



# Kestävän ja laadukkaan matkailutuotteen kriteerit 15.4.2021

---

VOIT HALUTESSASI JO LUKEA  
TÄMÄN MATERIAALIN LÄPI.

KÄYMMME NÄMÄ LÄPI 15.4.2021  
JA "ÄÄNESTÄMME" YHTEISEN  
SITOUKSEN JA TAVAN TOIMIA  
JATKOON.

# Olisivatko nämä Visit Finlandin kestävän matkailun yhteiset periaatteet hyvä pohja tuotteistamiselle. Mitä tämä tarkoittaa asiakkaan näkökulmasta?

Kestävän matkailun yhteiset periaatteet

Allekirjoittamalla kestävän matkailun periaatteet sitoudumme työskentelemään kestävämmän matkailun puolesta.

## **1 Teemme reilua yhteistyötä | Vi gör rättvist sammarbete.**

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 | Vi tar hand om naturen**

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 | Vi respekterar kulturarv**

Vaalimme alueemme kulttuuriperintöä. Tavoittemme 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**

### **Vi främjar välfärd, mänskliga rättigheter och social jämlikhet.**

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 | Vi föredrar lokalproducerat**

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

## **6 Panostamme turvallisuuteen ja laatuun**

### **Vi satsar på trygghet och kvalitet**

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.

# Available also in English

## **7 Huomioimme ilmastovaikutukset | Vi tar i beaktande klimatförändringen**

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

## **8 Viestimme avoimesti | Vi kommunicerar öppet**

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 | Vi utvecklar vår affärsverksamhet kontinuerligt.**

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 |**

Otamme aktiivisen roolin kestävän matkailun edistämässä ja näiden kestävän matkailun periaatteiden toteuttamisessa. Teemme kestävän matkailun toimintasuunnitelman, jonka mukaan toimimme jatkossa yhä systemaattisemmin. Sitoudumme toimenpiteisiin ja haluamme oppia lisää myös tulevaisuudessa.



<b>Kriteeri   Tapa kertoa, miten vastuullisuus todennetaan</b>	<b>Miten tärkeä</b>			
1. Teemme reilua yhteistyötä   Vi gör rättvist samarbete	<b>0-3</b>			
2. Huolehdimme luonnosta   Vi tar hand om naturen	<b>0-3</b>			
3. Kunnioitamme kulttuuriperintöä   Vi respekterar kulturarv	<b>0-3</b>			
4. Edistämme hyvinvointia, ihmisoikeuksia ja tasa-arvoa. Vi främjar välfärd, mänskliga rättigheter och social jämlikhet.	<b>0-3</b>			
5. Suosimme paikallista   Vi föredrar lokalproducerat	<b>0-3</b>			
6 Panostamme turvallisuuteen ja laatuun.   Vi satsar på trygghet och kvalitet.	<b>0-3</b>			
7. Huomioimme ilmastovaikutukset   Vi tar i beaktande klimatförändringen	<b>0-3</b>			
8 Viestimme avoimesti   Vi kommunicerar öppet	<b>0-3</b>			
9 Kehitämme jatkuvasti yritystoimintaamme   Vi utvecklar vår affärsverksamhet kontinuerligt.	<b>0-3</b>			

Tai yksinkertaisesti kestäväen matkailun  
sitoumuksen mukaiset otsikot

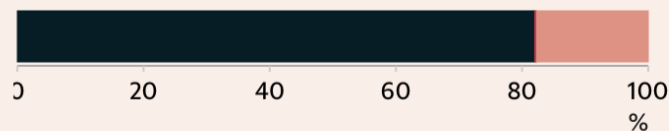
LÄHDE: NESTE

Myös esimerkiksi Koneen, Outokummun ja Keskon hiilineutraaliustavoitteet kattavat vain yrityksen suorat päästöt. Scope 3 -päästöille tai niiden osille on usein asetettu lisäksi omia vähennystavoitteita.

On yhtiötä, joilla keskittyminen oman toiminnan suoriin päästöihin on perusteltua. Finnairin päästöistä valtaosa syntyy, kun sen koneiden polttaman kerosiinin hiilidioksidi vapautuu ilmakehään. Yli 80 prosenttia yhtiön hiilijalanjäljestä syntyy sen omasta toiminnasta.

### Finnairin päästöjen jakauma

● Scope 1 ● Scope 2 ● Scope 3



LÄHDE: FINNAIR

# Vastuullisen matkailupalvelun kriteerit

- Ekologinen:
  - Miten palvelujen äärelle pääsee mahdollisimman vähin päästöin | Palvelu toteutetaan mahdollisimman vähin päästöin
  - Ilmastonmuutoksen hillitsemisen keinot
  - Uusiutuvan energian käyttö
  - Energian ja veden säästäminen
  - Biodiversiteetin säilyminen / ennallistaminen
- Taloudellinen
  - Kannattavuuslaskenta tehty
  - Hinnassa huomioitu vastuulliset valinnat (mitä valintoja ne ovat)
  - Sesongin pidentäminen: aukio-olokuukaudet

## Sosiaalinen:

- Työllistäminen
- Palvelu tuottaa hyvää muillekin: kenelle? | Tehdään yhdessä
- Paikallisille on tiedotettu, paikallisia kuullaan ja on toivotettu tervetulleiksi

<b>Mitkä kohteet otetaan tarkasteluun</b>	<b>Asteikko</b>			
STF- ohjelmassa mukana   STF – merkki	<b>0-3</b>			
Miten palvelujen äärelle pääsee mahdollisimman vähin päästöin	<b>0-3</b>			
Palvelu toteutetaan mahdollisimman vähin päästöin	<b>0-3</b>			
Ilmastonmuutoksen hillitseminen (esim. päästöjen minimointi + kompensointi)	<b>0-3</b>			
Uusiutuva energia	<b>0-3</b>			
Energian säästäminen	<b>0-3</b>			
Veden säästäminen	<b>0-3</b>			
Vähennetään jätettä ja kertakäyttöpakkauksia	<b>0-3</b>			
Biodiversiteetin säilyttäminen / ennallistaminen	<b>0-3</b>			

## Mitkä kriteerit tärkeitä

# Vastuullisen matkailupalvelun kriteerit

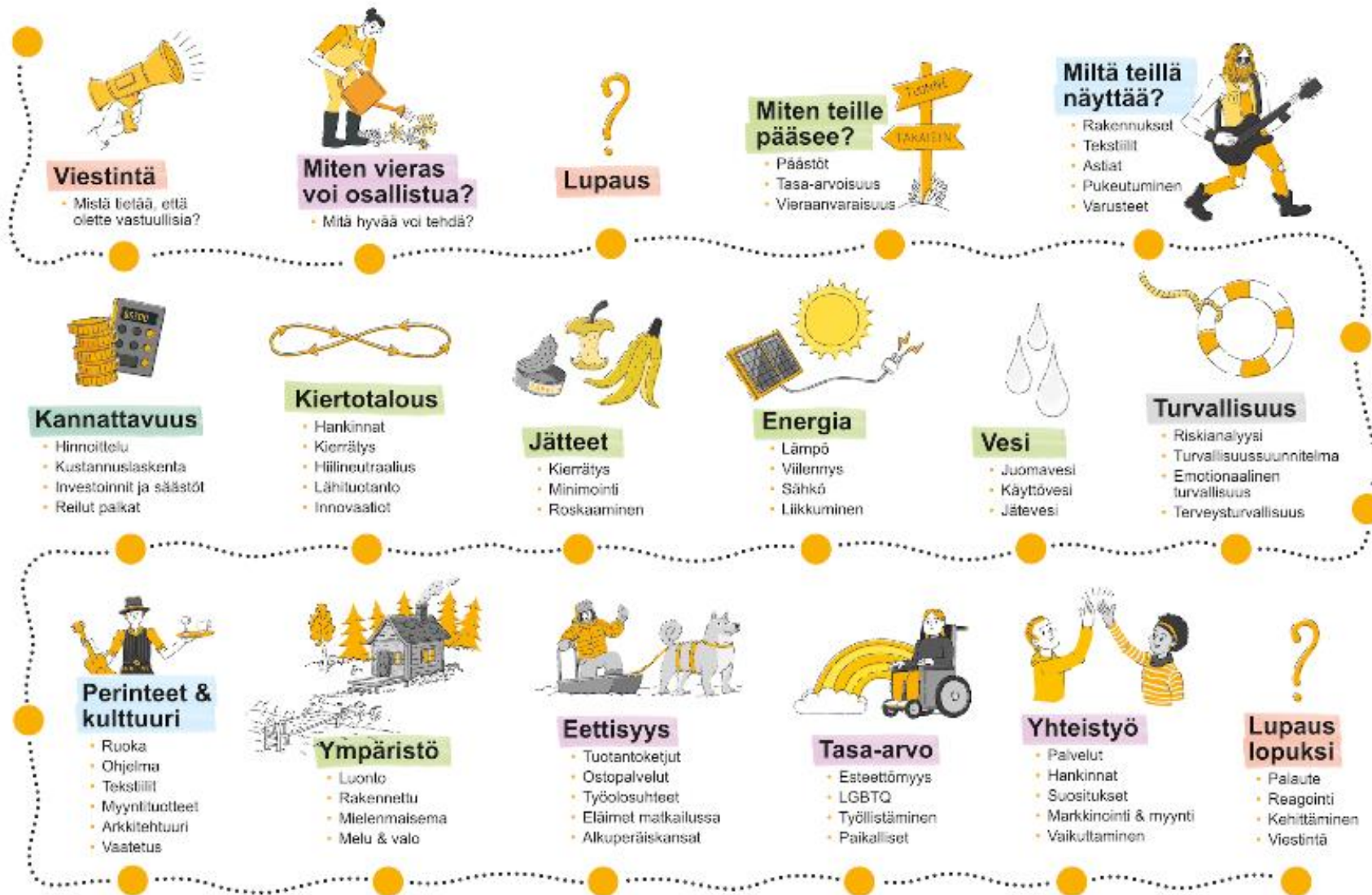


- Kulttuurinen
  - Paikallinen kulttuuri, perinteet yms. huomioitu
    - Vaatteet, tekstiilit, ruoka, juoma, sisältö
- Eettisyys
  - Miten yhdenvertaisuus huomioidaan
  - Onko soveltuva liikuntarajoitteisille / aistirajoitteisille
  - Onko henkilöstö koulutettu LGBTQ – asiakkaiden kohtaamiseen
- Turvallisuus
  - Palvelukohtainen riski- ja turvallisuussuunnitelma

<b>Mitkä kohteet otetaan tarkasteluun. Miten vastuullisuus todentuu</b>	<b>Miten tärkeä</b>			
Kannattavuuslaskenta tehty	<b>0-3</b>			
Hinnassa huomioitu vastuulliset valinnat	<b>0-3</b>			
Tehdään yhdessä, hyödyttää myös muita	<b>0-3</b>			
Sesongin pidentäminen	<b>0-3</b>			
Työllistäminen: nuoret, muualta muuttaneet, syrjäytyneet	<b>0-3</b>			
Tarjotaan liiketoimintaa myös muille	<b>0-3</b>			
Paikallisten osallistaminen ja kuuleminen	<b>0-3</b>			
Turvallisuus: riski- ja turvallisuussuunnitelma	<b>0-3</b>			
Matkailija voi osallistua ja tehdä hyvää	<b>0-3</b>			
Esteettömyys				

Mitä kriteereitä esitämme: Menti.com





ENNEN



LENTOKENTÄ

- Kansamattustajat
- matkatavarat

AIKANA



JÄLKEEN



KOHTEESSA

- Hotelli
- Palvelut
- Etäisyydet
- Sää ja meri

TOTEUTUMINEN

- Kuvat
- säähädöt
- todellisuus



RETKET

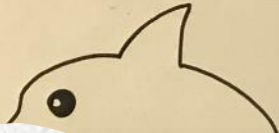
- välinevuokraus
- valikoima (hinnat)
- opastus
- lupaukset

Kotiinpaluu

- elämykset
- kokemukset
- Ajan käyttö Riittäkö?
- kanssamattustajat

ODOTUKSET

- Toiveet
- Vertailu
- Varusteet
- Hinnat (alkuperäiset maksaa)



Jos ei sinulla ole omaa palvelua mielessä, luo sellainen

Anu Nylund, [www.moodoffinland.fi](http://www.moodoffinland.fi)

- Kenelle tuotteistetaan
- Mikä on teema, miksi matkailija tulee
- Missä palvelu tapahtuu
- Missä markkinoidaan ja myydään
- Miten paikalle pääsee
- Missä majoitaudutaan
- Missä syödään
- Mitä muuta tehdään
- Mitä voi ostaa
- Miten houkutellaan uudestaan



## Apua ja näkökulmia ideointiin

Ohessa on lista teemoja ja kysymyksiä, joiden avulla voit kokeilla, miten ideasi muuttuisi jos tekisit ehdotusten mukaan. Niiden avulla voit myös nopeasti laatia uusia tuoteideoita, joita voi käyttää vaikkapa asiakkaittesi kanssa jutellessa, tyyliin "mitä jos...".

Teema	Esimerkki
Mittakaavan muuttaminen	<i>Voisiko palvelusta olla ilmaista maistiaisversiota? Mikä olisi palvelun lite-versio? Entä mikä olisi vip-versio? Miten skaalaamalla samaa palvelua eri versioiksi voi vaikuttaa haluttavuuteen ja kokemukseen arvosta?</i>
Paketointi ja ketjuttaminen	<i>Millaisia laajempia kokonaisuuksia samasta palvelusta voisi paketoita eri profileille? Millaisia palveluketjuja asiakkaat arvostaisivat?</i>
Mausteet ja lisäarvotekijät	<i>Mitä uutta (ilmaista tai maksullista) palveluun voisi lisätä, jotta tietty asiakasprofiili suositteli palvelua? Esim. kokeilut, opastus, tuotteet, kumppanuudet...</i>
Osallistaminen	<i>Mitä asioita asiakkaat voisivat itse haluta rakentaa tai räätälöidä liittyen palveluun? Miten palveluun voi lisätä vaikuttamisen, henkilökohtaisuuden ja erityisyyden tunnetta?</i>
Asiakaspalvelu ja huomiointi	<i>Mitkä ovat asiakkaalle tärkeimpiä kohtaamisia? Miten kokemusta voisi parantaa henkilökohtaisella asiakaspalvelulla? Millä pienillä eleillä voisi synnyttää suosittelua?</i>
Kokemuksen pidentäminen	<i>Miten saan asiakkaat puhumaan palvelusta kotonaan pari kuukautta vierailun jälkeen? Miten voi tukea tarinoiden syntymistä? Mitä kokemukseen liittyvää voin antaa mukaan?</i>
Vetonaulat	<i>Jos valitulle profiilille pitäisi rakentaa yksi täysin uusi palvelu, mikä se olisi?</i>
Ajankohta ja saatavuus	<i>Onko kapasiteetti jonain ajankohtana käyttämättä/vapaana niin, että sitä voisi myydä muuhun tarkoitukseen? Tai eri hinnalla, vrt. low season?</i>
Ostaminen	<i>Missä yhteydessä palvelu pitäisi myydä asiakkaalle? Mitä uusia kanavia tai kumppanuuksia löytyy? Voisiko asiakkaan saada sitoutumaan ostamiseen jo aikaisemmin, esim. paketoimalla?</i>
Ansaintamallit	<i>Jos palvelu olisi ilmainen, mistä asiakkailta voisi saada rahaa? Entä jos hinta olisi vapaaehtoinen, miten palvelu kannattaisi rakentaa? Löytyykö kiinnostavia uusia maksajia tai ostamisen malleja, esim. kimppeostaminen?</i>