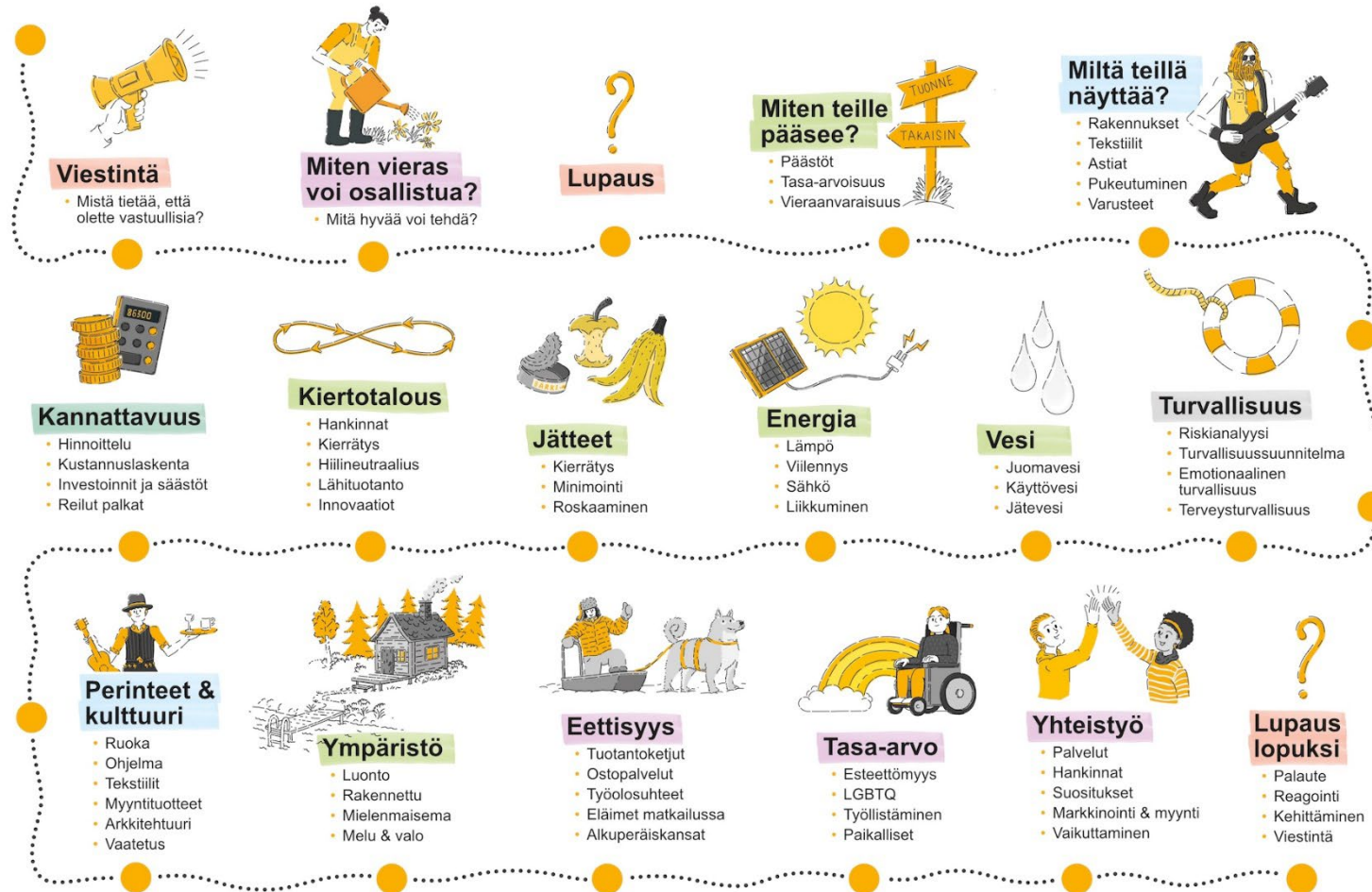




Mood of Finland



Vuokatti on STF-kohde viimeistään 3 vuoden päästä
Lähde mukaan yhteiselle vastuullisuuspolulle



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 Finlandille on myönnetty STF-merkki ensimmäisen kerran marraskuussa 2020 ja se on päivitetty marraskuussa 2022.

 **Mood of Finland**

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

Anu Nylund, Mood of Finland ehdokkaana
Matkailun vaikuttaja 2023
Vastuullisen matkailun toimija 2023



Vuokatilla on selvä toimintasuunnitelma

- Lisätään tietoisuutta vastuullisesta ja uudistavasta matkailusta
- Edistetään vastuullista toimintaa kehittämisen ja tuotteistamisen avulla
- Kuljetaan STF-polku realistisessa aikataulussa ja hyvässä ohjauksessa läpi
- Vastuulliset tuotteet viedään DataHub-tietokantaan, jonka kautta STF-merkin saaneet yritykset saavat näkyvyyttä myös Visit Finlandin kanavissa.



Jotta Vuokatti voi destinaationa profiloitua vastuullisena kohteena, tulee yritysten olla mukana ja todentaa oma vastuullisuustyönsä



07:25

→

21:23

3 vaihtoa

Matkaketju

13 h 58 min

18,07 kg CO₂

Matkan tiedot ▾

Näytä

11:21

→

21:23

4 vaihtoa

Matkaketju

10 h 27 min

12,35 kg CO₂

Matkan tiedot ▾

Näytä

00:00

→

06:04

TAXI

Vertailuna Taksi

6 h 5 min

35,29 kg CO₂

Matkan tiedot ▾

n. 877,70 €

Matkustan Vuokattiin maata pitkin julkisilla, juna & bussi, matka-aika 8h vaihtojen kanssa/ suunta.

Päästöt noin 24kg CO₂, hinta 160€ edestakaisin

elia FI 4G

11.17

Omalla autolla matka-aika noin 6h/ suunta, päästöt My Neste-dieselillä noin 20kg CO₂ ja polttoainekustannukset noin 100€ edestakaisin

Anu Nylund | Mood of Finland Oy | www.moodoffinland.fi | Twitter @AnuNy | IG @mood_of_finland | FB - Mood of Finland



Destination Certification Overview

The four study destinations are taking a lead in the implementation of sustainability certification at a national level



Norway



- 600-700 businesses within Norway are Green Travel certified
- 50 destinations are certified as sustainable

Slovenia



- 140 businesses are currently certified (less than 5% of the total)
- 58 destinations are engaged in the scheme. 35 of these produce 98% of all overnight stays. So in effect 100% of leading destinations are engaged with the certification programme

Finland



- 150 businesses are accredited while 867 companies are currently engaged in the programme
- 70 destinations are participating in the programme, and so far just 1 destination has received the Sustainable Travel Finland label

Switzerland



- 1,070 of a possible 35,000 businesses are involved in the scheme
- 142 have achieved the top level
- The Swisstainable scheme includes DMOs (as these are businesses) but not traditionally recognised destinations

Lähde: European Travel Commission 07/2022



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.

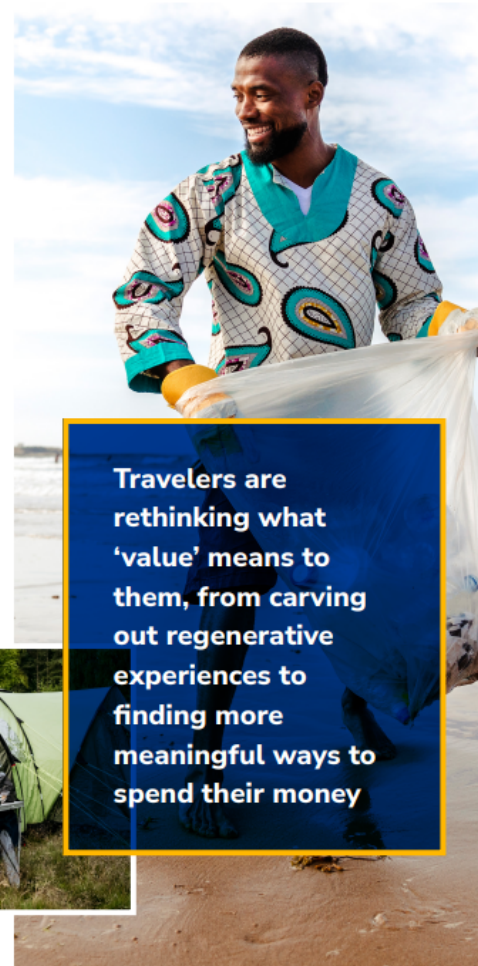
The most extensive Sustainable Travel research from Booking.com to date also highlights a divide in people's actions; some are more intentional about how they spend their money with the perception that sustainable travel options are too expensive, while others are willing to pay more for these options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

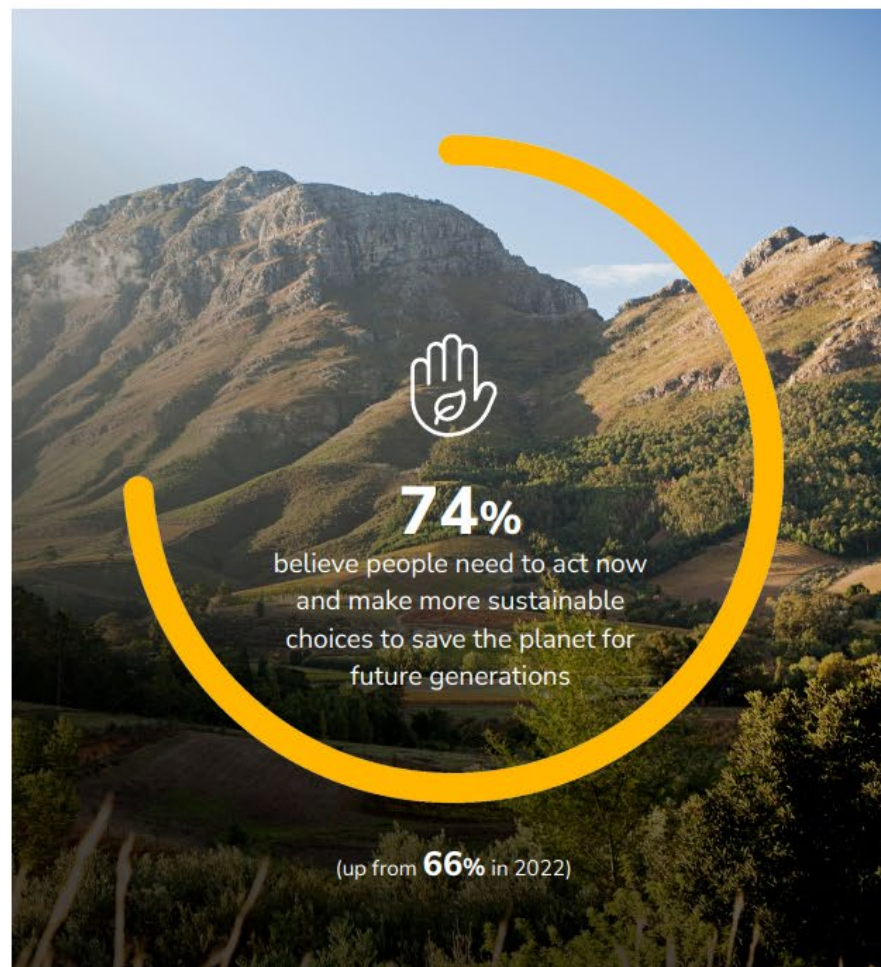


Booking.com

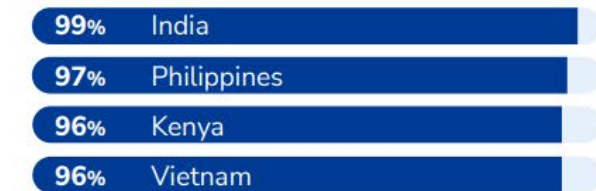


An Urgency to Act Now

At a time of general global uncertainty, with the turbulence of climate change and rising cost of living, traveling more sustainably continues to be front of mind for travelers.



4 Highest



4 Lowest

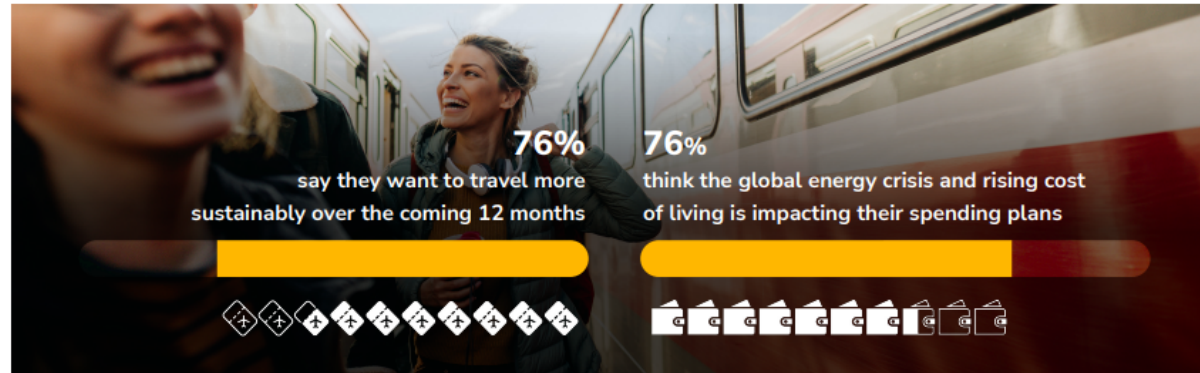


Booking.com

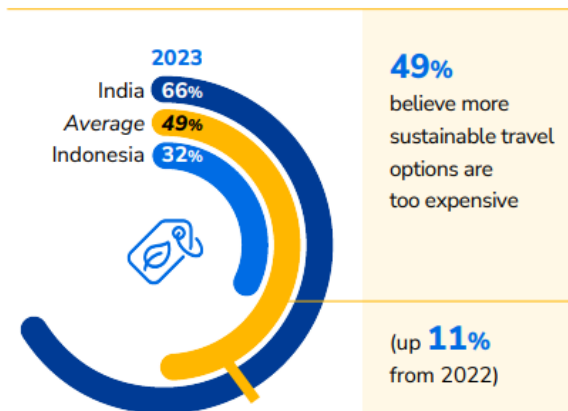
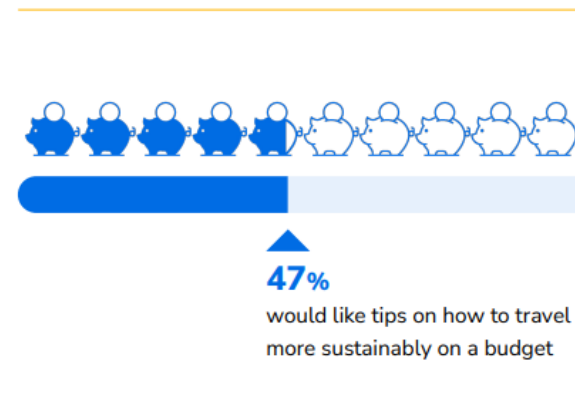


Cost vs Conscience

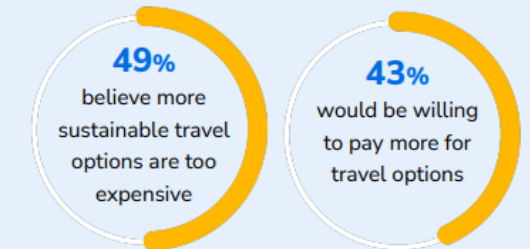
The economic weather has changed drastically in the past 12 months, and the big topics at the front of people's minds today are the cost of living crisis and the climate crisis.



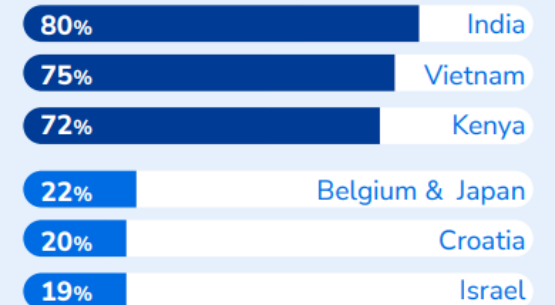
With rising inflation, travelers are stuck in the notion that they must make a choice between sustainability and spending. For these people, sustainability and travel combined can seem non-urgent when they are worried about bills and the energy crisis.



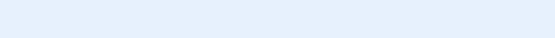
On the flip side, with bucket-list travel well and truly back for others and a more urgent focus on conscious choices:



3 Highest



3 Lowest





Booking.com



Trust, truth and the Travel Industry

Travelers are becoming more responsible amid rising climate anxiety – from their accommodation to their transport choices. As a result, they are seeking credible assurance when booking across the entire travel experience.



65%
would feel better about staying in a particular accommodation if they knew it had a sustainable certification or label



59%
want to filter their options for those with a sustainable certification next time they book



69%
are interested to learn more about why specific options are recognized as more sustainable

In response, the travel industry must adapt to meet the changing expectations of these more conscious travelers, and make strides to gain their trust:



44%
like it when brands offer products or services that are more sustainable, but it doesn't always influence their decision

61% Croatia
13% India

39%
don't trust that the sustainable travel options labeled are truly more sustainable

58% India & Italy
23% Indonesia

30%
are always on the lookout for brands that promote sustainability

11%
only buy products and services from brands that promote sustainability

49% India
2% Denmark & Japan



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.

HUOM alusta uudistuu, on poissa käytöstä syyskuun ja avautuu lokakukussa 2023

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 kestävyiden 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



SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND



Visit Finland



STF-matka alkaa tästä!

- He mukaan ohjelmaan täytä hakemus
- Hakemus käsitellään ja saat käyttöön e-oppaan: Saat linkin ilmoittamaasi postiin, 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



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



Alustava toteuttamissuunnitelma

Aihe	Mitä	Aika ja paikka	Tuotos	Materiaali ja menetelmät
Työpajat ja valmennukset 1.Vastuullisuus ja STF-polku	1. Muistutus vastuullisuuden eri osa-alueisiin ja ajankohtaisiin nostoihin. Tunnistetaan mitä vastuullisuus omassa toiminnassa tarkoittaa. Toiminnallinen osuus: Käydään yhdessä läpi STF-polku askel askeleelta niin, että osallistujat ovat kirjautuneina omalle alustalleen. Sertifikaattien esittely.	Marraskuu 2023 7h valmennus paikan päällä tai verkossa tilaajan toiveiden mukaan.	Osallistujilla on selvä kuva vastuullisuudesta yleensä ja omaan tekemiseen sovellettuna. Nykytilanne, hyvin tehdyt vastuullisuusteot ja toisaalta kehittämisen kohteet on löydetty. Osallistujilla on selvä aikataulu oman STF-polkonsa tavoitteista ja edistymisestä.	Selkeä ja helposti haltuun otettava materiaali, joka johdattaa yrityksen oman toiminnan vastuullisuustekojen ymmärtämiseen. Vastuullisen toiminnan pelilauta. Visit Finlandin eOpas ja uusi STFHub- onlinealusta tekemisen tukena. Uusi alusta lanseerataan syys-lokakuun vaihteessa 2023.
Yritysryhmäsparraus verkossa 1. teema: STFHub ja yrityksen ensimmäiset askeleet	Verkkosparraus, jossa osallistujat saavat tukea STF-ohjelman kokonaisuuteen ja ensimmäisten askelten tekemiseen ja sertifiointiprosessin läpikäymiseen.	Joulukuun alku 2023 3h verkossa	Osallistujat ovat käyneet STF-polun läpi ja ymmärtävät kokonaisuuden oman yrityksensä toiminnan näkökulmasta. Askeleet 1-2 ovat valmiita ja sertifikaatti valittu 15.1.2024 mennessä.	Hyödynnämme Visit Finlandin STFHub- alustaa ja sertifikaattien alustoja.
Yrityssparraus verkossa 2. teema: sertifiointi	Sparraustapaamiset verkossa. Tukea sertifikaatin valintaan ja vastauksia mahdollisiin kysymyksiin.	Tammikuu 2024 Tarjolla 8 x 1h verkkosparraus	Yrityksillä on sertifikaatti valittuna ja sertifiointiprosessi käynnissä. Tavoiteaikataulu sertifikaatin saamiselle on asetettu alkuvuoteen 2024	STFHub, eOpas ja sertfikaattien esittelysivut.



Alustava toteuttamissuunnitelmasta

Aihe	Mitä	Aika ja paikka	Tuotos	Materiaali ja menetelmät
Työpajat ja valmennukset 2. Kehittämissuunnitelma	STF-ohjelman kehittämis- ja toteuttamissuunnitelman työstämien.	Helmi-maaliskuu 2024 , Verkossa 3h	Yritysten kehittämis-toteuttamissuunnitelman tekeminen on käynnissä	STF-ohjelma, STFHub, yrityksen valitsema pohja kehittämis- ja toteuttamissuunnitelmalle
Yrityssparraus verkossa 3. teema: Kehittämissuunnitelma	Osallistujat saavat täsmäkommentteja ja ohjausta oman suunnitelmansa tekemiseen ja viimeistelyyn	Maalis-huhtikuu 2024 Ryhmätapaaminen / yrityskohtaiset 8 x 2h	Kehittämis- ja toteuttamissuunnitelma on valmis 15.4.2023 mennessä.	STF-ohjelma, STFHub ja kehittämissuunnitelmadokumentti.
Työpajat ja valmennukset 3.Tilanekatsaus ja Vastuullisuusviestintä.	Kertaus STF-ohjelmasta ja kärkehtemana vastuullisuudesta viestiminen.. Viestinnän eri muodot ja vaiheet yleisesti ja vastuullisuusviestintään sovellettuina. Esimerkkejä ja hyviä käytänteitä. Toiminnallinen osuus: Vastuullisuusviestinnän suunnitelma STF-ohjelmaan	Toukokuu 2024 Paikan päällä 7h	Konkreettisia ideoita viestinnän eri kanaviin ja vaiheisiin. Vinkit ja To do-lista jatkotekemiseen. Osallistujat aloittavat vastuullisuusviestinnän suunnitelman tekemisen ja jatkavat sitä valmennuksen jälkeen.	Vastuullisuuspolku ja viestintä ennen – aikana – jälkeen –vaiheissa. Vastuullisuussuunnitelman pohja ja benchmarkattavia esimerkkejä.
Yrityssparraus verkossa 4. teema: Viestintäsuunnitelma	Osallistujat ovat työstäneet omaa viestintäsuunnitelmaansa ja nettisivujen sisältöjä ja saavat kommentteja ja vinkkejä mahdollisia täydennyksiä varten.	Touko-kesäkuu 2024 8 x 1h verkossa	Vastuullisuusviestinnän suunnitelma on valmis. Nettisivujen vastuullisuusosio on valmis.	Vastuullisuussuunnitelmapohja, nettisivut.



Ehdotus toteuttamissuunnitelmasta

Aihe	Mitä	Aika ja paikka	Tuotos	Materiaali ja menetelmät
Työpajat ja valmennukset 4. Vastuullisuus & Tiedolla johtaminen: indikaattorit ja päästölaskenta	Käymme läpi STF-ohjelman indikaattorit ja Visit Finlandin päästölaskurin.	Kesäkuu 2024 Verkossa 3h	Osallistujilla on osaaminen ja ymmärrys täyttää indikaattoritiedot ja ottaa päästölaskuri käyttöön.	STF-ohjelman indikaattorit ja päästölaskuri.
Yrityssparraus verkossa 5. teema: indikaattorit ja päästölaskuri	Osallistujat saavat vastauksia ja tukea indikaattorilomakkeen ja päästölaskurin käyttöön	Kesä 2024 Verkossa 8 x 1h	Osallistujat ovat luoneet tunnukset ja päässeet alkuun päästölaskurin kanssa ja täyttäneet indikaattoritiedot.	STF-ohjelman indikaattorit ja päästölaskuri
Työpajat ja valmennukset 5. Vastuullisen palvelun tuotteistaminen	Tuotteistamme vastuullisia matkailupalveluja palvelumuotoilumenetelmää hyödyntäen. Johdatus palvelumuotoiluun painottaen asiakasymmärrystä, palvelupolkua ja prosessia ideasta tuotteeseen. Täydennämme sisältöjä hinnoittelulla.	Elo-syyskuu 2024 Paikan päällä 7h	Jokaisella yrityksellä on vähintään yksi vastuullisuuden kriteerit täyttävä tuote, jonka tiedot viedään DataHubin tietokantaan.	Palvelumuotoilu, palvelupolku ja prosessikuvaus. Tuotteen tiedot viedään yhdessä laadittuun ja DataHubin sisältöjä tukevaan tuotekorttiin.
Työpajat ja valmennukset 6. Teema; DataHub	Osallistujat vievät vähintään yhden tuotteen tiedot Visit Finlandin ylläpitämään DataHubiin.	Syys-lokakuu 2024 Verkossa 2 x 3h Tarjotaan kaksi ajankohtaa, jotta kaikki saavat ohjausta	Yritykset ovat luoneet yritystunnukset DataHub – tietokantaan ja DataHubissa on vähintään yksi vastuullisuuden kriteerit täyttävä tuote	Data Hub Huom: valmennuksen toteuttaa Kirsi Mikkola, Nice Group Consulting.
Yrityssparraus verkossa 6. Teema: vapaa aihe, kerro mihin tarvitset tukea ja vastauksia	Osallistujat saavat tukea, vinkkejä ja vastauksia tarvitsemiinsa teemoihin	Loka-marraskuu 2024 verkossa 8 x 2h	Osallistujat ovat lähettäneet STF-ohjelman hakemuksen ja vieneet yrityksen/tuotteen tiedot DataHubiin 15.12.2024 mennessä	STF-ohjelman online-alusta /STFhub, DataHub

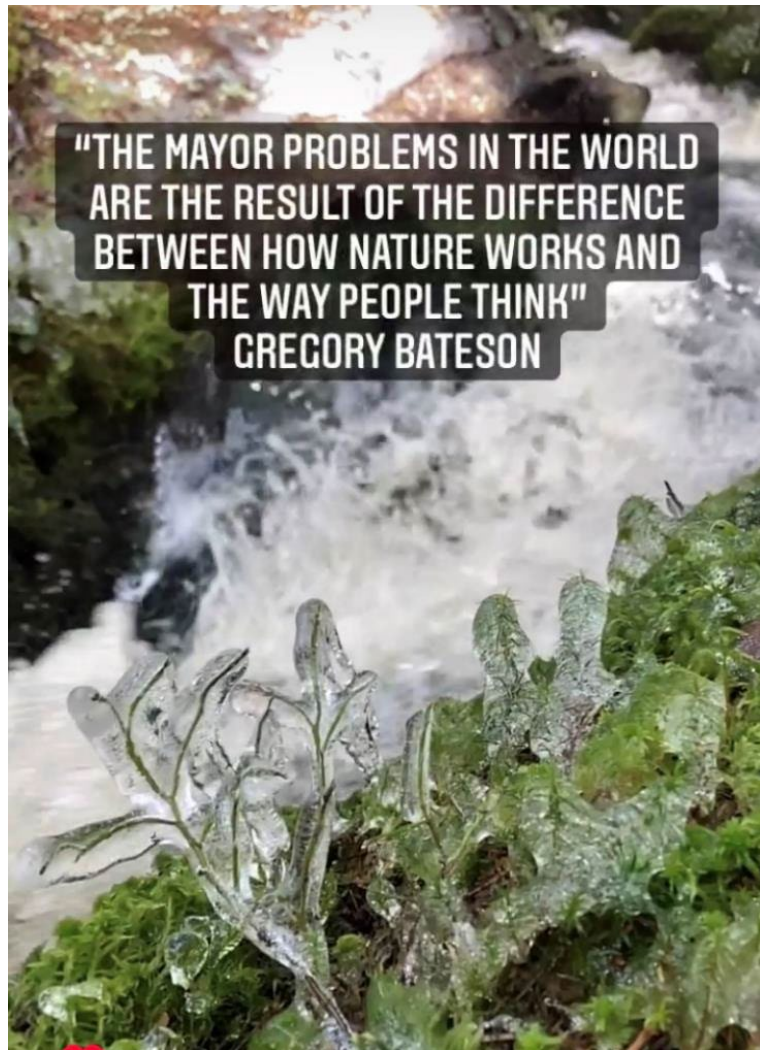


Ehdotus toteuttamissuunnitelmasta

Aihe	Mitä	Aika ja paikka	Tuotos	Materiaali ja menetelmät
Päätöstilaisuus / webinaari Tuloksia, onnistumisia ja uuteen ajatteluun johdattelevaa tulevaisuuden suunnittelua	Kokoonnumme jakamaan onnistumisia ja kokemuksia STF-polulta. Alustus aiheella Uudistava ajattelu ja matkailun tulevaisuus. Mukana kansainvälinen vierailija verkon välityksellä.	Joulukuu 2024 / Tammikuu 2025 Verkossa tai paikan päällä 6h	Osallistujat pääsevät jakamaan omia kokemuksiaan ja iloitsemaan onnistumisistaan. Uudistavan matkailun alustus tarjoaa mahdollisuuksia jatkaa oppimista ja kehittämistä kohti tulevaisuutta.	Osallistujien puheenvuoroille varataan 5-10min/ osallistuja. Uudistavan matkailun alustusmateriaali ja pieni harjoite teemaan liittyen.



Vastuullisuudesta kohti uudistavaa ajattelua



- Changing our mindsets – the way we see and act
- 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 us from other sectors.
- Regeneration moves us from “doing less harm” past “doing more good” to becoming partners-servants of nature to help life thrive and evolve.
- Indigenous people can guide us and teach us how to reconnect with nature

Anna Pollock



Regeneraatiota ei voi määritellä, ainakaan lyhyesti (Daniel Wahl)

- Uudistavuus on yhteisöperusteista oppimista, jossa monimuotoisuus ja erilaiset ajatukset rikastuttavat ajattelua, ja jossa ei edes tavoitella maaliin pääsyä
- On todellakin kyse prosessista
- Ei kannata aloittaa ongelmasta, vaan mahdollisuudesta
- Keskity mieluummin kysymyksiin kuin vastauksiin
- Keskeneräisyyttä pitää pystyä sietämään
- Pitää löytyä halua lopettaa saman toistaminen, mukavuusalueella pysyminen ja tarvittaessa vaikka lopettaa koko liiketoiminta, “polttaa se tuhkakksi” ja nousta Feeniks –linnun tavoin uudestaan
- Paikan biokulttuurinen ainutlaatuisuus (Biokulttuuri on yhdistelmä biologisia ja kulttuurisia tekijöitä, jotka vaikuttavat ihmisen käyttäytymiseen)
- SENSE OF PLACE – paikan henki

