



Saariselkä

13.06.2023

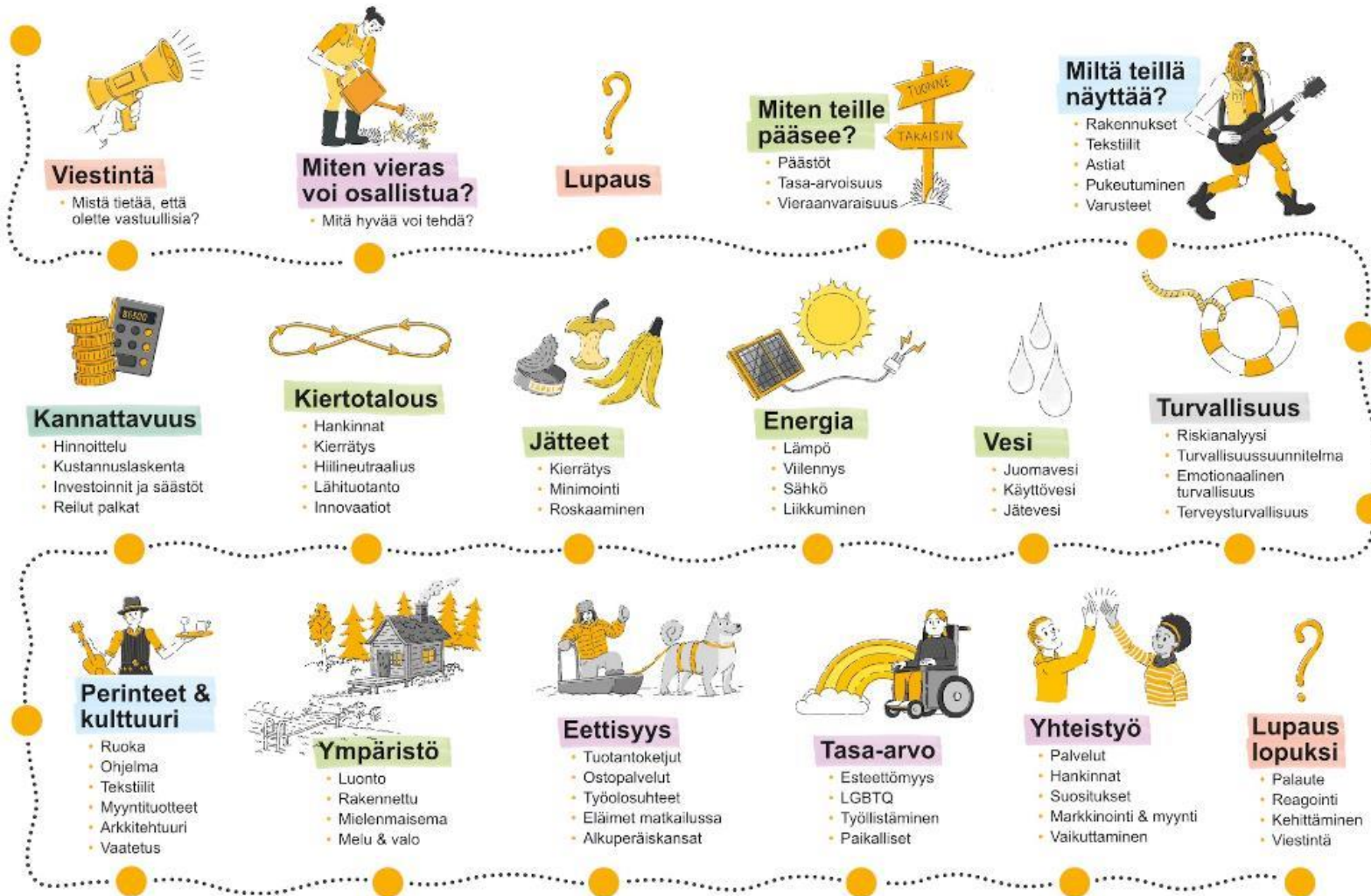
Johdatus
vastuulliseen
matkailuun ja STF-
ohjelmaan

Viedään teoriaa
käytäntöön pareittain
/ pienryhmissä.
Vastuullisuuspelejä

STF-polku
eOpas
Online-alusta
7 askeleen ohjelma



Mood of Finland





UNWTO

JOIN US ON THE 2030 JOURNEY

People | Planet | Prosperity | Peace | Partnership



Strengths:

- Goal 4: Good education and competence
- Goal 16: Societal stability

Weaknesses:

- Goal 8: Economic development and employment trends
- Goals 12 & 13: Combating climate change and the use of natural resources





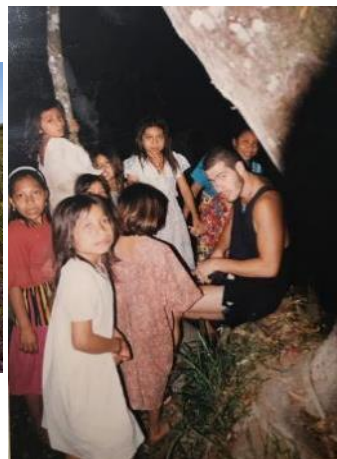
**Kestävä
matkailu
1987-**



**Vastuullinen
matkailu 2002
Määritelmää
päivitetään!**

**Transformatiivinen
matkailu**

**Tiedostava matkailu
Uudistava
matkailun 2020-
luku-**





Suomi haluaa olla kestävän matkailun kärkimaa

Taustaa

Missio

Visit Finland edistää Suomen kiinnostavuutta kansainvälisesti kestäväenä ja haluttavana matkakohteena ja edesauttaa yritysten, yritysryhmien ja matkailualueiden kestävää kansainvälistä kasvua.

Visio

Suomi on johtava kestävän matkailun kohdema. Luomme lisäarvoa yhteiskunnalle ja asiakkaillemme ainutlaatuisista luontoamme ja kulttuuriamme vaalien. Suomi on tiedostavan matkailijan ykkösvalinta.

Finland is the leading sustainable travel destination. We add value to our society and customers and care for our unique environment. Finland is the first choice for mindful travellers.



Booking.com uusin tutkimus 2023

Booking.com



The Dilemma Dividing Sustainable Travel in 2023

Now in its eighth year, Booking.com's annual Sustainable Travel Report, which gathered insights from over **33,000 travelers across 35 countries and territories**, spotlights how economic uncertainty is informing meaningful sustainable travel decisions this year. This highlights a dilemma where people feel potentially forced to choose between cutting costs and making more sustainable travel choices.

In a world with the turbulence of geopolitical conflict and rising inflation, travelers are increasingly recognizing the urgency to act now to save the planet for future generations.

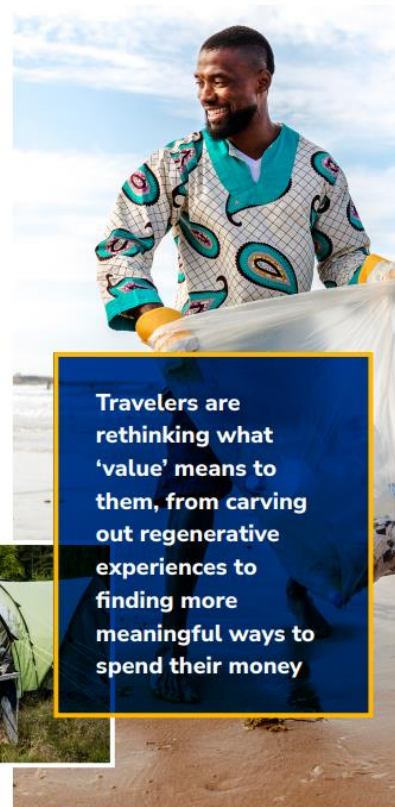
The most extensive Sustainable Travel research from Booking.com to date also highlights a divide in people's actions; some are more intentional about how they spend their money with the perception that sustainable travel options are too expensive, while others are willing to pay more for these options to feel reassured they are driving impact.

Despite financial barriers, it's clear there's a huge appetite for sustainable solutions – especially those that don't impact spend. On a micro level, today's responsible traveler is converting intent into action with a meaningful uptick in more sustainable travel behaviors such as turning off the air conditioning and reusing towels in accommodations. Travelers are also making conscious choices beyond everyday habits such as choosing more sustainable ground transport and shopping local.

From the economy to the environment, travelers are rethinking what 'value' means to them. At a macro level, sustainable trends point to an increase in more purposeful travel in

2023, with travelers finding more meaningful ways to spend their money. More and more, they are carving out regenerative experiences that positively impact destinations with benefits to wildlife, conservation and the local community, and engaging in local philanthropy and ethical experiences.

While travelers recognize the critical nature of climate change, there is still some disconnect between impact and action. From limited data to a perceived lack of credible options, this report exposes barriers to traveling more sustainably and the huge strides travel providers need to make in order to gain their trust. Ultimately, building a truly sustainable industry will take time, but progress is underway to ensure that it's becoming easier for everyone to experience the world in a more mindful and responsible way.



Travelers are rethinking what 'value' means to them, from carving out regenerative experiences to finding more meaningful ways to spend their money

33,228 respondents across 35 countries and territories (1,019 from USA, 1,002 from Canada, 1,007 from Mexico, 1,005 from Colombia, 1,008 from Brazil, 1,015 from Argentina, 1,008 from Australia, 504 from New Zealand, 1,008 from Spain, 1,002 from Italy, 1,008 from France, 502 from Switzerland, 1,008 from the UK, 1,000 from Ireland, 1,008 from Germany, 1,006 from the Netherlands, 1,006 from Belgium, 1,004 from Denmark, 1,007 from Sweden, 1,016 from Croatia, 1,012 from Israel, 504 from UEA, 1,012 from India, 1,001 from China, 1,000 from Hong Kong, 1,000 from Thailand, 1,020 from Singapore, 1,001 from Taiwan, 1,000 from Vietnam, 1,002 from Indonesia, 1,007 from Philippines, 1,002 from South Korea, 1,009 from Japan, 1,005 from South Africa and 510 from Kenya).



SMAL:n kyselytutkimus kesällä 2021

- Lähes kolme neljästä (73 %) vastaajasta kertoo, että vastuullisuusasiat vaikuttavat heidän tuleviin matkustusvalintoihin.
- Suurin osa vastaajista (31.5 %) kertoi ottavansa käynnissä olevan pandemian huomioon omissa valinnoissaan todeten, että matkustamisen tulee olla turvallista.
- Toiseksi eniten vastaajat arvioivat tekevänsä tulevaisuudessa entistä harkitumpia valintoja kohteiden ja majoituksen sekä muiden vastuullisten valintojen suhteen (26 %).
- Kolmanneksi eniten tuleviin matkoihin vaikuttavat kyselyn mukaan ekologisuus, hiilijalanjäljen vähentäminen sekä paikallisten palveluiden ja tuotteiden ostaminen.
- Vastaajilta kysyttiin myös, miten tärkeänä he pitävät erilaisia vastuullisuuteen liittyviä tekijöitä matkustukseen liittyviä päätöksiä tehdessään.
- Tärkeimmiksi asioiksi nousivat paikallisen kulttuurin säilyttäminen (87 %) ja paikallisten palveluiden sekä tuotteiden ostaminen (84 %).
- Muita matkavalintaan keskeisesti liittyviä asioita olivat kohdemaan tasa-arvo ja ihmisoikeudet (80 %) sekä lasten oikeudet (79 %).
- Kun vastaajien tuli valita kaksi tärkeintä vastuullisuuteen liittyvää valintakriteeriä, olivat paikallisten palveluiden ja tuotteiden ostaminen (46 %) sekä paikallisen kulttuurin säilyttäminen (40 %) edelleen tärkeimmät.
- Kolmanneksi tärkeimmäksi asiaksi nousi jätteiden vähentäminen ja kierrättäminen (35 %)



Kestävän matkailun tila. Visit Finlandin julkaisu kevät 2023

STF-MERKIN SAANEET

Sustainable Travel Finland -merkin hakeminen mahdollistui 1.6.2020, ja merkin on saavuttanut jo yli 200 yritystä Suomessa.

Tutustu STF-merkin saaneisiin [☞](#) ja Suomen vastuulliseen matkailutarjontaan [☞](#) VisitFinland.comin englanninkielisillä sivuilla.

SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND -RAPORTTI

Raportista löydät Sustainable Travel Finland (STF) -merkin saaneet yritykset Suomessa. Tilastoja voi tarkastella suuralueittain ja tarkemmin kuntatasolla sekä eritellä toimialojen ja palvelukategorioiden mukaan.

[STF-RAPORTTI](#)

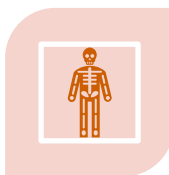
HIILIJALANJÄLKILASKURI





Kiertotalous ja ruoka huomioidaan matkailupalveluissa

- Arvostetaan paikallista ruokaa ja kehitetään paikallista ruokakulttuuria kiinnittäen huomiota myös viljelymaahan ja sen kuntoon.
- Lähi- ja luomuruoka ovat kaikin puolin ekologisia ja vastuullisia ratkaisuja.
- Kiertotalouden tavoitteena on vähentää ruokahävikkiä läpi koko ruokaketjun.
- Jos ruokahävikkiä jää, mitä sille/ sillä voisi tehdä?



KIERTOTALOUDESSA ON KYSE SIITÄ, ETTÄ SE MAKSIMOI MATERIAALIEN JA NIIDEN ARVON SÄILYMISEN KIERROSSA MAHDOLLISIMMAN PITKÄÄN JA TUOTTEIDEN MYYMISEN SIJAAN ANSAINNAN PERUSTAKSI NOUSEVAT PALVELUT SEKÄ DIGITAALISIIN RATKAISUIHIN PERUSTUVA ÄLYKKYYS.



KIERTOTALOUDESSA TUOTANTO JA KULUTUS SYNNYTTÄVÄT MAHDOLLISIMMAN VÄHÄN HUKKAA JA JÄTETTÄ.



SUOMESSA MAAILMAN ENSIMMÄINEN KIERTOTALOUDEN TIEKARITTA



PELAA KIERTOTALOUDEN PUOLESTA



Innovaatioita ja ratkaisuja

- Isobritannialainen OLIO on sovellus, joka tekee ylijäämäruuan jakamisesta naapureille helppoa.
- Resque – sovellus hävikkiruuan ostoon
- Kestävän ravitsemuksen ruoka palveluna -alusta
- Noin kolmasosa kaikesta tuotetusta ruoasta päättyy hävikkiin jo ennen kuluttajille päätymistään. Blendhubin ruoka palveluna -alusta yhdistää siirrettävän tehdasyksikön ja pilvipohjaisen ohjelmiston ja tuo tuote palveluna -periaatteet vähemmän tutkitulle sektorille, ruoan tuotantoon. Blendhub ratkaisee maailmanlaajuisesti tärkeää ruokahävikkiongelmaa mahdollistamalla älykkäämmät ravintotoimitusketjut ja ruoan paikallisen tuotannon ja jakelun.
- Kamupak – kestoastiat take-away ruualle ja juomalle
- Supalac | Spinnova | Kotkamills
- Kööpenhaminan Crowne Plaza Copenhagen Towers Euroopan vihreimpiä hotelleja: esimerkiksi kaikki biojäte käsitellään biokaasuksi, huoneiden käyttötavarat biohajoavia.

Saolan ensimmäinen kenkämalli, joka on valmistettu Portugalissa! Marinhat ovat 100% vegaanisia ja ne valmistetaan kahvipavuista.

Lisätietoja

Materiaali & Hoito

- Kahvipavuista ja luonnonkumista valmistettu ulkopohja
- Sisäpohja: pehmeä, joustava, jalkojesi mukaan muotoiltu
- Päällinen ja nauhat valmistettu luomupuuvillasta (100 %)





Luonnon monimuotoisuus

Biologisen monimuotoisuuden väheneminen johtuu viidestä ensisijaisesta tekijästä:

1. Elinympäristön häviäminen / Muutos maan ja meren käytössä
2. **Haitalliset vieraslajit**
3. Ylikalastus (äärimmäinen metsästys- ja kalastuspaine)
4. Saastuminen
5. Ilmastonmuutos

Kussakin tapauksessa ihmisillä ja meidän toiminnallamme on suora vaikutus. (Britannica.com)

Ilmastonmuutos on tunnustettu aikamme vakavimmaksi ympäristöuhkaksi.





Päästölaskennasta päästöjen vähentämiseen

1. Laskuri mahdollistaa tärkeän lähtötilanteen:
 - Tiedetaan päästöjen määrä
 - Tiedetään mistä päästöjä aiheutuu
 - Ymmärretään mikä on paljon ja millä on merkitystä!
2. Sitten tehdään valintoja
 - Tunnistetaan keinoja päästöjen vähentämiseen
 - Tehdään toimenpiteitä päästöjen vähentämiseen
 - Asetetaan tavoitteita ja sitoudutaan
 - Viestitään läpinäkyvästi
 - Glasgow Declaration
3. Kaiken tämän jälkeen etsitään ja löydetään hyvä ja läpinäkyvä malli kompensoida päästöt.
 - Useimmat kompensatiofirmat käyttävätä laskentaa 1000kg CO2e -> 35€ (Hiilipörssi, Puuni, Compensate.com)



Países

6 / 7



Kilómetros

5551
de 6115

Trenes

23
de 29

lugares

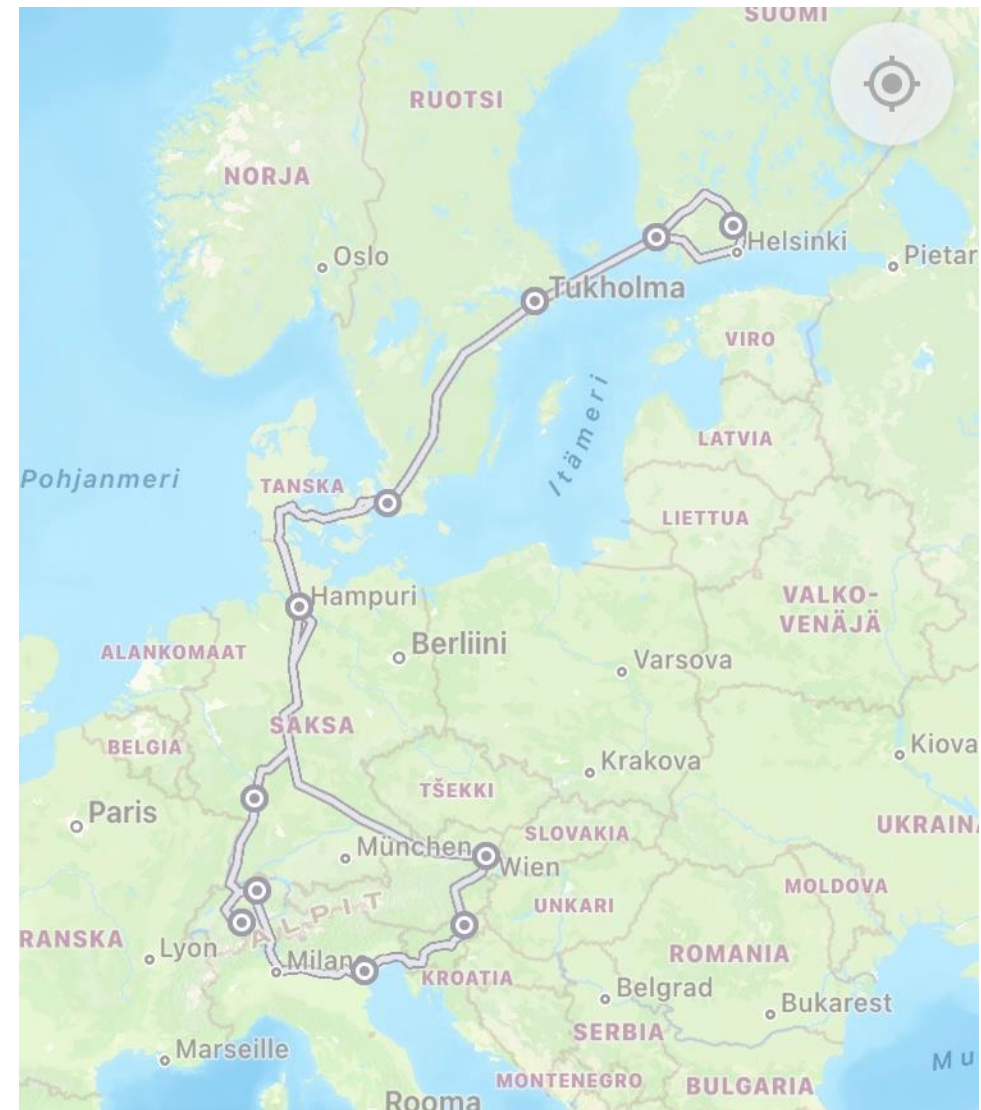
11
de 12

Tiempo en trenes

2 días 17 horas 23 minutos

Ahorro de CO2

Hasta un 90 %
menos de CO2 que volar





MOOD OF FINLANDIN MISSIO ON TOIMIA PAREMMAN TULEVAISUUDEN PUOLESTA, YHDESSÄ MUIDEN KANSSA JA HYVÄLLÄ MOODILLA

Mood of Finland Oy:n päästöt on nyt laskettu kahden vuoden ajalta Matkailualan päästölaskuria hyödyntäen. Luvut sisältävät tämän laskurin mukaisesti Scope 1-3 tason päästöt.

Huomioitavaa :

- Mood of Finland on palvelujen tuottaja
- Ei omaa kiinteää toimipistettä
- Energian kulutuksesta aiheutuvat päästöt on laskettu kotitoimiston kulutuksen mukaan, 18% talouden koko kulutuksesta (sähkö ja sähkölämmitys, aurinkoenergialla)
- Selkeästi suurin yksittäinen päästölähde on Majoitus -> 1046 kg CO2e eli lähes puolet päästöistä
- Majoitusvuorokausia on 27 ja kustannukset 2490€ (laskurissa kertoimena 0,42 kg/€)
- Matkustuskilometrejä on kertynyt paljon, koska tarjoan koulutuspalveluita kaikkialla Suomessa ja luku sisältää myös yhden ulkomaanmatkan maata pitkin.
- Juna 2460km, linja-auto 250km, auto 9026km, josta 85% uusiutuvalla dieselillä)
- Lentomatkoja ei ole ollenkaan
- Matkailualan päästölaskuri on vielä pilotointivaiheessa eivätkä luvut ole kaikin puolin ehkä vielä oikeita
- Henkilökohtaiset päästöni ovat 3700kg CO2e/vuosi Ilmastodieetti-laskurilla

Mood of Finland hiilijalanjälkiraportti

Päästöjen jakauma v.2022



Päästökategoriat

Päästöt: 21kg CO2e / myyty palvelu tai tuote

- Toimitilat ja kiinteistöt
- Hankinnat
- Logistiikka
- Hallinto

2021: 2,6t CO2e

PÄÄSTÖJEN PUOLITTAMINEN JA HIILINEUTRAALIUS

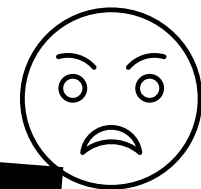
- Mood of Finlandin hiilineutraalius on vahvasti palveluntuottajien käsissä.
- Ne valinnat, joilla voi suoraan vaikuttaa, on hyvin pitkälle jo tehty.
- Suomalaisten kompensatioyritysten mukaan Mood of Finland voisi kompensoida vuoden 2022 päästönsä maksamalla 84€
- Mood of Finland ei suoranaisesti kompensoi, mutta lahjoittaa joka vuosi rahaa Luonnonperintösäätiölle ikimetsien suojeluun
- Vuonna 2022 Mood of Finland maksoi Luonnonperintösäätiölle 330€ + 170€ Rakkauten Metsä -sertifikaattien myynnistä
- Glasgow ilmastojuhlustus allekirjoitettu 11/21

Mood of Finland



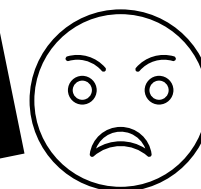
Kerro koko totuus läpinäkyvästi ja kerro, mitä tämä tarkoittaa konkreettisesti, ymmärrettävällä tavalla

“Me laskemme yritystoimintamme hiilijalanjäljen”



“Me olemme hiilineutraali yritys”

“Maksa 1€ ja kompensoimme päästösi”



Matkailualan maksuton päästölaskuri



Taloudellisesti vastuullinen toiminta

- Yrityksen toiminnan tulee olla kannattavaa:
- Palveluiden ja tuotteiden hinnat & katteet kunnossa
- Mitä ovat ne palvelut ja tuotteet, joista kuluttajat /matkailijat ovat valmiita maksamaan?
- Matkailu työllistää myös vaikeammin työllistettäviä
- Työllisyys lisää alueen hyvinvointia
- Tavoitellaan ympärivuotisuutta / sesonkien pidentämistä
- Vastuullisuus ei ole menoerä, vaikka investointejakin joihinkin toimenpiteisiin tarvitaan
- Tehdään yhdessä muiden kanssa, tuotetaan hyvinvointia mahdollisimman monille
- Ei alihinnoitella ja vääristetä kilpailua
- Miten viestit hinnasta ja hinnoittelun taustoista?



Mood of Finland @AnuNy · 8h

@ipaananen ""Meille vastuullisuus on myös sitä, että yritys on mahdollisimman hyvässä kunnossa. Silloin voidaan maksaa veroja ja jatkaa meidän hyväntekeväisyysprojekteja"
Hyvä periaate 🌞🌞
[#vastuullisuus](#) on monen asian summa.



Hyväntekeväisyys | Supercellin perustaja Ilkka Paananen vie hyväntekevä...
Ilkka Paananen ja Mikko Kodisojan perustama säätiö avasi Mellunmäkeen oman toimintatalon, jossa kehitetään uutta yhteisöpeliiä.

hs.fi



Läpinäkyvä hinnoittelu | Ei piilotella kustannuksia



Läpinäkyvä hinnoittelu on vastuullista ja voi olla hyvä keino lisätä tietoisuutta.

- Maksamme työntekijöille reilua, osaamista vastaavaa palkkaa (joka voi olla TES:iä parempikin)
- Meille tulevat harjoittelijat oppivat työtä tekemällä eikä heillä korvata palkattuja työntekijöitä
- Emme tee nollatuntisopimuksia, takaamme x-määrän tunteja työntekijöillemme
- Hankimme laadukkaita, pitkän elinkaaren omaavia välineitä ja tuotteita, joita voi tarvittaessa korjata, mutta niiden ostohinta on korkeampi
- Varmistamme koko tarjoamaamme palveluun vaikuttavien yhteistyökumppaneiden, raaka-aineiden ja tuotteiden vastuullisuuden
- Teemme yhdessä muiden kanssa ja maksamme reilun korvauksen alihankkijoille
- Käytämme tuoreita, lähellä tuotettuja raaka-aineita puolivalmisteiden ja pakasteiden sijaan
- Käytämme kausituotteita ja lähiruokaa
- Sähkömme tuotetaan uusiutuvalla energialla (joka on kalliimpi kuin fossiilisilla tuotettu, jos tämä on faktaa)



Kulttuurinen vastuullisuus ja paikallisuuden arvostaminen

Yrityksen toimitilat: onko arkkitehtuuri muuhun ympäristöön sopivaa?

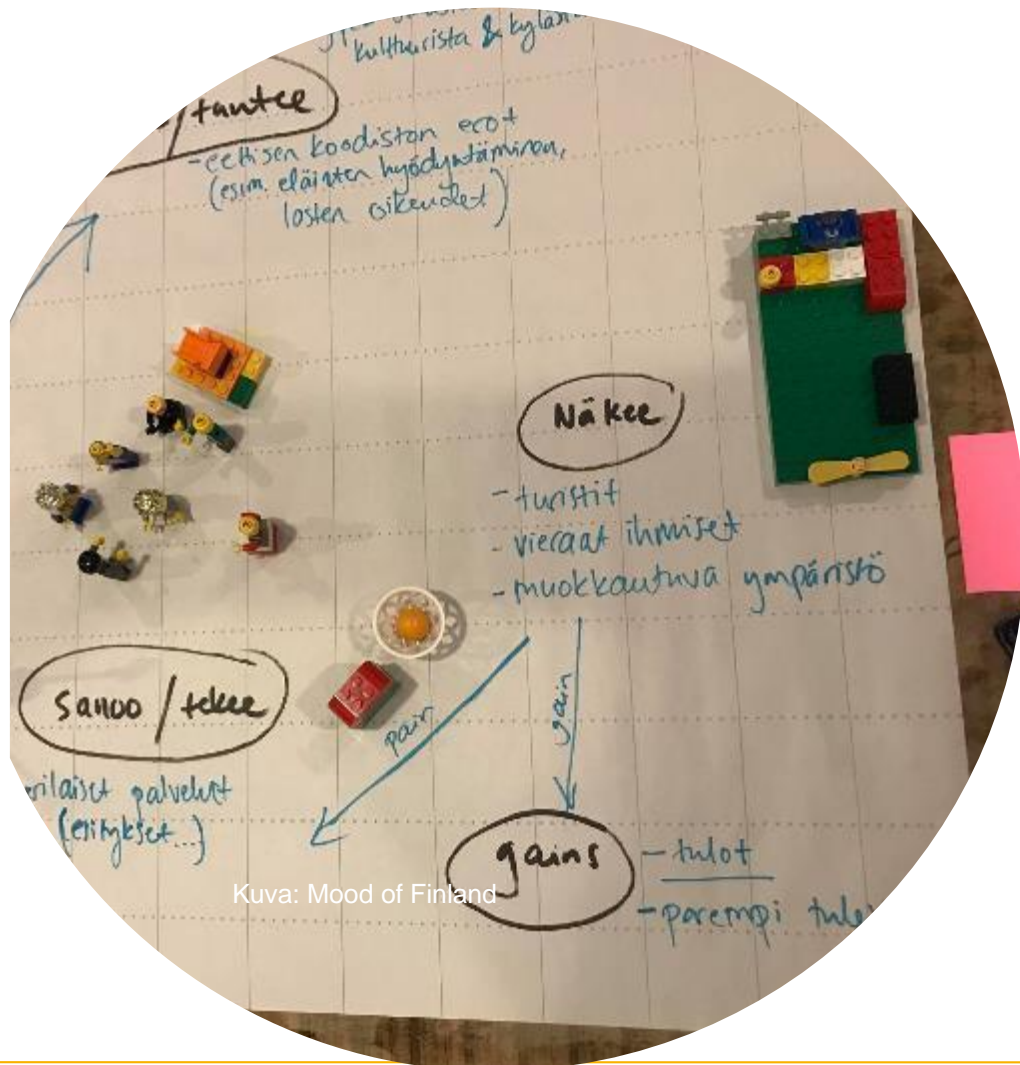
Käytetäänkö paikallisia / suomalaisia tuotteita:

- henkilökunnan vaatetus
- myytävät tuotteet
- rakennukset / sisustus
- yrityslahjat / matkamuistot
- tarjoilut

Jokin muu valinta voi olla ihan yhtä ok, kerro ja perustele



Eettinen toiminta



Kuva: Mood of Finland

- Eettinen toiminta huomioi kaikki ihmiset samanarvoisina
- Kaikille tarjotaan samat mahdollisuudet kokea ja osallistua (tai viestittää rajoitteista)
- Ei hyväksytä aikuisiin, lapsiin tai eläimiin kohdistuvaa hyväksikäyttöä
- Varmistetaan, että työolosuhteet ja työstä maksettu korvaus ovat aina reiluja
- Epäkohtiin puututaan
- Edistetään tasa-arvoa
- Turvallisuus (myös henkinen ja emotionaalinen turvallisuudentunne)
- LGBTQ+ ja sateenkaarimatkailu
- Esteettömyys
- Eläimen käyttäminen matkailussa
- Saamelaismatkailun eettiset ohjeet



Tuotanto- ja palveluketjun kokonaisuuden varmistamisessa vielä tehtävää

- Mitä voi kumppaneilta ja tuotantoketjun eri vaiheista vastuussa olevilta edellyttää
- Vaikea aihe eikä ihan hallussa vielä kaikkien vastuullisuuden osa-alueiden osalta
- Muut toimialat edellä ja enemmän tarkastelun alla
- Ensimmäinen ratkaisu: eettinen koodi

Talous | Ihmisoikeudet

Marimekko poisti verkkosivuiltaan uiguurialueen puuvillaa koskevan linjauksen, kansalaisjärjestö syyttää yhtiötä taipumisesta Kiinan painostukseen

Marimekko on aiemmin kertonut verkkosivuillaan, ettei se hyväksy tuotteissaan Xinjiangista peräisin olevaa puuvillaa ihmisoikeusrikkomusten vuoksi.





Mitä ilmiöitä Sinä seuraat?

- Vegaanielämäntapa
- Solotravellerit
- Inklusiivisuus
- Digitaalisuus ja vastuullisuus
- Ikäihmisen elämä ja arvo
- Tarinat, tarinallistamiset





Áilu Valle

Aurinko ja maa, meidän vanhemmat,
huolehditään kodistamme, niin on
tulevillekin mistä ammentaa.
Kasvetaan, mutta jätetään myös
kasvamaan.
Pyydetään ja kiitetään, annetaan
Maan vastata.
Jaetaan tarinana tiedot biosfäärin
renkinä, vuodenaikojen kierrossa
käytännöllinen henkistä.

Räppäri Áilu Valle

Kuva: Áilu Vallén Instagram 08.12.22





Me ylläpidämme menneitä tarinoita. We ymmärrämme tämän ajan tarinoita.

Me luomme uusia tarinoita.

- Kohteen identiteetti ja Paikan henki.
- **Sense of Place – paikan henki.** Paikan geologinen, kulttuurinen ja ihmisten historia. Perinteet, uskomukset, pyhät paikat ym.
- Eettisyys ja estetiikka huomioidaan ekologisuuden rinnalla
- Elävä organisaatio (resurssit, prosessit, suhteet ja tunteet)
- Uudistava toiminta on prosessi

VI. CONCEPTOS, GUÍAS Y DEFINICIONES































FUNDAMENTOS GUÍAS

- **ÉTICA Y ESTÉTICA**
Buscar la coherencia entre la ética y estética a través del estudio de la esencia y la percepción de la belleza para el diseño co-evolutivo.
- **SENTIDO DE LUGAR**
Develar la esencia del lugar, su carácter, personalidad, ritmos y potencialidad para generar experiencias de conexión, pertenencia, cuidado y valor agregado al "lugar".
- **LAS 3 RELACIONES**
Reconectar al ser humano consigo mismo, con los otros y con la naturaleza y pasar del mundo de objetos separados al mundo de relaciones.
- **ORGANIZACIONES VIVAS**
Transformarse de una mirada mecánica hacia una orgánica, de la fragmentación a la unidad (totalidad) y reconectar con nuestra identidad natural.

© 2014 MIP TURISMO REGENERATIVO



Sitoumus2050 Åtagandet2050

	NÄKÖVAMMAISTEN LIITTO RY Näkövammaisten liiton henkilökunta kantaa ympäristö- ja ilmastovastuuta	 +21  +0
	KARAMZININ KOULU Kiertotalous Karamzinin koulussa	 +0  +0
	ELÄKELIITTO RY Eläkeliiiton lomakeskus Lehmirannan asiakkaat sukupolvien ketjussa luonnon kantokykyä edistämässä	 +2  +0
	VUOKSENLAAKSON VAMMAIS- JA PERHETYÖ RY Kohti kestävämpää tulevaisuutta	 +1  +0
	JOUSENKAAREN KOULU 1 Ruokahävikin vähentäminen	 +1  +0
	PÄÄKAUPUNGIN TURVAKOTI RY Pääkaupungin turvakoti ry:n palvelussa apua saaneiden lapsiperheiden määrän lisääminen sekä ympäristön kestävyys lisääminen	 +25  +0
	PORIN ENSI- JA TURVAKOTIYHDISTYS RY Porin ensi- ja turvakotiyhdistys ry palveluita tarvitsevien määrän lisääminen ja ympäristön kestävyys lisääminen	 +0  +0
	NIIPPERIN KOULU, ESPOON KAUPUNKI Ruokahävikin vähentäminen	 +0  +0
	CGI SUOMI OY CGI sitoutuu hiilineutraaliuteen kaikissa toimintamaissaan vuoteen 2030 mennessä	 +0  +0
	TAMPEREEN ENSI- JA TURVAKOTI RY Tampereen ensi- ja turvakoti ry palveluita tarvitsevien määrän lisääminen ja ympäristön kestävyys lisääminen	 +2  +0





STF-matka alkaa tästä!

- He mukaan ohjelmaan täytä hakemus
- Hakemus käsitellään ja saat käyttöön e-oppaan: Saat linkin ilmoittamaasi spostiin, tarkista roskaposti. eOppaasta saat ohjeita askelkuvioihin
- Aloita askelkuvioiden mukaisten materiaalien teko: Avaa STF-kansio pilvipalveluun tai omiin tiedostoihin ja kokoa materiaalit yhteen paikkaan
- Saat tunnukset ja pääsyn online-alustalle muutaman päivän sisällä.
- Sustainable Travel Finland – sopimus ja merkki: 3-12 kk päästä, sitten kun kaikki osa-alueet ovat kunnossa



Sustainable Travel Finland (STF) ohjelman edut

STF –ohjelmaan lähteneet yritykset & destinaatiot saavat käyttöönsä konkreettisen kestävän matkailun edistämisen työkalupakin keinon omaksua vastuullisuusajattelun ja organisoitua kestävän matkailun toimenpiteissä aiheeseen liittyvää uusinta tietoa

STF –merkin saaneet yritykset & destinaatiot saavat markkinointitukea ja lisänäkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa mahdollisuuden kansainväliseen, myyntiä edistävään näkyvyyteen vastuullisen matkailun jakelukanavissa

Sustainable Travel Finland -kehityspolulle lähteminen tai merkin hakeminen ei maksa yrityksille tai alueille, vaikka itse toimenpiteet saattavat kustannuksia aiheuttaa.

Merkin saaneet yritykset

Englanniksi esittelyt -> DataHubin kautta kerättävä tieto



STF ohjelman kriteerit

Askel 1. Sitoutuminen

Virallisen päätöksen tekeminen kestävän matkailun edistämisestä (vaatii yritykseltä johdon ja henkilökunnan sitouttamisen, destinaatiolta toimintaa rahoittavan julkisen sektorin ja yritysverkoston sitouttamisen) Sitoutuminen kestävän matkailun valtakunnallisiin periaatteisiin. Kestävää matkailua koordinoivan henkilön nimeäminen

Askel 2. Osaamisen kasvattaminen

Tutustuminen Sustainable Travel Finland -e-oppaaseen. Osallistuminen Visit Finland Akatemian Sustainable Travel Finland –valmennukseen tai valmennuksen alueellinen järjestäminen. Nykytilan kartoitus online-itsearviointin kautta. Itsearvioiti kartuttaa destinaatiolle alueellista dataa yritysverkoston nykytilasta ja kehitystarpeista.

Askel 3. Kehittämissuunnitelman laatiminen

Toimenpiteiden aloittaminen, kestävän matkailun suunnitelman laatiminen ja ulottaminen koskemaan kaikkia kestävyden ulottuvuuksia

Askel 4. Vastuullisuusviestintä

Kestävän matkailun toimenpiteistä avoimesti ja läpinäkyvästi viestiminen kansainväliselle yleisölle

Askel 5. Sertifiointi ja auditointi

Yrityksiltä vaaditaan kestävää matkailua tukeva, alkukartoituksen ja auditoinnin tarjoava sertifikaatti, ellei kyseessä ole vastuullisen matkailun edelläkävijäyritys. Destinaation yritysverkoston yrityksistä 51%:lla (mukaan lukien liikevaihdoltaan suurimmat yritykset) tulee olla jokin ohjelmaan hyväksyttävistä sertifikaateista.

Askel 6. Todentaminen ja mitattavuus

Todennetaan ohjelmalle luodulla alustalla kriteeristön täyttyminen, ja että kestävän matkailun toimenpiteitä on tehty yli vuoden ajan. Yritys sitoutuu valtakunnallisiin kestävän matkailun mittareihin, jotka otetaan käyttöön vuoden 2022 aikana.

Askel 7. Sopimus ja jatkuva kehittyminen

Tehdään sopimus liittyen Sustainable Travel Finland –merkin käyttöön ja voimassaoloon, sisältäen visuaalisen ohjeistuksen. Sitoudutaan jatkuvan kehittämisen malliin




Huomioitavaa emo- ja toimipisteyritykset

Osa askelista yhteisiä, osa toimipistekohtaisia

- Toimipisteiden tulee aina pystyä itse täyttämään vähintään askeleet 2, 5 ja 6.
- Lisäksi toimipisteiden tulee hyväksyä STF-merkin käyttösäännöt ja visuaalinen ohjeistus askeleella 7, vaikka itse sopimus olisikin emoyhtiön allekirjoittama koko organisaation puolesta.
- Askel 2 sen takia, että itsearviointia ei voi kopioida ollenkaan emosta toimipisteelle.
- Sertifikaatin osalta saattaa olla poikkeuksia esim. silloin, jos koko ketjulla on yksi ISO-sertifikaatti, joka koskee kaikkia toimipisteitä, eli sen voi asettaa kopioitumaan toimipisteille.
- Visit Finlandin edustaja keskustelevat erikoistapauksien kanssa asiasta erikseen





Mood of Finland
VASTUULLISEN TOIMINNAN KEHITTÄMISSUUNNITELMA:

nykyhetken tarkastelu, tulevat toimenpiteet ja seuranta


Ekologinen vastuullisuus – Energia, vesi ja muu infra

Mikä	Mikä on lähtötilanne	Kehittämistoimenpide ja mittari	Aikataulu	Budjetti	Kulttuurinen vastuuhenkilö
1. Energia: sähkö					
2. Energia: lämmitys ja viilennys					
3. Energia ja rakennusten huolto: seurataanko kulutusta					
4. Energia ja Sauna: milä lämmitetään, onko suunniteltu aikataulut					
5. Jätehuolto: kierrätys (sekajäte, pähvi, paperi, bio, muovi, tekstiilit, peristot, ongelmajäte)					

 Mood of Finland Oy | Y-tunnus: 2952230-4 | www.moodoffinland.fi | anu.nylund@moodoffinland.fi

Askel numero kolme: kehittämissuunnitelma Raporttimalleja on useita, joihin löydät ohjeistuksen eOppaasta, kun olet liittynyt mukaan STF-ohjelmaan. Muista, että kaikkea ei tarvitse tehdä heti, vaan voit edetä askel kerrallaan.



- **Green Key** sopii hyvin monenlaisille yrityksille (majoitus, leirintäalueet, B&B, vierailukohteet, ravintolat, kahvilat, aktiviteetteja tarjoavat yritykset).
- Auditointi ensimmäiset 1. ja 2. vuotena ja sitten joka 3. vuosi.
- Hinta: vuosimaksu 550 – 1750€ yritys + auditointi 500€ + matkakulut
- **Green Activities** sopii yrityksille, joilla ei ole kiinteää toimipistettä (luonto- ja aktiviteettiyritykset)
- Auditointi kuten yllä
- Hinta: vuosimaksu 350- 550€, auditointimaksu 300-400€

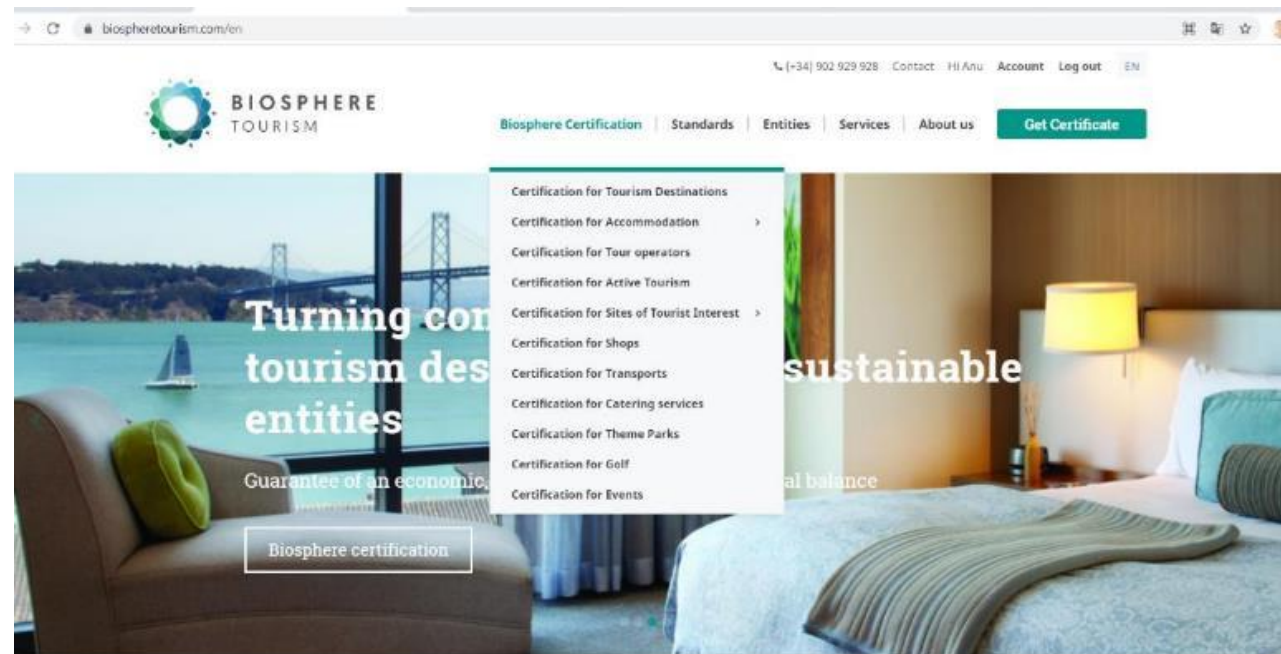
Green Key ja Green Activities

The screenshot shows the Green Key Finland website. At the top, there is a navigation menu with links: KOHTEET, HAE MUKAAN, MATERIAALIT, CASE STORIES, AJANKOHTAISTA, GREEN ACTIVITIES, and YHTEYSTIEDOT. Below the navigation is a blue header with the text 'HAE MUKAAN' and 'NÄIN HAET MUKAAN GREEN KEY YMPÄRISTÖOHJELMAAN'. The main content area features the title 'Green Key ja Green Activities hakemusprosessin eteneminen ja päätöksenteko' and a sub-header 'Alla on kuvattu Green Key - ja Green Activities hakuprosessi.' Below this is a diagram titled 'Green Key -hakuprosessi' showing a five-step process: 1. Valitse edessä kiinnostava (Choose an interesting area), 2. Täytä ja jätä hakemus (Fill out and submit application), 3. Auditointi (Audit), 4. Tuomariarvio (Judge's evaluation), and 5. Sertifikaatti (Certificate). The diagram is accompanied by a small Green Key logo. Below the diagram, there is a paragraph of text: 'Suosittelemme ensimmäistä kertaa hakevia osallistumaan maksuttomiin hakuinfoihin, missä kerromme yksityiskohtaisemmin hakemuksen tekemisestä. Seuraavat webinaarit järjestetään huhtikuussa: 6.4. Green Key- ja Green Activities-ohjelmien yleisötilaisuus.'



Biosphere

- Sopii kaikenlaisille MaRa-
alan yrityksille
- Vuosimaksu 359€/v (uusi
Sustainable Lifestyle-
alusta)
- Ensimmäisen auditoinnin
jälkeen jatkuva
kehittäminen ja
todentaminen,
”pistokokeita”
- Esimerkki täysin verkossa
tehtävästä prosessista





Ekokompassi

- Kaikenkokoisille ja kaikenlaisille yrityksille
- Suomen Luonnonsuojeluliiton omistama
- Taustalla vaikuttaa ISO 14001- standardi
- Auditointiväli 3 vuotta

Hinnat:

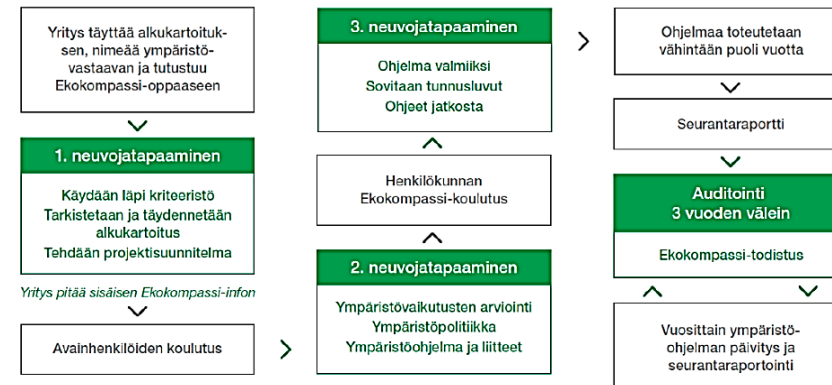
Liikevaihto > 500 000 rakentamismaksu 1100€, vuosimaksu 450 €, auditointi n. 600 €

Liikevaihto 500 000 € - 5M rakentamismaksu 2600 €, vuosimaksu 980 €, auditointi n. 800 €

Liikevaihto yli 5M tarjouksen mukaan, auditoinnin hinta tarjouksen mukaan (vaihtelee toiminnan laajuuden mukaan)

Voittoa tavoittelemattomat henkilöstömäärän ja tarjouksen mukaan, auditointi n. 800

Miten edetään?

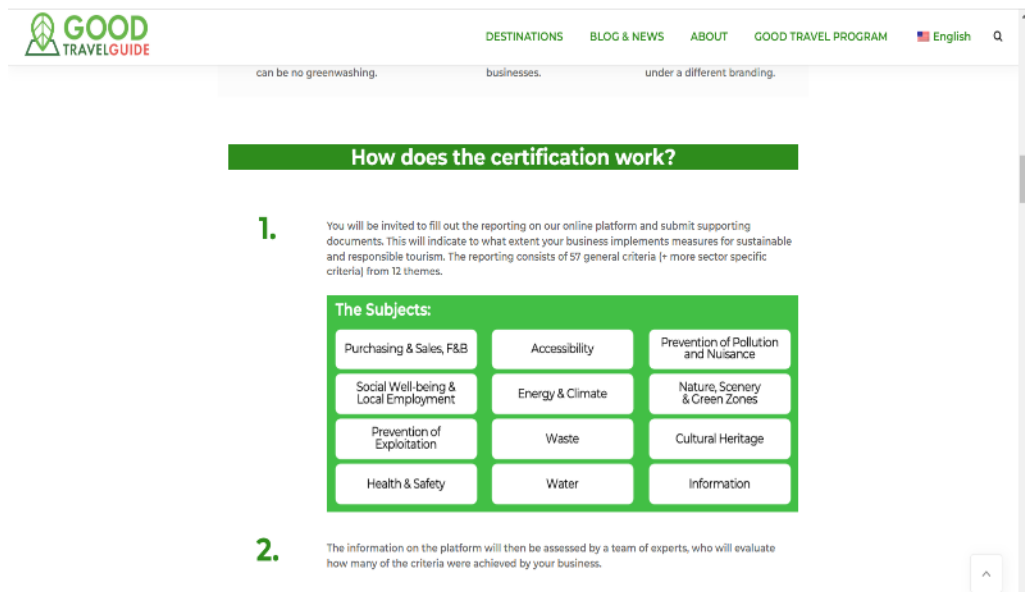




Good Travel Seal

- Good Travel Seal (GTS) ja Virus-Aware Seal (VAS) soveltuvat kaikille palvelujen ja tuotteiden tuottajille matkailukohteen sisällä tai niille jotka tuottavat sinne alueen ulkopuolelta palveluja, kuten kuljetuspalvelut, jätehuolto, energia- ja vesihuolto.
- Vuosina 2021-2022: Vuosimaksu 150-650 €, riippuen yrityksen koosta: työntekijämäärästä/ huoneiden määrästä yms.

Yhteydenotot Suomessa
 Pekka Alhojärvi, Green Destinations Finland
 info@greendestinations.fi tai
 pekka.alhojarvi@gmail.com
 040 517 8286



The screenshot shows the 'GOOD TRAVELGUIDE' website. The navigation bar includes 'DESTINATIONS', 'BLOG & NEWS', 'ABOUT', 'GOOD TRAVEL PROGRAM', and 'English'. The main content area is titled 'How does the certification work?' and contains two numbered steps:

1. You will be invited to fill out the reporting on our online platform and submit supporting documents. This will indicate to what extent your business implements measures for sustainable and responsible tourism. The reporting consists of 57 general criteria (+ more sector specific criteria) from 12 themes.

The Subjects:

Purchasing & Sales, F&B	Accessibility	Prevention of Pollution and Nuisance
Social Well-being & Local Employment	Energy & Climate	Nature, Scenery & Green Zones
Prevention of Exploitation	Waste	Cultural Heritage
Health & Safety	Water	Information

2. The information on the platform will then be assessed by a team of experts, who will evaluate how many of the criteria were achieved by your business.



ECEAT – Suomen luomumatkailuyhdistys

- Matkailupalveluja tarjoavat luomutilat
- Ympäristövastuulliset majatalot, pienet hotellit, kurssikeskukset, ekokylät, paikallismuseot ym.
- Muut yhdistyksen jäsenkriteerit täyttävät majoitus- ja vierailukohteet, joissa panostetaan vahvasti ympäristönsuojeluun ja paikalliseen kulttuuriin.

Yrittäjäjäsenmaksu

- liikevaihto alle 100 000 e: 170 e
- liikevaihto 100 000 e – 300 000 e: 300 e
- liikevaihto yli 300 000 e = 800 e
- yhteisöjäsenet (ei merkittävää liikevaihtoa matkailusta): 100 e

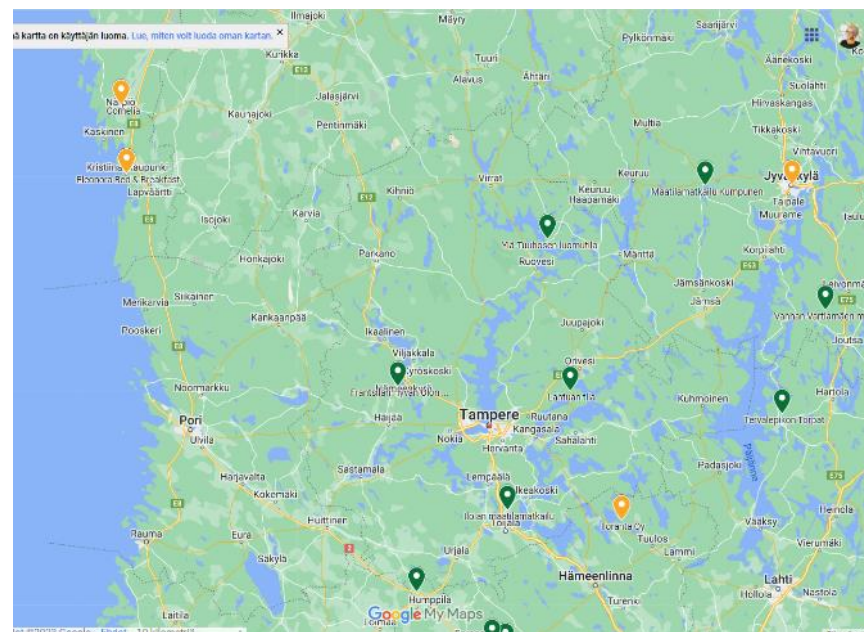
Liittymismaksu uudelle yrittäjäjäsenelle

- liikevaihto alle 100 000 e: 250 e
- liikevaihto 100 000 – 300 000 e: 350 e
- liikevaihto yli 300 000 e: 500 e

Auditointimaksu

Auditoinnin perusmaksu 200 e

Lisäksi 60 e/jokainen auditointivierailuun kulunut tunti. Yritys maksaa lisäksi auditoinnin matkakulut.





EU-Ecolabel



- Käytössä ETA maissa eli EU maiden lisäksi Islannissa, Liechtensteinissa ja Norjassa
- Kymmeniä tuoteryhmiä, mm. majoituspalvelut
- Tuotteita mm. pesuaineet, meikit, vaatteet, puutarhatuotteet, huonekalut yms.
- Runsaalla 1600 yrityksellä merkin käyttöoikeus; merkittyjä tuotteita/palveluita kymmeniä tuhansia
- Syyskuussa 2019 EU ympäristömerkittyjä majoituspaikkoja Euroopassa yhteensä noin 400

Hakemusmaksu

- mikroyritykset 350 €
- PK-yritykset 600 €
- suuryritykset 2 000 €
- lisäksi tarkastuskäynnin matkakustannukset

Vuosimaksu (500 –25 000 €)0,15% merkityn tuotteen/palvelun myynnistä, pka- ja mikroyrityksille 25% alennus

Majoituspalvelut

EU-ympäristömerkityssä majoitusliiketoiminnassa suositaan uusiutuvaa energiaa, vähennetään energian- ja vedenkulutusta, minimoidaan jätteiden määrää ja suositaan ympäristömerkittyjä tuotteita.



Kansainvälinen ja koko Euroopan yhteinen ympäristömerkki on matkailualalla erinomainen ja luotettava kolmo-värisellä vastuullisuudesta. Euroopassa EU-ympäristömerkittyjä hotelleja tai leirintä-alueita on yli 400. Suomessa merkin ansainneita majoitusliikkeitä on tällä hetkellä kaksi, molemmat Varsinais-Suomessa: Kurssin kartanoteija Yläneellä ja Elämys-Areeni Savonissa.

EU-ympäristömerkki on hyväksytty Vuot Finlandin vastuullista matkailua edistävään Sustainable Travel Finland-ohjelmaan.

Lisätietoja

Ota rohkeasti yhteyttä, jos haluat lisätietoa tai sinulla on jotain kysyttävää.

EU-ympäristömerkin liittyvistä kysymyksistä vastaavat:

Matti Lindfors, majoituspalvelut

☎ 044 373 3707

Kirsi Auranen, muut tuoteryhmät

☎ 0400 949 499

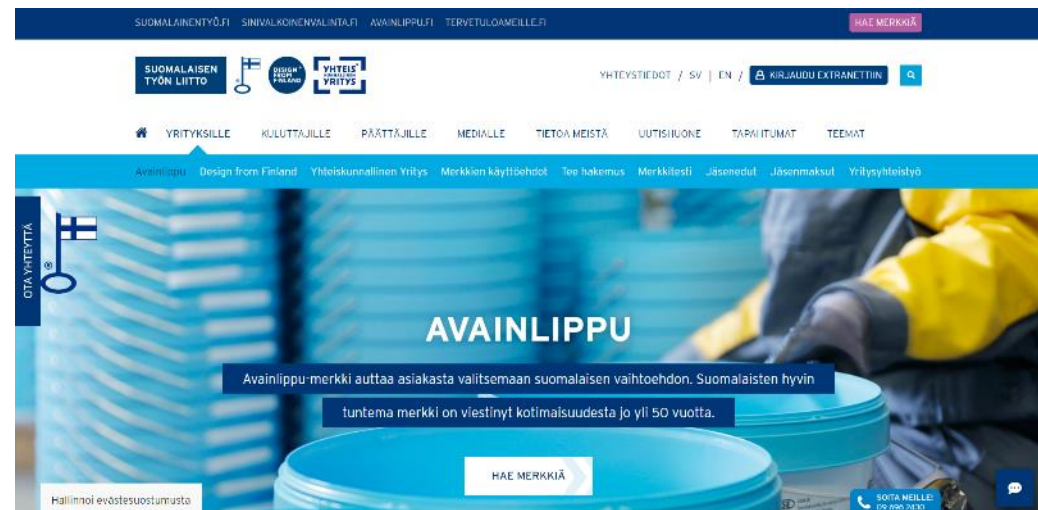
Ritika Holtsainen, myynti

☎ 040 576 364



Avainlippu

- Avainlippu EI OLE SERTIFIKAATTI, vaan rekisteröity yhteisömerkki. Merkki kertoo, että tuote on valmistettu tai palvelu on tuotettu Suomessa ja työllistää Suomessa.
- Yritykselle, joka haluaa tuoda tuotteidensa ja palveluidensa suomalaisen alkuperän näkyväksi tunnetun merkin avulla.
- Avainlipun avulla voi viestiä tuotteen tai palvelun suomalaisesta alkuperästä luotettavasti. Avainlippu vaikuttaa tutkitusti kuluttajien ostopäätökseen.
- Ei ole sertifikaatti





To do - lista

- Hae STF-ohjelmaan
- Tutustu eOppaan lukuun 2.6. sertifiikaateista ja karsi liiketoiminnan perusteella sinulle sopivimmat sertifiikaatit katso alustalla olevat webinaarit
- Ole yhteydessä sertifiikaattia hallinnoivaan ja edustavaan tahoon ja hae sertifiikaattia
- Varaa aikaa tekemiseen, laita askeleittain deadlinet kalenteriin
- Tee sopivissa paloissa ja sitouta myös yrityksen henkilöstö mukaan
- Iloitse ja viesti onnistumisista!



Vinkki!
Tee oman
elämän
päästölaskenta
Ilmastodieetti



Anu Nylund
Mood of Finland Oy
www.moodoffinland.fi
+358 40 96 22006
anu.nylund@moodoffinland.fi
Y-tunnus: 2952230-4



Certified
Company

BAT 004/2020 RTI

Biosphere on yksi Visit Finlandin hyväksymistä, auditoitavista sertifikaateista. Sertifikaatti on yksi Sustainable Travel Finland ohjelman todentamisen askeleista.

Sustainable Travel Finland on jatkuvaan kehittämiseen kannustava ohjelma. Mood of Finland on käynyt läpi ohjelman seitsemän askelta ja saanut merkin käyttöön osoituksena vastuullisesta toiminnasta.



**SUSTAINABLE
TRAVEL**
FINLAND™

 **Mood of Finland**

 **Mood of Learning**

Twitter @AnuNy
Instagram @mood_of_finland
@rakkaudenmetsa
FB @Mood of Finland
LinkedIn: Anu Nylund
YouTube: Mood of Finland

