

Hållbarhetsredovisning 2017



Innehåll

Inledning	5
VD-ord	6-8
CityMails viktigaste hållbarhetsresultat 2017	10
CityMails planerade hållbarhetsinsatser 2018	11
Frågor och svar	12-13
Kapitel 1	
Miljö	14-21
Kapitel 2	
Kunder	22-26
Medarbetare	27-39
Kapitel 3	
CityMail – vilka är vi?	40-44
Strategi och ansats	45-49
CityMails omvärld	50-53
Vår del av marknaden	54-57
Kapitel 4	
Bolagsfakta	58-63
Mätmetoder	64
Redovisningens omfattning och avgränsningar	65
Kontakt	66
GRI korsreferens	68-72

”

CityMails mål är att vara en del av lösningen på de problem som samhället står inför.

Vi ska genom vår verksamhet bidra till ett hållbart samhälle utifrån för oss relevanta aspekter: miljöpåverkan, ekonomi och socialt ansvar.

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

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Patrik Östberg', with a long horizontal stroke extending to the right.

Patrik Östberg, VD
CityMail AB

Inledning

CityMail står fast vid att strukturerat, sunt förnuft håller i längden.

På följande sidor får du en beskrivning av hur CityMail agerar inom olika områden som kretsar kring hållbarhet, hur vi definierar, mäter, analyserar och följer upp kriterier som påverkar vår omgivning. Samtidigt får du ta del av resultatet av vårt arbete, vad som har gått bra respektive mindre bra och hur vi planerar att utveckla och förbättra oss framöver.

CityMail levererar marknadens mest effektiva distribution av brev och mindre paket och är ett affärsdrivet, målinriktat företag.

Att skapa en lönsam affärsverksamhet både på kort och lång sikt är vårt mål – för våra kunder, för oss själva och för samhället vi verkar i. För att nå dit måste vi också ta hänsyn till hållbarhetsperspektivet.

Hållbarhet innebär att långsiktigt ta ansvar för att optimera alla resurser på bästa sätt, utan att äventyra kommande generationers behov. Inte bara utifrån miljöpåverkan, utan även utifrån sambandet mellan sund miljö, friska medarbetare och affärsnytta. Liksom hur vi som arbetsgivare kan möjliggöra för fler grupper att komma in på arbetsmarknaden och stötta en bredare rekrytering.

Arbetet med detta berör praktiskt taget hela vår företagskultur, vår inställning till kundnytta och affärsmannaskap.

Vi vet idag 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 tydliga mål, fortsatt strukturerat hållbarhetsarbete och en konkret handlingsplan kommer vi stegvis att minimera påverkan av vårt eget agerande. Genom detta 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
CityMail Sweden
Stockholm, augusti 2017

CityMails hållbarhetsarbete handlar om att bidra till ett hållbart samhälle genom en fungerande distribution av brev och e-handelsförsändelser i Sverige.

Kursändring mot målet

I mars 2018 förvärvades CityMail av det tyska investmentbolaget Cimase Capital Consult GMBH, efter att under nära ett decennium ägts av Posten Norge och ha ingått i Bringkoncernen. Åren inom Bring har gett oss många värdefulla fördelar men nu är tiden inne att återigen stå på egna ben. Cimase Capitals förvärv av CityMail baseras på att de, liksom vi, bedömer att CityMail har en oerhört stor potential som väntar på att realiseras. Jag och ledningsgruppen ser detta ägarbyte som en viktig nystart för att kunna stärka satsningen på vår kärnverksamhet som numera även inkluderar e-handels starkt ökande paketvolymen.

En lång förberedande process på väg mot denna nya ägarstruktur har dock inneburit att våra uppsatta hållbarhetsmål inte genomförts fullt ut under 2017. Till exempel gäller detta större återinvesteringar och resurser för övergripande samarbeten och åtgärder för vår personal-försörjning. Dessa mål återupptas inför 2018.

Nyfiken vinner

Vi söker ständigt aktivt möjligheter till synergier och effektivisering, med målet att använda allas våra gemensamma resurser på bästa sätt. Nyckeln till vår kontinuerliga utveckling som företag återfinns till stor del i vår starka tradition av öppenhet och delaktighet. Exempel på vår innovationsförmåga är vårt nytänkande och vår vidareutveckling av tjänster/lösningar för våra kunder, t.ex. synergieffekten av att tidningsbud delar A-post, vår utmärkelse för pionjärutveckling av våra sortering-smaskinernas mjukvara för att nämna några.

Det finns också sedan länge ett väl etablerat internt förbättringsarbete på CityMail, där alla har möjlighet att bidra till att utveckla och förbättra verksamheten. Ett antal medarbetarförslag har lett till insatser som haft effekt på alltifrån kvalitet i utdelningen till införandet av elcyklar. Hos oss kan alla medverka, ge förslag och idéer på hur vi tar nästa steg och höjer oss som leverantör.

CityMail är, och kommer fortsatt vara, den ledande utmanaren på den svenska postmarknaden – en snabb och flexibel samarbetspartner som alltid kan leverera de mest kostnads- och miljöeffektiva tjänsterna för postdistribution.

Fortsatt miljöfokus

CityMail måste hela tiden med stort fokus arbeta för att minska vår påverkan så mycket som möjligt, både ur ett miljömässigt och ekonomiskt hållbart perspektiv. Vår verksamhet är resurskrävande. Som transport- och logistikföretag så är miljöaspekten därför självklart en stor del av hur vi påverkar vår omvärld. Redan år 2008 tog vi således steget och blev världens första klimatneutrala postdistributör. Vi såg dock att kraften behövde riktas helt och fullt på egen förbättring av vår miljöprestanda. CityMail har därför beslutat att fokusera våra miljöinsatser helt på den egna verksamheten.

Inom en 3-årsperiod ska vi bl.a. ha utökat parken av 50 st elcyklar till ca 200 st (60 prel under 2018) och ha minst 20 alternativa elfordon istället för bil i bruk i utdelningen (10 st prel under 2019). Vi har även fortsatt 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 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 miljö-prestanda påverkats i oönskad riktning. Att fortsatt erbjuda en tjänst som levererar försändelser utifrån en hög-kvalitativ, klimatsmart och lönsam verksamhet är dock vårt främsta mål.

Vårt arbete med samhällsansvar – CSR

Som arbetsgivare har vi en viktig roll att vara en positiv kraft i samhället och ska därför under 2018 återuppta satsningarna för att stärka vårt samhällsengagemang. Att skapa större möjlighet för utsatta grupper som t.ex. unga, människor med utländsk bakgrund eller funktionsvariation att komma in på den svenska arbetsmarknaden är viktigt.

Vår samdistribution sedan två år med utbärningsbolag (UTB) för morgontidningar, där merparten av medarbetarna har utomnordisk bakgrund och är nyanlända till Sverige har genererat viktiga lärdomar för oss. Vi har fått ökad insikt i migrationsfrågor ur såväl medarbetar- som arbetsgivarperspektiv. Genom detta stärks vi i rollen som en inkluderande arbetsgivare och vi kommer fortsatt använda denna kunskap för att bredda anställningsunderlaget i CityMail. Bland annat kommer vi återuppta initiativet med ett strukturerat arbete för att uppnå en tvåspråkig utdelningsorganisation (svenska – engelska).

Vi vill på så sätt möjliggöra ännu fler anställningar av nyanlända, både i närtid samt under den kommande 5-årsperioden.

Hållbart globalt utvecklingsmål (SDG)

Bygga upp en motståndskraftig infrastruktur, verka för en inkluderande och hållbar industrialisering och innovation.



År 2016 genomförde vi en mätning av andelen medarbetare med utländsk bakgrund via SCB (Statistiska Centralbyrån). Den visade övergripande på en relativt god fördelning, men också stora variationer i olika delar av organisationen och mellan regionerna. I frågan om jämn könsfördelning och etnisk bakgrund på chefspositioner finns också förbättringspotential. Dessa punkter ingår i vår Diskrimineringsplan med aktiva åtgärder och vi avser att göra en förnyad mätning under 2019.

Med sikte på framtiden

Är det vi gör miljömässigt, ekonomiskt och socialt hållbart? 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. Som företag har vi alltid hushållat med våra resurser, hållbarhet är inbyggt i vårt sätt att vara och vi jobbar med frågan varje dag. Alltifrån övergripande produktionsplanering till källsortering på våra lokala utdelningskontor.

Möjligheten att få beställda varor till brevlådan är en servicefunktion där vi har en viktig roll att fylla. E-handeln är en kraftigt växande marknad som vi i allra högsta grad är en del av.

Självklart är det bäst för alla, både avsändare, mottagare och miljö att försändelsen kan levereras i brevlådan på första försöket. Vårt mål – 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. På sikt kan våra fossilfria egna fordon utgöra ett viktigt bidrag för att underlätta en sådan övergång.

CityMails mål är att vara en del av lösningen på de problem som samhället står inför. Vi ska genom vår verksamhet bidra till ett hållbart samhälle utifrån för oss relevanta 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.



Är det vi gör miljömässigt, ekonomiskt och socialt hållbart?
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.



CityMails viktigaste hållbarhetsresultat 2017

Under 2017 har vi:

- Omcertifierat oss inom samtliga områden enligt ISO 9001 kvalitet, ISO 14001 miljö, OHSAS 18001 arbetsmiljö
- Sett en viss ökning av CO₂-utsläpp i utdelningen, bland annat p.g.a. fortsatt ökade volymer. Den uppåtgående trenden har dock bromsats in
- En lång förberedande process mot ny ägarstruktur har inneburit att våra uppsatta miljömål inte realiserats fullt ut under 2017. Till exempel gäller detta större återinvesteringar och resurser för övergripande samarbeten och åtgärder för vår personalförsörjning. Dessa mål återupptas inför 2018
- Vi har dock hållit i vårt långsiktiga arbete med att minska vår miljöpåverkan och CO₂-utsläpp via lägre drivmedelsförbrukning:
 - Löpande arbetat för att optimera våra transportvägar
 - Initierat utbytesprogram mopeder mot elcyklar (50 st)
 - Analyserat marknaden för alternativa elfordon till utdelningen
 - Uppnått 97 % miljöklass 5 eller bättre på köpta transporter
 - Samutnyttjat lokaler/fordon med utbärningsbolag/partner
- Tagit 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 tecknat avtal med ny företagshälsovård
- För att öka mångfalden, skapa arbetstillfällen och säkerställa tillgång på personal startat ett mindre pilotsamarbete med Samhall

CityMails planerade hållbarhetsinsatser 2018

Under 2018 kommer vi bland annat:

- Återuppta återinvestering i den egna verksamheten med syfte att förbättra vår miljöprestanda
- Vidhålla vårt övergripande mål att minska utsläpp mot omsättning med 3 % mot föregående år
- Fortsätta vårt långsiktiga arbete med att minska vår miljöpåverkan och CO₂-utsläpp via lägre drivmedelsförbrukning
 - Söka på marknaden efter möjliga alternativa elfordon till utdelningen (mopeder och bilar)
 - Vid nyinköp ställa krav på att bilgarantin omfattar HVO som drivmedel
 - Införa eldriven poolbil huvudkontoret (mötespendling) inväntar svar ledningsgruppen
 - Utbyte bensindrivna mopeder mot elcyklar (60 st)
 - Genomföra test trehjuliga elmopeder (10 st)
 - Kontinuerligt arbeta för att säkerställa optimerade transportvägar
 - Begära högre miljöklass på våra köpta transporter (målet är nu 60 % euroklass 6)
 - Ställa krav på våra partner (UTB) att löpande öka andelen förnybara bränslen i sina fordonsflottor
- Samutnyttja fordon och lokaler tillsammans med partner i syfte att minska den totala miljöpåverkan
- Installera energibesparande belysning i vår största terminal Eriksberg, Stockholm (beräknad besparing om 600 kwh/år)
- Analysera energieffektivare belysningslösningar även för övriga terminaler
- Ytterligare minska antalet tjänsteresor med flyg genom information, tydliga riktlinjer samt uppföljning
- Få ut den fulla effekten i alla processled med ett bibehållet kvalitetsperspektiv. Detta kommer ske genom filmatchning och numrering av försändelser redan innan liksom i själva tryckprocessen, samtidigt som vi bygger vidare för att vara en ännu bättre partner till e-handeln med vår distribution
- I syfte att fortsatt öka mångfalden, skapa arbetstillfällen och säkerställa tillgång på personal utöka vårt samarbete med Samhall liksom återuppta arbetet med övergången 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 iakttaga uppvärmningen sedan mitten av 1900-talet beror med stor sannolikhet på en ökning av människo-genererande växthusgaser i atmosfären, enligt en rapport som FN:s klimatpanel, IPCC, gjorde 2007. Den förstärkta växthuseffekten innebär att en del av solens strålade värme inte reflekteras tillbaka ut i rymden, utan istället påverkar jordens klimat och gör så att det blir varmare.

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

Varför är CityMail inte längre ett klimatneutralt företag?

Vår ansats är att arbeta fokuserat med egen förbättring av miljö-prestandan. Genom denna förändring knyter vi vårt miljöarbete närmare till vår egen verksamhet.

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 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. Vi undersöker kontinuerligt marknaden för alternativa fordon, framförallt när det gäller bilar. I dagsläget har vi ännu inte funnit en högerstyrd bilmodell som fungerar i vår verksamhet, men sökandet fortsätter med oförminskad intensitet. Under tiden genomför vi andra åtgärder, dels ett utbytesprogram som omfattar elcyklar istället för mopeder, dels initierat analys och satt måttal för fler alternativa elfordon (t.ex. mopeder) till utdelningen.

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

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

Postbranschen utvecklades av den nya konkurrenssituationen då vi kom in på marknaden, inte minst när det gäller kvalitet. I och med att vi bröt postmonopolet i Sverige förbättrades också prisbilden för kunderna.

Enligt PTS (Post- och telestyrelsen) har CityMail sparat 1,5 miljarder i portokostnader för portoköparna.

På vilket sätt knyter CityMail an till de fyra SDG (globala hållbarhetsmål) som lyfts fram i denna redovisning?

Nr.13 Vidta viktiga åtgärder för att bekämpa klimatförändringen och dess inverkan

Vi ska aktivt vidta åtgärder för att förebygga förorening och minska bolagets totala miljöpåverkan. 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.

Nr.9 Innovation, infrastruktur, industrialisering

Vi arbetar med ständigt nytänkande och vidareutveckling av tjänster/ lösningar för våra kunder, t.ex. synergieffekten av att utbärningsbolag delar A-post, vår utmärkelse för pionjärutveckling av sorterings-maskinernas mjukvara. Vårt etablerade interna förbättringsarbete, där alla har möjlighet att bidra till att utveckla och förbättra verksamheten är också viktigt. Det finns ett antal medarbetarförslag som lett till nya rutiner och haft effekt på alltifrån kvalitet i utdelningen till införandet av elcyklar eller källsortering på enhetsnivå.

Nr.5 Uppnå jämställdhet och ge alla kvinnor och flickor större självbestämmanderätt.

CityMail står för lika rättigheter och möjligheter oavsett kön. Vi behöver fortsatt verka för jämnare könsfördelning i företaget. Det finns dock enligt lönekartläggningen (inklusive arbetsvärdering) inga löneskillnader relaterat till kön och det pågår ett kontinuerligt och aktivt arbete för att skapa jämnare könsfördelning inom vissa områden/avdelningar.

Nr.8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

Samtliga av våra medarbetare omfattas av kollektivavtal. Vårt mål är att vara lönsamma som bolag och genom detta vara en del av fortsatt inkluderande och hållbar ekonomisk tillväxt i Sverige, fullt och produktivt arbete och anständiga jobb.

* Källa: Naturvårdsverket

Miljö

Miljö

Logistik och transporter är en naturlig del av 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.

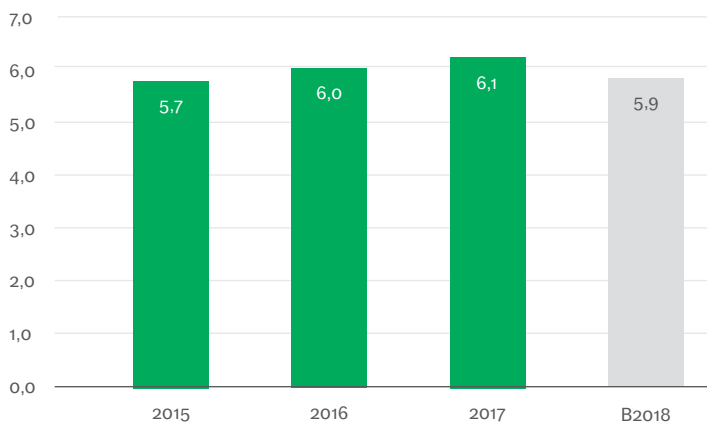
Planerade åtgärder under 2018

- Övergripande mål minska utsläpp mot omsättning med 3% mot föregående år
- Fortsatt bevaka marknaden för att identifiera tänkbara funktionella fossilfria fordon
- Mäta andel fossilfria fordon i vår egen utdelningsflotta
- Ställa krav på att bilgarantin omfattar HVO som drivmedel
- Införa eldriven poolbil huvudkontoret (mötespendling)
- Expandera utbytesprogrammet, 60 st elcyklar ersätta mopeder
- Genomföra test trehjuliga elmopeder (10 st)
- Kontinuerligt arbeta för att säkerställa optimerade transportvägar
- Begära högre miljöklass på våra köpta transporter (målet är nu 60% euroklass 6)
- Ställa krav på våra partner (UTB) att löpande öka andelen förnybara bränslen i sina fordonsflottor
- Samutnyttja fordon/lokaler med partner, minska totala miljöpåverkan
- Installera energibesparande belysning i vår största sorteringsterminal (beräknad besparing om 600 kwh/år)

Under 2017 har vi:

- Sett en viss ökning av CO₂-utsläpp under 2017, bland annat på grund av ökade volymer
- Infört 50 elcyklar som ersättning för mopeder i utdelningsorganisationen
- Uppfyllt målet köpta transporter med Euroklass 5 (97%)
- Samutnyttjat lokaler/ fordon med utbärningsbolag/partner

Antal ton CO₂e per miljon kronor i omsättning





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.

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. Vi hade en nedåtgående kurva för 2015, som dock ökade 2016 på grund av omorganisation, där transportvägar ännu inte optimerats som önskat. En viss ökning har återigen noterats under 2017, men den uppåtgående trenden har bromsats in.

Vi ser en prognos på minskade utsläpp 2018. 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 2017 nådde försändelserna våra mottagare med hjälp av: Cykel 48 %, Elcykel 4 %, Moped 28 % och bil 20 % (snittvärde december 2017).

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 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 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.

Tjänsteresor och tjänstebilar

Tjänsteresor (framförallt flyg) ökade för några år sedan och därmed även utsläppen i oroande hög grad. Ledningsgruppen har därför kvartalsvis löpande följt upp omfattningen av tjänsteresornas utsläpp. Detta i kombination med en stabilare organisation och färre långa tjänsteresor har resulterat i att utsläppen för flyg fortsatt har minskat årligen vilket är mycket positivt. Den nedgång i totala utsläpp vi tidigare tolkat som permanent effekt på våra tjänsteresor bör dock sannolikt revideras till en variation. Mängden långa resor har gått ned, men utsläppsnivån pendlar med visst intervall beroende på antalet korta tjänsteresor. Samtliga 40 tjänstebilar i bolaget är idag 100 % miljöbilar (enligt Transportstyrelsens definition, euroklass 6).

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. Den signifikanta ökningen av dieselförbrukning under 2016 med närmare 90000 liter berodde uppskattningsvis till hälften på ökade volymer och till hälften på att fler av företagets egna fordon i Stockholmsregionen använts av UTB nattetid. Noterbart är dock att bensinförbrukningen minskade motsvarande 40000 liter som en följd av att dessa tidningsbud inte längre körde egen bil i tjänsten.

För 2017 ser vi en omvänd trend för bolagets bensin/dieselförbrukning där bensinen åter ligger på 2015 års nivå. En preliminär utvärdering visar att samdistribution nattetid inte fungerat effektivt fullt ut på våra enheter och på grund av detta gradvis återgått till ordinarie uppdelning företagsfordon dag/egen bil i tjänsten natt. Detta beror sannolikt på att arbetsmetoden är relativt ny och omfattat fler/andra kritiska implementeringsfaktorer än beräknat. Vi tror dock fortsatt på samordning av fordon och lokaler som ett viktigt sätt att effektivt utnyttja resurser med våra UTB-partner och kommer under 2018 se över hur detta kan förbättras ytterligare. Dieselförbrukningen för 2017 är trots trendbrottet dock fortsatt lägre än 2016 års nivå vilket är positivt. Klimatberäkningen redovisar utsläpp från samtliga våra 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).



Miljörapport

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. En förnyad miljöutredning genomfördes senast 2016 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)	2017	2016	2015
Bensin*	580 447	536 576	577 588
Diesel*	701 859	752 372	661 449
Etanol	0**	0**	0**
Biogas	0**	0**	0**

*Inklusive körda mil Premio, underleverantör distribution.

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

Bränsle (GJ)	2017	2016	2015
Bensin*	18 679	17 267	18 587
Diesel*	24 638	26 411	23 220
Etanol	0**	0**	0**
Biogas	0**	0**	0**
Totalt	43 678	43 678	41 806

*Källa omvandlingsfaktorer: Naturvårdsverket och SPBI

Utsläpp – växthusgaser CO ₂ -utsläpp (ton CO ₂ ekvivalenter)	2017	2016	2015
Direkta utsläpp (scope 1)			
Egenägda fordon*	2 051	2 123	1 787
Totalt	2 051	2 123	1 787
Indirekta utsläpp (scope 2)			
El*	487	480	470
Fjärrvärme olja	568	560	575
Naturgas för egen uppvärmning	38	48	57
Totalt	1 093	1 088	1 102
Övriga indirekta utsläpp (scope 3)			
Tjänsteresor	193	143	200
Transporter underleverantörer***	2 892	2 339	1 187
Godstransporter****	3 403	3 506	3 348
Totalt	6 488	5 988	4 735
Totala direkta och indirekta utsläpp	9 631	9 199	7 624

** 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

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 2017 beräknad per kvadratmeter utifrån ett genomsnittsvärde för lokaler i Sverige.

El * (mwh)	2017	2016	2015
Förnyelsebara källor	5 451	4 985	4 313
Icke förnyelsebara källor	1 412	1 425	1 397
Total	6 863	6 410	5 710

* Ökningen 2016 beror sannolikt på utbyggd terminal samt sorteringsmaskiner (även 2017) i Stockholm.

Värme (mwh)	2017	2016	2015
Icke förnyelsebara källor	5 451	7 736	7 920
Totalt	5 451	7 736	7 920

Total energiförbrukning bränslen, el & värme (GJ)	2017	2016	2015
Förnyelsebara källor	19 624	17 946	15 527
Icke förnyelsebara källor	68 024	76 658	75 348
Totalt	87 648	94 604	90 8755

Utsläpp till luft

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 NOx	2017	2016	2015
Egenägda fordon	8,1	5,7	4,8
Godstransporter	10,2	11,0	10,9
Underleverantörer	6,4	3,3	1,7
Totalt	24,7	19,4	15,7

Källa emissionsfaktorer: Naturvårdsverket

Utsläpp till luft Kg SO ₂	2017	2016	2015
Egenägda fordon	2,8	3,1	2,6
Godstransporter	3,5	3,6	3,6
Underleverantörer	2,2	5,0	2,8
Total	8,5	6,7	6,2

Källa emissionsfaktorer: Naturvårdsverket

Utsläpp till luft Kg PM	2017	2016	2015
Egenägda fordon	70,8	79,3	66,4
Godstransporter	168,1	182,6	183,1
Underleverantörer	104,7	54,0	28,4
Total	343,6	315,9	277,9

Källa emissionsfaktorer: Naturvårdsverket

Avfall och utsläpp till vatten

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 2018 är att sänka våra utsläpp med 3 % mot utfall 2017 i förhållande till omsättning, en minskning med 0,2 ton per miljon kronor i omsättning jämfört med 2017. 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 resursoptimeringsperspektiv är att inte skicka några onödiga brev. Därför är ett uppdaterat kundregister och ett noggrant målgruppsurval.

Nyckelfrågor

- 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 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

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 City-Mail som partner. Vår starka geografiska expansion är exempel på en utveckling som baserats på önskemål från kundundersökningar.

Om kundundersökningen (2016)

Totalt mellan 2008 och 2015 höjde CityMail sitt NKI (Nöjd Kund Index) med 8,0 punkter till toppnoteringen 80 punkter. Resultatet för den senaste kundundersökningen 2016 var 72,5 punkter* och speglade den påverkan som företagets omfattande organisationsförändringar gett.

CityMail möter kundernas önskan om expansion, men med detta har en del initiala kvalitetsproblem uppstått. Även under 2017 har vi haft utmaningar med delar av vår produktion och leverans i vissa områden av Sverige. Vi har självklart fortsatt fullt och fast fokus på att lösa 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.

Glädjande var dock att 47 % av kunderna i undersökningen ansåg att 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. En ny NKI planeras preliminärt till 2019.

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

Under 2017 har vi:

- Fortsatt utveckla vår distribution av försändelser, exempelvis genom:
- Arbete med att aktivt kommunicera vårt hållbarhetsarbete mot kunder, partners och andra intressenter
- Kontinuerligt utvecklat och förbättrat vår distribution av försändelser, exempelvis genom
 - Fortsatt arbete med att optimera och säkerställa våra processer ur ett kund- och kvalitetperspektiv
 - Genom tät kommunikation, tillgänglighet och transparens strävat efter ett högt förtroende hos våra kunder
 - Via ytterligare samarbetsprojekt med fler tidningsdistributörer ute i landet stärkt kunderbudandet genom fortsatt utökad geografisk täckning från 60 till 66 %
 - Implementerat ytterligare maskinstöd
 - Genomfört leveranser av nya e-handelsprodukter

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

Under 2018 kommer vi:

Fortsätta utveckla och förbättra vår distribution av försändelser, exempelvis genom:

- Arbeta för att säkerställa fortsatt god kundkommunikation och en högre upplevd kundkvalitet
- Genom löpande analys av kundbehoven skapa möjlighet att identifiera vidareutveckling för våra tjänster
- Ytterligare stärka kunderbjudandet genom fortsatt utökad geografisk täckning från 66 till 70 %
- Implementera en banbrytande ny sorteringsmodell, så kallad nummersortering
- Utöka vårt fokus inom segmentet e-handelsleveranser och brev-lådepaket

Kvalitet är A och O

För CityMail är det absoluta målet att även i framtiden kunna erbjuda postmarknadens bästa leveranskvalitet. Vi kommer därför under 2018 fortsätta att intensivt arbeta med att optimera och säkerställa våra nya processer ur ett kund- och kvalitetsperspektiv. Detta innebär också att genom fortsatt tät kommunikation, tillgänglighet och transparens skapa ett ännu högre förtroende hos våra kunder och andra intressenter.

För att kunna möta marknadens krav på förändrade distributions-tjänster i takt med t.ex. ökad e-handel samt ett stärkt kunderbjudande genom ökad geografisk täckning krävs en ny produktionsmodell. Under 2017 präglades CityMails verksamhet fortsatt av det omfattande arbetet att förändra produktionsprocesserna som påbörjades 2015. Efter initiala kvalitetsutmaningar slog vi av på förändringstakten under 2016 och har sedan dess fokuserat på att utveckla klart och stabilisera den nya produktionsmodellen inför en fortsatt driftsättning.

Kvalitetsutmaningarna har periodvis funnits kvar men som en följd av de förbättringar som gjorts under 2017 har vi sett ett positivt trendbrott gällande klagomål från kunder och mottagare. Även den uppföljande kvalitetsgranskning som PTS gjorde våren 2017 bekräftar att vi är på rätt väg. Vår produktionsmodell börjar nu också bli redo för fortsatt implementering vilket gör att vi stärker vår förmåga att uppfylla kundernas krav även i framtiden.

Det är dock 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. Vi påverkas fortfarande av de omfattande förändringarna i produktionen. Under 2017 infördes produktionsmodellen +ABC (fyradagars utdelning jämfört med tidigare tredagars utdelning) på delar av flödet vilket sänkt resultatet i leveranssäkerhetsmätningen* inom 3 dagar (se tabell). Sänkningen inom 4 dagar har sin förklaring i de omfattande förändringsarbete av produktionsprocessen som pågått under året. Detta är vi självklart inte nöjda med.

Ipsos	2016	2017	
BCM inom 3 (egen utdelning)	89,0	83,4	
BCM inom 4 (egen utdelning)	94,7	92,1	
Total	343,6	315,9	277,9

* 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.

Ett intensivt arbete pågår fortlöpande för att säkerställa en ökning av leverans kvaliteten. Men kvalitet handlar också om transparens och snabb återkoppling om det trots allt blir fel. Då kan både vi och våra kunder omedelbart agera för att minimera konsekvenserna av eventuella avvikelser.*

Intressentanalys kunder

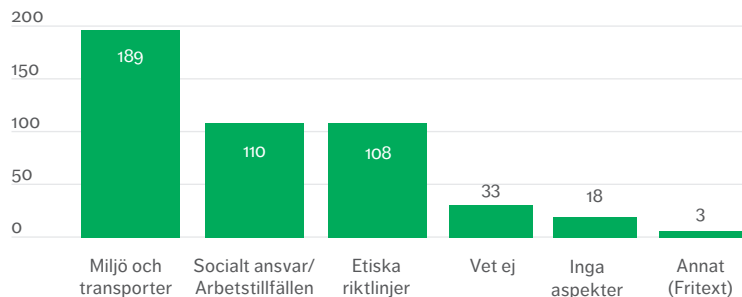
Våra kunder utgör en av våra allra största intressentgrupper. 2014 genomfördes en första intressentanalys för att ännu bättre kunna möta våra kunders förväntningar, men också som en första förberedelse i att säkerställa de nya redovisningskraven i GRI G4 (Global Reporting Initiative). Samtliga svarande 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 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 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 togs följaktligen också fram under 2016 och har fortsatt använts under 2017. Återkopplingen från säljavdelningen är att de i kundkontakterna under året upplevt en viss ökad kännedom om CityMails hållbarhetsarbete. Vi ser dock fortfarande att vi aktivt skall kommunicera och vara lyhörda för kundernas behov av information på detta område.

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. 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 klimat-förebild tillsammans med 19 andra svenska företag. Hållbarhetsarbetet kommer med förnyad kraft bli en central del i vårt budskap under 2018. 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	456	80 %	20 %
Göteborg	275	65 %	35 %
Malmö	235	60 %	40 %
Mälardalen	306	61 %	39 %
Logistik	259	76 %	24 %
Admin	220	60 %	40 %
Totalt	1 751	69 %	31 %



Antal anställda: 1 751

31 % kvinnor
69 % män

Omfattar prov- och tillsvidareanställda exklusive behovsanställda

Regionerna omfattar utdelningen, logistik och admin redovisas samlat för alla regioner. Antalet behovsanställda varierar stort över tid i antal men beräknat utifrån arbetad tid representerade de cirka 18,9 % av CityMails totala arbetsstyrka i utdelningen och inom logistik under 2017. Medelåldern i utdelningen är 27,3 år (inom administration och övrig produktion 33,8 år). Av medarbetarna i utdelningen, inklusive behovsanställda, är 50 % 18-25 år. Av nyanställda inom utdelningen (se tabell nedan) utgör denna åldersgrupp hela 79 % och bägge talen visar att vi är en stor ungdomsarbetsgivare.

Ålderskategorier nyanställda i produktionen under 2017, procentuellt samt fördelat på antal män och kvinnor (M/K)

Ålder	Utdelning	M/K	Logistik	M/K
18 – 25 år	79 %	586/257	63 %	70/22
26 – 35 år	17 %	130/50	27 %	26/14
36 – 45 år	3 %	21/9	7 %	8/2
46 –	1 %	7/3	3 %	5/0

Omfattar även alla former av nyanställningar

CityMails värderingar

- Ärlighet
- Respekt
- Samarbete
- Öppenhet
- Mod

Öppen kommunikation

Det finns en uppbyggd struktur på 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, 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 utvecklings-samtalet. Syftet med dessa samtal är att tydliggöra individuella mål och handlingsplaner som ska vara direkt kopplade till företagets övergripande strategier. I den senaste medarbetarundersökningen (2016) svarade 87 % av medarbetarna att de haft ett medarbetarsamtal de senaste 12 månaderna. Denna minskning om 3 % bedömer vi 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. Under 2017 har ledningsgrupp och underställda chefer drivit och följt upp att medarbetarsamtal hålls i syfte stärka rutinen och höja andelen genomförda samtal.

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

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

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

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 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 2018 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

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). Den senaste medarbetarundersökningen (2016) hade 89 % svarsfrekvens, 5 % avböjde att delta och fick ett totalutfall på 74 punkter av 100. Tillfrågade var prov- och tillsvidareanställda samt medarbetare på månadsvikariat. Resultatet visade på en tillbakagång inom området HMS, där delfrågor gått ned mellan 0,1 – 0,4 punkter både på det fysiska och psykosociala området. Det är vår bedömning att omorganisationen mot centraliserad sortering och renodlad utdelning var en viktig faktor. Det uppstår en förändringskurva både på det personliga och organisatoriska planet, medarbetarna ställs inför förändrade arbetsförhållanden samt ökad arbetsbelastning och krav. Enheter under 60 punkter i totalresultat NMI har under 2017 upprättat handlingsplaner i samverkan med HR Affärspartner som analyserat bakomliggande orsaker och identifierat åtgärder. Uppföljande undersökning var planerad till 2018. Då medarbetarundersökningen organiserats via vår tidigare koncernägare behöver vi nu se över ny leverantör/system för att göra en förnyad mätning. Preliminärt sker detta under 2018, beroende på hur mycket vi hinner implementera kan det dock eventuellt bli så att undersökningen genomförs först 2019.

Aktiva åtgärder för alla diskrimineringsgrunder

Att verka för en jämställd och icke-diskriminerande arbetsplats är en självklarhet för oss och det avspeglas bland annat i vår jämställdhetspolicy och föräldrapolicy. Vi har också representanter från arbetsgivar- och arbetstagsarsidan som vi samverkar med i de här frågorna. Under 2017 har vi fastställt Diskrimineringsplan med aktiva åtgärder enligt nya diskrimineringslagen. Under 2018 samverkar vi i syfte att ta fram ytterligare förslag på insatser för att förstärka förankring av åtgärderna och kännedom om planen i hela organisationen.

Medarbetar-undersökning

- 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

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 såväl 2016 som 2017 har vi deltagit i Mitt Livs Chans i (Malmö respektive Stockholm). Mitt Livs Chans är ett program där arbetsgivare utgör mentorer för utländska akademiker i syfte att underlätta accessen till svensk arbetsmarknad. En insats för att stärka vår organisation på området mångfald och inkludering.

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

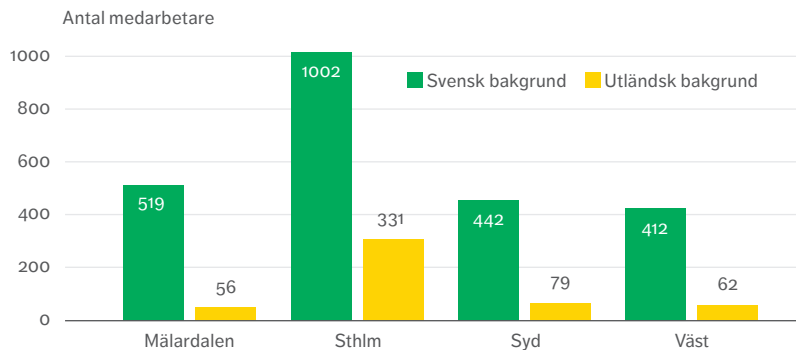
Mångfalden bland våra medarbetare

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 %. I april 2016 gjordes en första så kallad "nollmätning", där vi försåg 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 ingick 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 utgjorde andelen utländsk bakgrund hela 50 %, i utdelningen var det 14 % medan administrativ personal endast utgjorde 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 uppnådde Stockholm 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. Preliminärt planeras en uppföljande mätning i april 2019 för att se hur väl vi åstadkommit en förflyttning på detta område.

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 självbestämmanderätt.



Könsfördelning

Av den totala arbetsstyrkan är 45 % kvinnor, på chefsnivå är andelen 31 % kvinnor, en minskning med 2 % från föregående år. Det finns dock intressanta undantag, i region Väst är t.ex. majoriteten av enhetscheferna i utdelningen fortsatt kvinnor.

I ledningsgruppen finns två kvinnor (42, 42 år) och fem män (57, 49, 47, 45, 39 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

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 CityMail utan speglar samhället i stort.

	Män	%	Kvinnor	%
Utdelningen	138	55 %	111	45 %
Logistik	34	77 %	10	23 %
Admin	29	53 %	26	47 %
Totalt	201	58 %	147	42 %



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 CityMail

CityMail har en väl utvecklad tradition av internrekrytering. Vi strävar efter att den sammansättning och blandning av olika egen-skaper 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.

CityMail Academy

Vår utbildningsakademi för kompetensutveckling heter 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 400 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 CityMails utbildningstimmar visas nedan.

CityMail Academy	4032 timmar
Introduktionstimmar*	57 078 timmar
Totalt:	52 679 timmar
Genomsnitt per anställd	18 timmar

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

18H

Så många utbildningstimmar genomfördes i snitt per anställd under 2017.

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.

Utvecklande ledarskap (UL)

En metodik från Försvarshögskolan som sedan många år lärs ut även i näringslivet och offentlig verksamhet. Kursen riktar sig till chefer och behandlar hur ett gott ledarskap kan utveckla medarbetarna för högre effektivitet i organisationen.

Attrahera och behålla medarbetare

Under 2017 hade vi en personalomsättning på 20,5 %, en minskning med knappt 3 % från föregående år och en positiv trend, jämfört med ökningen på 6 % under 2016. Under 2017 liksom de senast föregående två åren var tillgången på arbete för ungdomar, och i synnerhet de som avslutat gymnasiet, fortsatt god på svensk arbetsmarknad. Detta tror vi fortsatt påverkat antal arbetssökande till utdelningen negativt, då arbetet som brevbärare är fysiskt aktivt och relativt krävande. De förhållandevis låga inträdeskraven till arbetet som brevbärare gör det också 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 i hög grad styrs av konjunkturen.

Enkätundersökning medarbetare som lämnar CityMail

Vi införde under 2017 digitala s.k. "Exitenkäter" i syfte att samla information om hur medarbetarna i utdelningsorganisationen och produktionen* upplevt sin anställning på CityMail och få information om var våra främsta förbättringsområden finns.

Enkäten har skickats via sms och e-post till de brevbärare och terminalmedarbetare som valt att säga upp sin anställning. Svaren har varit anonyma och hanterats av HR-avdelningen för sammanställning och analys. Svarsfrekvensen för 2017 uppgick till ca 24 %, en relativt låg siffra. Därför har vi inför 2018 vidtagit en rad åtgärder för att öka medvetenheten om enkäten ute i vår organisation. Utifrån de svar som inkommit ser vi dock att de två främsta anledningarna till att våra medarbetare väljer att sluta beror på faktorerna Lön och förmåner samt Hög arbetsbelastning.

Medarbetarna har även fått svara på hur nöjd man har varit med introduktion, arbetsuppgifter, chefsstöd/ledarskap, kollegor, kultur & värderingar, utvecklingsmöjligheter. Överlag är respondenterna nöjda med sin introduktion och sina kollegor. Även på frågan "Vad har varit det bästa med att arbeta på CityMail?" är det många som väljer att lyfta fram kollegorna och gemenskapen. Utvecklingsmöjligheter däremot är något många upplever saknas. Här behöver vi ta ett omtag för att förtydliga och förmedla vilka karriärvägar som företaget erbjuder.

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 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 arbetstagsidans representanter, t.ex. vid utbildning av skyddsombud och chefer, skyddsronder, riskinventeringar. Det skapar dynamik och hjälper oss att driva framåt mot ständiga förbättringar på arbetsmiljöområdet – och därmed företagsresultatet.

* För administrativ personal och chefer som säger upp sin anställning hålls avgångsintervjuer med personal från HR-avdelningen

Under 2018 kommer vi:

- Vara fortsatt certifierade enligt OHSAS 18001 arbetsmiljö
- Utöka samarbetet med Samhall samt återuppta arbetet med att övergå till en tvåspråkig (svenska – engelska) utdelningsorganisation
- Verka för en högre rapportering av nästanolyckor (tillbud) i syfte att minska antalet faktiska arbets-skador Måltal 2018:4000 nästanolyckor
- Arbeta med våra aktiva åtgärder för att förverkliga visionen om 50/25/5, där 25 utgör andelen medarbetare med utländsk bakgrund
- Fortsatt uppföljning via "Exitenkäter", för medarbetare som valt att avsluta sin anställning

Arbetsmiljöcertifiering genomförd

Under 2017 har vi omcertifierat oss i arbetsmiljö, OHSAS 18001. Detta är en återkommande 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.

En etablerad arbetsmiljörapportering

Vi har under det senaste decenniet genomfört ett omfattande arbete för att höja rapporteringsviljan när det gäller arbetsmiljörelaterade incidenter. 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 2017 sattes en budget om 3500 nästanolyckor och vi uppnådde inte riktigt detta måltal med 3458 rapporteringar, även om antalet med marginal överträffade resultatet för föregående år 2016 (3398). Vi ser trots detta ett behov av att stödja en ökad inrapportering och för 2018 är målet satt till 4000.



Arbetsskador

Inga dödsfall har skett under året. Alla nästanolyckor (tillbud) och arbetsskador följs upp med åtgärdsförslag. Av alla arbetsskador (795 stycken) som rapporterades in de största orsakerna fallskada (29 %), fordonsolycka (17 %), skada där Cityman slog eller stötte emot något (12 %) och fysisk överbelastning (10 %).

- 88 % (704) olyckor
- 4 % (29) sjukdom eller annan ohälsa
- 8 % (62) färdolycksfall vid färd till eller från arbetsplatsen

Sjukfrånvaro

Under 2017 var totala sjukfrånvaron för kvinnor 6,1 % och 4,7 % för män (se tabell nedan).

	Total	Män	Kvinnor
Total sjukfrånvaro*	5,1 %	4,7 %	6,1 %
Utdelningen	5,5 %	4,7 %	7,2 %
Logistik	6,1 %	5,9 %	6,6 %
Admin	2,0 %	1,8 %	2,4 %

* Korttids- och långtidssjukfrånvaro

	Mål 2018	2017	2016	2015
Total sjukfrånvaro*	4,8 %	4,9 %	5,1 %	4,9 %
Långtid**	1,5 %	1,5 %	1,9 %	1,7 %
H-verdi***	18,5	18,8	28,8	32,3

* Korttids- och långtidssjukfrånvaro

** Minst två veckors sjukfrånvaro

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

Tillgång till skydds- och säkerhetsutrustning och professionell hjälp

Eftersom majoriteten av CityMails medarbetare har fysiskt ansträngande arbeten är kunskap om säkerhet och förebyggande hälsovård ett prioriterat område. Det är också en central hållbarhetsaspekt. Våra medarbetare ges kunskaper inom belastningsergonomi och har tillgång till skyddsutrustning som exempelvis knäband, lyftbälte, brevbärarväst och hjälm. Under 2017 skärptes företagets krav och en policy infördes där cykelhjälm utgör en arbetsmiljöinstruktion och därmed är hjälm obligatoriskt att använda under all färd på cykel.

Mot bakgrund av bl.a. resultaten i NMI:n på området hälsa och arbetsmiljö (HMS) togs även under 2017 ett helhetsgrepp i form av avtal med en ny företagshälsovård. Detta i syfte att möjliggöra tätare samarbete och bättre överblick för de områden som är väsentliga utifrån medarbetarnas hälsa och ett hållbart arbetsliv på 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

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 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.

**8 ANSTÄNDIGA
ARBETSVILKOR
OCH EKONOMISK
TILLVÄXT**



CityMail – vilka är vi?

Strategi och ansats

CityMails omvärld

Vår del av marknaden

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.

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, utdelningsschemat 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

CityMail grundades 1991 av Bror Anders Månsson. Detta utgjorde startskottet för det svenska postmonopolets avreglering 1993. Sedan starten har svenska företag sparat 1,5 miljarder kronor årligen i portokostnader 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 den policy för Etiska riktlinjer som delges alla anställda. Information riktad till samtliga organisationens medarbetare finns på intranätet, där länkas även policyn i sin helhet liksom lagen om skydd för "visselblåsare". På intranätets startsida finns en direktlänk till de etiska riktlinjerna och information om hur man anmäler missförhållanden. CityMail har nolltolerans mot korruption.

Exempel på missförhållanden som man kan slå larm om:

- Ekonomiska oegentligheter, förskingring, post- och godsstölder som drabbar antingen kunder eller andra verksamheter
- Korruption
- Miljöbrott
- Oacceptabla förhållanden som inte anses straffbara, men som strider mot företagets och/eller samhällets normer
- Överträdelse av hälso-, miljö- och säkerhetsregler
- Överträdelse av företagets styrdokument, inklusive etiska riktlinjer

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 det offentlighetens ljus?

CityMail har under 2017 inte haft några rapporterade incidenter om korruption eller misstankar om korruption.

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 skadas sig på arbetsplatsen

Samarbete

- Vi arbetar som ett team för att säkerställa framgång i hela företaget
- Vi samarbetar för att nå våra gemensamma mål
- Vi fokuserar på de frågor som är viktiga för verksamheten
- Vi väljer lösningar som är i bästa intresse för hela företaget

Öppenhet

- Vi delar kunskap och information med varandra
- Vi är nyfikna och mottagliga för idéer
- Vi ger och ta emot konstruktiv återkoppling
- Vi konfronterar etiska problem direkt

Mod

- Vi vågar gå nya vägar och utmana vedertagna sanningar
- Vi ställer tydliga krav på varandra och främjar förändringar
- Vi deltar aktivt i näringslivet
- Vi uppmuntrar innovation i hela vår värdekedja

Vår verksamhetspolicy i sammandrag

Vi delar ut post med rätt pris och hög kvalitet på ett hållbart sätt. Genom ett kontinuerligt förbättringsarbete ska vi ständigt utveckla vår service och kvalitet, förbättra vår arbetsmiljö och minska vår miljöpåverkan. Vi följer de lagar, krav och förordningar som berör verksamheten och verksamhetspolicyn anger våra åtaganden och våra målsättningar inom kvalitets-, miljö- och arbetsmiljöområdet. 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 transportererna. Där är vår påverkan störst, och där har vi störst möjlighet att göra skillnad.

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

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.

Allt går att göra bättre

Vi trivs med uppdraget och positionen att ständigt 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 *	2017	2016	2015
Omsättning, tsek	1 527 678	1 527 678	1 333 386
Antal brevårsändelser, miljoner	429	429	371
Täckning % av Sveriges hushåll	60 %	60 %	55 %
Antal anställda vid periodens slut	1538	1472	1488
Sjukfrånvaro	5,1 %	5,3 %	4,9 %
Skulder tsek	216 880	206 820	163 871
Eget kapital tsek	6 259	9 232	10 904
Totala tillgångar tsek	219 880	216 052	174 775
Nyckeltal klimat	2017	2016	2015
GCO ₂ e Utdelat gram brev	0,197	0,196	0,203
KGCO ₂ e Tusen brevårsändelser	11 017	11 231	12 095
Nyckeltal energi**	2017	2016	2015
MJ/Omsatt tsek		62	68
MJ/Tusen brevårsändelser		221	245

*Omräknat till heltider **Megajoule, energiintensitet

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
Kostnadseffektivitet 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. Kostnads-effektivitet, 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 var således ytterligare ett viktigt forum för CityMails fortsatta 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 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.

CityMail har alltid arbetat utifrån en långsiktigt hållbar affärsidé och relation till våra medarbetare. Vår miljöfokus har också blivit en självklarhet i takt med marknadens ökade intresse för tjänsters och produkters inverkan på miljön. Sedan 2008 deltar vi i Global Compact – det initiativ som lanserades av Kofi Annan 2000 för att främja ett socialt och miljömedvetet ansvarstagande hos internationellt verksamma företag.





CityMails hållbarhetsredovisning följer de riktlinjer som satts upp av GRI.

Klimatförändringens risker och möjligheter

Cykeln är 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 klimatomässa fördelar inbyggda i vår logistikmodell.

Vi köper till exempel miljögodkänd el och har infört ett antal besparingsåtgärder som vi tidigare återgett i kapitlet Miljö.

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 var första året vi redovisade enligt GRI G4 och vissa indikatorer är fortsatt inte fullt redovisade. De är dock inkluderade i redovisningen då vi anser att de är väsentliga. Vi planerar att redovisa dem fullt ut kommande år i samband med att vi övergår till GRI Standards.

Hållbarhetsansats – CityMails metod

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



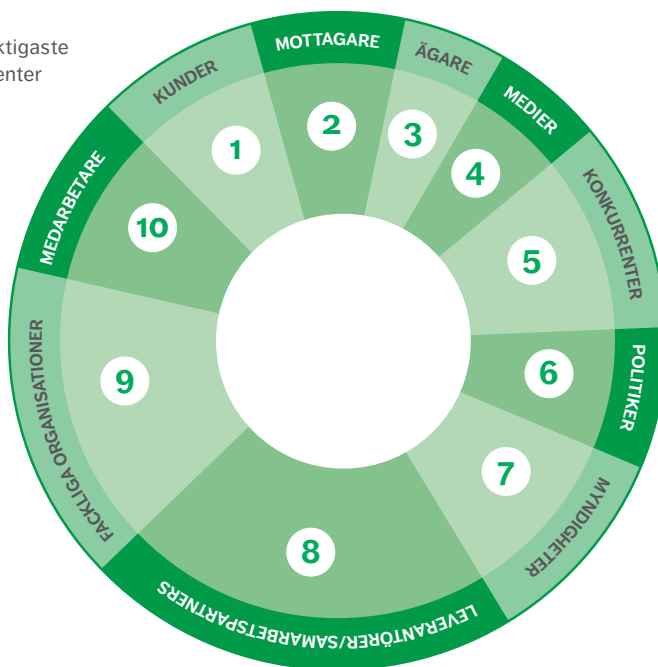
Interna riktlinjer och policies

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

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 CityMail kan distribuera post på det mest kostnadseffektiva sättet, vilket bland annat speglas i krav på leveranssäkerhet och hantering av returer. Därför har vi gjort pris, kvalitet och 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 CityMail genom tryckerier och printshops, med vilka vi har en daglig kontakt. Tidigare har detta varit våra huvudsakliga partners, men sedan 2014 samarbetar vi även alltmer med tidningsdistributörer.

Syftet är att kunna erbjuda en ännu bättre och miljöeffektivare tjänst, genom att på ett så effektivt sätt som möjligt i samverkan kunna distribuera försändelser samt använda t.ex. gemensamma lokaler.

Detta är ett viktigt steg i utvecklingen av vårt företag men också för den del av marknaden vi verkar på, att med tidningsdistributörerna som partners kunna skapa gemensamma värden samtidigt som vi arbetar för att säkerställa den framtida brevdistributionen i Sverige. Tillsammans har vi ett gemensamt åtagande gentemot kunderna och för våra partners är det naturligtvis avgörande att CityMail är en pålitlig samarbetspartner.

Mottagaren – våra kunders kund

Brevlådan är och kommer att förbli en viktig kanal för mottagaren. CityMail mår därför om att vårda brevlådan, bland annat genom att fokusera på leveranssäkerhet och miljöaspekter. Vi arbetar aktivt, bland annat genom vår kundtjänst och genom att besvara insändare och blogginlägg, för att kommunicera de miljö- och kvalitetsmässiga fördelarna med vår verksamhet till våra kunders kunder.

Ett annat viktigt budskap är att vi ger många unga människor arbete.

Medarbetare

CityMails företagskultur präglas av individuellt ansvar och engagemang. Därför uppmuntras enskilda initiativ. Det är högt i tak på CityMail och chefsnivåerna är få, vilket gör det enkelt för den enskilde att bidra med synpunkter och idéer, både i den dagliga verksamheten, genom våra systematiska rutiner för att lämna förbättringsförslag och vid utvecklingssamtal. 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.

Våra regelbundna medarbetarundersökningar 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 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

CityMails nya ägare är Cimase Capital Consult GMBH. 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.



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

Leverantörer

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

CityMails konkurrenter är även viktiga samarbetspartners när det gäller att vårda och utveckla brevlådan som mediekanal ur ett hållbarhetsperspektiv. 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 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 CityMail en god och sedan länge etablerad relation och ett formaliserat samarbete.

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 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.



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



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

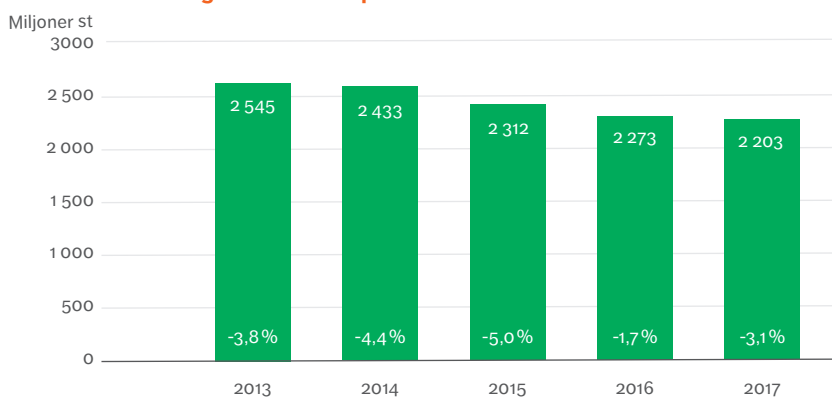
Vår del av marknaden

CityMail distribuerar post med olika adresseringsgrad från företag till andra företag eller privatpersoner. Vi har länge specialiserat oss på segmentet industriell post – administrativa brev, direktreklam och tidningar – men erbjuder numera även A-post, oadresserad direktreklam och kontorspost till våra kunder, liksom e-handelsleveranser. Vår närvaro på postmarknaden är mycket viktig och gör att porto-köparna 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 stadigt minskat. 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 hållbarhetsperspektiv, ofta ifrågasatt marknad ser vi det som vår viktigaste uppgift att utveckla framtidens brev- och e-handelsdistribution. En distribution som undviker onödigt slöseri, optimerar resurser och hjälper såväl kunder som mottagare att skicka och ta emot post på ett hållbart sätt.

Utvecklingen industriell post:



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

* Post- och telestyrelsens, (PTS), årliga rapport Svensk postmarknad 2018 – PTS – ER – 2018:10

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.

CityMail har idag enligt Post- och telestyrelsen en marknadsandel på cirka 18 % av svenska postmarknaden (utdelade brev).

18 %

Bring CityMails marknadsandel på svenska postmarknaden

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 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.



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

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 överträdelser av Swedmas regelsystem/frivilliga etiska koder skett.

Arbetet med att förbättra och förfina våra processer pågår varje dag. Inte bara internt hos oss själva, utan även tillsammans med våra kunder. Vi följer intresserat hur medielandskapet förändras runt omkring oss. Idag vet vi förstås inte i detalj hur framtidens brevlåda kommer att se ut, men vi vet att vi själva förändras i takt med tiden. För varje dag som går lär vi oss allt mer om mottagarnas önskemål. Vi kommer att använda våra insikter för att göra våra kunders leverans än mer effektiv – inte minst för miljöns skull.



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

Våra kringtjänster ur ett hållbarhetsperspektiv

Hållbarhet innebär att vara rädd om resurser. Ett brev som skickas till fel adress är slöseri på råvara och energi, både ur transportperspektiv och mänskligt engagemang. Detsamma gäller ett brev som skickas till fel person, det vill säga till någon som budskapet inte är riktat till.

I vårt produktutbud finns erbjudanden som ökar effektiviteten och bidrar till att andelen onödiga brev minskar. Kunderbjudandet bygger på en identifierad kundnytta som framkommit genom ett hundratal djupintervjuer. Utbudet justeras och kompletteras löpande, beroende på våra kunders behov och önskemål.

CityMail fortsätter expandera verksamheten

CityMail har verksamhet som täcker i princip hela dygnet, men i och med den nya ägaren Cimase Capital Consult GmbH ingår Pressens Morgontjänst som partner på samma villkor som övriga utbärningsbolag, utan samägande. I den första fasen mot en heltäckande leveransorganisation infördes 2014 samverkan med tidningsdistributionsbolag i Stockholmsregionen, 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 fortsatt i ett oerhört spännande skede i vår utveckling som företag och målet är även med vår nya ägare Cimase Capital Consult GmbH att hitta ytterligare synergier, öka vår verksamhets effektivitet och hållbarhet ur såväl miljömässigt, ekonomiskt och socialt perspektiv.

Verksamhet över dygnet 00.00 - 24.00



1.

07.00-16.00
Brev/Varubrev

2.

16.00-23.00
Brev/Varubrev
Hemleveranser

3.

23.00-07.00
Brev/Varubrev
Morgontidningar

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

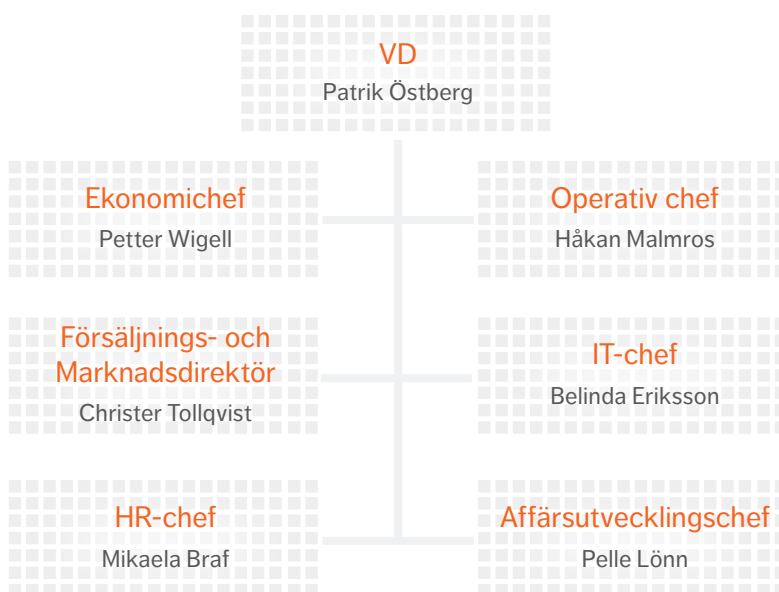
Bolagsfakta

Ägare

CityMail AB ägs sedan till 100 % av Cimase Captital Consult GMBH. Företaget drivs som ett självständigt bolag och har egen ledning och styrelse.

Denna redovisning avser CityMail AB som i text kallas CityMail och vars verksamhet endast bedrivs i Sverige.

Organisationsschema 2017



CityMail har under 2017 inte varit utsatt för böter eller sanktioner utifrån gällande lagar och regleringar, inklusive lagstiftning

CityMails organisation och styrning

Från och med 2012-03-22 innehåller 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 tjänstemanna-organisationen. Varje avdelningschef ansvarar för att driva avdelnings- frågor i ledningsgruppen, enligt CityMails affärsplan.

Ny ägare

I samband med övergången i mars 2018 till nya ägaren Cimase Capital Consult GMBH, som rådgivs av investmentbolaget Allegra Capital GMBH, kommer den nya styrelsen bestå av fyra deltagare (2 ordinarie, 2 suppleanter) samt endast omfatta interna representanter. Under 2017 bestod dock styrelsen av följande ledamöter och suppleanter:

Bring CityMails styrelse 2017-12-31

- Styrelseordförande: Gro Bakstad, Koncerndirektör Division Post, Posten Norge
- Einar Kirkebø, Koncerndirektör Mergers & Acquisitions, Posten Norge
- Christian Brandt, Säljdirektör och PMI-ansvarig division Post, Posten Norge
- Mona Tveit Skjörtoft, Analys- och kvalitetschef, Posten Norge
- Anna-Carin Lindberg, Arbetstagarrepresentant
- Mysan Hagman, Arbetstagarrepresentant suppleant Fredrik Möller, Arbetstagarrepresentant suppleant

Ingen av dessa ingick i Bring CityMail Sweden AB:s företagsledning.

Hållbarhetsarbetets styrning

Ledningsgruppen har det strategiska ansvaret för 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 2017 fördelat på intressenter (MSEK):

		2016	2015	2014
Kunder	Omsättning	1582	1 528	1 333
Leveran- törer	Inköpta godstransporter	133	120	131
	Övriga transportkostnader	0	0	0
	Lokalkostnader	77	78	96
	Övriga kostnader	139	122	133
Anställda	Löner	801	771	808
	Sociala avgifter	251	245	207
	Varav pensionskostnader	54	41	32
	Övriga personalkostnader	9	13	12
Stat och kommun	Skatter	0	0	0
Långivare	Räntor	0,5	0,8	0,6
Ägare	Utdelning	2	0	0

Huvudkontoret i Stockholm, adress:

Postadress: CityMail Sweden AB
Box 901 08
120 21 STOCKHOLM

Besöksadress: CityMail AB
Västberga Gårdsväg 36
126 30 HÄGERSTEN

NKI

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

Försiktighetsprincipen

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

GHG protokollet

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

CO₂-ekvivalenter

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

* Källa: Naturvårdsverket

CityMail terminologi

CityMail Center, förkortat CMC, är 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 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

Arbetskador 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 2017.

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 Energi-marknadsinspektionen.

Redovisningens omfattning och avgränsningar

Redovisningsperioden avser kalenderåret 2017 och är CityMails tionde hållbarhetsredovisning. Vår förra redovisning (2016) presenterades i augusti 2017. Rapporten baseras på GRI:s krav på rapporteringen på core-nivå och väsentliga aktiviteter inom CityMails prioriterade ansvarsområden: kunder, miljöpåverkan och medarbetare. Rapporten är andra-partsgranskad av South Pole.

Med väsentliga aktiviteter menas allt som berör företagsövergripande satsningar inom dessa områden under redovisningsperioden. Redovisningen riktar sig framför allt till CityMails kunder, postmottagare, samarbetspartners, ägare och medarbetare.

Ägarbytet har inte medfört några större förändringar för redovisningen för 2017. Beträffande kommande år är bolagets intention att fortsatt upprätthålla kommande redovisningar enligt GRI-standard. Klimatberäkningens avgränsning inkluderar klimatpåverkan från underleverantörer i form av externa utbärare av post och tidningar. Dessa korrigeringar i avgränsning påverkar dock inte jämförbarhet med tidigare rapporter. Redovisning görs en gång per kalenderår och omfattar hela CityMails verksamhet med samtliga Terminaler och CityMail Centers, undantaget avfall som inte källsorterats på utdelningskontoren.

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 av elektricitet och värme (Scope 2) och indirekt klimatpåverkan från tjänsteresor, underleverantörers transporter och godstransporter.

Pendling för anställda ingår inte. Omkring 18,9 % av arbetsstyrkan är anställda på timbasis, så kallade behovsanställda. Denna lösning är en del av företagets personalpolitik i syfte att anpassa oss till volymsvängningar i utdelningen. Behovsanställda ingår i den redovisade statistiken för anställda trots att de varierar kontinuerligt både i tid och i omfång. De omfattas av alla ersättningar och övriga satsningar.

Tack för att du tog dig tid att läsa vår hållbarhetsredovisning

Arbetet med att ta fram den här rapporten, och framförallt de åtgärder vi genomfört som ligger till grund för den 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 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 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	61
G4-4	Huvudsakliga varumärken, produkter och tjänster	54, 55
G4-5	Lokalisering av huvudkontor	61
G4-6	Antal länder och namn på dessa där organisationen är verksam	59
G4-7	Ägarstruktur och juridisk form	59
G4-8	Marknader där organisationen är verksam, kundtyper	23-25, 54-55
G4-9	Organisationens storlek, total antal medarbetare, nettoomsättning eller nettovinst	44
G4-10	Totalt antal anställda med kollektivavtal	27
G4-11	Procentuell andel anställda med kollektivavtal	39
G4-12	Organisationens leverantörskedja	53
G4-13	Väsentliga förändringar av organisationens storlek, struktur och ägarskap under redovisningsperioden	65
G4-14	Hantering av försiktighetsprincipen	62
G4-15	Externt framtagna ekonomiska, miljömässiga och sociala initiativ eller principer	10-11, 53, 55
G4-16	Medlemskap i föreningar och branschsammanlutning	53

	Profil	Sida
3	Väsentliga aspekter och avgränsningar	
G4-17	Enheter som ingår i rapporteringen	59
G4-18	Process för definiering av rapportinnehåll	45-50
G4-19	Identifierade väsentliga aspekter	25-26, 45-49
G4-20	Aspektens avgränsning inom organisationen	45-49
G4-21	Aspektens avgränsning utanför organisationen	45-49
G4-22	Effekten av eventuella revideringar av information som ingår i tidigare redovisningar	65
G4-23	Väsentliga förändringar jämfört med tidigare redovisningsperioder avseende inriktning och avgränsningar	65
4	Intressentengagemang	
G4-24	Lista över intressentengagemang	51-53
G4-25	Princip för identifiering och urval av intressenter	50
G4-26	Organisationens inställning till intressent-engagemang, inklusive engagemangets frekvens	51-53
G4-27	Fokusämnen och nyckelfrågor som har lyfts fram genom intressenternas engagemang	51-53
5	Redovisningsprofil	
G4-28	Redovisningsperiod	65
G4-29	Datum för publicering av den senaste redovisningen	65
G4-30	Redovisningscykel	65
G4-31	Kontaktperson gällande redovisningen	66
G4-32	GRI-innehåll och hänvisning	68-72
G4-33	Policy för externt bestyrkande	65
6	Styrning	
G4-34	Organisationens styrningsstruktur	60
7	Etik och integritet	
G4-56	Organisationens värdegrund och uppförandekod	41-43

	Aspekter och indikatorer	Sida
	Ekonomiska aspekter och indikatorer	
	Ekonomiskt resultat	
G4-DMA	DMA	45-48
G4-EC1	Skapat och levererat konkret ekonomiskt värde	61
G4- EC3	Organisationens förmånsbestämda åtaganden	61
	Miljöaspekter och indikatorer	
	Energi	
G4-DMA	DMA	45-48
EN3	Energianvändning inom organisationen	17-18
EN7	Minskad energianvändning från produkter och tjänster	17
	Utsläpp	
G4-DMA	DMA	45-48
G4-EN15	Direkta utsläpp av växthusgaser	19, 64-65
G4-EN16	Indirekta utsläpp av växthusgaser	19, 64-65
G4-EN17	Övriga indirekta utsläpp av växthusgaser	19, 64-65
G4-EN18	Utsläppsintensitet för växthusgaser	15
G4-EN19	Minskning av växthusgasutsläpp	19, 64-65
G4-EN21	NOX, SOX och övriga väsentliga luftutsläpp	20
	Miljöpåverkan leverantörer	
G4-DMA	DMA	45-48
G4-EN33	Väsentliga faktiska och potentiella negativa miljöeffekter i leverantörskedjan och vidtagna åtgärder	16

	Aspekter och indikatorer	Sida
	Miljöklagomål	
G4-DMA	DMA	45-48
G4-EN34	Antal miljöklagomål som behandlats och lösts genom formella mekanismer	60
	Sociala aspekter och indikatorer	
	Arbetsrutiner och anständiga arbetsförhållanden	
	Anställning	
G4-DMA	DMA	45-46
G4-LA1	Antal och andel nya anställda och personalomsättning efter åldersgrupp, kön och region	27, 32
G4-LA2	Förmåner 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	35-36
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	35
G4-LA6	Typ och omfattning av personskador, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade arbetsdagar, frånvaro samt totalt antal arbetsrelaterade dödsolyckor per region och kön	38
G4-LA7	Anställda med hög förekomst eller hög risk för sjukdomar relaterade till deras yrke	38-39

	Aspekter och indikatorer	Sida
	Utbildning och yrkesutveckling	
G4-DMA	DMA	46
G4-LA9	Program för vidareutbildning och för att stödja fortsatt anställningsbarhet	33-34
G4-LA11	Utvärdering och karriärsutveckling	28, 33
	Mångfald och lika möjligheter	
G4-DMA	DMA	7-8
G4-LA12	Sammansättning av beslutsfattande grupper	30, 32
	Lika ersättning för kvinnor och män	
G4-DMA	DMA	29-30
G4-LA13	Procentuell skillnad i grundlön och ersättningar mellan män och kvinnor per personalkategori	32
	Samhället	
	Antikorruption	
G4-DMA	DMA	41-43
G4-SO4	Andel av anställda som utbildas i organisationens policyer och rutiner avseende antikorruption	41
	Produktansvar	
	Märkning av produkter och tjänster	
G4-DMA	DMA	51
G4-PR5	Resultat av kundnöjdhetsundersökningar	23-24
	Kundernas integritet	
G4-DMA	DMA	51
G4-PR8	Totalt antal underbyggda klagomål gällande överträdelser mot kundintegriteten och förlust av kunddata	24
	Efterlevnad	
G4-DMA	DMA	41-42
G4-PR9	Betydande bötesbelopp för brott mot gällande lagar och regler gällande tillhandahållandet och användningen av produkter och tjänster	59

Utlåtande från oberoende granskning

Det här är ett utlåtande från den oberoende granskning som gjorts av South Pole (South Pole Sweden AB) för Citymail avseende Hållbarhetsredovisning 2017 för perioden 1 januari – 31 december 2017, enligt Global Reporting Initiative (GRI) G4s riktlinjer för core nivå. Utlåtandet riktar sig i första hand till hållbarhetsredovisningens läsare samt Citymails ledning och styrelse.

Slutsatser

Utifrån granskningens avgränsning och de metoder som använts drar vi följande slutsatser:

1. Citymail har implementerat processer och procedurer, som följer principerna vilka omfattas av GRI G4s Riktlinjer för hållbarhetsredovisning och AA1000 Accountability Principles Standard 2008 (AA1000APS); och
2. Grundat på genomförd granskning, har det inte framkommit några omständigheter som ger oss anledning att anse att Citymails hållbarhetsredovisning inte uppfyller gällande kriterier.

Kriterier

GRI G4 Riktlinjer för hållbarhetsredovisning och principer för AA1000 Assurance Standard 2008 (AA1000AS) har använts som kriterier för granskning av Citymails hållbarhetsredovisning. Granskningen genomfördes i enlighet med AA1000 AS. South Pole hade i uppdrag att genomföra en översiktlig granskning (Type 1) vilket omfattar en utvärdering av hur väl verksamheten följer principerna om fullständighet, väsentlighet och lyhörddhet som de är formulerade i AA1000APS. South Poles uppdrag avsåg även att genomföra en översiktlig granskning av redovisade GRI-indikatorer.

Avgränsning

Översiktlig granskning har genomförts inom samtliga områden.

Metod för granskning

South Pole har genomfört granskningen enligt följande metodik under maj 2017:

- Genomgång av Citymails arbetsprocess för att identifiera och bestämma väsentliga frågor som inkluderas i hållbarhetsredovisningen.
- Utvärdering av Citymails process för identifiering av och engagemang med intressenter.
- Samtal med den person som är ansvarig för Citymails hållbarhetsredovisning, för att förstå processen för framtagningen av redovisningen.

- Genomgång av Citymails uttalande i hållbarhetsredovisningen om årets resultat och prestanda.
- Genomgång av Citymails efterlevnad av GRIs riktlinjer på core-nivå.

Efterlevnad av principerna i AA1000APS (2008)

Baserat på granskningens omfattning och metoder kan vi dra slutsatsen att Citymail har implementerat processer som följer principerna i AA1000APS (2008)

Väsentlighet

Citymail har visat exempel på aktiviteter för att säkerställa att hållbarhetsredovisningen omfattar de viktigaste frågorna för berörda intressenter.

Fullständighet

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

Lyhörddhet

Att hållbarhetsredovisningens fokus och det arbete som avspeglas i denna, överensstämmer med intressenternas förväntningar, visar på att Citymail har svarat upp mot sina intressenter.

Observationer och rekommendationer

Citymail har visat god utveckling gällande både hållbarhetsarbete och hållbarhetsredovisning.

Roll, ansvar och kompetens

Citymail är ansvarigt för sammanställning av hållbarhetsredovisningen samt för den information och de uttalanden som den innehåller. I samband med granskningen är South Pole endast ansvariga gentemot Citymails ledning. South Pole säkerställer en oberoende roll i uppdraget genom att tillsätta ett granskningsteam som inte är eller har varit involverad i projekt med Citymail under redovisningsperioden och som skulle kunna ha haft inverkan på teamets oberoende eller objektivitet. Vårt granskningsteam har adekvat kunskap och erfarenhet inom hållbarhetsarbete och redovisning samt god kännedom om relevanta standarder som GRI, AA1000APS och AA1000AS. För ytterligare information, vänligen besök vår hemsida www.southpole.com

South Pole Sweden AB
Stockholm, 2018-05-24



Sanna Setterwall



CityMail Sweden AB, huvudkontor
Box 90108, 120 21 Stockholm
Växel: +46 8 709 43 00
Fax: +46 8 709 43 43
E-mail: hallbarhet@citymail.se