Visit Finland

Mood of Finland

Sustainable Travel Finland

Kooste valmennuspäivästä

Anu Nylund| Mood of Finland

MIKSI?

Vastuullinen matkakohde ja –yritys on myyntivaltti ja tulevaisuuden kysytyin valinta

Kestävä matkailu houkuttelee matkailijoita, jotka ovat valmiita käyttämään keskivertomatkailijaa enemmän rahaa ja matkustamaan myös sesonkien ulkopuolella.

Vastuullisuustrendi on tullut jäädäkseen: matkailijat ja yhteistyökumppanit (kuten matkanjärjestäjät) odottavat yhä enemmän, että yritykset huolehtivat toimintansa vastuullisuudesta.

Tulevaisuudessa vain vastuulliset matkailuyritykset pysyvät mukana kilpailussa. Tulevaisuudessa ei muulla tavalla toimivia yrityksiä voi olla olemassakaan.

Kuva: Mood of Finland

UNWTO Agenda2030

Myös World Committee on Tourism Ethics

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

Mood of Finland

MÄÄRITELMIÄ

JOTTA PUHUTAAN "SAMAA KIELTÄ"

Suomi on vastuullinen matkailumaa

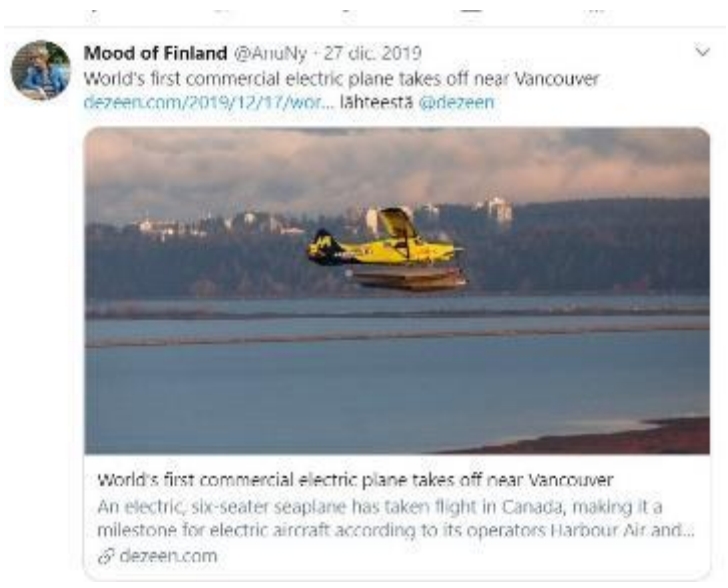
Anu Nylund | wwww.moodoffinland.fi | Twitter @AnuNy | FB ja IG Mood of Finland

HOTELS.COM –SELVITYS TAMMIKUU 2020 (KOHDERYHMÄNÄ MILLENIAALIT

- Onko tarjolla matkailupalveluita Solo-travellereille
  - Itsensä kehittymistä hakevista millenniaaleista matkaan lähtisi mieluiten yksin 15 prosenttia. Parisuhteessa elävistä 37 prosenttia ottaa matkaseurakseen mieluiten oman kumppanin, 30 prosenttia ystävät ja seitsemän prosenttia perheensä.
- Omaan kehittymiseen ollaan valmiita panostamaan.
  - Yksi kolmesta eli 34 prosenttia maksaisi enemmän lomasta, joka edistää omaa henkistä ja fyysistä terveyttä, ja heistä lähes yhdeksän kymmenestä (88 %) voisi maksaa matkasta jopa 50 prosenttia enemmän.
  - Yli puolet, eli 55 prosenttia vastanneista on valmiita jättämään alkoholin ja 47 prosenttia sosiaalisen median saadakseen matkasta irti kaiken mahdollisen.
- Millenniaalien halu kokea uusia asioita tuo valtavirtaan yhä uudentyyppisiä lomia ja retriittejä.
  - Vaikka perinteisemmät eli kielimatkat, valokuvaus- ja kokkauskurssit tulevat edelleen ykkösinä, haluavat itsensä kehittäjät tarttua myös epätavanomaisempiin tilaisuuksiin.
  - Vastaajista 43 prosenttia haluaisi osallistua itseluottamuksen rakentamiseen tähtäävään retriittiin. Monet voisivat kokeilla esimerkiksi eläinterapiaa (35 %), yhteyden löytämistä luontoon metsäkylvyssä (18 %) tai elimistön puhdistavaa retriittiä (18 %).

Hiilijalanjälki, päästölaskurit ja kompensointi

- Konkreettisena ekologisesti vastuullisena tekona asiakas ja ammattilainen selvittää kulutuksensa aiheuttaman hiilijalanjäljen ja yritys vastaavasti kertoo niistä toimista, joilla hiilijalanjälkeä voi pienentää.
- Ekologinen jalanjälki kuvaa maa- tai vesialuetta, joka tarvitaan ihmisen tai väestöryhmän energian, ravinnon tai materiaalien tuottamiseen sekä jätteiden käsittelyyn
- Hiilijalanjälki mittaa tuotteen, palvelun tai toiminnan elinkaaren aikana syntyvät kasvihuonekaasupäästöt.
- KÄY LASKEMASSA OMA HIILIJALANJÄLKI: www.ilmastodieetti.fi
- Kompensoinnista viestiminen on tietolaji: Kompensointi ilman päästöjen vähentämistä ei ole ilmastoteko
- Ilmastouutiset



KOMPENSOINTI ON TAPETILLA!

Lue blogikirjoitus

Ota käyttöön: matkailuyritysten hiilijalanjälkilaskuri

Eläimet matkailun vetovoimatekijöinä Suomessa

- Hevoset, poro, koirat, rekikoirat
- Aasit, alpakat, strutsit jne
- Kotieläinpuistot
- Eläinten katselu ja kuvaaminen
- Metsästysmatkailu

Perusajatus: eläimistä huolehditaan: ruokitaan, annetaan levätä, huolehditaan tiloista,käytetään lajille tyypilliseen toimintaan lajille tyypillisellä alueella

Lue lisää: Eläinten hyvinvointi matkailussa

Anu Nylund | Mood of Finland | www.moodoffinland.fi | Twitter @AnuNy

Saamelaismatkailun eettiset ohjeet:

- Poroaidat, laidun- ja tokkarauha
  - Porot on jätettävä aina rauhaan / poronhoitolaki, ei saa lähestyä, ei edes hiihtäen

Kuva: Mood of Finland

Esteettömyys

- Matkailu kuuluu kaikille
- Luonto kuuluu kaikille
- UNWTO arvioi julkaisussaan “Tourism for all” (2016), että 27 % Euroopan väestöstä kuuluu esteettömän matkailun piiriin (VF)
- Visit Finland: Esteettömän matkailun kriteerit

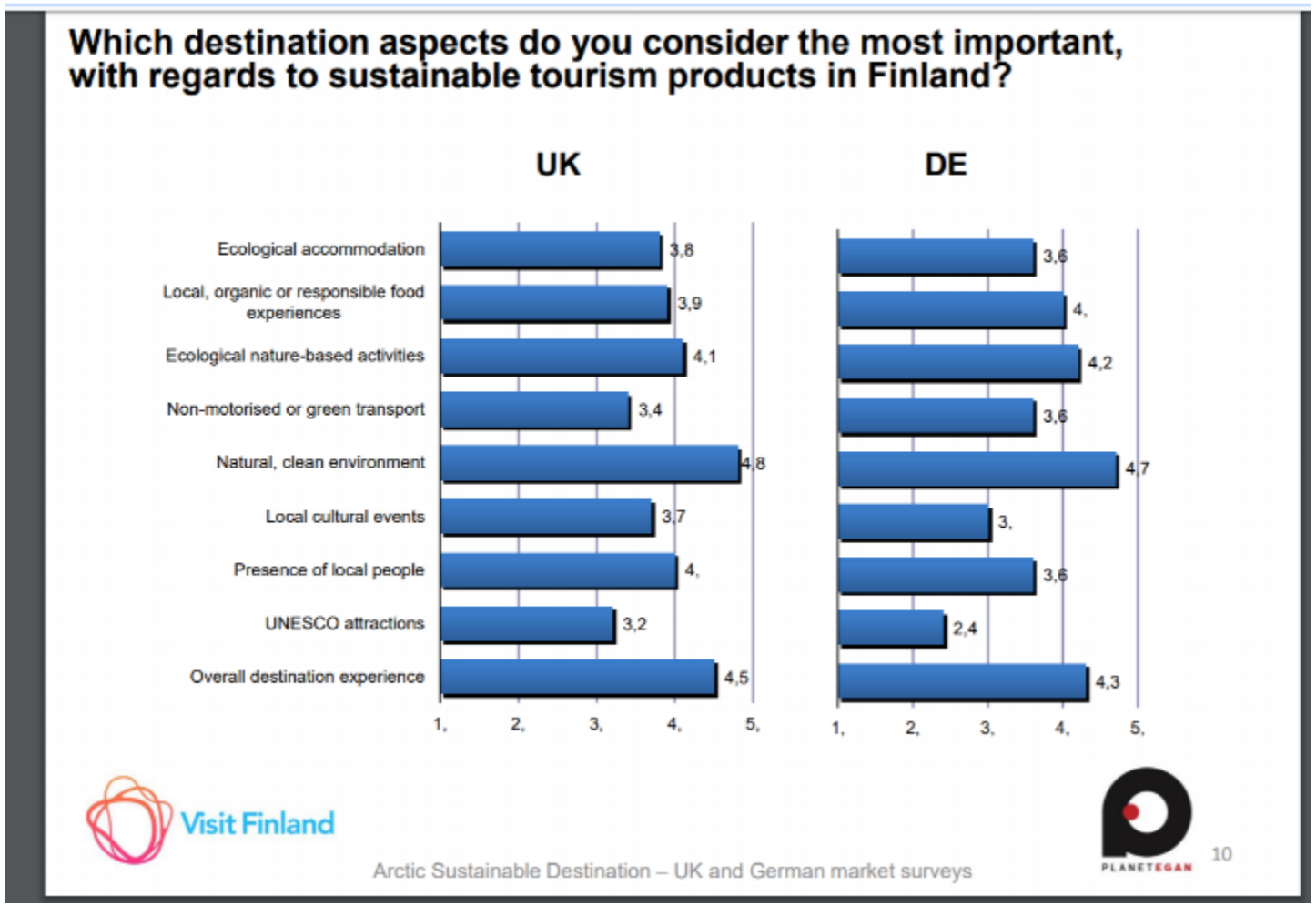
Anu Nylund | Mood of Finland | www.moodoffinland.fi | Twitter @AnuNy

Booking.com tutkimus 2019

Kolikon toinen puoli

- Travel companies have an important role to play here in the eyes of travelers: 71% of travelers think that travel companies should offer consumers more sustainable travel choices.
- On the other hand, almost half (46%) of global travelers acknowledge that they find it harder to make sustainable choices on while on vacation than in everyday life.
- Almost a third (31%) of global travelers admit their vacation is a special time during which they do not want to think about sustainability.
- Miten viestimme ja vaikutamme
- **Miten teemme vastuullisista valinnoista niin helppoja, että niitä ei koeta rasitteena**
- **Voiko oikeastaan valita toimiiko vastuullisesti vai ei**

MATKANJÄRJESTÄJÄKYSELY – VISIT FINLAND 2018

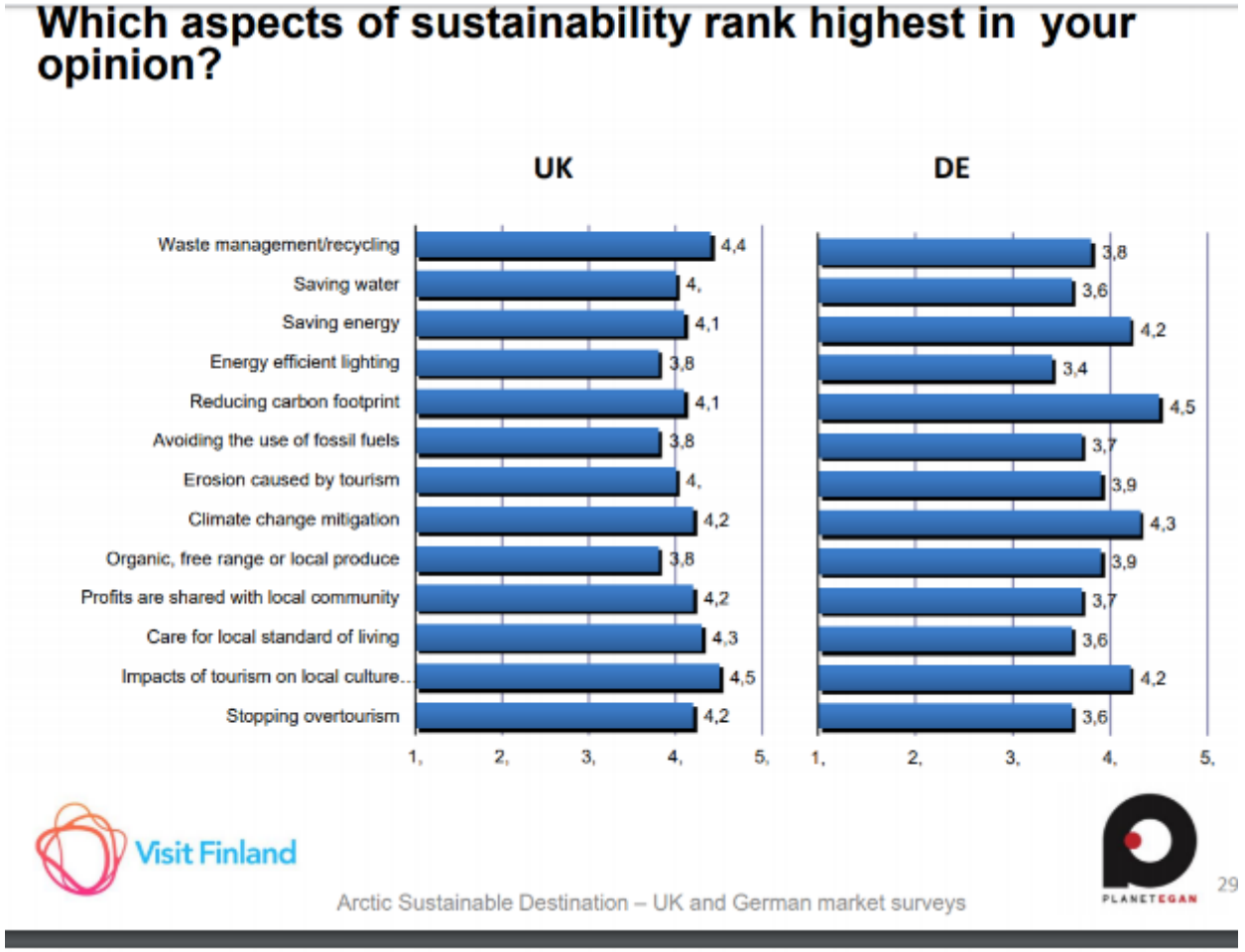


BENCHMARKKAA KIINNOSTAVIEN MATKANJÄRJESTÄJIEN NETTISIVUJA ERI MAISTA

- Forum Anders Reisen
- Kuoni
- TUI International
- Aurora Zone
- Different Road (esp)

Osallistu mahdollisuuksien mukaan Suomeen järjestettävien FAM-trippien ohjelmiin.

Kartoita potentiaaliset kumppanit, osallistu markkinointiin, ole aktiivinen.



4P:N MARKKINOINTI-MIX TOIMII EDELLEEN TUOTTEISTAMISEN JA MARKKINOINNIN RUNKONA

- Matkailuyrityksellä on useita helposti omaksuttavia toimintatapoja, jotka edistävät matkailun kestävyyttä.
- Huomioi vastuullisuus omassa toiminnassasi ja tuotesuunnittelussa:
- Säästä energiaa, älä tuhlaa vettä tai sähköä • Suosi vaihtoehtoisia ja vähän päästöjä aiheuttavia, uusiutuvia energiamuotoja • Lajittele ja kierrätä roskat, pyri vähentämään jätemäärää sekä mahdollista ja kannusta asiakkaitasi ja henkilökuntaasi toimimaan ympäristöystävällisesti • Arvosta paikallista kulttuuria ja ole tasa-arvoinen asiakkaitasi ja henkilökuntaasi kohtaan • Suosi suomalaista tai paikallista aina silloin kun mahdollista • Arvosta luontoa ja sen tarjoamia mahdollisuuksia, jättämättä jälkeä ympäröivään luontoon tai vesistöihin • Huomio alueen kantokyky ja käytä esim. vain merkittyjä reittejä tuotteissasi sekä kunnioita toiminnallasi alueen muita käyttäjiä • Vältä kertakäyttötuotteita ja tee laadukkaita pitkäikäisiä hankintoja • Älä vääristä kilpailua alihinnoittelulla, äläkä tingi laadusta tai turvallisuudesta • Laadi tuotteistasi **tuotekortit, joissa on riskianalyysi ja turvallisuussuunnitelma** • Pyri tarjoamaan tuotteita, jotka pidentävät viipymään alueellasi • Toimi turvallisesti: suorita MaTuPa (matkailualan turvallisuuspassi) ja huolehdi, että ensiaputaitosi ovat ajan tasalla • Kerro vastuullisuuden periaatteista myös asiakkaillesi ennen matkaa sekä kohteessa ja hyödynnä sitä markkinoinnissa (esim. sertifiointilogot)

HELSINGIN SANOMAT

VASTUULLISUUS JA VIESTINTÄ

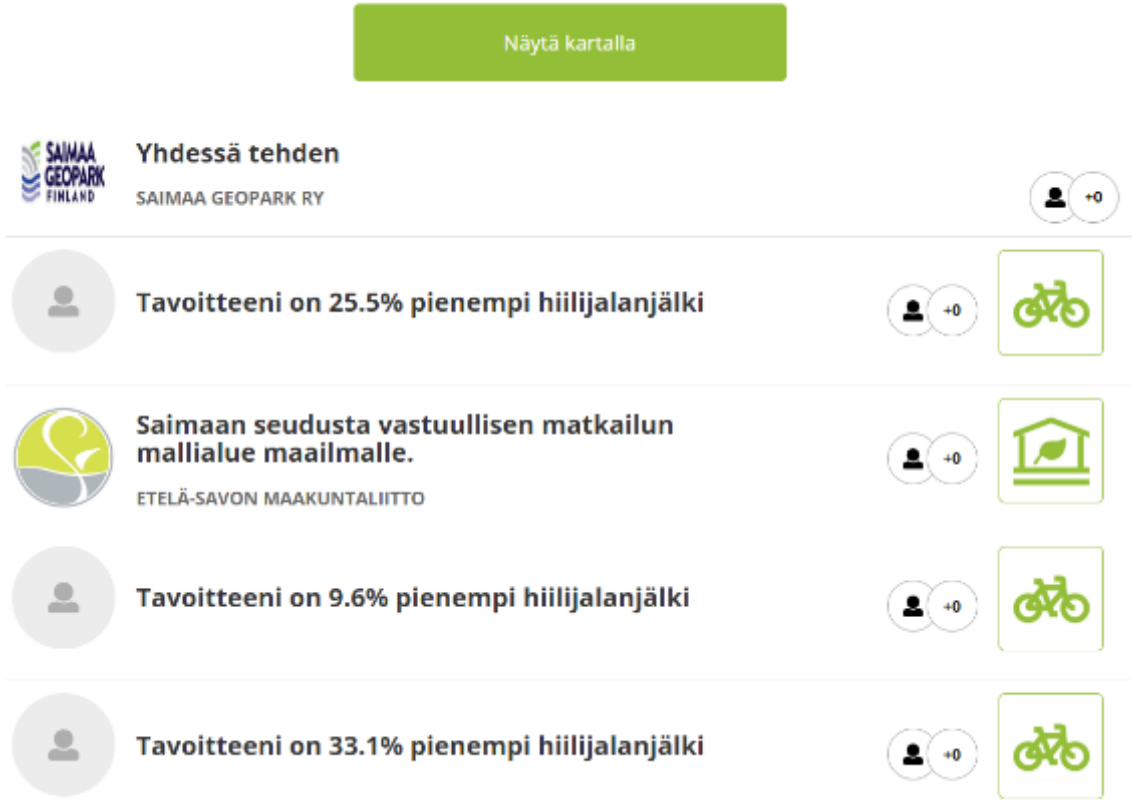
- Läpinäkyvää TOIMINTAA JA VIESTINTÄÄ
  - jossa uskalletaan myöntää myös virheet
  - Kerrotaan, missä on vielä parannettavaa
  - miten ja millä aikataululla parannuksia tehdään
  - jaetaan hyviä käytänteitä.
- Asennemuutos on tärkeää ja sitä tarvitaan edelleen kaikilla tasoilla päättäjistä matkailualueisiin, matkailuyrittäjiin ja matkailijaan
- Seuraa aikaasi: nyt erityisesti esillä kompensaatio

Tunne asiakkaasi

Vastuullisuus

Sitoumus2050

Suomen valtion tarjoama mahdollisuus jalkauttaa Agenda 2030- ohjelmaa ja viestiä vastuullisuudesta.
Voit kirjata sitoumuksen maksutta alustalle.



Visit Finland

5. SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND

SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND

Mitä voit tehdä seuraavaksi

- Sähköinen alusta ja suunnitelma: hakemuksen voi jo käydä täyttämässä
- Hakemus käsitellään ja saat käyttöön eOppaan (linkki ilmoittamaasi spostiin)
- Sitten saat tunnukset ja pääsyn online-alustalle (kestää jonkin aikaa)
- Voit jo tehdä valmiiksi kaikki askelkuvioiden materiaalit
- Sustainable Travel Finland – sopimus ja merkki: noin vuoden päästä tai kun kaikki osa-alueet ovat kunnossa

Askel 1 on sitoutuminen: onlinealustalle ladataan kirjallinen sitoutuminen ja sähköisesti allekirjoitetaan kestävän matkailun periaatteet

Askel 2 on osaamisen kasvattaminen: onlinealustalla kuitataan STF valmennus käydyksi, **e-opas** luetuksi ja tehdään itsearviointi. Tämä valmennus vastaa STF-valmennusta.

Askel 3 on kehittämissuunnitelma: onlinealustalle ladataan suunnitelma. Joko se, millä haet sertifikaattia tai esim. tämä: Visit Finland vastuullinen matkailuyritys

Askel 4 on vastuullisuusviestintää: onlinealustalle riittää pelkkä linkki viestintään

Askel 5 on sertifikaatti: onlinealustalla vahvistetaan mikä sertifikaatti yrityksellä on

Visit Finland

Yritys voi valita näistä sertifikaateista

- Biosphere
- Ekokompassi >>
- Emas >>
- EU-kukka Ecolabel >>
- Geo Golf >>
- Green Globe >>
- Green Key >>
- ISO14001 >>
- Pohjoismainen Joutsenmerkki >>
- Roope Satama >>
- Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT-merkki >>
- TourCert>>
- WWF Green Office toimistoille >>
- Kestävä luontomatkailu (Kansallispuisto) >>
- HI Quality and Sustainability (HI-Q-S) - hostelleille
- Mahdollinen muu matkailun kestävyyttä kuvaava merkki, joka täyttää ISO 14024-kriteerit >>

HUOMIOI TÄMÄ:
Kooste sertifikaateista ja niiden hinnoista, palveluista ja soveltuvuudesta erilaisille yrityksille selviää Sustainable Travel Finland eOppaasta.

Yrityksellä ei tarvitse olla sertifikaattia Sustainable Travel Finland ohjelmaa aloittaessaan!

Onnea ja menestystä vastuullisen matkailun polulle!

Anu Nylund
Mood of Finland Oy
Matkailu- ja koulutuspalvelut

www.moodoffinland.fi
Twitter: @AnuNy
Instagram: @mood_of_finland
LinkedIn: Anu Nylund
Youtube: Mood of Finland
FB: Mood of Finland
Mood of Finland vastuullisuus

#vastuullinenmatkailu #moodoffinland #moodofnature #rakkaudenmetsä #sustainabletravelfinland