

The logo for KICAB, featuring the letters 'KICAB' in a bold, white, sans-serif font. A small 'TM' trademark symbol is positioned above the letter 'A'. The background of the entire page is a photograph of a forest with tall, thin tree trunks and dense green foliage.

**KICAB<sup>TM</sup>**

**KVALITETS  
OCH  
MILJÖPOLICY  
2022**

KICAB  
[www.kicab.se](http://www.kicab.se)  
Sweden

## **Kvalitets- och miljöpolicy KICAB 2022**

### **Scope**

KICAB ska med modern och energieffektiv teknologi, utrustning och service i särklass eftersträva kvalitetssäkrad och optimal utrustning för polymerberedning, avvattnings och förtjockning av slam och diverse tillbehör.

### **Vår Mission**

Vår övergripande mission är att leverera kundanpassade lösningar och högsta service till våra kunder världen över. Våra intressenter ska alltid kunna lita på att vi håller hög kvalitet och arbetar för att minska belastningen på miljön i hela kedjan i samtliga projekt. Det innebär att vårt engagemang sträcker sig från projektering till installation och vidare till service.

Målet är att alltid leverera rätt applikation, i rätt tid till nöjda kunder.

### **Vi sätter våra medarbetare i fokus**

Det gör vi genom att ha personalfokus som ger en attraktiv arbetsplats. Engagerad och utbildad personal levererar service i särklass till KICABs intressenter vilket gör att vi når våra mål.

### **Vi vill vara kundens första val**

Det gör vi genom att leverera service i särklass och genom att sträva efter att varje leverans blir en god referens. Som miniminivå följer vi alltid lagar, förordningar och upprättade avtal.

### **Vi tar ansvar**

Våra värdeord genomsyrar företaget samarbete, gott syfte och högt i tak. Vår uppförandekod ger oss ramverket.

### **Vi har utmanande mål och driver ständig förbättring**

Vi har en hög ambition och sätter utmanande mål avseende våra kunders nöjdhet och kvalitén i vår leverans. Vi följer upp vår prestation och våra budgetmål och förbättrar ständigt våra arbetssätt och verktyg för att möta kunders och samhällets föränderliga behov.

Tommy Nielsen /VD