



Tiedolla johtaminen, vastuullisuus ja STF

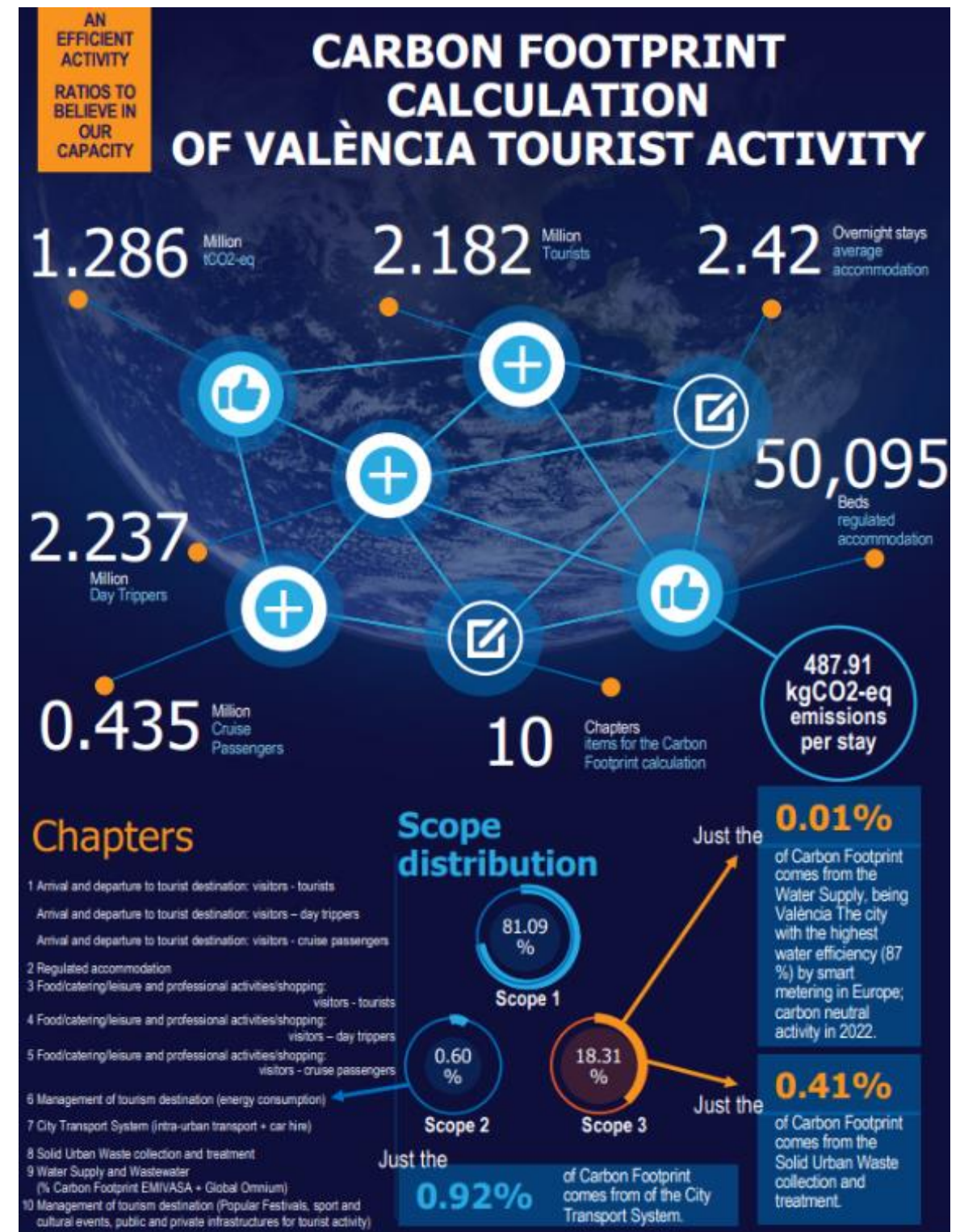


Ajankohtaista

- Poikkeustilanteet ja niihin reagointi
- Ilmastonmuutos
- Päästöt
- Kompensointi
- Muuttuuko matkailu?

Ilmiöitä:

- Vegaanimatkailijat
- Inklusiivisuus
- Hyväntekeväisyys, solidaarisuus, halu tehdä hyvää
- Vastuullisuus ja SMART destinaatiot

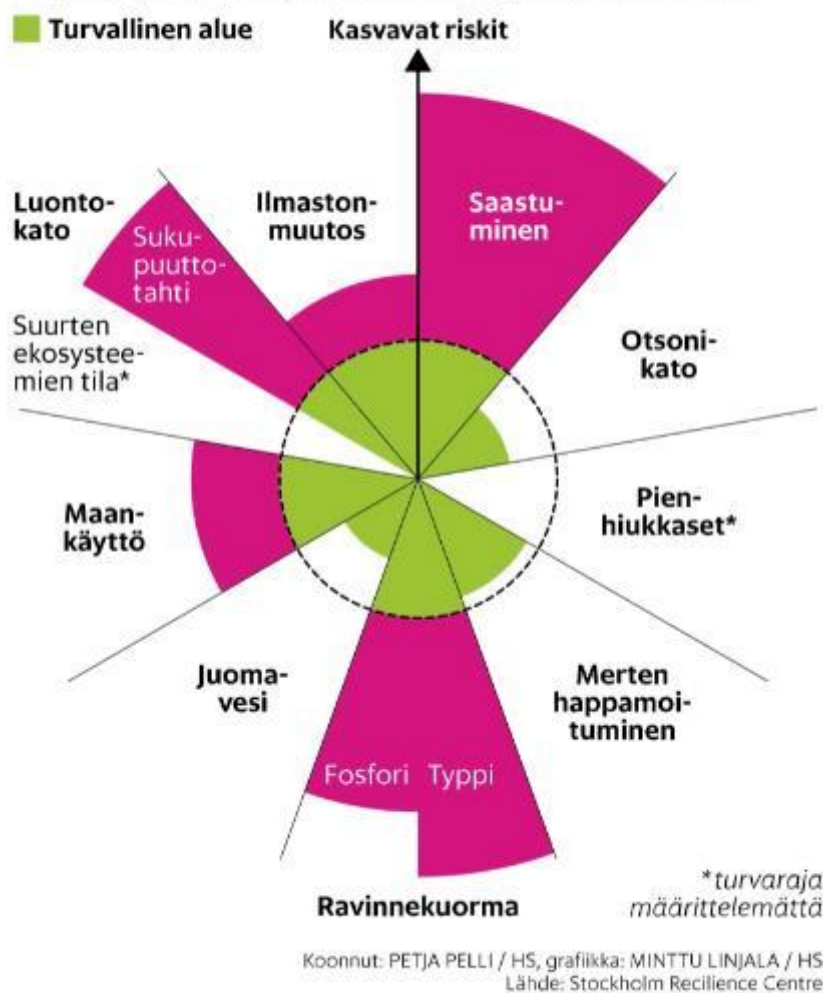




Vastuullisuus on globaalia ja lokaalia

Viisi yhdeksästä turvarajasta on ylitetty

Johan Rockströmin ja Stockholm Resilience Centren käsitys maapallon ympäristön yhdeksästä turvarajasta ja niiden tilasta



Vakaan planeetan yhdeksän turvarajaa Johan Rockströmin mukaan

1. Ilmastonmuutos (mittarina hiilidioksidin määrä ilmakehässä, raja ylitetty)
2. Luontokato (raja ylitetty sukupuuttojen tahdin osalta, lisätietoa tarvitaan ekosysteemien tilasta)
3. Otsonikato (turvarajan sisällä)
4. Meren happamoituminen (lähellä rajaa)
5. Ravinnekuorma (ylitetty sekä fosforin että typen osalta)
6. Maankäyttö (mittarina metsäkato, raja ylitetty)
7. Juomaveden käyttö (turvarajan sisällä)
8. Ilmakehän pienhiukkaset (turvaraja määrittämättä)
9. Saastuminen (mittarina ihmisen luomien uusien yhdisteiden kuten muovien päästäminen luontoon, raja ylitetty)





Yksi globaali haaste, joka herätti tiedolla johtamisen tarpeellisuuteen: Overtourism

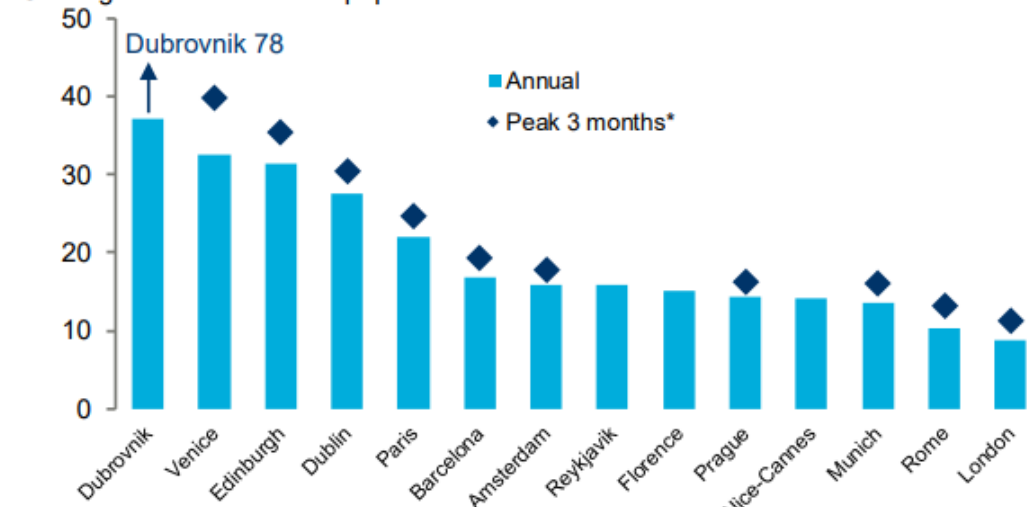
Managing Director of
Tourism Economics, EMEA

The increase in concerns about 'overtourism' in Europe likely reflects the perception that the costs and benefits of the industry have become unbalanced.

Among major selected European destinations, Dubrovnik and Venice have the highest ratio of tourism nights to resident population

- The economic benefit of the Travel & Tourism sector is significant, contributing around 10% of global GDP in 2019 and supporting 325 million jobs (including 37 million in Europe). Some European countries are heavily reliant on tourism, including Iceland (32% contribution to GDP), Croatia (25%) and Greece (21%).
- The costs associated with tourism, like those for many industries, are difficult to measure. These generally reflect the impact on living or operating costs for residents and businesses, and concerns about damage to the natural or built environment. Costs vary by destination and the type of tourism.
- The ratio of tourism nights to local population is a useful indicator of potential tourism costs to a destination and how this may be changing over time. Dubrovnik has the highest ratio of tourism nights per capita among the selected European cities, followed by Venice, Edinburgh, Dublin and Paris. This ratio is higher for all cities when adjusted for peak season visitation, especially for Dubrovnik.
- Managing the scale and growth of tourism to maximise economic benefits while containing costs is a significant challenge, particularly for countries that rely heavily on Travel & Tourism to support their economies. Several destinations are attempting to disperse tourists across a larger geographic area including more attractions to minimise the costs of overcrowding.

Tourist Nights Per Capita and Seasonal Impact – 2019
Overnights relative to local population



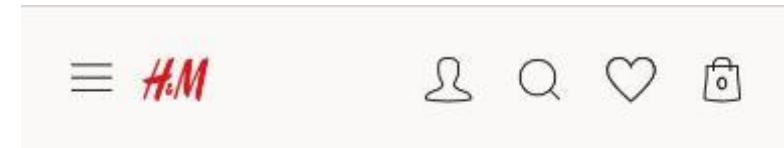
*Peak consecutive three months, annualised; based on 2018 seasonality
Source: Tourism Economics; TourMIS; OAG

Contact: Michael Shoory | mshoory@oxfordeconomics.com



Tuorein Booking.com – kyselytutkimus julkaistu huhtikuussa 2022

- **81% of travelers confirm that sustainable travel is important** to them
- with 50% saying that recent news about climate change has influenced them to make more sustainable travel choices
- **59% of travelers say they want to leave the places they visit better** than when they arrived, with 33% revealing that they **chose to travel outside of peak season** to avoid overcrowding
- **Nearly a quarter (23%)** say they opted to travel to a destination closer to home over the last 12 months to reduce their carbon footprint



Pukeudu tulevaisuuden
väreihin, muotoihin
ja materiaaleihin.



Piikikkästä
päärynäkaktuksesta
pehmeään
vegaaninahan



Matkailijat hakevat ei niin ruuhkaisia matkakohteita ja ovat halukkaita vähentämään päästöjä

- On the flip side, 42% struggle to find appealing destinations that are less crowded and **34% feel like it's not possible to find sustainable travel options** in cities or other popular tourist destinations
- 34% indicate that **they don't know how or where to find activities or tours** that ensure they are actually having a positive impact and giving back to the local community.
- 22 % indicated that they researched public transport and/or options to rent a bicycle in their chosen destination
- 20 % also chose to travel by train instead of car for longer distances and just under a third (30%) say they feel ashamed to fly because of its impact on the environment



Tiedolla johtaminen

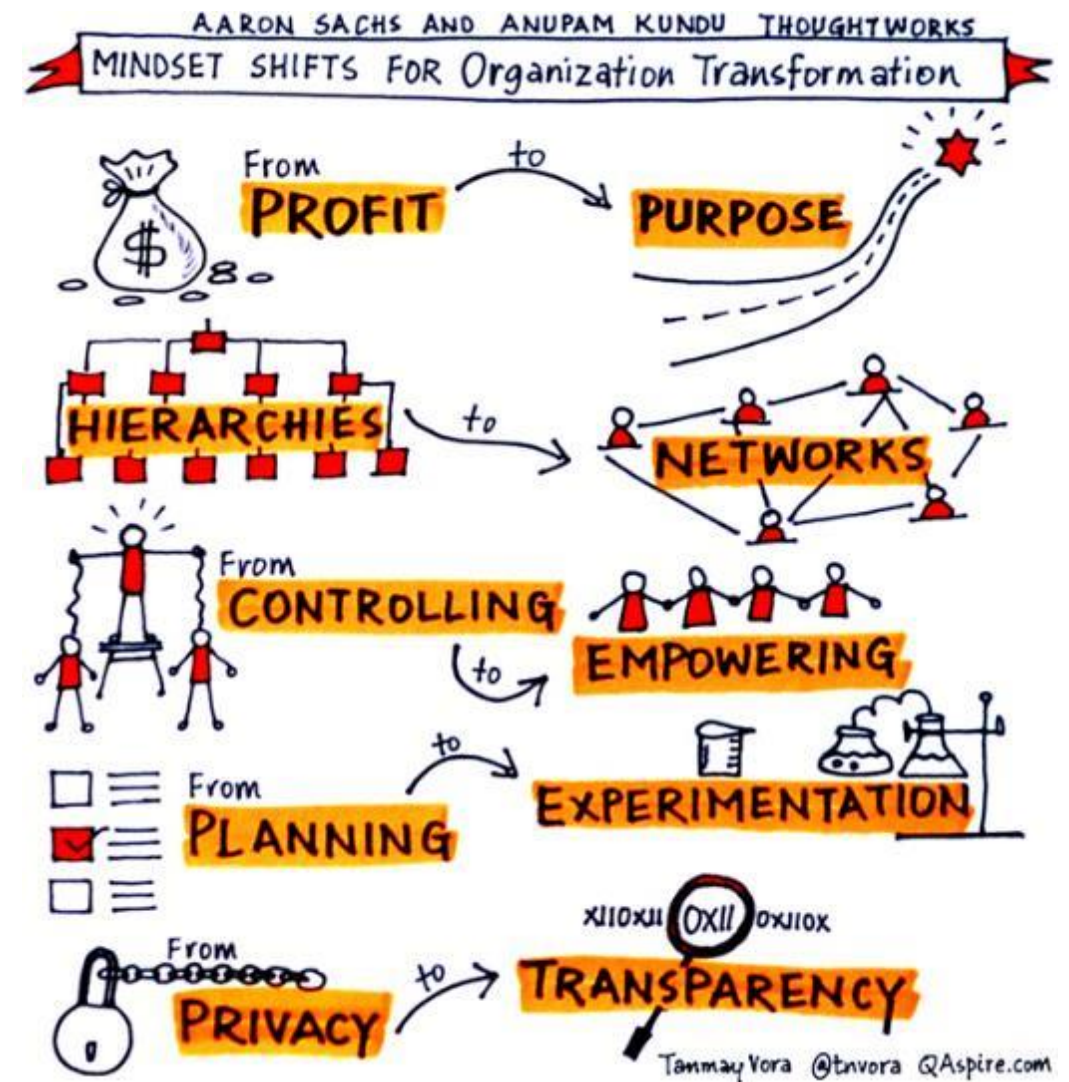
- Tiedolla johtaminen tarkoittaa yksinkertaisesti oikeaan tietoon perustuvaa päätöksentekoa, jossa oikea tieto saadaan dataa analysoimalla.
- Tiedolla johtamisella tarkoitetaan ajantasaiseen ja laadukkaaseen tietoon perustuvaa päätöksentekoa. Päätöksenteossa käytettävä tieto on kerätty menneisyydessä. Käsitteellä tarkoitetaan myös kaikkia rutiineja ja toimenpiteitä, jotka tähtäävät järkipäiseen päätöksentekoon.
- Huomioi ero tiedon johtamiseen ja tietojohdamiseen Tietojohdaminen on tieteenala, joka tutkii erilaisia tekniikoita ja käytäntöjä, joiden mukaan tietoa hallinnoidaan, analysoidaan ja hyödynnetään organisaatiossa ja sen toiminnassa. Se on 1990-luvulla syntynyt ala, joka tarkastelee organisaatioissa olevan tiedon hyödyntämistä osana niiden toimintaa.





YMMÄRRÄ KENELLE VIESTITÄÄN

Ymmärrys on tietoa,
tiedolla johdetaan
toimintaa oikeaan ja/tai
haluttuun suuntaan





Kestävä matkailu



**Vastuullinen matkailu
Määritelmää päivitetään!**

Transformatiivinen matkailu

Tiedostava matkailu

Uudistava matkailu





Uudistava matkailu



Anna Pollock: Tiedostava Matkailu | Uudistava matkailu

- Changing our mindsets – the way we see, be and do tourism, community by community, host by host
- Exploring and expressing what it means to be fully human, fully alive and living in harmony with nature
- Coming together in communities to break down the barriers that isolate tourism from other sectors.
- Regenerative Tourism: moves us from “doing less harm” past “doing more good” to becoming partners-servants of nature to help life thrive and evolve.



Uudistava matkailu ja matkailijatutkimus

- A **regenerative philosophy** is influencing decision-making, with 59% of travelers saying they want to leave the places they visit better than when they arrived
- two-thirds (66%) wanting to have experiences that are representative of the local culture
- More than a quarter (27%) say they have actively familiarized themselves with the local cultural values and traditions at their travel destination in advance of their trips
- one in four (25%) would be willing to pay more for travel activities to ensure they are giving back to local communities.
- Despite the appetite to give back and connect during their travels, 34% indicate that they don't know how or where to find activities or tours that ensure they are actually having a positive impact and giving back to the local community.



Booking.com 04/2022



Matkailulla on oltava muukin tarkoitus kuin ihmisten viihdyttäminen (Carlos Briceño)

Tähän asti matkailun kehittäjät ovat pohtineet, mitä kohde voisi antaa matkailulle ja matkailijoille.

Uudistavassa ajattelussa kysymys käännetään pääläelleen. On kysyttävä, mitä matkailu voisi antaa kohteelle, jotta kohde ja siellä elävät ihmiset voisivat paremmin.

– Meidän on mietittävä, miten kohteeseen on mahdollista viedä ihmisiä siten, että itse kohde hyötyy.

Miten saamme vierailijat luomaan yhteyden paitsi paikan kauneuteen myös sen ongelmiin ja uhkiin, jotka asettavat kohteen vaaraan (Carlos Briceño).



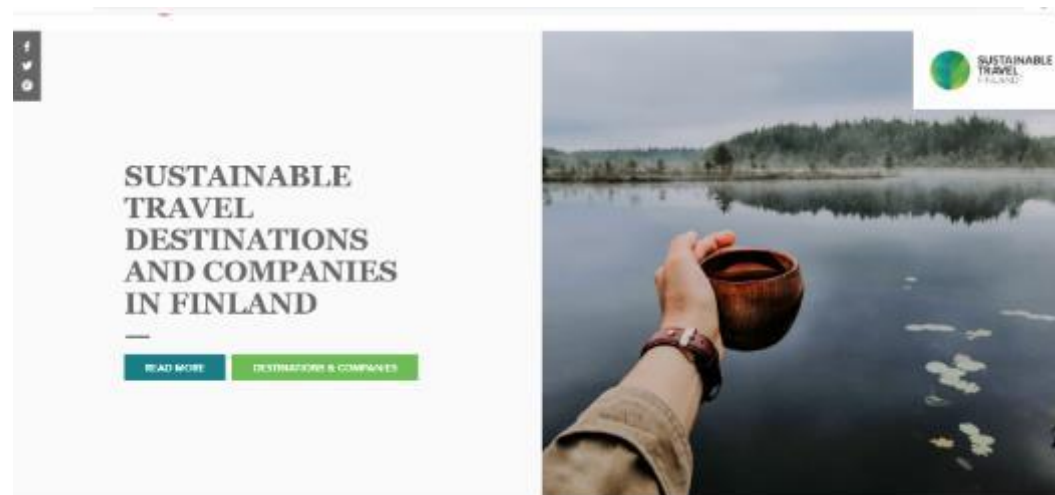


SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND

Merkin saaneet yritykset

Englanniksi esittelyt -> DataHubin kautta kerättävä tiedot

Suomeksi tilastot: käy benchmarkkaamassa 😊



VISIT FINLAND – VASTUULLISUUTEEN TUKEA, TUTKIMUSTA JA VINKKEJÄ:
VASTUULLISUUS

“Nature has taken care of us for millions of years and now it’s time for us to take care of it in return. By taking the Sustainable Finland Pledge you make a promise to respect and treasure the Finnish nature, its inhabitants and culture during your visit”



SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND

Kestävän matkailun ohjelma
matkailualueille ja -yrityksille
Viestintätyökalu Visit Finlandille ja
merkin saaneille tahoille
Laatumerkki matkailijoille ja
matkanjärjestäjille

Ohjelma tarjoaa oman polun
Yrityksille
Emoyrityksille
Destinaatioille





STF ohjelman kriteerit

Askel 1. Sitoutuminen

Askel 2. Osaamisen kasvattaminen

Askel 3. Kehittämissuunnitelman laatiminen

Askel 4. Vastuullisuusviestintä

Askel 5. Sertifiointi ja auditointi

Askel 6. Todentaminen ja mitattavuus

Askel 7. Sopimus ja jatkuva kehittyminen

Ohjelmaan voi lähteä mukaan milloin vain ja täysin nollatasosta!

Hae mukaan: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland/>



DATAA JA TIETOA JOHTAMISEEN



Globaalista kansalliseen taustoitukseen

- Globaalitasolla Agenda2030:n edistymisen seuranta perustuu YK:n tilastotoimikunnassa sovittuihin YK-indikaattoreihin, joita on noin 240.
- Niiden pohjalta YK:n pääsihteeri laatii vuosittaisen edistymisraportin (The Sustainable Development Goals Report), joka esitellään jäsenmaille kestävän kehityksen korkean tason foorumissa (HLPF).
- **Suomessa Tilastokeskus koordinoi kansallisten tietojen keräämistä YK-indikaattoreista, ja ne löytyvät Tilastokeskuksen sivuilta.**
- YK-indikaattoreiden tarkoituksena on ensisijaisesti globaalin ja alueellisen kokonaiskuvan tuottaminen.
- Monet maat hyödyntävät niitä kansallisessa seurannassa, myös Suomen kansallisista kestävän kehityksen indikaattoreista noin kolmasosa on samoja kuin YK-indikaattorit.
- Eurostat tuottaa vuosittain raportin ”Sustainable development in the European Union”, jossa tarkastellaan Agenda2030:n toimeenpanon edistymistä SDG-kohtaisesti noin 100 indikaattorin valossa Euroopan Unionin alueella.
- Tarkastelutaso on pääosin EU-taso, mutta joissain asioissa raportissa esitellään myös maakohtaista tietoa.
- ”Kestävän kehityksen tila” on Suomen kansallinen kestävän kehityksen seurantajärjestelmä. Se rakentuu noin 40 indikaattorille, jotka on ryhmitelty kymmeneen seurantakoriin, jotka käsittelevät kestävän kehityksen muutoksen kannalta keskeisiä aihepiirejä.



Esimerkki: Agenda2030 - indikaattorit

▼ Tavoite 8: Ihmisarvoista työtä ja talouskasvua



▶ 8.1

Ylläpitää kaikkia koskevaa talouskasvua kansallisten olosuhteiden mukaisesti ja erityisesti vähintään 7 % BKT:n vuosittaista kasvua vähiten kehittyneissä maissa

▶ 8.2

Saavuttaa korkeampi taloudellisen tuottavuuden taso monipuolistamisen, teknologian uudistamisen ja innovaatioiden avulla, esimerkiksi panostamalla lisäarvoa luoviin ja työvoimavaltaisiin aloihin

▶ 8.3

Edistää kehityslähtöisiä käytäntöjä, jotka tukevat tuottavaa toimintaa, säällisten työpaikkojen luontia, yrittäjyyttä, luovuutta ja innovointia sekä kannustavat mikro- ja pienyritysten sekä keskisuurten yritysten perustamiseen ja kasvattamiseen, esimerkiksi takaamalla rahoituspalvelujen saanti

▶ 8.4

Parantaa vuoteen 2030 saakka asteittain maailmanlaajuisia resurssitehokkuutta kulutuksessa ja tuotannossa ja pyrkiä erottamaan talouskasvu ja ympäristön pilaantuminen toisistaan kestävää kulutusta ja tuotantoa koskevan kymmenvuotisen ohjelmakehityksen mukaisesti, kehittyneet valtiot eturintamassa

▶ 8.5

Saavuttaa vuoteen 2030 mennessä täysi ja tuottava työllisyys ja säällinen työ kaikille, mukaan lukien nuorille ja vammaisille, sekä sama palkka samanarvoisesta työstä

8.5.2.g

Työttömyysaste, %: 45-54

[Indikaattorin kuvaus](#) ▼



8.5.2.h

Työttömyysaste, %: 55-64

[Indikaattorin kuvaus](#) ^

Työtön on henkilö, joka tutkimusviikolla on työtä vaille (ei ollut palkkatyössä tai tehnyt työtä yrittäjänä), on etsinyt työtä aktiivisesti viimeisen neljän viikon aikana palkansaajana tai yrittäjänä ja voisi aloittaa työn kahden viikon kuluessa. Myös henkilö, joka on työtä vaille ja odottaa sovitun työn alkamista kolmen kuukauden kuluessa, luetaan työttömäksi, jos hän voisi aloittaa työn kahden viikon kuluessa.

Työttömäksi luetaan myös työpaikastaan toistaiseksi lomautettu, joka täyttää edellä mainitut kriteerit. on työttömien prosenttiosuus saman ikäisestä työvoimasta eli työllisistä ja työttömistä. Koko väestön työttömyysaste lasketaan 15-74-vuotiaiden työttömien prosenttiosuutena saman ikäisestä työvoimasta



8.5.2.i

Työttömyysaste, %: Vammaiset henkilöt

[Indikaattorin kuvaus](#) ^

Vammaisuuden (disability) käsitettä ei ole/ei käytetä Suomen työvoimatutkimuksessa





Euroopan matkailun indikaattorijärjestelmä (vuodelta 2013)

Perusteita matkailukohteen seurannalle indikaattorein:

- paremmat tiedot päätöksentekoon
- tehokas riskinhallinta
- toimintaohjelmien priorisointi
- suorituksen vertailuarvot
- paikallisyhteisön vahvempi mukaantulo ja tuki matkailun sidosryhmille
- kävijäkokemuksen kehittyminen
- tuloksen parantuminen, kustannussäästöt
- kävijäkohtaisen arvon lisääntyminen

Osa C: Sosiaalinen ja kulttuurivaikutus		
Kriteerit	Indikaattorin viite-numero	YDININDIKAATTORIT on merkitty VIHREÄLLÄ ja VALINNAISET INDIKAATTORIT on merkitty SINISELLÄ.
C.1 Community/Social Impact	C.1.1	Matkailijoiden/kävijöiden määrä 100:aa asukasta kohden
	C.1.1.1	Niiden asukkaiden prosenttiosuus, jotka ovat tyytyväisiä matkailuun kohteessa (kuukauden/ sesongin aikana)
	C.1.1.2	Kaupallisessa matkailijamajoituksessa saatavilla olevien vuodepaikkojen määrä 100:aa asukasta kohden
	C.1.1.3	Loma-/vuokra-asuntojen määrä 100:aa asuntoa kohden
C.2 Gender Equality	C.2.1	Matkailualalla työllistettyjen miesten ja naisten prosenttiosuus
	C.2.1.1	Niiden matkailuyritysten prosenttiosuus, joissa pääjohtajana on nainen
	C.2.1.2	Naisten keskimääräinen palkka matkailualalla verrattuna miesten keskimääräiseen palkkaan (luokiteltuna matkailualan työpaikan tyyppin mukaisesti)
C.3 Equality/Accessibility	C.3.1	Niiden kaupallisten majoitusliikkeiden prosenttiosuus, joiden huoneet ovat vammaisille esteettömiä ja/tai jotka osallistuvat tunnustettuihin esteettömyysohjelmiin
	C.3.1.1	Kohteen prosenttiosuus, joka kuuluu sellaisen julkisen liikenteen piiriin, joka on esteetöntä vammaisille ja sellaisille, joilla on esteetöntä pääsyä koskevia erityisvaatimuksia
	C.3.2	Niiden nähtävyyksien prosenttiosuus, jotka ovat vammaisille esteettömiä ja/tai jotka osallistuvat tunnustettuihin esteettömyysohjelmiin
	C.3.2.1	Niiden kävijöiden prosenttiosuus, jotka ovat tyytyväisiä kohteen esteettömyyteen vammaisille ja sellaisille, joilla on esteetöntä pääsyä koskevia erityisvaatimuksia
C.4 Protecting and Enhancing Cultural Heritage, Local Identity and Assets	C.4.1	Prosenttiosuus kohteesta, johon sovelletaan kulttuuriperinnön suojelua koskevaa toimintalinjaa tai -suunnitelmaa
	C.4.1.1	Niiden asukkaiden prosenttiosuus, joilla on myönteinen tai kielteinen näkemys matkailun vaikutuksesta kohteen identiteettiin
	C.4.1.2	Kohteen suurimpien perinteiseen/paikalliseen kulttuuriin ja voimavaroihin keskittyvien tapahtumien prosenttiosuus



Luonnon kantokyky ja monimuotoisuuden säilyminen ovat tärkeitä seurattavia kohteita

Ekologista kestävyyttä tarkastellaan usein seuraavan kolmen käsitteen avulla: kantokyky (carrying capacity), hyväksyttävissä olevan muutoksen rajat (Limits of Acceptable Change eli LAC-malli) ja ekosysteemipalvelut (ecosystem services)

Metsähallituksen käytössä oleva luontomatkailun vaikutuksia tarkasteleva malli perustuu LAC-malliin.

- LAC-malli on menetelmä, joka tarkastelee sitä, miten mittarille annettu arvo muuttuu tarkastelujakson aikana raja-arvojen puitteissa, ja kuinka suuri muutos on vielä hyväksyttävissä
- LAC-menetelmässä alueella toimivat osapuolet määrittävät yhteisymmärryksessä minimi- ja maksimi-raja-arvot, joiden puitteissa toiminta pyritään ylläpitämään



Picture: Visit Finland_Seppo_Rinta_Kauppila



YDININDIKAATTOREIDEN JAOTTELU

Jaottelu perustuu ETIS (European Tourism Indicator System) luomaan standardiin.
Järjestelmä sisältää sekä kansallisen, destinaatio- että yritystason indikaattoreita.

A. Kohteen hallinta

- A.1 Kestävän matkailun politiikka
- A.2 Matkailun kestävä hallinta matkailuyrityksissä
- A.3 Asiakkaiden tyytyväisyys

C. Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus

- C.1 Yhteisöllinen/sosiaalinen vaikutus
- C.2 Tasa-arvo
- C.3 Tasavertaisuus/esteettömyys
- C.4 Kulttuuriperinnön ja paikallisen identiteetin suojeleminen ja säilyttäminen

B. Taloudellinen arvo

- B.1 Matkailijoiden virta kohteeseen (määrä ja arvo)
- B.2 Matkailuyritysten suorituskyky
- B.3 Työntekijöiden määrä ja laatu

D. Ympäristövaikutukset

- D.1 Liikenne ja ilmastonmuutos
- D.2 Jätehuolto
- D.4 Vedenkulutus
- D.5 Energiankulutus
- D.6 Maiseman ja biologisen monimuotoisuuden hallinnointi



B. Taloudellinen arvo 1 | 2

Indikaattori	Luokka	Kriteeri	ID	Kansallinen	Destinaatio taso	Yritystaso	Rajapinta	Uusi data	ETIS	GSTC	ETC	SDGs
Matkailukulutus vuosittain ja sen kasvu.	Taloudellinen arvo	B.1 Matkailijoiden virta kohteeseen (määrä ja arvo)	B.1.1	X			X					
Yöpymisten määrä kuukaudessa ja vuodessa, tavoitteena ympärivuotisuuden edistäminen	Taloudellinen arvo	B.1 Matkailijoiden virta kohteeseen (määrä ja arvo)	B.1.2	X	X	X	X	X (yritykset)	B.1.1	A8	yes	11,12
Ulkomaalaisten matkailijoiden osuus kaikista matkailijoista	Taloudellinen arvo	B.1 Matkailijoiden virta kohteeseen (määrä ja arvo)	B.1.4	X	X	X	X				yes	
Matkailijoiden määrä suhteessa paikallisiin kuukausittain (sesonkivaihtelu)	Taloudellinen arvo	B.1 Matkailijoiden virta kohteeseen (määrä ja arvo)	B.1.5	X	X				C.1.1	A8		11,12
Markkinajakauma - riippuvuus tietystä kohderyhmästä	Taloudellinen arvo	B.1 Matkailijoiden virta kohteeseen (määrä ja arvo)	B.1.6	X	X	X		X (yritykset)				
Matkailun suhteellinen osuus kohteen talouteen (% BKT:stä)	Taloudellinen arvo	B.1 Matkailijoiden virta kohteeseen (määrä ja arvo)	B.1.7	X			X		B.1.1.1			8.9.1
Sesonkikuukausien ja aukiolokuukausien määrä	Taloudellinen arvo	B.1 Matkailijoiden virta kohteeseen (määrä ja arvo)	B.1.8	X	X	X	X	X (yritykset)	B.2.2	A8		11,12



B. Taloudellinen arvo 2 | 2

Indikaattori	Luokka	Kriteeri	ID	Kansallinen	Destinaatio taso	Yritystaso	Rajapinta	Uusi data	ETIS	GSTC	ETC	SDGs
Matkailijan keskimääräinen viipymä kohteessa (yötä).	Taloudellinen arvo	B.2 Matkailuyritysten suorituskyky	B.2.10	X	X	X	X	X (yritykset)	B.2.1		yes	
Ympärivuotisten matkailuyritysten osuus (yritys toimii ympärivuotisesti)	Taloudellinen arvo	B.2 Matkailuyritysten suorituskyky	B.2.6	X	X		X			A8		11,12
Matkailijan päivittäinen kulutus (majoitus, ruoka ja juoma, muut palvelut)	Taloudellinen arvo	B.2 Matkailuyritysten suorituskyky	B.2.7			X		X (yritykset)	B.1.2		yes	
Matkailun suora työllisyysvaikutus destinaation kokonaistyöllisyydestä (%)	Taloudellinen arvo	B.3 Työntekijöiden määrä ja laatu	B.3.1	X			X		B.3.1	B1	yes	1,8,9
Kestävään matkailuun liittyvän koulutuksen kävijämäärä.	Taloudellinen arvo	B.3 Työntekijöiden määrä ja laatu	B.3.2	X	X		X			B2		4,8
Sesonkityöntekijöiden määrän prosenttiosuus matkailun työllisistä	Taloudellinen arvo	B.3 Työntekijöiden määrä ja laatu	B.3.3	X	X	X		X (yritykset)	B.3.1.1	B2		8,10





C. Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus 1 | 2

Indikaattori	Luokka	Kriteeri	ID	Kansallinen	Destinaatio taso	Yritystaso	Rajapinta	Uusi data	ETIS	GSTC	ETC	SDGs
Matkailijoiden /asiakkaiden määrä suhteessa alueen pinta-alaan	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.1 Yhteisöllinen/sosiaalinen vaikutus	C.1.1	X	X		X			A8	yes	
Matkailijoiden määrä 100 asukasta kohden	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.1 Yhteisöllinen/sosiaalinen vaikutus	C.1.2	X	X		X		C.1.1	A8	yes	11,12
Prosentuaalinen sukupuolijakauma henkilöistä, jotka työskentelevät matkailun parissa esimies- ja / tai johtotehtävissä	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.2 Tasa-arvo	C.2.1			X		X (yritykset)	C.2	B2		8,5,10
Viestinnän monikielisyys (verkkosivujen kielten määrä).	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.2 Tasa-arvo	C.3.1	X		X		X (yritykset)				10
Prosenttiosuus STF -merkin saaneista matkailuyrityksistä, jotka tarjoavat palveluita liikuntarajoitteisille	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.3 Tasavertaisuus/es teettömyys	C.3.2a	X	X		X		C.3.1	B5. B8		10
Prosenttiosuus STF -merkin saaneista matkailuyrityksistä, jotka markkinoivat palveluita LGBTQ -kohderyhmälle	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.3 Tasavertaisuus/es teettömyys	C.3.2b	X	X		X			B5. B8		10
Prosenttiosuus STF -merkatuista matkatuotteista, jotka tarjoavat palveluita liikuntarajoitteisille.	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.3 Tasavertaisuus/es teettömyys	C.3.3a	X	X		X		C.3.2	B5, B8		10
Prosenttiosuus STF -merkatuista matkatuotteista, jotka markkinoivat palveluita LGBTQ -kohderyhmälle	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.3 Tasavertaisuus/es teettömyys	C.3.3b	X	X		X			B5 B8		10



C. Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus 2 | 2

Indikaattori	Luokka	Kriteeri	ID	Kansallinen	Destinaatio taso	Yritystaso	Rajapinta	Uusi data	ETIS	GSTC	ETC	SDGs
Prosenttiosuus kohteen asukkaista, joilla on positiivisia tai negatiivisia käsityksiä matkailun vaikutuksista kohteen identiteetille.	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.4 Kulttuuriperinnön ja paikallisen identiteetin suojeleminen ja säilyttäminen	C.4.1		X		X	X	A.1.1.1 C.4.1.1	A5	yes	11,17
Kohteiden määrä, joilla on Unescon maailmanperintökohteiden, aineettoman kulttuuriperintökohteiden, kulttuurireitistökohteiden tai Geoparks -kohteiden status.	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.4 Kulttuuriperinnön ja paikallisen identiteetin suojeleminen ja säilyttäminen	C.4.4	X	X		X		C.4.1	C6		11,12
Valtakunnallisesti merkittävien rakennettujen kulttuuriympäristöjen määrä.	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.4 Kulttuuriperinnön ja paikallisen identiteetin suojeleminen ja säilyttäminen	C.4.5	X	X			X	C.4.1	C6		11,12
Kulttuurimatkailutuotteiden määrä/osuus.	Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	C.4 Kulttuuriperinnön ja paikallisen identiteetin suojeleminen ja säilyttäminen	C.4.6.	X	X		X		C4.1.2	C6 C3		11,12



D. Ympäristövaikutukset 1 | 2

Indikaattori	Luokka	Kriteeri	ID	Kansalinen	Destinaatio taso	Yritys taso	Rajapinta	Uusi data	ETIS	GSTC	ETC	SDGs
Prosenttiosuus matkailuyrityksistä, jotka mittaavat hiilijalanjälkeään	Ympäristövaikutukset	D.1 Liikenne ja ilmastonmuutos	D.1.1	X	X	X	X(?)	X (yritykset)				
Prosenttiosuus matkailuyrityksistä, jotka osallistuvat ilmastonmuutoksen hillitsemiseen liittyviin toimenpiteisiin	Ympäristövaikutukset	D.1 Liikenne ja ilmastonmuutos	D.1.4	X	X	X		X (yritykset)	D.2.1	D.2.1		13
Kartoitus, mitä jätteitä kierrätetään	Ympäristövaikutukset	D.2 Jätehuolto	D.2.2			X	X		D.3.2 D.3.1.1	D9		12,14,15
Prosenttiosuus matkailuyrityksistä, joilla on käytössä erilaisia keinoja veden kulutuksen vähentämiseksi	Ympäristövaikutukset	D.4 Vedenkulutus	D.4.2			X		X (yritykset)	D.5.1.1 D.5.1.2 D.5.1.3	D1.4		6
Prosenttiosuus matkailuyrityksistä, joilla on käytössä erilaisia keinoja energiankulutuksen vähentämiseksi	Ympäristövaikutukset	D.5 Energiankulutus	D.5.2			X		X (yritykset)	D.6.1.1	D.1.3		7
Vuotuisesti kulutetun uusiutuvan energian määrä (Mwh) prosentteina energian kokonaiskulutuksesta.	Ympäristövaikutukset	D.5 Energiankulutus	D.5.3			X		X (yritykset)	D.6.1.1	D5		7



D. Ympäristövaikutukset 2|2

Indikaattori	Luokka	Kriteeri	ID	Kansallinen	Destinaatio taso	Yritystaso	Rajapinta	Uusi data	ETIS	GSTC	ETC	SDGs
Prosenttiosuus paikallisista matkailuyrityksistä, jotka tukevat aktiivisesti paikallisen biologisen monimuotoisuuden suojelua, säilyttämistä ja hallintaa.	Ympäristövaikutukset	D.6 Maiseman ja biologisen monimuotoisuuden hallinnointi	D.6.1			X		X (yritykset)	D.7.1.	D.3.1		14,15
Yritysten määrä, joilla on kestävän matkailun sopimus Metsähallituksen kanssa.	Ympäristövaikutukset	D.6 Maiseman ja biologisen monimuotoisuuden hallinnointi	D.6.4	X	X	X	X			D1, D2, D.3.3		14,15
Suojelualueiden ja kansallispuistojen pinta-alan osuus destinaation pinta-alasta.	Ympäristövaikutukset	D.6 Maiseman ja biologisen monimuotoisuuden hallinnointi	D.6.5	X	X		X		D.7.1	D2		14,15
Luontomatkailutuotteiden määrä/osuus kaikista tuotteista.	Ympäristövaikutukset	D.6 Maiseman ja biologisen monimuotoisuuden hallinnointi	D.6.7	X	X		X			D3.3		14,15



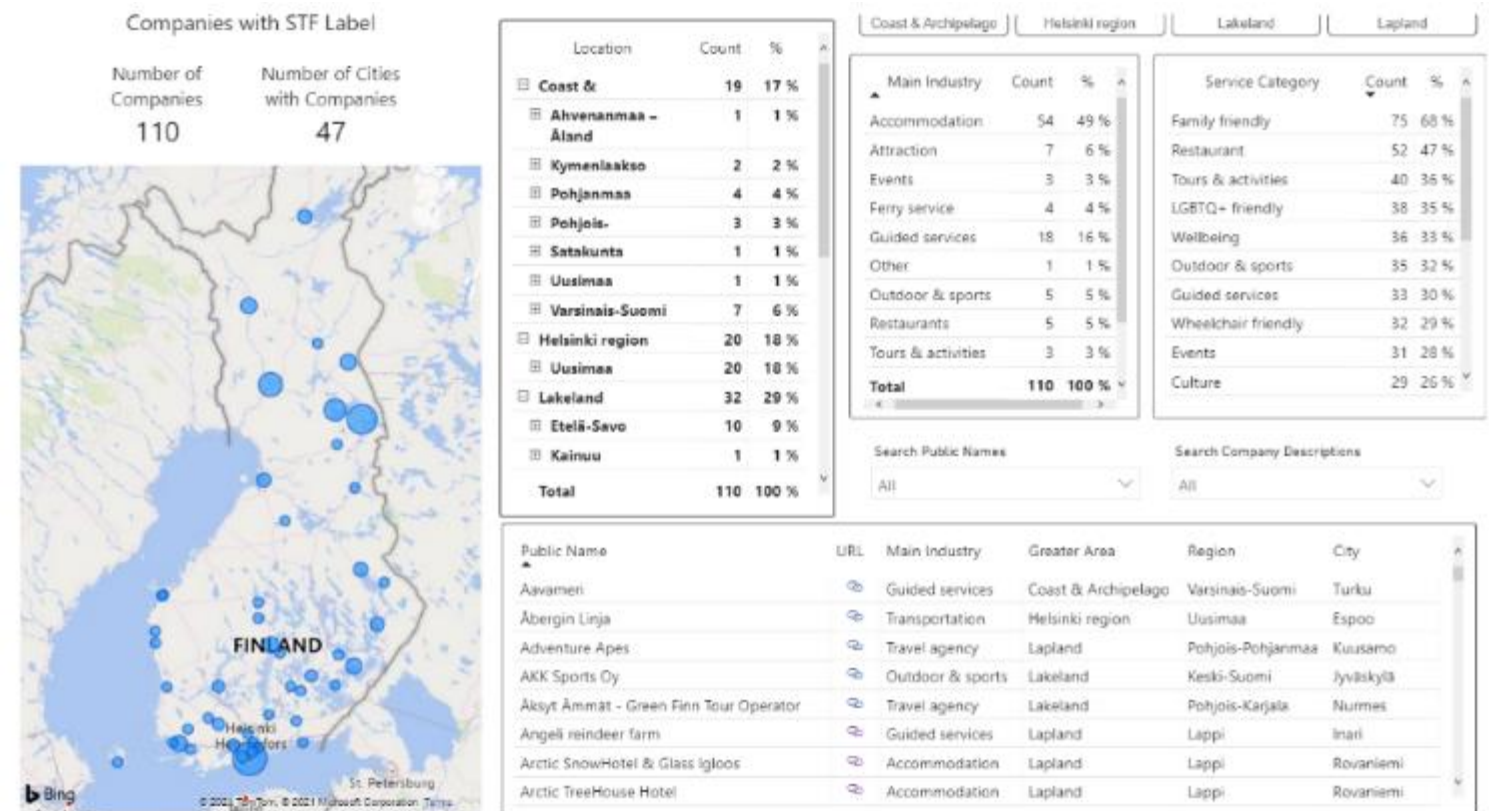
Kestävän matkailun tunnusluvut

Kansallinen taso	Destinaatiotaso
YRITYKSET	STF -merkin saaneet yritykset
STF -merkin saaneet yritykset	lukumäärä
lukumäärä	toimialoittain, %
suuralueittain %	kv-matkailijoiden osuus, %
toimialoittain, %	ympärivuotisuus; aukiolokuukaudet, %
kv-matkailijoiden osuus, %	Yritysten koko
ympärivuotisuus; aukiolokuukaudet, %	liikevaihto
Yritysten koko	HTV
liikevaihto	STF -ohjelmaan hakeneet yritykset eli ns pipeline
HTV	Koonti yritysten itsearvioinnin tuloksista*
STF -ohjelmaan hakeneet yritykset (lukumäärä) eli ns pipeline	
Koonti yritysten itsearvioinnin tuloksista*	
DESTINAATIOT	
STF -merkin saaneet destinaatiot (lukumäärä)	
STF -merkin saaneet destinaatiot (suuralueittain, %)	
STF -ohjelmaan hakeneet destinaatiot (lukumäärä) eli ns pipeline	
Koonti destinaatioiden itsearvioinnin tuloksista*	



Raportointi ja raporttien hyödyntäminen

- Koko indikaattorijärjestelmän raportointia voi seurata tämän kansallisen Power BI-raportin kautta. Raportti on kehitysvaiheessa ja tarjoaa nykyisellään vasta perustietoja.
- Yrityksille ja destinaatioille on tarkoitus luoda onlinealustalle omat raporttinäkymät, joiden kautta voi seurata omaa kehitystä.
- Myös vertailu muihin toimijoihin ja alueisiin tehdään mahdolliseksi, kuitenkin anonymiteetti huomioiden.
- Raporttinäkymiä voi suodattaa ja tulostaa omien tarpeiden mukaisesti esimerkiksi osaksi kehittämissuunnitelmia tai vastuullisuusviestintää.





”Yritysten välillä näkyy aika paljon eroa siinä, kuinka scope 3:sta raportoidaan. Osa ei kerro, mikä osa scope 3:sta on olennaista, mikä ei. Päästöinventaarit,

Päästöt, päästölaskuri ja kompensointi

Matkailualan päästölaskuri integroidaan osaksi STF-ohjelmaa

- Selvitä mistä päästöt muodostuvat
- Kerro mitä teette, jotta päästöjä aiheutuu vähemmän
- Mittaa päästöt (Matkailutoimialan päästölaskuri)
- Kerro miten paljon aiotte päästöjä vähentää ja miten
- Kerro sitten miten kompensoitte – täysin läpinäkyvästi



Tärkeää tietoa on myös koko tuotanto- ja palveluketjun taustojen selvitys

- Mitä voi kumppaneilta ja tuotantoketjun eri vaiheista vastuussa olevilta edellyttää
- Vaikea aihe eikä ihan hallussa vielä kaikkien vastuullisuuden osa-alueiden osalta
- Ole myös itse avoin ja läpinäkyvä: yrityksen omistuspohja, toimijat, henkilöstö näkyviin
- Code of Ethics

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.





TIEDOLLA JOHTAMINEN JA VASTUULLISET VALINNAT

- Tiedolla johtaminen ja yrityksen vastuulliset valinnat saadaan näkyviin kehittämis- ja toteuttamissuunnitelman avulla
- Määritellään kaikki se hyvä, mitä jo tehdään, asetetaan tavoitteita ja määritellään seuranta varten mittarit

Kuva: Mood of Finland



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™**

 **Mood of Finland**

 **Mood of Learning**

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

