miljoner arbetade timmar.

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 sedan många år etablerat samarbete med sjukgymnaster och naprapater för att snabbt kunna hjälpa medarbetarna vid fysiska problem.

Mot bakgrund av bl.a. resultaten i NMI:n på området hälsa och arbetsmiljö (HMS) avser vi dock att under 2017 ta ett helhetsgrepp initiera avtal med en ny företagshälsovård. Detta kommer möjliggöra tätare samarbete och bättre överblick för de områden som är väsentliga utifrån medarbetarnas hälsa och ett hållbart arbetsliv på Bring Citymail. 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.

Hållbart globalt utvecklingsmål (SDG)

Uppmuntra en fortsatt inkluderande och hållbar ekonomisk tillväxt, fullt och produktivt arbete och anständiga jobb.



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.

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 *	2016	2015	2014
Omsättning, tsek	1 527 678	1 333 386	1 366 587
Antal brevframsändelser, miljoner	429	371	368
Täckning % av sveriges hushåll	60 %	55 %	54 %
Antal anställda vid periodens slut	1488	1488	1473
Sjukfrånvaro	4,9 %	4,9 %	4,9 %
Skulder tsek	206 820	163 871	148 445
Eget kapital tsek	9 232	10 904	29 853
Totala tillgångar tsek	216 052	174 775	178 298
Nyckeltal klimat	2016	2015	2014
GCO ₂ e Utdelat gram brev	0,196	0,291	0,193
KGCO ₂ e Tusen brevframsändelser	21,445	20,553	24,272
Nyckeltal energi**	2016	2015	2014
MJ/Omsatt tsek	62	68	109
MJ/Tusen brevframsändelser	221	245	254

*Bring Citymail Sweden samt Bring Citymail Stockholm, inklusive Premo

**Megajoule, energintensitet



Strategi och ansats

Ett hållbart företag agerar ekonomiskt försvarbart, socialt ansvarsfullt och miljömässigt riktigt. Vi har identifierat de viktigaste frågorna kring hållbar utveckling för oss genom att utgå från det som våra främsta intressenter tycker är viktigt. Men vi har också prioriterat sådant som utgör vår största påverkan på ett hållbart samhälle.

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

Marknad	Miljö
Kostnads-effektivitet Kvalitet Värdeutveckling	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. Miljöutredningen som genomfördes på nytt 2016 (senaste översyn 2014) är därför ytterligare ett viktigt forum för Bring Citymails väsentliga hållbarhetsarbete.



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

När det gäller utveckling och utbildning har vi som stor ungdomsarbetsgivare 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

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 långsiktig 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.





Bring Citymails hållbarhetsredovisning följer de riktlinjer som satts upp av GRI.

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 klimatomässiga 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.



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

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

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 returerna. Därför har vi gjort pris, kvalitet och hållbarhet 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. e x. 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.



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

Medarbetare

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

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



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

Leverantörer

Bring Citymails leverantörer består bland annat av lokaluthyrare, 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.

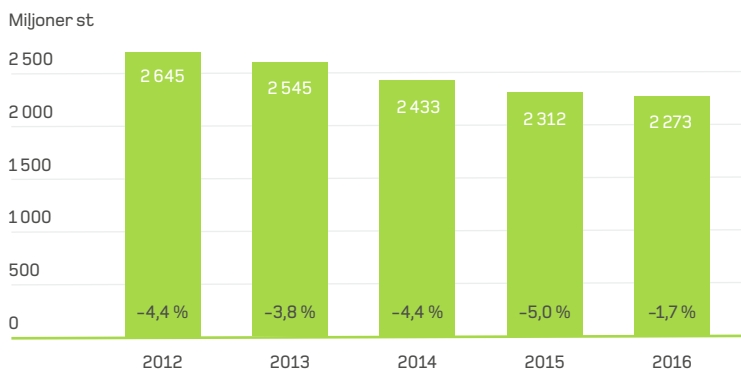
Vår del av marknaden

Bring 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 34 % 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. E-handelsmarknaden ökar dock med 15 – 20 % årligen, vilket kompenserar tappet på brevmarknaden.

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.

Utvecklingen industriell post:



Källor: Svensk reklammarknad, Institutet för reklam- och mediestatistik, IRM.

*Post- och telestyrelsens, (PTS), årliga rapport Svensk postmarknad 2017 – PTS – ER – 2017:4



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

17,5 %

Bring Citymails marknadsandel
på svenska postmarknaden

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 17,5 % av svenska postmarknaden (utdelade brev).

Framtidens brevlåda

En stor del av de svenska hushållen säger idag nej tack till oadresserad reklam. Det beror bland annat på att många anser att masskommunikationen i brevlådan inte är relevant. Många tycker också att det är resursslöseri. Vi på Bring Citymail menar att det därför är vår skyldighet att, tillsammans med våra branschkollegor, arbeta för att vårda brevlådan som mediekanal.

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

Eftersom vi inte vill leverera post som hamnar i papperskorgen rekommenderar vi våra kunder att vara noggranna med förarbetet. Att använda ett så aktuellt mottagarregister som möjligt. Målet är att enbart skicka post som på ett eller annat sätt efterfrågas. 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 2016 har inga överträdelse 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 utvecklat 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.

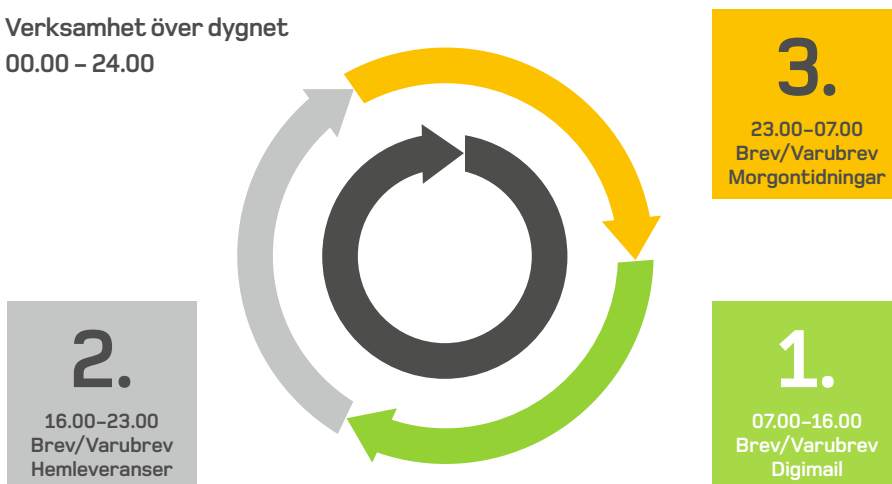
Våra kringtjänster ur ett hållbarhetsperspektiv

Hållbarhet innebär att vara rädd om resurser. Ett brev som skickas till fel adress är slöseri på råvara och energi, både ur transport - perspektiv och mänskligt engagemang. Detsamma gäller ett brev som skickas till fel person, det vill säga till någon som budskapet inte är riktat till. I vårt produktutbud finns erbjudanden som ökar effektiviteten och bidrar till att andelen onödiga brev minskar. Kunderbjudandet bygger på en identifierad kundnytta som framkommit genom ett hundratal djupintervjuer. Utbudet justeras och kompletteras löpande, beroende på våra kunders behov och önskemål.

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 fortsatt utvecklats under både 2015 och 2016 med fler tidningsdistributörer i landet. Vi har på några få år ökat vår täckningsgrad för distribution med närmare 10 %. 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

Ägare

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

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

Organisationsschema 2016



Bring Citymail har under 2016 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 2016-12-31

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 Skjörtorp, Analys- och kvalitetschef, Posten Norge

Anna-Carin Lindberg, Arbetstagarrepresentant

Fredrik Alzén, Arbetstagarrepresentant suppleant

Fredrik Möller, 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

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 2016 fördelat på intressenter (MSEK):

		2016	2015	2014
Kunder	Omsättning	1528	1 333	855
Leveran- törer	Inköpta godstransporter	120	131	45
	Övriga transportkostnader	0	0	0
	Lokalkostnader	101	96	60
	Övriga kostnader	140	133	119
Anställda	Löner	836	808	315
	Sociala avgifter	245	207	102
	Varav pensionskostnader	41	32	21
	Övriga personalkostnader	13	12	6
Stat och kommun	Skatter	0	0	2
Långivare	Räntor	0,8	0,6	2,9
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

NKI

Står för Nöjd Kund Index – ett index som visar hur nöjda kunderna är med det företag de handlar med. NKI-undersökningar genomförs idag i de flesta branscher. Indexet beräknas som medelvärde på värderingsfrågor och har värdet 0-100. NKI bör ligga på värde 70 eller högre för att kunna betraktas som konkurrenskraftigt.

Försiktighetsprincipen

Försiktighetsprincipen är en av de grundläggande principerna för hållbar och ansvarsfull utveckling och omfattas bland annat av miljöbalken. Principen innebär att man i en verksamhet ska vidta de försiktighetsåtgärder som behövs för att i brist på vetenskapligt säkerställda bevis inte skjuta upp kostnadseffektiva åtgärder för att förhindra miljöförstöring.*

GHG protokollet

En internationell standard för hur man beräknar och redovisar utsläpp av växthusgaser i sin verksamhet. GHG-protokollet är framtaget av World Business Council for Sustainable Development samt World Resources Institute och är det etablerade beräkningsverktyget för klimatpåverkan.

CO₂-ekvivalenter

Utsläpp som påverkar klimatet omfattar, förutom koldioxid, även gaser som metan och lustgas, som genereras i mindre mängder vid förbränning av fossila bränslen. För en fullständig redovisning av klimatpåverkan anger man CO₂-ekvivalenter, vilket innebär att övriga utsläpp av växthusgaser har omvandlats till CO₂-enheter.

Bring Citymail terminologi

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.

Personalomsättning

Antal ordinarie som slutat som ett genomsnitt av medeltal anställda.

Total sjukfrånvaro

Korttids- och långtidssjukfrånvaro.

Långtidssjukfrånvaro

Minst två veckors sjukfrånvaro.

H-verdi

Arbets-skador med frånvaro/antal miljoner 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 2016.

Beräkning av klimatpåverkan:

För att beräkna och minska våra klimatutsläpp använder vi beräkningsverktyget Svante. 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 CO₂-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 2016 och är Bring Citymails nionde hållbarhetsredovisning. Vår förra redovisning (2015) presenterades i augusti 2016. 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.

Klimatberäkningens avgränsning har förändrats och inkluderar numera klimatpåverkan från underleverantörer i form av externa utbärare av post och tidningar. Dessa korrigeringar i avgränsning påverkar dock inte 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, underleverantörers transporter och godstransporter. Pendling för anställda ingår inte. Omkring 17,8 % 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 ersättnings- 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 tar tid. Men det är det verkligen värt. Vi är stolta över det vi åstadkommit, även om vi också har 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 vara ett ur alla aspekter hållbart företag.

Detta är en bra början – vi ser fram emot fortsättningen och hoppas att du väljer att följa med på resan!

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





GRI korsreferens

Nedan återges vilka resultatindikatorer som Bring Citymail valt att redovisa i denna rapport. Dessa indikatorer speglar vår väsentliga hållbarhetspåverkan. De indikatorer som inte är redovisade kommer vi framöver att titta närmare på och skapa en plan för hur de kan redovisas.

Nedanstående indikatorer är fritt översatta. För fullständig formulering se www.globalreporting.org.

	Profil	Sida
1	Strategi och analys	
G4-1	Uttalande från organisationens högsta beslutsfattare	6-8
2	Organisationsprofil	
G4-3	Organisationens namn	63
G4-4	Huvudsakliga varumärken, produkter och tjänster	41, 57
G4-5	Lokalisering av huvudkontor	63
G4-6	Antal länder och namn på dessa där organisationen är verksam	61
G4-7	Ägarstruktur och juridisk form	61
G4-8	Marknader där organisationen är verksam, kundtyper	23-26
G4-9	Organisationens storlek, total antal medarbetare, nettoomsättning eller nettovinst	45
G4-10	Totalt antal anställda med kollektivavtal	25
G4-11	Procentuell andel anställda med kollektivavtal	39
G4-12	Organisationens leverantörskedja	56
G4-13	Väsentliga förändringar av organisationens storlek, struktur och ägarskap under redovisningsperioden	67
G4-14	Hantering av försiktighetsprincipen	64
G4-15	Externt framtagna ekonomiska, miljömässiga och sociala initiativ eller principer	10-11, 56, 58
G4-16	Medlemskap i föreningar och branschsammanlutning	56

	Profil	Sida
3	Väsentliga aspekter och avgränsningar	
G4-17	Enheter som ingår i rapporteringen	61
G4-18	Process för definiering av rapportinnehåll	47-51, 53-55
G4-19	Identifierade väsentliga aspekter	47-51
G4-20	Aspektens avgränsning inom organisationen	47-51
G4-21	Aspektens avgränsning utanför organisationen	47-51
G4-22	Effekten av eventuella revideringar av information som ingår i tidigare redovisningar	67
G4-23	Väsentliga förändringar jämfört med tidigare redovisningsperioder avseende inriktning och avgränsningar	67
4	Intressentengagemang	
G4-24	Lista över intressentengagemang	53
G4-25	Princip för identifiering och urval av intressenter	53-56
G4-26	Organisationens inställning till intressentengagemang, inklusive engagemangets frekvens	53-56
G4-27	Fokusämnen och nyckelfrågor som har lyfts fram genom intressenternas engagemang	53-56
5	Redovisningsprofil	
G4-28	Redovisningsperiod	67
G4-29	Datum för publicering av den senaste redovisningen	67
G4-30	Redovisningscykel	67
G4-31	Kontaktperson gällande redovisningen	68
G4-32	GRI-innehåll och hänvisning	67, 70-74
G4-33	Policy för externt bestyrkande	67
6	Styrning	
G4-34	Organisationens styrningsstruktur	62
7	Etik och integritet	
G4-56	Organisationens värdegrund och uppförandekod	41-44

	Aspekter och indikatorer	Sida
Ekonomiska aspekter och indikatorer		
	Ekonomiskt resultat	
G4- DMA	DMA	47-51
G4- EC1	Skapat och levererat konkret ekonomiskt värde	63
G4- EC3	Organisationens förmånsbestämda åtaganden	63
Miljöaspekter och indikatorer		
	Energi	
G4- DMA	DMA	47-51
EN3	Energianvändning inom organisationen	18-20
EN7	Minskad energianvändning från produkter och tjänster	18-19, 45
	Utsläpp	
G4- DMA	DMA	47-51
G4- EN15	Direkta utsläpp av växthusgaser	19, 65-67
G4- EN16	Indirekta utsläpp av växthusgaser	19, 65-67
G4- EN17	Övriga indirekta utsläpp av växthusgaser	19, 65-67
G4- EN18	Utsläppsintensitet för växthusgaser	15
G4- EN19	Minskning av växthusgasutsläpp	19, 45
G4- EN21	NOX, SOX och övriga väsentliga luftutsläpp	20
	Miljöpåverkan leverantörer	
G4- DMA	DMA	47-51
G4- EN33	Väsentliga faktiska och potentiella negativa miljöeffekter i leverantörskedjan och vidtagna åtgärder	16-17
	Miljöklagomål	
G4- DMA	DMA	47-51
G4- EN34	Antal miljöklagomål som behandlats och lösts genom formella mekanismer	62

	Aspekter och indikatorer	Sida
Sociala aspekter och indikatorer		
	Arbetsrutiner och anständiga arbetsförhållanden	
	Anställning	
G4- DMA	DMA	47-51
G4- LA1	Antal och andel nya anställda och personal-omsättning efter åldersgrupp, kön och region	27, 36
G4- LA2	Förmånen heltidsanställd personal, listade enligt viktiga verksamhetsplatser	39
G4- LA3	Andel som återvänder till/stannar kvar i arbetet efter föräldraledighet, efter kön	32
	Hälsa och säkerhet i arbetsmiljön	
G4- DMA	DMA	29, 36-39
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	36-37
G4- LA6	Typ och omfattning av personskador, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade arbetsdagar, frånvaro samt totalt antal arbetsrelaterade dödsolyckor per region och kön	36-38
G4- LA7	Anställda med hög förekomst eller hög risk för sjukdomar relaterade till deras yrke	36-38
	Utbildning och yrkesutveckling	
G4- DMA	DMA	47-48
G4- LA9	Program för vidareutbildning och för att stödja fortsatt anställningsbarhet	33
G4- LA11	Utvärdering och karriärsutveckling	28
	Mångfald och lika möjligheter	
G4- DMA	DMA	28-29
G4- LA12	Sammansättning av beslutsfattande grupper	27-32

	Aspekter och indikatorer	Sida
	Lika ersättning för kvinnor och män	
G4- DMA	DMA	32
G4- LA13	Procentuell skillnad i grundlön och ersättningar mellan män och kvinnor per personalkategori	32
Samhället		
	Antikorruption	
G4- DMA	DMA	41-44
G4- S04	Andel av anställda som utbildas i organisationens policyer och rutiner avseende antikorruption	42
Produktansvar		
	Märkning av produkter och tjänster	
G4- DMA	DMA	54
G4- PR5	Resultat av kundnöjdhetsundersökningar	23-25
	Kundernas integritet	
G4- DMA	DMA	54
G4- PR8	Totalt antal underbyggda klagomål gällande överträdelse mot kundintegriteten och förlust av kunddata	23
	Efterlevnad	
G4- DMA	DMA	44
G4- PR9	Betydande bötesbelopp för brott mot gällande lagar och regler gällande tillhandahållandet och användningen av produkter och tjänster	62





Bring Citymail Sweden AB, huvudkontor

Box 90108, 120 21 Stockholm

Växel: +46 8 709 43 00

Fax: +46 8 709 43 43

E-mail: citymail@bringcitymail.com