



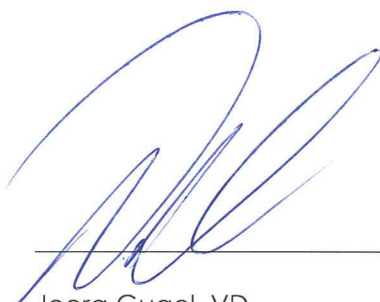
# HÅLLBARHETSRAPPORT 2017

**Canon Svenska AB**  
**Dokumentismen i Umeå AB**  
**XL Office Team AB**

**Canon**

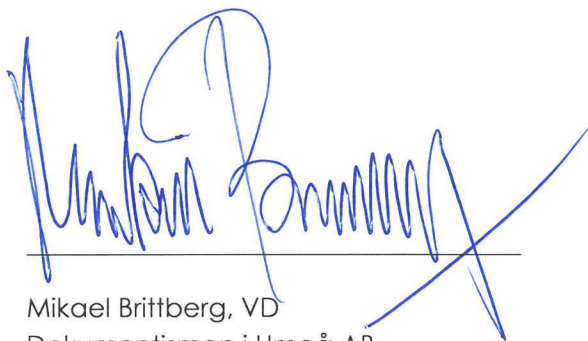
---

Canons Hållbarhetsrapport för 2017 omfattar hållbarhetsarbetet för Canon Svenska AB samt de två helägda dotterbolagen XL Office Team AB och Dokumentismen i Umeå AB. Dotterbolaget Canon Finans Svenska AB bedriver ingen verksamhet



---

Joerg Gugel, VD  
Canon Svenska AB  
556072-2224



---

Mikael Brittberg, VD  
Dokumentismen i Umeå AB  
559079-4193



---

Peter Jankevics, VD  
XL Office Team AB  
556308-3061



---

Joerg Gugel, Styrelseledamot  
Canon Finans Svenska AB  
556264-6231

Vid frågor om Canons hållbarhetsarbete, kontakta oss på [info.miljo@canon.se](mailto:info.miljo@canon.se)

**Canon**

---

# INNEHÅLL

Om Canon.....	3
Väsentlighet och dialog med intressenter .....	3
Utmärkelser och erkännanden.....	5
Miljö .....	6
Total miljöpåverkan.....	7
Energianvändning.....	7
Resor .....	7
Produkter.....	8
Samhälle.....	9
Medarbetarundersökning .....	9
Arbetsmiljö och hälsa .....	10
Utveckling och lärande.....	10
Jämställdhet, mångfald och inkludering .....	11
Samarbeten .....	11
Affärsverksamhet .....	13
Antikorruption.....	13
Mänskliga rättigheter och arbetsförhållanden .....	13
Konfliktmineraler .....	15



# OM CANON

**Canon är en global leverantör av digitala bildbehandlingstekniker för människor, verksamheter och näringsliv. Globalt har Canon Inc 376 dotterbolag och filialer och på den svenska marknaden säljs och marknadsförs Canons branschledande produkter och lösningar av Canon Svenska AB.**

Vi säljer våra produkter, tjänster och lösningar på flera olika sätt, inklusive direkt och indirekt via mellanhänder som partners, återförsäljare och detaljhandlare.

Försäljningen av företagsprodukter och tjänster sker direkt, genom dotterbolaget XL Office Team AB, franchisingkedjan Canon Business Center och fristående återförsäljare. Dokumentismen i Umeå AB ingår i vår franchisingkedja och ägs av Canon Svenska AB. Övriga Canon Business Center är externt ägda. Canon Svenska marknadsför och säljer även konsumentprodukter inom bildhantering genom rikstäckande kedjor, distributörer och enskilda fackhandlare.

Kärnan i vårt hållbarhetsarbete är vår företagsfilosofi – att det som är bra för samhället också är bra för affärerna. Filosofin kallas Kyosei, vilket betyder "att leva och arbeta tillsammans för allas bästa". Den övertygelsen ligger till grund för allt vi gör och filosofin genomsyrar våra affärsmässiga beslut. Vi är lyhörda inför hur våra aktiviteter påverkar våra kunder, medarbetare, partners och omvärlden. Vårt hållbarhetsarbete löper som en röd tråd genom våra interaktioner med intressenter, kunder och medarbetare. Den återkoppling vi får från dessa parter hjälper oss att identifiera och hantera risker och möjligheter för och inom verksamheten.

Våra kunder menar att hållbarhet ger mervärde, eftersom det hjälper dem att nå bättre resultat och bedriva sin verksamhet på ett effektivare och hållbarare sätt. Enligt kundlojalitetsundersökningen som genomfördes under 2017 är 83 % nöjda med Canon som leverantör och skulle rekommendera oss till andra. Vår verksamhet utvecklas i riktning mot att kunna erbjuda fler lösningar och tjänster med avsevärda möjligheter till hållbarhetsintegrering.

## Väsentlighet och dialog med intressenter

Vi interagerar med många olika intressenter, från personer ur allmänheten till myndigheter, från partners till detaljhandlare och från leverantörer av allmännyttiga tjänster till yrkespersoner inom alla aspekter av bildhantering. Vi genomför årligen en intressentanalys och listar våra intressenter samt våra interaktioner med dem, deras behov och förväntningar på Canon. En intressent är en organisation eller individ som kan ha ett eller flera intressen i Canons beslut och aktiviteter. Det innefattar allt från interna intressenter som medarbetare, ägare och ledning till externa intressenter som kunder, leverantörer, myndigheter, privatpersoner och ideella organisationer som kan ha ett intresse i vår verksamhet.

Vi interagerar med våra intressenter på flera olika vis. Några exempel är en årlig kundlojalitetsundersökning, enkäter till globala kunder, oberoende forskning, medarbetarundersökningar, leverantörsgranskningar samt kontakter