

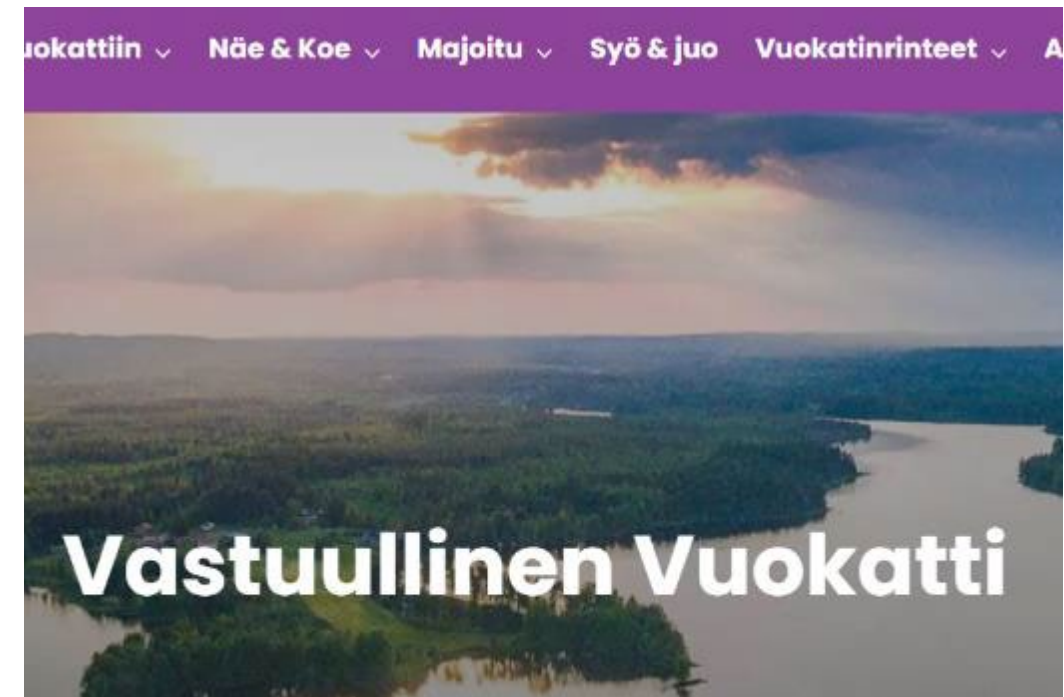


Vastuullisuudesta viestiminen

Anu Nylund, Mood of Finland Oy



Laskennassa hyödynnetty [OpenCO2net.fi](https://openco2net.fi)



1. Vastuullisuudesta viestiminen voi olla pienten tekoja kertomista

2. Vastuullisuus ei ole ainoastaan haittojen ratkaisemista, vaan positiivisten vaikutusten viestimistä

3. Missä ja miten viestitään?

4. Tämän päivän tavoite: löydämme sekä yritysten että Vuokatin koko alueen vastuullisuus USP:t



MOOD OF FINLAND COMPANY IS A RESPONSIBLE PARTNER AND SERVICE PROVIDER THAT REGENERATES TOGETHER WITH OTHERS IN GOOD MOOD.

MOOD OF FINLAND COMPANY HAS BEEN AWARDED THE SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND (STF) MARK FOR LONG-TERM WORK FOR SUSTAINABLE TOURISM FOR THE FIRST TIME IN 2020 AND FOR THE THIRD TIME IN 2024.



**SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND™**

VISIT FINLAND'S STATEMENT:
"RESPONSIBILITY IS AT THE CORE OF YOUR OPERATIONS AND MOOD OF FINLAND COMPANY HAS BEEN RECOGNIZED AS A PIONEER IN REGENERATIVE TOURISM IN FINLAND. THE REPORTING IS COMPREHENSIVE AND VERIFIABILITY ARE WELL TAKEN INTO ACCOUNT IN THE MEASURES."

SCANDINAVIAN
OUTDOOR AWARD 2024:
JURY HONORARY ECO
AWARD: MOOD OF
FINLAND



MOOD OF FINLAND COMPANY HAS VERIFIED RESPONSIBILITY WORK IN ACCORDANCE WITH THE CRITERIA OF BIOSPHERE CERTIFICATION SINCE 2020. THE SET OF CRITERIA IS BASED ON AGENDA 2030 GOALS.

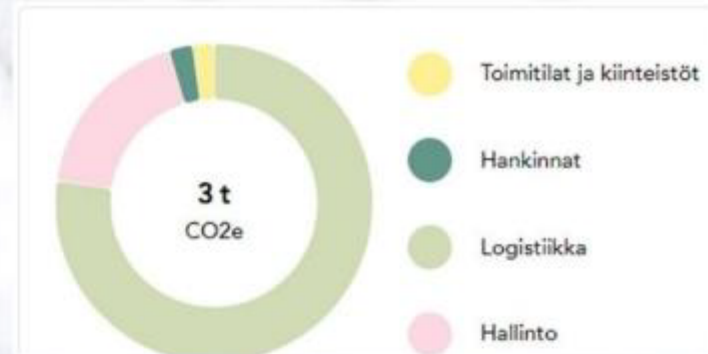
Finnish Travel Gala 2023

ANU NYLUND WAS NOMINATED AS A FINALIST FOR RESPONSIBLE OPERATOR OF THE YEAR IN 2023. OTHER CANDIDATES WERE HALTIA LAKE LODGE, HAWKHILL RESORT, SCANDIC HOTELS AND VISIT FINLAND.



Glasgow Declaration
Climate Action in Tourism

MOOD OF FINLAND COMPANY WAS THE FIRST IN FINLAND TO SIGN THE INTERNATIONAL GLASGOW CLIMATE COMMITMENT 11/2021



MOOD OF FINLAND COMPANY HAS CALCULATED THE EMISSIONS SINCE 2021. THE EMISSION AMOUNT PER SERVICE DAY IS 16 KG CO2E IN 2023.

MOOD OF FINLAND COMPANY LAUNCHED THE FIRST REGENERATIVE TOURISM TRAINING IN FINLAND IN MAY 2023. LOVE FOREST FINLAND -CONCEPT HAS BEEN DESIGNED IN REGENERATIVE WAY



ANU NYLUND
OWNER & FOUNDER
MOOD OF FINLAND OY
ANU.NYLUND@MOODOFFINLAND.FI
WWW.MOODOFFINLAND.COM
WWW.LOVEFORESTFINLAND.COM

Mood of Finland

One way to communicate responsibility is to verify responsibility with certification



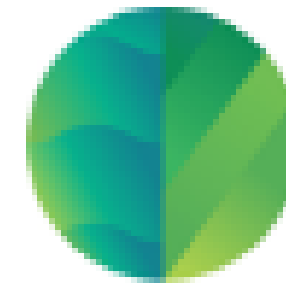
STF ohjelman seitsemän askelta, 1-4

1. Sitoutuminen ja alkuvalmistelut

STF-ohjelman ensimmäinen kriteeri on, että yritys sitoutuu kestävän matkailun yrityskohtaiseen edistämiseen ja tekee siitä virallisen päätöksen. Muodosta kestävän matkailun ydinryhmä, sitouta henkilöstö ja yhteistyökumppanit.

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.



**SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND**

Askel 3. Sertifiointi

Kestävän matkailun eteen tehdyt teot konkretisoituvat erilaisten kestävää matkailua tukevien sertifikaattien tarjoamissa systemaattisissa ja auditoiduissa malleissa. Saadakseen Sustainable Travel Finland -merkin yrityksellä tulee olla jokin ohjelmaan hyväksytty sertifikaatti – ellei kyseessä ole kestävän matkailun edelläkävijäyritys. Edelläkävijäyrityksillä tulee olla pitkäaikaista näyttöä systemaattisesta työstä kestävän matkailun eteen.

Askel 4. Mittaaminen

Matkailun kestävyyttä tulee tarkastella moniulotteisesti, jolle vain systemaattinen seurantamalli takaa edellytykset. Kestävän matkailun indikaattorit ovat seurattavia tunnuslukuja toimialan kestävyydestä Suomessa. Hiilijalanjälki on yksi kestävän matkailun mittareista.



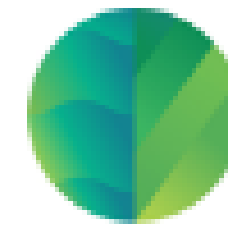
STF ohjelman seitsemän askelta, 5-7

Askel 5. Vastuullisuusviestintä

Matkailutoimijat ovat tehneet jo vuosia hyvää työtä kestävän matkailun eteen, mutta toimista ei ole kerrottu kovinkaan tehokkaasti asiakkaille ja sidosryhmille. Matkailijat ja mahdolliset yhteistyökumppanit kuitenkin enenevässä määrin etsivät viestejä siitä, että yrityksen toiminta on vastuullista ja kestävää niin paikallinen ympäristö, yhteisö kuin talouskin huomioiden. Vastuullista on myös viestiä tulevista teoista huomisen eteen - kaiken ei voi odottaa olevan kerralla valmista.

Askel 6. Kehittämissuunnitelman palauttaminen

Kehittämissuunnitelma on kestävän matkailun edistämisen tärkeä työkalu. Sen avulla pureudutaan systemaattisesti ja pitkäjänteisesti yrityksen nykyiseen toimintaan ja siihen, mitkä ovat keskeisimmät kehittämiskohteet. Nykytilanteen analysoinnin pohjalta määritellään yrityksen tahtotila sekä sen saavuttamiseksi tarvittavat päätavoitteet. Seuraavaksi täsmennetään mitä toimia ja keinoja tarvitaan tahtotilan ja päätavoitteiden toteuttamiseen sekä mihin mennessä ja millä resursseilla toimet toteutetaan. Edistymistä seurataan toimenpidetaulukolla, johon kirjataan kaikki toimenpiteet, aikataulut, vastuuhenkilöt ja mittarit. Kun taulukkoa ylläpidetään ja täydennetään säännöllisesti, siitä näkee jatkossakin vaivatta toimenpiteiden toteutumisen, kunhan mittarit on hyvin määritelty.



**SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND**

Askel 7. STF-merkin hakeminen

Tällä askeleella tutustut merkin käytösääntöihin ja sitoudut visuaalisen ohjeistuksen noudattamiseen. Saadaksesen Sustainable Travel Finland -merkin ja sen tuomat markkinointiedut käyttöön tulee yrityksen tehdä sopimus Business Finlandin / Visit Finlandin kanssa merkin käytöstä.



Vastuullisuuden todentaminen

Maksuttomia:

- Asiakastieto,
vastuullisuusraportti
- Sitoumus2050
- **Maksullisia**
- Sertifiointit
- Merkinnät (Reilu Kauppa, Luomu ym, Avainlippu ym)
- Sertfiointi sisältää kriteeristön, jolla vastuullisuus todennetaan ja toiminta auditoidaan
- Sertfiointi on jatkuvaa kehittämistä ja kehittymistä



VIESTINTÄ



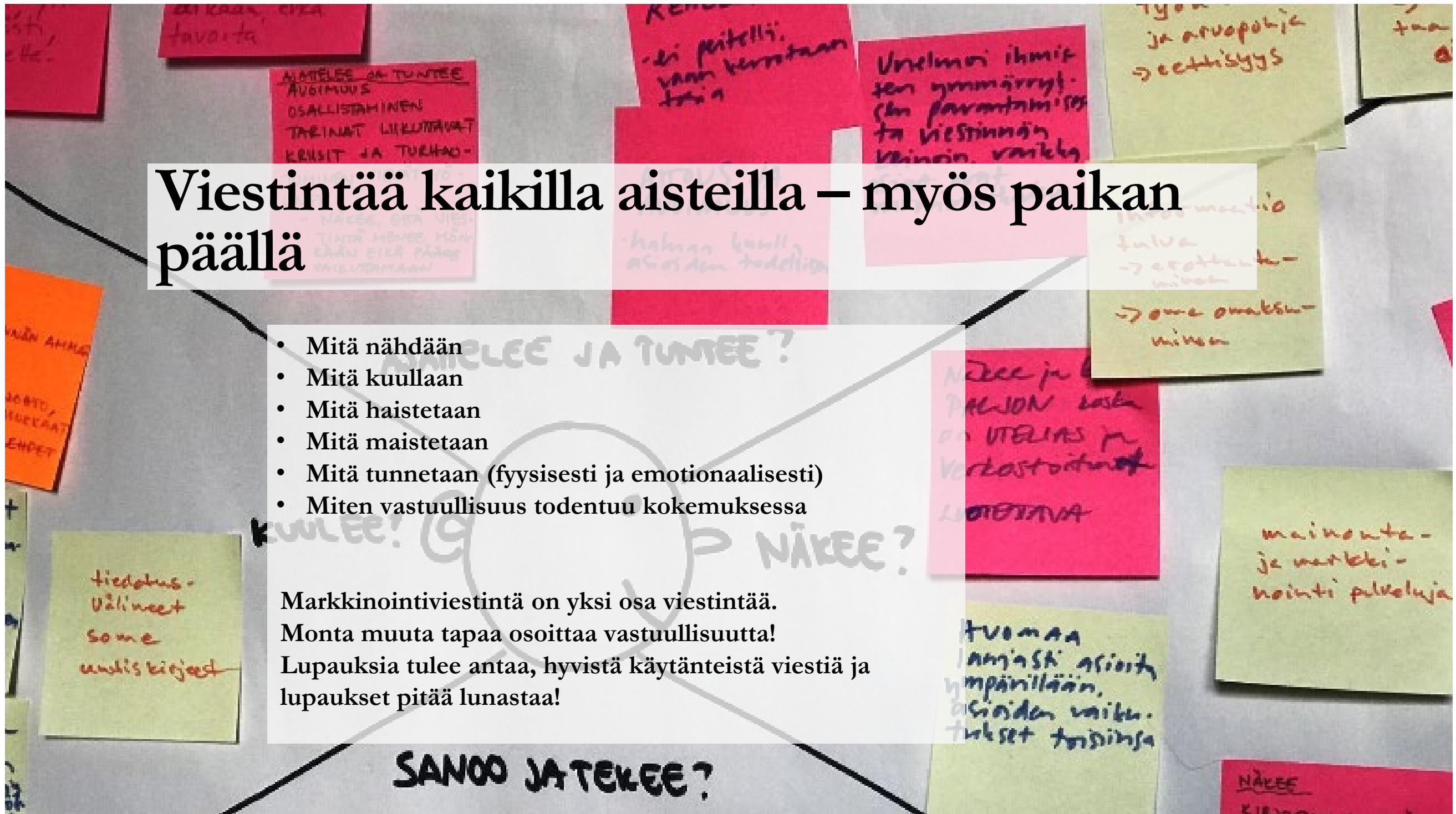
Viestintää kaikilla aisteilla – myös paikan päällä

- Mitä nähdään
- Mitä kuullaan
- Mitä haistetaan
- Mitä maistetaan
- Mitä tunnetaan (fyysisesti ja emotionaalisesti)
- Miten vastuullisuus todentuu kokemuksessa

Markkinointiviestintä on yksi osa viestintää.

Monta muuta tapaa osoittaa vastuullisuutta!

Lupauksia tulee antaa, hyvistä käytänteistä viestiä ja lupaukset pitää lunastaa!





Vastuullisuussuunnitelma & Viestintä

- Kehittämis- ja toteuttamissuunnitelma
- Mitä yrityksessä tehdään jo vastuullisesti, mitkä ovat kehittämisenkohteita
- Millä aikataululla ja mitä tehdään, jotta yrityksen toiminta on vielä vastuullisempi
- Vastuullisuustyö on jatkuvaa kehittymistä ja kehittämistä
- Sertifioinnista muodostuu suunnitelma, jota päivitetään vuosittain
- Vastuullisuussuunnitelmassa tulee huomioida kaikki vastuullisuuden osa-alueet
- Suunnitelmasta saa sisältöjä viestintään

Mood of Finland



DEVELOPMENT STRATEGY OF RESPONSIBLE ACTIVITIES:

recent reviews, upcoming actions and observations

Ethical

What	Object for development	Development activities and measurement	Confirmation	Next step	Budget
1. Are the services accessible?	Educational Services Nature base experiences Love Forest Finland	Constructions and constructed environment as well as accessibility to the places outdoors must be as accessible as possible. Experiences should be accessible (people with physical disabilities, people with sensory limitations, intellectual disabilities)	2020-23 Some improvement has been done in Love Forest Finland base camp in Loppi. It is more accessible for elderly people and for families with children but not totally accessible as it is a natural forest. Good cooperation with Sanna Kalmar, Palmuasema.	2022-24 Bolder communication with partners organizing educational workshops. Tree planting events considering inclusive services. Websites will be updated to ensure accessibility.	500€
2. How sexual minorities are encountered as clients and as employees? and how to communicate with them- internally and externally?	Educational Services Nature based Services Website and Social Media communication	We need to ensure in all services that sexual minorities have emotionally safe feeling. Influencing and encourage others on social media.	2020-23 We speak Gay/Gay Travel Finland has been invited to the nature based experience and tree planting pilot event to get feedback.	2024-25 Participation in the "We speak gay" training and updated promotional material.	500€

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



Ennen vaihe ja nettisivut

Nettisivut

Jotkut yritykset tai destinaatiot ovat sitä mieltä, että erillistä vastuullisuussivua ei tarvita

- Mikään pakko ei erillisen sivun luominen ole, mutta kuluttajat haluavat löytää helposti tietoa siitä, millä perustein yritys on vastuullinen ja miten vastuullisuuden voi kokea.
- Selkeintä onkin tehdä nettisivuille alasivu ”vastuullisuus” tai ”kestävä kehitys” -otsikolla.
- Kuvat ja kieliversiot

Varusteleka



Myös www.ylva.fi vastuuttomuusraportti, liike- ja toimitiloja vuokraava yritys



ENNEN VAIHE: NETTISIVUT JA SOME

- Kuvamaailmaan tulee suhtautua vastuuntuntoisesti
- Kuvien tulee olla realistisia ja mieluiten yritys- ja toimintaympäristössä otettuja
- Kuvia katsomalla potentiaalinen asiakas saa parhaan käsityksen yrityksen soveltuvuudesta, ja lisäksi tekstityksiin kannattaa lisätä hyvin konkreettista tietoa, mikä on tärkeää mm. saavutettavuuden näkökulmasta.
- Lisää kuviin vaihtoehtoisia tekstejä: käytä avainsanoja, jotta myös näkövammaiset tietävät, mitä kuvissa on lukulaitetta käyttäessään



Sisällytä kuviin henkilökuntaa, ruuan alkutuottajia ja muita yhteistyökumppaneita



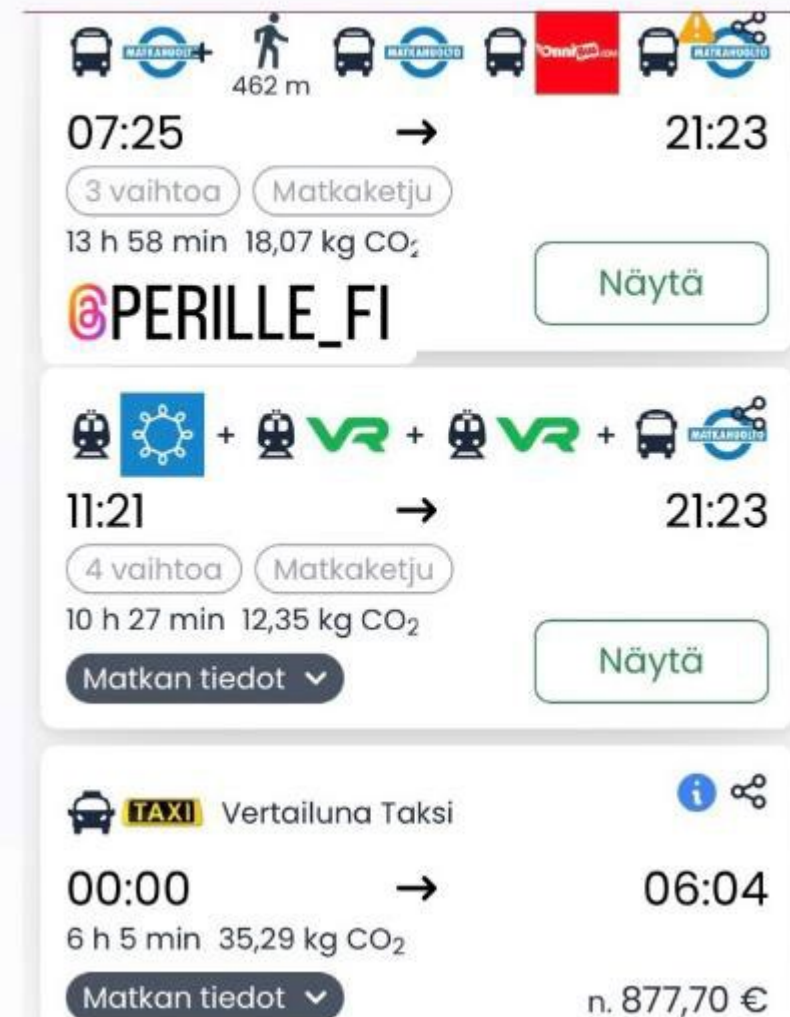


Miten teille pääsee, millä liikutaan paikan päällä?

Hyödynnä halutessasi: www.perille.fi ja www.matka.fi



Vinkkejä matkustusvaihtoehtoihin voi hakea perille.fi -sovelluksesta





Esimerkki Nuuksion kansallispuiston vieressä toimivasta yrityksestä: Nuuksion Taika

NUUKSION TAIKA

HUVILA ▾

WÄINÖLÄ ▾

HÄÄT ▾

YRITYKSILLE ▾

PALVELUT ▾

MEISTÄ ▾

[Pyydä tarjous](#)

[Verkkokauppa](#)

fi ▾

PAIKALLINEN YHTEISTYÖ

Teemme tiiviisti yhteistyötä alueen muiden yrittäjien kanssa.

- olemme mukana Nuksio Lakeland -hankkeessa
- suosimme suomalaisia lähialueen lähi- ja luomutuotteita sekä paikallisia oppaita, ohjelmatekijöitä ja catering-yrityksiä

[Tutustu palveluihin](#)



KANSANPERINNETTÄ VAALIMASSA

Ohjelmamme perustuvat suomalaisiin perinteisiin ja vaalimme suomalaista kulttuuria.

Tapahtuma- ja juhlatila Nuksion Wäinölässä suomalaiset perinteet ovat kunniaa, se on saanut nimensä Kalevalan suuren sankarin Väinämöisen kotikylästä ja rakennettu rautakauden henkeen.

[Tutustu Wäinölään](#)



Päästöt & Kompensaatio:

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

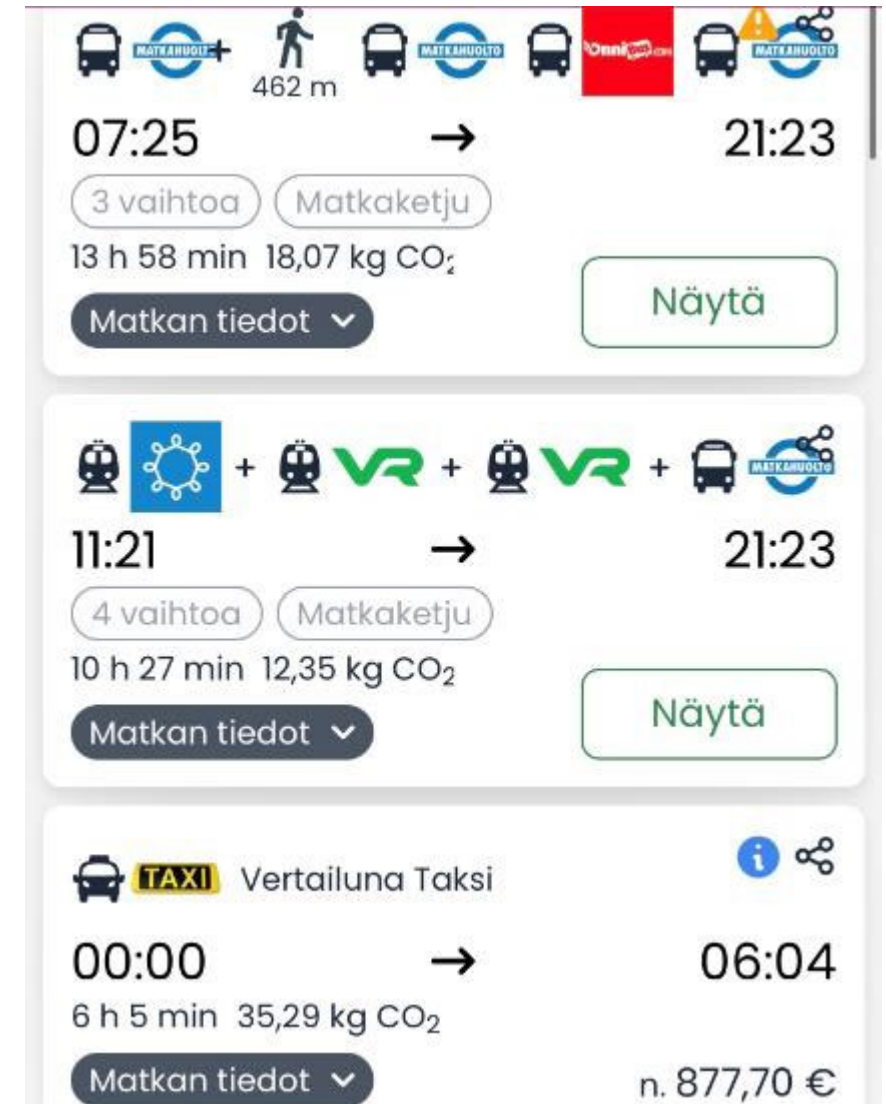
Kompensaatio:

- Projekti, jolla kehitetään uutta teknologiaa (uusiutuva energia, jolla korvataan hiilen poltto)
- Lisätään hiilinieluja ja edistetään luonnon monimuotoisuuden säilymistä (metsien istutus, vanhan metsän suojele, soiden ennallistaminen)

Suomalaisilla kompensatiorityksillä laskukaava: 1000kg CO₂ kompensointi maksaa 35€

Suomen hallitus haluaa vähentää ilmastopäästöjä teknisten hiilinielujen avulla. Se tarkoittaisi käytännössä muun muassa ilmastopäästöjen kuljettamista merenalaiseen varastoon, jollainen avataan pian Norjaan.

Islannista hiilidioksidin talteenottaja ja varastoiija kahden yhtiön ansiosta. Siellä yritys nimeltä Carbfix muuntaa Climeworksin suoraan ilmakehästä erottelemaa hiilidioksidia vulkaaniseksi basalttikivikallioksi. YK:n ilmastopaneelin mukaan tällaisia teknologioita tarvitaan kansainvälisten ilmastotavoitteiden saavuttamiseksi



Reitti	Aika	CO ₂ (kg)	Kompensointi (€)
3 vaihtoa (Matkaketju)	13 h 58 min	18,07	n. 638,45
4 vaihtoa (Matkaketju)	10 h 27 min	12,35	n. 432,25
TAXI (Vertailuna Taksi)	6 h 5 min	35,29	n. 1235,15

Kompensoinnista tulisi kertoa vain, jos päästöjä on jo vähennetty kaikin mahdollisin keinoin,. Kompensoinnista kertomiseen on tulossa tarkennuksia Green Claims -direktiivissä.



MOOD OF FINLANDIN MISSIO ON TOIMIA PAREMMAN TULEVAISUUDEN PUOLESTA, YHDESSÄ MUIDEN KANSSA UUDISTAEN.

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

Huomioitavaa:

- Mood of Finland on palvelujen tuottaja
 - Mitä enemmän palveluja myydään, sitä enemmän päästöjä aiheutuu.
 - Palveluja tuotetaan eri puolilla Suomea ja kansainvälinen yhteistyö edellyttää matkustamista
 - Hallinto sisältää vakuutukset ja tietoliikenteen
 - Ei omaa kiinteää toimipistettä
 - Energian kulutuksesta aiheutuvat päästöt on laskettu kotitoimiston kulutuksen mukaan, 18% talouden koko kulutuksesta (sähkö ja sähkölämmitys, uusiutuvalla energialla)
 - Selkeästi suurin yksittäinen päästölähde on työmatkojen majoitus -> 2000 kg CO₂e eli 66% päästöistä. Majoitusvuorokausia oli vuonna 2023 kotimaassa 38 ja ulkomailla 11
 - Matkustuskilometrit tuottavat 11% päästöistä: Juna 18 503km, = 26kg CO₂e, linja-auto 1000km = 39kg ja auto 9996km, =150kg (uusiutuva polttoaine)
 - Ulkomaan matkat: juna 5034km (120kg CO₂e) ja laiva 1070km (62kg)
 - Lentomatkoja ei ole ollenkaan
- Eurooppalaisen keskivertopäästöt ovat 7700kg CO₂e/vuosi, suomalaisen lähes 10 000 kg.



HIILINEUTRAALIUSTAVOITE

- Mood of Finlandin hiilineutraalius on vahvasti matkustuspalvelun tuottajien käsissä.
- Ne valinnat, joilla voi suoraan vaikuttaa, on hyvin pitkälle jo tehty.
- Suomalaisten kompensatioritusten mukaan Mood of Finland voisi kompensoida vuoden 2023 päästönsä maksamalla 105€
- Mood of Finland ei suoranaisesti kompensoi, mutta lahjoittaa joka vuosi rahaa Luonnonperintösäätiölle ikimetsien suojeluun
- Vuonna 2023 Mood of Finland maksoi Luonnonperintösäätiölle 280€ + 220€ Rakkauden Metsä -sertifikaattien myynnistä
- Glasgow ilmastojuhlustus allekirjoitettu 11/21

Mood of Finland

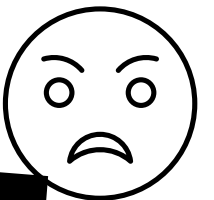
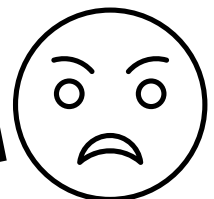


Kerro koko totuus läpinäkyvästi ja kerro, mitä tämä tarkoittaa konkreettisesti, ymmärrettävällä tavalla

“Me laskemme yritystoimintamme hiilijalanjäljen”

“Me olemme hiilineutraali yritys”

“Maksa 1€ ja kompensoimme päästösi”



Matkailualan Hiilikuri-laskuri integroitu STF-ohjelmaan



2 päivää matkamessuilla ja
kertakäyttöastioita ja vesipulloja x 0

Join kaikki kahvit, teet ja veden tästä
kestomukista. Jos ei omaa mukia olisi ollut, saldo
olisi ollut 4 x vesipullo ja 4 x kertakäyttömuki



Laskennassa hyödynnetty [OpenCO2net.fi](https://openco2net.fi)

Ovatko päästöt paljon vai vähän?

Eurooppalaisen keskivetopäästöt ovat
7700kg CO₂e/v, Mood of Finlandi 3000 kg



1/2 valmennuspäivän päästöt = 1.5
lihapizzan tai 4 seitanpizzan
päästöt (8 kg CO₂e)



Voit hyödyntää kestävän matkailun periaatteita nettisivun Vastuullisuus-osion otsikoina. Kerro muutamalla lauseella, mitä otsikon aihe teillä tarkoittaa ja laita mukaan kuvia. Muokkaa teksti teidän sisältöjenne mukaiseksi. Älä siis kopioi suoraan näitä VF:n selitystekstejä. Valitse otsikoista teidän yritykselle sopivimmat.

1 Teemme reilua yhteistyötä.

Kehitämme matkailua yhteistyössä muiden alueemme ja alamme toimijoiden kanssa. Yhdessä voimme paremmin vaikuttaa yhteiskunnan ja matkailun tulevaisuuteen. Haluamme, että alueellamme on hyvä asua ja vieraila nyt ja tulevaisuudessa, joten teemme päätöksiä, jotka ovat kestäviä myös tuleville sukupolville. Kohtelemme kaikkia kunnioittavasti ja oikeudenmukaisesti, ja harjoitamme vain reilua ja rehellistä kaupankäyntiä.

2 Huolehdimme luonnosta

Suojelemme alueemme ympäristöä, maisemia ja luonnon monimuotoisuutta. Toimintamme ei ylitä luonnon kantokykyä, vaan turvaa osaltaan hyvän elämän mahdollisuudet ja puhtaan toimintaympäristön säilymisen alueellamme. Huolehdimme myös eläintemme hyvinvoinnista ja arvokkaasta kohtelusta.

3. Kunnioitamme kulttuuriperintöä

Vaalimme alueemme kulttuuriperintöä. Tavoitteemme on kulttuurin aito ja kunnioittava esittäminen, elvyttäminen, ylläpitäminen ja vahvistaminen. Ymmärrämme myös, että kulttuurit ovat aina kehittyneet vuorovaikutuksessa ja ottaneet oppia toisiltaan.

4. Edistämme hyvinvointia, ihmisoikeuksia ja tasa-arvoa

Kohtelemme työntekijöitämme, vieraitamme ja alueemme asukkaita tasa-arvoisesti ja kunnioittavasti riippumatta heidän taustastaan. Otamme ihmisten erityistarpeet huomioon toiminnassamme. Koulutamme, opastamme ja kannustamme henkilöstöämme toimimaan vastuullisesti.

5. Suosimme paikallista

Tuemme alueemme tuotteita, palveluita ja yrityksiä, ja tavoitteemme on työllistää paikallisia ihmisiä. Suosimme suomalaisista raaka-aineista tehtyä ruokaa. Osallistamme asukkaita ja yrityksiä heitä koskevissa asioissa.



6. Panostamme turvallisuuteen ja laatuun

Huolehdimme paikallisten asukkaiden, henkilökuntamme ja vieraittemme turvallisuudesta sekä lain ja viranomaisten määräysten noudattamisesta. Kun kehitämme palveluitamme ja tuotteitamme laatu edellä, luomme edellytyksiä oman toimintamme jatkuvuudelle.

7. Huomioimme ilmastovaikutukset

Teemme ilmaston kannalta hyviä valintoja ja pienennämme hiilijalanjälkeämme. Seuraamme matkailun ympäristölle aiheuttamaa kuormitusta ja aktiivisella mittamisella tavoittelemme tehokkaampaa energian ja resurssien käyttöä.

8. Viestimme avoimesti

Viestimme alueellamme rohkeasti matkailun vastuullisista teoista sekä tulevista suunnitelmista ja visioista. Haluamme, että Suomen kestävä matkailu tunnetaan maailmalla. Kerromme avoimesti onnistumista, mutta myös haasteista.

9. Kehitämme jatkuvasti yritystoimintaamme

Olemme valmiita uudistamaan palveluitamme ja tuotteitamme, jotta niille riittää kysyntää myös tulevaisuudessa. Vakaa talous ja eettinen liiketoiminta luovat perustan toiminnan kestäväälle kehittämiselle.

10. Sitoudumme kestävän matkailun periaatteisiin



Hyödynnä olemassa olevat markkinointiviestinnän kanavat

- Booking.com julkaisi ensimmäisen kestävän matkailun raportin vuonna 2016.
- 83% of global travelers think sustainable travel is vital, with 61% saying the pandemic has made them want to travel more sustainably in the future
- Almost half (49%) still believe that in 2021, there aren't enough sustainable travel options available, with 53% admitting they get annoyed if somewhere they are staying stops them from being sustainable, for example by not providing recycling facilities
- While 3 out of 4 accommodation providers say they have implemented at least some kind of sustainability practices at their property, only one-third actively communicate about their efforts proactively to potential guests
- To help boost the visibility of more sustainable stay options, Booking.com is now showing third-party sustainability certifications and details on a range of 30+ impactful practices in place at hundreds of thousands of properties around the world
- [Tässä linkki Booking.com 2023 tutkimukseen](#)

Kestävää kehitystä edistävät toimet

Majoituspaikka on ryhtynyt seuraaviin toimiin edistääkseen kestävämpiä ja ympäristöystävällisempiä tapoja matkustaa:

Vesi

- Mahdollisuus pyytää päivittäisen siivouksen väliin jättämistä
- Mahdollisuus käyttää samaa pyyhettä useita kertoja

Energia ja kasvihuonekaasut

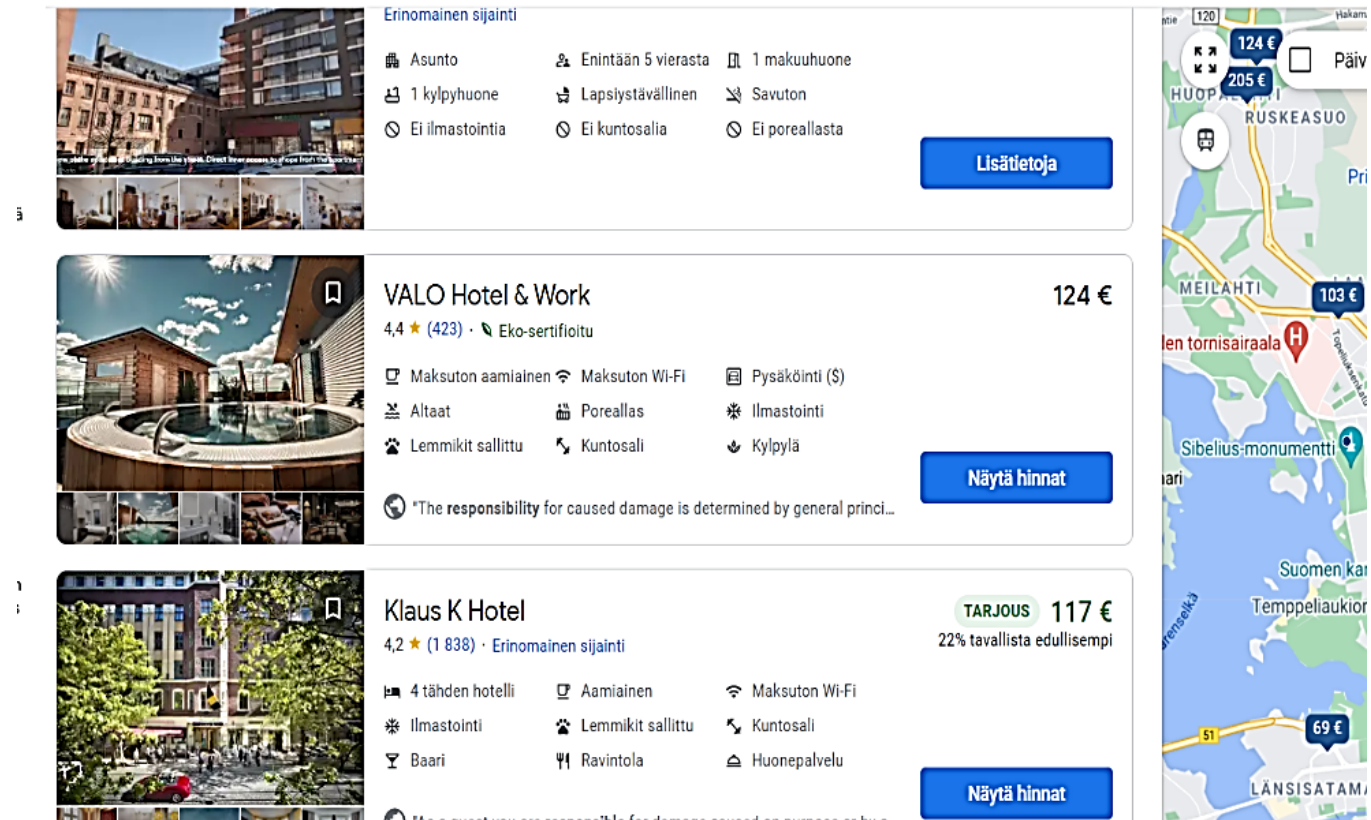
- Sähköautojen latausmahdollisuus





Google My Business

- The most significant new tool comes courtesy of Google.
- Starting on Sept. 22 (2021), it will label hotels as “Eco-Certified” in global search results, with a leaf-shaped icon next to the hotel’s name.
- Clicking on the “About” tab will detail the property’s specific sustainability practices, such as having water use audited by an independent organization or using energy from carbon-free sources.
- The new feature relies on 29 certification programs to do the hard work of establishing a hotel’s green credibility; the property must have an array of sustainability measures audited by third-party experts.
- It’ll be up to hotel staff, rather than the search engine, to update hotel listings, using the free Google My Business Profile.



The screenshot displays Google search results for hotels in Helsinki. It features two hotel listings: VALO Hotel & Work and Klaus K Hotel. Each listing includes a main image, a star rating, a price, and a list of amenities. The VALO Hotel & Work listing is marked as 'Eco-certified' (Eko-sertifioitu) and shows a price of 124 €. The Klaus K Hotel listing shows a price of 117 € with a 22% discount (TARJOUS). A map on the right side of the screen shows the location of the hotels in Helsinki, near the city center and the harbor.

Anu Nylund, www.moodoffinland.fi



Sosiaalinen vastuullisuus & inklusiivinen viestintä

Inklusiivisuus, monimuotoisuus, yhdenvertaisuus

- Esteettömyys
- Sateenkaariväestö
- Etniset taustat

Nämäkin on hyvä huomioida:

- Vegaanielämäntapa
- Solotravellerit (vinkki: yhteispöytä yksin ravintolaan tuleville)
- Kansainvälisyys ja liikkuvuus
- Suomessa asuvat, ei suomea tai ruotsia äidinkielenään puhuvat
- Ikäihmisten arvostava kohtaaminen



3 442 15 11



laaksonenkristiina ja muut tykkäävät tästä
yle uutiset Käytkö sä yksin syömässä? Niin käy yhä useampi muukin 🧑

Yksinruokailijoiden määrä on kasvanut
Yhdysvalloissa, Saksassa, Britanniassa ja Japanissa.



Lisätietoa: Inklusiivisen matkailun opas, Visit Finland



Photo: Pixabay free

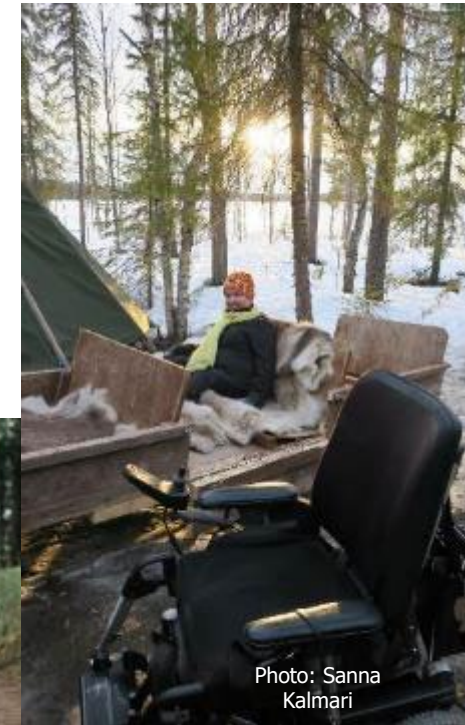


Photo: Sanna Kalmari

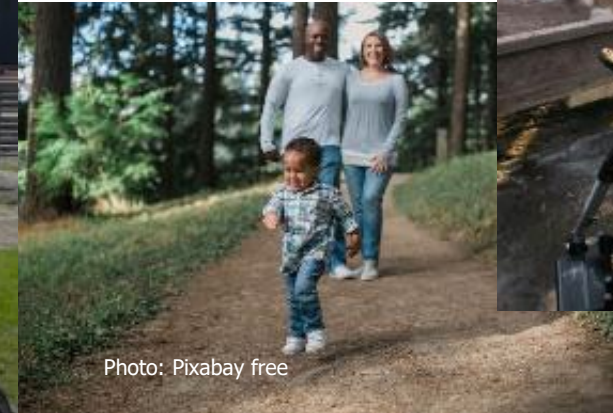


Photo: Pixabay free

Sanna Kalmari,
Palmuasema



Photo: Pixabay free



Photo: Pixabay free



Photo: Pixabay free



Photo: Pixabay free

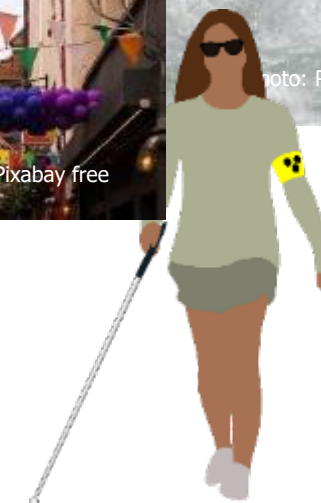


Photo: Pixabay free



Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä ja Viestintä koko arvoketjun vastuullisuudesta on erityisen tärkeää!

Miten yhteistyökumppaneiden ja alihankkijoiden vastuullisuus on varmistettu?

Turvallisuus ja kriisiviestintä – miten tämä viestintäketju on hoidettu?



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)





Esimerkki Kanadasta

Economic Nutrition ^{CM}			
fogo island inn			
NIGHTLY STAY (ACTUAL 2018)		WHERE THE MONEY GOES	
Labour		49%	
Food, Room Supplies		12%	
Commissions, Fees		5%	
Operations, Admin		18%	
Sales, Marketing		4%	
Surplus		12%	
Reinvested in the community of Fogo Island			
Economic Benefit Distribution			
Fogo Island	65%	Canada	19%
Newfoundland	13%	Rest of the World	3%
ECONOMIC NUTRITION is a certification trademark of Shorefast Foundation, used under license by Shorefast Social Enterprises Inc.			



Hotellin kotisivu



AIKANA - VAIHE

Paikan päällä vastuullisuuden kokeminen

Vieraiden osallistaminen:
passi, johon kerätään leimoja

- Paikan päällä viestimisen ytimessä on henkilökunta; jokaisen yrityksessä työskentelevän tulee tietää mitä vastuullisuus juuri omassa yrityksessä ja omassa työssä tarkoittaa. Asiakkaat voivat tehdä kysymyksiä kenelle tahansa vierailunsa aikana.
- Vinkki: Anna vierailijan osallistua ja tehdä hyvää! Mitä tämä voisi tarkoittaa juuri teidän yrityksessänne? Annatko vieraiden hakata polttopuut ja samalla jakaa kokemuksen siitä, että halkoja tulee käyttää säästäen.

First Suggestion

**Request a limited cleaning service for your room
= 20 Eco Vouchers.**

This service consists of making the bed and emptying the rubbish bins. This reduces the CO2 emissions associated with water and electricity consumption and from using cleaning products. Please hang the 'Tomorrow needs today' sign to request this outside your room before 8 a.m.

Second Suggestion

**Re-use your bath towels
= 10 Eco Vouchers**

Only towels left in the bath will be replaced. Washing laundry consumes vast amounts of water which, having been polluted by detergents, needs to be treated before being returned to our rivers





The story of the food should be used as part of your service's story. Look for responsible partners and make the food and the tableware also an aesthetic part of the story. Make the mealtime a peaceful and communal part of the service.



- Jotain luettavaa paikan päällä, esim. siinä vaiheessa, kun asiakas odottaa (maksuhetkellä, ruoka-annosta odotellessa, buffet-jonossa)
- Kivoja ja innostavia viestejä tai vaikka tietovisoja: ruokalista, lautasliinat, pöytäliinat, muut pinnat ja materiaalit
- Jotain katseltavaa: kuvia joita voi katsella
- Jotain kuultavaa: musiikkia ja tarinoita, joita voi kuunnella

Miten osallistat vieraat?
Yksinkertaisimmilalan vieraat voivat kirjoittaa ideoitaan post-it-lappuihin.



Mitä jos teillä
olisi jokin
hahmo tms,
joka johtaisi
asiakkaat
vastuullisuuden
teemoihin?
Vuokatissa
ideoidaan
SoMe-hahmoa!





Metsästä pöytään ja muita tarinoita



Nopeasti
laskettu: jos jätät
syömättä 77,5
lihapitoista
pizzaa, voit
lentää
Barcelonaan

Päästöjen vertailu: 20 smoothieta = 10 x
vegaanipizza tai 3 x pizza
lihalla. Vegaanipizza 2kg CO₂, Lihapizza
6,5kg CO₂



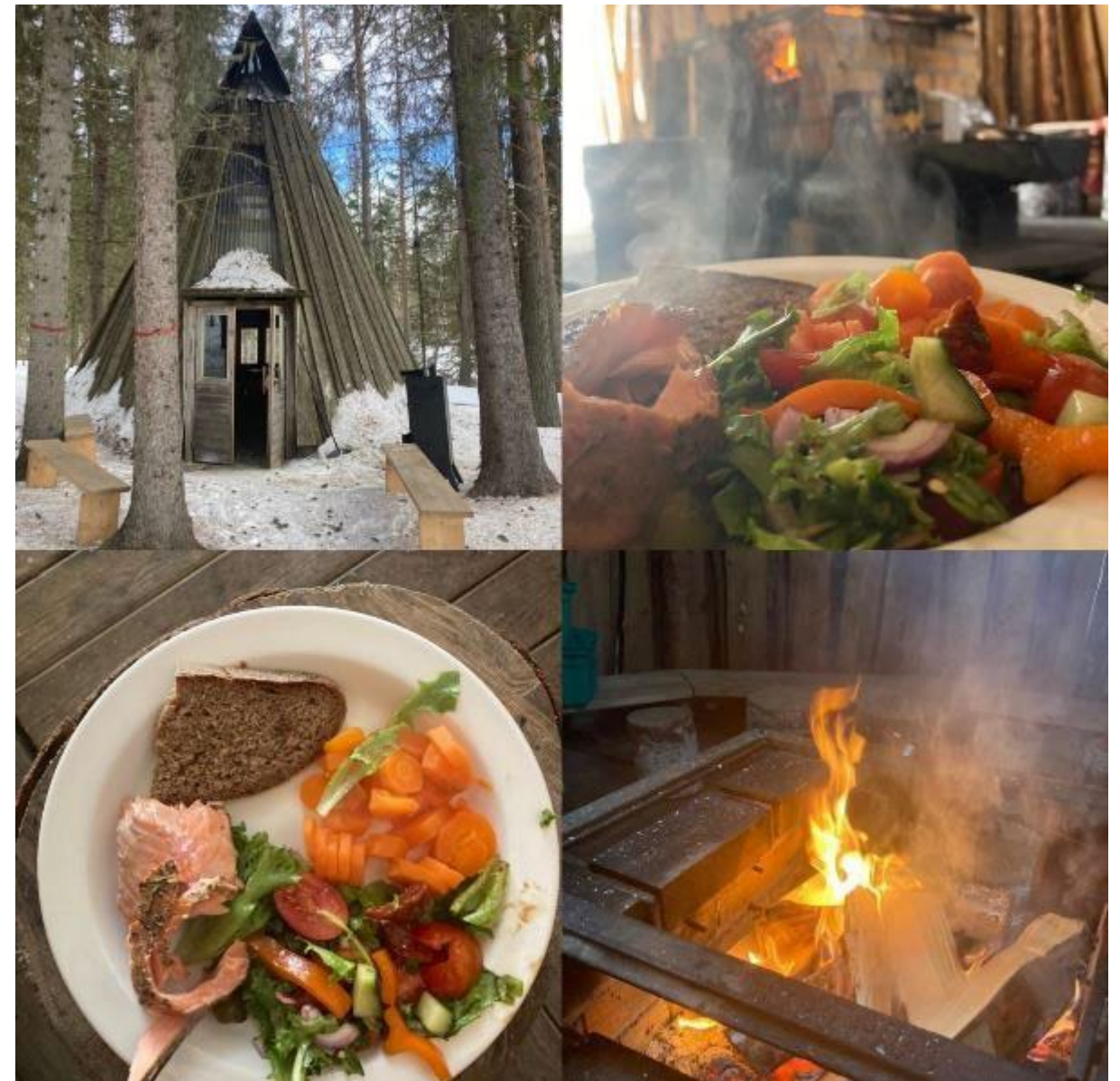
Vastuullisuuden
tarinallistaminen.
Case Sokos Hotelli Vaakuna,
Vaasa





Nudge

- Nudge (tuuppaus) ja halutun muutoksen tavoittelu.
- Tekemällä joistakin vaihtoehtoista helpompia, osuvampia ja houkuttelevampia ihmisiä voidaan houkutella valitsemaan ne rajoittamatta heidän valinnanvapauttaan.
- Esim. kasvisruokavaihtoehdot ruokalistan alkuosassa, junayhteydet ennen lentoyhteyksiä, kysyttäessä paikallinen juoma ennen tuontijuomia





Innovaatioita ja ratkaisuja

- Isobritannialainen OLIO on sovellus, joka tekee ylijäämäruuan jakamisesta naapureille helppoa.
- Resque – sovellus hävikkiruuan ostoon
- Nolla –ravintola
- AirBnb
- Kamupak
- Supalac | Spinnova | Kotkamills
- Kööpenhaminan Crowne Plaza Copenhagen Towers Euroopan tunnetuimpia ympäristön huomioivia 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



Innosta, kannusta, kerro faktoja ja anna mahdollisuus vaikuttaa

Jotain mikä aktivoi

- Voitko haastaa osallistumaan tietokilpailuun
- Miten asiakas voi vaikuttaa?
- Onko olemassa kannustimia



Suomalainen keskivertokuluttaja heittää vuosittain roskikseen noin 28 kiloa syötävää ruokaa (Luonnonvarakeskus 2021). Rahallisesti mitattuna se tarkoittaa, että suomalaiset heittävät ruokaa roskeen vuosittain yhteensä noin 590 miljoonalla eurolla.

Ruokajätettä (elintarvikejäte) syntyy koko elintarvikeketjussa vuosittain noin 640 miljoonaa kiloa. Ruokahävikin osuus siitä on noin 360 miljoonaa kiloa. Jos mukaan lasketaan myös peltoon jäävä sato, ruokahävikkiä on lähes 700 miljoonaa kiloa.



Jälkeen - vaihe

Palaute, sosiaalinen media ja muut viestintäkanavat

- Miten onnistuimme mielestäsi paikallisen kulttuurin huomioimisessa: millaisia huomioita teit ruokaillessasi tai sisustuksessamme?
- Oliko meillä mielestäsi helppoa säästää sähköä? Millaisia huomioita teit?
- Maistuiko ruuassa tuoreet raaka-aineet ja lähitilan maut? Mikä oli erityisesti Sinun mieleesi, mitä jäit kaipaamaan?
- Onko sinulla erityistarpeita ja -toiveita? Mitä ne ovat ja miten onnistuimme niihin vastaamaan?

Miten olette yhteydessä asiakkaisiin palvelun jälkeen yleensä? Voisitteko muistaa asiakasta jollakin kivalla vastuullisuustekolla tai kertoa jostakin uudesta vastuullisuusteosta?

KEHUTAAN MYÖS MUIDEN HYVIÄ VASTUULLISUUSTEKOJA!!



STRASBOURG, FRANCE

An other Green Key certified hotel 

@GREENKEYINT

BOMA prend soin de vous et de la planète

Ensemble, adoptons des gestes simples.

<p>01 </p> <p>Nous vous offrons la possibilité de trier vos déchets : rendez-vous en bagagerie, des bacs de tri sont prévus à cet effet.</p> <p><i>We offer you the possibility of sorting your waste: go to the bagagerie, sorting bins are provided for this purpose.</i></p>	<p>02 </p> <p>L'eau est précieuse. Pensez à l'économiser.</p> <p><i>Water is precious. Think about saving it.</i></p>
<p>03 </p> <p>Merci d'éteindre le chauffage et la climatisation lorsque vous ouvrez les fenêtres.</p> <p><i>Please turn off the heating and air conditioning when you open the windows.</i></p>	<p>04 </p> <p>Merci de bien vouloir débrancher vos appareils après charge ou utilisation.</p> <p><i>Please unplug your devices after charging or use.</i></p>
<p>05 </p> <p>Nous vous offrons la possibilité de faire nettoyer les draps et serviettes uniquement sur demande.</p> <p><i>We offer you the possibility to have the sheets and towels cleaned only on request.</i></p>	<p>06 </p> <p>Nous vous offrons la possibilité de faire nettoyer votre chambre uniquement sur demande.</p> <p><i>We offer you the possibility to have your room cleaned only on request.</i></p>

easy living hotel

@BOMASTRASBOURG

Lisä kommentti. Responsible choices



You're sharing your screen

Stop sharing

Finland Travel Unique Selling Points

Find your
happiness –
live like a Finn

Easy access to
forests –
reconnect
with nature

To know Sauna
is to know
Finland

Santa Claus –
The ambassador
of goodwill
from Finland

The land of a
thousand lakes

Healthy & Safe
travel is freedom
to travel



Mitkä ovat yrityksen ja Vuokatin alueen vastuullisuus-USP:t?

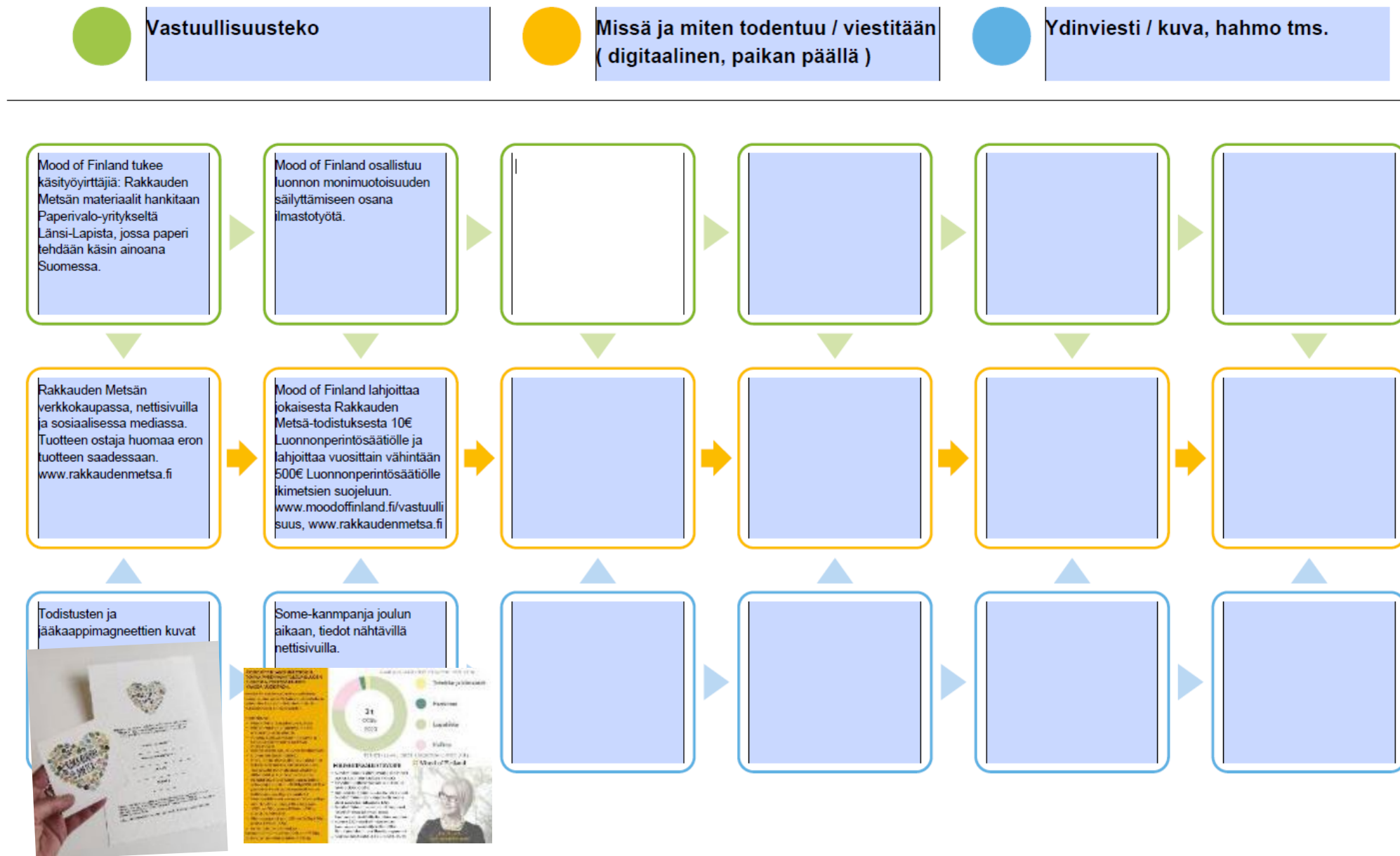
- Tarkistetaan yrityksen ja destinaation strategia, visio ja mission -> ei viestitä ristiriitaisesti
- Konkreettisia ja mielenkiintoisia nostoja, ilman samaa toistoa, jota muutkin käyttävät
- Esim vastuullinen Vuokatinrinteet sijaan: Vuokatinrinne käyttää kaikessa toiminnassaan uusiutuvaa energiaa (olisi kiinnostavaa tietää koko kulutus ja paljonko päästöjä aiheutuisi fossiilisilla)
- Apuna lähtötilannekartoitus (STF-askel 2) ja kehittämis- ja toimintasuunnitelma (STF –askel 6)
- Vuokattifiilis, violetti väri – onko niistä oma vastuullisuusversio?
- Lupaukset ja sitoumukset





Kirjaa suunnitelmapohjaan omia vastuullisuusnostoja (pohja mukana sähköpostissa)
 Nettisivujen vastuullisuus-osion voi hyvin koostaa esim. 3-5 tällaisesta teosta.

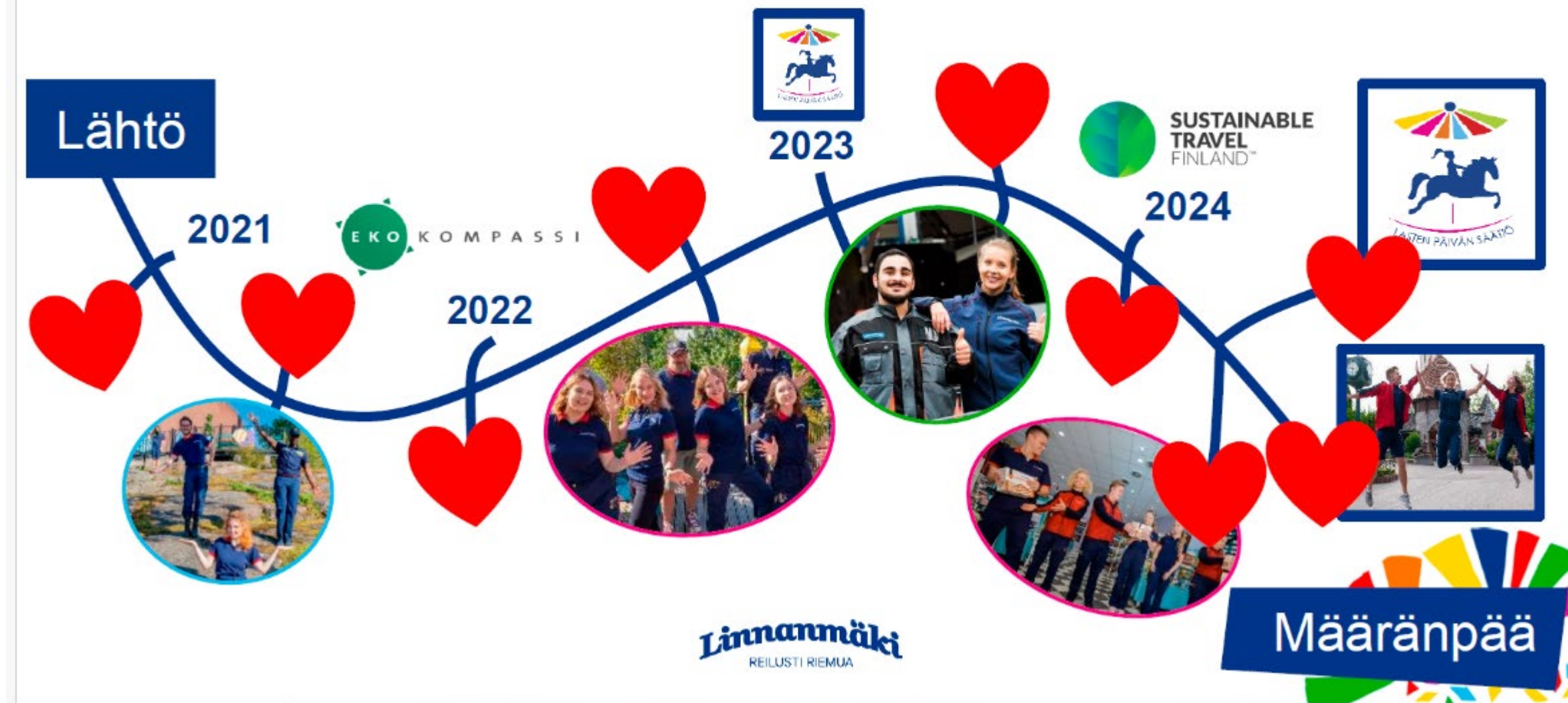
Vastuullisuudesta viestimisen suunnitelma





Case Linnanmäki

Jotta saavutamme yhteiset tavoitteemme,
panostamme siihen **MITEN** matkaa teemme





Vastuullisuus ei ole taakka, vaan mahdollisuus, jota kaiken aikaa uudistuva lainsäädäntö ja EU-direktiivit ohjaavat



prosentissa tuotteita ja palveluja koskevista ympäristöväittämistä annetaan **epämääräisiä, harhaanjohtavia tai perusteettomia** tietoja



prosentissa väittämistä **ei ole niitä tukevaa näyttöä**



Kuluttajien luottamus ympäristöväittämiin on **erittäin heikkoa**

Lähde: Kaskas / [European Commission](#)

Vihreän siirtymän kuluttajansuoja- direktiivi

= päivittää kuluttajanoikeusdirektiiviä (CRD) sekä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä (UCPD). Hyväksytty 02/2024. Sovellettava syksyllä 2026.

Green Claims –direktiivi

EU:n Green Claims -direktiivi odotetaan hyväksyttävän lopullisesti Euroopan parlamentissa vuoden 2024 loppuun mennessä, ja jäsenmaat hyväksyvät sen seuraavan kahden vuoden kuluessa.

Tavoitteena on:

- estää yritysten viherpesu kuten harhaanjohtavat väittämät vastuullisuudesta
- tarjota kuluttajille läpinäkyvämpää ja selkeämpää tietoa yritysten ja tuotteiden vastuullisuudesta



Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivi

Kiristystä siihen, millä tavoin yritykset saavat viestiä vastuullisuudestaan

Yleiset vastuullisuustermit ilman suoria todisteita, esim.

- ympäristöystävällinen,
- luonnollinen
- ekologinen
- vihreä
- kestävä
- vastuullinen,
- ilmasto neutraali tai -ystävällinen,
- biopohjainen, biohajoava

Vastuullisuusmerkit:

Vain hyväksyttyihin sertifiointijärjestelmiin perustuvat tai viranomaisten laatimat merkit.

Kompensointi

Ei saa sanoa, että tuotteella tai palvelulla on neutraali, vähennetty tai positiivinen vaikutus ympäristöön kasvihuonekaasupäästöjen osalta, jos se perustuu kompensointiin



Green claims, EU:n ns. viherpesudirektiivi

Yritysten on verifioitava ympäristöväittämänsä.

Säätely koskee:

- Nimenomaisia ympäristöväittämiä ja –merkkejä
- Kuluttajille viestiviä yrityksiä

Yritysten ympäristövaikutuksista esitettyjen väittämien tulee olla luotettavia, todennettuja ja vertailukelpoisia.

Tarvitaan siis dataa ja etenkin isojen yritysten tulee todentaa väittämät akkreditoituilla arvioijilla (tässä vaiheessa esitetty lievennyksiä pienemmille yrityksille, mutta sisältö tarkentuu vielä).

Esimerkiksi sanojen ”kestävä”, ”ympäristöystävällinen”, ”vastuullinen” tai ”hiilineutraali” käyttö tulee tiukentumaan.

JUURI NYT: Joko syksyn lämpö loppuu? Säähän luvassa kaksi käännettä

Zalando joutuu poistamaan sivuiltaan lehdet, puut ja muut ympäristösymbolit

Viherpesu | EU vaati poistoa, koska merkinnöille ei ollut perusteita.



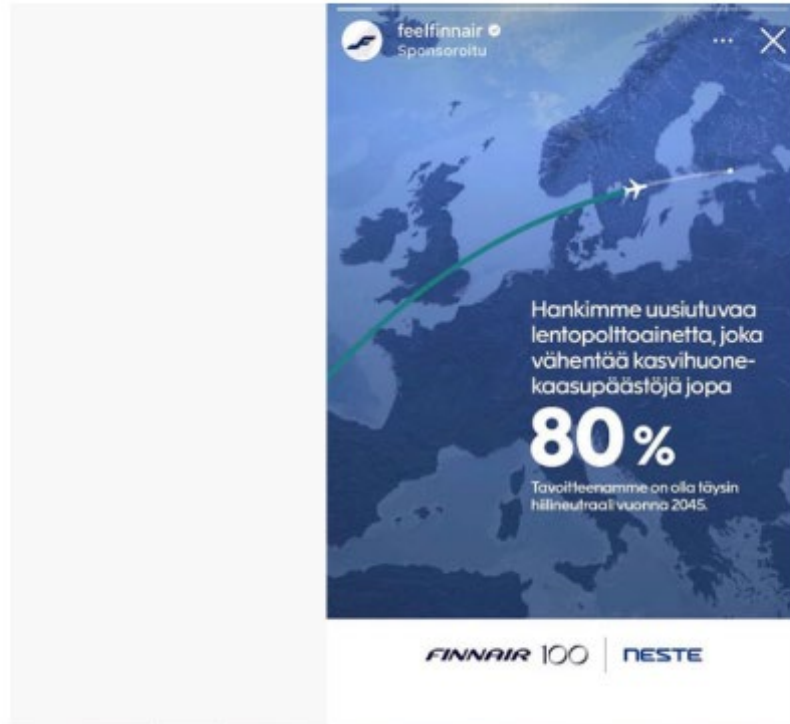
Zalandon Helsingin-toimisto kuvattiin huhtikuussa 2017. Kuva: Outi Pyhäranta / HS

 Kuuntele juttu

Pikamuoti ja kiihtyvä vaateshoppailu ovat suuri rasite ilmastolle ja ympäristölle globaalisti. Muotialan osuus maailman hiilipäästöistä on noin 10 prosenttia ja osuus jätevedestä 20 prosenttia. Vaatetekstiileistä 85 prosenttia päättyy lopulta kaatopaikoille tai poltettavaksi, vaikka niitä voisi kierrättää. HS 22.02.2024



Vuoden huiputus -yleisöäänestys selvitti, mikä on kansalaisten mielestä kuluneen vuoden törkein viherpesuteko. Voiton vei Finnairin mainos, jossa yhtiö lupaa mittavia päästövähennyksiä uusiutuvalla polttoaineella.



Kuluttaja-asiamies puuttui Finnairin epäselvään ympäristömarkkinointiin

12.2.2024 Tiedote

Kuuntele 

Finnair Oyj:n markkinoinnissaan käyttämä ympäristöväittämä lentopolttoaineen kasvihuonekaasupäästöistä antoi harhaanjohtavan kuvan yrityksen lentomatkustamisen myönteisistä ympäristövaikutuksista. Finnair sitoutui korjaamaan markkinointiaan.

Kuluttaja-asiamies kiinnitti huomiota Finnairin markkinoinnissaan käyttämään ympäristöväittämään "hankimme uusiutuvaa lentopolttoainetta, joka vähentää kasvihuonekaasupäästöjä jopa 80 % –

Kilpailu- ja kuluttajavirasto



Miten CSRD eli kestävyysraportointidirektiivi vaikuttaa yrityksiin?

- ✓ CSRD on viety 2023 lopulla osaksi Suomen lainsäädäntöä, muun muassa kirjanpitolakiin, tilintarkastuslakiin ja osakeyhtiölakiin.
- ✓ Kestävyystietojen raportoinnissa noudatetaan ESRS-standardeja eli European Sustainability Reporting Standards.
- ✓ Yrityksen keräämä ESRS-standardien mukainen kestävyystieto eli kestävyysdata raportoidaan kestävyys selvityksen muotoon osaksi yrityksen toimintakertomusta.
- ✓ Kestävyys selvityksen tiedot on julkaistava määrämuodossa, kolmannen osapuolen varmentamana ja koneluettavana

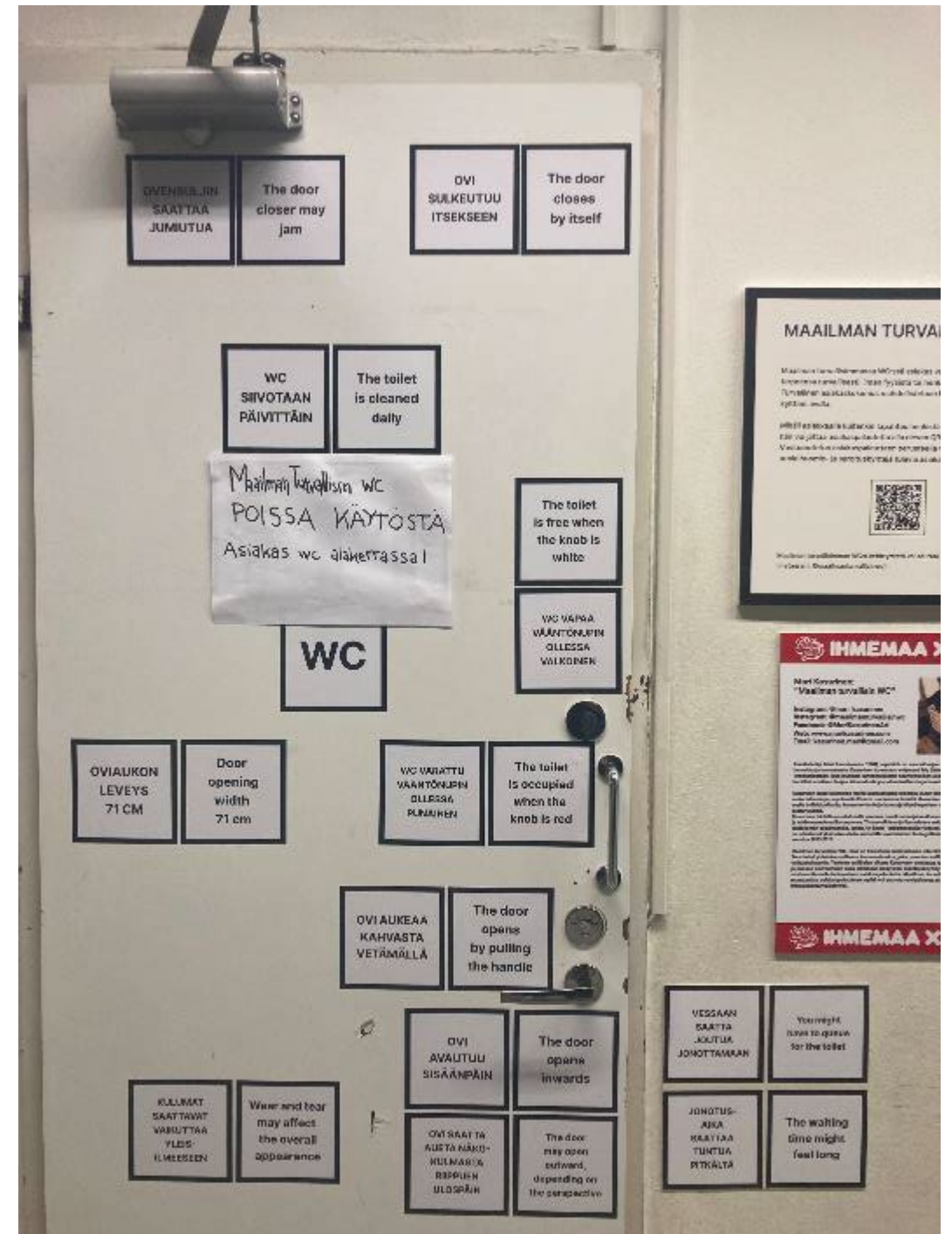
Lähde: Arter Oy

CSRD raportointivaatimukset laajenevat asteittain eri kokoisiin yrityksiin:

2024 – yli 500 henkilöä työllistävät ja pörssilistatut yritykset, raportoitava tilikaudesta 2024 ja raportti on julkaistava 2025.

2025 – raportointivelvoite koskee, mikäli yrityksellä täyttyy vähintään kaksi kriteeriä: henkilöstön koko vähintään 250 henkilöä, nettoliikevaihto on vähintään 40 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma on vähintään 20 miljoonaa euroa. Raportoitava tilikaudesta 2025 ja raportti julkaistava 2026.

2026 – pörssilistatut pk-yritykset, raportoitava tilikaudesta 2026 ja raportti julkaistava 2027





”Kotitehtävä”

1. **Tarkista, miten teille pääsee paikan päälle**, myös julkisilla. Kerro mihin asti julkisilla pääsee ja miten siitä perille asti Millaisia etäisyyksiä alueella on, voisitko laittaa kartan nettisivuille?
2. **Miltä sinun vastuullisuupolkusi näyttää** – mitä vastuullisia valintoja olet tehnyt ja mitä teet seuraavaksi = Vastuullisuussuunnitelma STF-polulle.
3. **Viesti yksi idea tai oivallus** ja mielellään kuva vastuullisuudesta omissa kanavissa ja käy kommentoimassa muiden postauksesi. Lisää omiin julkaisuihin: #vastuullisuus @vuokattifinland ja muiden yritysten tilejä
4. **Kirjaa suunnitelmapohjaan** omia vastuullisuusnostoja.
5. **Iloitse onnistumisista ja oivalluksista ja viesti niitä.** Viesti niistä oivalluksista, joiden pohjalta teet uusia vastuullisuustekoja sinulle mahdollisella aikataululla!
6. **Jaa myös muiden yritysten onnistumisia**
7. **Tarkista viestinnän kuvamateriaali:** näkyykö kuvissa toivotulla ja teidän toimintanne arvojen mukaisesti monimuotoisuus ja yhdenvertaisuus
8. **Muista tehdä monikanavainen kampanja**, kun olette saaneet sertifikaatin ja STF-merkin



Tämä postaus muutettiin saadun palautteen vuoksi. Ensimmäinen kuva ei edistä tasa-arvoa.



Yhteisen työpajan tuloksena listasimme yritysten vastuullinen Vuokattisitoumouksen, joka laitetaan kommenteille ja saat vahvistuksen, kun voit lisätä ne omille nettisivuille

1. Teemme yhdessä Vuokatista hyvän paikan asua ja vierailla
Kaikki alueen yrittäjät tietävät, mitä vastuullisuus matkailussa tarkoittaa. Uudet työntekijät perehdytetään vastuullisuuteen ja vastuullisuus toteutuu toiminnassa. Yritykset tekevät reilua yhteistyötä ja suosittelevat myös naapuria.

2. Vuokattiin kaikki ovat tervetulleita

Vuokatissa todentuu yhdenvertaisuusperiaate niin, että jokainen kokee olonsa tervetulleeksi ja hyväksytyksi, niin vierailijana kuin työyhteisössä. Vuokatissa on panostettu erityisesti liikuntaesteisten vierailijoiden mahdollisuuteen osallistua ja kokea ja Vuokastissa luonto kuuluu kaikille.

3. Välitämme luonnosta

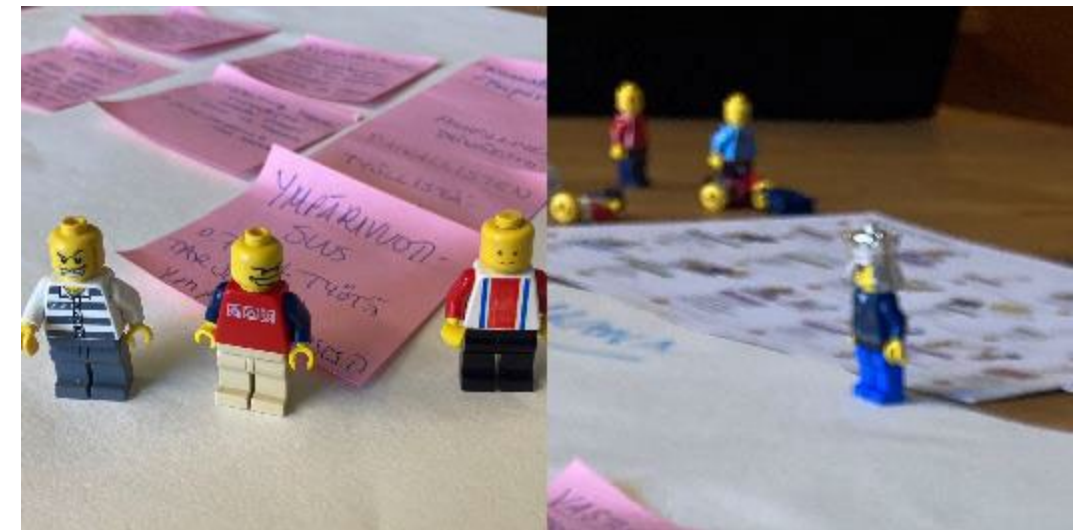
Vuokatti tunnetaan huikeista vaaramaisemistaan ja puhtaista vesistöistään. Luonnossa ohjaamme liikkumaan vain merkityillä reiteillä.

4. Kannustamme vähäpäästöiseen liikkumiseen

Kerromme miten Vuokattiin pääsee julkisilla. Paikan päällä liikkuminen jalan tai pyöräillen on mahdollista. Vuokatti tarjoaa hienot mahdollisuudet urheiluun ja luonnossa liikkumiseen ei motorisoiduilla kulkuvälineillä.

5. Vuokatti on hyvä paikka vierailla ympäri vuoden

Vuokatti tarjoaa palveluita ja elämyksiä ympärivuotisesti. Ympärivuotisuus mahdollistaa luonnon ja palveluiden kokemisen eri vuodenaikoina. Ympärivuotinen työllistymismahdollisuus lisää paikallisten hyvinvointia ja mahdollistaa paikkakunnalle kotiutumisen.





Työpajan tuloksena työstimme myös vastuulliset Vuokatti-vinkit vierailijoille, joihin voi vielä tulla muokkauksia

1. Tule paikan päälle vähäpäästöisesti

Vuokatin nettisivuilta löydät vinkit ja linkit julkisilla kulkuvälineillä saapumiseen. Vuokattiin se nimittäin onnistuu!

2. Suosi paikallisia palveluita

Matkailu on tärkeä alueen työllistäjä ja sinä voit vaikuttaa siihen, että töitä riittää jatkossakin ostamalla paikallisista yrityksistä tuotteita ja palveluita. Paikallista ostamalla osoitat myös arvostavasi paikallista kulttuuria ja paikallisia ihmisiä.

3. Suojele luontoa

Luontoa suojelet kulkemalla vain merkityillä reiteillä ja noudattamalla luonnossa annettuja ohjeita. Käytäthän vettä säästeliäästi lomallakin ja vältä turhaa sähkön kulutusta mm. sammuttamalla sähkölaitteet ja lämmittämällä saunaa vain sen ajan kuin se on käytössä.

4. Vältä kertakäyttökulttuuria

Ota luontoon ja tapahtumiin mukaan oma kuksa tai muki ja vesipullo, jonka voit täyttää hanavedellä.

5. Jaa oma kokemuksesi ja vinkkisi

Ota kuva vastuullisesta teostasi tai huomiostasi Vuokatin vierailulla ja jaa se sosiaalisessa mediassa @VuokattiFinland #vastuullinenvuokatti #sustainablevuokatti. Anna palautetta myös suoraan paikan päällä





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 ja helmikuussa 2024

 **Mood of Finland**

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