

# Hållbarhetsredovisning **2018**



# Innehåll

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



Som fristående bolag med ny ägare har vi formulerat en ny strategi där vår framtid bygger på tre hörnstenar: kvalitet, lönsamhet och hållbarhet.

Hållbarhet är därmed ett högprioriterat område.

Martin Modig, VD  
CityMail AB

City  
Mail

## 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 arbets- givare 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



Martin Modig, VD  
CityMail Sweden  
Stockholm, mars 2019

*CityMails hållbarhetsarbete handlar om att bidra till ett hållbart samhälle genom en välfungerande distribution av brev och e-handelsförsändelser i Sverige. I mars 2018 förvärvades CityMail av det tyska holdingbolaget Cimase Capital Consult GmbH, efter att under nära ett decennium ägts av Posten Norge och ha ingått i Bringkoncernen. I oktober 2018 tillträdde även CityMails nya vd, Martin Modig.*

### **Om du så här 6 månader in i uppdraget skulle återge dina intryck av post och brevlådepaket i allmänhet, och CityMail i synnerhet, vad säger du då?**

– Otroligt spännande, och jag är mycket imponerad av den yrkes stolthet, professionalitet och kunskap som genomsyrar CityMail. Cimase Capitals förvärv baserades på att de, liksom jag, bedömer att CityMail har en oerhört stor potential och en fortsatt viktig roll på den svenska postmarknaden. Detta speglas också i den fortsatta satsningen för tillväxt och lönsamhet på vår kärnverksamhet brevdistribution, samtidigt som vi också lägger ett allt större fokus på våra ökande paketvolym och logistik tjänster inom e-handel. CityMail är en på alla sätt fortsatt relevant aktör och har en viktig plats i morgondagens samhälle.

### **Vad anser du är nyckeln till kontinuerlig utveckling av företaget?**

– Detta upplever jag till stor del vilar på CityMails starka tradition av öppenhet och delaktighet. Många av förändringarna vi genomför byggs på initiativ och förslag från organisationen, vilket visar på den unika CityMail-kulturen där alla är med och tar ansvar för företaget. Det finns ett sedan länge väl etablerat internt förbättringsarbete, där alla har möjlighet att bidra till att utveckla verksamheten. Medarbetarförslag som inkommit har genererat effekt på alltifrån kvalitet i utdelningen till införandet av elcyklar. Som fristående bolag med ny ägare har vi formulerat en ny strategi där vår framtid bygger på tre hörnstenar: kvalitet, lönsamhet och hållbarhet. Hållbarhet är därmed ett högprioriterat område. CityMail skall vara ett företag med branschens högsta kvalitet, en stabil lönsamhet för en långsiktig utveckling som bedriver ett hållbarhetsarbete där medarbetaren, miljön och samhället är i fokus.

### **Kan du ge något konkret exempel på hur CityMail verkar för att förbättra kunderbjudandet?**

– Det finns ett starkt driv, nytänkande och ständig utveckling av tjänster/lösningar för våra kunder. Nyligen hittade vi t. ex en resursoptimering med en ny samarbetspartner där CityMail bedriver paketutdelning

kvällstid. 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. Vi 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 post- och pakettidistribution.

### **Vad är din vision för CityMails fortsatta miljöarbete?**

– Vi måste hela tiden och 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 CityMail påverkar sin omvärld. Inom en 3-årsperiod ska vi bland annat ha utökat parken av 50 st elcyklar till ca 200 st (50 preliminärt under 2019), ha minst 30 alternativa elfordon (elmoped) i bruk i utdelningen (10 st preliminärt under 2019) och vi genomför just nu test med elbilar i utdelningen. Vi kommer även fortsatt ha målet 3 % förbättring av våra CO<sub>2</sub>-utsläpp jämfört med föregående år, som ett led i att uppnå en minskning av våra CO<sub>2</sub>-utsläpp den kommande 3-årsperioden.

Utöver en miljömässigt fördelaktigare fordonsmix gäller det även att hitta så resurseffektiva utdelningsrundor som möjligt, köra fordonen på rätt sätt etc. Upphandlade transporter krävs i linje med miljökraven från kunder i offentlig sektor.

– Vi arbetar hårt med att lösa detta och hitta en förbättrad organisation och kommer att förändra vår utdelningsmodell i syfte att erbjuda en ännu bättre tjänst. Detta kommer också innebära att antalet fordon i utdelningen kommer att minska, vi tar bort ca 20 - 25% av utdelningsfordonen. Att fortsatt erbjuda en tjänst som levererar försändelser utifrån en högkvalitativ, klimatsmart och lönsam verksamhet är vårt främsta mål.

### **Hållbarhet omfattar även samhällsansvar, på vilket sätt arbetar CityMail inom det här området?**

– Inom framförallt storstadsregionerna har vi periodvis svårt att rekrytera tillräckligt med personal, samtidigt som många inte kommer in på arbetsmarknaden. Under 2019 kommer vi därför strategiskt försöka utveckla en modell som hjälper oss lösa detta. Att bredda vårt rekryteringsunderlag och 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, samtidigt som CityMail behöver säkerställa sin personalförsörjning. En win-win helt enkelt.

### **Hållbart globalt utvecklingsmål (SDG)**

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



– Samdistributionen med UTB (partner), där merparten av medarbetarna är av utomnordisk bakgrund/ nyanlända till Sverige har gett oss ökad insikt i migrationsfrågor ur såväl medarbetar- som arbetsgivarperspektiv. Vi kommer fortsatt använda denna kunskap för att bredda anställningsunderlaget. Bland annat kommer vi återuppta initiativet med att erbjuda introduktion på både svenska och engelska för att möjliggöra fler anställningar, både i närtid samt under den kommande 5-årsperioden.

**Till slut, gör en summering av varför CityMail är och skall fortsatt vara en hållbar leverantör?**

– Vi ställer oss hela tiden frågan: är det vi gör miljömässigt, ekonomiskt och socialt hållbart? Detta förstärks nu ytterligare i den nya strategin med våra tre fokusområden kvalitet, lönsamhet och hållbarhet. 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. CityMail har alltid hushållat med sina resurser, vi jobbar praktiskt med hållbarhetsfrågan varje dag. Alltifrån övergripande produktionsplanering till källsortering på våra lokala utdelningskontor.

– Vi siktar alltid på att leverera försändelserna hela vägen ut. Självklart är det bäst för alla, både avsändare, mottagare och miljö att försändelsen kan levereras i brevlådan på första försöket, 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 fordon utgöra ett viktigt bidrag för att underlätta en sådan övergång.

Jag anser också att alla leverantörer till brevlådan har ett gemensamt ansvar att hitta nya samarbeten för att nå långsiktigt hållbara lösningar för samhället.

– CityMail skall, för att summera kärnan i vår hållning, ta ansvar för att vara en aktiv del av lösningen på de problem som samhället står inför på hållbarhetsområdet. Vi ska nu och i framtiden, ur alla aspekter, vara det bästa alternativet för företag som söker en post- och paketdistributör och i detta ingår självklart att vi fortsätter att leverera hög och prisvärd kvalitet.



CityMail skall vara ett företag med branschens högsta kvalitet, en stabil lönsamhet för en långsiktig utveckling som bedriver ett hållbarhetsarbete där medarbetaren, miljön och samhället är i fokus.



## CityMails viktigaste hållbarhetsresultat 2018

### Under 2018 har vi:

- Omcertifierat oss inom samtliga områden enligt ISO 9001 kvalitet, ISO 14001 miljö, OHSAS 18001 arbetsmiljö
- Sett en minskning av CO2-utsläpp i utdelningen, bland annat p.g.a. optimering och minskning av fordonsflottan samt effektivare poolbilslösning
- Utvecklat och förbättrat vår verksamhet, t.ex. genom:
  - Det på postmarknaden banbrytande digitala verktyget PoP (print- filsoptimering). Verktyget möjliggör metoden nummersortering som nu är färdigutvecklad
  - Leveranser av nya e-handelsprodukter och samarbeten i andra branscher
  - Identifierat ny digital kontorsposttjänst
- Sökt på marknaden efter alternativa elfordon till utdelningen
- Infört 132 elcyklar (tot152 st ) som ersättning för bensindrivna mopeder
- Uppnått 62,5 % miljöklass 6 på köpta transporter (mål 60%)
- Ställt krav på våra partner (UTB) att löpande öka andelen förnybara bränslen i sina fordonsflottor
- Samutnyttjat fordon och lokaler tillsammans med partner i syfte att minska den totala miljöpåverkan
- Installerat energibesparande belysning i vår största terminal Eriksberg, Stockholm (beräknad besparing om 600 kwh/år)
- Utifrån ny ägarstruktur och medföljande förändringar fortsatt inte realisera våra uppsatta hållbarhetsmål fullt ut. Till exempel större återinvesteringar på miljöområdet och åtgärder för att bredda vår personalför- sörjning. Dessa mål återupptas inför 2019.

## CityMails planerade hållbarhetsinsatser 2019

### Under 2019 kommer vi bland annat:

- Vara fortsatt certifierade inom samtliga områden enligt ISO 9001 kvalitet, ISO 14001 miljö, OHSAS 18001 arbetsmiljö
- Bedriva vårt långsiktiga arbete med att minska vår miljöpåverkan och CO2-utsläpp samt förbättringsarbete inom andra hållbarhetsaspekter:
  - Test med eldriven utdelningsbil, vid positivt utfall mål att ha 30 st ute i produktionen till 2021
  - Test av 10 st trehjuliga elmopeder i samtliga regioner, mål 30 st i drift i produktionen 2021. Uppnå positiv effekt utifrån både miljö- prestanda och arbetsmiljö, säkrare fordonstyp
  - Fortsatt utbytesprogram bensindrivna mopeder mot elcyklar (50st)
  - Uppgradering och anpassning av produktionsorganisationens metodik och rutiner i syfte att stärka kvaliteten och säkerställa kundlöfte
  - Implementation av ny utdelningsmodell vilket ger stärkt lönsamhet och minskade utsläpp till följd av en mindre fordonspark (ca 20 - 25%)
  - Arbeta för fortsatt optimerade transportvägar, t ex genom löpande anpassning av antal slingor efter postvolym
  - Begära högre miljöklass på inköpta transporter (70 % eller bättre euroklass 6)
  - Etablera samarbete med e-handelsleverantör i syfte att på ett ekonomiskt och miljömässigt hållbart sätt utnyttja vår fordonsflotta och distributionsnät kvällstid
  - Arbeta för att kontinuerligt minska antalet tjänsteresor med flyg genom information, tydliga riktlinjer samt uppföljning
  - Genomföra WS Aktiva åtgärder mot Diskriminering i hela organisationen samt aktiviteter för att öka andelen kvinnor, framförallt i ledande befattningar
  - I syfte att öka mångfald/inkludering på företaget, skapa arbetstillfällen och säkerställa tillgång på personal möjliggöra en breddad rekrytering i ännu högre grad (t ex genom svensk-engelsk introduktion, stärka det interna arbetet med praktik/ anställningsstöd

# Frågor och svar

## Vad är växthuseffekten?

Den största delen av den iakttagna uppvärmningen sedan mitten av 1900-talet beror med stor sannolikhet på en ökning av människo- genererande växthusgaser i atmosfären, enligt en rapport som FN:s klimatpanel, IPCC, gjorde 2007. Den förstärkta växthuseffekten innebär att en del av solens strålning 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 miljöprestandan och på sikt bli klimatneutrala av egen kraft. På så sätt knyter vi vårt miljöarbete närmare till vår egen verksamhet. Detta innebär minskade externa utgifter men ett bibehållet miljöfokus.

För att uppnå trovärdighet samt reella miljöeffekter måste medel av- sättas som gör avtryck i verksamheten, både i form av minskade utsläpp och kommunikation till våra två främsta intressenter, kunder och med- arbetare. 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 påbörjat ett långsiktigt arbete med flera insatser. Vi undersöker kontinuerligt marknaden för alternativa fordon, framförallt när det gäller bilar. I dagsläget testar vi både elmoped samt en elbilmodell, men har utmaningar med batterikapaciteten för våra utdelningsrundor. Parallellt genomför vi andra åtgärder, t ex ett utbytesprogram med elcyklar istället för bensindrivna mopeder.

## 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 årligen i portokostnader för portoköparna.

## På vilket sätt knyter CityMail an till de fyra SDG (globala hållbar- hetsmål) 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 transportererna. 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.

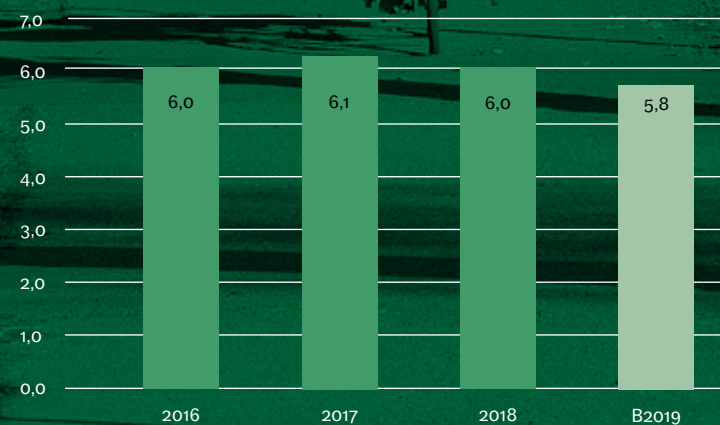
### Nr.8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

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

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



## Miljö

Logistik och transporter är en naturlig del av CityMails verksamhet vilket innebär att utsläpp från transporter är vår största miljöpåverkan. Vårt övergripande mål är att löpande minska utsläpp mot omsättning med 3 % mot föregående år. För 2018 gick vi ned med 0,1 ton mot omsättning (vilket motsvarar ca 1,5%) även om vårt totala Co2 minskat (t ex genom ökad andel biobränslen köpta transporter, sänkning av egen drivmedelsförbrukning). Att sänkningen av Co2 mot omsättning inte blir större beror bl. a. på att Premo utgått som del av CityMails ägande, vilket påverkade omsättningen på en rad punkter som inte var utdelningsrelaterade. Hur vi arbetar med vår miljöprestanda påverkas självklart även av de krav som ställs utifrån politiska beslut och målsättningar, alltifrån offentliga upphandlingar till de kommande miljözonerna i kommunerna. Med utgångspunkt i målen om ett hållbart samhälle 2030 kommer vi, liksom övriga intressenter behöva vidta åtgärder för att ställa om vår verksamhet. Detta är en utmaning som kommer att påverka oss både på kort och lång sikt. Vi fortsätter arbetet att kontinuerligt minska utsläppen – både från godstransportörernas och våra egna fordon – genom att mäta och successivt reducera vår påverkan. Vi bevakar ständigt marknaden för att identifiera tänkbara funktionella fossilfria fordon, samt ställer krav på våra partner (UTB) att löpande öka andelen förnybara bränslen i sina fordonsslottor. Vi kommer även fortsatt ställa krav på att bilgarantin bör omfatta HVO som drivmedel. Vårt arbete kring el, värme och avfall styrs av samma målsättning. Vi samutnyttjar t ex fordon/lokaler med partner, i syfte att minska vår totala miljöpåverkan.

### Planerade åtgärder under 2019

- Mäta andel fossilfria fordon i vår egen utdelningsflotta
- Test med eldriven utdelningsbil, vid positivt utfall mål 30 st ute i produktionen till 2021
- Test av 10 st trehjuliga elmopeder i samtliga regioner, mål 30 st i drift i produktionen 2021. Uppnå positiv effekt utifrån både miljöprestanda och arbetsmiljö, säkrare fordonstyp
- Expandera utbytesprogrammet ytterligare med 50 st elcyklar till 200
- Implementation av ny utdelningsmodell vilket innebär en minskning av antalet fordon i produktionen med 20 - 25%
- Fortsatt begära högre miljöklass på våra köpta transporter (målet är nu 70 % euroklass 6, år 2020 bedömer vi att 80% kan uppnås) samt kontinuerligt arbeta för att säkerställa optimerade transportvägar

### Under 2018 har vi:

Sett en minskning av CO<sub>2</sub> utsläpp under 2018, bland annat på grund av:

- Optimering och minskning av fordonsslottan samt effektivare poolbilslösning
- Minskat antal tjänstebilar
- Infört 132 elcyklar som ersättning för mopeder i utdelningsorganisationen (totalt antal nu 152 st)
- Med marginal uppfyllt målet 60% köpta transporter med Euroklass 6 (62,5 %)
- Samutnyttjat lokaler/ fordon med utbärningsbolag/partner





Vi redovisar våra utsläpp som total CO<sub>2</sub>e påverkan/omsättning för att kunna göra en korrekt bedömning av utvecklingen, samt se att de åtgärder vi jobbar med ger en positiv påverkan.

Vi redovisar våra utsläpp som total CO<sub>2</sub>e påverkan/omsättning för att kunna göra en korrekt bedömning av utvecklingen, samt se att de åtgärder vi jobbar med ger en positiv påverkan.

Vi ser en prognos på fortsatt minskade utsläpp 2019 med utgångspunkt i ytterligare förbättringar på våra utdelnings- och tjänstefordon. Vi följer kontinuerligt utvecklingen kring alternativa fordon och bränslen – det finns intresse från våra transportörer att växla om när antalet tankställen ökar. Klimatberäkningen omfattar utsläpp från samtliga våra underleverantörer i form av externa utbärare liksom för våra upphandlade transporter.

#### Våra transporter

Dagligen fraktas försändelser från våra fyra sorteringsterminaler till våra 96 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 2018 nådde försändelserna våra mottagare med hjälp av: Cykel 49 %, Elcykel 7 %, Moped 21 % och bil 21 %

#### Krav på godstransportörer

Upphandlingar av transporter anger de miljökrav som CityMail har att rätta sig efter i de avtal vi har med våra kunder i offentlig sektor, vilket innebär långtgående krav. Vi ställer kravet för alla inköpta transporter att miljö- påverkan 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 fossilfritt eller 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. Detta behöver vi titta närmare på framöver.

#### Tjänsteresor och tjänstebilar

Antalet tjänstebilar har minskat med ca 25%. Samtliga 30 tjänstebilar i bolaget är idag 100 % miljöbilar (enligt Transportstyrelsens definition, euroklass 6). Av dessa var 4 st laddhybrider under 2018, för 2019 tillkommer ytterligare 4 st. Löpande utbyte innebär att samtliga tjänstebilar är ladd- hybrider sommaren 2022. Tjänsteresor (framförallt flyg) ökade för några år sedan och därmed även utsläppen. Ledningsgruppen har löpande följt upp omfattningen av tjänsteresornas utsläpp. Detta i kombination med färre långa tjänsteresor har resulterat i att utsläppen för flyg fortsatt har minskat årligen vilket är mycket positivt. Siffrorna för 2018 är anmärknings- värt låga, dock har delar av året saknat resebyrå, vilket innebär att tjänste- flyg inte kunnat följas upp fullt ut på ett strukturerat sätt. Mängden långa resor har generellt gått ned, men utsläpps- nivå för pendlar också med visst intervall beroende på antalet korta tjänsteresor.

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

Målet var att sänka våra utsläpp med 3% mot omsättning, dvs 0,2 ton. Vi gick ned med 0,1 ton mot omsättning även om vårt totala Co<sub>2</sub> minskat (t ex genom ökad andel biobränslen köpta transporter, sänkning av egen drivmedelsförbrukning). Att sänkningen av Co<sub>2</sub> mot omsättning inte blir större beror bl. a. på att Premo utgått som del av CityMails ägande, vilket påverkade omsättningen på en rad punkter som inte var utdelningsrelaterade. För 2018 gick totala drivmedelsförbrukningen ned med drygt 160 000 liter. Denna omfattande reduktion av drivmedel har sin grund i:

- Ändrad geografisk täckning
- Utbyte till nyare samt drivmedelssnålare bilar i fordonsflottan
- Effektivare poolbilsupplägg i produktionen
- Underleverantör Premo avknoppats samt ej använt CM utdelningsfordon natttid från Q4
- Utbyte av bensindrivna mopeder till elcyklar

#### 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. En ny miljöutredning genomfördes senast 2016 i vilken vi kart- lade vår miljöpåverkan samt identifierade verksamhetens betydande miljö- aspekter. Detta gjordes med utgångspunkt i förändrade processer samt införandet av underleverantörer/ externa utbärare.

Bränsle (liter)	2018	2017	2016
Bensin*	470 381	580 447	536 576
Diesel*	651 619	701 859	752 372
Etanol	0**	0**	0**
Biogas	0**	0**	0**

\*Inklusive körda mil Premo, underleverantör distribution t o m september 2018.

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

Bränsle (GJ)	2018	2017	2016
Bensin*	15 139	18 679	17 267
Diesel*	22 880	24 638	26 411
Etanol	0**	0**	0**
Biogas	0**	0**	0**
<b>Totalt</b>	<b>38 019</b>	<b>43 678</b>	<b>41 806</b>

\*Källa omvandlingsfaktorer: Naturvårdsverket och SPB

Klimatpåverkan efter Scope 2018	tCO <sub>2</sub> e
Scope 1: Direkt klimatpåverkan	1 879
Scope 2: Indirekt klimatpåverkan från köpt elektricitet, värme och kyla (market based)	1 004
Utsläpp utan ursprungsmärkt förnybar el (location based)	2 914
Reduktion genom köp av ursprungsmärkt el	1 910
Scope 3: Övrig indirekt klimatpåverkan	4869
<b>Totala utsläpp</b>	<b>7752</b>

Utsläpp – växthusgaser CO <sub>2</sub> -utsläpp (ton CO <sub>2</sub> ekvivalenter)	2018	2017	2016
<b>Direkta utsläpp (scope 1)</b>			
Egenägda fordon*	1 879	2 051	2 123
<b>Totalt</b>	<b>1 879</b>	<b>2 051</b>	<b>2 123</b>
<b>Indirekta utsläpp (scope 2)</b>			
El**	390	487	480
Fjärrvärme olja	571	568	560
Naturgas för egen uppvärmning	43	38	48
<b>Totalt</b>	<b>1 004</b>	<b>1 093</b>	<b>1 088</b>
<b>Övriga indirekta utsläpp (scope 3)</b>			
Tjänsteresor***	82	193	143
Transporter underleverantörer****	2 430	2 892	2 339
Godstransporter*****	2 357	3 403	3 506
<b>Totalt</b>	<b>4 869</b>	<b>6 488</b>	<b>5 988</b>
<b>Totala direkta och indirekta utsläpp</b>	<b>7 752</b>	<b>9 631</b>	<b>9 199</b>

\* Utdelningsfordon samt tjänstebilar

\*\* En del av elen används för uppvärmning

\*\*\* Från 1 mars 2018 saknade bolaget reseporta l, stor andel tåg och flyg kan inte spåras/sammanställas

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

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

Utsläpp per anställd (ton CO <sub>2</sub> )	2018	2017	2016
Tillsvidareanställda, vikariat exklusive behovsanställda	4,6	6,3	6,2

### 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 på våra egna elavtal (som utgör 75%) nyttjar vi enbart miljö-el. Vi driver även aktivt denna fråga med andra hyresgäster i gemensamma fastigheter där vi inte har egna elavtal. Då vi hyr samtliga lokaler och värme alltid ingår i avtalen är värmeförbrukning och dess klimatpå- verkan för 2018 beräknad per kvadratmeter utifrån ett genomsnittsvärde för lokaler i Sverige.

El * (mwh)	2018	2017	2016
Förnyelsebara källor	5 802	5 451	4 985
Icke förnyelsebara källor	1 184	1 412	1 425
<b>Total</b>	<b>6 986</b>	<b>6 863</b>	<b>6 410</b>

\* Ökningen 2016 beror sannolikt på utbyggd terminal samt sorteringsmaskiner (även 2017) i Stockholm. Ytterligare en sorteringsmaskin tillkommit under 2018.

Värme (mwh)	2018	2017	2016
Icke förnyelsebara källor	8 154	7 605	7 736
<b>Totalt</b>	<b>8 154</b>	<b>7 605</b>	<b>7 736</b>

Total energiförbrukning bränslen, el & värme (GJ)	2018	2017	2016
Förnyelsebara källor	26 449	19 624	17 964
Icke förnyelsebara källor	66 074	68 024	76 658
<b>Totalt</b>	<b>92 523</b>	<b>87 648</b>	<b>94 604</b>

### 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	2018	2017	2016
Egenägda fordon	7,4	8,1	5,7
Godstransporter	2,4	10,2	11,0
Underleverantörer	4,7	6,4	3,3
<b>Totalt</b>	<b>14,5</b>	<b>24,7</b>	<b>19,4</b>

Källa emissionsfaktorer: Naturvårdsverket

Utsläpp till luft Kg So <sub>2</sub>	2018	2017	2016
Egenägda fordon	2,5	2,8	3,1
Godstransporter	0,8	3,5	3,6
Underleverantörer	1,6	2,2	5,0
<b>Total</b>	<b>4,9</b>	<b>8,5</b>	<b>11,7</b>

Källa emissionsfaktorer: Naturvårdsverket

Utsläpp till luft Kg PM	2018	2017	2016
Egenägda fordon	64,2	70,8	79,3
Godstransporter	40,0	168,1	182,6
Underleverantörer	77,7	104,7	54,0
<b>Total</b>	<b>181,9</b>	<b>343,6</b>	<b>315,9</b>

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 2019 är att sänka våra utsläpp med 3 % mot utfall 2018 i förhållande till omsättning, en minskning med 0,2 ton per miljon kronor i omsättning jämfört med 2018. Vi 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 viktigt.

### 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 utdelnings- fordon 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.

Kundundersökningar fungerar 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 CityMail som partner. Vår geografiska expansion är exempel på en utveckling som baserats på önskemål från kundundersökningar.

### Kundnöjdhet

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. 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.

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

En ny NKI var preliminärt förlagd till 2019, men skjuts till 2020, då den nya utdelningsmodellen är fullt implementerad.

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.

### Under 2018 har vi:

Kontinuerligt utvecklat och förbättrat vår distribution av försändelser, exempelvis genom:

- Fortsatt arbeta med att optimera och säkerställa våra processer ur ett kund- och kvalitetsperspektiv
- Arbetat för att säkerställa fortsatt god kundkommunikation och en högre upplevd kundkvalitet
- Genom löpande analys av kundbehoven skapat möjlighet att identifiera vidareutveckling för våra tjänster
- Den på postmarknaden banbrytande digitala processen PoP (printfils-optimering), leveranser av nya e-handelsprodukter och samarbetspunkter i andra branscher.

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

**Under 2019 kommer vi:**

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

- Skapa ett enhetligt informationsflöde till vår kundservice för att löpande förmedla en så heltäckande och uppdaterad bild till kund som möjligt och där- med förbättra den upplevda leveranskvaliteten
- Arbeta för att öka andelen volymer som går genom POP (printfilsoptimering) för att stärka leverans- kvaliteten
- Kontinuerligt analysera kundbehov och andra relevanta påverkansfaktorer samt säkerställa att CityMails befintliga och kommande tjänster möter kundbehoven och är i linje med marknadens utveckling
- Implementera "ABCD" (fyradagarsutdelning) för att skapa en mer hållbar utdelningsmodell, både ur kvalitets- lönsamhets- och miljösynpunkter.
- Utöka vårt erbjudande inom paketleveranser. Exempelvis genom samarbete med Budbee samt analys och uppstart av nya tjänster riktade mot e-handeln
- Analysera möjligheterna till fortsatt expansion i egen regi för att kunna ge våra kunder ett starkt erbjudande och även flytta med våra paketleveranser till nya geografier.
- Analysera hur en tydligare hållbarhetsprofil i linje med strategin kvalitet, lönsamhet, hållbarhet kan stärka vårt varu- märke kopplat till e-handelsleveranser.

**Kvalitet i fokus**

För att kunna möta marknadens krav på förändrade distributionstjänster i takt med t.ex. ökad e-handel och ett förbättrat kunderbjudande så krävs en anpassad produktionsmodell. CityMail påbörjade 2015 ett omfattande arbete att förändra produktionsprocesserna. Vi har sedan dess utvärderat, testat och utvecklat ett antal olika alternativ. Arbetet har påverkat hela postmarknaden och bland annat lett fram till en förändrad distributionstid för B-post (0+4) och en ny standard för produktionsoptimering av postala utskick innan inlämning till operatör (PoP, printfilsoptimering). CityMail kommer framöver att använda den förlängda distributionstiden i alla delar av verksamheten där tidsfönstret tillåter det. ABCD är en utveckling av CityMails beprövade ABC-system vilket har visat sig övertärfat när det gäller att leverera en postdistribution med högsta kvalitet. Vi kommer även att arbeta med en uppgradering och anpassning av produktionsorganisa- tionens metodik och rutiner. Detta sker i syfte att stärka kvaliteten och säkerställa kundlöftet, t ex kommer vi att titta på hur maskinstödet bäst används i sorteringen och på samarbetsformer med utbärningsbolagen.

Parallellt med arbetet att förändra produktionsprocessen har CityMail ökat sin marknadsandel. Denna ökade marknadsandel ledde fram till att vi från april 2018 har nya tillståndsvillkor från PTS (Post- och Telestyrelsen). Dessa villkor stipulerar att vi måste bedriva verksamhet utan avbrott, krav som marknaden alltid har ställt på CityMail, men som nu även är förtyd- ligats i myndighetskravet. CityMails löpande kvalitetsarbete har under 2018 fortsatt att leda till ett förbättrat resultat på viktiga områden. Klago- målen har också minskat och ligger nu stabilt på en generellt låg nivå.

För CityMail är det absoluta målet att även i framtiden kunna erbjuda postmarknadens bästa leveranskvalitet. Vi kommer därför under 2019 som tidigare nämnts ovan fortsätta att intensivt arbeta med att optimera och säkerställa våra 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.

	2018	2017	2016
<b>Citymail – total (inkl. partner)</b>	88,4%	91,9%	94,7%
<b>Citymail – total (egen utdelning)</b>	92,4%	92,2%	94,7%
<b>Citymail – total (CMC - modellen)</b>	95,0%	92,8%	95,3%

*\*CityMail registrerar dagligen samtliga avvikelser i ett internt uppföljningssystem. Utifrån detta räknas leveranssäkerheten fram. Mätningen verifieras löpande mot den leveranssäkerhets- mätning som IPSOS gör på vårt uppdrag.*

**Leveranssäkerhet**

Leveranssäkerheten under 2018 har utvecklats positivt i jämförelse med 2017 inom de områden där CityMail själv sköter utdelningen. Tydligast förbättring finns i de områden där också sorteringsarbetet sker enligt den traditionella CMC-modellen. Under 2019 kommer strategin för samarbeten inom utdelning samt sorteringsmodellen att förändras i syfte att ytterligare öka leveranssäkerheten.

**Intressentanalys kunder**

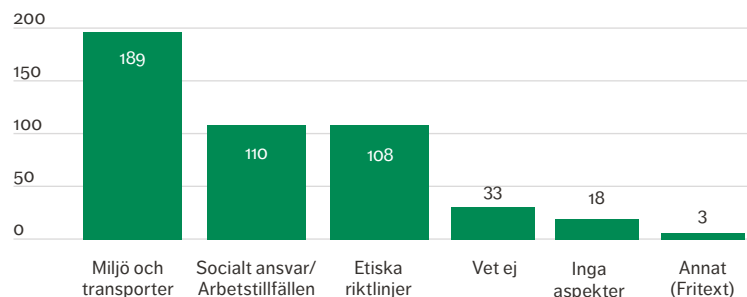
Våra kunder utgör en av våra allra största intressentgrupper och i vår undersökning angav samtliga svarande att vår miljöpåverkan var en prio- riterad fråga – men utöver detta nämnde 2/3 av dem även hållbar- het ur aspekten socialt ansvar. Det vill säga om och hur CityMail arbetar för att bidra till samhället, exempelvis genom att erbjuda arbetstillfällen för (ung- domar, personer med utomnordisk bakgrund m.fl.) utsatta grupper på arbetsmarknaden. Detta har stärkt oss i satsningen på ett ökat samhälls- engagemang som arbetsgivare, vilket t.ex. återspeglas i den planerade övergången till en tvåspråkig (svensk- engelsk) intro- duktion. Vi arbetar med intressentanalysen på hållbarhetsområdet löpande i de vardagliga mötena med våra kunder, detta ökar vår kunskap ytterligare om deras önskemål och behov.

**NKI-undersökning med hållbarhetsfrågor**

Underlag för vidare analys kommer som nämnts ovan dels från löpande kundkontakter och möten, dels från NKI-undersökningen (se ovan) som även omfattade ett antal hållbarhetsfrågor. Resultaten i NKI:n visar att det 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 återkopp- ling från externa möten och kontakter med kunder och andra intressen- ter. Majoriteten av kunderna i NKI: n vill att vi kommunicerar vårt hållbar- hetsarbete via e-post samt på vår hemsida 1 – 2 gånger om året. Det finns fortsatt potential att förtydliga vår hållbarhetsinformation, så att fler kunder kan bilda sig en bättre uppfattning om vad de är nöjda med alter- nativt 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.



### 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 klimatförebild tillsammans med 19 andra svenska företag. Hållbarhetsarbetet kommer med förnyad kraft bli en central del i vårt budskap under 2019 som en del av tre huvudpunkter i företagets nya strategi: kvalitet, lönsamhet, hållbarhet. 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: 1 698

31 % kvinnor  
69 % män

### Antal anställda

Region	Anställda vid periodens slut	Män	Kvinnor
Stockholm	513	77 %	23 %
Göteborg	267	69 %	31 %
Malmö	246	60 %	40 %
Mälardalen	253	60 %	40 %
Logistik	254	78 %	22 %
Admin	165	61 %	39 %
<b>Totalt</b>	<b>1 698</b>	<b>69 %</b>	<b>31 %</b>

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 20 % av CityMails totala arbetsstyrka i utdelningen och inom logistik under 2018. Medelåldern i utdelningen är 30,8 år (inom administration och övrig produktion 37,2 år). Av medarbetarna i utdelningen, inklusive behovsanställda, är 50 % 18 - 25 år. Av nyanställda inom utdelningen (se tabell nedan) utgör denna åldersgrupp hela 72 % och bägge talen visar att vi är en stor ungdoms- arbetsgivare.

### Ålderskategorier nyanställda i produktionen under 2018, procentuellt samt fördelat på antal män och kvinnor (M/K)

Ålder	Utdelning	M/K	Logistik	M/K
18 - 25 år	72 %	571/283	69 %	38/24
26 - 35 år	24 %	187/96	23 %	26/14
36 - 45 år	4 %	29/13	6 %	2/3
46 -	1 %	5/1	2 %	1/1

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. Under 2018 har ledningsgrupp och underställda chefer drivit och följt upp att medarbetarsamtal hålls i syfte att stärka rutinen och höja andelen genomförda samtal. För 2019 tas en ny samtalsmodell fram för produktionen, med uppdaterade frågeställningar som i ännu högre grad ska spegla verksamhetens inriktning och medarbetarnas uppgifter.

#### Hållbar utveckling i ett medarbetarperspektiv

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 2019 och syftar till att skapa tydliga kommunikations-, interaktions- och informationsvägar för våra rekryterande chefer. Med utgångspunkt i politiska beslut och initiativ, t ex den ökande andelen migranter samt ökat fokus på likabehandling för funktionsnedsatt arbetskraft (t ex kampanjen Gör plats från arbetsförmed-

lingen) ser vi ett behov av att ta vårt sociala ansvar som arbetsgivare och samtidigt säkerställa vår personalförsörjning. Vi för dialog med fackliga parter i syfte att möjliggöra praktik och andra uppstartsformer med målet att detta ska leda till anställning.

#### Individen bygger kollektivet

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 2019, beroende på hur mycket vi hinner implementera kan det dock eventuellt bli så att undersökningen genomförs först 2020.

#### 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 arbetstagsidan som vi samverkar med i de här frågorna. Vi har fastställt diskrimineringsplan med aktiva åtgärder enligt nya diskrimineringslagen. Under 2018 samverkade vi i syfte att ta fram ytterligare förslag på insatser för att förstärka förankring av åtgärderna och kännedom om planen i hela organisationen. Under första delen av 2019 kommer dessa insatser genomföras i organisationen, t ex i form av WS för alla anställda från ledningsgruppen och ned till CityMan/terminalmedarbetare.

CityMail har också som ett led i vårt arbete med mångfald fastställt visionen 50/25/5, där 50 står för jämlikhet mellan könen, 25 för andelen med utländsk bakgrund och 5 för andel med funktionsvariation.

#### Medarbetar-undersökning

- Intervallet har varit varter annat år
- Svarsfrekvensen vid senaste undersökningen 2016 var 89 % (ytterligare 5% loggade in men valde aktivt att inte medverka)
- Preliminärt planerades ny medarbetarundersökning 2018, men beroende på både på tidsbrist och att andra åtgärder behövt prioriteras i bolaget sker detta tidigast 2019
- Deltagarna utgörs av samtliga prov- och tillsvidareanställda, vikariat (exklusive behovsanställda)
- Undersökningen fungerar som ett uppföljningsverktyg för chefer

Under såväl 2016 som 2017 deltog vi i Mitt Livs Chans i (Malmö respektive Stockholm), ett program där arbetsgivare utgör mentorer för utländska akademiker i syfte att underlätta accessen till svensk arbetsmarknad. Under 2019 kommer vi att i samverkan med "Jobbsprånget", ett program för utländska akademiker, välkomna en praktikant som controller på Ekonomiavdelningen. Vi kommer även att erbjuda en praktikant med funktionsnedsättning plats på huvudkontoret. Dessa initiativ utgör insatser för att stärka vår organisation på området mångfald och inkludering och är viktigt, inte minst som signal till övriga organisationen.

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

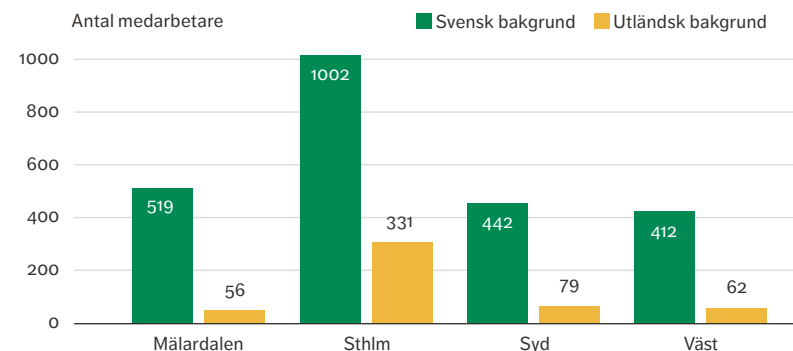
#### Mångfalden bland våra medarbetare

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 2020** 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 31 % kvinnor, vilket innebär en minskning med 14% vilket är anmärkningsvärt. Vi behöver undersöka detta vidare för att identifiera lämpliga åtgärder. På chefsnivå är andelen också 31 % kvinnor, samma utfall som föregående år. Det finns dock intressanta undantag, i region Väst är t.ex. majoriteten av Area Managers i utdelningen fortsatt kvinnor.

I ledningsgruppen, finns en kvinna (43 år) och fyra män (39, 43, 44, 61 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. Under 2019 kommer t ex ett antal utbildningsplatser i vårt interna utbildningsprogram för blivande arbetsledare och chefer avsättas för endast kvinnor.

### Uttag av föräldradedighet

CityMail arbetar för att både kvinnliga och manliga medarbetare skall ta ut föräldradedighet. Vi har fler män än kvinnor anställda.

Relativt sett är det dock ändå en stor andel män som är föräldradediga. Sett till antal individer tar fler män ut föräldradedighet, samtidigt som kvinnorna är föräldradediga 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	145	60%	95	40%
Logistik	39	78%	11	22%
Admin	23	52%	21	48%
Totalt	207	62%	127	38%

” Under 2019 kommer ett antal utbildningsplatser i vårt interna utbildningsprogram för blivande arbetsledare och chefer avsättas för endast kvinnor.

### Kompetensutveckling på CityMail

CityMail har en väl utvecklad tradition av internrekrytering. Vi strävar efter att den sammansättning och blandning av olika egenskaper som återfinns hos våra medarbetare i brevbärarkåren även ska speglas på arbetsledar- och chefsnivå i företaget. Vi är stolta över att så många medarbetare utvecklas hos oss och några av de mest talande exemplen är två f.d. brevbärare i företagets ledningsgrupp liksom tre f.d. brevbärare 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 jobbomgångar. 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 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 trainees, ämnesexperter eller kompetensutvecklare. CityMails utbildningstimmar för 2018 visas nedan. Jämfört med tidigare år så har omfattningen av våra utbildningar varit mindre. Detta beror bland annat på besparingsåtgärder samt att företaget fått ny ägare och ledning, vilket inneburit ett omtag kring CMA:s verksamhet. Under 2019 sker lanseringen av en uppgraderad utbildningsmodell där vi kommer att utbilda fler arbetsledare och chefer samt fokusera på insatser för att öka andelen kvinnliga deltagare.

CityMail Academy	1853 timmar
Introduktionstimmar*	42 381 timmar
<b>Totalt:</b>	<b>44 234 timmar</b>
<b>Genomsnitt per anställd</b>	<b>26 timmar</b>

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

# 26H

Så många utbildningstimmar genomfördes i snitt per anställd under 2018.

## Exempel på utbildningar

### Sales Concept

Vänder sig främst till säljare och administrativ personal som har någon form av kundkontakt.

### Ny som Team Leader

Syftar till att leda brevbäraren/terminalmedarbetaren in i sin (ofta) första ledarroll som arbetsledare. De tränas i bland annat feedback, delegering och hur de ska använda våra ledarskapsprinciper.

### Chefsaspirant-programmet (CAP)

Chefsprogram som ger de kunskaper som behövs för att kunna ta en tjänst som Area Manager med både budget och personalansvar. En utbildning som förutom ledarskap ger dem kunskaper inom ekonomi, kvalitet och HR-frågor.

### 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 2018 hade vi en personalomsättning på 21,2 %. De senaste två-tre åren har tillgången på arbete för ungdomar, och i synnerhet de som avslutat gymnasiet, varit god på svensk arbetsmarknad. Detta bedömer 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 sedan 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. Vår målsättning är dock att minska personalomsättningen med 2% under 2019 och att om möjligt minska med 5 – 7% ytterligare under den kommande 5-årsperioden.

### Enkätundersökning medarbetare som lämnar CityMail

Under 2017 infördes en digital s.k. "Exitenkät" i syfte att samla information om hur medarbetarna i produktionen\* upplevt sin anställning på CityMail och få information om var våra främsta förbättringsområden finns. Enkäten skickas via sms och e-post till de som valt att avsluta sin anställning. Svaren är anonyma, HR-avdelningen ansvarar för samman-

ställning och analys. Svarsfrekvensen 2017 uppgick till ca 24 %, en relativt låg siffra. Inför 2018 vidtogs åtgärder för att öka medvetenheten om enkäten ute i vår organisation. Svarsfrekvensen 2018 uppgick till 43%, en klar förbättring. Enkäten är frivillig men allt fler väljer att besvara den, ett tecken på att processen börjar sätta sig. Utifrån inkomna svar kan vi se att Lön & Förmåner och Utvecklingsmöjligheter är de två främsta anledningarna till varför våra medarbetare väljer att sluta. Under 2019 kommer vårt interna utbildningsorgan CMA (CityMail Academy) aktiveras fullt ut efter att ha till stora delar ha varit vilande under 2018. Företaget kommer även att skapa fler utvecklingssteg för arbetsledare. Med dessa åtgärder hoppas vi skapa bättre utvecklingsmöjligheter för våra medarbetare. Ungefär 2/3 väljer att söka sig vidare till ett annat arbete medan ungefär 1/3 uppger att de har sagt upp sig för att påbörja studier. Det ligger i linje med att många av våra medarbetare är mellan 18 – 25 år och ofta väljer att arbeta en tid som brevbärare för att sedan påbörja högskolestudier eller motsvarande. På frågan "Vad har varit det bästa med att arbeta på CityMail?" framhåller en stor andel av respondenterna den goda gemenskapen med kollegorna och möjligheten att få motion under arbetstid. Vi har inför 2019 gjort ytterligare insatser för att få upp svarsfrekvensen på enkäten med en målbild på <60%.

### 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 hälsovårds-frågor 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 100 av CityMails totala prov- och tillsvidareanställda (6 % av 1698 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. 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-avdelninge

**Under 2019 kommer vi:**

- Vara fortsatt certifierade enligt OHSAS 18001 arbetsmiljö
- Återuppta arbetet med en tvåspråkig introduktion (svenska – engelska) i produktionen
- Genomföra WS på temat Diskriminering i hela organisationen
- Sätta tydliga mål för att öka andelen kvinnliga ledare, t ex avsätta utbildningsplatser för kvinnor
- Ta emot praktikanter på HK utifrån både kategorin annan etnisk bakgrund och funktionsvariation
- Fortsatt uppföljning via "Exitenkäter", för fastanställda medarbetare som valt att avsluta sin anställning

**Arbetsmiljöcertifiering genomförd**

Under 2018 har vi omcertifierat oss i arbetsmiljö, OHSAS 18001. Certifieringen är en återkommande tydlig kontroll och uppföljning på att vi följer svensk arbetsmiljölag och arbetar systematiskt med att förbättra arbetsmiljön. Vi är övertygade om att detta är viktigt, inte bara för medarbetarnas hälsa, utan för företagets framtida resultat.

**Rapportering och uppföljning av vår arbetsmiljö**

Vi har under det senaste decenniet genomfört ett omfattande arbete för att höja rapporteringsviljan när det gäller arbetsmiljörelaterade incidenter. Syftet med rapporteringen av 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. År 2017 rapporterades 3458 tillbud och för 2018 sattes en budget om 4000 tillbud, ett måltal som inte uppnåddes med 2179 rapporteringar. Detta beror sannolikt på att organisationen påverkats av förändringarna som omorganisation och ny ägare, ledning mm inneburit i den meningen att fokus inte upprätthållits och drivits på rapporteringen som planerat. Inför 2019 har vi dock tagit ett omtag kring rapporteringen av tillbud. Vår slutsats är att konstant höja antalet rapporteringar inte fyller någon funktion. Vi bedömer att ett stadigt måltal på 2 rapporterade tillbud per årsverk (heltid) är en bra nivå för att fortsatt upprätthålla medvetenheten hos både chefer och medarbetare i organisationen, fånga upp tänkbara risker och arbeta systematiskt med att förebygga olyckor/ arbetsskador.



### Arbets-skador

Inga dödsfall har skett under året. Alla tillbud och arbets-skador följs upp med åtgärdsförslag. Av alla arbets-skador (626 stycken) som rapporterades in de största orsakerna fallskada (31 %), fordonsolycka (16 %), skada där Cityman slog eller stötte emot något (13 %) och fysisk överbelastning (10 %).

- 89 % (560) olyckor
- 6 % (40) sjukdom eller annan ohälsa
- 4 % (26) färdolycksfall vid färd till eller från arbetsplatsen

### Sjukfrånvaro

Under 2018 var totala sjukfrånvaron för kvinnor 5,4 % och 4,7% för män (se tabell nedan).

	Total	Män	Kvinnor
Total sjukfrånvaro*	4,9%	4,7%	5,4%
Utdelningen	5,4%	5,0%	6,5%
Logistik	7,0%	7,1%	6,8%
Admin	1,6%	1,3%	2,0%

\* Korttids- och långtidssjukfrånvaro

	Mål 2019	2018	2017	2016
Total sjukfrånvaro*	4,6%	4,9%	5,1%	5,1%
Långtid**	1,4%	1,6%	1,5%	1,9%
H-verdi***	30,1	36,1	36,6	28,8

\* Korttids- och långtidssjukfrånvaro

\*\* Minst två veckors sjukfrånvaro

\*\*\* Mäts i H2, arbets-skador med frånvaro och/eller medicinsk behandling genom miljoner arbetade timmar.

### Skydds- och säkerhetsutrustning samt professionell hjälp vid behov

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. Cykelhjälm utgör en arbetsmiljöinstruktion och därmed är hjälm obligatoriskt att använda under all färd på cykel. Alla medarbetare i produktionen tilldelas arbetsskor 2 ggr per år. I arbetet som brevbärare är en bra sko av vikt för att förebygga skador, både olyckor och försurningsskador. På våra terminaler är skyddsskor obligatoriskt. I vår interna chefsutbildning ingår även undervisning i HMS, hälsa, arbetsmiljö och säkerhet. Vi har avtal med företagshälsovård i syfte att arbeta förebyggande men också för att kunna hantera uppkomna arbetsrelaterade skador och sjukdomar.

### Kollektivavtal, fackligt samarbete och förmåner

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 och trivselpeng. 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 arbet



# 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

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 2018 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 skadar sig på arbetsplatsen

#### Samarbete

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

#### Öppenhet

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

#### Mod

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

#### 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 genomföra vår verksamhet. Vårt uttalade mål är att ständigt utveckla och förbättra kostnadseffektiva, kvalitativa och hållbara lösningar som motsvarar kundernas behov av distribution via brevlådan.

#### Om miljö

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

Vårt ledningssystem är certifierat enligt kvalitetslednings-standarden SS-EN ISO 9001, miljölednings-standarden SS-EN ISO 14001 samt arbetsmiljölednings-standarden 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 *	2018	2017	2016
Omsättning, tsek	1 290 759	1 581 972	1 527 678
Antal brev försändelser, miljoner	426	452	429
Täckning % av Sveriges hushåll	63 %	60 %	60 %
Antal anställda vid periodens slut	1698	1538	1472
Sjukfrånvaro	4,9 %	5,1 %	5,3 %
Skulder tsek	165 319	264 159	266 443
Eget kapital tsek	134 861	6 259	9 233
Totala tillgångar tsek	300 180	270 418	275 676
Nyckeltal klimat	2018	2017	2016
GCO <sub>2</sub> e Utdelat gram brev	0,180	0,197	0,196
KGCO <sub>2</sub> e Tusen brev försändelser	9 366	11 017	11 231
Nyckeltal energi**	2018	2017	2016
MJ/Omsatt tsek	72	60	62
MJ/Tusen brev försändelser	217	222	221

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

Klimatpåverkan är den i vår tid kanske största globala frågan, för alla intressenter och därmed även för oss som företag. Hur kan vi arbeta för att minska vårt klimatavtryck och bidra till en lägre klimatpåverkan? Som trans- port- 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, företags 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.

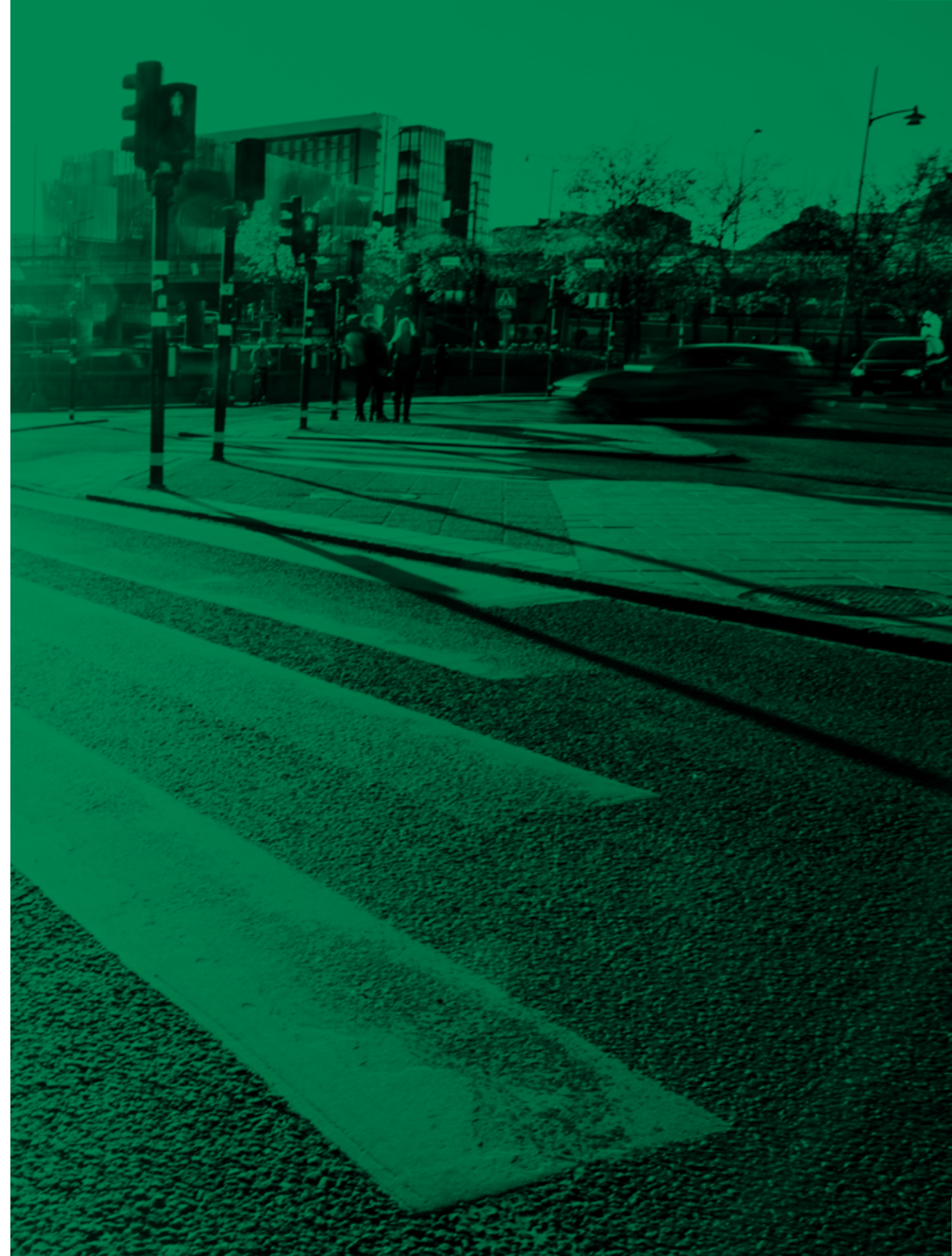
#### Definitionen av hållbar utveckling

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







CityMails hållbarhetsredovisning följer de riktlinjer som satts upp av GRI.

### Klimatförändringens risker och möjligheter

Cyklern 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 klimatmässiga fördelar inbyggda i vår logistikmodell.

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

### 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, i år har vi gått över till GRI Standards och vissa indikatorer är fortsatt inte fullt redovisade. De är dock inkluderade i redovisningen då vi anser att de är väsentliga, och vi avser att komplettera dem framöver.

### 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



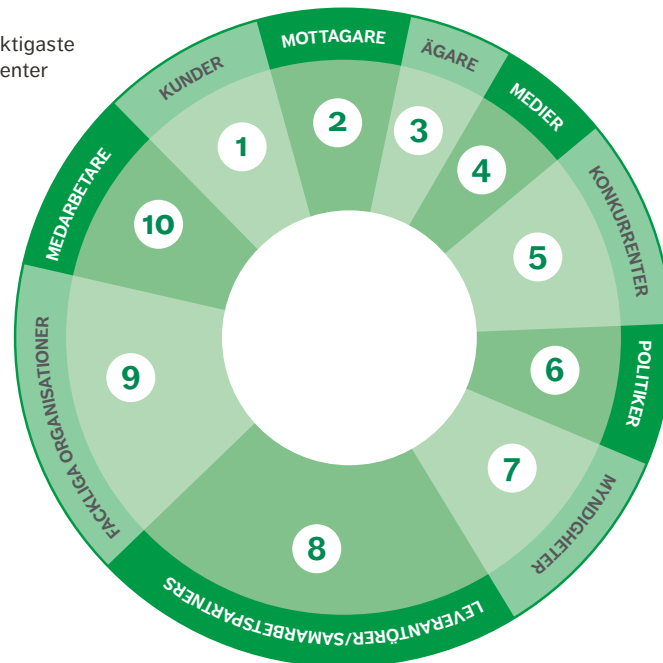
#### Interna riktlinjer och policies

- 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 leverans- säkerhet och hantering av returer. Därför har vi gjort kvalitet, pris 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 med tidningsdistributörer.

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

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. City-Mail månar 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 blogg-inlägg, 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 chefs- nivåerna är få, vilket gör det enkelt för den enskilde att bidra med syn- punkter och idéer, både i den dagliga verksamheten, genom våra systema- tiska rutiner för att lämna förbättringsförslag och vid utveck- lingssamtal. 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 medarbetarundersökningar och avgångsenkäter har visat att det viktigaste för våra medarbetare är bra arbetsredskap, god kamra- tanda, 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, samt nyhetsbrev från VD och ledningsgrupp.

### Media

Media utgör en kritisk kanal när det gäller att påverka den samlade bilden av CityMail för samtliga intressenter. Som opinionsbildare är media en av- görande 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 ägs av 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, godstrans- portörer, elleverantörer och fordonstillverkare. De har naturligtvis en önskan om rimliga krav på våra villkor, vårt samarbete och våra lång- siktiga 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 hållbarhetsper- spektiv. CityMails medlemskap i olika branschrelaterade organisationer och nätverk syftar till att ta vara på just detta. Fria Postoperatörers Förbund, Svenska Postorderföreningen 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 organisa- tioner 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 kommuni- kation 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 verk- samheten.

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



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

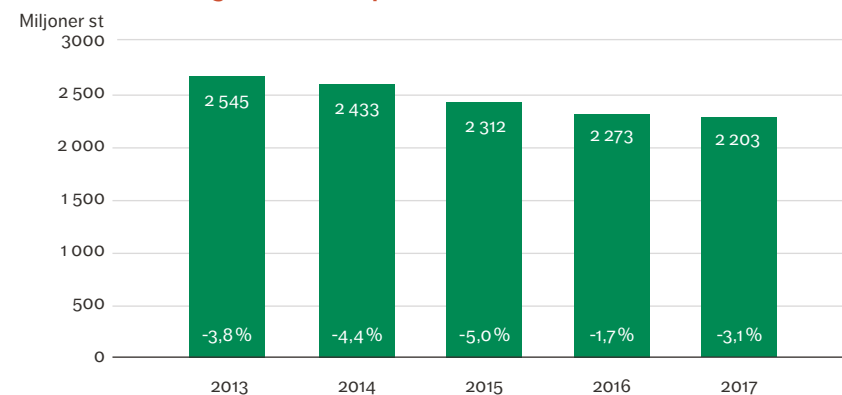
## Vår del av marknaden

CityMail distribuerar post med olika adresseringsgrad från företag till andra företag eller privatpersoner. Vi har länge specialiserat oss på segmentet industriell post – administrativa brev, direktreklam och tidningar – men erbjuder numera även A-post, oadresserad direktreklam och kontorspost till våra kunder, liksom e-handelsleveranser. Vår närvaro på postmarknaden är mycket viktig och gör att portoköparna sparar 1,5 miljarder årligen\*, oavsett om de använder oss eller inte.

Antalet försändelser i brevlådan har totalt sett ökat fram till och med år 2000. Därefter har de totala volymerna 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 mediastatistik, IRM.\*  
Post- och telestyrelsens, (PTS), årliga rapport Svensk postmarknad 2018 – PTS – ER – 2018:10  
(ny rapport publiceras först i mitten av april 2019)

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 19 % av svenska postmarknaden (utdelade brev).

### Framtidens brevlåda

En stor del av de svenska hushållen säger idag nej tack till oadresserad reklam. Det beror bland annat på att många anser att masskommunikationen i brevlådan inte är relevant. Många tycker också att det är resurslöseri. 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 mågruppsanalyser 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 2018 har inga överträdelser av Swedmas regelsystem/frivilliga etiska koder skett.

# 18 %

Bring CityMails marknadsandel på svenska postmarknaden

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

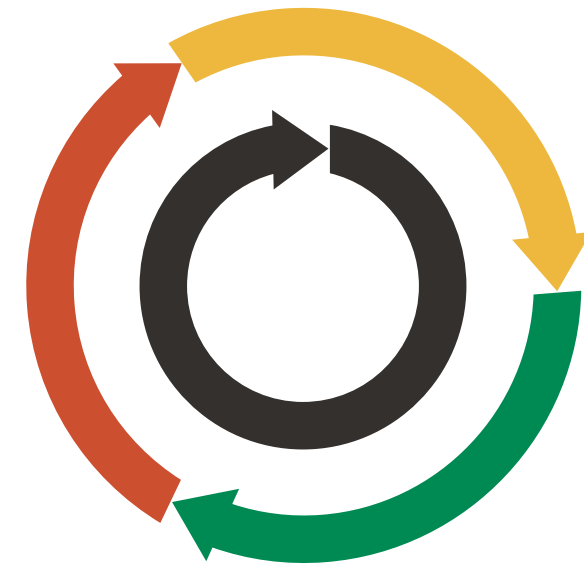
Hållbarhet innebär att vara rädd om resurser. Ett brev som skickas till fel adress är slöseri på råvara och energi, både ur transportperspektiv och mänskligt engagemang. Detsamma gäller ett brev som skickas till fel person, det vill säga till någon som budskapet inte är riktat till.

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

#### CityMail

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. 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

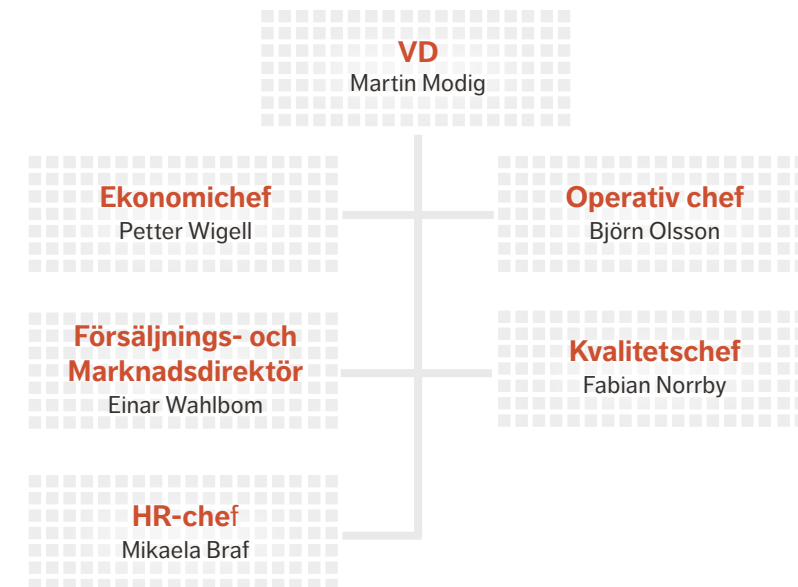
## Bolagsfakta

### 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 Sweden AB som i text kallas CityMail och vars verksamhet endast bedrivs i Sverige.

### Organisationsschema 2018



### Huvudkontoret i Stockholm, adress:

**Postadress:** CityMail Sweden AB  
Box 901 08  
120 21 STOCKHOLM

**Besöksadress:** CityMail AB  
Västberga Gårdsväg 36  
126 30 HÄGERSTEN

### CityMails organisation och styrning

Från och med 2018-10-17 innehas VD-posten av Martin Modig som leder den dagliga verksamheten tillsammans med övriga ledningsgruppen. Ledningsgruppen fattar de större verksamhetsstrategiska besluten. Till sin hjälp får de beslutsunderlag som tagits fram av tjänstemannaorganisationen. Varje avdelningschef ansvarar för att driva avdelningsfrågor i ledningsgruppen.

### Ny ägare

Vid övergången i mars 2018 till nya ägaren holdingbolaget Cimase Capital Consult GMBH, som rådgivs av investmentbolaget Allegra Capital GMBH, består den nya styrelsen av fyra deltagare (2 ordinarie, 2 suppleanter) samt omfattar endast interna representanter. Under 2018 bestod dock styrelsen av följande ledamöter och suppleanter:

### Bring CityMails styrelse 2018-12-31

- Martin Modig, VD (ordförande)
- Eddie Lövhölm-Eriksson, ledamot (AT)
- Petter Wigell, CFO (suppleant)
- Fredrik Möller (suppleant AT)
- Mysan Hagman (Suppleant AT)

### 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 varit utsatta för incidenter beträffande lagar och frivilliga riktlinjer som rör marknadskommunikation. Detsamma gäller lagar om produktinformation och märkning samt tillhandahållandet och tillämpningen av våra produkter. Beträffande hälsa och säkerhet har vi under 2018 haft ett ärende i Förvaltningsrätten kring konstruktionen av våra utdelningsmopeder, men där domslutet utföll till vår fördel gentemot arbetsmiljöverket.

### 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 försiktighetsåtgärder som behövs för att i brist på vetenskapligt säkerställda bevis inte skjuta upp kostnadseffektiva åtgärder för att förhindra miljöförstöring.\*

### GHG protokollet

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

### CO2-ekvivalenter

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



CityMail har under 2018 inte varit utsatt för böter eller sanktioner utifrån gällande lagar och regleringar, inklusive lagstiftning

\* Källa: Naturvårdsverket

## CityMail terminologi

**CityMail Center**, förkortat CMC, är CityMails lokala enheter. Det finns 97 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

Arbets-skador med frånvaro/antal miljoner  
arbetade timmar.

#### Utbildningstimmar

Utbildningstimmar multiplicerat med antal deltagare.

### Miljö:

#### Fördelning av utdelningsfordon som når mottagaren

Andelen cykel, moped, bil är beräknad på ett snittvärde för dec 2018.

#### 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 CO<sub>2</sub>-ekvivalenter, vilket innebär att de även omfattar en mindre andel metan och lustgas samt övriga växthusgaser från Kyoto-protokollet. 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 2018 och är CityMails elfte hållbarhetsredovisning. Vår förra redovisning (2017) presenterades i april 2018. Rapporten baseras på GRI:s krav på rapporteringen på core-nivå och väsentliga aktiviteter inom CityMails prioriterade ansvarsområden: kunder, miljöpåverkan och medarbetare. Rapporten är andrapartsgranskad 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 2018. 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 inköpt el och värme (Scope 2) och indirekt klimatpåverkan från tjänstereor, underleverantörers transporter och godstransporter.

Pendling för anställda ingår inte. Omkring 20 % 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.

#### Kontakt:

Hänvisning för kompletterande information (t ex ÅR) 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@citymail.se](mailto:hallbarhet@citymail.se)

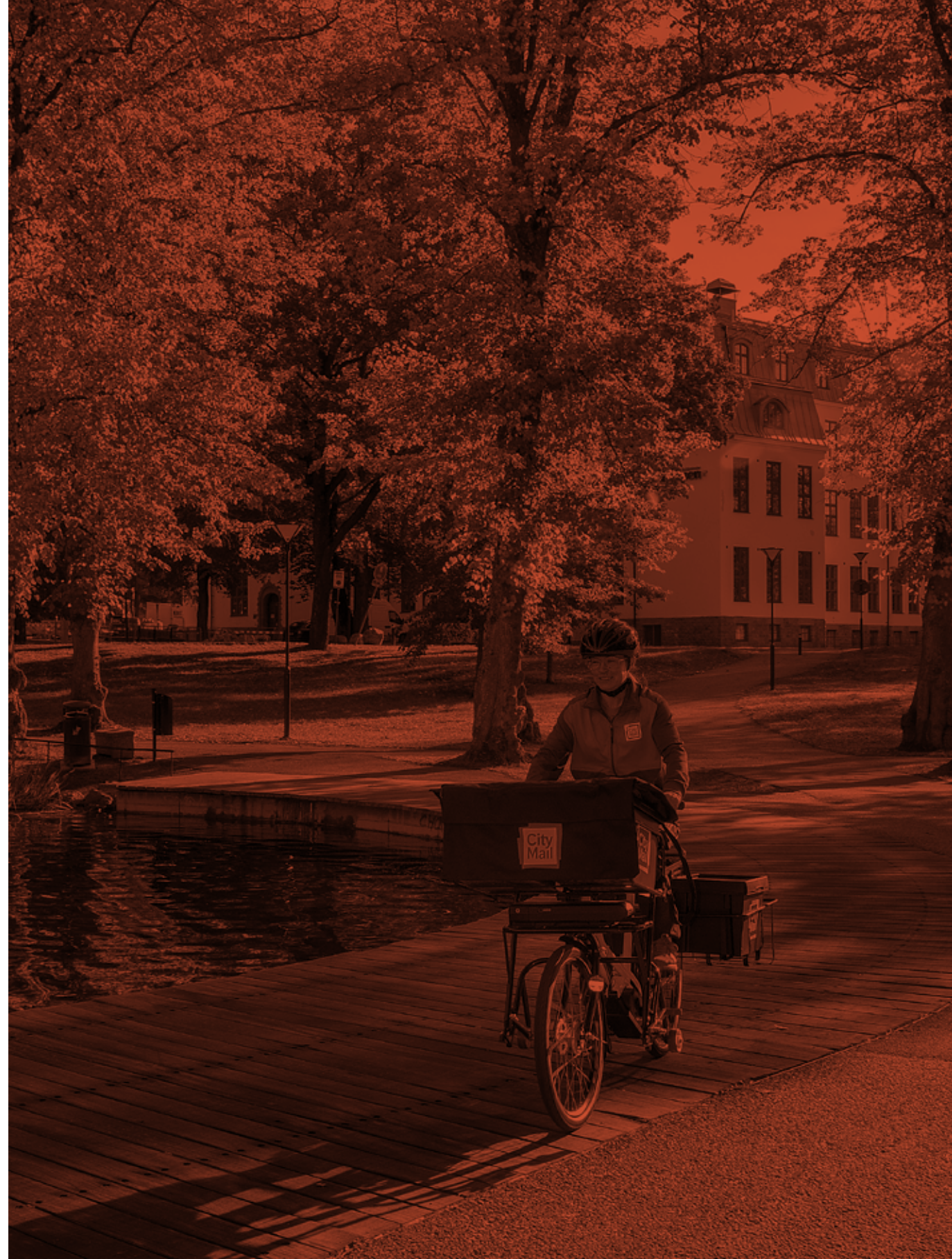
# Tack för att du tog dig tid att läsa vår hållbarhets- hetsredovisning

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. 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@citymail.se](mailto:hallbarhet@citymail.se)



## 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](http://www.globalreporting.org).

	Profil	Sida
1	Organisationsprofil	
GRI 102-1	Organisationens namn	59
GRI 102-3	Huvudsakliga varumärken, produkter och tjänster	54, 55
GRI 102-3	Lokalisering av huvudkontor	59
GRI 102-4	Antal länder och namn på dessa där organisationen är verksam	59
GRI 102-5	Ägarstruktur och juridisk form	59
GRI 102-6	Marknader där organisationen är verksam, kundtyper	23-24, 54-55
GRI 102-7	Organisationens storlek, total antal medarbetare, nettoomsättning eller nettovinst	44
GRI 102-8	Information om anställda och andra arbetare	27
GRI 102-9	Organisationens leverantörskedja	53
GRI 102-10	Väsentliga förändringar av organisationens storlek, struktur och ägarskap under redovisningsperioden	65
GRI 102-11	Hantering av försiktighetsprincipen	61
GRI 102-12	Externt framtagna ekonomiska, miljömässiga och sociala initiativ eller principer	10-11, 53, 55
GRI 102-13	Medlemskap i föreningar och branschsammanlutning	53
2	Strategi och analys	
GRI 102-14	Uttalande från organisationens högsta beslutsfattare	6-8

	Profil	Sida
3	Etik och integritet	
GRI 102-16	Organisationens värdegrund och uppförandekod	41-43
4	Styrning	
GRI 102-18	Organisationens styrningsstruktur	45-49
5	Intressentengagemang	
GRI 102-40	Lista över intressentengagemang	51-53
GRI 102-41	Procentuell andel anställda med kollektivavtal	39
GRI 102-42	Princip för identifiering och urval av intressenter	50
GRI 102-43	Organisationens inställning till intressent- engagemang, inklusive engagemangets frekvens	51-53
GRI 102-44	Fokusämnen och nyckelfrågor som har lyfts fram genom intressenternas engagemang	51-53
GRI 102-43 GRI 102-44	Resultat av kundnöjdhetsundersökningar	23-25
6	Redovisningsprofil	
GRI 103-1	Ämnets avgränsning inom och utanför organisationen	45-49
GRI 102-45	Enheter som ingår i rapporteringen	59
GRI 102-46	Process för definiering av rapportinnehåll	45-50
GRI 102-47	Identifierade väsentliga ämnesområden	25-26, 45-49
GRI 102-48	Effekten av eventuella revideringar av information som ingår i tidigare redovisningar	65
GRI 102-49	Väsentliga förändringar jämfört med tidigare redovisningsperioder avseende inriktning och avgränsningar	65
GRI 102-50	Redovisningsperiod	65
GRI 102-51	Datum för publicering av den senaste redovisningen	65
GRI 102-52	Redovisningscykel	65
GRI 102-53	Kontaktperson gällande redovisningen	65
GRI 102-54	GRI-uttalande	65
GRI 102-55	GRI-innehåll och hänvisning	68-72
GRI 102-56	Policy för externt bestyrkande	65, 73

	Ämnesområden och indikatorer	Sida
	Hanteringsmetod väsentliga ämnesområden	
GRI 103-1	Väsentliga ämnesområdets avgränsning inom och utanför organisationen	45-49
GRI 103-2	Antal klagomål som behandlats och lösts genom formella mekanismer	60
	Ekonomiska ämnesområden och indikatorer	
	Ekonomiskt resultat	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	45-48
GRI 201-1	Skapat och levererat konkret ekonomiskt värde	ÅR
GRI 201-2	Organisationens förmånsbestämda åtaganden	ÅR
	Antikorruption	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	41-43
GRI 205-2	Andel av anställda som utbildas i organisationens policyer och rutiner avseende antikorruption	45-48
	Miljörelaterade ämnesområden och indikatorer	
	Energi	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	45-48
GRI 302-1	Energianvändning inom organisationen	18, 20, 64-65
GRI 302-3	Energiintensitet	44, 64-65
GRI 302-5	Minskad energianvändning från produkter och tjänster	18, 19, 45, 64-65
	Utsläpp	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	45-48
GRI 305-1	Direkta utsläpp av växthusgaser	19, 64-65
GRI 305-2	Indirekta utsläpp av växthusgaser	19, 64-65
GRI 305-3	Övriga indirekta utsläpp av växthusgaser	19, 64-65
GRI 305-4	Utsläppsintensitet för växthusgaser	14
GRI 305-7	NOX, SOX och övriga väsentliga luftutsläpp	20-21

	Ämnesområden och indikatorer	Sida
	Miljörelaterade ämnesområden och indikatorer	
	Efterlevnad	
GRI 307-1	Överensstämmelse med miljölagar och föreskrifter	21, 43
	Miljöpåverkan leverantörer	
GRI 103-1	Överensstämmelse med miljölagar och föreskrifter	21, 43
GRI 308-2	Väsentliga faktiska och potentiella negativa miljöeffekter i leverantörskedjan och vidtagna åtgärder	15-16
	Sociala ämnesområden och indikatorer	
	Arbetsrutiner och anständiga arbetsförhållanden	
	Anställning	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	45-46
GRI 403-1	Antal och andel nya anställda och personalomsättning efter åldersgrupp, kön och region	27, 32
GRI 403-2	Förmåner heltidsanställd personal, listade enligt viktiga verksamhetsplatser	39
GRI 403-3	Andel som återvänder till/stannar kvar i arbetet efter föräldraledighet, efter kön	32
	Hälsa och säkerhet i arbetsmiljön	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	35-36
GRI 403-1	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	34-35
GRI 403-2	Typ och omfattning av personskador, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade arbetsdagar, frånvaro samt totalt antal arbetsrelaterade dödsolyckor per region och kön	38
GRI 403-3	Anställda med hög förekomst eller hög risk för sjukdomar relaterade till deras yrke	38-39

## Utlåtande från oberoende granskning

	Ämnesområden och indikatorer	Sida
	Sociala ämnesområden och indikatorer	
	Utbildning och yrkesutveckling	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	46
GRI 404-1	Program för vidareutbildning och för att stödja fortsatt anställningsbarhet	33-35
GRI 404-3	Utvärdering och karriärsutveckling	28, 33
	Mångfald och lika möjligheter	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	7-8
GRI 405-1	Sammansättning av beslutsfattande grupper	30, 32
	Lika ersättning för kvinnor och män	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	29-30
GRI 405-2	Procentuell skillnad i grundlön och ersättningar mellan män och kvinnor per personalkategori	32
	Samhället	
	Produktansvar	
	Märkning av produkter och tjänster	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	51
	Kundernas integritet	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	51
GRI 418-1	Totalt antal underbyggda klagomål gällande överträdelser mot kundintegriteten och förlust av kunddata	24
	Efterlevnad	
GRI 103-1	Förklaring av ämnesområdet och dess avgränsning	41-42
GRI 419-1	Betydande bötesbelopp för brott mot gällande lagar och regler gällande tillhandahållandet och användningen av produkter och tjänster	60

Det här är ett utlåtande från den oberoende granskning som gjorts av South Pole (South Pole Sweden AB) för Citymail avseende Hållbarhetsredovisning 2018 för perioden 1 januari – 31 december 2018, enligt Global Reporting Initiative (GRI) Standards 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 Standards 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 Standards 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 mars 2018:

- 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 Standard 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](http://www.southpole.com)

South Pole Sweden AB  
Stockholm, 2019-03-26

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](mailto:hallbarhet@citymail.se)