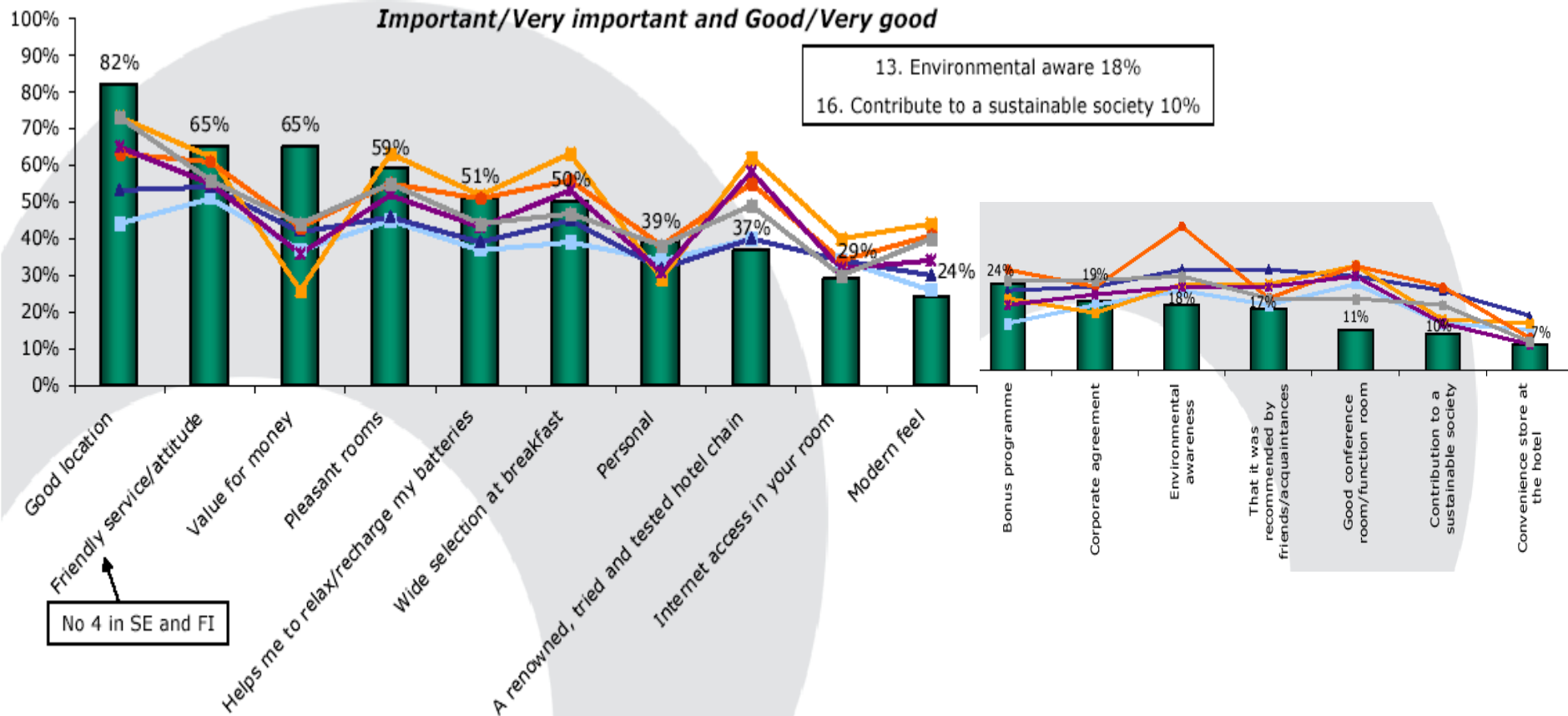



Scandic – miljöarbete och samhällsengagemang

Inger Mattsson
Manager Sustainable Business



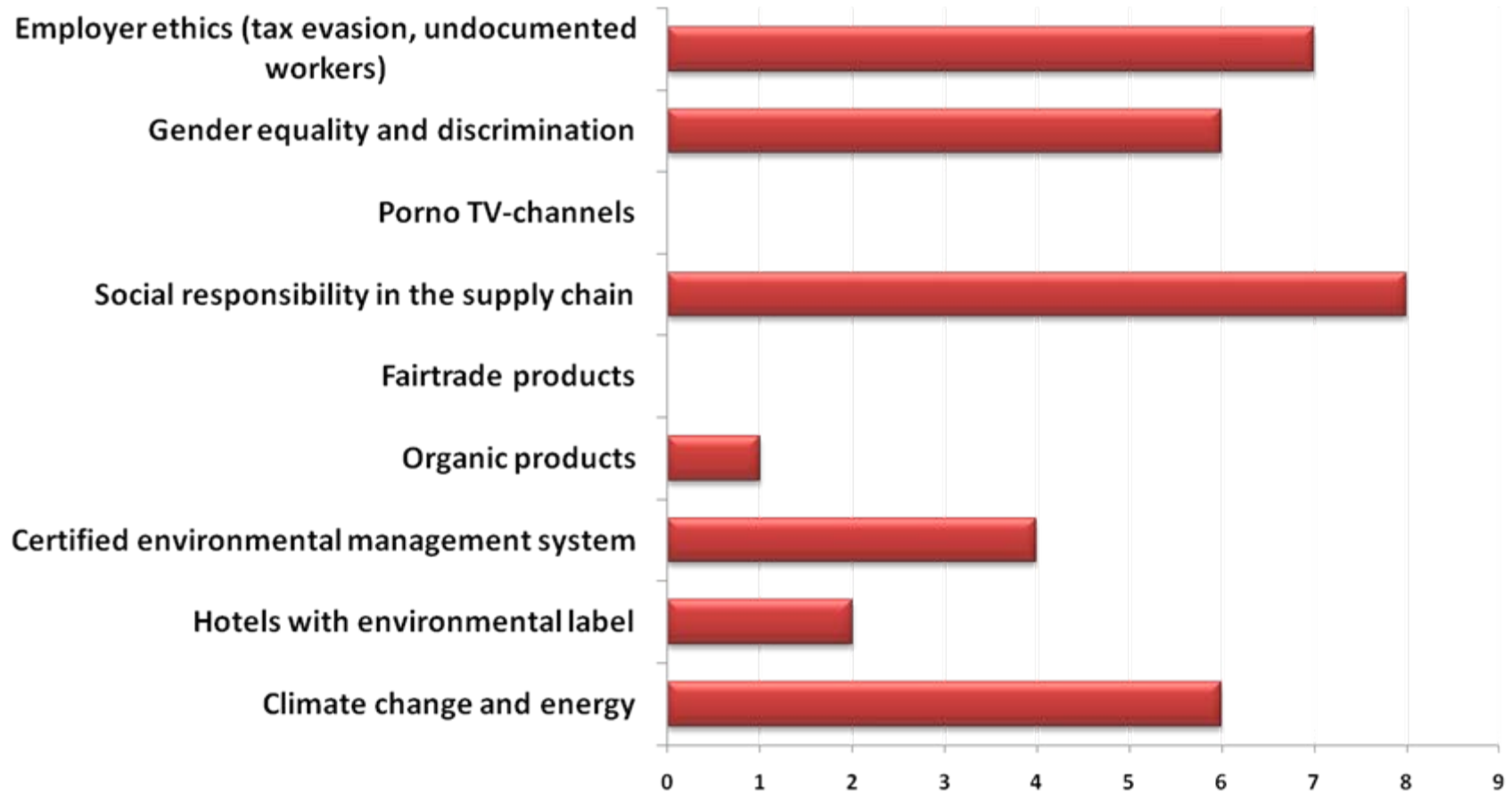
Vad gästerna vill



Important in choice of hotel/Mark 



The most important issues according to Scandic customers



Bygga varumärket och skapa affärer

- Passiv

Göra saker och hoppas att de som bor hos oss upptäcker det och blir glada

- Aktiv

Göra saker och kommuncera dem för att skapa ett medvetet val



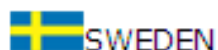
Initiativ - samhällsengagemang

- Scandic Sustainability Fund
 - Stöd till innovativa projekt inom miljö och socialt engagemang.
- Insamlingar och gåvor
 - Rosa Bandet – huvudsponsor i tre år
 - Julgåva – senast Hand in hand
 - Katastrofinsamling
- Sponsring
 - T ex Fryshusandan i Sverige
 - Stockholm Water Prize
- Inköp
 - Kaffe, bananer, choklad, socker – Fairtrade
- Scandic i samhället
 - 3 lokala aktiviteter/ hotell och år



LIST BY PERIOD: 2010

LIST RESULT:

**Scandic Alvik**

Blodgivare
 Jobbträning
 Samverkan Hotell & Skola
 Stödjer MOD Sverige
 Trampolin projektet

Scandic Backadal

Lämna blod
 Organisationen Helping Hands får bo gratis
 Praktikanter
 Samarbete med "Iris Hadar" skola för hörselskadade
 Skänker kuddar och täcken
 Skänker kvarglömda kläder
 Sponsrar Göteborgs ungdomsfotboll
 Träning av polishundar
 Värme åt nattvandrarerna

Scandic Bollnäs

Föreningsstöd
 Föreningsstöd
 Lärarledda lektioner på hotellet
 Stipendier

Scandic Bromma

Samarbete Hotell & Skola

Scandics samhällsengagemang

Mål med workshop:

- Därför är samhällsengagemang viktigt för Scandic
- Den röda tråden (strategier)
- Aktivitetsplan

Nyckelfrågor för workshop

Dessa områden ska vi finna lösningar för:

- Skapa delaktighet hos
 - Medarbetare
 - Avtalskunder
 - Gäster
- Partnerskap och sponsring
- Insamlingar och gåvor
- Tema
- Kommunikation – internt och extern

Hitta den "röda tråden"

- Vilken negativa samhällspåverkan har vi som vi är moraliskt skyldiga att rätta till?

eller

- Vad för något speciellt har vi som vi kan erbjuda som gör samhället lite bättre?

Workshop - skapa aktivitetsplanen

Fokusområde – De här frågorna vill vi bli kända för	Målgrupp – De här ska känna till vårt engagemang	Budskap – Så här ska Scandic uppfattas	Aktiviteter – Det här ska Scandic göra	Förutsättning – Det här måste finnas på plats	Tidplan – Då genomförs aktiviteten
1. Scandic bidrar till ökad sysselsättning	Ungdomar, föräldrar, lärare, skolor, kunder	Scandic tar dig över tröskeln in i arbetslivet	<ol style="list-style-type: none"> Hitta en lokal partner nationellt och på kedjenivå. 14 Identifiera kommunicera relevanta kanaler (sociala medier) Kundaktiviteter FGP/Lojalitetsprogram gäster/familjer med barn/ungdomar Drogfri disco 	<ol style="list-style-type: none"> Paketera ett erbjudande som attraherar ungdomar den nya generationen. Lätt och enkelt att hitta jobb, söka jobb Inspirerande web kommunikation Tillåta social media 	
2. Tillgänglighet			<ul style="list-style-type: none"> - Centrala Samarbetspartners/ Min Stora Dag 14 - Paralympics junior 10 - Special olympics 		
3. Lokalt samhällsengagemang		Omtanke	Kommunicera mera		



Prestigelös



Nytänkande



Medveten



Engagerad

Scandic vill vara en del av
lösningen,
inte en del av problemet