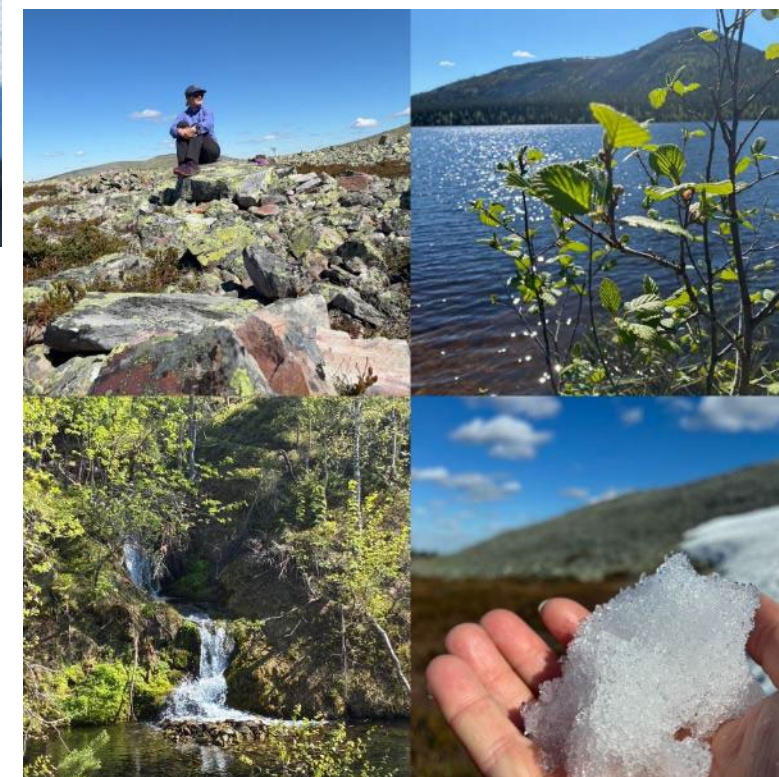
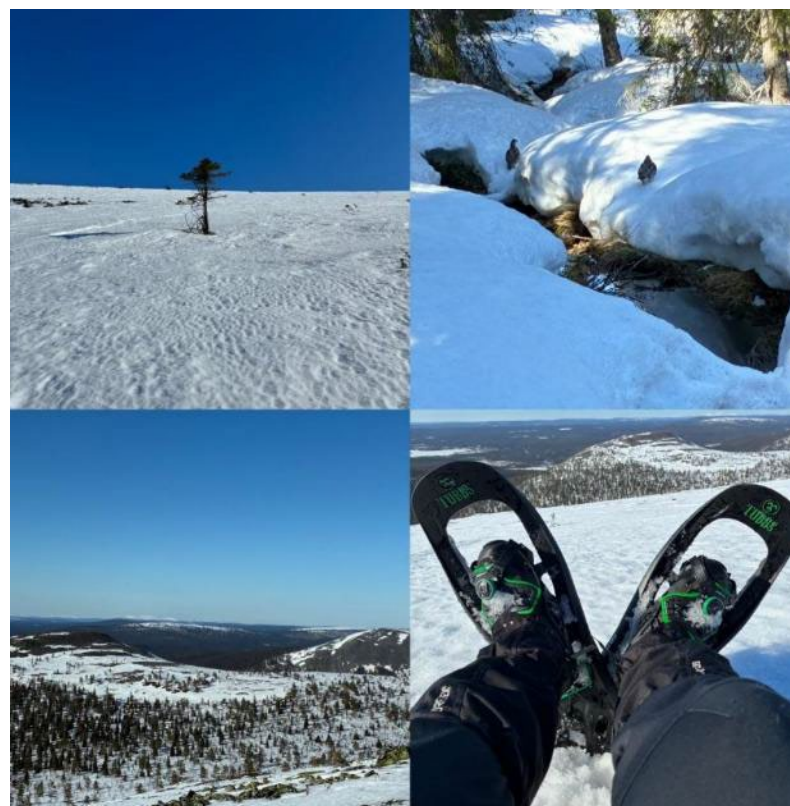




Teema 3:
Vastuullisuuden
todentaminen;
sertifioinnit ja viestintä

Etäsparraus 18.6. klo
9–12



Euroopan unionin
osarahoittama



LAPIN LIITTO



LAPIN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF LAPLAND



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 kestävästä kasvusta ympäristöystävällisen 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.

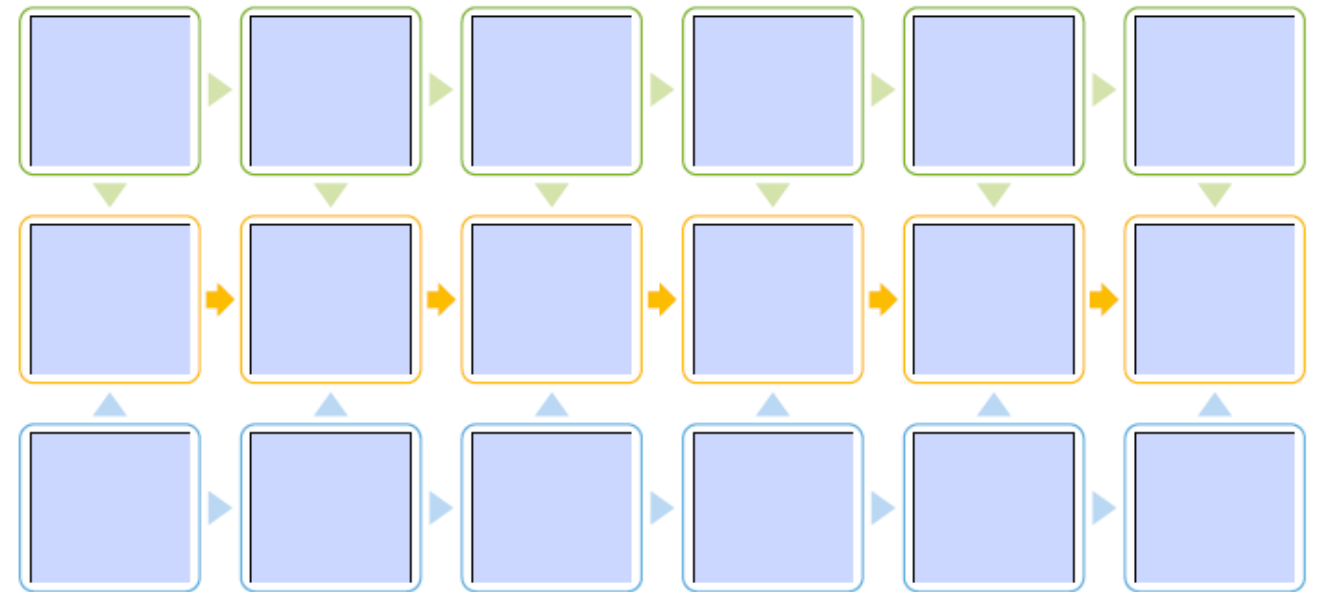
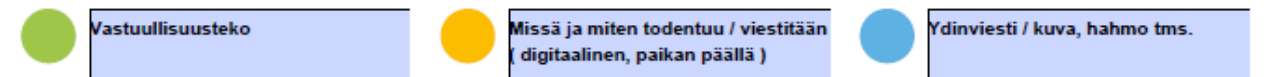




18.6. täsmäparrausta

- Sertifiointi ja STF-ohjelma noin klo 9-10.45
- Vastuullisuus- ja viestintäsuunnitelma 11.00-12.00

Vastuullisuudesta viestimisen suunnitelma





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

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€



Sertifikaattien ja laatumerkkien hyödyt

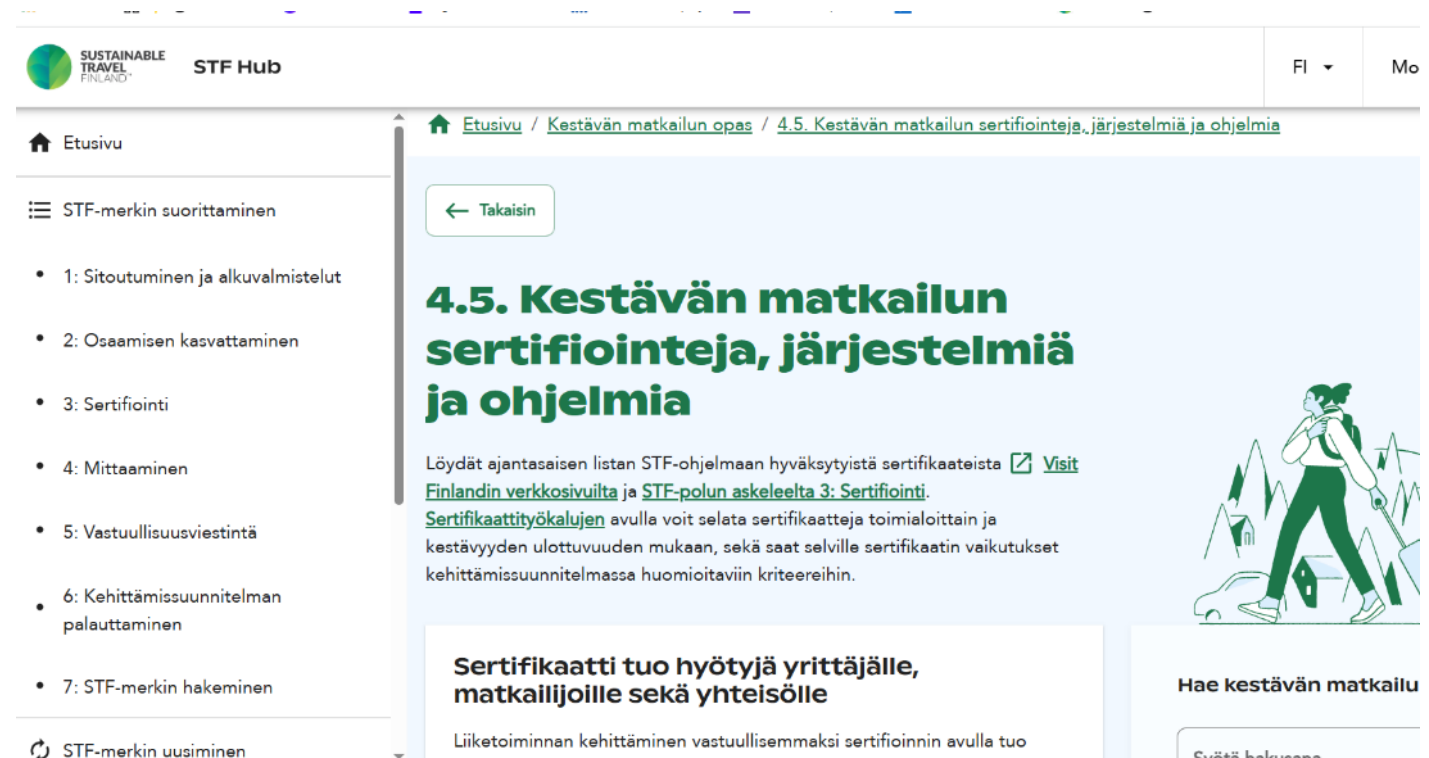
- ✓ **Sertifiointi on työkalu**, joka helpottaa yrityksen vastuullisuustyötä ja varmistaa, että yrityksen toiminta vastaa tämän ajan kriteereitä ja laatuvaatimuksia
- ✓ Sertifiointi haastaa yritystä positiivisella tavalla **kehittymään, oppimaan** ja siirtymään mukavuusalueelta eteenpäin
- ✓ Sertifiointimateriaalit 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).





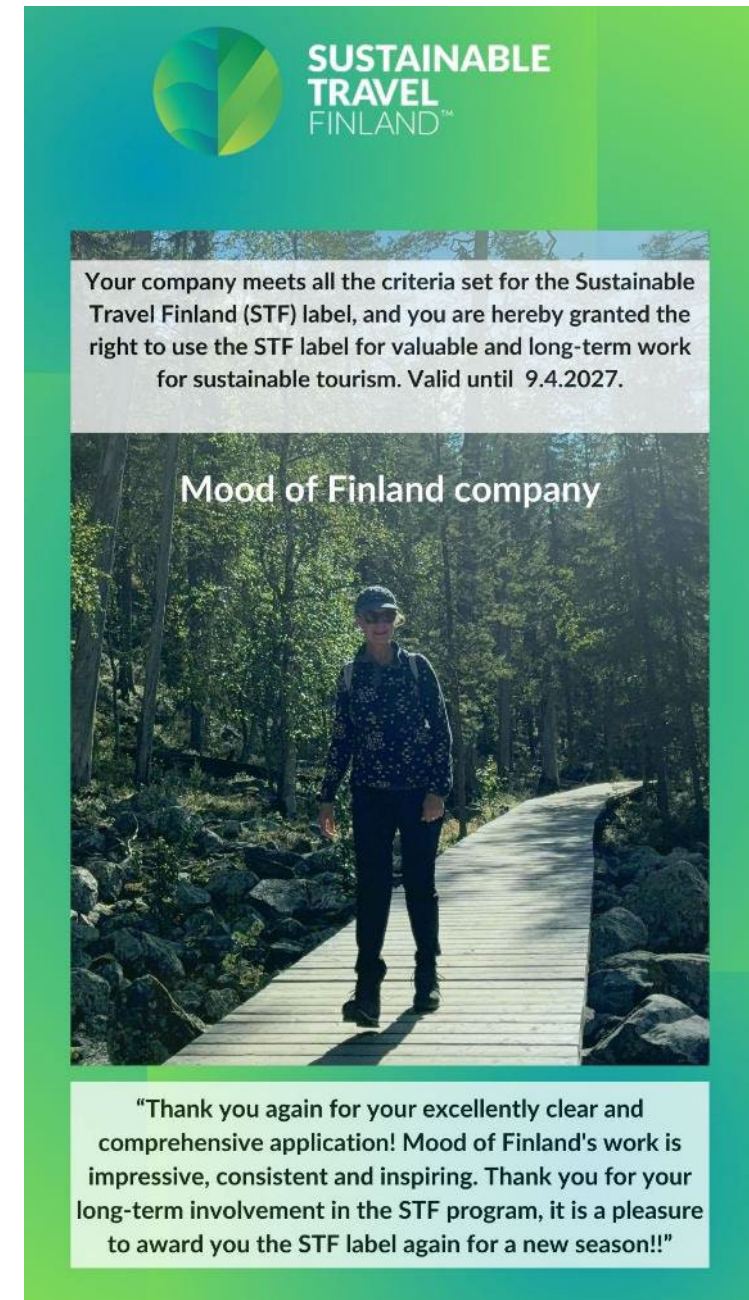
Miten osaat valita yritykselle parhaiten soveltuvan sertifikaatin?

- 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





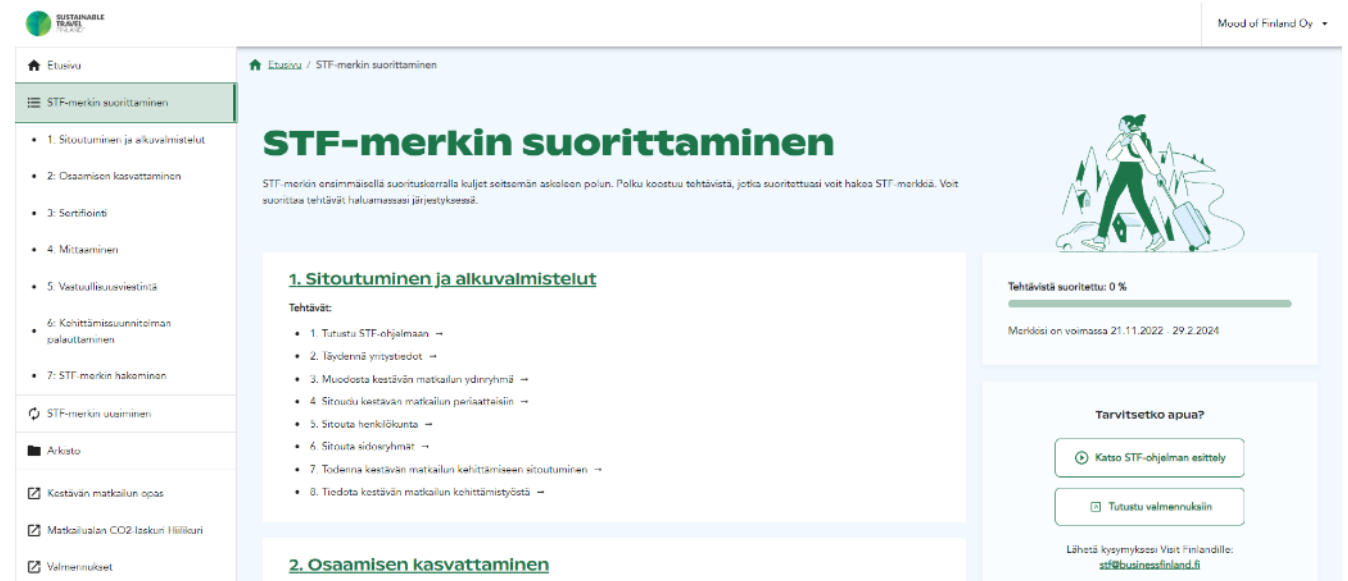
STF Hub





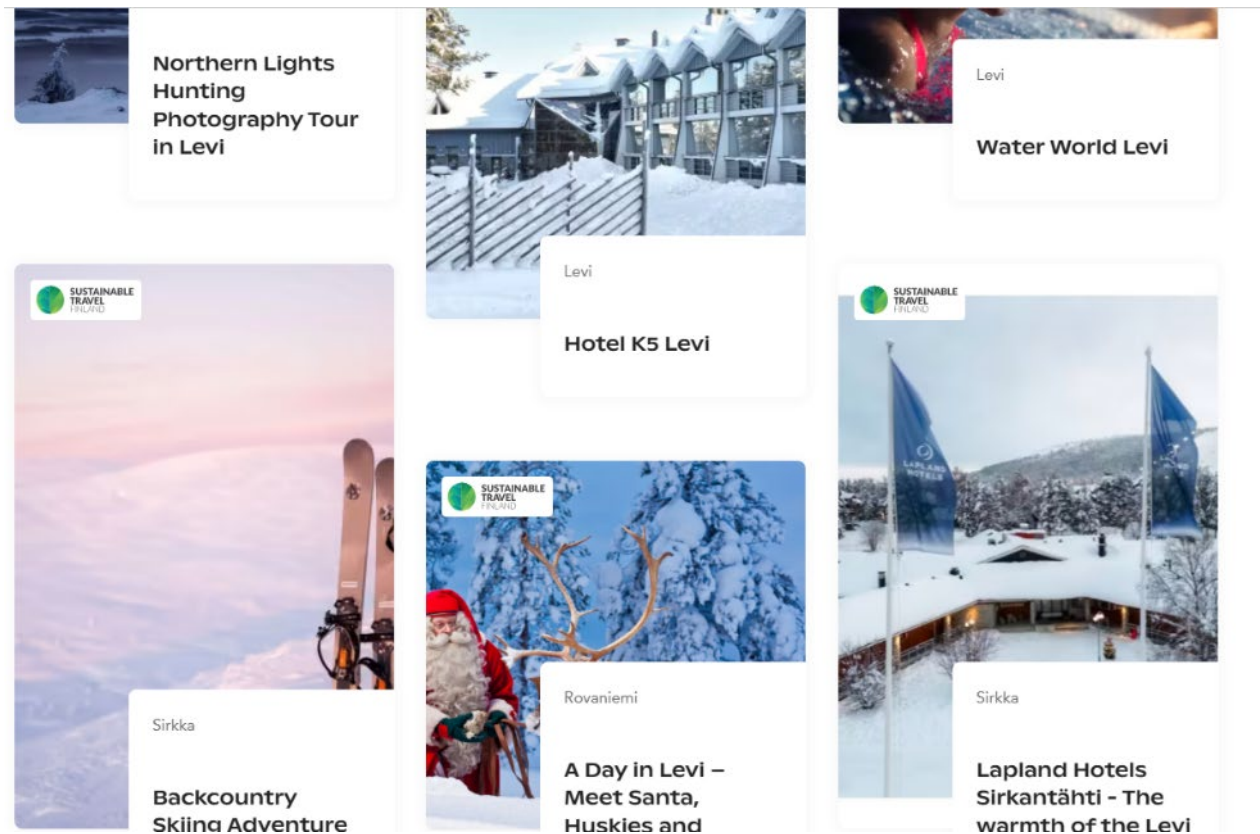
- Hae mukaan ohjelmaan täytä hakemus ja luo Business Finland –tunnus.
- Business Finlandin verkkopalveluiden yhteinen käyttäjätunnus. Tunnus luodaan verkkopankkitunnuksilla vahvalla tunnistautumisella.
- Tunnuksen luomisen jälkeen STF Hubiin pääsee kirjautumaan sähköpostiosoitteen ja salasanan avulla.
- Aloita askelkuvioden 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!





Viestinnän vinkkejä ja benchmarkkausta: 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 matkailutarjonnan -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)

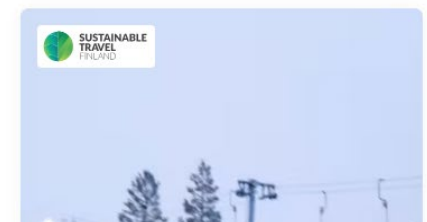
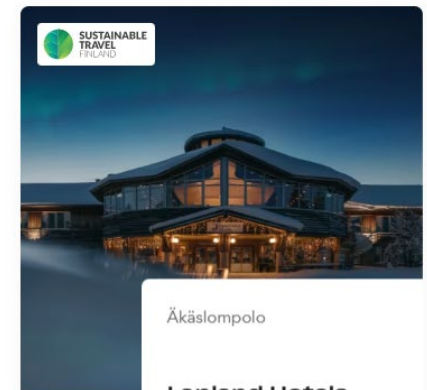
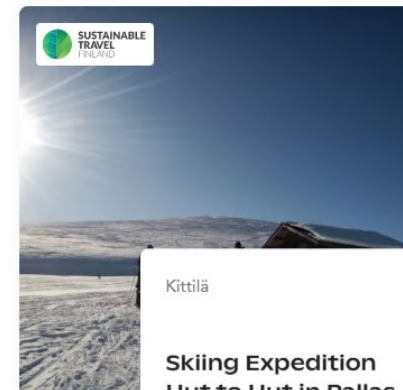
Special Accommodation (2)

Tourist information (0)

Transportation (0)

Uniquely Local (4)

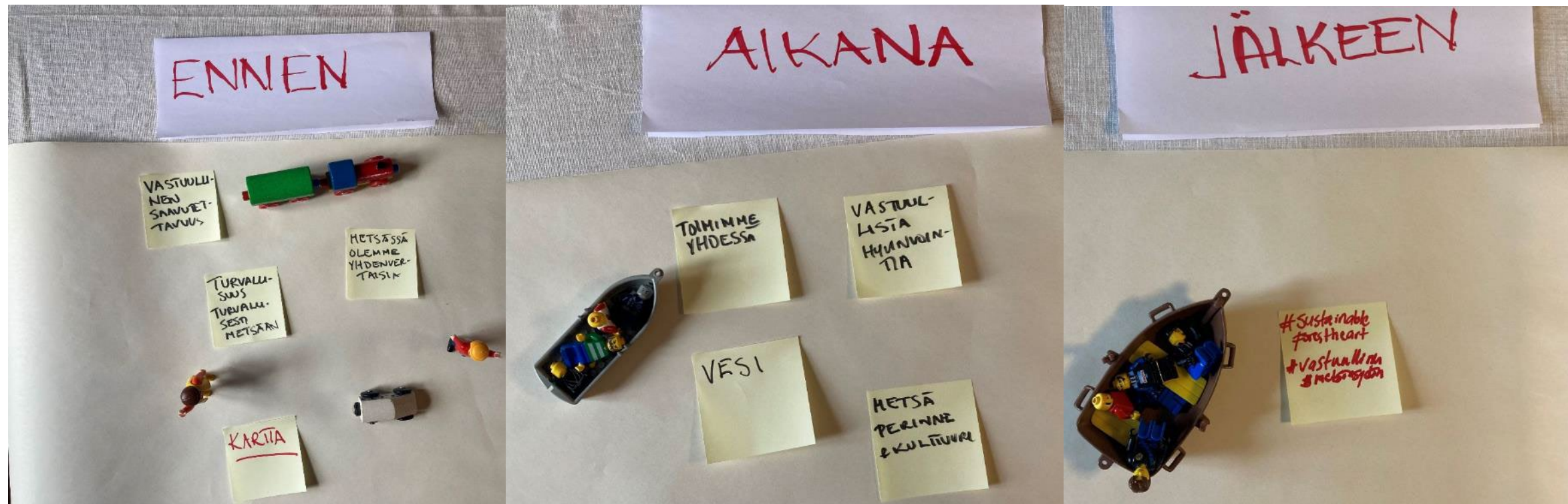
Wellbeing (1)



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!



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



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)

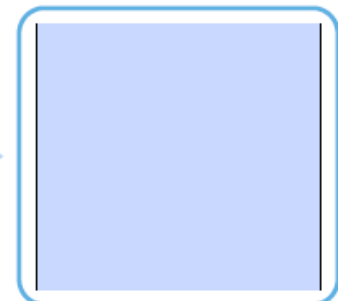
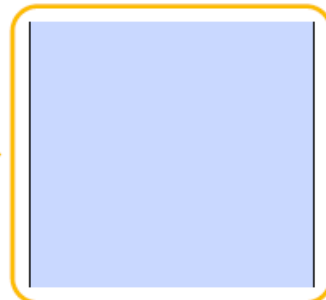
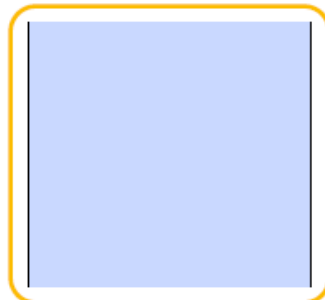
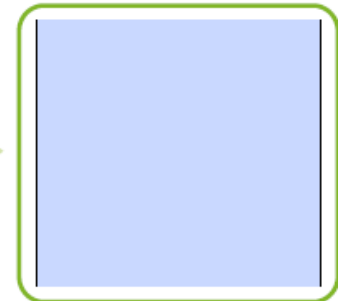
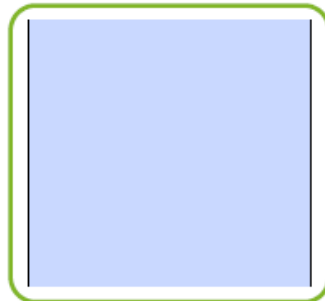


Ydinviesti / kuva, hahmo tms.

Rakkauden Metsä
konseptilla tuemme
luonnonsuojelua ja
edistämme
luontoyhteyden
muodostumista

Netti- ja
somekampanja,
jossa kerrotaan
symbolisen puun
istutuksen
mahdollisuudesta ja
Luonnonperintö-
säätiön 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 tyyllillä tehtyä.

Tutustu Nuoksio 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.



Photo: Pixabay free



Photo: Mood of Finland



Photo: Mood of Finland



Photo: Pixabay free



Photo: Pixabay free





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 turvallisemman tilan tuntu kaikille vieraille?

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

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



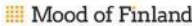
Vierailijoita osallistavaa viestintää

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

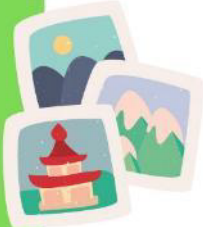
Esimerkkinä vastuullisuuspassi:

- 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.



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 vegaaniruokaa. 	Valitset kasvisruokaa.
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.

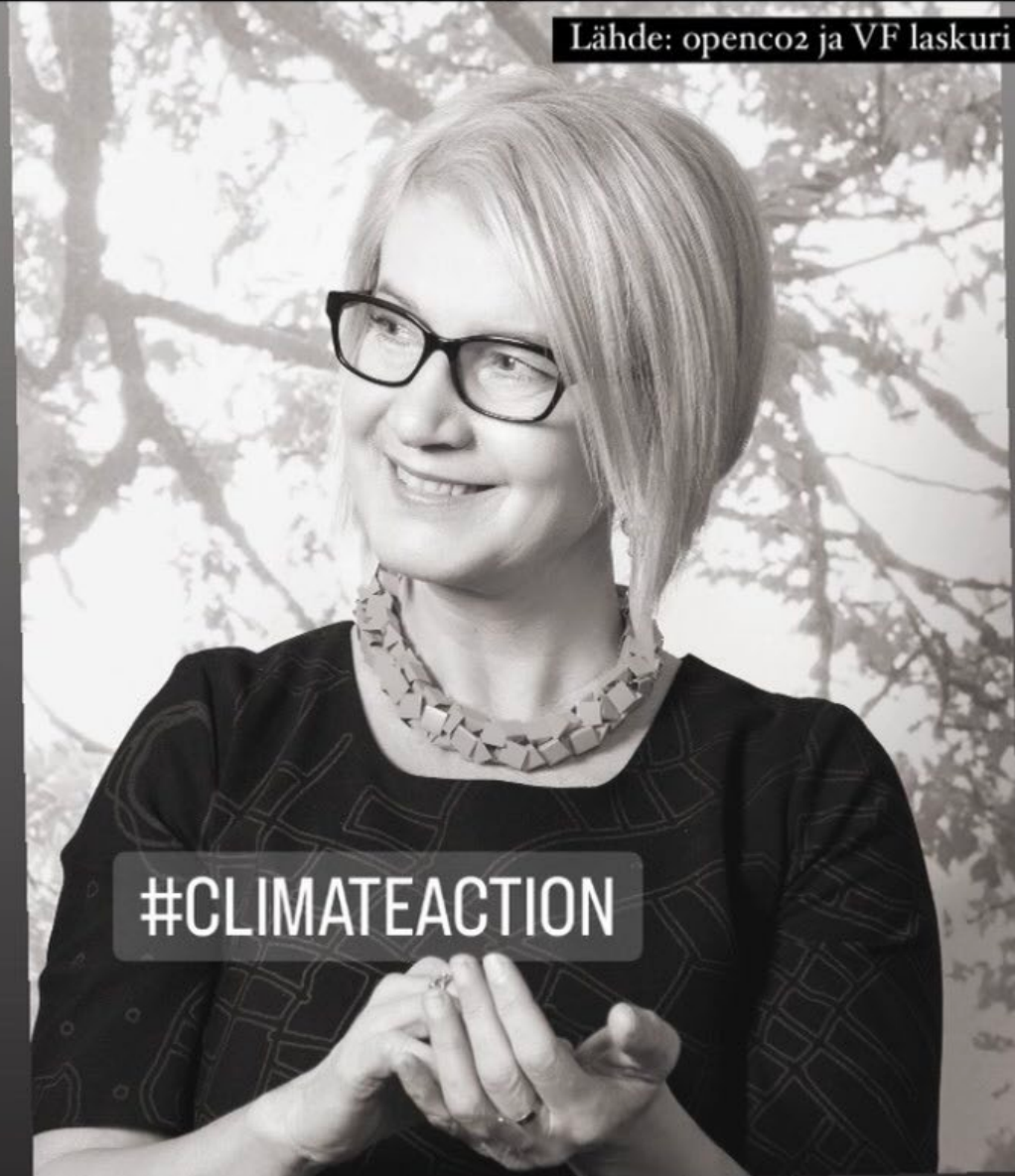


DATAAN PERUSTUVAA VIESTINTÄÄ

- 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



#CLIMATEACTION



Hinnalla viestitään vastuullisuudesta

- Vaikka vastuullisuustyö 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.

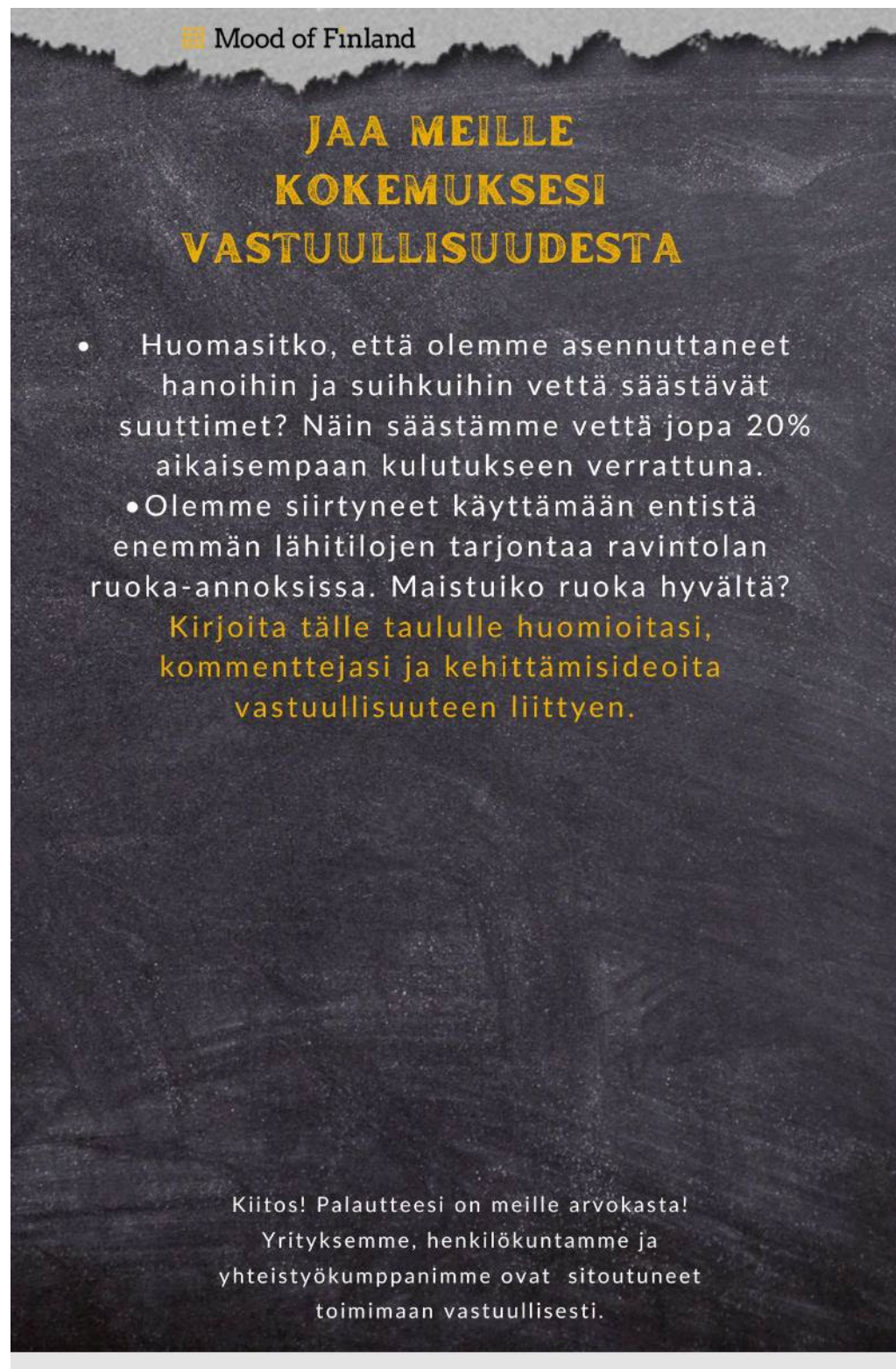


Kuva: Mood of Finland Oy



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.



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.



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)
- Huomioithan, että voit kirjautua Sustainable Travel Finland Hubiin jo ennen sertifiointia ja tehdä askelia omassa tahdissa.
- Sertifioinnin myöntämispäivä on myös STF-ohjelman voimassaolopäivä, eli STF-ohjelman haku kannattaa ajoittaa lähelle sertifikaatin myöntämispäivää.
- 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

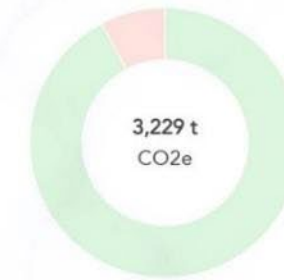


ANU NYLUND/ MOOD OF
FINLAND ON OLLUT
VUODESTA 2021
KANSAINVÄLISISSÄ
UUDISTAVAN MATKAILUN
VERKOSTOISSA OPPIMASSA
JA TEKEMÄSSÄ YHDESSÄ.

MOOD OF FINLAND OY
ALLEKIRJOITTI
ENSIMMÄISENÄ
SUOMESSA
KANSAINVÄLISEN
GLASGOW'N ILMASTO-
SITOUMUKSEN 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+ - RAHOITTEISISSA "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

Mood of Finland