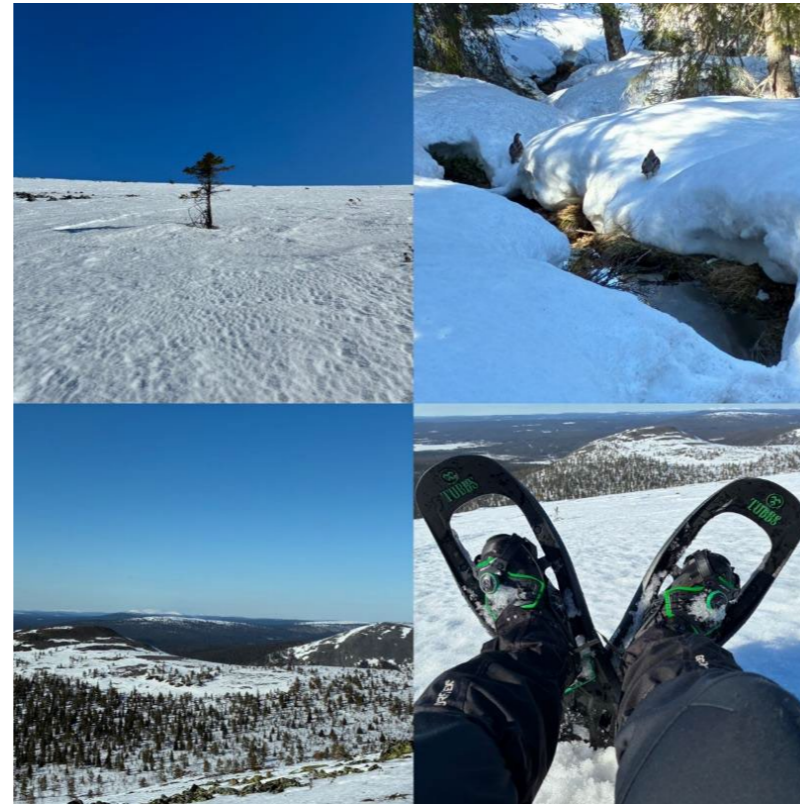




Teema 3:
Vastuullisuuden
todentaminen;
sertifioinnit ja viestintä

1.6. Luontokeskus
Kellokas klo 13–16

Etäsparraus 18.6. klo
9–12



Euroopan unionin
osarahoittama



LAPIN LIITTO



KITTILÄ
PUHDASTA KULTAA



KOLARI
kasvaa luonnostaan



LAPIN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF LAPLAND



DISCOVER
MUONIO



Muonio



YLLÄS



Levi

Kuva: Mood of Finland,



Yhteinen tavoite ja tapaamiset

Työpajojen ja sparrauksen tavoitteena on

- tuoda vastuullisuus osaksi lumettoman ajan tuotteistamista
- tunnistaa Tunturi-Lapin erottumisen kärjet yhteiseksi tuotteistamista ja myyntiä ohjaavaksi tarinaksi
- rakentaa useiden toimijoiden yhteisiä palvelukokonaisuuksia
- varmistaa, että tuotteet vastaavat Keski-Euroopan asiakkaiden ja matkanjärjestäjien vaatimuksia.

Työpajojen teemat:

TYÖPAJA 1. Kestävä tuotekehitys ja ilmastonmuutokseen sopeutuminen. 16.4. paikan päällä, 21.4. etänä.

TYÖPAJA 2. Tunturi-Lapin lumettoman ajan erottuva tarina yhteistuotteiden myynnin kärjeksi 7.5. Luontokeskus Kellokas, ryhmäsparraus etänä 21.5.

TYÖPAJA 3. Vastuullisuuden todentaminen; sertifiointit ja viestintä 1.6. Luontokeskus Kellokas klo 13–16 / Etäsparraus 18.6. klo 9–12

Kevään työpajojen jälkeen työ jatkuu vielä syksyllä muun muassa vapaavalintaisten sparrausten merkeissä.

Työpajat ja sparraukset toteuttajana on Nordic Marketing, jonka yhteistyökumppaneina työpajojen toteutuksessa ovat Mood of Finland ja Tarinakone.

Hankkeen tavoitteena

on auttaa Tunturi-Lapin matkailuelinkeinoa sopeutumaan ilmastonmuutokseen, kannustaa ilmastonmuutosta hillitseviin toimiin sekä tukea pk-yritysten kestävää kasvua ympärivuotisen matkailun potentiaalia hyödyntäen.

Hankkeen päätoteuttajana

toimii Kittilän kunta, ja osatoteuttajina Kolarin kunta ja Lapin yliopisto.

Yhteistyökumppaneita ja rahoittajia

ovat Muonion kunta, Discover Muonio, Visit Levi ja Visit Ylläs. Enontekiön kunta ja Tunturi-Lapin Kehitys ovat mukana hankeyhteistyökumppaneina.





Lähtötilannekysely: Alueen vastuullisuus

Kriittiset teemat

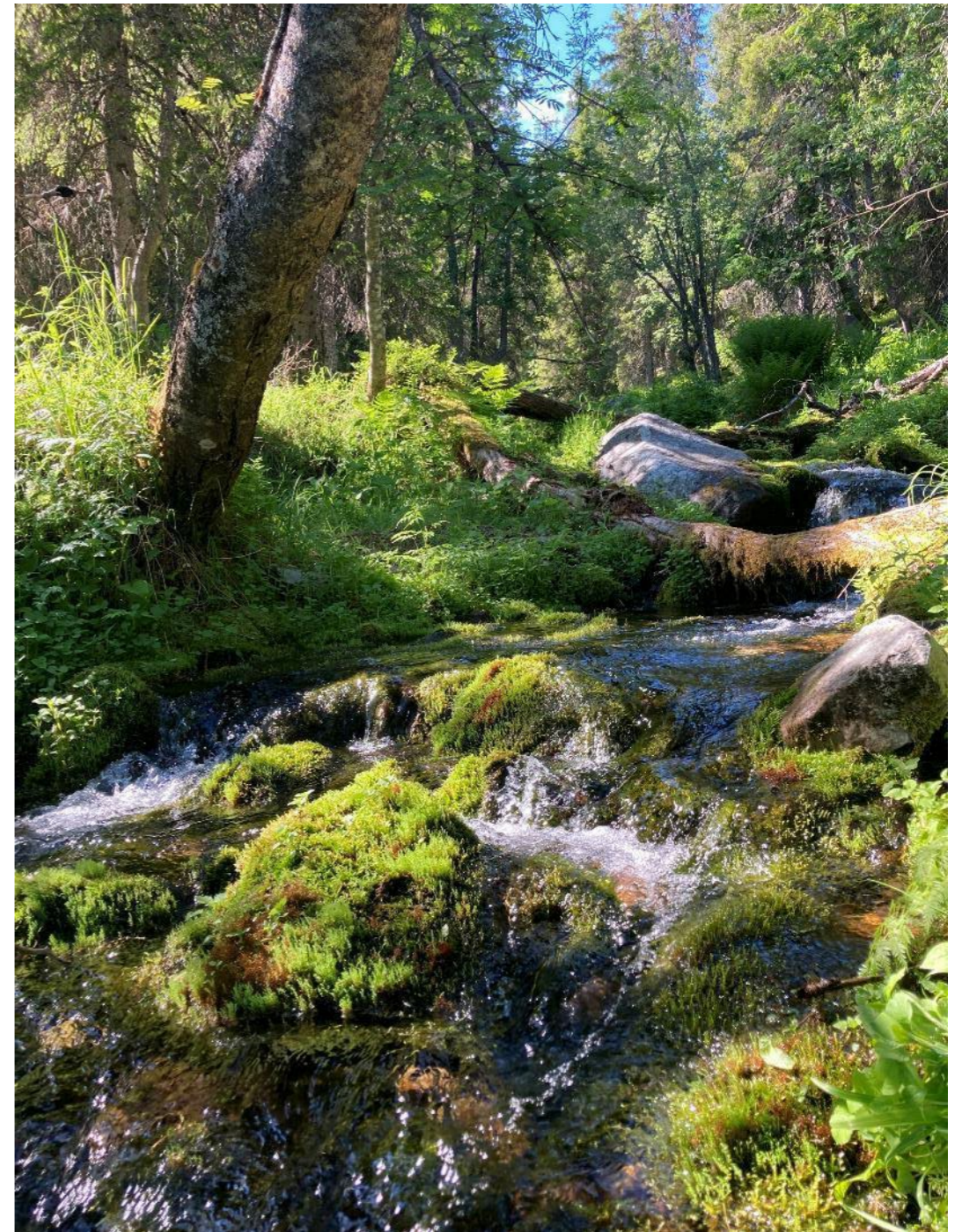
- Luonnon kulumisen hallinta ja reittien kestävyys
- Liikkumisen päästöt ja saavutettavuus
- Paikallishyöty ja kulttuuri
- Sesongin pidentäminen

Saadaanko nämä käännetyksi vahvuuksiksi?

Yritysten kehitystarpeita

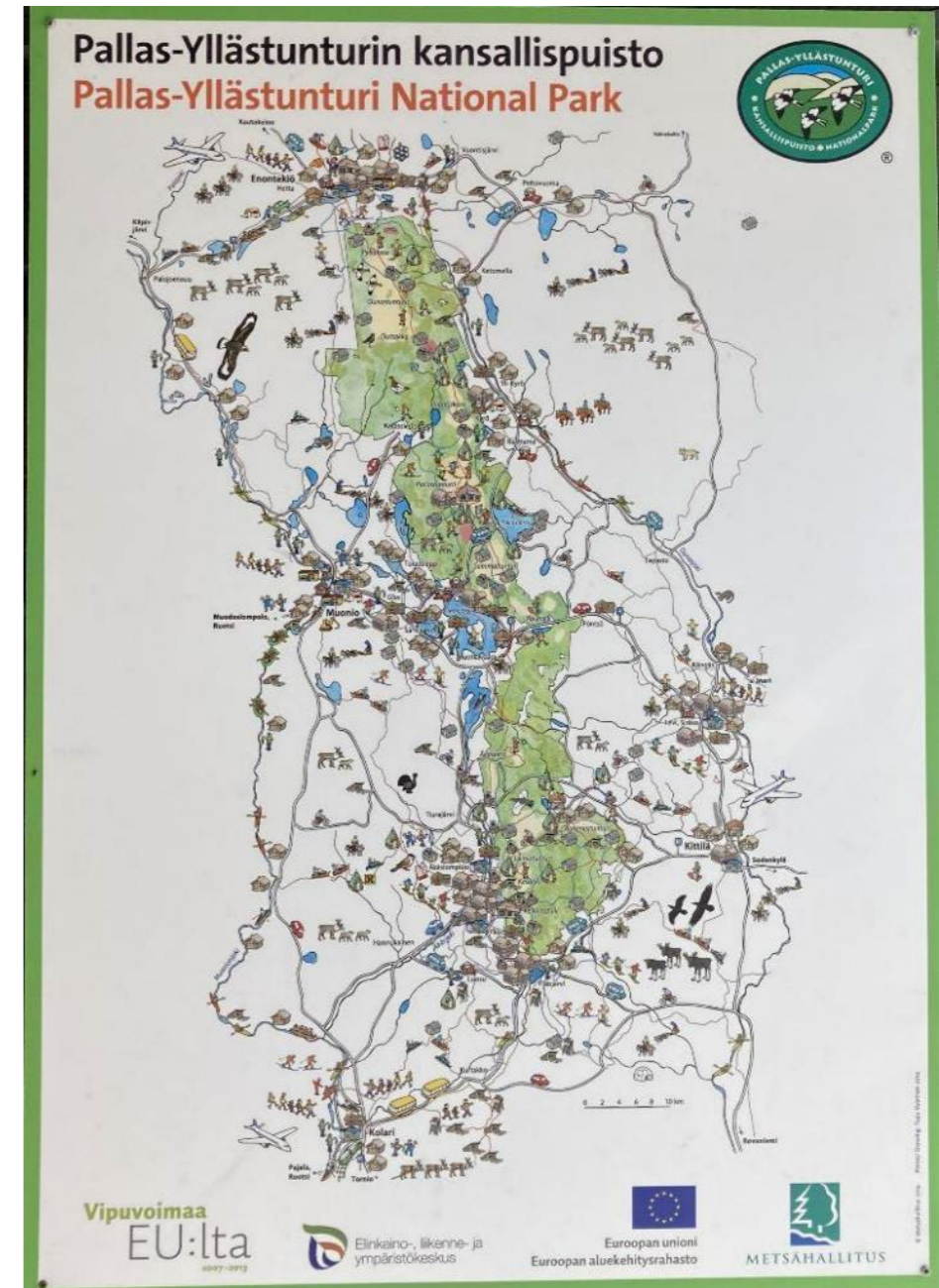
- vaikutusten mittaaminen ja todentaminen (osalla sertifiointi / STF, osalla ei)
- vastuullisuusviestintä

Valmiiksi rakennetut, helposti ymmärrettävät kokonaisuudet puuttuvat. Tarvitaan helpommin ostettavia tuotteita ja palvelukokonaisuuksia.





Edellisten työpajojen tuloksia





Ensimmäisten tapaamisten tuloksia

”Premium vaellus & pyöräily”

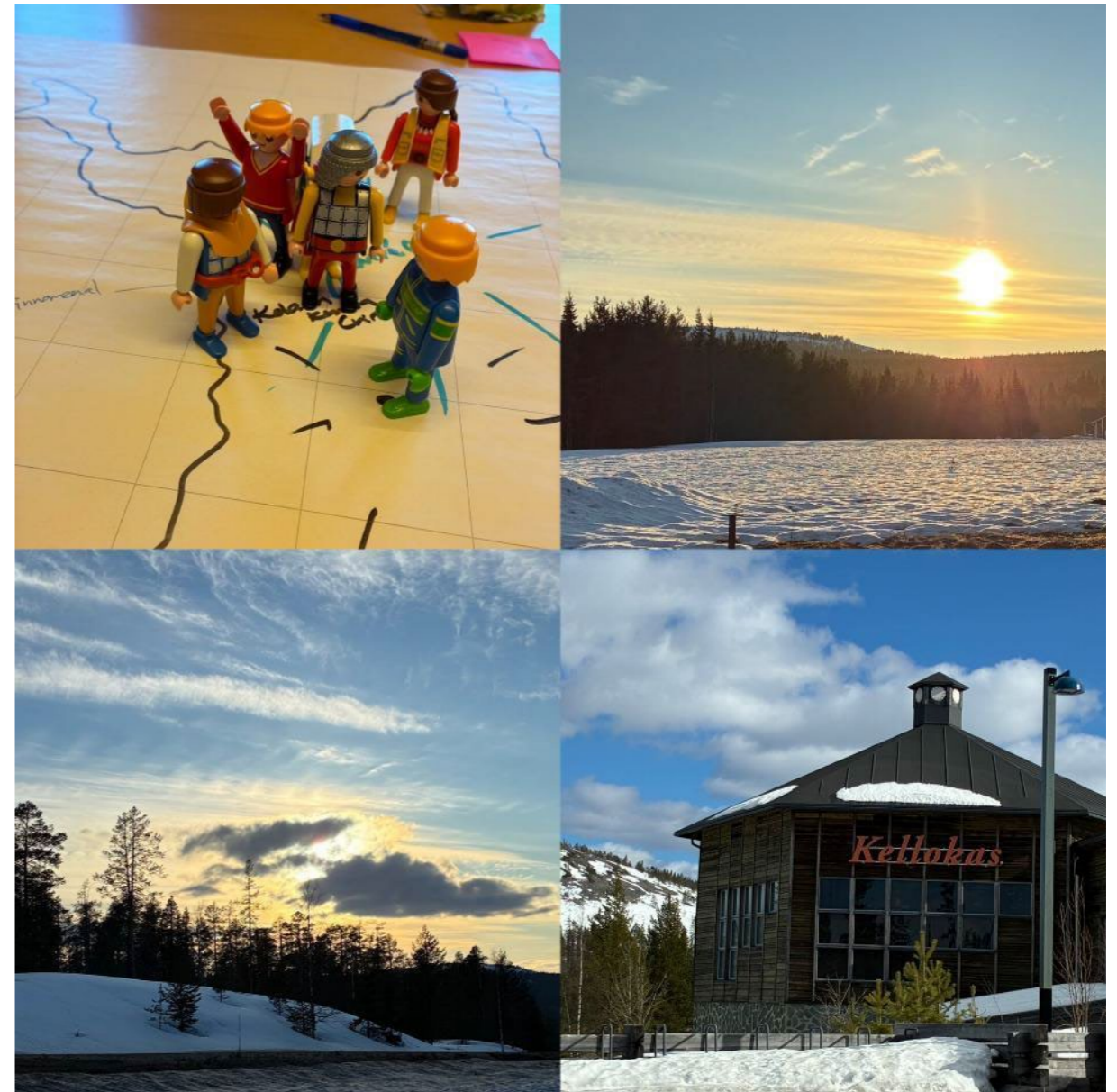
- sisältää pyörien kuljetuksen esim. Altasta takaisin
- **Viikon vaellus**, jossa majoitus sisätiloissa (from accomodation to accomodation) sisältää tavaroiden kuljetuksen

Palvelut erityisryhmille

Sauna & vaellus

Ruoka: Suomalaiset

marjaviinit & rosvojaisti





Hyvä tapa tarkistaa, että kaikki olennainen on huomioitu = TUOTEKORTTI

Tuotekuvaus

Esittele tuote riittävän yksityiskohtaisesti, jotta asiakas ymmärtää mitä se sisältää. Mitkä ovat tuotteen vetovoimatekijät, kesto, pysähdyspaikat ym.

Soveltuvuus

Määrittele, kenelle tuote sopii parhaiten – yksittäiselle matkailijalle vai ryhmille.

Saatavuus

Kerro milloin tuote on saatavilla - esim. kesäisin vai talvisin, vai tiettyinä viikonpäivinä, tiettyyn kellonaikaan, tilauksesta vai takuulähtönä? Säävaraus?

Sijainti

Yrityksen sijainti, aktiviteetin/opastuksen lähtöpaikka tms.

Hinta

Ilmoita hinta yksiselitteisesti ja selkeästi. Joko /hlö hinta tai esim. hinta kun 2–4 hlöä, 5–8 hlöä jne. Mitä hintaan sisältyy esim. varusteet, kuljetukset, kahvitukset, ruokailut jne.?

Mahdolliset lisäpalvelut

Mahdollisuus kuljetuksiin tai muihin lisäpalveluihin?

Vastuullisuus/esteettömyys

Miten vastuullisuus näkyy yrityksen toiminnassa/tässä tuotteessa? **Vastuullisuus-USP ja ilmastovaikutukset ja ilmastonmuutokseen sopeutuminen**

Ostettavuus

Ohjaa selkeästi tuotteen lunastukseen - mitä kautta tuotteen voi ostaa tai varata. (Näkyyhän täällä myös yrityksen yhteystiedot?)

Valokuvat

Lisää korkealaatuiset, monipuoliset ja yksityiskohtaiset kuvat, joissa mielellään ihminen mukana. Näin asiakas pystyy samaistumaan ja kuvittelemaan itsensä kohteeseen vahvemmin.



The screenshot shows a digital form titled 'TUOTEKORTTI' (Product Card) for Mood of Finland. The form is a table with 11 rows, each representing a different field to be filled out. The fields are:

- Tuotteen/ palvelun nimi
- Palvelun tuottajan yhteystiedot
- Palvelun sisältö
- Kenelle palvelu soveltuu
- Kesto
- Tapahtumapaikka
- Miten aloituspaikkaan pääsee
- Millä kielellä palvelu voidaan toteuttaa
- Hinta
- Mistä palvelu on varattavissa ja miten maksetaan
- Peruutusehdot

The form is currently empty, with light blue boxes for input. In the top right corner of the form area, there is a small illustration of a person in a yellow jacket and hat, possibly a guide or worker, standing next to some plants.

Käytäkö Visit Finlandin DataHubia?

Huomaa rajapintamahdollisuus mm.

Luontoon.fi – sivustolle ja Bikeland- sivulle.

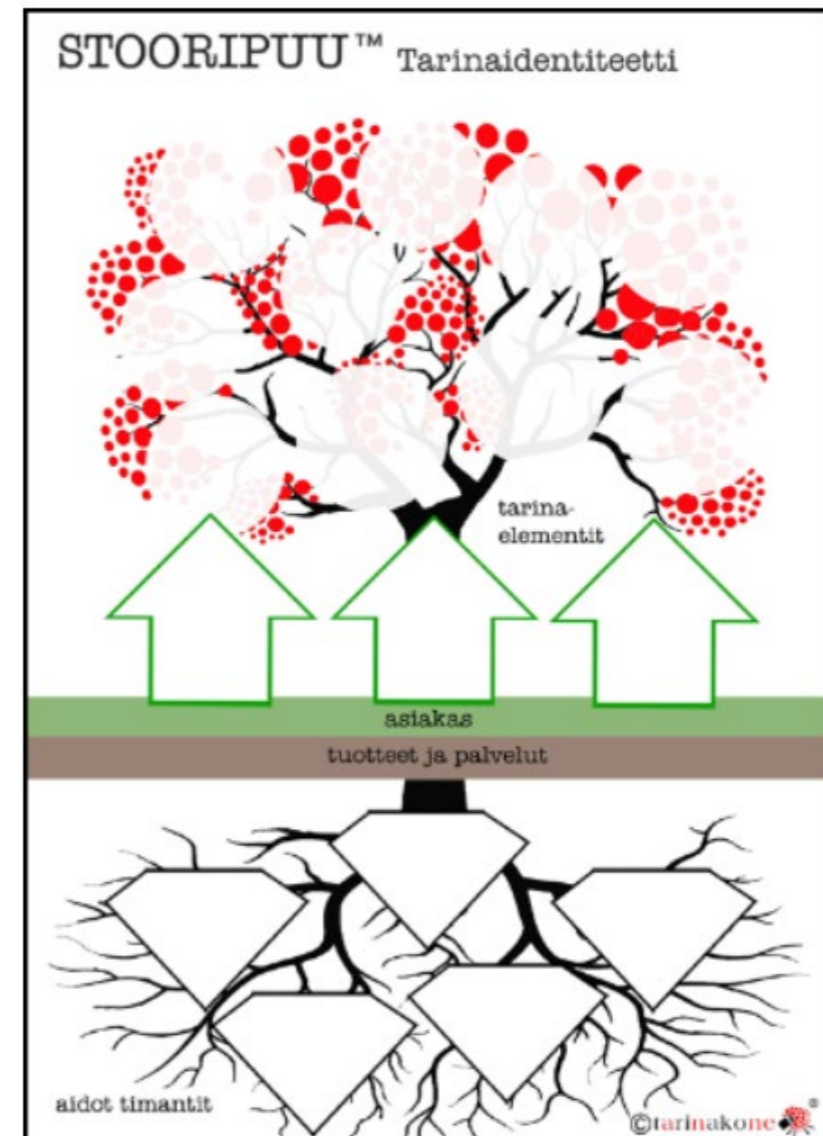


Tarinallistaminen ja yhteisten pakettien tuottaminen

Kaksi työpajaa toukokuussa Anne Kalliomäen kanssa (Tarinakone Oy)

Ydintarinaa: miten Tunturi-Lapissa maailma kääntyy toisinpäin, talvi vs. kesä, miten talven jälkeen arktinen valo ja ympäristö voimauttavat sekä paikalliset että vieraat, vahvat kontrastit ja ennen kaikkea tunturit ikiaikaisina, pehmeinä, viisaina osana kokemusta.

Yhteinen ydintarina tarkentuu ja nyt jokaisella tulisi olla valmiina omien tuotteiden tarinalliset kuvaukset.












Vastuullisen toiminnan todentaminen

- Sanoitetaan ja todennetaan se, mitä vastuullisuus tarkoittaa omassa yrityksessä
- Vastuullisuussuunnitelma
- Sertifiointi
- Sustainable Travel Finland – ohjelma
- Viestintä





Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivi

-  Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivillä pyritään erityisesti edistämään kiertotaloutta ja puhdasta ja vihreää taloutta EU:ssa antamalla kuluttajille mahdollisuus tehdä tietoon perustuvia ostopäätöksiä ja siten edistää kestävämpää kulutusta.
-  Direktiivillä puututaan myös sopimattomiin kaupallisiin menettelyihin, jotka johtavat kuluttajia harhaan ja estävät heitä tekemästä kestäviä kulutusvalintoja.
-  Epämääräiset ympäristöväittämät kielletään, mikä tarkoittaa, että yritykset eivät voi enää ilmoittaa olevansa "vihreitä" tai "ympäristöystävällisiä", jos ne eivät pysty osoittamaan olevansa sellaisia (kolmannen osapuolen todetaminen, esim. sertifikaatti)
-  Myös epäluotettavien vapaaehtoisten vastuullisuuslogojen esillepano kielletään.
-  Sertifikaattien tulee olla akreditoituja (esim. Suomessa toimiva Finas) ja sertifikaatteja myöntävät organisaatiot ovat jo aloittaneet tämän työn.
-  **Yritys ei voi väittää olevansa hiilineutraali, jos neutraalius on saavutettu päästöjen kumoamisella. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö päästöjä voitaisiin laskea ja laskelman tuloksia julkaista.**
-  Direktiivi on pantava kansallisesti täytäntöön viimeistään 27.3.2026, ja uusia säännöksiä on alettava soveltamaan 27.9.2026. [Oikeusministeriö](#)

Green Claims - ympäristöväittämiä koskeva direktiivi on tätä kuluttajansuojaa tarkentava ja keskittyy siihen, miten väitteet tulisi varmentaa. Direktiivin edistäminen on tällä hetkellä pysäytetty.



Vastuullisuussuunnitelma

- Kehittämisen- ja toteuttamissuunnitelmaan kirjataan nostoja siitä, mitä yrityksessä tehdään jo vastuullisesti ja mitkä ovat kehittämisenkohteita
- Millä aikataululla ja mitä tehdään, jotta yrityksen toiminta on vielä vastuullisempi
- Vastuullisuustyö on jatkuvaa kehittymistä ja kehittämistä
- Vastuullisuussuunnitelmassa tulee huomioida kaikki vastuullisuuden osa-alueet
- **Suunnitelmasta saa sisältöjä viestintään**
- Vastuullisuussuunnitelman voit tehdä haluamaasi muotoon ja sitä voi ja pitää täydentää sitä mukaa, kun tekeminen edistyy



DEVELOPMENT STRATEGY OF RESPONSIBLE ACTIVITIES:

recent reviews, upcoming actions and observations

Ethical

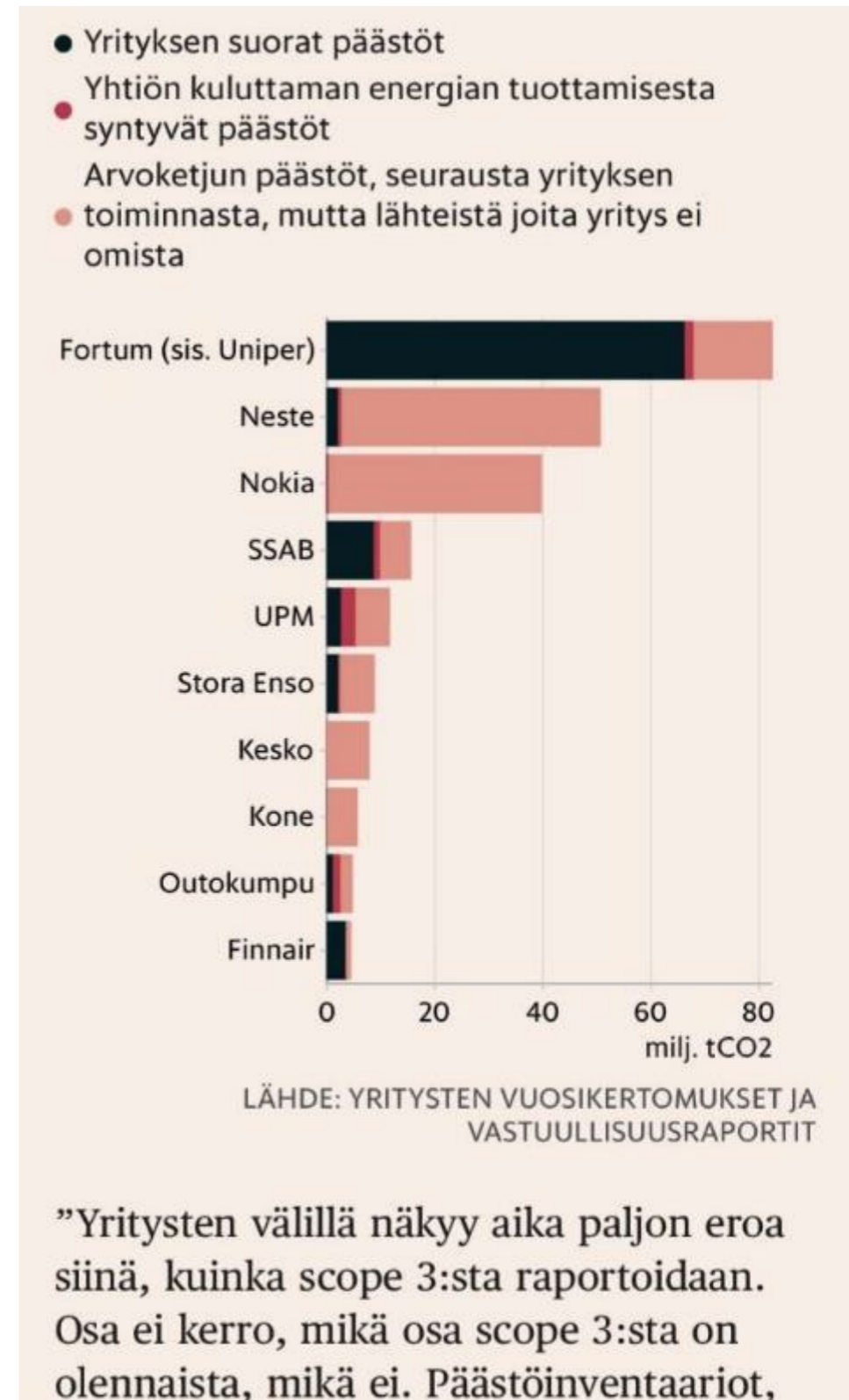
What	Object for development	Development activities and measurement	Confirmation	Next step	Budget
1. Are the services accessible?	Educational Services Nature base experiences Love Forest Finland	Constructions and constructed environment as well as accessibility to the places outdoors must be as accessible 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€



Tiedolla johtaminen

Tiedolla johtaminen tarkoittaa lyhyesti määriteltynä oikeaan tietoon perustuvaa päätöksentekoa, jossa oikea tieto saadaan dataa analysoimalla.

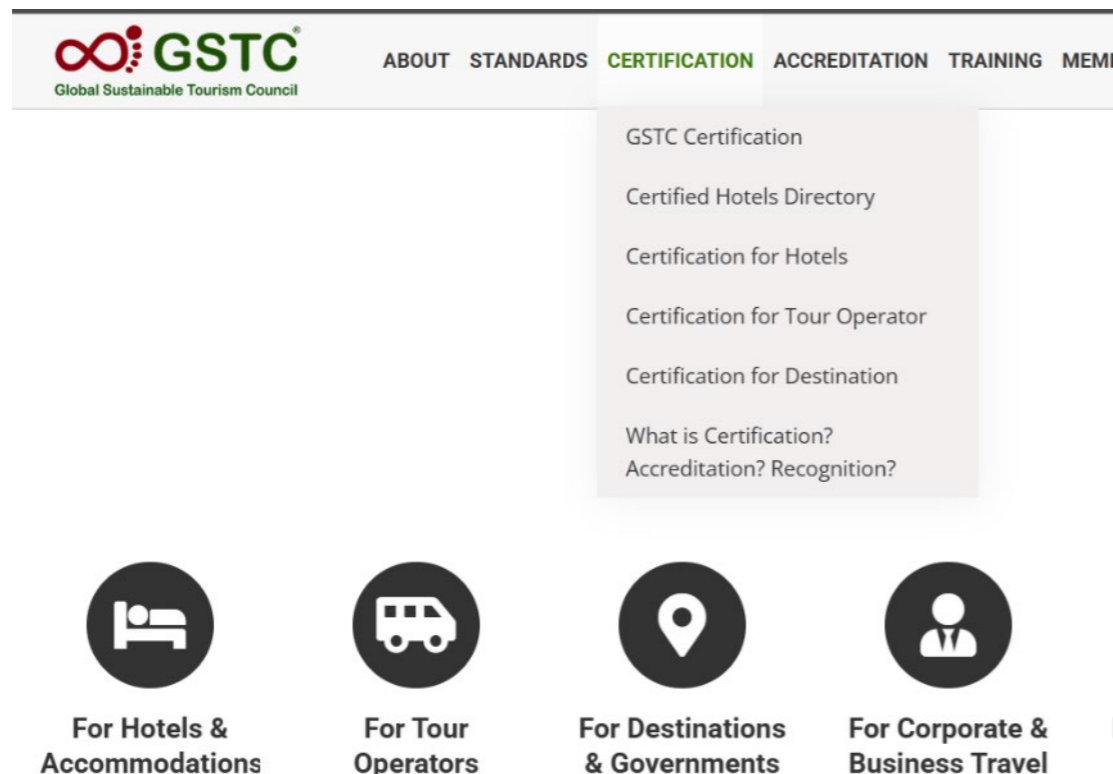
- Tiedolla johtamisella tarkoitetaan ajantasaiseen ja laadukkaaseen tietoon perustuvaa päätöksentekoa.
- Päätöksenteossa käytettävä tieto on kerätty menneisyydessä.
- Käsitteellä tarkoitetaan myös kaikkia rutineja ja toimenpiteitä, jotka tähtäävät järkipäiseen päätöksentekoon.
- **Vastuullisuusdataa ovat** mm. indikaattorit ja tunnusluvut, joita seurataan (sähkön, lämpöenergian ja veden kulutus, jätteen määrä, päästöluvut, taloudelliset hyödyt, työllisyysvaikutukset, vierailijamäärät suhteessa paikallisiin ihmisiin tai tuloihin, kantokykyluokitukset (ympäristö ja sosiaalinen)





Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC)

- Globaalin viitekehyksen matkailutoimialan vastuullisuustyölle tarjoaa Global Sustainable Travel Councilin (GSTC) kriteeristö ja edellä esitetty Agenda2030 – ohjelma
- Näiden kriteereiden ja sisällön mukaisesti on luotu myös useiden sertifikaattien ja kansallisten vastuullisuusohjelmien (Suomessa STF) kriteerit.



The screenshot shows the GSTC website navigation menu. The main menu includes: ABOUT, STANDARDS, CERTIFICATION, ACCREDITATION, TRAINING, MEMBERSHIP. The 'CERTIFICATION' dropdown menu is open, listing: GSTC Certification, Certified Hotels Directory, Certification for Hotels, Certification for Tour Operator, Certification for Destination, What is Certification?, and Accreditation? Recognition? Below the menu are four icons representing different sectors: a bed for 'For Hotels & Accommodations', a bus for 'For Tour Operators', a location pin for 'For Destinations & Governments', and a person in a suit for 'For Corporate & Business Travel'.



The infographic explains the purposes of the GSTC criteria. It features a central figure holding a large document with the GSTC logo. Eight numbered points are arranged around the figure:

1. They are a basic guideline for ensuring the sustainability of tourist attractions.
2. They are a guideline for more sustainable tourism destinations.
3. They help consumers know about sustainable tourism destinations.
4. They serve as an information medium to raise awareness of destinations and inform the public about the sustainability of tourism destinations.
5. They help certification and other end-level programs, ensuring that their standards meet broadly accepted basic criteria.
6. Public, non-governmental, and private-sector projects may be starting points for developing sustainable tourism requirements.
7. They can be a foundation for tourism education and training in schools, universities, etc.
8. Locations demonstrate leadership that inspires others or other.

Source: Designated Areas for Sustainable Tourism Administration
 www.facebook.com/DASTHAILAND/
 saraban@dasta.or.th
 +66 2357 3580 ext. 7



Sertifikaattien ja laatumerkkien hyödyt

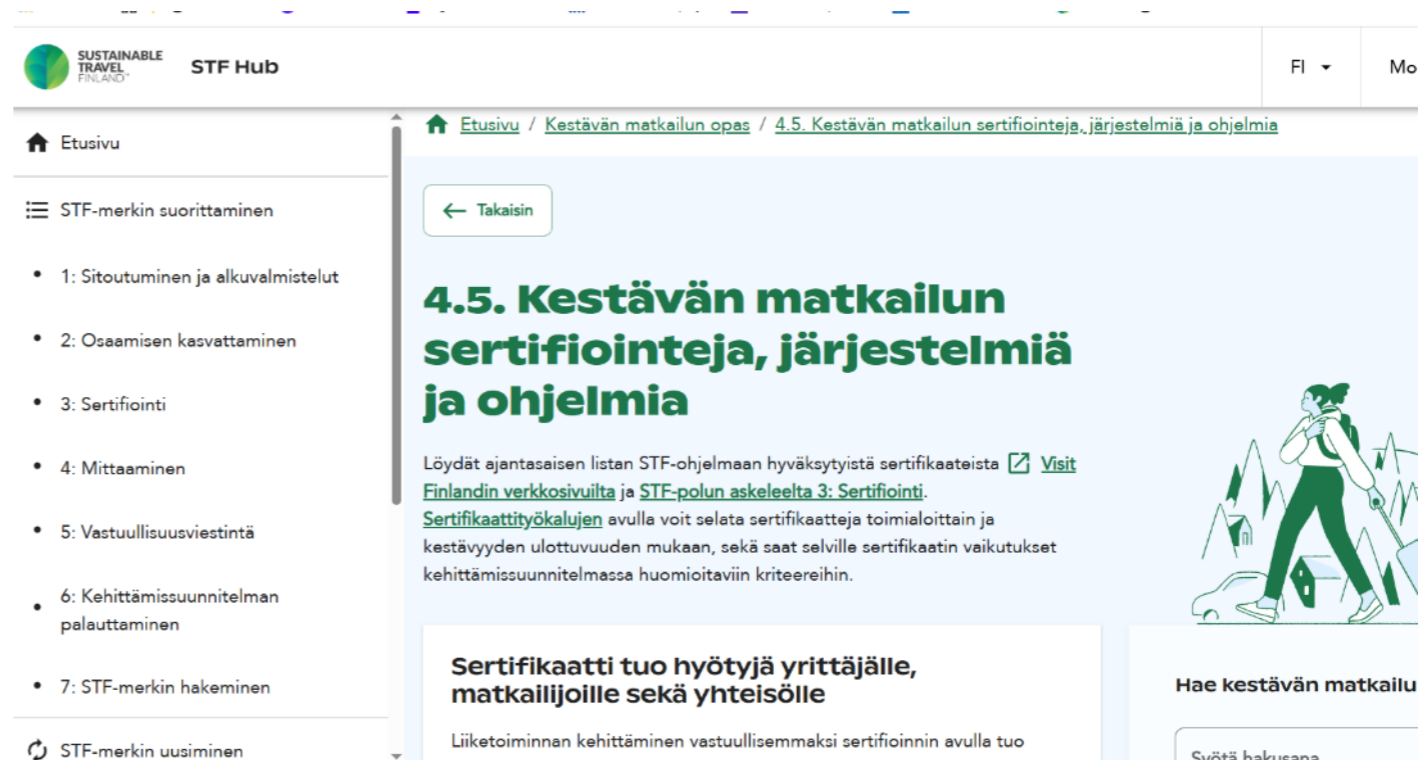
- ✓ **Sertifiointi on työkalu**, joka helpottaa yrityksen vastuullisuustyötä ja varmistaa, että yrityksen toiminta vastaa tämän ajan kriteereitä ja laatuvaatimuksia
- ✓ Sertifiointi haastaa yritystä positiivisella tavalla **kehittymään, oppimaan** ja siirtymään mukavuusalueelta eteenpäin
- ✓ Sertifiointimateriaalit ovat hyviä **perehdyttämisen** materiaaleja
- ✓ Sertifiointi on selkeä ja **vakuuttava tapa** vastata yhteistyökumppaneiden, myyjien ja asiakkaiden kysymykseen: ”onko yritys vastuullinen ja miten todennatte sen”
- ✓ Sustainable Travel Finland –merkki täydentää sertifioinnin sisältöjä ja on maksuton työkalu yrityksille (sisältäen myös maksuttoman Hiilikuri – päästölaskurin).





Miten osaat valita yritykselle parhaiten soveltuvan sertifikaatin?

- Löydät lisätietoa ja taulukot, joissa on kaikkien Visit Finlandin hyväksymät sertifikaatit Business Finlandin sivuilta
- Tarkempaa tietoa löydät STF Hubista: askel numero 3 ja Kestävän matkailun oppaasta: otsikko 4.5. Kestävän matkailun sertifiointeja, järjestelmiä ja ohjelmia



The screenshot shows the STF Hub website interface. On the left is a navigation menu with items like 'Etusivu', 'STF-merkin suorittaminen', and 'STF-merkin uusiminen'. The main content area is titled '4.5. Kestävän matkailun sertifiointeja, järjestelmiä ja ohjelmia'. It includes a 'Takaisin' button, a 'Visit Finlandin verkkosivuilta ja STF-polun askeleelta 3: Sertifiointi' link, and a search bar for 'Hae kestävän matkailu'.



Vastuullisuuden todentaminen: sertifiointi

- Aloita sertifiointiprosessi tutustumalla muutamaiin sertifiointivaihtoehtoihin.
- Sertifiointiprosessi on hyvin samanlainen kaikissa sertifikaateissa.
- Eroja on lähinnä seuraavissa: hinta, mitä hinta pitää sisällään (mm. ohjaus), auditointiväli, auditoinnin menetelmä (paikan päällä tai verkossa).
- Vieressä esimerkki: Green Key

Selkeä hakuprosessi

ILMOITTAUDU MUKAAN →

1. Ilmoittautuminen (10 min)

- Täytä ilmoittautumislomake sivuillamme.
- Lomakkeessa kysytään perustiedot yrityksistäsi ja siitä, minkälaisia aktiviteetteja tarjontaanne kuuluu.
- Ilmoittautumisen jälkeen saat meiltä tunnukset hakijan materiaalipankkiin, jonne on kerätty paljon tukimateriaaleja ja ohjeita hakemuksen tekoon.

2. Tiedon keruu ja hakemuksen täyttäminen (1-3 kk)

- Osallistu maksuttomaan aloituspalaveriin, jossa yhteyshenkilösi esittelee sinulle hakuprosessin eri vaiheet, tarjolla olevat tukimateriaalit sekä hakulustan käytön. Palaverin jälkeen saat pääsyn sähköiselle hakulustalle, jonne hakemus tehdään.
- Kerää yhteen hakemukseen tarvittavat tiedot ja selvitykset hakijan sivun ohjeiden mukaisesti. Tämä vaihe vie usein eniten aikaa, mutta voit tehdä sitä muun työn ohessa.
- Täytä hakemus sähköisellä hakulustallamme.
- Tarvittaessa käytettävissäsi on myös henkilökohtainen neuvonta-aika.
- Varaa auditointi ja lähetä hakemus.

3. Auditointi (1 päivä)

- Osallistu auditointiin ja auditointikierrokseen.
- Green Key -kohde auditoidaan 1. ja 2. hakemusvuonna ja sen jälkeen joka kolmas vuosi.
- Auditoinnin tarkoituksena on varmistaa, että kohteen toiminta täyttää Green Key -vaatimukset, sekä yhdessä suunnitella kohteen ympäristötyötä, sen näkyvyyttä ja kehittymistä.
- Ohjelman osallistumismaksu ja auditoinnin kulut laskutetaan auditoinnin jälkeen.
- Lisätietoja auditoinnin sisällöstä saat [tästä dokumentista](#).

4. Tuomariston kokous (1 päivä)

- Toimita mahdolliset auditoinnin pyytämät lisätiedot tai täydennykset.
- Maksa osallistumis- ja auditointimaksut.
- Tuomaristo käsittelee kokouksessaan yrityksesi hakemuksen ja auditointiraportin.
- Sinun ei tarvitse osallistua kokoukseen.

5. Sertifiointi (1 vuosi)

- Kun tuomaristo on hyväksynyt hakemuksen ja auditointiraportin, se myöntää yrityksellesi Green Key -sertifikaatin 12 kuukaudeksi.
- Sertifoinnin jälkeen saat käyttäjätunnuksen JÄSENSIVUILLE, joilta löytyy paljon materiaalia henkilökunnan koulutustyön ja asiakasviestinnän tueksi. Tervetuloa mukaan Green Key -ohjelmaan!

<https://greenkey.fi/mika-green-key/>



Good Travel Seal

- Vuosimaksun hintaluokka määräytyy sertifikaatin hakijan henkilöstön koon tai majoitushuoneiden määrän mukaan sekä yrityksen toimintojen sijoittumisen* mukaan.
- Jos yritys tekee heti kerralla kahden vuoden sopimuksen, vuosimaksuun saa 20% alennuksen.
- **Ilmoittautumisen yhteydessä hintoihin lisätään ensimmäinen auditointimaksu alkaen 200 eur/yritys**** (auditointi tehdään etänä).
- Hinnat alv 0 % vuonna 2025

Koko	Hinta vuodeksi euroa	Hinta kahdeksi vuodeksi euroa
1-5 henkilöä/huonetta	190	310
6-10 henkilöä/huonetta	320	510
11-30 henkilöä/huonetta	510	820
31-50 henkilöä/huonetta	690	1100
51-100 henkilöä/huonetta	815	1300
101-250 henkilöä/huonetta	880	1410
Yli 250 henkilöä/huonetta	990	1580

Hinnat ovat voimassa toistaiseksi. Pidätämme oikeuden muutoksiin, emme vastaa mahdollisista virheistä tiedoissa.

* Jos esimerkiksi yrityksen majoituskapasiteetti sijaitsee eri osoitteissa kuntaa tai kahden kunnan alueella, kumpikin kohde sertifioidaan erikseen.

** Yli 50 majoituskapasiteetin yksikön auditointi (etänä) 250 eur.



Green Key ja Green Activities

Green Key -ohjelman vuosimaksut 2026*

Kohdetyyppi	Liikevaihto < 500 000 Eur	500 000 - 1 000 000 Eur	> 1 000 000 Eur
Hotellit ja hostellit	1.350,-	1.680,-	1.890,-
	Liikevaihto < 100 000 Eur	100 000 - 500 000 Eur	>500 000 Eur
Pienet majoitusliikkeet	550,-	920,-	1 350,-
Leirintäalueet ja mökkikylät	550,-	920,-	1 350,-
Ravintolat ja kahvilat	550,-	920,-	1 350,-
Vierailukohteet*	550,-	810,-	1 350,-
* ei ravintolatoimintaa			
	Auditointimaksut **		
Kaikki Green Key -yritykset	550,-/kerta		
	+ matkakulut		

Hintoihin lisätään alv (25,5 %).

Vuosi- ja auditointimaksu on toimipaikkakohtainen.

*Hinnat voimassa 27.9.2026 asti.

** auditointi suoritetaan 1. ja 2. hakuvuonna ja sen jälkeen joka kolmas vuosi. Auditointimaksuun lisätään:

Green Activities -hinnasto 2026*

Liikevaihto	Osallistumismaksu/ 12 kk	Auditointimaksu**	Auditointimaksu, eläinohjelmapalvelut***
< 100 000 Eur	350,- Eur	300,- Eur*	300,- Eur
100 000 - 500 000 Eur	600,- Eur	400,- Eur*	450,- Eur
500 000 - 1 000 000 Eur	810,- Eur	400,- Eur	450,- Eur
> 1 000 000 Eur	1 250,- Eur	400,- Eur	450,- Eur

Hintoihin lisätään ALV 25,5%.

*Hinnat voimassa 27.9.2026 asti.

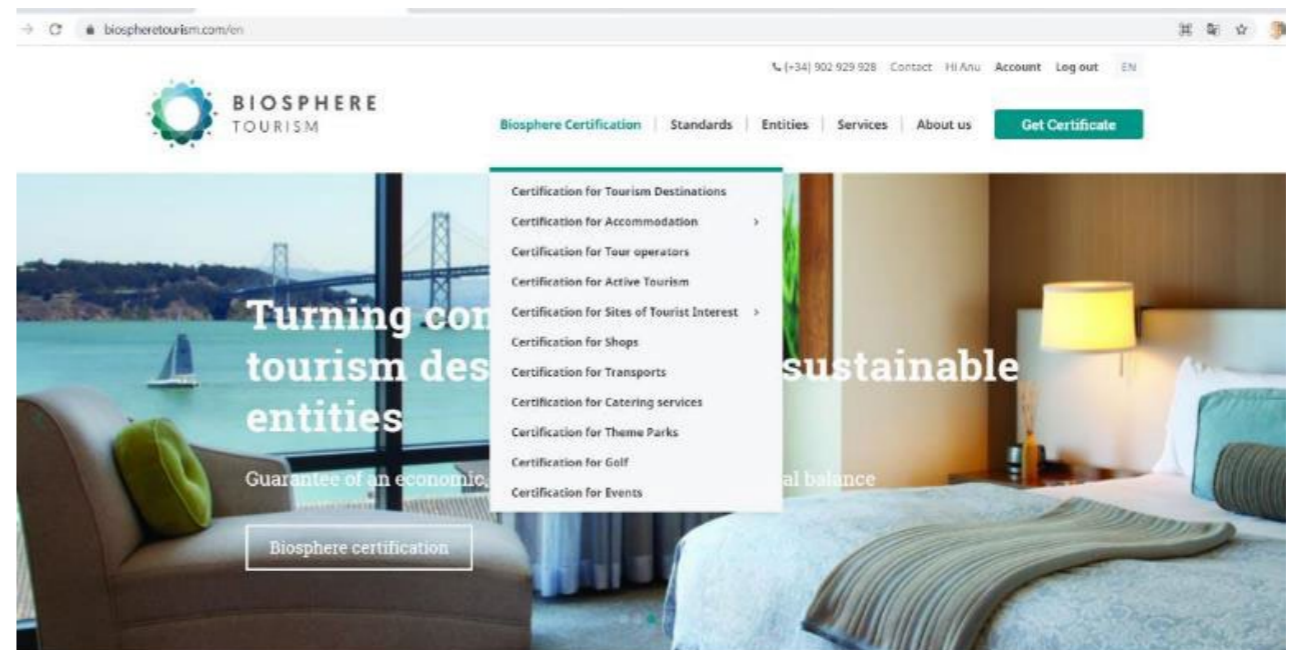
**Auditointi toteutetaan 1. ja 2. osallistumisvuonna, sen jälkeen joka 3. vuosi.

***Auditointikuluihin lisätään matkakulut (eläinohjelmapalveluita tarjoavat yritykset).



Biosphere

- Sopii kaikenlaisille MaRa-alan yrityksille
- Vuosimaksu kaikille sama: 359€/v
- Ensimmäisen auditoinnin jälkeen jatkuva kehittäminen, auditoinnit verkossa 12kk välein.
- Sähköinen alusta.
- Ei mahdollista tehdä suomeksi tai ruotsiksi.
- Esimerkki täysin verkossa tehtävästä prosessista





Ekomatkailuyhdistys ECEAT

VUOSI 2026

YRITTÄJÄJÄSENMAKSU

Maksuluokat:

- a) liikevaihto alle 100 000 e: 190 e
- b) liikevaihto 100 000 e – 300 000 e: 330 e
- c) liikevaihto 300 000 e – 500 000 e: 550 e
- d) liikevaihto 500 000 e – 800 000 e: 880 e
- e) liikevaihto yli 800 000 e: 1100 e
- e) yhteisöjäsenet (ei merkittävää liikevaihtoa matkailusta): 110 e

Yrittäjäjäsenmaksun suuruus uusille jäsenille määräytyy jäsenen liittymiskuukauden mukaan (1 kk maksu = 1/12 l)

LIITTYMISMAKSU uudelle yrittäjäjäsenelle

Maksuluokat:

- a) liikevaihto alle 100 000 e: 280 e
- b) liikevaihto 100 000 – 300 000 e: 390 e
- c) liikevaihto 300 000 e – 500 000 e: 500 e
- d) liikevaihto yli 500 000 e – 800 000 e: 610 e
- e) liikevaihto yli 800 000 e: 720 e
- f) yhteisöjäsenet (ei merkittävää liikevaihtoa matkailusta): 280 e

AUDITOINTIMAKSU

- Auditoinnin perusmaksu 200 e
- Lisäksi 60 e/jokainen auditointivierailuun kulunut tunti.
- Yritys maksaa lisäksi auditoijan matkakulut.



Ekokompassi



Mikro

Liikevaihtoluokka

< 1 M €

rakentamismaksu

alk. 1 500 €

vuosimaksu

600 €

Pyydä tarjous

- Räätylödysti henkilökohtaista asiantuntija-apua
- Valmiit työkalut ympäristöjärjestelmän rakentamiseen
- Oma Ekokompassi -verkkopalvelu
- Sertifikaatti ja viestintäopas
- Koulutuksia ja lisämateriaaleja ympäristötyön ylläpitoon ja kehittämiseen



Perus

Liikevaihtoluokka

1-5 M €

rakentamismaksu

alk. 2 700 €

vuosimaksu

1100 €

Pyydä tarjous

- Alkaen 8 h henkilökohtaista asiantuntija-apua
- Valmiit työkalut ympäristöjärjestelmän rakentamiseen
- Oma Ekokompassi -verkkopalvelu
- Sertifikaatti ja viestintäopas
- Koulutuksia ja lisämateriaaleja ympäristötyön ylläpitoon ja kehittämiseen



Laaja

Liikevaihtoluokka

> 5 M €

rakentamismaksu

Sopimuksen mukaan

vuosimaksu

Sopimuksen mukaan

Pyydä tarjous

- Räätylödysti henkilökohtaista asiantuntija-apua
- Valmiit työkalut ympäristöjärjestelmän rakentamiseen
- Oma Ekokompassi -verkkopalvelu
- Sertifikaatti ja viestintäopas
- Koulutuksia ja lisämateriaaleja ympäristötyön ylläpitoon ja kehittämiseen



Järjestöt, säätiöt ja kunnat

Henkilötyövuosien mukaan

rakentamismaksu

alk. 1 500 €

vuosimaksu


alk. 600 €

Pyydä tarjous

- Räätylödysti henkilökohtaista asiantuntija-apua
- Valmiit työkalut ympäristöjärjestelmän rakentamiseen
- Oma Ekokompassi -verkkopalvelu
- Sertifikaatti ja viestintäopas
- Koulutuksia ja lisämateriaaleja ympäristötyön ylläpitoon ja kehittämiseen




STF Hub



SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND™

Your company meets all the criteria set for the Sustainable Travel Finland (STF) label, and you are hereby granted the right to use the STF label for valuable and long-term work for sustainable tourism. Valid until 9.4.2027.

Mood of Finland company



"Thank you again for your excellently clear and comprehensive application! Mood of Finland's work is impressive, consistent and inspiring. Thank you for your long-term involvement in the STF program, it is a pleasure to award you the STF label again for a new season!!"



🏠 Etusivu

☰ STF-merkin suorittaminen

- 1: Sitoutuminen ja alkuvalmistelut
- 2: Osaamisen kasvattaminen
- 3: Sertifiointi
- 4: Mittaaminen
- 5: Vastuullisuusviestintä
- 6: Kehittämissuunnitelman palauttaminen
- 7: STF-merkin hakeminen

Sustainable Travel Finland



Suorita STF-merkki

Hae STF-merkkiä kulkemalla seitsemän askeleen STF-polku. Polku koostuu tehtävistä, joiden avulla todennat STF-ohjelmalle asetettujen kriteerien täyttymisen.

[Suorita STF-merkki](#)



Tehtävistä suoritettu: 7 %



Tarvitsetko apua?

[▶ Katso STF-ohjelman esittely](#)

[📄 Tutustu valmennuksiin](#)

🗨️ [Hiilikurin klinikat](#)

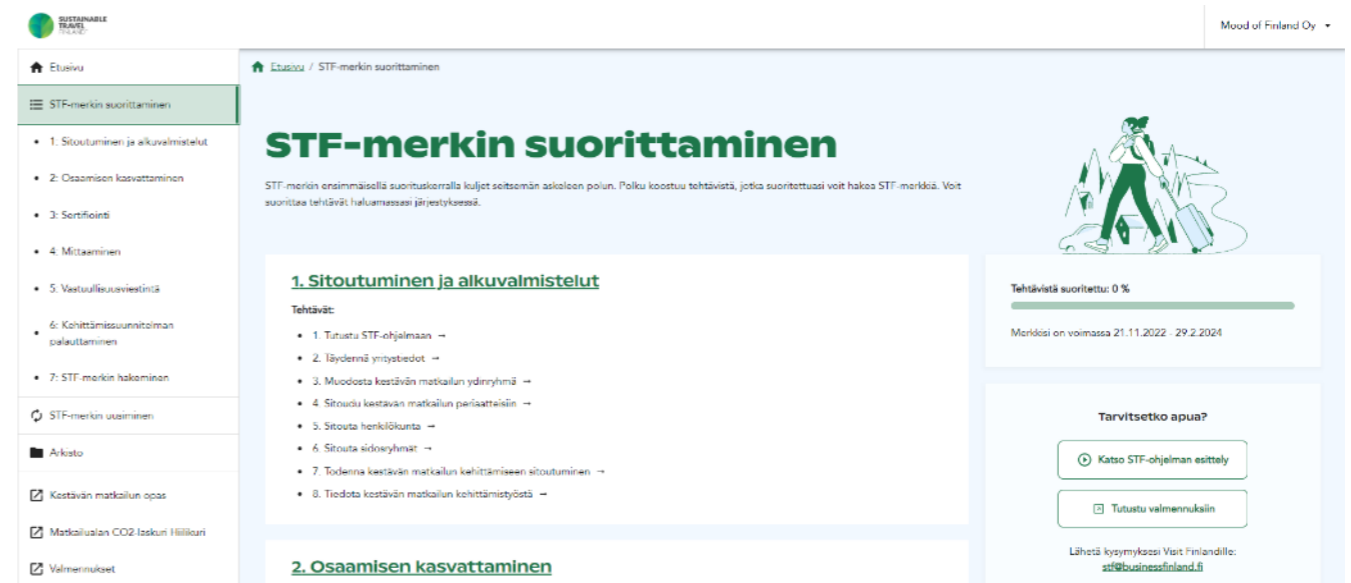
🗨️ [Palaute STF Hubista](#)

Hae mukaan ohjelmaan : STFHub



- **Hae mukaan ohjelmaan täytä hakemus ja luo Business Finland –tunnus.**
- Business Finlandin verkkopalveluiden yhteinen käyttäjätunnus. Tunnus luodaan verkkopankkitunnuksilla vahvalla tunnistautumisella.
- Tunnuksen luomisen jälkeen STF Hubiin pääsee kirjautumaan sähköpostiosoitteen ja salasanan avulla.
- Aloita askelkuvioiden mukaisten materiaalien teko: Avaa STF-kansio pilvipalveluun tai omiin tiedostoihin ja kokoa materiaalit yhteen paikkaan
- STF-ohjelma on maksuton, ulkopuolisen tahon auditoimat sertifikaatit (askel numero 3 kriteeri) ovat maksullisia.
- Sertifikaattien hinnat ovat muutamasta sadasta eurosta tuhansiin euroihin sertifikaatista ja yrityksen koosta riippuen.
- Sertifikaatti kannattaa valita alkuvaiheessa.
- STF-ohjelman läpikäymisen prosessi kestää muutamasta kuukaudesta vuoteen riippuen yrityksen koosta ja siitä, miten paljon vastuullisuustyötä on jo tehty.

STF-matka alkaa tästä!



STF-merkin suorittaminen

STF-merkin ensimmäisellä suorituskerralla kuljet soittosin askeloon polun. Polku koostuu tehtävistä, jotka suorittuasi voit hakea STF-merkkiä. Voit suorittaa tehtävät haluamassasi järjestyksessä.

1. Sitoutuminen ja alkuvaikeudet

Tehtävät:

- 1. Tutustu STF-ohjelmaan →
- 2. Täydennä yritystiedot →
- 3. Muodosta kestävä matkailun ydinyhmiä →
- 4. Sitoudu kestävä matkailun periaatteisiin →
- 5. Sitoudu henkilökohtaisesti →
- 6. Sitoudu sidosryhmiin →
- 7. Todenna kestävä matkailun kehittämiseen sitoutuminen →
- 8. Tiedota kestävä matkailun kehittämistyötä →

2. Osaamisen kasvattaminen

Tehtävistä suoritettu: 0 %
Merkitö on voimassa 21.11.2022 - 29.2.2024

Tarvitsetko apua?

-
-

Lähetä kysymyksiä Viati Finlandille: stf@businessfinland.fi



Jos toimit ketjumaisessa yrityksessä (hotelliketjut, ravintolaketjut, yritykset joilla on useita toimipisteitä, niin huomioi hakuvaiheessa tämä ohjeistus!

STF-ohjelmaan mukaan hakeminen

- Kun emoyritys tai toimipaikka hakee ensimmäistä kertaa STF-ohjelmaan mukaan, tulee valita millaista profiilia on tekemässä
- STF Hub ohjaa käyttäjää valitsemaan oikean STF-polun
- Kun uusi toimipaikka hakee mukaan ohjelmaan, hän liittyy tässä vaiheessa emoyritykseen
 - Emoyritys löytyy listalta Y-tunnuksen perusteella

Jos ketjuusi kuuluu sellaisia toimipaikkoja, jotka

1. eivät ole vielä STF-ohjelmassa mukana JA
 2. joilla on eri Y-tunnus kuin emoyrityksellä
- voit olla yhteydessä Visit Finlandiin jo etukäteen, ennen kuin toimipaikat hakevat mukaan. Varmistetaan taustalla, että heidänkin Y-tunnuksella löytyy oikea emoyritys

Valitse STF-polku

Oletko yritys vai destinaatio

- Yritys
 Destinaatio

Oletko yksittäinen yritys vai osa ketjumaisesti toimivaa yritystä?

- Yksittäinen yritys
 Osa ketjumaisesti toimivaa yritystä

Oletko ketjumaisesti toimivan yrityksen toimispiste vai emoyritys?

- Toimipaikka
 Emoyritys

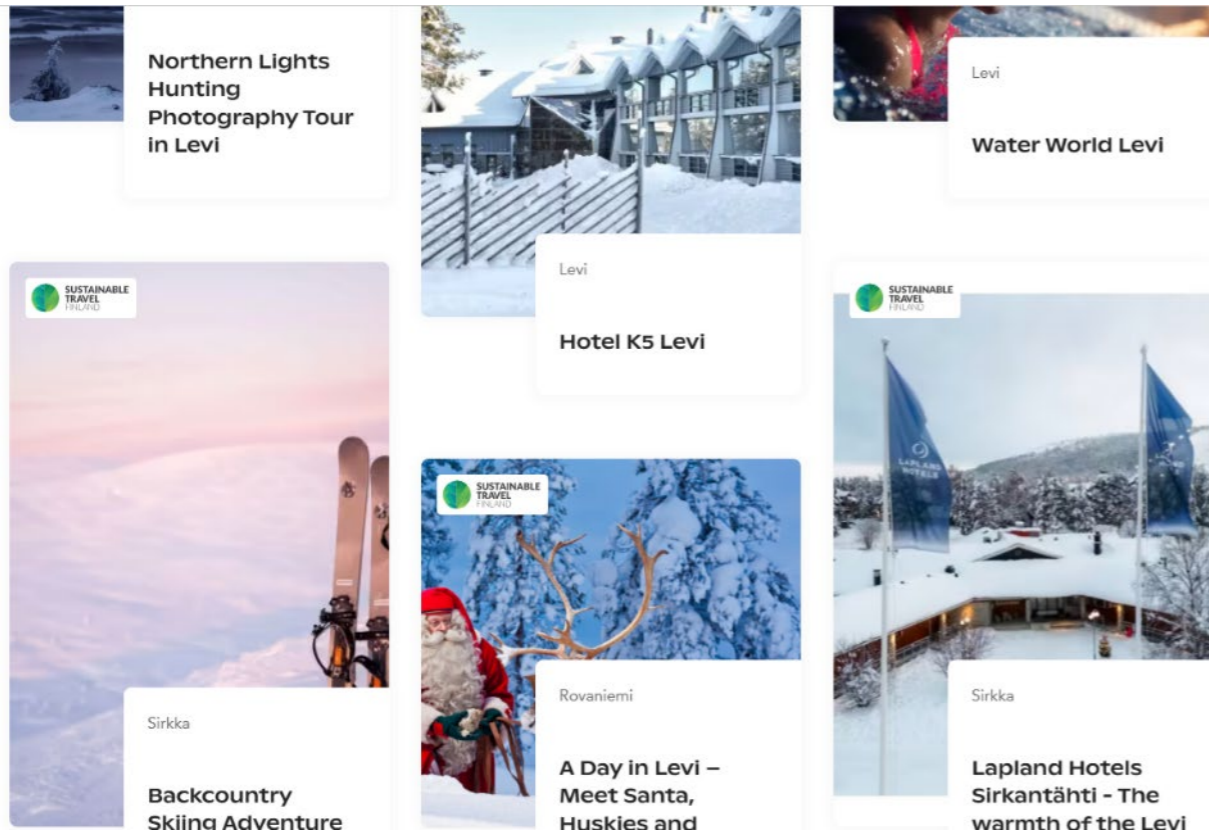
Liity emoyritykseesi STF-ohjelmassa

Valitse emoyrityksesi alla olevasta valikosta. Jos emoyrityksesi ei ole listalla, valitse "Emoyritykseni ei ole listalla".

Emoyritys Emoyritykseni ei ole listalla



STF-merkin saaneet yritykset



- Vastuullisuuden todentaneita yrityksiä löytyy kootusti Visit Finlandin ylläpitämältä Sustainable Travel Finland -sivulta, jolla on listattuna kaikki merkin saaneet yritykset sekä niiden tarjoamat palvelut.
- Sivustolta voi hakea merkin saaneita yrityksiä ja STF-merkin saaneiden yritysten tuotetarjontaan voit tutustua Suomen matkailutarjontaan - sivuilla valitsemalla hakuehdoksi ‘Sustainable’.



Places to go

Things to do

Practical tips

EI

Have some Finnish

Christmas & Santa (0)

Design & Art (1)

Events (0)

Families (1)

Food & Drinks (2)

LGBTQ+ (0)

Midnight Sun (0)

Nature Activities (4)

Northern Lights (0)

Sauna (1)

Shopping (0)

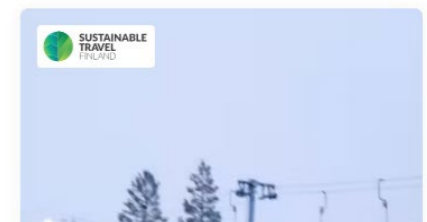
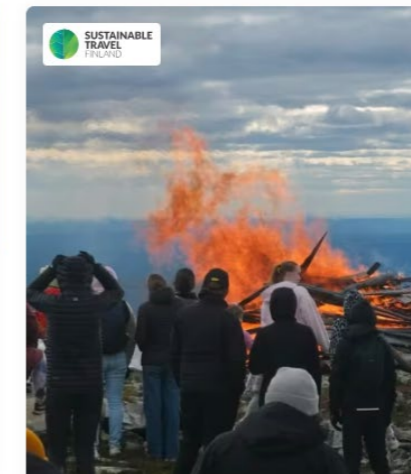
Special Accommodation (2)

Tourist information (0)

Transportation (0)

Uniquely Local (4)

Wellbeing (1)



Esimerkki: STF-merkin saaneiden yritysten palveluja hakusanalla Kolari
Visit Finlandin ylläpitämällä sivustolla.

Huomaa viestinnällisesti merkittävä asia: jos yrityksen nimi ei ole otsikossa, se ei tule näkyviin tuote-esittelyn etusivulla!



Suomen matkailuelinkeinon tuotetietokanta DataHub

DataHubissa on jo mukana yli

3100

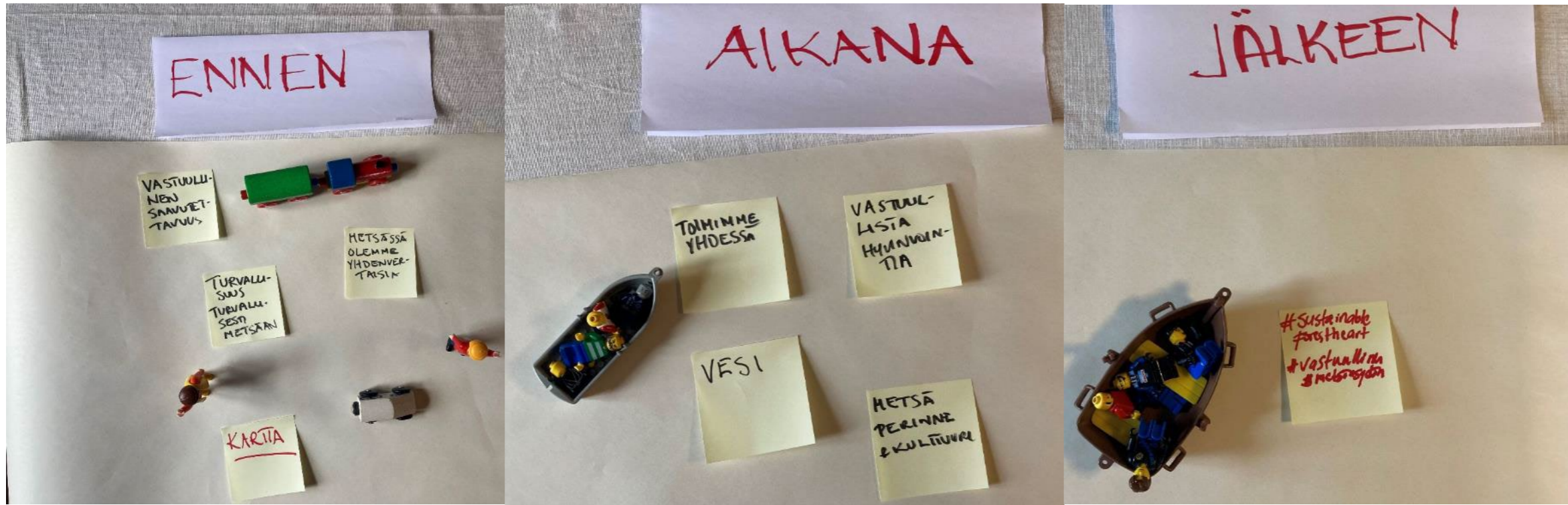
yritystä ja organisaatiota

11100

tuotetta

Rekisteröidy DataHubiin!

- Visit Finland tarjoaa mahdollisuuden tuottaa sisältöä maksutta DataHub-alustalle.
- DataHub on tietokanta, johon suomalaiset matkailupalveluita tuottavat toimijat voivat rekisteröityä ja tallentaa tietoa yrityksestään sekä sen tarjoamista tuotteista ja palveluista.
- DataHub on rajapinta (API), jonka kautta yritys- ja tuotetietoja voidaan hakea moniin eri kanaviin, kuten Visit Finlandin verkkosivuille ja kampanjoihin, alueellisille sivustoille, kaupallisille toimijoille sekä muihin jakelukanaviin.
- Sustainable Travel Finland –merkin saaneet yritykset saavat lisätä merkinnän vastuullisuudesta tuotetietoihinsa.



1. Vastuullisuudesta viestiminen voi olla pienten tekoja kertomista

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

3. Lupaus ja hissipuhe

4. Muista sisäinen- ja sidosryhmäviestintä



Vastuullisuudesta viestiminen eri asiakaspolun vaiheissa

1. **Nettisivut** eli ”kotipesä” kuntoon (voit esim. tehdä alaotsikon ”vastuullisuus” ja kertoa mitä vastuullisuus juuri teillä tarkoittaa)
2. **Paikan päällä/ palvelun aikana** viestiminen (onko ohjeistuksia, vinkkejä, vastuullisuushahmo tms., kerro esim. mistä ruoka on peräisin)
3. **Sosiaalinen media** ja muut viestintäkanavat (#vastuullisuus, #sustainabletravel, liitä mukaan muiden yritysten tilejä @)
4. **Sisäinen ja sidosryhmäviestintä** (muista kertoa arvoista ja vastuullisuudesta koko henkilökunnalle, alihankintakumppaneille, freelance-oppaille, tuntityöntekijöille yms.)





Kuva: Microsoft kuvapankki

Sisäinen ja sidosryhmäviestintä

Kaikkien yrityksessä tulee tietää mitä vastuullisuus juuri tässä omassa työpaikassa tarkoittaa.

Huomioi ja muista myös sidosryhmäviestintä.

- Työyhteisöissä on usein vastuullisuudesta kiinnostuneita henkilöitä, jotka omalla esimerkillään kannustavat kollegoita huomioimaan vastuulliset valinnat ja toimimaan entistä vastuullisemmin.
- Yhdessä laadittu, vastuullisuutta todentava ja edistävä vastuullisuussuunnitelma toimii erinomaisena työkaluna henkilöstön sitouttamiseen ja jatkuvan kehittämisen tukemiseen



Mitä vastaat, kun sinulta kysytään

- Mitkä ovat yrityksen 3 -5 merkittävintä vastuullisuuden sisältöä?
- Miten vastuullisuus todentuu yrityksen toiminnassa?
- Mitä yrityksessä tehdään seuraavaksi?
- Miksi yritys panostaa vastuullisuuteen?
- Miten yritys todentaa vastuullisuustyötä?
- Mitkä ovat Tunturi-Lapin vastuullisuus- USP't?



Aubudon, Kolumbia

photo: Juan Pablo Culasso

Sokeat matkailijat eivät bongaa lintuja näkemällä, vaan kuulemalla



USPt ja hissipuhe!

Mood of Finland

Hissipuhe

1. Lyhyt kuvaus yrityksestä
2. Yrityksen arvot
3. Meidän tiimi ja yhteistyökumppanit
4. Kolme tärkeintä vastuullisuustekoa
5. Todennamme vastuullisuutta näillä sertifikaateilla ja merkeillä...
6. Näin vierailija voi osallistua...
7. Seuraavat tavoitteet
8. Kiitos ja yhteystiedot!

- Yrityksen merkittävimpien vastuullisuustoimien lista toimii yhteisen hissipuheen pääsisältönä.
- Kannattaa luoda sisältö, jonka kaikki osaavat kertoa.
- Henkilöstön kahvihuoneessa tai muissa yhteisissä tiloissa voi olla taulu tai idealaatikko, johon henkilöstö voi kirjata omia vastuullisuusideoitaan tai -oivalluksiaan.



Mitkä ovat yrityksen erottuvat vastuullisuuden myyntivaltit?

Viestintäsuunnitelma



Mistä viestitään



Missä, miten ja milloin viestitään
(digitaalinen, paikan päällä)

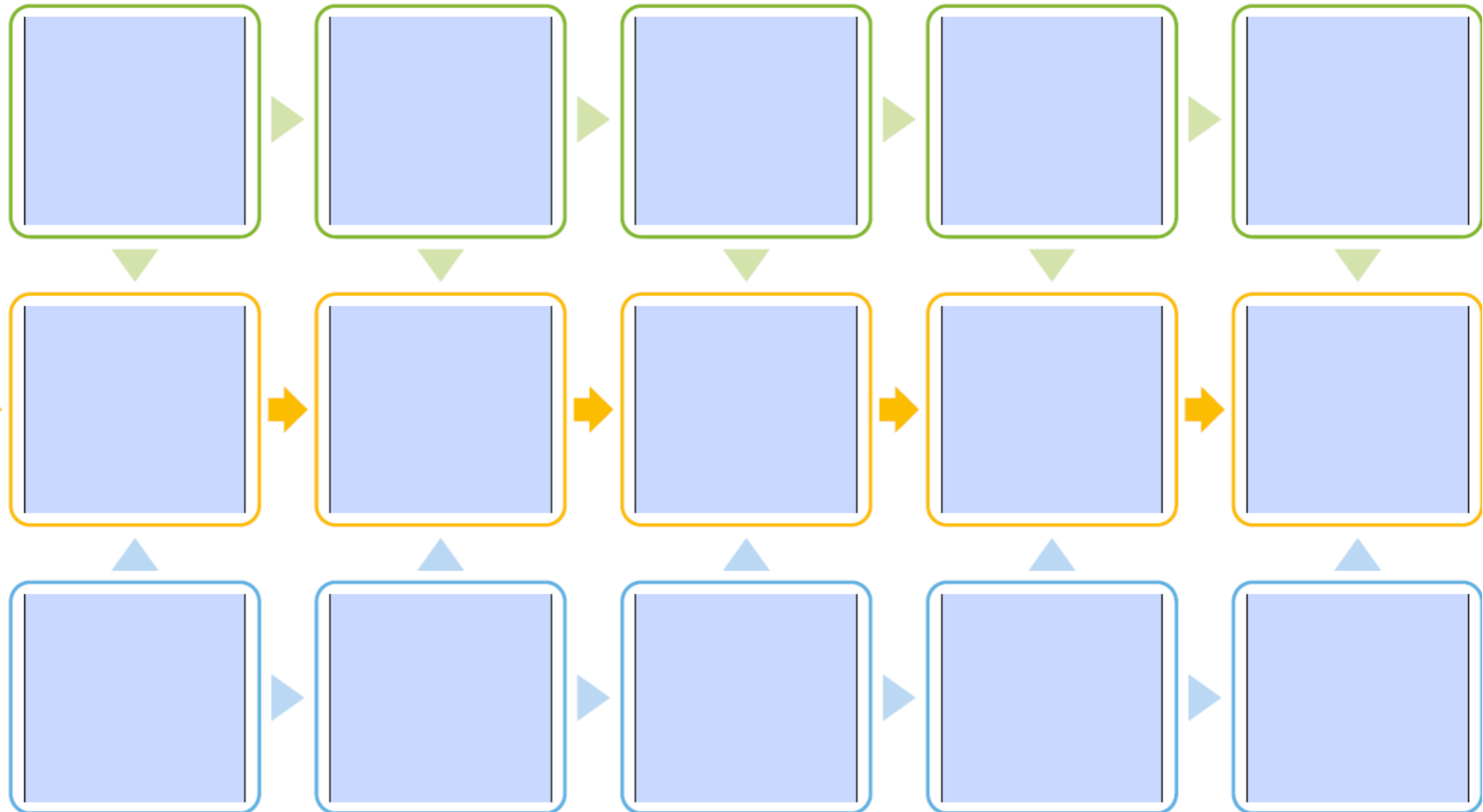


Ydinviesti / kuva, hahmo tms.

Rakkauden Metsä konseptilla tuemme luonnonsuojelua ja edistämme luontoyhteyden muodostumista

Netti- ja somekampanja, jossa kerrotaan symbolisen puun istutuksen mahdollisuudesta ja Luonnonperintösäätiön työstä.

Jaetaan kuvaa todistuksesta ja linkki verkkokauppaan





Ennen-vaihe: nettisivut

Suosittelavaa on, että yrityksen nettisivuilta löytyy kooste yrityksen vastuullisuusteoista ja sitoumuksista.

- **Nettisivuilta** asiakkaat ja yhteistyökumppanit löytävät etsimänsä tiedon.
- Nettisivun **linkki** on helppo liittää muihin materiaaleihin.
- **Sustainable Travel Finland –merkin saamisen edellytyksenä on, että yrityksen nettisivuilta löytyy vastuullisuussisältöä ainakin yhdellä vieraalla kielellä.**
- Nettisivujen sisällön ja tyylin on suositeltavaa olla innostavaa ja omalla tyylillä tehtyä.

Tutustu [Nuuksio Taika –yrityksen nettisivujen vastuullisuussisältöön.](#)

VASTUULLISUUS KOTIMAISEN PERHEYRITYKSEN OHJENUORANA

Vastuullisuus ohjaa valintojamme sekä toimintaamme ja ohjaamme siihen myös asiakkaitamme. Meille vastuullisuus on jatkuvasti läsnä ja takaa toimintamme jatkumisen tulevaisuudessakin.

Tutustu täältä tarkemmin vastuullisiin toimiimme ja auta meitä matkalla kestävämpään suuntaan.

Tavoitteemme vuodelle 2025



2025

Hiilijalanjälki

Lasketaan kokouspäivien hiilijalanjälki erikseen kokonaishiilijalanjäljen lisäksi.



2025

Häiden vastuullisuus

Viestitään asiakkaille häiden vastuullisuudesta, jotta meidät valittaisiin vastuullisuuden takia.



2025

Esteettömyys

Viestitään esteettömyydestä ja nousee sen osalta suosituimmaksi kohteeksi.



Aitoa ja avointa viestintää kuvilla

Käytä kuvia, joissa näkyy yrityksen henkilökuntaa, yhteistyökumppaneita ja paikallisia ihmisiä.





Viestintä sosiaalisessa mediassa

- Sosiaalisen median kanavissa voi viestiä pienistä ja konkreettisista teoista sekä tarvittaessa linkittää mukaan yrityksen verkkosivujen vastuullisuussivun.
- Eri teemapäivät ja ajankohtaiset uutiset auttavat löytämään mielenkiintoista ja monipuolista sisältöä ympäri vuoden.
- Kumppaniyritysten vastuullisuusteot sekä muiden yritysten sisällön jakaminen ovat osoitus reilusta yrittäjyydestä.
- Jos käytät vaikuttajakumppaneita, muista mainita kaupallisesta yhteistyöstä.
- Mainitse myös, jos käytät tekoälyä viestintäsisällön tuottamiseen.
- Muista lisätä julkaisuihin aiheeseen liittyviä #-merkintöjä.



Aikana-vaiheessa lunastetaan lupauksia

Kun asiakas saapuu yrityksen fyysisten puitteiden ja palveluiden äärelle, koittaa totuuden hetki. Ennakkoon annetut vastuullisuuslupaukset lunastetaan, ja **asiakkaan on mahdollista kokea vastuulliset valinnat kaikilla aisteilla**. Tämä on kokemuksellista viestintää.

Esimerkkejä siitä, miten vastuullisuuden voi nähdä, kuulla, tuntea, maistaa ja haistaa:

Näkeminen: Onko ympäristöstä pidetty huolta? Onko rakennus alueen perinteisen rakennusperinteen mukainen? Onko vältetty turhaa valosaastetta? Onko hyödynnetty kierrätysmateriaaleja? Näkyykö sisustuksessa, tekstiileissä ja astiavalinnoissa paikallisuus tai kotimaisuus?

Kuuleminen: Onko vältetty turhaa melusaastetta? Löytyykö tarvittaessa hiljainen ja rauhallinen paikka?

Tunteminen: Onko paikkaan onnistuttu luomaan turvallisemmän tilan tuntu kaikille vieraille?

Maistaminen: Maistuuko ruuassa tuoreet raaka-aineet ja perinneruokien aitous?

Haistaminen: Onko paikka tuoksuton? Onko siivouksessa käytetty ympäristömerkittyjä ja tuoksuttomia puhdistusaineita?



Mood of Finland

Nimi _____ Päivämäärä _____

VASTUULLISET VALINNAT

Kerää leimoja passiin

Ohjeet

Saat leiman passiisi, kun valitset vastuullisemmin. Kolmesta leimasta saat 3€ arvoisen alennuskupongin, kuudesta leimasta 10€ ja yhdeksästä leimasta 15€ alennusvoucherin. Voit halutessasi lahjoittaa summan Luonnonsuojeluun. Voucherin voit käyttää minkä tahansa kampanjassa mukana olevan yrityksen tuotteita ostaessasi.

Saavuit julkisilla kulkuvälineillä tai pyörällä. _____	Valitset vegaaniruoan. _____	Valitset kasvisruoan. _____
Et tarvitse siivousta koko oleskelun aikana (jos alle viikko). _____	Kierrätät jätteet ja viet ne yhteisissä tiloissa olevaan kierrätyspaikkaan. _____	Käytät polttopuita vain tullessasi käyttöösi annetun määrän. _____
Osallistut tarjolla olevaan pieneen pihatyöhön (esim. vieralajin kitkentä). _____	Osallistut roskien keräämiseen. _____	Olet käyttänyt vähintään 2 muun alueen yrityksen palveluita. _____

Vierailijoita osallistavaa viestintää

Aikana-vaiheessa, eli paikan päällä toteutettava vastuullisuusviestintä, voi olla osallistavaa ja tietoisuutta lisäävää.

Esimerkkinä vastuullisuuspassi:

- Vierailija kerää leimoja vastuullisista valinnoista, esimerkiksi saapuessaan julkisilla kulkuneuvoilla oman auton sijaan, valitessaan kasvis- tai vegaaniruokaa, vuokratessaan polkupyörän tai muun ei-motorisoidun kulkuneuvon, tai käyttäessään kohtuullisen määrän polttopuita.
- Kun passi on täynnä, vierailija saa voucherin, jonka voi käyttää yrityksen tai paikallisten yritysten tuotteiden maksamiseen.
- Vastuullisuuspassi voi toimia yhteisenä kannustimena koko alueen yrityksissä.

Vieressä on esimerkki vastuullisuuspassista.



DATAAN PERUSTUVAA VIESTINTÄÄ

- Päästöistä viestittäessä on innostavaa tuoda kuluttajille dataa ja faktaa helposti ymmärrettävässä muodossa
- Mood of Finlandin päästöt olivat 3,32t kg CO₂e vuonna 2025 ja 21 kg CO₂e/ palvelupäivä.
- Onko 21 kg CO₂ / päivä tai palvelu paljon vai vähän
- Mikä muu tuottaa saman verran päästöjä?
- Vertailuna voi käyttää yksilöiden päästölukua (suomalaiset noin 9000kg CO₂, EU:n keskiarvo noin 7700 kg CO₂)

Päästövertailu: yksi Mood of Finlandin palvelupäivä tuottaa saman verran päästöjä kuin 2,7 x Lihamestarin pizza tai 9 x Seitanpizza 😊 ja alle puolet keskivertohotelliyöpymisen päästöistä.

Lähde: openco2 ja VF laskuri





Hinnalla viestitään vastuullisuudesta

- Vaikka vastuullisuus työstä tuottaa osaltaan säästöjä yritykselle, totta on myös se, että vastuulliset valinnat voivat lisätä kustannuksia ja siten nostaa hintaa.
- Viereinen kuva on Finlaysonin kampanjasta, jonka avulla yritys halusi viestiä, mistä vastuullisesti tuotetun pussilakanan hinta muodostuu.





Tekoäly & Nudge eli tuuppaus

- **Nudge** (tuuppaus) on viestinnän menetelmä, jonka tavoitteena on saada asiakas valitsemaan yrityksen toivoma tuote tai palvelu.
- Tekemällä joistakin vaihtoehtoista helpompia, osuvampia ja houkuttelevampia voidaan **ihmisiä ohjata** valitsemaan ne rajoittamatta heidän valinnanvapauttaan.
- **Tuuppaus on erinomainen tapa ohjata asiakkaita tekemään vastuullisempia valintoja.**

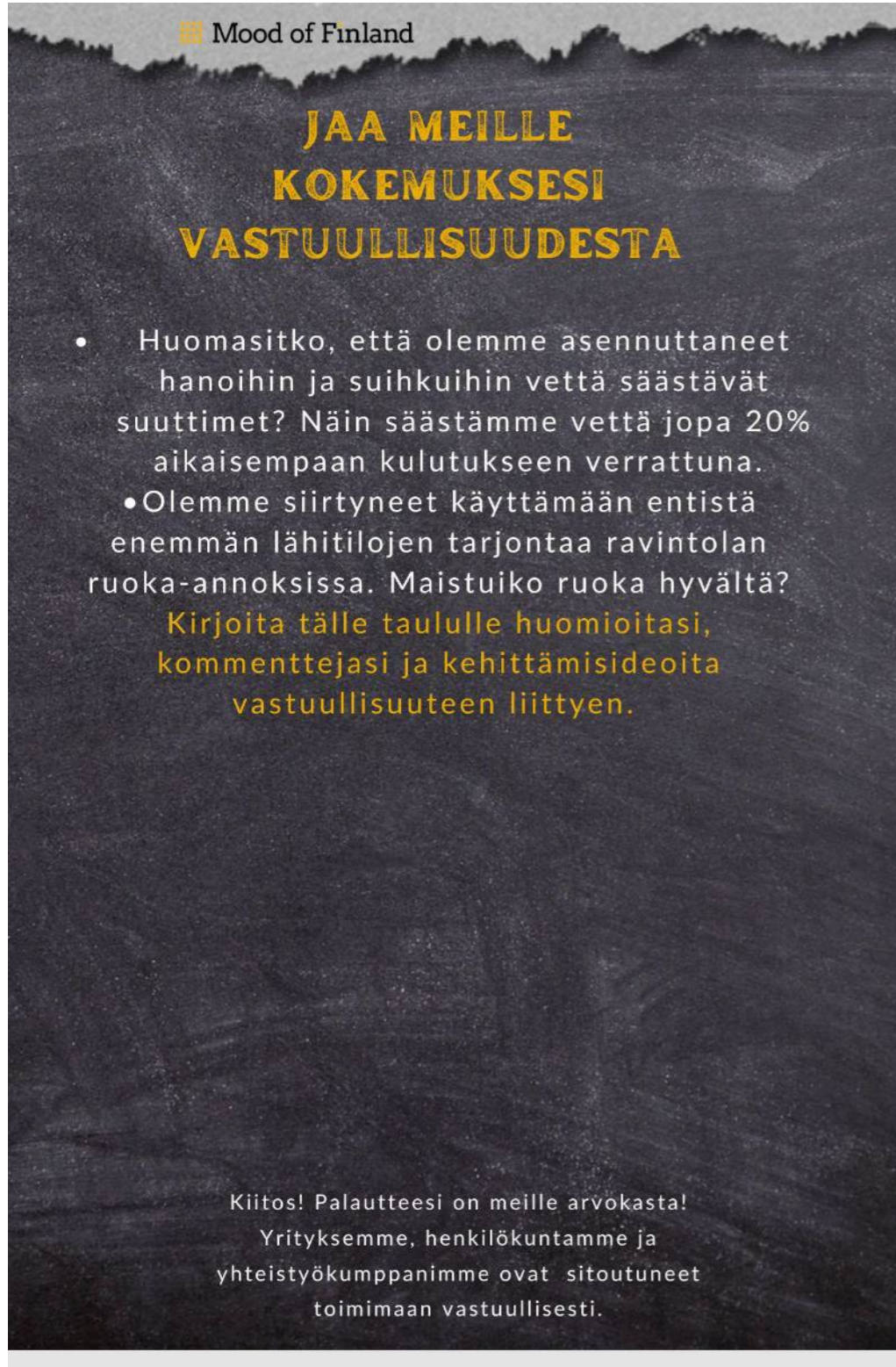




Kuva: Mood of Finland Oy

Vastuullisuusviestinnän ei tarvitse olla byrokraattista jargoniaa ja raporttien julkaisua

- Tarinallistamisen tuloksena yritykselle voidaan ottaa käyttöön vastuullisuusmaskotti tai jokin väri, joka muistuttaa vastuullisuudesta.
- Vastuullisuusmaskotin tulee olla aito ja sellainen, että se jollakin tavalla liittyy yritykseen tai sen toimintaympäristöön.
- Omia vastuullisuusmerkintöjä, kuten vihreää lehteä, ei tule käyttää, koska ne saattavat antaa vaikutelman, että niillä viitataan auditoituihin sertifikaatteihin.
- Kuvassa on sokerikakkutaikinasta leivottu karhu, joka on sveitsiläisen Bernin kaupungin tunnus.



Mood of Finland

JAA MEILLE KOKEMUKSESI VASTUULLISUUDESTA

- Huomasitko, että olemme asennuttaneet hanoihin ja suihkuihin vettä säästävät suuttimet? Näin säästämme vettä jopa 20% aikaisempaan kulutukseen verrattuna.
- Olemme siirtyneet käyttämään entistä enemmän lähitilojen tarjontaa ravintolan ruoka-annoksissa. Maistuiko ruoka hyvältä?

Kirjoita tälle taululle huomioitasi, kommenttejasi ja kehittämisideoita vastuullisuuteen liittyen.

Kiitos! Palautteesi on meille arvokasta!
Yrityksemme, henkilökuntamme ja yhteistyökumppanimme ovat sitoutuneet toimimaan vastuullisesti.

Vierailun jälkeen viestintä

- Vierailun jälkeinen aika on viestinnällisesti tärkeää, sillä yrityksen kannattaa tavoitella yhden vierailun sijaan asiakkuutta, jonka seurauksena asiakas haluaa palata takaisin.
- Vastuulliset kokemukset paikan päällä voivat hyvinkin olla syy paluuseen.
- Vierailijoille tulee antaa mahdollisuus antaa palautetta monipuolisia menetelmiä ja kanavia hyödyntäen.
- Kannattaa miettiä myös niitä asiakaspolun kohtia, joissa odotetaan omaa vuoroa tai joissa asiakkaalla on muuten aikaa antaa palautetta.
- Joskus yksinkertainen taulu, johon voi kirjoittaa suoraan tai kiinnittää muistilappuja, voi toimia erinomaisesti.
- Taululle kannattaa laittaa apukysymys tai apukysymyksiä, jotta vastaaminen helpottuu.



Kuva: Microsoft kuvapankki

Sisäinen ja sidosryhmäviestintä

Kaikkien yrityksessä tulee tietää mitä vastuullisuus juuri tässä omassa työpaikassa tarkoittaa.

Huomioi ja muista myös sidosryhmäviestintä.

- Työyhteisöissä on usein vastuullisuudesta kiinnostuneita henkilöitä, jotka omalla esimerkillään kannustavat kollegoita huomioimaan vastuulliset valinnat ja toimimaan entistä vastuullisemmin.
- Yhdessä laadittu, vastuullisuutta todentava ja edistävä vastuullisuussuunnitelma toimii erinomaisena työkaluna henkilöstön sitouttamiseen ja jatkuvan kehittämisen tukemiseen



Viestinnän eettinen koodi



Kuva: Microsoft kuvapankki

- Viestinnän eettisistä ohjeista vastaa Viestinnän eettinen neuvottelukunta (VEN), jonka taustayhteisöt Viesti ry, ProCom ry, JAT ry ja Marketing Finland edustavat 5000 alan ammattilaista.
- Vastuullinen viestintä on enemmän kuin pelkkää lain noudattamista. Se on viestinnän etiikan jatkuvaa pohdintaa, vastuullisia linjauksia ja tekoja jokapäiväisessä viestinnässä.
- Avoin, aktiivinen ja kunnioittava vuorovaikutus on viestinnän ydintä. Onnistuminen nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössä edellyttää luottamusta, joka rakentuu rehellisyydelle.
- Tutustu viestinnän eettiseen koodiin [Viestinnän eettisen neuvottelukunnan - verkkosivuilla.](#)



Millainen on sinun tai yrityksesi vastuullisuustarina?

- Miten ja milloin kiinnostuit vastuullisuudesta?
- Mitkä vastuullisuuden osa-alueet ovat sinulle erityisen tärkeitä?
- Millaisia vastuullisia valintoja olet tehnyt työssäsi?
- Mitkä ovat olleet merkittävimmät opit vastuullisuudesta?
- Mitkä oivalluksistasi ovat jääneet parhaiten mieleen?
- Millä tavalla edistät ja voisit edistää vastuullisuustyötä omassa työyhteisössäsi tai yrittäjänä?
- Käy jakamassa ajatuksiasi omasta
- Voit tehdä tarinastasi kuvakollaasin, esitteen tai videon.





Mitä voit tehdä seuraavaksi

- Tee vastuullisuuden todentamisen suunnitelma ja aseta tavoitteet (vastuullisuussuunnitelma -> sertifiointi -> STF)
- Tee aikataulu tekemiselle.
- Tee tai täydennä vastuullisuussuunnitelma: lähtötilanne ja seuraavien toimenpiteiden toteuttamisen aikataulut
- Tee vastuullisuusviestinnän suunnitelma ja aloita viestiminen matalan kynnyksen periaatteella.



Vinkki: Ota seurantaan [The Nordic Journey](#) – podcast ja opi lisää kansainväliseltä verkostolta.



Tämän voit tehdä jo tänään!

- Saitko uusia oivalluksia tai ideoita omaan tekemiseesi?
- Suunnittele yksi vastuullisuusviesti sosiaalisessa mediassa jaettavaksi.
- Voit itse valita, missä julkaiset viestisi ja teetkö enemmän tekstiä sisältävän julkaisun vai lyhyen viestin sisältävän ”stoorin”, joka häviää 24 tunnin sisällä.
- Lisää julkaisuun #-merkintöjä ja mahdollisia @-tilejä.

Jaa myös muiden yritysten julkaisuja ja onnistumisia!



Kiitos osallistumisesta!

**Vastaan mielelläni
kysymyksiin!**

Laita verkostoitumiskutsu
SoMe:ssa, seuraan mielelläni
tekemistäsi!

IG mood_of_finland
FB Mood of Finland
LinkedIn Anu Nylund

Anu





MOOD OF FINLAND OY ON VASTUULLINEN YHTEISTYÖKUMPPANI JA PALVELUJEN TARJOAJA, JOKA UUDISTAA MATKAILUA YHDESSÄ MUIDEN KANSSA.

MOOD OF FINLAND OY:LE ON MYÖNNETTY STF-MERKKI ENSIMMÄISEN KERRAN V. 2020 NYT MERKKI ON VOIMASSA 9.4.2027 SAAKKA.



SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND™

VISIT FINLANDIN LAUSUNTO 27.02.2026:

"KIITOS JÄLLEEN ERINOMAISEN SELKEÄSTÄ JA KATTAVASTA HAKEMUKSESTA! MOOD OF FINLANDIN TYÖ ON VAIKUTTAVAA, JOHDONMUKAISTA JA INSPIROIVAA. KIITOS, ETTÄ OLET PITKÄJÄNTEISESTI MUKANA STF-OHJELMASSA, ON ILO MYÖNTÄÄ SINULLE STF-MERKKI TAAS UUELLE KAUELLE"

MOOD OF FINLAND ON SUORITTANUT WE SPEAK GAY-KOUULUTUKSEN JA LIITTYNYT YHTEISÖÖN 01/2025



SCANDINAVIAN OUTDOOR AWARD 2024: JURY HONORARY ECO AWARD: MOOD OF FINLAND, LOVE FOREST FINLAND

Finnish Travel Gala

ANU NYLUND ON OLLUT FINALISTINA EHDOLLA VUODEN VASTUULLISEKSI TOIMIJAKSI VUOSINA 2017 JA 2023.



"LIIKETOIMINTASI KAIKKINENSA ANSAITSEE SERTIFIKAATIN. TAPA, JOLLA JOHDAT LIIKETOIMINTAASI JA OLET MUKANA VAIKUTTAVISSA PROJEKTEISSA, ON UPEAA! MEILLÄ EI OLE MITÄÄN LISÄTTÄVÄÄ, VAAN KANNUSTAMME SINUA EDELLEEN INSPIROIMAAN YMPÄRISTÖÄSI, LAPSIA, YRITYKSIÄ, YHTEISÖJÄ JA KAIKKIA MAHDOLLISIA TAHOJA, JOIHIN VOIT VAIKUTTA. HIENOA TYÖTÄ!"
BIOSPHERE AUDITOINTILAUSUNTO 9.2.2026

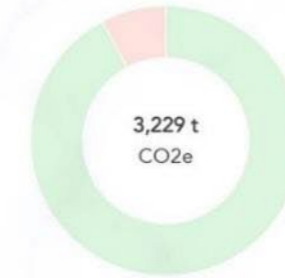


ANU NYLUND/ MOOD OF FINLAND ON OLLUT VUODESTA 2021 KANSAINVÄLISISSÄ UUDISTAVAN MATKAILUN VERKOSTOISSA OPPIMASSA JA TEKEMÄSSÄ YHDESSÄ.

MOOD OF FINLAND OY ALLEKIRJOITTI ENSIMMÄISENÄ SUOMESSA KANSAINVÄLISEN GLASGOW´N ILMASTOSITOUKSEN 11/2021



Päästöt kategorian mukaan



MOOD OF FINLAND OY ON LASKENUT KASVIHUONEPÄÄSTÖT VUODESTA 2021 ALKAEN. PALVELUPÄIVÄKOHTAINEN PÄÄSTÖMÄÄRÄ OLI V. 2025 21KG CO2E.

MOOD OF FINLAND OY ON PARTNERINA EU ERASMUS+ - RAHOITTEISESSA "UUDISTAVA JA ILMASTONMUUTOKSEEN SOPEUTUVA MATKAILU EUROOPASSA" - HANKKEESSA 11/2025-11/2027.

RAKKAUDEN METSÄ JA PIENI TALO MAALLA TODENTAVAT MOOD OF FINLANDIN UUDISTAVAA AJATTELUA KÄYTÄNNÖSSÄ.



ANU NYLUND
MOOD OF FINLAND OY
ANU.NYLUND@MOODOFFINLAND.FI
WWW.MOODOFFINLAND.FI
WWW.RAKKAUDENMETSÄ.FI