



WeCare 2016

Årsrapport bærekraft Nordic Choice Hospitality Group

I Nordic Choice deler vi en tradisjon og en kultur for å gjøre mer enn det som er forventet av oss - for gjestene, menneskene våre, samfunnet og miljøet. Vi ønsker å drive hoteller i mange år fremover. Det betyr at vi må drive i harmoni med, ikke på bekostning av, verden rundt oss. I Nordic Choice Hotels kaller vi dette arbeidet for WeCare.



WeCare handler om hvordan vi i vår daglige drift tar vare på mennesker, miljø og lønnsomhet samtidig. Vi mener at vi ikke kan skape lønnsomhet uten å ta vare på mennesker og miljø. Men vi vet også at vi ikke klarer å ta vare på mennesker og miljø uten å drive lønnsomt.

Vi har kartlagt hvordan våre tilsammen 190 hoteller i Norge, Sverige, Danmark, Finland, Latvia og Litauen påvirker miljøet og samfunnet, og vi har lyttet til hva våre gjester, leverandører og representanter for viktige samfunnsinteresser mener. Slik har vi definert hvilke områder som vi skal legge vekt på i vårt arbeid med bærekraft. Disse hovedfokusområdene er:

- Mangfold blant ansatte
- Etisk og bærekraftig handel i våre leverandørkjeder
- Lokalt samfunnsansvar i våre nabolag
- Globalt samfunnsansvar gjennom å bekjempe trafficking
- Miljøvennlig drift
- God, sunn og bærekraftig mat

Denne rapporten handler om vårt arbeid innen fokusområdene og hvordan vi oppnår kontinuerlige forbedringer:

- Vi skal skape muligheter for mennesker i og utenfor vår virksomhet.
- Vi skal drive vår virksomhet mot en positiv påvirkning på våre økosystem og det biologiske mangfoldet.
- Vi skal få våre gjester til å føle seg litt bedre når de sjekker ut enn da de sjekket inn

WeCare er en del av vår identitet og vår kultur, og det er vi stolte av.

Fotnote: Rapporten er i overensstemmelse med rapporteringsstandarden G4/Core.

Våre forpliktelser



 FNs BÆREKRAFTSMÅL

Nordic Choice Hotels ønsker å bidra til realiseringen av FNs bærekraftsmål. Vi mener at innovasjon og et nytt blikk på vante løsninger spiller en stor rolle i dette arbeidet.

Vi har blinket oss ut disse temaene som spesielt relevante for oss:



Nordic Choice Hotels støtter og respekterer Global Compacts ti prinsipper om miljø, anti-korrupsjon og menneskerettigheter og arbeidstakerrettigheter.¹

Som medlem i Initiativ for etisk handel har vi forpliktet oss til å bidra til respekt for menneskerettigheter og arbeidstakerrettigheter i våre leverandørkjeder, og styrke oppslutningen om ansvarlig handel i næringslivet generelt.

Nordic Choice Hotels er sertifisert etter miljøstandarden ISO 14001:2004. Arbeid med å gå over til ISO 14001:2015 pågår.

Hvordan sikrer vi etterlevelse

- Styret er pådriveren for arbeidet med samfunnsansvar i Nordic Choice Hotels
- Vi har fordelt ansvar for gjennomføring av tiltak på alle hoteller og enheter og samarbeider internt om å få til gode resultater.
- Vi har dialog med de som påvirkes av virksomheten vår.
- Vi rådfører oss med eksperter.
- Vi har etablert interne varslingsrutiner.
- Vi er åpne om vårt arbeide og dokumenterer resultatene våre. Vi utgir en årsrapport som inkluderer WeCare-arbeidet.
- Vi bruker rapporten til å vurdere arbeidet vårt og sette oss nye, ambisiøse mål.

¹ Dette betyr at vi som et minimum støtter og respekterer FNs Menneskerettighetserklæring, FNs konvensjon om sivile og politiske rettigheter og FNs konvensjon om økonomiske, sosiale og kulturelle rettigheter, FNs barnekonvensjon og ILOs erklæring om grunnleggende prinsipper og rettigheter i arbeidslivet av 1998.

Gjestene er et mål på suksess – også for bærekraft

Bærekraft er viktig for gjestene våre, og vi tror det blir et enda viktigere tema i fremtiden. Bedrifter og organisasjoner som har avtale med oss, legger også stadig mer vekt på bærekraft når de velger hvilken hotellkjede de skal inngå et samarbeid med. Det setter vi stor pris på. Vi jobber derfor aktivt for å involvere både kunder og gjester i vårt bærekraftsarbeid. Vi skal gi god informasjon om arbeidet vårt, og det skal være enkelt å bidra og komme med innspill til hvordan vi kan forbedre oss.

Vår målsetting	Vi vil at våre gjester skal føle seg litt bedre når de sjekker ut enn da de sjekket inn
Hvorfor er det viktig?	Gjestene skal kunne gjøre seg opp en egen mening om arbeidet vårt og gi oss tilbakemelding slik at vi kan forbedre arbeidet vårt. Dersom gjestene ønsker å bidra i arbeidet, må vi skape løsninger som gjør dette mulig.
Hva gjør vi?	<p>Alle kjedene og alle hoteller skal gjennom aktiviteter, kampanjer og informasjon fortelle og involvere gjestene i WeCare-arbeidet.</p> <p>Noen eksempler:</p> <p>Green Stay hos Clarion Clarion Hotels lanserte som første kjede, konseptet “Green Stay” som gir gjester som bor mer enn én natt på hotellet, mulighet til å droppe rengjøring av rommet. Løsningen er mer miljøvennlig og hotellet donerer penger til UNICEF for hver utelatte rengjøring. I 2017 utvides prosjektet til å omfatte alle kjeder og døpes “Sweet Dreams Stay” som en del av UNICEF-prosjektet “Sweet Dreams”.</p> <p>Fairtrade Fika til 115.000 Hvert år deltar Nordic Choice Hotels i Fairtrades markering “Fairtrade Challenge”. Hotellene deler ut gratis økologisk og Fairtrade-merket kaffe til gjester og forbipasserende og skaper oppmerksomhet i sosiale media. Det beste hotellet får være med vår kaffeleverandør Løfbergs Lila til Honduras for å besøke kaffebøndene våre. I 2016 serverte vi gratis kaffe til 115.000 mennesker i løpet av noen timer under Fairtrade Challenge.</p> <p>MSC og ASC-sertifisering Yasuragi var i 2015 det første hotellet og den første sushi-restauranten i Sverige som ble sertifisert for MSC og ASC. På den måten kan hotellet tydeliggjøre sitt miljøarbeid samtidig som gjestene bevisst kan velge bærekraftige løsninger. I 2016 ble sertifiseringen videreført til alle svenske Clarion-hoteller.</p>

Under Sustainable Brand Index 2017 ble Nordic Choice Hotels kåret til reiselivsbransjens beste på bærekraft. Nordic Choice Hotels havnet i år på åttende plass over Norges mest bærekraftige merkevarer uavhengig av bransje. Sustainable Brand Index er Skandinavias største undersøkelse av bedrifter og bærekraft. Undersøkelsen gjennomføres årlig og dekker de største bedriftene i Sverige, Danmark, Finland og Norge. Totalt 24 000 forbrukere bidrar til evalueringen.

Ansvarlig drift

Vår målsetting	Vår virksomhet skal drives uten bestikkelser og korrupsjon
Hvorfor er det viktig?	Korrupsjon er straffbart og ødelegger tilliten til virksomhetene som rammes.
Hva gjør vi?	Vi har egne retningslinjer for ansatte og for våre leverandører med fokus på bestikkelser og korrupsjon.
Vårt resultat	Resultat rettskraftige dommer (G4-SO5): Ingen rettskraftige dommer i 2016.

Vår målsetting	Både gjester og ansatte skal være trygge på at vi har gode rutiner for sikker og ansvarlig behandling av personopplysninger.
Hvorfor er det viktig?	Vern av privatlivets fred er en menneskerett. Alle har rett til å bestemme hvordan opplysninger om dem selv skal brukes og spres.
Hva gjør vi?	Arbeid med å sikre etterlevelse av EUs nye personvernforordning (2018) er igangsatt.
Vårt resultat	Resultat klager brudd på personvernbestemmelser (G4-PR8): Ingen klager på brudd på personvernbestemmelser ble mottatt i 2016.

Vår målsetting	Vi ønsker å ha gode rutiner for håndtering av både interne og eksterne varslinger.
Hvorfor er det viktig?	Et godt opplegg for varsling gir oss mulighet til å løse problemer tidlig, hvis utilbørlig adferd avdekkes.
Hva gjør vi?	Vi har etiske retningslinjer for ansatte og leverandører som har fokus på rutiner for varsling og viktigheten av varsling. I 2017 implementeres et nytt verktøy for varsling fra medarbeidere og eksterne.
Vårt resultat	Ingen varslinger ble mottatt i 2016.

Våre fokusområder

Et hotellselskap med et bankende hjerte

Vi skal skape muligheter for mennesker i og utenfor vår virksomhet.

Våre medarbeidere er vår aller viktigste ressurs. De mest relevante av FNs bærekraftsmål som berøres av dette arbeidet:



Vår målsetting	Vi vil at våre ansatte skal trives og lære nye ting på jobben, og det skal være et godt samarbeid mellom ledere og medarbeidere
Hvorfor er det viktig?	Fornøyde, kompetente og ansvarlige medarbeidere er den viktigste grunnen til at våre gjester kommer tilbake gang etter gang.
Hva gjør vi?	<p>I 2015 ble en ny medarbeiderundersøkelse innført og i 2016 ble denne gjennomført to ganger for enda bedre kunne respondere på medarbeidernes behov.</p> <p>I løpet av 2016 og 2017 har alle hoteller (unntatt NHR (independent-hotellene)) gjennomført Culture Club, som er et program for å øke trivsel og skape bevissthet rundt kultur. NHR gjennomførte på sin side 7 Habits for alle lederne i NHR.</p> <p>Karrieresidene, egen webside, gjør intern-rekruttering enklere. Disse ble videreført i 2016. Tydelig rekrutteringspolicy som omfatter intern utlysning ble utarbeidet og implementert.</p> <p>Konserntrainee ble for første gang ansatt i 2016.</p>
Vårt resultat	<p>Resultat av medarbeiderundersøkelse som måler trivsel: The Beat eNPS 2015: 27,9 The Beat eNPS 2016: 36,9 Endring: +32,2% Skala -100 til 100. 30 er et godt resultat.</p> <p>Resultat av medarbeiderundersøkelse som måler medarbeideres opplevelse og holdning til bærekraft: The Beat WeCare 2015: 52,5 The Beat WeCare 2016: 58,1 Endring: +10,6%</p>

Vår målsetting	Lavt sykefravær og færrest mulig skader
Hvorfor er det viktig?	Jobben skal ikke gi våre verdifulle medarbeidere dårlig helse
Hva gjør vi?	#PulsforUNICEF gjennomføres hver høst. For hver dag en medarbeider er aktiv (får høyere puls) i mer enn en halv time, gir Nordic Choice 20 NOK til UNICEF og vårt felles Sweet Dreams-prosjekt. I 2016 ble 800.000 NOK donert til UNICEF fra #PulsforUNICEF.

Vårt resultat	<p>Resultat sykefravær og skader (G4-LA6): Sykefraværet går opp i Norge og Sverige, mens fraværet i Danmark er stabilisert etter oppgangen i 2015. Sykefravær 2015: 4,65 % i Norge og 3,69% i Sverige Sykefravær 2016: 4,75 % i Norge og 3,7 % i Sverige Sykefraværet i NCH er lavere enn bransjesnittet og det totale sykefraværet i respektive land. Alle hotellene i Nordic Choice er selvstendige juridiske enheter som hver for seg rapporterer inn eventuelle skader.</p>
---------------	--

Vår målsetting	Vi ønsker at andelen kvinnelige ledere skal være på nivå med andel kvinnelige ansatte.
Hvorfor er det viktig?	Hotellbransjen er en typisk kvinnearbeidsplass, men tradisjonelt har lederne vært menn.
Hva gjør vi?	Vi mener at vår andel kvinnelige mellomledere er på et tilfredsstillende nivå sammenlignet med andelen kvinnelige ansatte og treffer ingen særskilte tiltak for å endre dette.
Vårt resultat	<p>Likestillingstall (G4-LA12): Andel kvinnelige ansatte i hele NCH 2016: 65% Andel kvinnelige avdelingsledere: 2015: Norge: 58%. Sverige: 66% 2016: Norge: 51%. Sverige: 56%</p>

Vår målsetting	Vi skal kjennetegnes ved et mangfold blant medarbeidere og øke andelen mellomledere med ikke-skandinavisk bakgrunn.
Hvorfor er det viktig?	Vår gjester representerer et mangfold. Mangfold blant medarbeidere er en nødvendighet og et konkurransefortrinn.
Hva gjør vi?	Diamond Club ble i 2016 besluttet utviklet og lansert. Diamond Club, som er et verktøy for å fremme interne karrieremuligheter, har et eksplisitt mål om å øke andelen mellomledere med ikke-skandinavisk bakgrunn.
Vårt resultat	<p>Ved utgangen av 2016 talte Nordic Choice over 13 000 medarbeidere fordelt på 177 nasjonaliteter (G4-LA12): Andel medarbeidere med ikke-skandinavisk bakgrunn: 2015: 34% 2016: 38% Andel mellomledere med ikke-skandinavisk bakgrunn: 2015: 13% 2016: 11%</p>

Vår målsetting	Vi skal være en inkluderende arbeidsgiver og foretrukken partner for organisasjoner på området
Hvorfor er det viktig?	Med et stort antall arbeidsplasser uten krav til fagutdanning har vi mulighet til, ansvar for og gleden av å ansette mennesker som ellers ofte faller utenfor arbeidslivet.
Hva gjør vi?	Auditions Clarion Kokkeprosjekt NAV og Arbetsformidlingen

	<p>Rekruttering av nyankomne flyktninger</p> <p>Samarbeid med Ringer i vannet og Samhall</p> <p>Praksisplasser for lærlinger</p> <p>Sammen med læringsarenaen PS:hotell signerte vi i 2016 en unik avtale, hvor målet er å årlig løfte minst 10 mennesker som har hatt spesielle utfordringer tilbake i jobb.</p> <p>I samarbeid med Røde Kors tilbyr vi praksisplasser for mennesker utsatt for menneskehandel.</p>
Vårt resultat	<p>I 2016 fikk i overkant av 650 arbeidsledige tilbud om praksisplass på et Nordic Choice-hotell gjennom selskapets samarbeid med blant annet NAV, Arbetsförmedlingen, Samhall og Ringer i Vannet. 26 % gikk over i fast arbeid etter endt praksisperiode.</p>

Utenfor hotelltrappa

Ansvar utenfor hotelltrappa handler om å ta ansvar for flere enn egne medarbeidere og gjester. Det omfatter leverandørkjeden og lokalt og globalt samfunnsansvar. De mest relevante av FNs bærekraftsmål som berøres av dette arbeidet:



Vår målsetting	Vi bryr oss om arbeidsforholdene i våre leverandørkjeder, og vil bidra til forbedringer.
Hvorfor er det viktig?	<p>Vi har mer enn 200 sentrale leverandører, og omlag en tredel av innkjøpene våre er mat. Alle våre sentrale leverandører har kontorer i landene vi opererer i, men deres leverandørkjeder dekker svært mange land.</p> <p>At arbeidsforhold i leverandørkjeder kan være svært dårlige, er et velkjent problem. Sannsynligheten for at det forekommer sosial dumping og ulovlige arbeidsforhold i flere av bransjene som er knyttet til hotell drift, som bygg og anlegg, renhold, transport og service, er stor.</p> <p>Dette betyr at vi må stille tydelige krav til ansvarlighet og ansvarlige arbeidsforhold både hos våre leverandører og i deres leverandørkjeder.</p>
Hva gjør vi?	<p>Vi har vår egen Code of Conduct (etiske retningslinjer) som er basert på anerkjente FN- og ILO-konvensjoner. Denne inkluderes i alle avtaler.</p> <p>Når vi inngår nye kontrakter, prioriterer vi leverandører som er opptatt av ansvarlige arbeidsforhold og menneskerettigheter i egen virksomhet og hos sine leverandører. I utgangspunktet velger vi bort leverandører som oppgir at de ikke kan etterleve våre etiske retningslinjer. Dersom leverandøren har et ønske og en mulighet til å oppfylle disse ved hjelp av</p>

	<p>ulike forbedringstiltak, vil vi sammen med leverandøren lage en plan for hvordan vi skal oppnå etterlevelse av retningslinjene. Forbedringsplaner kan også lages hvis våre leverandører mangler mål og planer for arbeidet med etisk handel, eller hvis de mangler rutiner for oppfølging av sine egne leverandører.</p> <p>Vårt arbeid med leverandørene baserer seg på et samarbeid om kontinuerlige forbedringer. De leverandørene som verken vil eller får til forbedringer, ønsker vi ikke å jobbe med.</p> <p>I 2016 innførte vi bærekraftige minstekrav om ansvarlige arbeidsforhold og miljø for alle våre leverandører. Alle nye leverandører blir vurdert etter disse minstekravene.</p> <p>Vi inviterte alle leverandører i Norge og Sverige til kurs om bærekraftige minstekrav i samarbeid med Initiativ for Etisk Handel. Tilbakemeldingene fra leverandørene var svært positive.</p> <p>Vi har kategorisert leverandørene våre etter risiko for brudd på våre etiske retningslinjer og bærekraftige minstekrav. Basert på dette har vi utarbeidet en handlingsplan for forbedringstiltak med leverandørene. Kontroller og ytterligere møter med leverandørene er også en del av dette arbeidet. Handlingsplanen implementeres og oppdateres fortløpende.</p> <p>Vi har vært medlem av Initiativ for etisk handel (IEH) siden 2008</p>
Vårt resultat	<p>Etisk handel er et kontinuerlig arbeid for å stadig bli bedre. Vi kan aldri si at vi er i mål og garantere at det ikke forekommer for eksempel barnearbeid i våre leverandørkjeder, men vi kan garantere at vi arbeider for å unngå det.</p> <p>G4-LA14/15; G4-HR10/11: Vår rapport til Initiativ for etisk handel (IEH) for 2016 kan lastes ned fra www.etiskhandel.no/medlem</p>

Vår målsetting	Vi vil bidra til positive endringer i lokalsamfunnene vi er en del av.
Hvorfor er det viktig?	Hotellene skal være en god nabo, og med over 190 hoteller er det mange nabolag vi kan påvirke. Dette er en del av vår kultur.
Hva gjør vi?	<p>I 2016 lanserte vi et internt WeCare fond, der hotellene kan søke om støtte til sine lokale prosjekter. I løpet av året mottok over 20 hoteller støtte fra fondet til prosjekter med flere bysykler, konsert og ball for mennesker med nedsatt funksjonsevne</p> <p>Her er flere eksempler på lokale WeCare-prosjekter:</p> <p>Ensomt juletre søker gaver I desember gjennomfører våre hoteller hvert år en storstilt dugnadskampanje, som går under navnet "Ensomt juletre søker gaver". I 2016 samlet vi inn 55.000 julegaver til vanskeligstilte barn og unge i hotellenes eget nabolag. Gjestene er hjertelig velkommen til å delta og legge en gave under juletreet på et av våre hotell.</p>

	<p>For hver gave som samles inn gir Nordic Choice 10 kr til UNICEF sitt arbeid med å beskytte barn utsatt for menneskehandel.</p> <p>Humlehotell i Tønsberg Quality Hotel Klubben satte i 2016 opp et humlehotell i Ilende naturreservat ved Tønsberg som et svar på det stadig synkende antall humler og bier i verden.</p> <p>Hope for children Clarion Collection har i mange år samlet inn penger, gaver og klær til trengende familier i Baltikum. Prosjektet kom i stand etter initiativ fra ansatte som selv kom fra Baltikum.</p> <p>Livsglede for eldre i Stavanger Quality Airport Hotel Stavanger inviterer hvert år beboere fra byens eldresenter på ball – med musikk, drikke og mat. 150 eldre med ledsagere får komme sammen og få en kveld der de står i sentrum.</p> <p>Søppelrydding i Gøteborg Nordic Choice-hotellene i Gøteborg gjennomførte i 2016 i samarbeid med Gøteborg By en opprydningsaksjon i sine nærmiljø. Søppelposer, hansker og plukkepinne ble stilt til rådighet og store mengder søppel ble fjernet.</p> <p>Dansegalla på Gardermoen Clarion Hotel & Congress Oslo Airport arrangerte i 2016 dansegalla for mennesker med spesielt behov for tilrettelegging. Bandet Ole Ivars spilte til dans for hele 430 danseglade.</p>
Vårt resultat	Over 150 hoteller deltok i julekampanjen "Ensomt juletre søker gaver" der over 55.000 gaver ble delt ut til vanskeligstilte barn i våre nabolag.

Vår målsetting	Vi vil bidra til kampen mot menneskehandel
Hvorfor er det viktig?	<p>Menneskehandel er en av de tre største illegale industriene. Flyktningkrisen gjør menneskehandel enda mer aktuelt, også i de landene vi har virksomhet.</p> <p>Menneskehandel er blant verdens største kriminelle virksomheter, og rammer hvert år mer 1.2 millioner barn. Særlig i Sørøst-Asia er sexturisme og misbruk av barn et stort og økende problem. Som en ansvarlig aktør innen reiselivsindustrien har vi valgt å bidra i kampen mot menneskehandel av barn i Kambodsja.</p>
Hva gjør vi?	Nordic Choice er signaturpartner til UNICEF og har samarbeidet med UNICEF siden 2008. Siden 2012 har samarbeidet fokusert på menneskehandel. I 2016 fornyet vi vår avtale med UNICEF hvor vi forpliktet oss til å hjelpe enda flere barn utsatt for menneskehandel. Vi lanserte prosjektet Sweet Dreams som enda tydeligere involverer medarbeidere og gjester i UNICEFs arbeid for barn utsatt for menneskehandel. For hver natt

	<p>en gjest bor hos oss, bidrar vi til en trygg natts søvn for barn utsatt for menneskehandel.</p> <p>Involvering av ansatte #PulsforUNICEF – fire uker på høsten: For hver dag medarbeidere i NCH er aktive i minst en halvtime, gir vi 10,- til UNICEF. Over 4000 medarbeidere deltok i 2016.</p> <p>Run for UNICEF: For hver medarbeider som stiller til start på et NCH-lag i Holmenkollstafetten i Oslo, gir NCH 300,- NOK til UNICEF. 100 000,- NOK ble gitt til UNICEF i 2016.</p> <p>Felttur: Tre medarbeidere fikk i 2016 følge med UNICEF på felttur til Kambodsja.</p> <p>Julegaver: I stedet for å kjøpe julegaver til medarbeidere, gir mange hoteller gaver til UNICEF i stedet. I 2016 summerte dette seg til 400 000,- NOK. I stedet for påskeegg til ansatte, ga vi i stedet 150 000,- til UNICEF.</p> <p>Involvering av gjester Julekampanje: “Ensomt juletre søker gaver” samler vi inn julegaver fra gjester, medarbeidere og andre. For hver julegave som samles inn, gir vi 10,- til UNICEF. I 2016 ble 55.000 julegaver og verdikuponger samlet inn til UNICEF.</p> <p>Poeng fra medlemmer: Hvert år gir vi våre medlemmer i Nordic Choice Club muligheten til å donere sine oppsamlede medlemspoeng til UNICEF. I 2016 utgjorde dette en donasjon på i underkant av 300 000 NOK.</p> <p>Kommunikasjon på hotell: I 2016 rullet vi ut kommunikasjon på hotell for å øke kjennskap til UNICEF, deres arbeid for trafficking og vårt samarbeid. Små merkelapper ble plassert på alle rom på hotellene våre</p> <p>Nødhjelpsinnset Vi bidrar også til deres nødhjelpsinnset ved større katastrofer. I 2016 ble det ikke avholdt egne kampanjer for dette.</p> <p>Vi har utviklet retningslinjer for håndtering av mistanke om prostitusjon på hotell, med innspill fra prostituerte.</p> <p>I samarbeid med Røde Kors tilbyr vi praksisplasser for mennesker utsatt for menneskehandel.</p>
Vårt resultat	Totalt donerte Nordic Choice Hotels 3 680 000 kroner til UNICEF i 2016. For hver natt en gjest bor hos oss gir vi en donasjon til vårt Sweet Dreams prosjekt. I 2016 resulterte dette i 110 000 trygge netter for barn. I tillegg kom ytterligere donasjoner fra ansatte og selskapet som ga 70.000 trygge netter.

Bærekraft i alle ledd

Vi skal drive vår virksomhet mot en positiv påvirkning på våre økosystem og det biologiske mangfoldet.

Vi arbeider systematisk for å redusere vårt miljø-fotavtrykk. De mest relevante av FNs bærekraftsmål som berøres av dette arbeidet:



I 2012 satte vi mål for miljøarbeidet vårt fram til 2016. Målsettingen var at det skulle være mer miljøvennlig å bo på hotell enn hjemme. Vi oppnådde en del av målene, men ikke alle.

Vår målsetting	Alle våre hoteller er miljøsertifisert i henhold til ISO 14001
Hvorfor er det viktig?	Klimagassutslipp, dårlig ressursbruk og forurensning truer kommende generasjoner og biologisk mangfold.
Hva gjør vi?	<p>Miljøstyringssystemet ISO 14001 sørger for fokus på de viktigste miljøaspektene på et hotell og kontinuerlige forbedringer der nye mål settes hvert år. For å sikrestille arbeidet på hotell brukes et egenutviklet miljøstyringsverktøy som kalles Penguin.</p> <p>Revisjoner Alle Nordic Choice-hoteller internrevideres i løpet av en treårsperiode. Revisjonsselskapet DNV-GL sertifiserer oss gjennom et gitt antall revisjoner på hotell samt på hovedkontoret.</p> <p>Opplæring Som en viktig del av miljøstyringssystemet, er opplæring blant alle ansatte. Nordic Choice har en egen e-læring på miljø for alle ansatte.</p> <p>Miljøkoordinator Hvert hotell har en egen miljøkoordinator som koordinerer, iverksetter og sørger for implementering av tiltak på sitt hotell samt sørger for registrering og oppfølging av miljødata. Hvert år gjennomføres også mange kurs og samlinger for koordinatorene.</p> <p>Bærekraftscoacher I samarbeid med Sustainergies i Sverige og GreenCo i Norge jobber årlig 60 studenter i Sverige og 30 studenter i Norge som bærekraftscoacher på hotell. Én dag per måned bistår de hotellet sitt i videreutvikling og implementering av miljøarbeidet.</p>

	Coachene gjennomfører også revisjoner på økologisk mat på hotellene.
Vårt resultat	<p>Nordic Choice Hotels er sertifisert etter miljøstandarden ISO 14001:2004 og vi arbeider med å bli sertifisert etter ISO 14001:2015.</p> <p>Vi er stolte over å være sertifiserte i henhold til ISO 14001 og også stolte over DNV-GLs kommentar ved siste revisjon: Nordic Choice har en ledelse som er tydelig og synlige når det gjelder bærekraftfokus.</p> <p>4300 medarbeidere gjennomførte i 2016 e-læringen på miljø. Det utgjør 35% av ansatte. I tillegg gjennomførte mange hoteller plenumsgjennomgang av opplæringen. Antallet har er ikke registrert. I 2017 implementeres nytt Learning Management System i NCH for bedre opplæring, kontroll og registrering av hvem som gjennomfører opplæringene.</p>

Vår målsetting	Vi vil redusere våre klimagassutslipp
Hvorfor er det viktig?	Klimagassutslipp gjør kloden varmere. For å bevare kloden slik vi kjenner den, må utslippene reduseres.
Hva gjør vi?	Reduksjon i klimagassutslipp er en konsekvens av alle de andre tiltakene som gjøres på miljø.
Vårt resultat	<p>Klimagassutslipp, scope 1 (G4-EN15 og G4-EN18)</p> <p>Siden 2012 har vi redusert CO2-utslippene per gjestedøgn med nesten 20%.</p> <p>Klimagassutslipp per gjestedøgn:</p> <p>2015: 3,05 kg</p> <p>2016: 2,65 kg</p> <p>Totalt utslipp:</p> <p>2015: 27 570 tonn</p> <p>2016: 25 500 tonn</p>

Vår målsetting	Vi vil sortere avfallet vårt, så det kan gjenvinnes
Hvorfor er det viktig?	Sortering av avfall bidrar til høyere resirkuleringsgrad og bedre utnyttelse av avfallsressursene.
Hva gjør vi?	Sentralt ble ikke gjennomført særskilte tiltak for å redusere restavfallet i 2016, men hotellene jobber kontinuerlig med å forbedre sorteringsrutiner og løsninger for sortering.
Vårt resultat	<p>Avfall fordelt på våre største fraksjoner (G4-EN23):</p> <p>Restavfall: 44%</p> <p>Våtorganisk avfall: 28%</p> <p>Papp/papir: 11%</p> <p>Glass: 10%</p> <p>Fett fra fettutskiller: 4%</p> <p>Fordeling hentet fra Norge siden svenske tall er ikke tilgjengelige,</p>

	<p>men fordelingen er trolig representativ også for Sverige.</p> <p>Siden 2008 har vi redusert restavfallsmengden med nesten 50%. 2015: 0,6 kg/gjestedøgn 2016: 0,5 kg/gjestedøgn Mål 2016: Redusere med -10% fra 2012. Resultat: -16,7%</p>
--	---

Vår målsetting	Vi vil redusere vårt energiforbruk per m³
Hvorfor er det viktig?	Rundt 75 prosent av verdens energiforbruk dekkes av olje, kull og naturgass. Dette bidrar sterkt til verdens klimagassutslipp.
Hva gjør vi?	LED-prosjektet ble fullført i 2016, der glødepærer og halogenpærer har blitt skiftet ut med LED-pærer. En av våre ansatte ble sertifisert energikartlegger i 2016.
Hva har vi oppnådd?	Energiintensitet - forbruk per kvm (G4-EN5): 2015: 209,0 kWh/m ² 2016: 216,2 kWh/m ² Endring: 3%

Vår målsetting	Alle hoteller der det er mulig, skal ha fornybar energi
Hvorfor er det viktig?	Fossil energi og annen ikke-fornybar energi har stor påvirkning på klimautslipp.
Hva gjør vi?	Siden 2007 har vi kjøpt fornybar-garantier fra Ishavskraft, og der vi har mulighet, har vi fortløpende skiftet til fornybare energikilder. Flere av våre hoteller har investert i jordvarme og solenergi. I 2016 investerte blant annet Yasuragi og Quality Hotel Friends i solcellepaneler på taket av sine hoteller.
Hva har vi oppnådd?	Andel hoteller med fornybar energi: 2015: 80% 2016: 81%

Vår målsetting	Færrest mulig transporter
Hvorfor er det viktig?	Transport bidrar til utslipp av klimagasser.
Hva gjør vi?	Hotellene jobber kontinuerlig med å redusere antall leverandørtransporter til og fra hotell blant annet ved å redusere antall bestillinger gjennom bedre bestilingsrutiner. Dette har blitt enklere ved innføring av Menybank som innkjøpsplanlegger. Flere leverandører samkjører for å spare antall transporter. I Norge bidro Bama med samkjøringen av leveranse av sjømat, frukt og grønt til 5000 færre transporter. Sammen med leverandørene har vi innført volumrabatter som incitament for færre og større leveranser.
Hva har vi oppnådd?	Kartlegging og overvåking av transport er under revisjon da vi

	<p>ønsker å endre fra antall transporter til utslipp fra transport. 2015: Gjennomsnittlig 1281 transporter per hotell 2016: Gjennomsnittlig 1267 transporter per hotell Endring: -1% I løpet av 2017 og 2018 vil vi jobbe fram en mer relevant indikator for å måle utvikling av transport og konsekvens for utslipp.</p>
--	---

Vår målsetting	Vi vil redusere vårt forbruk av kjemikalier
Hvorfor er det viktig?	Bruk av kjemikalier kan ha alvorlige effekter for dyr, mennesker og miljø.
Hva gjør vi?	<p>Alle kjemikaliene vi bruker er inndelt i røde, gule og grønne (=miljøvennlige) kjemikalier og registrert i et sentralt stoffkartotek. Hotellene jobber kontinuerlig med å redusere bruken av røde og gule kjemikalier og sammen med leverandørene finner vi stadig mer miljøvennlige produkter og metoder.</p> <p>I Norge og Sverige er det flere hoteller som har innført ultrarent vann og bruk av ozonvann. Begge disse metodene bidrar til mye mindre kjemikaliebruk.</p>
Hva har vi oppnådd?	<p>Kjemikaliebruken (samlede kjemikalier for renhold) 2015: 35 gram/gjestedøgn 2016: 33 gram/gjestedøgn Endring: -5,7% Siden 2012 er mengden av kjemikalier redusert med 20%. Mål 2016: Redusere med -20% fra 2012. Resultat: -20%</p>

Vår målsetting	Vi vil redusere vannforbruket per gjestedøgn
Hvorfor er det viktig?	Globalt er tilgang på rent vann en stor utfordring. I Norden ønsker vi å redusere vannforbruket dels for å redusere behovet for energi til oppvarming og behovet for kjemikalier til vannrensing.
Hva gjør vi?	I 2016 fortsatte arbeidet med å skifte til sparedusjer med enda bedre effekt.
Hva har vi oppnådd?	<p>Vannforbruk per kilde (kilde er kommunalt vann for alle våre hoteller) (G4-EN8) 2015: 221,1 liter/gjestedøgn 2016: 216, 0 liter/gjestedøgn Mål 2016: Redusere med -20% fra 2012. Resultat: -10,6%</p>

Vår målsetting	Vi stiller miljøkrav til våre leverandører
Hvorfor er det viktig?	Hvis vi skal oppnå gode miljøresultater, er vi avhengig av at leverandørene våre samarbeider
Hva gjør vi?	I 2016 innførte vi bærekraftige minstekrav om ansvarlige arbeidsforhold og miljø for alle våre leverandører. Alle nye leverandører blir vurdert etter disse minstekravene. Flere miljøaspekter inngår som en del av minstekravene.

	Vi har etiske retningslinjer (CoC) for leverandører som også omfatter miljøkrav.
Hva har vi oppnådd?	<p>Alle våre avtaler med sentrale leverandører inneholder konkrete miljøkrav gjennom bærekraftige minstekrav og CoC for leverandører.</p> <p>G4-EN32: Screening av nye leverandører, miljø: Alle leverandører vurderes utfra miljøkrav i større eller mindre grad.</p> <p>G4-EN33 (styringsystem): Oppfølging av eksisterende leverandører, miljø: Vi har en handlingsplan for alle eksisterende, sentrale leverandører basert på egen vurdering av leverandørens arbeid innen miljø og sosiale forhold.</p>

Vi skal tilby god, sunn og bærekraftig mat. De mest relevante av FNs bærekraftsmål som berøres av dette arbeidet:



Nordic Choice Hotels er den første hotellkjeden i Norden som er MSC-sertifisert og ASC-sertifisert. Våre hoteller er ISO 14001-sertifisert og sertifisert på økologi i henhold til KRAV i Sverige og Debio i Norge (Ø-merket).

Vår målsetting	Alle våre hotell skal tilby god, sunn og bærekraftig mat i henhold til matplattformen i Nordic Choice Hotels.
Hvorfor er det viktig?	<p>Matproduksjon er største enkeltstående årsak til avskoging, tap av biologisk mangfold og ødeleggelse av havene. 30 prosent av all klimagassutslipp er relatert til mat.</p> <p>Forskning viser at inntak av mat med en høy andel av grønnsaker, bær og frukt, grove kornprodukter og fisk, kan forebygge sykdom.</p>
Hva gjør vi?	<p>Allerede i 2012 laget vi matplattformen som definerer retningslinjer og satsningsområder for alle hotellene våre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mindre matavfall • Mindre rødt kjøtt, mer frukt og grønt • Økt andel økologisk produserte matvarer • Bærekraftig sjømat • Forbud mot bruk av rødlistede dyrearter • Kun bærekraftig produsert palmeolje • Lokalmat <p>Matplattformen utvikles kontinuerlig i takt med ny viten.</p>

Hva har vi oppnådd?	Alle kjedene har matkonsepter, retningslinjer og innkjøpsrutiner som sikrer etterlevelse av matplattformen. Se også under.
---------------------	--

Vår målsetting	Vi vil ikke kaste mat
Hvorfor er det viktig?	Cirka 30 prosent av maten som produseres i verden, ender som matavfall.
Hva gjør vi?	<p>Vi gjennomfører mange ulike tiltak for å redusere matavfallet på hotellene våre - her er noen eksempler:</p> <p>Mindre tallerken, mindre matavfall Tidligere vitenskapelige tester på våre hoteller viste at ved å redusere tallerkenstørrelsen, reduseres matavfallet ved buffet. Våre nye tallerkener ga hele 20% mindre matavfall. Dette er videreført i 2016 og ny, mindre tallerken er standard for buffet.</p> <p>Ny metode for måling Måling bidrar til endring, og derfor er riktig måling viktig. I 2016 startet utrulling av nytt datasystem som gjør det enkelt å samle inn tall for hvor mange besøkende en hotellrestaurant har. Dermed kan vi implementere indikatoren matavfall per spisende gjest fra 2017 som en mer automatisk og korrekt måling.</p> <p>Menybank I 2016 ble vår menybank videreutviklet. Den gjør det enklere for hotellene å beregne porsjonsstørrelser og riktig mengde mat slik at mindre mat kastes. Her er det også oppskrifter for restemat.</p> <p>Kurs I samarbeid med leverandører hadde vi flere kurs i råvarebearbeiding og retter for restemat.</p> <p>Kutt Matsvinn 2020 Våre leverandører er kjent med satsningen vår, og i 2016 lanserte Norgesgruppen i Norge blant annet Kutt Matsvinn 2020 som en konsekvens av vårt arbeid. Sammen med andre aktører i restaurantbransjen, blant annet Scandic, har vi forpliktet oss til å redusere matavfallet med 20% innen 2020.</p>
Vårt resultat	<p>Det totale matavfallet målt per overnattende gjest ga i 2016 en reduksjon på 19% fra 2015.</p> <p>I 2017 innføres indikatoren matavfall per spisende gjest, som da også omfatter konferanse-gjester, lunsj- og middagsgjester. Dette vil være en mer korrekt indikator.</p>



Vår målsetting	Vi skal servere mindre rødt kjøtt og øke forbruket av frukt og grønt.
Hvorfor er det viktig?	Både av hensyn til helsa og miljøet bør vi spise mer frukt og grønnsaker, og mindre rødt kjøtt. 15 prosent av de globale klimagassutslippene kommer fra kjøttindustrien, og jevnt over spiser vi mer enn dobbelt så mye rødt kjøtt og bearbejdede kjøttprodukter som er anbefalt av helsemyndighetene.
Hva gjør vi?	<p>Alle kjedene har utviklet og implementert matkonsepter som bidrar til redusert kjøttforbruk og økt forbruk av frukt og grønt. Innkjøp har sørget for verktøy for bedre innkjøp, og leverandørene bidrar med innovasjoner på produkt og tjenester. I tillegg er det gjennomført flere andre tiltak - her er noen eksempler:</p> <p>Menybank Vi har laget en menybank hvor alle hotellene kan hente oppskrifter på sunnere retter med mer frukt og grønnsaker og mindre rødt kjøtt.</p> <p>Nudging Vi «nudger» på buffeter slik at gjestene spiser sunnere, mer grønnsaker og mindre kjøtt. Ved å plassere fisk og grønnsaker før kjøttet på buffeten, reduserte vi kjøttforbruket med 10% og økte forbruket av salater med 25%.</p> <p>Banketter og serveringslunsjer Vi serverer mye sjeldnere rødt kjøtt på banketter og serveringslunsjer fordi vi styrer valgene i mye større grad selv.</p> <p>Prinskorv og skinke I Sverige har vi lansert prinskorv med kylling i stedet for svin. Det har redusert rødt kjøtt-forbruket med flere tonn! Samtidig har leverandøren vår tatt fram skinker med mindre diameter – tilpasset rundstykkene våre, og dermed med redusert forbruket av rødt kjøtt.</p> <p>Kjøttboller+Grønt Sammen med leverandørene våre i Norge har vi utviklet kjøttkaker med 1/3 grønnsaker, mindre salt og mindre fett.</p>
Hva har vi oppnådd?	Å anslå den totale mengden kjøtt og frukt/grønt som serveres krever bedre statistikker enn det som per dags dato er mulig å få fra våre leverandører.

Vår målsetting	Vi skal tilby et godt utvalg økologiske produkter
Hvorfor er det viktig?	Økologisk mat er produsert uten bruk av sprøytemidler og kunstgjødsel og med minimal bruk av tilsetningsstoffer. Det er strenge reguleringer for husdyrhold, og dyrene skal kunne leve i samsvar med sin egenart.
Hva gjør vi?	Vi er sertifiserte: I Norge etter Debio, i Sverige etter KRAV. Vi jobber systematisk med å finne gode økologiske alternativer og utvide sortimentet til å omfatte flere varegrupper.
Hva har vi oppnådd?	Alle våre hoteller har et minimumssortiment (med bl.a. egg og kaffe). Hotellene serverte i 2016 ca. 3400 kopper økologisk og Fairtrade-merket kaffe per time, I løpet av 2016 servert over 10 millioner økologiske egg. De fleste hoteller kan tilby heløkologiske menyer til kunder som ønsker dette.

Vår målsetting	Vi skal kun tilby bærekraftig og sertifisert sjømat
Hvorfor er det viktig?	Livet i havet er en viktig ressurs, og må forvaltes på en god måte.
Hva gjør vi?	Vi arbeider for å øke andelen av sertifisert sjømat, og for å sertifisere våre restauranter etter standardene Marine Stewardship Council (MSC), som er en sertifiseringsordning for bærekraftig villfanget fisk og Aquaculture Stewardship Council (ASC) for oppdrettsfisk og sjømat. Begge ordningene sikrer en bærekraftig forvaltning av havet. Samtlige hoteller i Sverige ble sertifisert i 2016 (i Norge først i 2017).
Hva har vi oppnådd?	Sverige: Nesten 40% av fisken vi kjøper er sertifisert 2015: Yasuragi ble MSC/ASC-sertifisert som første hotell og første sushirestaurant i Sverige 2016 Clarion Sign Yasuragi MSC/ASC-sertifisert Norge: 10% i av fisken vi kjøper er sertifisert

Vår målsetting	Vi skal ikke tilby matvarer som er utrydningstruet, ødelegger miljøet eller er forbundet med dårlig dyrevelferd.
Hvorfor er det viktig?	Å servere slike matvarer strider mot våre grunnleggende verdier.
Hva gjør vi?	Etter innspill fra WWF, den norske og svenske artsdatabanken og Dyrevernalliansen laget vi i 2012 vår egen Rødlister som viser hva vi ikke serverer på noen av våre hoteller: scampi, blå- og gulfinnet tunfisk, uer, ål, gåselever og andelever. Denne har deretter blitt videreutviklet og utvidet.
Hva har vi oppnådd?	Våre hoteller serverte ikke rødlistede arter i 2016 basert på rapportert fra leverandører, hotellene selv samt internrevisjoner.

Vår målsetting	Vi tillater kun bærekraftig produsert palmeolje.
Hvorfor er det viktig?	Palmeoljeproduksjon kan være forbundet med store miljøødeleggelser og brudd på menneskerettighetene.
Hva gjør vi?	Vi stiller krav om at produkter som inneholder palmeolje kun skal inneholde bærekraftig palmeolje sertifisert til de to strengeste nivåene til sertifiseringsordningen Roundtable on sustainable palmoil (RSPO) - det vil si enten som identity preserved eller segregert.
Hva har vi oppnådd?	Vi besluttet å kun tillate bærekraftig palmeolje i 2012. Siden ingen av våre leverandører kunne tilby dette, ble vi palmeoljefrie: Først i 2012 med Quality Hotel Fredrikstad. Deretter i 2014 med hele Clarion-kjeden. Fra og med 2015 har vi kun tillatt bærekraftig produsert palmeolje på alle våre hoteller.

EAT	
	<p>EAT er en stiftelse som jobber med å finne løsninger for å finne bærekraftige løsninger for matvaner og matproduksjon for fremtiden, når verdens befolkning vokser til 9 milliarder mennesker. EAT skal bidra til at politikere, forskere og næringsliv trekker i samme retning.</p>
	
<p>EAT arrangerer konferanser, møter, seminarer, etc. og har på rekordtid etablert seg som en av de viktigste globale aktørene innen mat, helse og bærekraft.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● NCH var med å starte EAT i 2013 og den første konferansen ble arrangert i Stockholm på Clarion Hotel Sign i 2014. ● Siden 2014 har vi arrangert Local EAT Award, der vi kårer ti regionale vinnere og en hovedvinner innen mat, helse og bærekraft i NO og SE. ● NCH er den største næringslivspartneren til EAT. 	

Nordic Choice skal tilby god, sunn og bærekraftig mat. Sertifiseringsordninger for mat hjelper oss å ivareta dette. Følgende sertifiseringsordninger er vi en del av:



KRAV-merket er det offisielle svenske økologimerket og garanterer at en vare er økologisk dyrket.



Fairtrade er en internasjonal merkeordning som gjennom handel styrker bønder og arbeidere i utviklingsland og garanterer en minstepris til bonden.



Ø-merket ved Debio er det offisielle norske økologimerket og garanterer at en vare er økologisk dyrket.



MSC (Marine Stewardship Council) er en merkeordning som garanterer at sjømat kommer fra bærekraftig, villfanget fiske.



EU-økologisk er EUs offisielle økologimerke og garanterer at en vare er økologisk dyrket.



ASC (Aquaculture Stewardship Council) er en merkeordning som garanterer at sjømat kommer fra bærekraftig oppdrettsfiske.



Luomu er det offisielle finske økologimerket og garanterer at en vare er økologisk dyrket.












ISO 14001 er et miljøstyringssystem for miljø.



Ø-merket er det offisielle danske økologimerket og garanterer at en vare er økologisk dyrket.

Nordic Choice sitt arbeid sett fra bærekraftsmålene

 <p>FNs BÆREKRAFTSMÅL</p>	<p>Nordic Choice Hotels ønsker å bidra til realiseringen av FNs bærekraftsmål. Vi mener at innovasjon og et nytt blikk på vante løsninger spiller en stor rolle i dette arbeidet. Dette er en oversikt over våre målsettinger.</p>
<p>3 GOD HELSE</p> 	<p>Lavt sykefravær og færrest mulig skader</p> <p>Vi skal servere mindre rødt kjøtt og øke forbruket av frukt og grønt.</p>
<p>10 MINDRE ULIKHET</p> 	<p>Vi vil at våre ansatte skal trives og lære nye ting på jobben, og det skal være et godt samarbeid mellom ledere og medarbeidere</p> <p>Vi ønsker at andelen kvinnelige ledere skal være på nivå med andel kvinnelige ansatte.</p> <p>Vi skal kjennetegnes ved å være en flerkulturell bedrift</p> <p>Vi ønsker å være en inkluderende arbeidsgiver</p> <p>Vi bryr oss om arbeidsforholdene i våre leverandørkjeder, og vil bidra til forbedringer.</p> <p>Vi vil bidra til kampen mot menneskehandel</p>
<p>11 BÆREKRAFTIGE BYER OG SAMFUNN</p> 	<p>Vi vil bidra til positive endringer i lokalsamfunnene vi er en del av.</p>
<p>12 ANSVARLIG FORBRUK OG PRODUKSJON</p> 	<p>Vi stiller miljøkrav til våre leverandører</p> <p>Vi vil ikke kaste mat</p> <p>Vi vil sortere avfallet vårt, så det kan gjenvinnes</p> <p>Vi vil redusere vårt forbruk av kjemikalier</p>
<p>13 STOPPE KLIMAENDRINGENE</p> 	<p>Vi vil redusere våre klimagassutslipp</p> <p>Vi vil redusere vårt energiforbruk per m³</p> <p>Vi vil ha færrest mulig transportter</p>
<p>14 LIV UNDER VANN</p> 	<p>Vi skal kun tilby bærekraftig og sertifisert sjømat</p> <p>Vi vil redusere vannforbruket per gjestedøgn</p>
<p>15 LIV PÅ LAND</p> 	<p>Vi skal tilby et godt utvalg økologiske produkter</p> <p>Vi skal ikke tilby matvarer som er utrydningstruet, ødelegger miljøet eller er forbundet med dårlig dyrevelferd.</p> <p>Vi skal bare bruke sertifisert palmeolje</p>
<p>17 SAMARBEID FOR Å NÅ MÅLENE</p> 	<p>Vi samarbeider aktivt med gjestene om å nå bærekraftsmålene våre.</p> <p>Vi lytter til og samarbeider med eksperter og andre som er opptatt av virksomheten vår.</p> <p>Vi var med å stifte EAT i 2013, og er den største næringslivspartneren</p> <p>Vi er medlem av Initiativ for etisk handel</p> <p>Vi er tilsluttet FNs Global Compact</p>

Se del 2 for mål- og resultatsmatrise samt GRI-tabell.

Pushing for change, because *WeCare.* 