

**NORDIC
CHOICE**
JOURNAL 2010



FÖRÄNDRING SOM HÅLLER I LÄNGDEN

En gång i tiden trodde man att alla svanar var vita, eftersom ingen hade sett något annat än just vita svanar. Uttrycket "den svarta svanen" användes i folkmun för det otänkbara, det omöjliga. Förvåningen var därför stor när svarta svanar påträffades i Australien i slutet av 1700-talet. I dag används uttrycket om extremt oväntade händelser – som får stora konsekvenser och som får sin förklaring först i efterhand.

"Svarta svanar" har satt sin prägel på historien och gör det fortfarande. 2010 var inget undantag. Världsekonomin var på väg att återhämta sig när ett helt nytt ord dök upp på tidningarnas förstasidor: askmoln. För den som bor på Island är det väl knappast någon nyhet att vulkanutbrott kan inträffa då och då, men i övriga Europa var man fullständigt oförberedd på följderna. Under flera veckor lamslogs all lufttrafik och konsekvenserna för vår bransch blev stora.

Även vi påverkas av "svarta svanar". Därför behöver vi utveckla verksamheten så att den tål påfrestningar. Aldrig tidigare har Nordic Choice stått bakom en så stor andel av de nya hotell som byggs i Skandinavien. Aldrig tidigare har vi haft så stora byggprojekt på gång på de viktiga destinationerna. Samtidigt ska vi förädla de 170 hotell vi redan har. För att

klara detta måste vi i sann entreprenörsanda vara smidiga, trots att vi växer. Under 2010 genomförde Nordic Choice viktiga strukturella förändringar för att säkerställa att vi förblir ett framåtblickande företag. Samtidigt ändrade vi namn från Choice Hotels Scandinavia till Nordic Choice Hotels, vilket tydligt visar våra ambitioner. Förnyelse är inbyggt i företagets DNA – för vi tror att det som inte utvecklas till sist vittrar sönder och dör.

I dag är det en värld utan svarta svanar som är det otänkbara. Vår viktigaste uppgift på Nordic Choice är därför att förbereda oss på förändring och se nya möjligheter i krävande situationer. Under året som gått visade vi prov på just detta. Och tack vare det ser vi framtiden an med större optimism och entusiasm än någonsin.



Torgeir Silseth

VD, Nordic Choice Hotels

INNEHÅLL

26

PRISER OCH UTMÄRKELSER

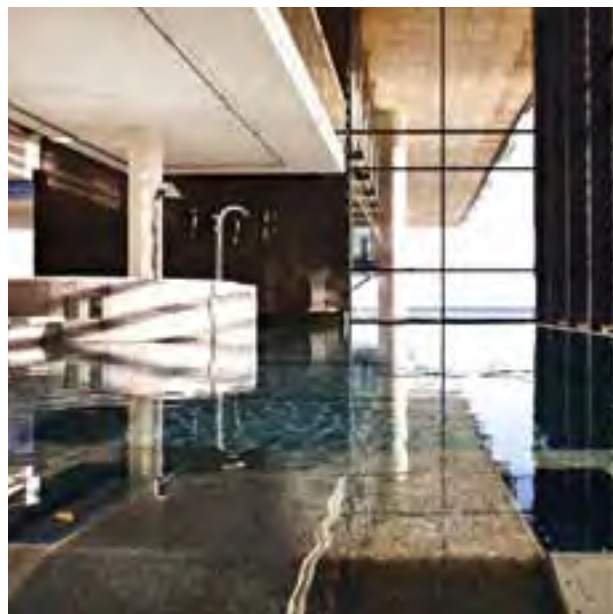
Under 2010 utmärkte sig Nordic Choice på flera områden. Se vilka priser som tilldelats hotellen under året som gick.



10

VAD ÄR ETT BRA HOTELL FÖR DIG?

Ett bra hotell är inte bara en sovplats. Vad krävs om man vill skapa ett hotell som ger en positiv effekt på hela värdekedjan? Experterna svarar.



13

PÅ GÄSTENS PREMISER

Nya forum för dialogen med gästerna har fått Nordic Choice att tänka i nya banor. I år lanseras en ny webblösning. Nordic Choice Journal har intervjuat Roar Ingdal, kommersiell direktör.

32

DRÖMMEN OM GÖTEBORG

Fem hotell och nästan 1 000 rum är redan på plats, men Nordic Choice kan inte få nog av Göteborg. 2012 öppnar Clarion Hotel Post med ytterligare 500 rum. Läs historien bakom satsningen.



Förändring som håller i längden – ledare av Torgeir Silseth	3
Kärnan i Nordic Choice Hotels	8
Vad är ett bra hotell för dig?	10
Nyckelfakta	12
På gästens premisser	13
Comfort Hotels – en egen livsstil	14
Quality Hotels – mötesspecialisten	16
Quality Resort – upplevelser och attraktioner	18
Clarion Hotels – en levande mötesplats	20
Clarion Collection – en känsla av att komma hem	22
Nordic Hotels & Resorts – unika hotellpärlor	24
Priser och utmärkelser	26
Framtidens Nordic Choice – nya pionjärprojekt	30
Reportage: Drömmen om Göteborg	32
Vinterkonferensen 2011	36

Nordic Choice i media	38
Överskott! – en kommentar av Arne Olav Haugen	39
Vårt fotavtryck 2010	40
Fokusområden	41
Miljö	42
Medarbetare	49
Produkter	51
Lokalt samhällsansvar	54
Dialog	55
Nyckeltal 2010	60
Resultatrapport	62
Miljö- och samhällsansvarsrapport	64
GRI-indikatorer	68
Kontakta oss	72

**BRANSCHEN ÄR KONSERVATIV,
MEN VI FÅR ALDRIG BLI DET.**





ESSENSEN AV NORDIC CHOICE



SHARED SERVICES

IS/IT
STRATEGY & BI
ECONOMY
PROPERTIES
PROJECT



COMMERCIAL SERVICES

MARKETING
REVENUE & DISTRIBUTION
SALES

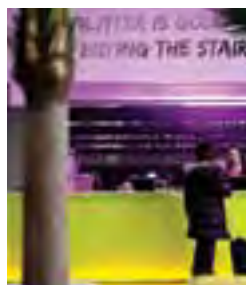


WE CARE

HUMAN RESOURCES /
CORPORATE RESPONSIBILITY
(HR/CR)



BY NORDIC CHOICE



COMFORT HOTELS

Antal hotell: 33
Antal anställda: 642



BY NORDIC CHOICE



QUALITY HOTELS

Antal hotell: 54
Antal anställda: 3019



BY NORDIC CHOICE



QUALITY RESORTS

Antal hotell: 13
Antal anställda: 1141



BY NORDIC CHOICE



CLARION HOTELS

Antal hotell: 19
Antal anställda: 1819



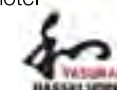
BY NORDIC CHOICE



CLARION COLLECTION

Antal hotell: 42
Antal anställda: 1030

nordic Light hotel
nordic Sea hotel



STENUNGSBADEN
Yacht Club

SELMA spa+

NORDIC HOTELS & RESORTS:

Antal hotell: 8
Antal anställda: 1339



NORGE

Antal hotell: 82

SVERIGE

Antall hotel: 71

DANMARK

Antal hotell: 14

ESTLAND

Antall hotel: 1

LETTLAND

Antall hotel: 1

VAD ÄR ETT BRA HOTELL FÖR DIG?

Nordic Choice ska inte bara vara en hotellkedja som vinner marknadsandelar. Kedjans program för miljö- och samhällsansvar, WeCare, inbegriper några av de största utmaningarna världen står inför: tillgången till rent vatten, den globala uppvärmningen och produktionen av ren energi och livsmedel. WeCare handlar om att driva hotellen på ett hållbart sätt. För att lyckas med detta krävs en god dialog med ägare, medarbetare, gäster, samarbetspartners och andra samhällsaktörer både lokalt och globalt. Här kan du läsa vad olika företrädare för dessa grupper lägger i begreppet "ett bra hotell".

Genom miljöledningssystemet ISO 14001 förbättrar Nordic Choice sitt miljöarbete kontinuerligt. Resultat uppnås inom allt från energiförbrukning till användning av kemikalier och avfall. Men framförallt är jag imponerad av hur olika miljöaktiviteter drivs fram av en gemensam positiv attityd hos alla de certifierade hotellen som jag besökt som revisionsledare. Denna attityd är viktig för att goda miljöresultat ska kunna uppnås även i fortsättningen.

MORTEN TARALDSVIK
Revisionsleder, DNV ISO 14001

För mig är ett bra hotell ett hotell där man inte blir distraherad, där allt fungerar smidigt. Inga eller låga koldioxidutsläpp, lugna rum med sköna sängar, snabb och smidig in- och utcheckning, en sund och rejäl frukost, trådlöst nätverk och ett vänligt bemötande från personalen.

DAG LUNDÉN
Miljöchef, TeliaSonera AB



Ett bra hotell är en arbetsplats där alla anställda har ordnade arbetsförhållanden. Ett hotell som arbetar aktivt för att säkerställa att handdukarna i badrummet tillverkats under arbetsvillkor som hotelldirektören kan stå för. Det handlar om allt från lönevillkor i Kina och användning av gifter i bomullsproduktionen till villkoren i städpersonalens anställningskontrakt.

UNNI GREVSTAD

Kommunikationsansvarig,
Initiativ för etisk handel (IEH)

Ett bra hotell tar ansvar även för det som händer utanför hotellet. Ett bra hotell har chefer och medarbetare som drivs av en tro på att deras arbete kan göra skillnad och vill bidra till en positiv samhälls- och miljöutveckling – både lokalt och globalt.

PETTER A. STORDALEN

Styrelseordförande och ägare,
Nordic Choice Hotels

Ett bra hotell visar ett tydligt samhällsansvar, är stolt över det och informerar gästerna om vad det gör för att förbättra sin omvärld. Genom produkter och tjänster med Svanenmärkning, Ø-märkning och ISO-certifiering visar hotellet att miljötankandet präglar hela verksamheten. Särskild vikt bör läggas vid sund ekologisk mat och träningsmöjligheter för gästerna, så att de kan upprätthålla sina goda vanor eller rentav inspireras till att ändra livsstil under sin vistelse.

MAIKEN POLLESTAD SELE

Senior rådgivare och projektledare i Oikos – Økologisk Norge

Jag sätter ett enormt värde på att få vara anställd på ett företag som jobbar aktivt med frågor kring miljö- och samhällsansvar och har ett starkt värdefokus. Det är ett bra hotell för mig! Att arbeta kontinuerligt med att bli bättre för våra gästers skull, för våra anställda och för miljön, det är fantastiskt motiverande och får alla mina arbetsuppgifter att kännas meningsfulla. Det känns bra att komma hem från jobbet varje dag och känna att jag är med och påverkar vår gemensamma framtid i rätt riktning!

MALIN HEDERSTEDT

Front office manager,
Clarion Hotel Stockholm

Ett bra hotell är ett hotell där alla anställda är miljömedvetna! Ett hotell som kontinuerligt implementerar de mest hållbara lösningarna och som strävar efter att uppnå en miljövänlig drift. Byggmaterial och interiörer utan tropiska träslag är naturligtvis en mycket viktig aspekt för oss.

LARS LØVOLD

Daglig leder i Regnskogfondet

NYCKELFAKTA OM NORDIC CHOICE



6 KEDJOR



169 HOTELL



24 768 RUM



9182 ANSTÄLLDA



6,75 MILJONER
GÄSTER



5,9 MILJONER BESÖKARE
PÅ WEBBEN



9 HOTELLPROJEKT



MILJÖ- OCH
SAMHÄLLSANSVAR



169 ISO HOTELL



503 258 NORDIC CHOICE
CLUB-MEDLEMMAR



1.200 MILJARDER
I EGET KAPITAL



PÅ GÄSTENS PREMISSE

Förr fick vi brev med posten. I dag umgås gäster och tjänsteleverantörer via internet, sociala medier och sofistikerade lojalitetsprogram. Fler kontaktytor och mer dialog ger helt nya möjligheter, säger Roar Ingdal, kommersiell direktör på Nordic Choice Hotels.

– I dag står gästernas behov i centrum för utvecklingen av nya koncept och produkter. Vårt mål är att kunna erbjuda de produkter som gästerna behöver just här och nu, säger Roar Ingdal.

Därför kommer Nordic Choice att under hösten 2011 lansera en helt ny webblösning som gör det enklare för gästerna att hitta rätt hotell och boka rum. Ett attraktivt utseende, integrerad TripAdvisor och enkel navigering kommer att göra produkterna lättillgängligare för besökaren. Dessutom erbjuder den nya hemsidan större möjligheter till kundanpassning genom att information om gästens besök och preferenser registreras och sparas.

– Vi fokuserar på personlig anpassning. De nya webbsidorna lyfter fram produkterna på ett helt nytt

sätt, så att du får en bättre uppfattning om vad du beställer. Webben blir tillsammans med sociala medier och lojalitetsprogrammet Nordic Choice Club ett viktigt forum för hotellens dialog med gästerna, betonar Ingdal.

Tror du att internet och sociala medier kommer att göra lojalitetsprogram överflödiga i framtiden?

– De sociala medierna är fantastiska. Vi får återkoppling direkt och kan omedelbart genomföra förbättringar. Men dialogen i sociala medier är ofta flyktig och kravlös. Nordic Choice Club ger oss en möjlighet att utveckla livslånga relationer med våra gäster. Det är en typ av relation som båda parter har stor glädje av, säger Ingdal.

Med över 503 000 medlemmar är Nordic Choice Club det mest populära kundlojalitetsprogrammet i

hotellbranschen i Norden. Under 2010 bokades var fjärde övernattningsnatt hos Nordic Choice av medlemmar i Nordic Choice Club. Under året tecknade Nordic Choice Club partneravtal med Mastercard och hyrbilsföretagen Hertz och Avis – och fler samarbetspartner är på gång.

– Vi ska ha Nordens bästa lojalitetsprogram, med ett varierat och relevant erbjudande till våra gäster. Vi vet nu att en och samma kund kan vara konferensgäst ena dagen och dra iväg på lågbudgetresa med polarna till fjällen nästa dag. Webben och klubben kommer att göra det enklare att hitta rätt produkt för varje tillfälle. Vi kan erbjuda allt från effektiva, urbana rum och lyxhotell till spa-, skid- och golfkoncept, avslutar Ingdal.

COMFORT HOTELS

- EN LIVSSTIL

Rolling Stones i högtalarna. En gäst med portföj och AC/DC-t-shirt står vid den digitala concierge-tjänsten och kollar vad som är på gång på stadens konsertscener. Två studenter kommer tillbaka från joggingturen. Urbant och lättillgängligt. Rockigt och trendigt. Personlig och effektiv service. Det här är lågpriskonceptet som inte gör avkall på annat än priset. Comfort är inte för alla – men för vissa är Comfort allt.



- ^ Comfort Hotels är urbana och effektiva hotell för moderna resenärer.
- > Ekologisk frukost kan köpas i lobbyns café.



< Hotellens stil är enkel men trendig.



- ^ Comfort Hotels använder den senaste tekniken – från incheckningsautomater till interaktiva conciergetjänster.
- < Comfort Hotels är valet för dig som vill ha stadens viktigaste attraktioner på gångavstånd.

FAKTA

Kundlöfte: Prisvärda hotell med centralt läge

Slogan: Keep it simple

Antal hotell:

33 hotell i Norge, Sverige och Danmark

Nya hotell 2010:

Comfort Hotel Union Brygge, Drammen

Comfort Hotel Runway, Gardermoen

Comfort Hotel Square, Stavanger

Comfort Hotel Eskilstuna

Comfort Hotel Kristiansand

Nya projekt:

Comfort Hotel Grand Central, Oslo. Öppnar 2012

Koncerndirektör:

Thomas Westergaard

Omsättning 2010:

451 mnok

Hotel of the year:

Comfort Hotel Winn



< Inredning och design som man lägger märke till är en del av konceptet. Comfort Hotels vågar sticka ut från mängden.

> Alla hotell är certifierade enligt den internationella standarden ISO 14001.



^ I lobbyn kan du spela flipperspel eller lyssna på kedjans egen musikkanal, Comfort Tunes.

> Personalen är hjälpsam och uppmärksam, utan att fördenskull vara påträngande.



^ Självbetjäning, individualitet och mycket för pengarna är nyckelbegrepp för Comfort Hotels.



^ Take-away-kaffe finns för de gäster som är på språng.



^ Comfort är hotellet för dig som prioriterar vänner och upplevelser framför plyschgardiner och guldkranar.

QUALITY HOTELS

- MÖTESSPECIALISTEN

Vad krävs för att allt ska klaffa? Moderna lösningar. Flexibla lokaler. Fungerande teknik. Kompetens och hängiven personal. Det är Quality. Quality Hotels är stora kurs- och konferensanläggningar med attraktivt läge som är specialiserade på möten. Stora och små, långa och korta, enkla och exklusiva, traditionella och kreativa. Möten mellan människor, mellan kollegor och mellan våra gäster och våra anställda.



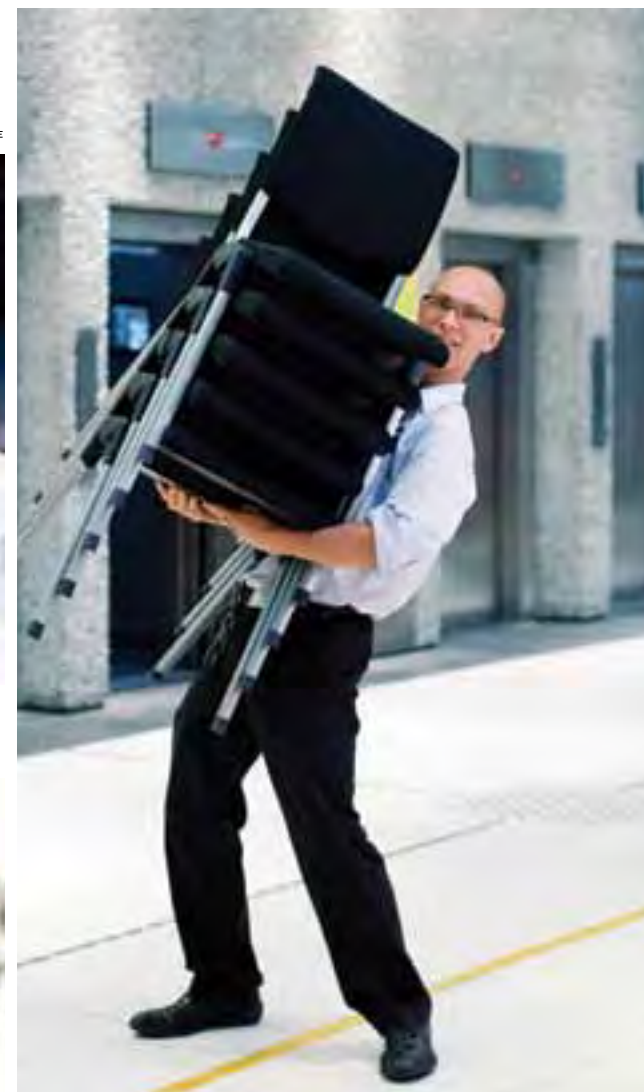
^ Hotellet erbjuder idealiska miljöer för möten av alla slag.



^ Vi kryddar din hotellvistelse med "Quality moments"



^ Bra och flexibel service är honnörsord på Quality Hotels.



^ Vår hotellpersonal arbetar efter mottot "It's taken care of" och gör sitt yttersta för att tillmötesgå våra gästers önskemål.

< Quality Break! Under konferensen bjuder vi på obegränsat mjukglass och popcorn.



- < Quality People, Quality Meeting och Quality Food är kedjans tre huvudkoncept.
- ✓ Från mindre möten till stora konferenser – på Quality Hotels skräddarsyr vi evenemanget efter era önskemål.



- < Vår personal ser till att allt fungerar smidigt under kursen eller konferensen.
- ✓ Miljön på Quality Hotels är idealisk för möten och konferenser.



FAKTA

Kundlöfte: Bäst på kurs och konferens

Slogan: It's taken care of

Antal hotell:
54 hotell i Norge, Sverige och Danmark

Nya projekt:
Quality Hotel Waterfront, Ålesund. Öppnar juli 2011
Quality Hotel Expo, Fornebu. Öppnar 2012
Quality Hotel Arena, Stockholm. Öppnar 2013

Koncerndirektör: Eivind Tangvik

Omsättning 2010:
1535 mnok

Hotel of the year:
Quality Hotel Aalborg



- ^ Kunskap, omtanke och logistik är nyckelord för hotellpersonalen.



- ^ "Hjälp på direkten" är en tjänst som sørjer for att assistans kommer når gjæsten behøver den.

- ^ I Quality Food ingår allt från specialmenyer för buss/gruppresenärer till egna Food&Beverage-paket.

QUALITY RESORT

- UPPLEVELSER OCH ATTRAKTIONER

Cykelns bakhjul får nästan sladd i kurvan på grusvägen. Det är svårt att bestämma sig. Ta en avstickare och bada i tjärnen eller koppla av i hotellets spa? Quality Resort är upplevelsehotell i närheten av attraktiva resmål och attraktioner. Resorten är en del av upplevelsen. På varje hotell finns ett stort utbud av aktiviteter och alla möjligheter att bara koppla av och må bra.



▲ Quality Resorts står för glädje, mångfald och välbefinnande.



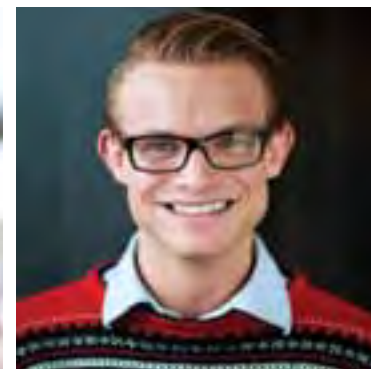
▲ Möten och konferenser får en extra dimension när de kombineras med upplevelser utöver det vanliga.

< Våra aktivitetshotell ligger i nära anslutning till attraktiva naturområden.

> Hotellen erbjuder aktiviteter och upplevelser som gör din vistelse till något alldeles extra.



▼ Vi erbjuder spännande aktiviteter för dig som gillar adrenalinkickar. Känn att du lever!



▲ Serviceinriktade medarbetare är en förutsättning för att våra gäster ska trivas.

FAKTA

Kundlöfte:

Upplevelser man minns

Slogan:

Något att glädja sig åt

Antal hotell:

13 hotell i Norge och Sverige

Koncerndirektör:

André Schreiner

Omsättning 2010:

271 mnok

Hotel of the year:

Quality Spa & Resort Son



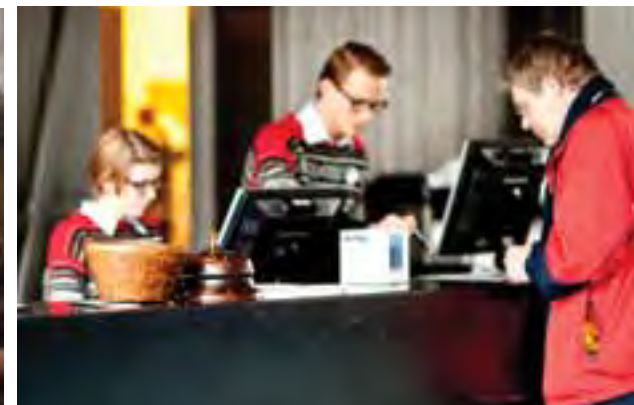
< Våra SPA-hotell känns lyxigt för både kropp och själ.

<< Hotellen erbjuder unika aktiviteter. Klättervägg, spa och naturupplevelser är några av de mest populära.



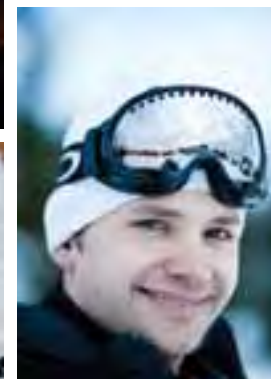
^ Quality Resorts erbjuder en varierande och inspirerande utbildningsmiljö.

> Här finns aktiviteter för både barn och vuxna. Quality Resort är barnens hotell.



^ Quality Resorts är fullservicehotell som tillgodoser gästernas alla behov.

< Att bo på hotell ska vara något speciellt – något att se fram emot.



^ Att bo på Quality Resorts ska vara en oförglömlig upplevelse, oavsett om man är på semester eller deltar i en konferens.

CLARION HOTELS

- LEVANDE, PERSONLIGT, PASSIONERAT

Ett hotell kan vara något mer än en plats där man övernattar och blir artigt bemött i receptionen. Clarion Hotels är centralt belägna fullservicehotell med starka personligheter, omgivna av spännande miljöer. Clarion vill skapa nya och levande mötesplatser där du möter stadens liv och puls – det är vår passion. Det har även våra gäster upptäckt. 2010 utsågs Clarion Hotels för andra året i rad till "Sveriges bästa hotellkedja" av Grand Travel Award.



^ På Clarion Hotels kan du njuta av konst, musik och intressant design.



< En plats att koppla av på – Clarions egen musikkanal skapar den rätta lobbystämningen.

✓ Clarions medarbetare brinner för att skapa den perfekta hotellupplevelsen.



^ I konceptet Clarion Living Room ingår att varje hotell ska ha sitt eget underhållningsprogram.

< Clarion är hotellet för dig som önskar något mer än bara en plats att övernatta på, och som ställer höga krav på servicenivån och miljön.





^ Clarion Conference erbjuder specialanpassade program och bufféer för kafferasten och lunchen.

> Innovativ, inspirerande och professionell är våra värdeord på Clarion.



^ Den inspirerande menyn på Clarion gör middagen till något alldeles extra.

> På Clarion anstränger vi oss för att skapa en varm atmosfär, både för personalen och för våra gäster.



< Clarion Living är ett fullservice-koncept som innehåller allt från Nordens bästa hotellfrukost till restaurang och bar.

<< Clarion Hotels är levande mötesplatser för människor som tycker om att utbyta erfarenheter.

FAKTA

Kundlöfte:

Fullservicehotell

Slogan: Clarion Loves You

Antal hotell:

19 hotell i Norge, Sverige, Danmark och Estland

Nya projekt:

Clarion Hotel Post, Göteborg. Öppnar 2012

Clarion Hotel Trondheim. Öppnar 2012

Clarion Hotel Arlanda Airport, Stockholm. Öppnar 2012

Clarion Hotel & Congress Malmö. Öppnar 2014

Koncerndirektör:

Katalin Paldeak

Omsättning 2010:

1436 mnok

Hotel of the year:

Clarion Hotel Bergen Airport



CLARION COLLECTION



- EN KÄNSLA AV ATT KOMMA HEM

Ännu ett flyg till ännu en stad. Du kommer kanske fram senare än beräknat. Kvällsmaten står på bordet. Precis som du är van vid. Clarion Collection är hotellen där man som gäst känner sig hemma. Clarion Collection är utvalda hotell för dig som reser mycket och har höga krav på service. Hotellen är centralt belägna och erbjuder personlig service och en unik atmosfär.



^ Hotellen är unika och personliga, och många har ett bibliotek med öppen spis.



^ På ett Clarion Collection-hotell ska både gästerna och personalen känna att de är bland vänner.

< Clarion Collection bjuder på middagsbuffé varje kväll.

> Stilen är informell och skandinavisk. Fukt och kaffe serveras dygnet runt.





< På Clarion Collection bjuds det på våfflor eller hembakat, varje eftermiddag.



< Personlig service är en central del av hotellkonceptet.

> Clarion Collection ska vara som ett andra hem. Här finns allt man behöver för att trivas och må bra.

> På ett Clarion Collection-hotell ska gästerna mötas av en avspänd och behaglig atmosfär.



> Här är samtalstonen informell och det är lätt få kontakt med andra gäster.

< Omtanken om gästerna sitter i ryggmärgen på de som jobbar på Clarion Collection.



FAKTA

Löfte till kunderna:

Generösa hotell med centralt läge

Slogan: Feel at home

Antal hotell:

42 hotell i Norge, Sverige, Danmark och Lettland

Nya hotell 2010:

Clarion Collection Tollboden, Drammen

Koncerndirektör:

Trond Bastiansen

Omsättning 2010:

762 mnok

Hotel of the year:

Clarion Collection Hotel Bilan



NORDIC HOTELS & RESORTS

- HOTELLPÄRLOR

Alla drömmer vi om något speciellt, något annorlunda, något som går bortom det gamla vanliga. Nordic Hotels & Resorts är hotellkonceptet för dig som vet vad du vill ha. Varje hotell är sitt eget varumärke och har sin egen identitet. Konst och kultur eller spa och bad – Nordic Hotels & Resorts har ett hotell för varje tillfälle.



^ Maten är en del av hotellvistelsen och menyerna komponeras av några av Skandinavians främsta kockar.

< På många av Nordic Hotels & Resorts hotell är spa-avdelningen en viktig del av konceptet.

> Nordic Hotels & Resort består av åtta hotellpärlor med unik särprägel.



^ De åtta Nordic Hotels & Resorts-hotellen har något för alla.



^ Hotell med karaktär – interiören återspeglar hotellets personlighet.



^ Några hotell erbjuder spännande aktiviteter – och andra passar dig som bara vill njuta och koppla av.



< Kvaliteten står i högsätet på alla hotell. Utsökta, ekologiska råvaror är en del av matupplevelsen.



^ Selma Spa, Farris Bad och Yasuragi Hasseludden toppar år efter år listorna över Skandinaviens bästa spa-anläggningar.



^ På Nordic Hotels & Resorts är omtanke och personlig service en självklarhet.

FAKTA

Antal hotell:

8 hotell i Norge og Sverige

Hotell:

Nordic Sea, Stockholm

Nordic Light, Stockholm

Yasuragi Hasseludden, Stockholm

Selma Spa, Sunne

Stenungsbaden Yacht Club, Göteborg

Aronsborg, Bålsta

Copperhill Mountain Lodge, Åre

Farris Bad, Larvik

Nya projekt:

Tjuvholmen, Oslo. Öppnar 2013

Koncerndirektör: Tobias Ekman

Omsättning 2010: 731 mnok

Hotel of the year: Farris Bad



^ Hotellmiljön varierar från det spektakulära till det lugna och kontemplativa – garanterat en upplevelse för livet.



nordic Sea hotel



nordic Light hotel



SELMA *spa*⁺



PRISER OCH UTMÄRKELSER 2010



VINNARE AV GRAND TRAVEL AWARD 2010

De bästa aktörerna inom turistnäringen röstas fram av resebyråsäljare.



CLARION HOTELS belönades med utmärkelsen "Bästa svenska hotellkedja".



NORDIC CHOICE HOTELS
Belönades med utmärkelsen "Bästa arbetsplats inom resebranschen i Norge".



VINNARE AV WORLD TRAVEL AWARDS 2010:

Den internationella rese- och turistindustrins största och mest prestigefyllda utmärkelse:

QUALITY SPA & RESORT NOREFJELL

Norges ledande Spa Resort

NORDIC LIGHT HOTEL

Sveriges ledande boutiquehotell

SELMA SPA

Sveriges ledande Spa Resort

QUALITY SPA & RESORT NOREFJELL



NORDIC LIGHT HOTEL



SELMA SPA





MERKET FÖR GOD DESIGN
NORSK DESIGNRÅD

MÄRKET FÖR GOD DESIGN

En utmärkelse som delas ut av Norsk Designråd till den som framgångsrikt använder design för att skapa innovativa produkter och lösningar:

QUALITY SPA & RESORT NOREFJELL

Quality Hotel & Resort Norefjell
för bästa visuella identitet



 Ernst & Young
Entrepreneur Of The Year®

ERNST & YOUNG ENTREPRENEUR OF THE YEAR

Världens mest prestigefyllda
pris för grundare av företag:

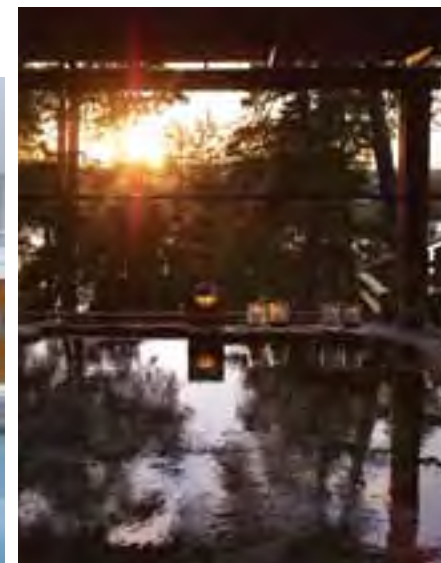
ÅRETS NORSKA TILLVÄXTSKAPARE
Petter A. Stordalen

VINNARE AV SPAKAMPEN/ORBVILLE.SE

13 000 av Orbvilles läsare har röstat fram Skandinaviens bästa Spa:

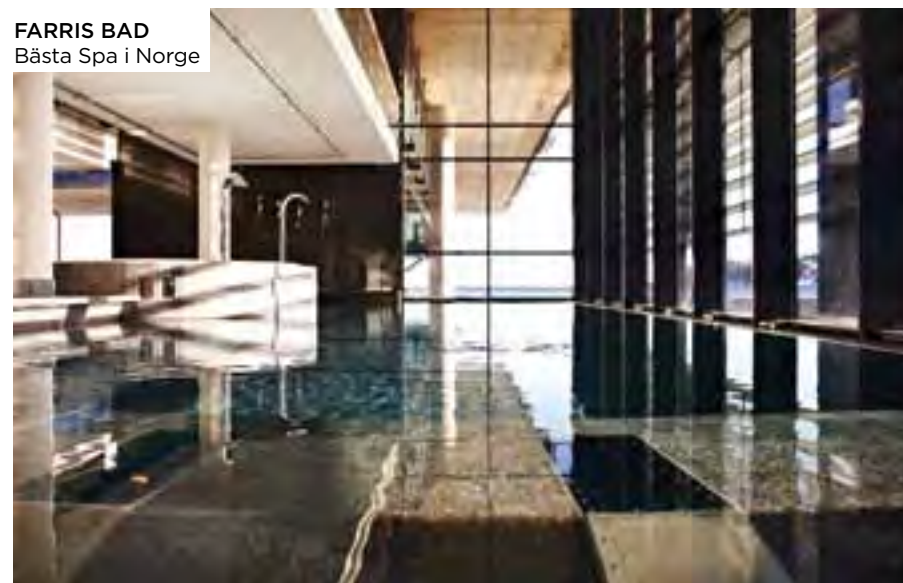
SELMA SPA & YASURAGI HASSELUDDEN

Bästa Spa i Skandinavien och i Sverige



FARRIS BAD

Bästa Spa i Norge





The background of the image is a solid, warm brown color. Overlaid on this background are several thin, purple, branch-like structures. These branches are thin and slightly curved, with small, light-colored nodes or joints at intervals. They are positioned in the upper left and lower left areas, extending towards the center. The overall aesthetic is minimalist and organic.

PÅ NORDIC CHOICE MÅSTE VI ALLTID
HÅLLA TRE SAKER I HUVUDET: RESULTAT,
MÄNNISKOR OCH MILJÖ.

FREMTIDENS NORDIC CHOICE

– NYA PIONJÄRPROJEKT



GÖTEBORG

Clarion Hotel Post
Antal rum: 500
Öppnar: 2012



MALMÖ

Clarion Hotel & Congress Malmö
Antal rum: 387
Öppnar: 2014



STOCKHOLM

Clarion Hotel Arlanda Airport
Antal rum: 414
Öppnar: 2012



ÅLESUND

Quality Hotel Waterfront

Antal rum: 197

Öppnar: 2011



STOCKHOLM

Quality Hotel Arena,

Antal rum: 400

Öppnar: 2013



OSLO

Comfort Hotel Grand Central

Antal rum: 177

Öppnar: 2012



TRONDHEIM

Clarion Hotel & Congress Trondheim

Antal rum: 396

Öppnar: 2012



FORNEBU

Quality Hotel Expo

Antal rum: 301

Öppnar: 2012



OSLO

Tjuvholmen

Antal rum: 119

Öppnar: 2013

DRÖMMEN OM GÖTEBORG

Nordic Choice har varit en snackis i Göteborg ända sedan det blev klart att det fina gamla Posthuset på Drottningtorget ska byggas om till lyxhotell.





^ Från översta våningen på lyxhotellet har man utsikt över hela Göteborgs innerstad.



^ Paradsviten är hela 140 kvm stor. Poolen är tillgänglig för alla hotellgäster när ingen hyr sviten.

- Är det inte fantastiskt? Det här är grymt! Här kommer poolen att ligga. Gästerna kommer att ha utsikt över hela stan. Du kan se det framför dig, eller hur?

Petter A. Stordalen är begeistrad, och det är inte så underligt. Vi är på besök i det som ska bli nya Clarion Hotel Post i Göteborg och befinner oss på översta våningen i den mer än 45 meter höga byggnaden. Med oss har vi Torgeir Silseth, Nordic Choice Hotels VD. Även han är entusiastisk.

- Det finns inget liknande i Skandinavien. Med det här hotellet kommer Göteborg att kunna konkurrera med de vassaste storstäderna i Europa, säger Torgeir Silseth. Han ler, men det råder ingen tvekan om att han menar allvar. 1,3 miljarder kronor har investerats sedan idén kläcktes om att bygga om det gamla Posthuset mitt i stan till lyxhotell.

- Vårt mål är att vara nummer ett i de viktigaste städerna i Skandinavien. För att klara det behöver vi flaggskepp,

motorer med bra läge. Och det är precis vad vi får i Göteborg, säger Torgeir Silseth.

500 NYA RUM

Clarion Hotel Post är inte det första Nordic Choice-hotellet i Göteborg. Quality Hotel Panorama klev in under Nordic Choice-paraplyet redan 1998. Därefter följde Quality Hotel 11, Quality Hotel Winn, Clarion Collection Hotel Odin och Comfort Hotel City Center - totalt 956 rum. När Post öppnar 2012, utökas kapaciteten med ytterligare 500 rum. Dessutom kommer restaurang, bar, spa och beauty center att finnas i hotellet. Totalt 36 000 m². Man kan inte låta bli att fråga: *Projektet är extremt stort, blir ni inte nervösa?*

- Inte det minsta. Här i Göteborg har vi flera konferenshotell, ett affärshotell och ett bed and breakfast-koncept. Det vi saknade var ett Clarion-hotell. Det här är hotellet för den som vill ha en totalupplevelse, säger Stordalen och tillägger:



^ Tillbyggnaden är över 45 meter hög och har en skifferbeklädd fasad. Det nya hotellet har totalt kostat 1,3 miljarder kronor.

- Det kanske är det mest komplicerade projekt vi någonsin har genomfört, men på Nordic Choice är vi inte kända för att vara lättskrämda.

MULTIBRAND

Att etablera flera olika hotellkoncept i samma geografiska område är ett medvetet val och ett av företagets viktigaste framgångsrecept. Multibranding handlar om att gästerna har olika behov vid olika tillfällen. Genom att erbjuda tydliga hotellkoncept som är skräddarsydda för olika ändamål kan företaget attrahera fler resenärer.

- För 40 år sedan fanns det bara en typ av hotell och man ansåg att det var tillräckligt. Idag vet vi att det inte

är sant. Därför vill vi utveckla och förädla hotellkedjornas olika specialiteter. Om vi klarar av det finns det ingenting som hindrar att det kan ligga tre Nordic Choice-hotell på samma gata, förklarar Silseth.

Vad är det som styr valet av hotellkoncept på olika platser?

- Det viktigaste för oss är att se till helheten. Vilka behov finns i dag och vilka är de kommande behoven? Här i Göteborg har det varit ett skriande behov av flera rum. I Stockholm byggs två nya arenor, vilket banar vägen för en utökad konferenskapacitet. Därför etablerar vi ett Quality hotell i Solna och bygger ut Quality Hotel Globen, säger Silseth.

DRÖMMEN OM GÖTEBORG

Magnus Månsson från Semrén Månsson, arkitektkontoret som ansvarar för ombyggnationen av byggnaden, visar oss runt i lokalerna. Han berättar att stor möda har lagts ner på att ta vara på de vackra detaljerna. Vi går igenom det som ska bli hotellets hall, med glastak och mingelområde, ner till beauty centret. På vägen får vi ett smakprov på hur hotellrummen kommer att se ut. Parkett har lagts på golven och väggarna är målade, men mycket arbete återstår innan hotellet är färdigt. Bortsett från...



Clarion Hotel Post är det senaste tillskottet i Nordic Choice Hotels satsning i Göteborg, där vi redan har flera spännande hotell.



- Du vet att badrumsinredningen kommer fix och färdig? Stordalen pekar på dörren till badrummet.

- Den levereras med två i dispensern. Helt otroligt, säger han.

Man kan inte annat än instämma i de orden, det är mycket som är otroligt på Clarion Hotel Post.

Det här måste vara drömprjektet för en hotelldirektör?

- Definitivt. Men först och främst handlar det här projektet om Göteborg. Om människorna som bor här och deras drömmar, om alla göteborgare som nu får tillgång till en av stadens mest praktfulla byggnader. Och om vår egen dröm. Med Post har vi äntligen nått fram till Göteborg, så att det verkliga äventyret kan börja. Vi lever ju inte för att bygga. Vi lever för att leverera förstklassiga hotellupplevelser, avslutar Stordalen.



< Administrerande direktör i Nordic Choice Hotels, Torgeir Silseth, Styreformann Petter A. Stordalen og arkitekt Magnus Månsson fra Semrén Månsson arkitektkontor deler en visjon om hva hotellet skal bety for byen.



^ Över 220 hantverkare och ett 30-tal projektledare och administratörer jobbar med hotellbygget.

< Clarion Hotel Post kommer att ha 500 rum. I Göteborg finns ett skriande behov av fler hotellrum.

v På Clarion Hotel Post möts gammalt och nytt.



< Den gamla posthallen bevaras som en del av hotellet.

<< Posthallen ingår i Clarions Living Room koncept - en mötesplats för stadens invånare.

<< Clarion Hotel Post blir ett spektakulärt hotell, även vad gäller interiören.

"MED HOTEL POST ÄR ÄNTLIGEN ALLT PÅ PLATS
I GÖTEBORG, OCH DET VERKLIGA ÄVENTYRET
KAN STARTA."

- PETTER A. STORDALEN



VINTERKONFERENSEN 2011

Vid årets vinterkonferens fyllde hela 2100 deltagare Globen med energi, mod och begeistring. Vinterkonferensen är ett av Nordens största företagsarrangemang och en viktig arena för yrkesmässig förnyelse, kunskapsutbyte och dialog mellan hotellkedjor och över landsgränser.

NORDIC CHOICE AWARDS

En av konferensens höjdpunkter är Nordic Choice Awards, där årets mest lysande insatser lyfts fram och belönas. Korandet av årets hotell bygger på resultaten från Quality Assurance, klimatanalys, gästundersökningar och ekonomiskt resultat.

COMFORT HOTEL OF THE YEAR:

Comfort Hotel Winn

QUALITY HOTEL OF THE YEAR:

Quality Hotel Aalborg

QUALITY RESORT OF THE YEAR:

Quality Spa & Resort Son

CLARION HOTEL OF THE YEAR:

Clarion Hotel Bergen Airport

CLARION COLLECTION HOTEL OF THE YEAR:

Clarion Collection Hotel Bilan

NORDIC HOTEL & RESORT OF THE YEAR:

Farris Bad

NEW HOTEL OF THE YEAR:

Comfort Hotel Runway

GENERAL MANAGER OF THE YEAR:

Tina Hedman, Quality Hotel Park Södertälje

SALES PERSON OF THE YEAR:

Hilde Stangvik, Quality Hotel & Resort Skjærgården

WECARE HOTEL OF THE YEAR:

Clarion Hotel Stockholm



VK 2011

EMPLOYEE OF THE YEAR

Varje år föräras två medarbetare med titeln Årets medarbetare. Priset går till de två medarbetare som utmärkt sig mest genom sina insatser för gäster, kollegor och för sin arbetsplats i stort. Kandidaterna nomineras av hotelldirektörerna och vinnarna utses av en jury.



Så här lyder juryns motivering om Ea Svensson på Clarion Collection Hotel Mayfair:

Ea Svensson är en Nordic Choicer ända ut i fingerspetsarna. Hon bemöter alla gäster med ett leende och tar sig an varje uppgift och utmaning med entusiasm och arbetsglädje. På TripAdvisor kan vi bland annat läsa: "Den här personen är verkligen helt fantastisk. Hon är vänlig, hjälpsam och extremt proffsig!"



Så här lyder juryns motivering om Bodil Swatland på Clarion Hotel Ernst:

Bodils glada humör smittar av sig på alla, hon har en positiv människosyn och en känsla för service som gör att både gäster och kollegor blir glada och känner sig välkomna. En av gästerna skriver: "Hon bemötte oss med stor vänlighet och intresserade sig för våra önskemål från första stund, och hon är den person som fått oss att komma tillbaka till hotellet".

NORDIC CHOICE I MEDIA

NORGES YNGSTA HOTELLDIREKTÖR (AFTENPOSTEN - 08.08.2010)

CHOICE HOTELS VANN TVÅ PRISER PÅ GRAND TRAVEL AWARD 2010 (HORECANYTT - 08.01.2010)

160 CHOICE-HOTELL MILJÖCERTIFIERADE (NHO REISELIV - 12.01.2010)

HALVERADE HOTELLET SÖPBERG (HARSTAD TIDENDE - 15.01.2010)

ÖPPNAR LYXHOTELL I OSLO (AFTENPOSTEN - 12.05.2010)

KÄNDISTÄT INVIGNING AV NYTT HOTELL (ROGALANDS AVIS - 13.08.2010)

CHOICE TAR MARKNADSANDELAR TROTS TUFF MARKNAD (DAGENS NYHETER - 15.03.2010)

GRÄVER GULD I GRORUDDALEN (DAGENS NÆRINGSLIV - 18.09.2010)

CHOICE HOTELS SCANDINAVIA BLIR NORDIC CHOICE HOTELS (BOARDING - 14.12.2010)

DÄRFÖR ÄR NOREFJELL DEN TUFFASTE SKIDORTEN (NETTAVISEN - 03.01.2010)

HOTELLDIREKTÖR MED MILJÖFOKUS (SÖDRA DALARNES TIDNING - 04.02.2010)

ARLANDA FÅR "EUROPAS BÄSTA FLYGPLATSHOTELL" (BORTABRA.SE - 25.08.2010)

CHOICE DRIVER NYA STORHOTELLET I MALMÖ (RESTAURANGVÄRLDEN - 21.06.2010)

CLARION HOTEL POST BLIR GÖTEBORGS NYA MÖTESARENA (TRAVEL REPORT - 28.05.2010)

GRUNDSTENEN LAGD TILL NYTT STORHOTELL I TRONDHEIM (HORECANYTT - 15.10.2010)



ÖVERSKOTT!

MED ENERGI, MOD OCH BEGEISTRING SKAPAR VI EN BÄTTRE VARDAG - WECARE!

På Nordic Choice handlar överskott inte bara om pengar. För första gången rapporterar vi därför i år om både ekonomi, människor och miljö. Vårt mål är svarta siffror i alla räkenskaper. På så sätt skapar vi långsiktig lönsamhet i Nordic Choice.

Tidigare donerade man en viss del av överskottet till välgörande ändamål. Idag är miljö- och samhällsansvar en del av verksamhetens strategi. Vi ska driva vårt företag på ett hållbart sätt – och ta ansvar för människorna som jobbar inom företaget, de produkter vi levererar till våra gäster och gentemot leverantörerna i vår värdekedja. We care – företagets plattform för miljö- och samhällsansvar

År 2009 påbörjade vi Operation Penguin, processen som ledde fram till att samtliga av våra hotell miljöcertifierades enligt den internationella ISO 14001-standarden. Vi etablerade ett miljöledningssystem (Penguin) som gör det möjligt för oss att arbeta systematiskt och som lade grunden för 2010 års miljöarbete. Penguin är vårt

viktigaste verktyg i vardagen för att minska energiförbrukningen, avfallsmängderna, kemikalieanvändningen, vattenförbrukningen och transportererna vid våra hotell.

Alla aktörer inom näringslivet måste i allt högre utsträckning vara beredda och inställda på att ta ansvar. Vi ska gå i spetsen för det arbetet. För på Nordic Choice bryr vi oss. Om varandra. Om våra gäster. Om samhället vi lever i. Och om miljön.

På följande sidor berättar vi om några av de viktigaste resultaten när det gäller att skapa ett mer hållbart Nordic Choice. Läs den fullständiga rapporten på www.choicehotels.no

Arne Olav Haugen

CR-direktör, Nordic Choice Hotels



VÅRT FOTAVTRYCK 2010

Nordic Choice vil gå i front. Vi vet at vår virksomhet setter spor. Derfor ønsker vi å være et ansvarlig og åpent selskap, for våre medarbeidere, våre gjester og våre omgivelser. Det er når vi måler og forteller om våre fotavtrykk, at vi også kan gjøre fremskritt.

Nordic Choice ska gå i spetsen för utvecklingen och vi är medvetna om att vår verksamhet sätter spår. Vi vill vara ett företag som präglas av öppenhet och tar ansvar för våra gäster, medarbetare och vår omgivning. Och genom att mäta och berätta om våra fotavtryck tror vi att vi har bättre chanser att lyckas med detta.

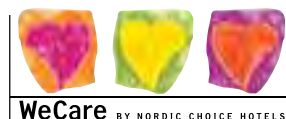
I den här rapporten presenterar vi inte bara våra ekonomiska resultat, utan även våra miljömässiga och sociala indikatorer. 2010 anslöt vi oss till FN:s Global Compact, vilket innebär att vi förbinder oss att följa tio principer för god affärssed. Vi har också beslutat att vår redovisning ska följa riktlinjerna från Global Reporting Initiative (GRI), som är ett oberoende, internationellt ramverk för hållbarhetsredovisning. Årets rapport bygger på nivå C och är verifierad av GRI. GRI:s standardtabell med sidohänvisningar hittar du på sidan 68.

Samhällsansvar, eller Corporate Responsibility (CR), är ett åtagande som förutsätter ett kontinuerligt förbättringsarbete. Vi har delat in detta arbete i fem viktiga områden: Medarbetare, Miljö, Produkter, Lokalt samhällsengagemang och Dialog. På följande

sidor kan du läsa mer om hur vi arbetar för att skapa mervärden, för både oss som företag, våra intressenter och vår omvärld. De områden som vi har arbetat länge med redovisas med jämförelser från tidigare år. Andra initiativ är nya och i dessa fall har vi börjat med en kartläggning.

Genom strategiprocesser, intressentdialoger, undersökningar, och operationell verksamhet, har vi identifierat våra fokusområden och vad vi anser är viktigast för våra intressenter och Nordic Choice. Detta har sedan definierat innehållet i denne rapport.

Vi värdesätter att du bryr dig om vårt fotavtryck. Det är på detta viset vi blir bättre tillsammans.



FOKUSOMRÅDEN



MILJÖ

Transport- och resenäringen står för en stor andel av världens utsläpp av växthusgaser. Som aktör har vi ett stort ansvar för miljön.



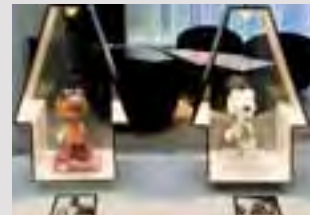
PRODUKTER

Det är många varor och tjänster som ingår i driften av ett hotell. Vissa varor och tjänster har en större påverkan på miljön, sociala förhållandena och vår lönsamhet än andra, och är därför viktiga för vårt arbete med att skapa ett mer hållbart samhälle.



MEDARBETARE

Medarbetarna är vår viktigaste intressegrupp och resurs. När medarbetarna trivs och mår bra, trivs våra gäster, och detta är en viktig indikator på framgång för oss.



LOKALT SAMHÄLLSANSVAR

Har man som vi 170 hotell runt om i Norden är det viktigt att vara en bra granne och en tydlig lokal aktör. Det ger oss också stora möjligheter att påverka.



DIALOG

Att skapa en bra dialog med våra intressenter är vårt viktigaste verktyg och en förutsättning för vår överlevnad på sikt.



MILJÖ

EN KORT TILLBAKABLICK PÅ 2010:

2010 var alla Nordic Choice-hotell ISO-certifierade. Vi nådde också vårt mål om minskad vattenförbrukning. Vad gäller minskning av avfallet är vi på god väg att nå målet för 2012, men på området energi måste vi skärpa oss ytterligare för att kunna nå målen för 2012.

INTERNREVISION



Andel hotell med årlig internrevision (ISO 14001)

*Gäller andel hotell som var registrerade den 1 januari 2009.

ISO-CERTIFIERADE HOTELL



Andel ISO 14001-certifierade hotell

*Gäller andel hotell som var registrerade den 1 januari 2009.

VARFÖR?

Transport- och resenäringen står för en stor del av världens utsläpp av växthusgaser, och som aktör i branschen har vi ett ansvar för att agera på ett sätt som gynnar miljön både inom vår egen verksamhet och för samhället i stort.

VAD?

Våra fem viktigaste fokusområden när det gäller att minimera hotell driftens påverkan på miljön och klimatet är energi, vatten, kemikalier, avfall och transport. När det gäller vårt miljöengagemang bortom vår verksamhet har vi valt ett projekt för bevarande av regnskogen.

170 ISO-CERTIFIERADE HOTELL



2007 bestämde vi oss för att få alla Nordic Choice-hotell miljöcertifierade. Valet föll på miljöledningssystemet ISO 14001, eftersom det är en processororienterad certifiering som kräver kontinuerliga förbättringar. Nordic Choice har sedan november 2007 samarbetat med Det Norske Veritas, som är vårt certifieringsorgan. Inom Nordic Choice har projektet gått under namnet Operation Penguin.

MÅTTENHETER

De flesta miljöindikatorer uppges både i absoluta måttenheter (till exempel kilo, liter och kilowattimmar) och "per gästdygn". Genom att slå ut resultaten per gästdygn får vi värden som gör det möjligt att jämföra olika hotell och även se utvecklingen från år till år i siffror.

ENERGI

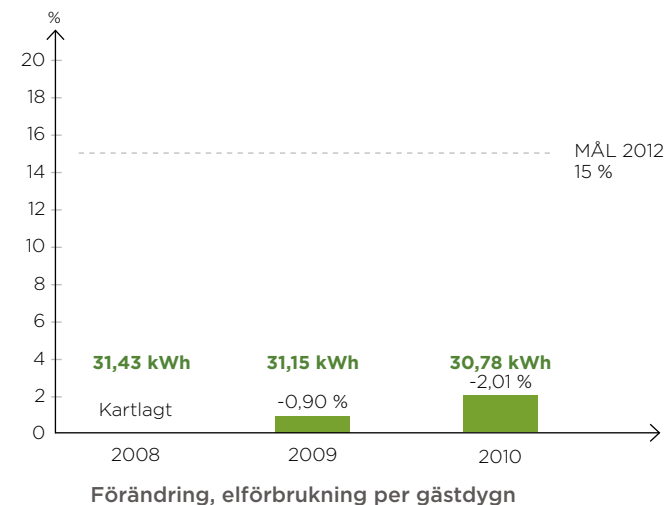
Att reducera energiförbrukningen och övergå till miljövänligare energikällor är två av de viktigaste åtgärderna man kan vidta för att reducera utsläppen av växthusgaser på global nivå. Detta gäller också för Nordic Choice. De energikällor som används på våra hotell är elektricitet, olja, gas och fjärrvärme, varav el är det vi förbrukar mest. Vi har därför arbetat med att reducera elanvändningen. Även oljeförbrukningen försöker vi minska genom olika åtgärder.



BIOBRÄNSLE PÅ NOREFJELL

Quality Spa & Resort Norefjell använder pellets för uppvärmningen av hotellet. Pellets är ett miljövänligt alternativ för uppvärmning och hotellet köper in pellets från en lokal leverantör, så att transportvägen blir så kort som möjligt.

EL

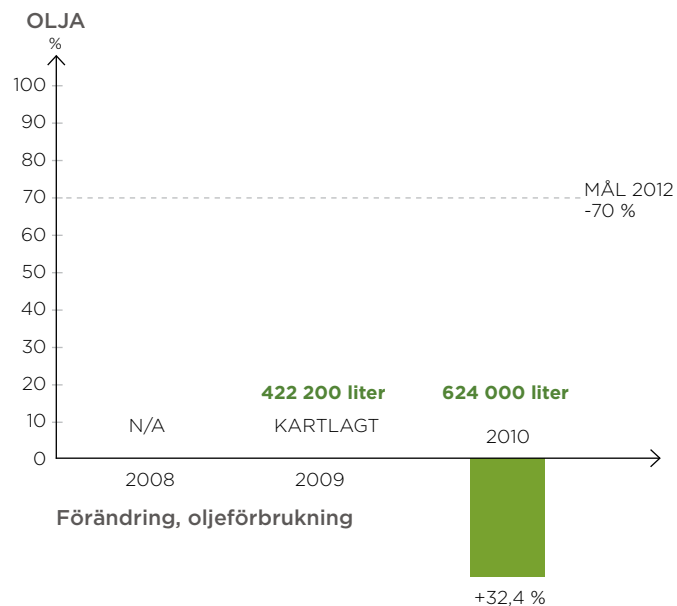


EL

Från 2003 och framåt har vi genomfört en rad energieffektiviseringsåtgärder som resulterat i en kraftigt minskad elförbrukning. Vi är nu i ett läge där de enklare åtgärderna redan vidtagits och förbättringarna inte ger lika stort utslag. Vi måste därför vidta större och mer omfattande åtgärder för att kunna nå de uppställda målen till 2012.

2010 var antalet Nordic Choice-hotell som inte rapporterade sin elförbrukning 13 stycken. Den vanligaste orsaken till detta är att hotellen ifråga delar byggnad med flera andra aktörer och därför inte kan urskilja sin egen elförbrukning.

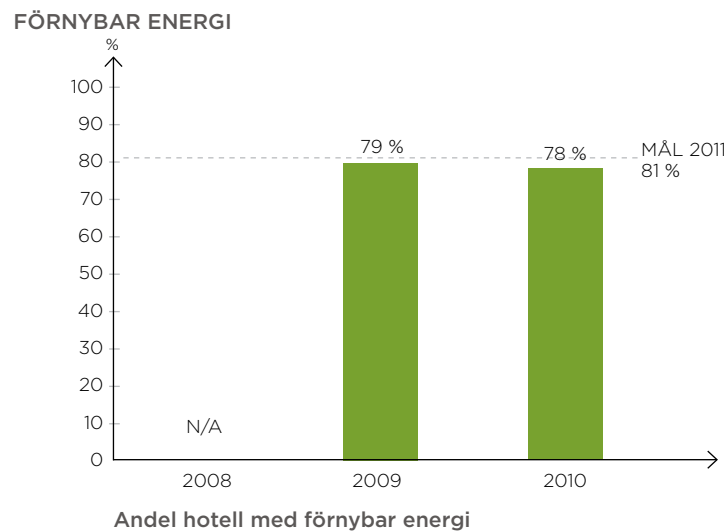
En del av orsaken till att minskningen inte fortsatt i samma takt kan vara att 2010 var ett kallare år än normalt och att många av hotellen använder el i uppvärmningssyfte.



OLJA

Eldningsolja är ingen miljövänlig energikälla. För att nå målet måste Nordic Choice gå över till alternativa energikällor. 2007 använde 27 Nordic Choice-hotell eldningsolja för uppvärmning. I slutet av 2010 hade siffran sjunkit till 15.

2010 övertog Nordic Choice-kedjan Quality Hotel Strand i Gjøvik, ett hotell som hade en oljeförbrukning på ca 200 000 liter under 2010. Ökningen i den totala förbrukningen förklaras av detta samt av det faktum att året var ovanligt kallt.



FÖRNYBAR ENERGI I NORDIC CHOICE

Nordic Choice köper idag förnybar energi med ursprungsgaranti från Ishavskraft AS till 129 av våra hotell. Hotell som drivs med förnybar energi släpper ut 0,02 gram CO₂ per kilowattimme, att jämföras med hotell med standard-energimix, som släpper ut 112,5 gram CO₂ per kilowattimme. Genom att använda förnybar energi vid de 129 hotellen har vi därmed reducerat våra utsläpp med 22 000 ton koldioxid.

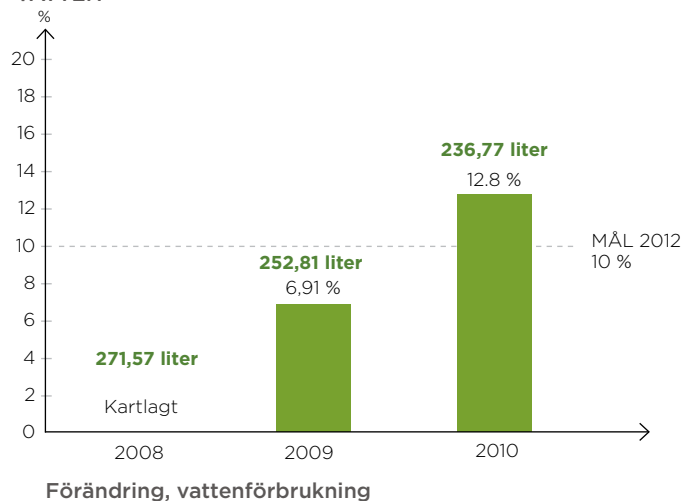
Nedgången förklaras av att nyinköpta hotell i Nordic Choice inte haft förnybar energi i sin portfölj.

BERGVÄRME PÅ STENUNGSBADEN

På Stenungsbaden Yacht Club i Stenungsund har 51 hål med ett djup på omkring 150 meter vardera borrats i marken – totalt över 7,5 km. Därifrån hämtas värmen till hotellet. Tidigare värmdes hotellet upp med olja. Nu används olja endast vid extremt kalla dagar.



VATTEN



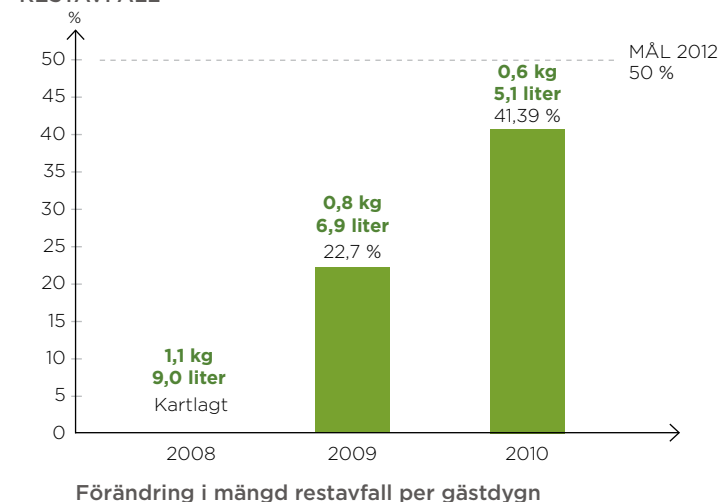
VATTEN

Vattenförbrukning är en central miljöfråga för oss, eftersom rening och transport av vatten kräver mängder av energi och kemikalier. Uppvärmningen av vatten kräver också mycket energi.

För att nå målen för 2012 har en lång rad åtgärder vidtagits på hotellen. Det handlar om allt från sparduschar, sparmunstycken och toaletter med två spolalternativ till nya renhållningsmetoder och bättre rutiner för vattenförbrukning. Vi har redan nått målet för 2012 och kommer därför att ställa upp nya mål i år för att ytterligare reducera förbrukningen.

2010 var antalet Choice-hotell som inte rapporterade sin vattenförbrukning 39 stycken. Det beror som regel på att hotellen ifråga delar byggnad med andra aktörer och därför inte har någon egen mätning av vattenförbrukningen.

RESTAVFALL



AVFALL

Hotell drift medför en del avfall, och vi försöker att källsortera avfallet i så stor utsträckning som möjligt. Källsorteringen gör att en större del av avfallet kan återvinnas och bidrar till en mer effektiv avfallshantering.

Insatsen för att nå målsättningen för 2012 har i huvudsak bestått av ett ökat antal sorteringsalternativ på hotellen – och utrustning som gör avfallshanteringen och sorteringen enklare. Dessutom har de anställda utbildats i sortering och avfallshantering.

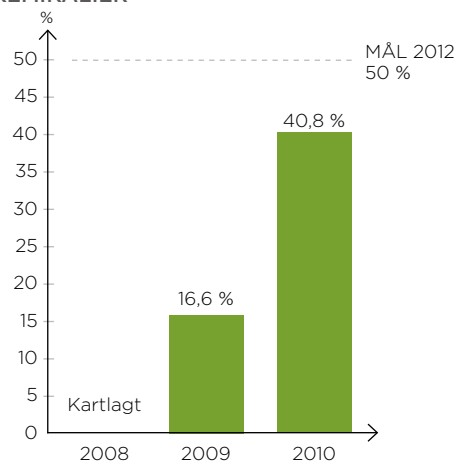
Vissa hotell mäter sitt restavfall i kilo medan andra mäter i liter. Detta beror på att man använder olika avfallssystem på olika platser i Skandinavien. För att kunna summera mängden avfall under de senaste tre åren måste vi därför använda bägge måttenheterna.

2010 var antalet Choice-hotell som inte rapporterade sin avfallsmängd 35 stycken. Detta beror som regel på att hotellen ifråga delar byggnad med andra aktörer och därför har svårt att mäta sin andel av avfallet. Det betyder således inte att hotellet avstår från att vidta avfallsminskande åtgärder. Vi arbetar dessutom kontinuerligt med att införa måtrutiner vid alla våra hotell.

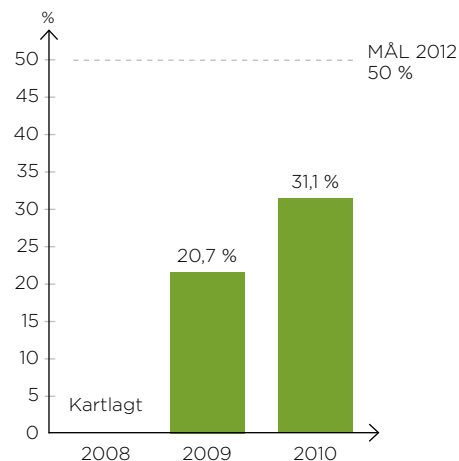


SORTERING LÖNAR SIG I HARSTAD

Clarion Collection Hotel Arcticus i Harstad är ett relativt litet hotell med 75 rum. Genom att införa mer effektiva sorteringsrutiner och öka antalet olika avfallsbehållare har hotellet lyckats minska kostnaderna för avfallshantering med över 5 000 kronor i månaden.

KEMIKALIER

Förändring, antal olika kemikalier



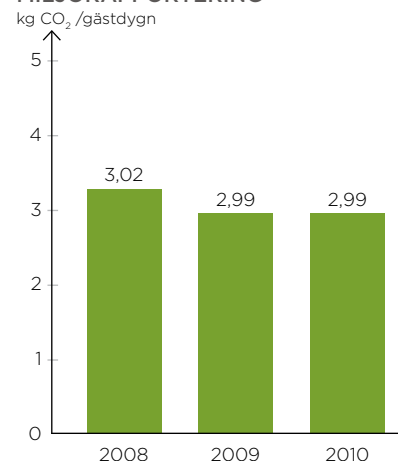
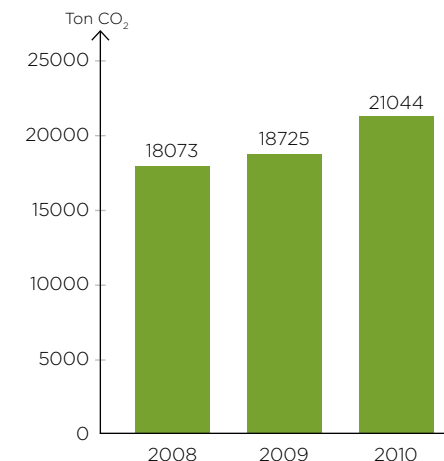
Andel miljösådliga kemikalier

KJEMIKALIER

Kemikalieanvändning är ett av de stora hoten mot miljön och kan göra stor skada både på miljö och hälsa. Vi fokuserar på de kemikalier som används inom städningen, eftersom det är dessa som använts mest på hotellen.

Vi har delat in alla renhållningskemikalier vi använder i tre grupper: röd, gul och grön, utifrån hur skadliga de är för hälsa och miljö. De röda är de skadligaste, och vårt mål är att byta ut alla dessa. De gula kemikalierna är nödvändiga till vissa uppgifter, som diskning, ugnrensning, desinficering och kalkborttagning, och kan därför inte tas bort helt.

Vi samarbetar med våra kemikalieleverantörer, Ecolab och Johnson Diversey, för att byta ut så många gula och röda kemikalier som möjligt.

MILJÖRAPPORTERINGCO₂ utsläpp per gästdygn (kg/gästdygn)
enligt GHG protocol (scope 1, 2 och delvis 3)Utsläpp CO₂ (ton)**MILJÖRAPPORTERING**

Nordic Choice gör en miljöredovisning varje år. Rapporterna, beräkningarna och informationen utarbetas i enlighet med kraven i ISO 14064, del 1. Principerna om relevans, fullständighet, konsistens, noggrannhet och transparens följs. Miljöredovisningen är dessutom utförd inom ramarna för miljöledningssystemet ISO14001.

Vi inkluderar alla utsläppskällor i GHG-protokollet (Greenhouse Gas Protocol): Scope 1 (egna direkta utsläpp), Scope 2 (utsläpp från inköpt energi) och tjänsteresor från Scope 3 (andra indirekta utsläpp).

Tabellen nedan visar de totala koldioxidutsläppen från Nordic Choice hotell under de senaste tre åren. Från 2008 till 2010 ökade utsläppen från 18 073 till 21 044 ton. Under samma period ökade antalet hotell som omfattas av miljöredovisningen från 151 till 168 stycken.

Ökningen förklaras av att de hotell som Nordic Choice övertagit under denna period inte haft förnybar energi, utan vanlig energimix.

TRANSPORT

Under 2010 har Nordic Choice kartlagt antalet varu- och tjänstetransporter till och från våra hotell. Kartläggningen visar stora skillnader från hotell till hotell, från 20 transporter i månaden till nästan 300 transporter i månaden, med ett genomsnitt på 95. Under 2011 håller vi på att utveckla mål för att minska transporterna.

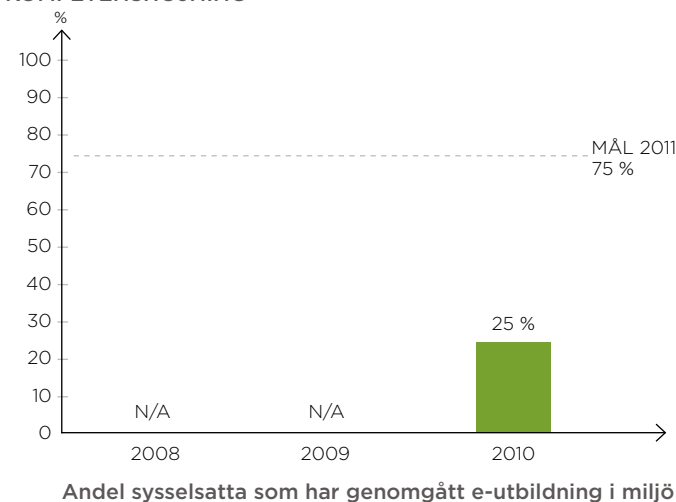
	2008	2009	Mål 2010	Res. 2010	Mål 2011
Transport	N/A	N/A	Kartlägga	Kartlagt	-7%

KLIMATAVTRYCK

Det kan vara svårt att förstå i vilken utsträckning våra samlade miljöåtgärder påverkar klimatet och miljön. Vi ser därför ett behov av att bli bättre på att tydligt kommunicera detta till gästerna. Under 2011 arbetar vi med att ta fram en indikator för detta.

	2008	2009	Mål 2010	Res. 2010	Mål 2011
Klimatavtryck	N/A	N/A	N/A	N/A	Utveckla indikator

KOMPETENSHÖJNING



KOMPETENSHÖJNING

Som ett led i att skapa bättre resultat på miljöområdet arbetar vi kontinuerligt med att förbättra våra medarbetares kompetens. 2010 lanserade vi vår egen e-utbildning inom miljö och miljöstyrning: "Kampen för miljön".

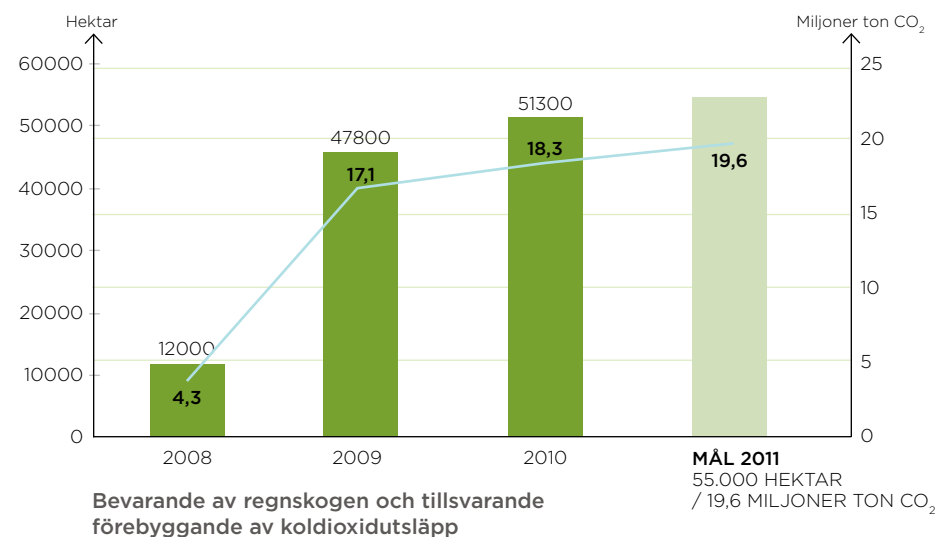


FRIVILLIGA MILJÖAVGIFTER PÅ CLARION HOTEL STOCKHOLM

Clarion Hotel Stockholm har i samarbete med Tricorona Climate Partner infört en frivillig koldioxidavgift för sina gäster. Den innebär att gästerna, oavsett om det gäller övernattnig, konferens eller middag, kan betala lite extra för att få en koldioxidneutral produkt. De frivilliga avgifterna är: 3 SEK för övernattnig och frukost, 4 SEK för konferens med lunch och 7 SEK för en tre-rätters middag.



NORSKA REGNSKOGSFONDEN



NORSKA REGNSKOGSFONDEN

Att bidra till bevarandet av regnskogarna är något av det mest klimatsmarta man kan göra. På det sättet verkar vi för att koldioxidutsläppen minskar och för att den koldioxid som ändå släpps ut tas upp på naturlig väg av skogen. Nordic Choice har sedan 2008 gett stöd till Regnskogsfonden i Norge och deras arbete med att bevara regnskogen i Nya Guinea och Amazonas. För varje hotellnatt våra gäster tillbringat hos oss har vi bidragit till att Regnskogsfonden kunnat bevara 100 m² regnskog i ett års tid.

För att räkna ut vår minskning av koldioxidutsläppen har vi valt att tillämpa den brasilianska Amazonasfondens uppskattning: att varje hektar tropisk regnskog i genomsnitt binder 357 ton CO₂. (Som referens kan nämnas att FN:s klimatpanel IPCC uppskattar att varje hektar tropisk regnskog i genomsnitt binder omkring 550 ton CO₂) Vi använder naturligtvis inte de här siffrorna i vår egen miljöredovisning, men nämner dem för att betona hur effektivt det är att stödja regnskogsbevarande som ett tillägg till utsläppsminimeringen i den egna verksamheten.



MEDARBETARE

EN KORT TILLBAKABLICK PÅ 2010:

2010 genomförde vi för första gången en kartläggning av medarbetarnas könsfördelning och etniska tillhörighet. Vi tittade också mer ingående på sjukfrånvaron. 23 procent av medarbetarna har icke-skandinavisk bakgrund. 66 procent av våra anställda är kvinnor. Den totala sjukfrånvaron för 2010 uppgick till 3,9 procent. Sjukfrånvaron i Norge var 4,7 procent, att jämföras med branschgenomsnittet som var 7,9 procent.

VARFÖR?

I 2010 sysselsatte Nordic Choice Hotels 9200 medarbetare. De ansatte er vår mest betydningsfulla interressentgruppe og vår viktigste ressurs. Trives medarbeiderne våre, trives gjestene, og nettopp det er et suksesskriterium for oss.

VAD?

På området medarbetare finns det tre saker som är särskilt viktiga för Nordic Choice: förståelse för och efterlevnad av arbetsmiljölagen, att främja mångfald och jämlikhet samt att minska sjukfrånvaron.

ARBETSMILJÖ

Inom hotell- och restaurangbranschen avslöjas det med jämna mellanrum brott mot arbetsmiljölagen; oftast handlar det om brott mot arbetstidsreglerna. Nordic Choice Hotels har nolltolerans för denna typ av brott och under 2011 tar vi fram en handlingsplan och utvecklar en indikator som mäter hur framgångsrikt detta arbete är.

	2008	2009	Mål 2010	Res. 2010	Mål 2011
Förstå, känna till och följa lagar och regler	N/A	N/A	N/A	N/A	Utveckla indikator



TRIVSEL OCH "FRISKNÄRVARO"

Beklagligt nog har hotell- och restaurangnäringen traditionellt haft en relativt hög sjukfrånvaro. Det är en trend som vi inte har för avsikt att följa. Vi prioriterar istället trivsel, hälsa och "frisknärvaro" hos våra medarbetare.

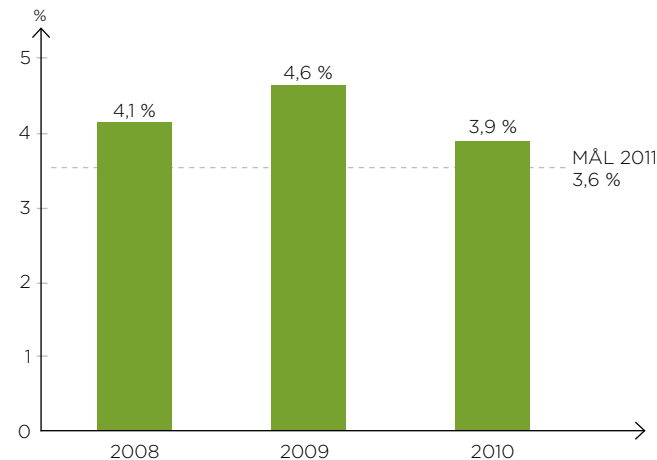
Nordic Choice Hotels genomför en medarbetarundersökning varje år, som bland annat kartlägger hur väl medarbetarna trivs på sin arbetsplats. Denna undersökning är tillsammans med sjukfrånvaron den viktigaste indikatorn på hur väl medarbetarna trivs – du kan läsa mer om undersökningen i kapitlet "dialog".



HALVERAD SJUKFRÅNVARO PÅ QUALITY HOTEL PANORAMA

Den avdelning som bland annat har hand om rumsstädningen på Quality Hotel Panorama i Trondheim brottades med stor sjukfrånvaro. Avdelningen genomförde då en rad konkreta åtgärder, som att minska arbetsdagen med en timme, låta anställda över 60 år städa färre rum och se till att avdelningschefen fick delta mer i det praktiska arbetet. Resultatet blev en minskning av sjukfrånvaron från 5,2 procent 2009 till 2,8 procent 2010 – samtidigt som effektiviteten ökade så mycket att hotellet blev det näst bästa inom Quality Norge!

SJUKFRÅNVARO



Procentsatserna omfattar alla driftshotell.

MANGFOLD OG LIKESTILLING

Hotellbranschen sysselsätter människor från många olika kulturer och språkgrupper. 2010 genomförde Nordic Choice för första gången en kartläggning av alla medarbetares könstillhörighet och etniska fördelning. 66 procent av våra fast anställda är kvinnor. 23 procent av medarbetarna har ett icke-skandinaviskt språk som modersmål och inom den gruppen hittar vi människor från en lång rad länder. Integration är en viktig samhällsutmaning i de nordiska länderna, men mångfald är också en styrka. Nordic Choice försöker skapa positiva värden genom att främja mångfald och integration.

Vi arbetar nu med att definiera mål och tillhörande åtgärder för arbetet med mångfald, integration och jämlikhet. Handlingsplanen kommer att vara klar under 2011.

	2008	2009	Mål 2010	Res. 2010	Mål 2011
Andel kvinnliga chefer*	N/A	N/A	Kartlägga	59 %	Utvikle mål
Andel mellanchefer med icke-skandinaviskt ursprung	N/A	N/A	Kartlägga	6,7 %	Utvikle mål

*Avdelningschefer och hotelldirektörer.



PRODUKTER

EN KORT TILLBAKABLICK PÅ 2010:

Nordic Choices satsning på ekologisk mat fortsatte under 2010. Dessutom påbörjade vi arbetet med att utvärdera de varor och tjänster som ingår i hotelldriften ur miljö- och samhällssynpunkt.

VARFÖR?

Det är många varor och tjänster som ingår i driften av ett hotell. Vissa varor och tjänster har en större påverkan på miljön, sociala förhållandena och vår lönsamhet än andra, och är därför viktiga för vårt arbete med att skapa ett mer hållbart samhälle.

VAD?

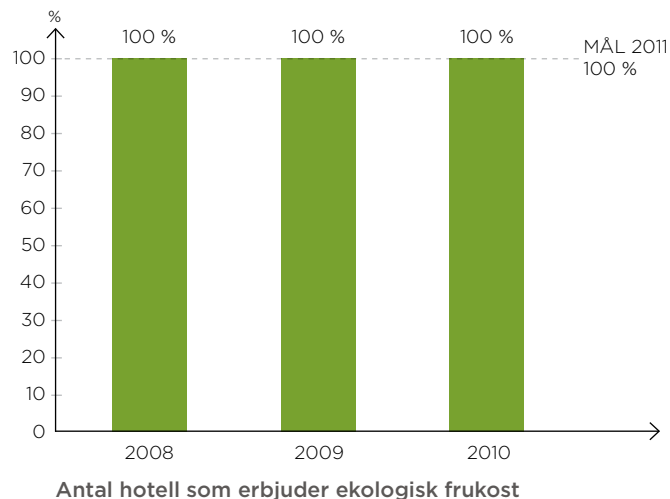
Mat och textilier är två produktgrupper som förutom att de är viktiga för våra gäster påverkar miljön och människorna i leveranskedjan. Därför kommer vi att arbeta vidare med dessa produktgrupper under 2011.

MER AV HÅLLBART PRODUCERAD MAT

Att vi serverar bra mat på hotellen är viktigt för våra gästers hälsa och välbefinnande. Samtidigt har livsmedelsproduktionen stora konsekvenser för både människor och miljö. Därför ska vi arbeta för att kunna erbjuda ett matsortiment som både är sunt och hållbart.



EKOLOGISK FRUKOST



EKOLOGISK FRUKOST

Sedan 2008 har Nordic Choice serverat ekologisk frukost. Vi tycker att det är sunt att äta mat som odlats utan kemiska bekämpningsmedel och som inte innehåller onödiga syntetiska tillsatser. Vi tror också att det är bra för djuren att få leva så naturligt som möjligt (att de till exempel får beta ute) och att den konventionella livsmedelsproduktionen kan ha konsekvenser som vi ännu inte känner till. Vi vill ta våra försiktighetsåtgärder och erbjuda våra gäster sund och säker mat.

Vissa gäster anger att de inte haft möjlighet att välja ekologisk mat. Vi tror att orsaken är att de inte känner till att vi serverar ekologisk mat. Genom målinriktade åtgärder hoppas vi kunna öka andelen gäster som anger att de haft möjlighet att välja ekologisk mat.

Under 2011 kommer vi att fortsätta detta arbete så att vi kan erbjuda en frukostbuffé av ännu högre kvalitet.

VI HANDLAR EKOLOGISKT

I 2010 köpte Nordic Choice bland annat ekologisk:

- mjölk: 287 899 liter
- ägg: 2 885 354 st.
- yoghurt: 84 666 liter
- ost: 59 905 kg
- kaffe: 112 579 kg, vilket motsvarar 12,5 miljoner koppar kaffe
- juice: 169 955 liter
- gurka: 53 350 st.



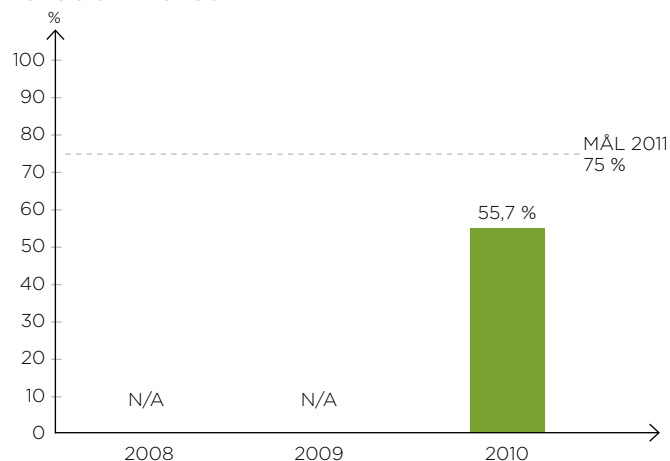
- Ekologiska livsmedel är odlade och producerade utan kemiska bekämpningsmedel och GMO och innehåller inga konstgjorda arom- eller färgämnen.
- Ekologisk produktion innebär färre hälsorisker för jordbrukare än konventionell produktion.
- Ekologisk produktion gynnar den biologiska mångfalden.
- Ekologiska odlingsmetoder kan bidra till en ökad tillgång på mat för världens befolkning.
- Ekologiska livsmedel utgör 6 % av den totala livsmedelsmarknaden i Danmark, 4,5 % i Sverige och 1 % i Norge (2009).



EKOLOGISK CERTIFIERING

De frukostmenyer vi serverar i Sverige och Norge är godkända av Kiwa Aranea respektive Debio enligt kraven för servering och marknadsföring av ekologisk frukost. I Danmark finns det inte möjligt att endast certifiera frukosten, men våra danska hotell uppfyller samma krav som hotellen i Sverige och Norge.

EKOLOGISK FRUKOST



Andelen gäster som anger att de haft möjlighet att välja ekologisk frukost

INSPEKTION AV VÅR EKOLOGISKA FRUKOST

I mars 2010 fick Choice besök av NRK:s TV-program Forbrukerinspektøren (FBI), som kritiserade Choice för att inte leva upp till löftet om att servera en fullvärdig ekologisk frukost. Efter programmet har vi genomfört flera åtgärder för att försäkra oss om att de ekologiska produkter vi serverar håller en jämn och hög kvalitet. Bland annat har vi förändrat sortimentet och förstärkt egenkontrollen.

TEXTILIER

Vi måste naturligtvis kunna erbjuda våra gäster rena lakan och fräscha handdukar. Textilier är viktiga för gästens upplevelse av hotellet och står för en väsentlig del av våra inköpskostnader. Men förhållandena kring produktionen och hanteringen av textilier utgör dessvärre stora utmaningar, både ur miljö- och samhällssynpunkt. Under 2011 kommer vi att arbeta vidare med kartläggningen av textilier på hotellen och utforma en handlingsplan för förbättringsåtgärder.

	2008	2009	Mål 2010	Res. 2010	Mål 2011
Miljöeffekter och sociala effekter av produktionen samt åtgärder	N/A	N/A	N/A	N/A	Kartlägga för textilier

Vi tar **DJURENS VÄL**
PÅ ALLVAR!

Vi måste alla ta ansvar! Följ våra riktlinjer vid inköp!

LÅT BLI!	Var FÖRSIKTIG med	SMAKLIG måltid!
DJURSKYDD <ul style="list-style-type: none"> Gås- och ankellever FOIE GRAS från välgamlatade fåglar GÖDKALV (vitt kalvkött) Kött av typen 'BELGIAN BLUE' 	DJURSKYDD <ul style="list-style-type: none"> ÄGG från burhöns 	<ul style="list-style-type: none"> EKOLOGISKA produkter FAIR TRADE produkter ABBORRE (injöar) ALASKA POLLOCK BLÄMUSSLOR (repodlade) GÄDDA (injöar) GÖS (injöar) HOKI, HUMMER (svensk) KOLJA KRABBA (svensk burfångad) LAX LAKE LITEN HÄLLEFLUNDRA (västra Grönland) MAKRILL NORDHAVSRÅKA OSTRON (handplockade/odlade) SEJ SILVÄSTRÖMMING SKARPSILL SKRUBBSKÄDDA (Östersjön) TONFISK (albacor) TORSK (Barents hav) STILLAHAVS-HÄLLEFLUNDRA (MSC-märkt)
HOTAD <ul style="list-style-type: none"> UER HUMMER (norsk) ÅL TORSK (Nordsjön) VILDFÅNGAD HÄLLEFLUNDRA (Nordatlanten) BLÅFENAD TONFISK PANGASIUS (miljöhot) TROPISKA RÅKOR 	NÅGOT HOTAD <ul style="list-style-type: none"> LÅNGA TORSK (Östersjön, östra beståndet) GULFENAD TONFISK 	

DJURVÄLFÄRD

Med hjälp från WWF (Världsnaturfonden) och den norska organisationen Dyrevernaliansen fastställde Nordic Choice under 2010 nya riktlinjer för inköp av fisk, skaldjur och kött. Bakgrunden är att många livsmedel framställs med metoder som inte är bra för djuren och miljön. Vi ville därför göra hotellen medvetna om vilka livsmedel som är mest utsatta och som vi därför inte vill bidra till ytterligare efterfrågan på.

Inköpsguiden lanserades i oktober 2010 och under 2011 kommer ett uppföljningssystem att införas.

Under 2011 kommer Nordic Choice att ta fram indikatorer som ska användas för att utvärdera vårt arbete med att erbjuda hållbar mat.

	2008	2009	Mål 2010	Res. 2010	Mål 2011
Inköpsguide för skaldjur, fisk och kött	N/A	N/A	Introducera	Introducera	Införa uppföljningssystem
Hållbar mat	N/A	N/A	N/A	N/A	Ta fram indikatorer



SNOOPY-VENNER I STOCKHOLM

I samband med Snobbens 60-årsjubileum arrangerade Nordic Light Hotel i Stockholm en Snobben-utställning där figurerna från serien auktionerades ut till förmån för Friends, en ideell organisation som arbetar med att förebygga mobbning i skolor. Totalt insamlades 84 000 kronor!

LOKALT SAMHÄLLSANSVAR

VARFÖR?

Har man som vi 170 hotell runt om i Norden är det viktigt att vara en bra granne och en tydlig lokal aktör. Det ger oss också stora möjligheter att påverka.

VAD?

Många av våra hotell har en lång tradition av att engagera sig i närmiljön. Det lokala samhällsansvaret är viktigt och vi ska naturligtvis ta vara på det, även på central nivå. Under år 2011 kommer vi därför att kartlägga de aktiviteter som sker på hotellen och använda detta som underlag för företagets riktlinjer och för vad vi förväntar oss av våra hotell när det gäller samhällsengagemang.

	2008	2009	Mål 2010	Res. 2010	Mål 2011
Riktlinjer för lokalt samhällsansvar	N/A	N/A	N/A	N/A	Utveckla och implementera
Antal hotell med minst en lokal aktivitet	N/A	N/A	N/A	N/A	100 %



FRUKTTÄVLING I KALMAR

Hotell Packhuset satte i 2010 i gang konkurransen Fruktkampen, der elevene på den lokale skolen fikk i oppgave å samle inn nedfallsfrukt i lokalmiljøet. Klassen som samlet inn mest, vant en premie på 5000 kroner. Med konkurransen ønsket man å sette fokus på hvor mye brukbar mat vi faktisk kaster, og på hvor viktig det er å ta vare på de naturlige ressursene vi har rundt oss.



JULGÅVOR I ESKILSTUNA

Clarion Collection Hotel Bolinder Munktell i Eskilstuna samlade förra året in julgåvor från gäster och andra som man skänkte till Frälsningsarmén, som sedan delade ut dem till nödställda barn i Eskilstuna. Hotellet gav också julklappar och mat till hemlösa.



DIALOG

EN KORT TILLBAKABlick PÅ 2010:

Vi har aldrig trivts bättre på Nordic Choice! Medarbetarundersökningen 2010 gav oss de bästa poängen sedan undersökningen startade. Deltagandet var dessutom det högsta någonsin, hela 91 procent.



VARFÖR?

Att skapa en bra dialog med våra intressenter är vårt viktigaste verktyg och en förutsättning för vår överlevnad på sikt.

VAD?

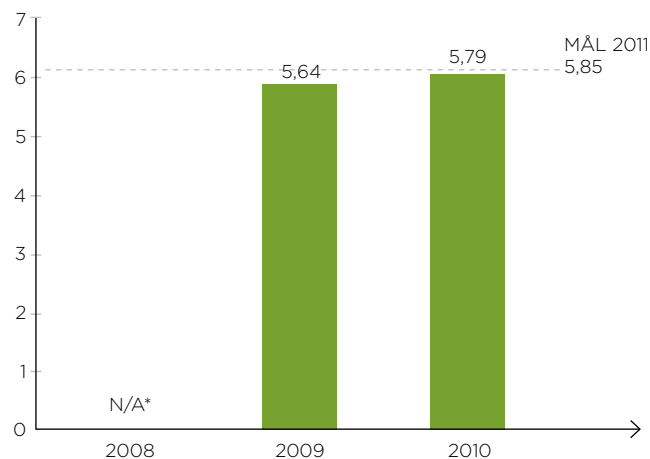
Vi påverkas av vår omvärld. Medarbetare, gäster, leverantörer, ägare och olika aktörer i samhället formar oss som företag och bidrar till våra resultat, samtidigt som vi å vår sida påverkar deras liv och prestationer. Genom att fokusera på målinriktade dialoger ska Nordic Choice uppnå bättre miljömässiga, sociala och ekonomiska resultat.

En bra och öppen dialog kan göra världen bättre för alla. Vi höll flera intressentsamtal under 2010, och vi vill nu kvalitetssäkra både innehållet i dialogerna och resultaten av dem. Under 2011 kommer vi därför att genomföra en kvalitativ undersökning av minst ett av våra fokusområden, som underlag för en handlingsplan, samt fortsätta med de åtgärder som nämns nedan.

	2008	2009	Mål 2010	Res. 2010	Mål 2011
Intressentsamtal om viktiga områden	N/A	N/A	Delvis	N/A	Genomföra minst en gång om året

VÅRA VIKTIGASTE DIALOGER UNDER 2010:

CHOICE PEOPLE SURVEY



* Måttskalan för CPS-mätningen ändrades 2009.

DIALOG MED MEDARBETARNA: CHOICE PEOPLE SURVEY

En gång om året genomför Nordic Choice medarbetarundersökningen Choice People Survey (CPS). CPS är vårt viktigaste verktyg i medarbetardialogen och mäter bland annat arbetsklimat, kultur, lojalitet, ledning och medarbetarsamtal. Deltagandet ökade från 88 procent 2009 till 91 procent 2010. Det har varit ett tufft verksamhetsår för hela hotellbranschen, men vi har aldrig haft mer nöjda och lojala medarbetare.

Alla anställda med en arbetstid på över 30 procent har möjlighet att delta i undersökningen. Läs mer om CPS på sidan 66.

En jämn ökning inom alla de viktigaste parametrarna förklarar ökningen totalt sett.

THE WALL

Nordic Choice utvecklade nytt intranät under 2010, The Wall. Syftet var att ta fram en sida som gjorde det lättare för alla anställda att söka efter information och dela dokument. Sidan lanserades i oktober 2010 och har underlättat för våra anställda att få tillgång på information.



VINTERKONFERENSEN, VÅR STORA SAMLINGSSTUND

Varje år arrangerar Nordic Choice en konferens för alla sina ledare. 2010 hölls den i Stockholm och temat var bland annat hållbar utveckling. 1500 medarbetare och 360 leverantörer deltog.

DIALOG MED GÄSTERNA

Nordic Choice Hotels ska vara förstahandsvalet för resande i Norden och Baltikum. För att vara det måste vi veta vad som styr gästernas val av hotell. 2010 införde vi en ny undersökning av gästtillfredsställelsen. Efter att först ha testats och implementerats i utvalda kedjor implementerades undersökningen hos samtliga kedjor 2011.

	2008	2009	Mål 2010	Res. 2010	Mål 2011
Gästtillfredsställelse, ny mätmetod:	N/A	N/A	N/A	N/A	Oppgis per kjede:
Clarion Hotels (egen kundnöjdhetsmätning)					86,75
Clarion Collection					55
Comfort Hotels					30
Nordic Hotels & Resorts					45
Quality Hotels					32,7
Quality Resorts					32

NÄTET ÖPPNAR UPP FÖR BÄTTRE DIALOG MED GÄSTERNA



2010 lanserade vi Nordic Choice Magazine, som utkommer med fyra nummer varje år och delas ut till alla hotellrum. Tidningen innehåller aktuell och relevant information till våra gäster. I tillägg till detta utgör Petter Stordalens blogg, våra Facebook-sidor (både den centrala och hotellens egna sidor) och Twitter-profiler också en del av kommunikationen med kunder och omvärld. Hotellen publicerar dessutom löpande gästernas återkoppling från Tripadvisor.com på våra webbsidor. Denna feedback från våra gäster är mycket värdefull för oss.

DIALOG MED LEVERANTÖRERNA

Nordic Choice är en stor inköpare av varor och tjänster. Det gör att vi också har ett stort ansvar för att bidra till bästa möjliga miljö- och arbetsförhållanden i leverantörskedjan och för att välja miljövänliga produkter som främjar en hållbar utveckling. Sedan 2008 är Nordic Choice medlem i Initiativ för Etisk handel.

Nordic Choice har tydliga etiska riktlinjer som våra leverantörer ska uppfylla och vi jobbar kontinuerligt med att följa upp detta. 2010 påbörjade vi en kartläggning av vår leverantörskedja och under 2011 fortsätter vi detta arbete med en riskbedömning som underlag för en handlingsplan. På detta sätt ska vi kunna identifiera "riskleverantörer" och vidta åtgärder.

	2008	2009	Mål 2010	Res. 2010	Mål 2011
Riskbedöma leverantörerna	N/A	N/A	Påbörja	Påbörja	Fullfölja

Nordic Choice har för tredje året i rad lagt fram sin årliga rapport till Initiativ för Etisk handel. Du hittar en länk till rapporten på www.choice.se.

IEH  Initiativ for etisk handel

Initiativ for etisk handel (IEH) är ett bindande partnerskap mellan företag, fackföreningar, organisationer och myndigheter. IEH är en promotor och en resurs för etisk handel. Etisk handel innebär att företag och andra aktörer bidrar till förbättringar i arbetsförhållanden och miljö i sin leveranskedja.

BREEZE TVÄTTAR GRÖNARE

Vår leverantör av tvättjänster i Norge, Breeze, är ett exempel på hur valet av leverantör påverkar miljön. Genom en kontinuerlig insats för att minska användning av vatten, kemikalier och energi vid tvätt av textilier, reducerade Breeze koldioxidutsläppen vid tvätt av Nordic Choices textilier med 1 198 ton.

DIALOG MED ÄGARNA

En organisations resultat på områdena miljö och samhälle påverkas kraftigt av ägar-
nas ståndpunkter. Nordic Choices styrelseordförande och ensamma ägare, Petter A.
Stordalen, har fört upp ämnet på dagordningen under flera av årets styrelsemöten.

SAMHÄLLET

UNICEF: WATER FOR LIFE

Nordic Choice ansvar ska sträcka sig utanför hotellets väggar. Detta mål satte vi upp för
många år sedan och är något som våra medarbetare brinner för. Nordic Choice har gett
stöd till en rad projekt i Skandinavien och har sedan 2008 varit en signerande partner
inom UNICEF Norge. Ett av FN:s tusenårs mål är att minska andelen människor som inte
har tillgång till rent dricksvatten och sanitära inrättningar med 50 procent från 1990 till
2015. Varje dag dör 4 100 barn på grund av att de dricker förorenat eller smittbärande
vatten. Genom samarbetsprojektet Water for life bidrar Nordic Choice till att FN nå sina
mål. Dessutom har Nordic Choice gett stöd till vattenprojekt i utvalda regioner i Malawi
(2008), Nepal (2009) och Madagaskar (2010).

**2010 års projekt på Madagaskar, som fortsätter även under 2011, har
följande mål:**

- Dricksvatten och sanitära förhållanden som uppfyller UNICEF:s
WASH-standard på 14 skolor i Androy-provinsen
- 50 procents minskning av sjukdomar orsakade av brist på vatten och
mat hos minst 1 680 barn
- En ökning av andelen flickor med skolgång på minst tio procent
- En WASH-inriktad uppföljning av skolorna samt förbättringsplaner
för WASH-faciliteter i hela distriktet genom lokala myndigheter,
lärare och "WASH-klubbar".



NEPAL



NEPAL



MALAWI

NORDIC CHOICE HOTELS

NORDIC CHOICE HOTELS LEDNING BESTÅR AV:

Torgeir Silseth Chief Executive Officer

Roar Ingdal Senior Vice President Commercial Service

Oscar Engeli Senior Vice President Shared Services

Arne O. Haugen Senior Vice President HR & CR

Trond Bastiansen Senior Vice President Collection Hotels

Katalin Paldeak Senior Vice President Clarion Hotels

Thomas Westergaard Senior Vice President Comfort Hotels

Eivind Tangvik Senior Vice President Quality Hotels

Tobias Ekman Senior Vice President Nordic Resort & Hotels

André Schreiner Senior Vice President Quality Resort

NORDIC CHOICE HOSPITALITY GROUPS STYRELSE BESTÅR AV:

Petter A. Stordalen Styrelseordförande

Gunhild A. Stordalen Styrelseledamot

Henrik A. Christensen Styrelseledamot

Ragnar Sjoner Styrelseledamot

Bente Rathe Styrelseledamot

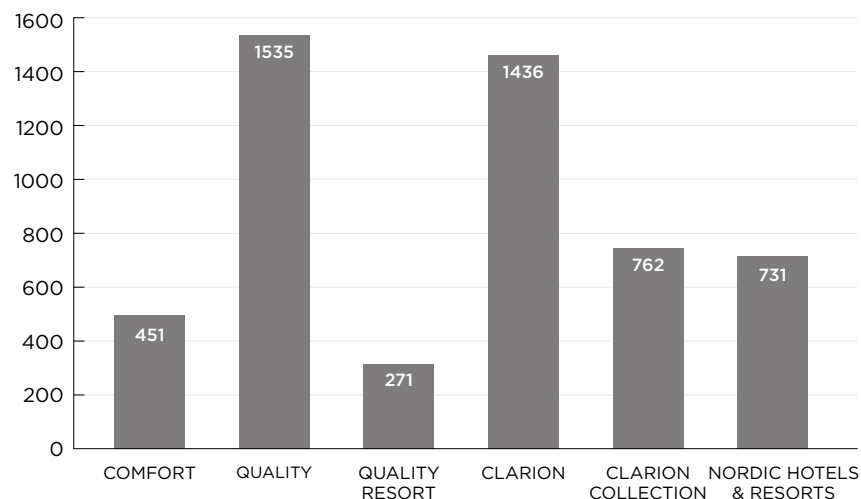
Kjell Nilsson Styrelseledamot

**Petter A. Stordalen är ensam ägare av Nordic Choice
Hospitality Group genom sitt företag HomeInvest AS.**

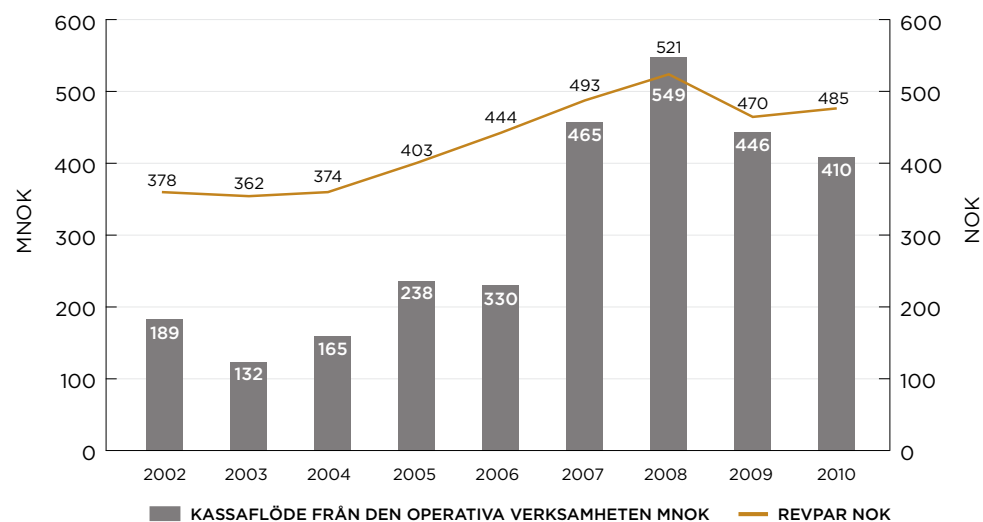
Under 2010 bytte vi namn från Choice Hotels Scandinavia till Nordic Choice Hotels. Företagets juridiska namn är Nordic Choice Hospitality Group. Den här rapporten avser företagets verksamhet under perioden 1 januari 2010 till 31 december 2010.

NYCKELTAL 2010

OMSÄTTNING FÖRDELAT PER VARUMÄRKE MNOK



HISTORISK UTVECKLING AV KASSAFLÖDE/REVPAR

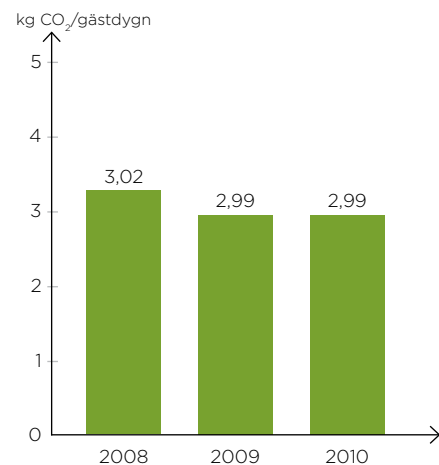


MEDARBETARUNDERSÖKNINGEN - CPS

TOTALPOÄNG		
	5,8	5,7
DE 5 FRÅGORNA MED HÖGST POÄNG		
	2009	2010
Jag vet vad min närmaste chef förväntar sig av mig.	6,1	6,2
Jag är stolt över att jobba på hotellet.	6,1	6,2
Jag tar själv ansvar för min utveckling.	6,1	6,2
Min närmaste chef respekterar mig.	6,2	6,2
Min närmaste chef har ett affärsmässigt fokus.	N/A	6,2

DE 5 FRÅGORNA MED LÄGST POÄNG

	2009	2010
Jag är nöjd med de introduktionskurser jag fick.	5,0	5,3
På hotellet pratar vi hellre om positiva saker än om sådant som är negativt.	5,0	5,3
Jag har goda karriärmöjligheter inom Choice.	5,0	5,1
Det är ordnat så att jag enkelt kan bygga på min kunskap genom kurser och utbildningsprogram.	4,5	4,8
Det tas fram ordentliga beslutsunderlag/görs grundligt förarbete innan nya projekt sätts igång inom Choice.	4,4	4,4

KLIMATPÅVERKAN

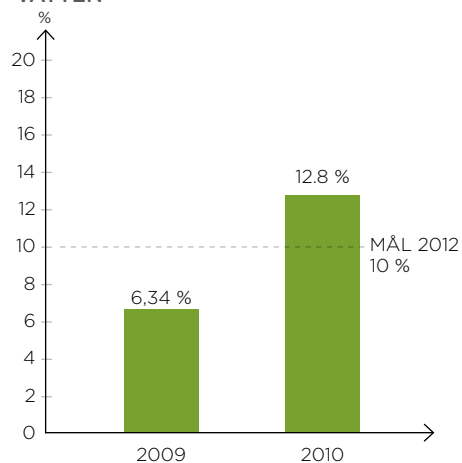
CO₂-utsläpp i kg per gäst och dygn enligt GHG-protokollet (Scope 1, 2 och delvis 3)

ENERGI

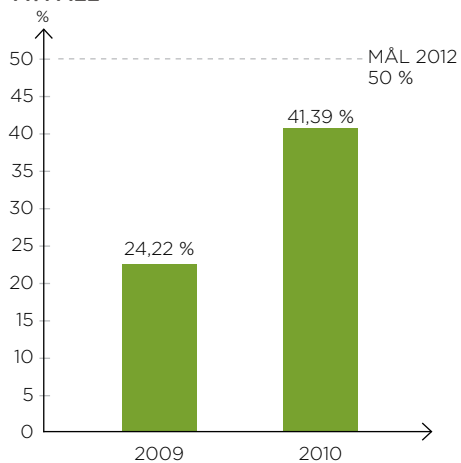
Minskad elförbrukning per gäst och dygn

KEMIKALIER

Minskad användning av miljösådliga kemikalier

VATTEN

Minskad vattenförbrukning per gäst och dygn

AVFALL

Minskad mängd avfall per gäst och dygn

ISO-CERTIFIERING

Andelen ISO 14001-certifierade hotell

RESULTATRAPPORT

NORDIC CHOICE HOSPITALITY GROUP AS

	2010	2009	2010*
Rörelseintäkter	5 080 363	4 621 174	4 796 620
Varukostnader	455 356	414 211	430 653
Lönekostnader	1 825 883	1 641 674	1 708 197
Avskrivningar	156 542	131 267	152 909
Nedskrivningar	700	25 683	700
Övriga rörelsekostnader	2 711 834	2 243 287	2 300 119
Summa rörelsekostnader	5 150 315	4 456 122	4 592 578
Rörelseresultat	-69 952	165 052	204 042
Resultat från investeringar i dotterbolag och närstående bolag	0	-1 528	0
Övriga finansiella intäkter	156 428	200 533	113 033
Finansiella kostnader	31 161	194 751	30 832
Resultat från finansiella poster	125 267	4 254	82 201
Resultat före skatt	55 315	169 306	286 243
Skatt	170 391	-21 067	
ÅRETS RESULTAT	-115 076	190 373	

Den 4 mars 2011 ingicks ett avtal om försäljning av samtliga aktier i Choice Hotels Skandinavia AS, som vid tidpunkten för överlåtelsen ägde verksamheten i Danmark (med undantag av 1 hotell). Avtalet trädde i kraft den 1 april 2011.

* Resultat exklusive avyttrad verksamhet i Danmark

EIENDELER	2010	2009
Immateriella tillgångar	116 168	218 976
Materiella anläggningstillgångar	480 142	440 932
Finansiella anläggningstillgångar	15 490	1 305 474
Summa anläggningstillgångar	611 800	1 965 382
Varulager	47 155	43 851
Fordringar	2 141 029	681 931
Kassa och bank	41 061	70 434
Summa omsättningstillgångar	2 229 245	796 216
SUMMA TILLGÅNGAR	2 841 045	2 761 598
EGET KAPITAL OCH SKULDER	2010	2009
Aktiekapital	1 500	1 000
Överkursfond	154	0
Övrigt tillskjutet kapital	1 118 000	0
Övrigt eget kapital	-68 427	1 118 000
Summa eget kapital	1 051 227	1 461 691
Avsättningar	320 892	44 059
Kortfristiga skulder	1 468 926	1 255 848
Summa skulder	1 789 818	1 299 907
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	2 841 045	2 761 598

MILJÖ- OCH SAMHÄLLSANSVAR (KPI CR)

OMRÅDE	MÅL 2010	RESULTAT 2010	MÅL 2011
MEDARBETARE			
Sjukfrånvaro ¹	Inte satt	3,9 %	3,6 %
Mångfald och jämställdhet	Kartlägga	Kartlägga	Utveckla mål
Andel kvinnliga chefer ²	Kartlägga	59 %	Utveckla mål
Andel mellanchefer med icke-nordisk bakgrund	Kartlägga	6,7 %	Utveckla mål
Förståelse för och kännedom om lagar och regler	N/A	N/A	Utveckla indikator
Etiska riktlinjer för anställda	N/A	N/A	Utveckla och implementera
PRODUKT			
Ekologisk mat	N/A	N/A	Utveckla indikatorer
Andel hotell som erbjuder ekologisk frukost	100 %	100 %	100 %
Andel gäster som uppger att de kunnat välja ekologisk frukost	Kartlagt	55,7 %	75 %
Inköpsguide för skaldjur, fisk och kött	Introducera	Introducera	Implementera uppföljningssystem
Miljömässig och social effekt av produktion och användning av viktiga insatsfaktorer	N/A	N/A	Kartlägga för textilier
LOKALT SAMHÄLLSANSVAR			
Riktlinjer för lokalt samhällsansvar	N/A	N/A	Utveckla och implementera
Andel hotell med minst en lokal åtgärd	N/A	N/A	100%
DIALOG			
Index medarbetarnöjdhet ³	5,64	5,79	5,85
Gästtillfredsställelse – ny mätmetod ⁴ Clarion (egen mätmetod) Clarion Collection Comfort Nordic Hotels Quality Quality Resort	Kartlägga	Kartlägga	Uppges per kedja: 86,75 (egen mätmetod) 55 % 30 % 45% 32,7 % 32 %
Leverantör – kartlägga risker i leverantörskedjan	Påbörjat	Påbörjat	Fullfölj
Interessentsamtale om viktigste områder	N/A	Delvis	Systematisera och genomföra minst en gång om året

OMRÅDE	MÅL 2010	RESULTAT 2010	MÅL 2011
MILJÖ			
Klimatavtryck	N/A	N/A	Utveckla indikator
Andel hotell med förnybar energi	Kartlägga	78 %	81%
EI	Se 2011	-2,01 %	-15 % (2012)
Olja (l/gästdygn) ⁵	Se 2011	32,4 %	-70 % (2012)
Vattenförbrukning (l/gästdygn)	Se 2011	- 12,8 %	-10 % (2012)
Restavfall (kg och liter/gästdygn)	Se 2011	Liter: -43,7 % Kg: -40,7 %	-50 % (2012)
Antal kemikalier	Se 2011	-40,8 %	- 50 % (2012)
Ersätta miljöfarliga kemikalier	Se 2011	-31,1 %	- 50 % (2012)
Transport	Kartlägga	Kartlagt	- 7 % (2012)
Andel hotell med årlig internrevision (ISO 14001)	100 %	100 %	100 %
Andel ISO 14001-certifierade hotell (Det Norske Veritas)	100 %	100 %	100 %
Andel sysselsatta som genomgått utbildning på miljöområdet	80 %	25 %	75 %
Bevarande av regnskogarna och förebyggande av koldioxidutsläpp ⁶	50 000 hektar motsvarande 17,9 miljoner ton CO ₂	51 300 hektar motsvarande 18,3 miljoner ton CO ₂	55 000 hektar motsvarande 19,6 miljoner ton CO ₂

1 Siffrorna för sjukfrånvaron inkluderar alla våra driftshotell.

2 Avdelningschefer och hotelldirektörer.

3 Index medarbetarnöjdhet mäter huvudsakligen sex parametrar. 2010 var deltagandet hela 91 procent. Medarbetarundersökningen presenteras i sin helhet på sidorna 66-67.

4 Metoden mäter sannolikheten för att gästerna rekommenderar hotellet till andra. Poängen räknas ut genom att antalet mycket positiva svar dras av ifrån antalet negativa svar. Detta ger en skala från 100 % (ingen kommer att rekommendera oss) till +100 % (alla kommer att rekommendera oss).

5 2010 övertog Nordic Choice Quality Hotel Strand i Gjøvik, ett hotell som ensamt förbrukade 200 000 liter olja under 2010. Detta, och att 2010 var ett ovanligt kallt år, förklarar ökningen av den totala förbrukningen.

6 CO₂-besparingarna är beräknade enligt en modell från den brasilianska Amazonasfonden, som har räknat ut att en hektar regnskog lagrar 357 ton CO₂. (Som en jämförelse räknar FN:s klimatpanel IPCC, med en besparing på 550 ton CO₂ per hektar.) Vi använder självfallet inte siffran i vår egen klimatredovisning, men vi vill gärna betona hur effektivt det är att bevara regnskogen – som ett tillägg till de minskade utsläppen i vår egen verksamhet.

MEDARBETARUNDERSÖKNINGEN - CHOICE PEOPLE SURVEY (CPS)

Den årliga medarbetarundersökningen är en anonym enkätundersökning som går ut till alla medarbetare på Nordic Choice Hotels. Undersökningen är indelad i 8 huvudområden. Inom varje område ombeds du att ge poäng mellan 1 och 7. Poäng över 4 räknas som positivt och alla poäng över 5,5 är höga betyg. Medarbetarundersökningen har tagits fram och genomförs av organisationskonsulter från Scandinavian Leadership.

- 2010 hade Choice ett högt deltagande: hela 91 procent hade svarat. Resultatet i sig var också mycket tillfredsställande och bättre än något annat företag som Scandinavian Leadership arbetat med. Som en konsekvens av mätningen registrerades 815 förbättringsåtgärder. Dessa förbättringsåtgärder är en förutsättning för fortsatt högt deltagande och höga poäng.

Gunnar Nordli – Scandinavian Leadership

CPS-UNDERSÖKNING	2010	2009
CHOICE FÖRETAGSKULTUR	5,8	5,7
På hotellet/HK är stämningen livlig och präglas av gott humör.	5,9	5,8
Jag är stolt över att jobba på hotellet/HK.	6,2	6,1
Det är viktigt för mig att min arbetsgivare tar ett miljö- och samhällsansvar (We Care).	6,1	5,7
CHEFSINDEX	6,0	5,9
Min närmaste chef är bra på att involvera och få med sig medarbetarna på avdelningen.	5,9	5,8
Jag vet vad min närmaste chef förväntar sig av mig.	6,2	6,1
Min närmaste chef respekterar mig.	6,2	6,2
MEDARBETARSAMTAL	5,9	5,7
Vi enades om tydliga mål för mig i medarbetar-/utvecklingssamtalet.	5,9	5,7
Jag är nöjd med mina tidigare medarbetar-/utvecklingssamtal.	6,1	5,9

CPS-UNDERSÖKNING	2010	2009
LOJALITET GENTEMOT DET EGNA HOTELLET	5,9	5,8
Hur nöjd är du med att vara anställd på det här hotellet/HK?	6,1	6,0
Som arbetsplats betraktat, hur attraktivt anser du att ditt hotell är jämfört med andra hotell?	5,7	5,6
LOJALITET GENTEMOT DEN EGNA KEDJAN	5,7	5,7
Hur nöjd är du med att vara en del av denna Choice-kedja?	6,2	6,1
Som arbetsplats betraktat, hur attraktivt anser du att ditt hotell är jämfört med andra hotell?	5,3	5,3
LOJALITET GENTEMOT CHOICE	6,0	5,9
Hur nöjd är du med att vara en del av Choice?	6,2	6,1
Hur attraktiv anser du att Choice är jämfört med andra hotellkedjor?	5,7	5,7
LEDNINGSGRUPPEN	5,7	5,6
Jag uppfattar ledningsgruppen som ett bra team.	5,7	5,6
Jag litar på att ledningsgruppen fattar de rätta besluten.	5,7	5,6
ARBETSMILJÖ	5,7	5,5
idéer	5,8	5,6
strategi - mål	5,6	5,4
samarbete	5,7	5,6
kompetens	5,2	5,0
information	5,9	5,7
system	5,8	5,6
TOTALPOÄNG	5,8	5,7

GRI-INDIKATORER

Denna rapport omfattar Nordic Choice Hospitality Groups aktiviteter i perioden 01.01.2010 till 31.12.2010. Den utkommer varje år.

1		Strategi og analyse	Side
	1.1	Kommentar från VD	3
2		Organisationen	
	2.1	Organisationens namn	8
	2.2	Huvudsakliga varumärken, produkter och tjänster	8, 14-25
	2.3	Organisationsstruktur	8
	2.4	Huvudkontorets lokalisering	72 (side side)
	2.5	Länder där organisationen är verksam	9
	2.6	Ägarstruktur och bolagsform	59
	2.7	Marknader	8-9
	2.8	Bolagets storlek	12
	2.9	Större förändringar under redovisningsperioden	59
	2.10	Erhållna utmärkelser under räkenskapsåret	26-27
3		Redovisningsparametrar	
	3.1	Redovisningsperiod	68
	3.2	Senaste redovisningen	N/A
	3.3	Redovisningscykel	68
	3.4	Kontaktperson för rapporten	72 (side side)
	3.5	Process för att definiera redovisningens innehåll	40
	3.6	Redovisningens avgränsningar	40
	3.7	Begränsningar av omfattningen eller avgränsningen	Ingen begränsningar
	3.8	Redovisningsprinciper för samägda bolag, dotterbolag	N/A
	3.10	Förklaring till korrigeringar från tidigare rapporter	N/A
	3.11	Väsentliga förändringar i omfattning, avgränsning, eller mätmetoder jämfört med tidigare års redovisningar	N/A
	3.12	GRI Index	68

4		Styrning	
	4.1	Styrningsstruktur	59
	4.2	Styrelseordförandens roll	Styrelseordföranden är inte verkställande direktör
	4.3	Ledningsstruktur för verksamheter med Unitary Board	Har inte Unitary Board
	4.4	Aktieägarnas och medarbetarnas möjligheter att lämna förslag etc till styrelsen	66-67
	4.14	Intressentgrupper	55-58
	4.15	Identifiering och urval av intressenter	55-58

Indikatorer

		Ekonomiska resultat	Omfattning	
	EC1	EC1 Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde	Helt	62
		Miljöindikatorer		
	EN5	Minskad energianvändning genom sparande och effektivitetsförbättringar	Helt	43-44
	EN14	Strategier, pågående åtgärder och planer för att framgent hantera påverkan på den biologiska mångfalden	Helt	53
	EN16	Totala direkta eller indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt	Helt	46
	EN18	Initiativ för att minska utsläpp av växthusgaser, samt resultat	Helt	43
	EN22	Total avfallsvikt, per typ och hanteringsmetod	Helt	45
		Sociala indikatorer		
	LA13	Sammansättning av styrelse och ledning nedbruten på kön	Helt	50
	SO6	Värde av finansiella bidrag till politiska partier etc.	Helt	Nordic Choice stöder inga individuella politiska partier eller politiker
	SO8	Betydande böter och sanktioner för brott mot gällande lagar och bestämmelser	Helt	Nordic Choice mottog inga böter eller sanktioner för brott mot gällande lagar och bestämmelser
	PR5	Rutiner för kundnöjdhet, inklusive resultat från kundundersökningar	Helt	57



ENERGI, MOD OCH BEGEISTRING VAR
INTE RESULTATET AV EN MANS STARKA
VILJA, UTAN AV MÅNGA MÄNNISKORS
PASSIONERADE ARBETE.





NORDIC CHOICE HOTELS AS

FREDERIK STANGS GATE 22-24 | P.O. BOX 2454 SOLLI | N-0201 OSLO
TEL.: (+47) 22 40 13 00 | FAX: (+47) 22 40 13 10 | E-MAIL: post@choice.no | **choice.no**

