



Vastuullinen Matkailu & viestintä | Coastal Bootcamp

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

Kuva: Mood of Finland

MITEN

- Milloin ja mitä vastuullisesta toiminnasta voi viestiä
- Mitkä ovat ne kanavat, joissa tavoittaa vastuullisuudesta kiinnostuneet potentiaaliset matkailijat
- Yrityksen sisäinen viestintä
- Perehdytys
- Miksi pitää viestiä (ja tietenkin toimia) vastuullisesti?

Matka2020 tehty kysely

- Lähes puolelle **paikallisen kulttuurin säilyttäminen** on matkan tärkein vastuullisuuteen liittyvä valintakriteeri. Tärkeänä pidettiin myös **tasa-arvoa** ja **ihmisoikeuksia** ja **luonnon moninaisuuden säilyttämistä**.
- Sen sijaan muut vastuullisuuteen liittyvät valintakriteerit jäivät tutkimuksen mukaan vähemmälle huomiolle. Esimerkiksi lentojen hiilidioksidipäästöjä on kompensoinut vain joka kymmenes vastanneista. Joka neljäs kokee myös, ettei päästöjen kompensointi ole kiinnostava asia.
- Myöskään matkailuinto ei näytä vähentyneen ilmastonmuutoskeskustelusta huolimatta. Keskimäärin suomalaiset tekivät viime vuonna neljä kotimaanmatkaa ja kolme ulkomaanmatkaa.
- Tutkimuksen mukaan vastaajista joka kolmas aikoo tänä vuonna käyttää matkailuun enemmän rahaa kuin edellisvuonna.
- Vahvistuuko kotimaankohteiden ja lähialueiden suosio, vai toteuttavatko suomalaiset kaukokohteiden matkahaaveitaan

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



Kansainvälisen tutkimuksen mukaan vuoden 2020 tärkeimpiä matkailuaihteita

- Matkakohteiden taloudellisten, sosiaalisten / kulttuuristen, luonnonvarojen ja rakennettujen resurssien ylläpitäminen
 - Turvallisuutta koskevat maailmanlaajuiset huolenaiheet
 - Globaalien taloudellisten, sosiaalisten / kulttuuristen ja poliittisten muutosten vaikutukset matkailuun
 - Liikamatkailu, ilmastomuutos ja ilmaston lämpeneminen
 - Tarve lisätä monitasoista johtajuutta matkailupolitiikassa ja strategisessa suunnittelussa
-
- (Center for Responsible Travel, East Carolina University)

Matkailun trendit 2020 by Forbes

- Sustainability will be cornerstone for high-end luxury travel experiences.
- Traveling off-the-beaten-path is the new Paris
- Big interest in 'new' ways of transport.
- Motion-based travel is here to stay.



Ajankohtaista juuri nyt Suomessa

SESONKILUONTEISUUS – MITEN SESONKEJA PIDENNETÄÄN?

VIIPYMÄ – MITEN VIERAILIJA SAADAAN JÄÄMÄÄN PIDEMMÄKSI AIKAA?

VIERAILIJAMÄÄRÄT – VÄHEMMILLÄ KÄVIJÖILLÄ ENEMMÄN TULOJA?

MILLOIN TARPEEKSI ON OIKEASTI TARPEEKSI?

KESTÄÄKÖ LUONTO JA SÄILYYKÖ PAIKALLISTEN KIINNOSTUS?

YHTEISTYÖ KAIKILLA TASOILLA

KAUKOMATKAT >< LÄHIMATKAILU

LÄHIRUOKA – RUOKAHÄVIKKI

LENTOMATKAILU – MAATA PITKIN MATKAILU

VEDEN KULUTUS – VEDENTARINA

MIKSI NE PYYHKEET JA LAKANAT VAIHDETAAN, VAIKKA OHJEISTEATAN TOISIN >
PEREHDYTYS KUNTOON KAIKILLE TOIMIJOILLE ASIAKASPOLUN VARRELLA

#GOOD TOURISM #GLOBAL HOPE #CLIMATEHOPE #SUSTAINABLETRAVELFINLAND

Mitä on viestintä – missä ja miten viestitään

- Mitä nähdään
- Mitä kuullaan
- Mitä haistetaan
- Mitä maistetaan
- Mitä tunnetaan (fyysisesti ja emotionaalisesti)

Markkinointiviestintä on yksi osa viestintää.

Monta muuta tapaa osoittaa vastuullisuutta!

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



Miltä sinun yrityksesi vastuullinen palvelupolku näyttää?



- Onko vastuullisuus yrityksesi arvo
- Miten kerrot arvoista ja jalkautat ne yritykseen sisäisesti
- Miten kerrot arvoista ulospäin
- Visio ja missio
- Millaisia lupauksia annat ja miten lunastat lupaukset
- Miten vastuullisuus näkyy toiminnassa
- Miten vastuullisuus todentuu kokemuksissa
- Miten viestit vastuullisuudesta
- TEE SUUNNITELMA ☺

Tärkeimpiä kestävyysosoituksia matkailupalveluissa ovat:

- Vesi- ja energiatehokkuus
- Jätehuolto
- Paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö
- Kertakäyttöisten tuotteiden minimointi
- Paikallinen työllistäminen
- Kulttuuriperinnön vaaliminen
- Paikallisen väestön huomioiminen

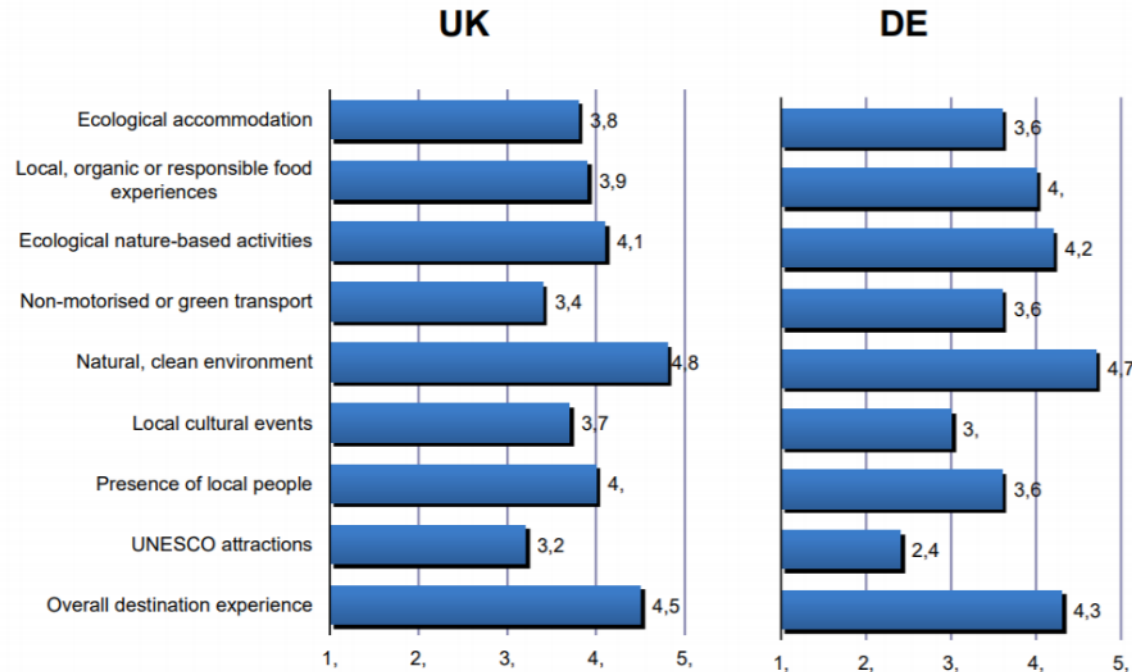
Miten sinä voit kertoa näistä oman yrityksesi tekoina?

Visit Finland: Arctic Sustainable Destination Finland



MATKANJÄRJESTÄJÄKYSELY – VISIT FINLAND 2018

Which destination aspects do you consider the most important, with regards to sustainable tourism products in Finland?



HELSINGIN SANOMAT



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

VASTUULLISUUS JA VIESTINTÄ

- Läpinäkyvää TOIMINTAA JA VIESTINTÄÄ
 - jossa uskalletaan myöntää myös virheet
 - Kerrotaan, missä on vielä parannettavaa
 - miten ja millä aikataululla parannuksia tehdään
 - jaetaan hyviä käytänteitä.
- Asennemuutos on tärkeää ja sitä tarvitaan edelleen kaikilla tasoilla päättäjistä matkailualueisiin, matkailuyrittäjiin ja matkailijaan
- Seuraa aikaasi: nyt erityisesti esillä kompensatio

Herättäviä ja huomiota saavia nostoja

Voisiko matkailualan yritys tarjota kahta palvelua ja tuotetta, joista toinen on vastuullisesti tuotettu ja toinen ei? Tai kertoa, miksi vastuullisesti tuotettu palvelu on joskus kalliimpi / mistä hinta muodostuu

- Kuvan pussilakanaesimerkkiä mukaillen matkailupalvelun hintaan voivat vaikuttaa mm. seuraavat
 - 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 vaihtoehtoisella energiatuotannolla (joka on kalliimpi kuin fossiilisilla tuotettu, jos tämä on faktaa)
 - Olemme investoineet lämmitys- ja viilennysilmantuotannossa vaihtoehtoiseen energiaan (maalämpö, merienergia yms).
 - Olemme hankkineet polkupyöriä vieraidemme käyttöön, jotta autolla ajaminen alueella vähenee
 - Käytämme autoillessa vaihtoehtoista polttoainetta/sähköautoa yms
 - Olemme asennuttaneet sähköauton latauspisteitä vieraillemme
 - Maksamme lain ja asetuksen mukaiset verot ja maksut
 - Vähennämme ensisijaisesti päästöjä ja osoitamme x euroa x kohteeseen kompensointina

Voit myös kertoa, miten paljon säästöä vastuulliset valinnat ovat tuottaneet (esim. energian ja veden säästö) ja mihin säästöjen kautta saadut tulot käytetään (esim. toiminnan vastuullisempaan toimintaan investointi, kompensointi, henkilöstön hyvinvointi yms).

PERUSTETTU VUONNA 1889

HELSINGIN SANOMAT

Maanantaina 9. joulukuuta 2019 | Vuokko 50, N:o 333 (43396) | Irttohintana 3,50 €, kotiin toimitusta alkaen 1,27 €/py (12 kkn jatkuva tilaus) | 52 sivua

VALMISTIMME "maailman vastuuttomimmaksi"

HALVAN PUSSILAKANAN.

MYNNISSÄ RAJOITETTU ERÄ.

Tervetuloa tekemään valintasi myymälöihimme. Toisessa ummistat silmäsi, toisessa nukut.

VASTUUTON PUSSILAKANASETTI 14,99 €
Puhdas ja turvallinen.

VASTUULLINEN PUSSILAKANASETTI 54,95 €
Kotonaan.

TAUSTALLA VOI OLLA LAPSI- JA PÄIKOTIVUONNA

MATERIAALIN ALKUPERÄ TUUTEMATON

VALMISTUKSESSA ON SAATETTU KÄYTTÄÄ HAITALLISIA KEMIKAALEJA

MANUULLISESTI TUOTAA VESIVÄRÖJÄ

HYVÄÄ JOULUA VÄLINTÄMÄTTÖMYYTÄ

ITÄ LAPSI- ENNA PÄIKOTIVUONNA

LÄPINAKKAA TUUTANTOITUKSEN

HEIKON KÄÄPÄN PUUVILLAA

VIILJELISSÄ HYÖDYNNETÄÄN SADEVEDYÄ

HYVÄÄ JOULUA MAAPALLO

Markkinat selvittää
mikä on todellinen
säästö - mikä näyttää
mikä on todellinen
säästö - mikä näyttää

Finlayson
VALINTOJA VUODESTA 1820

Lue lisää: finlayson.fi/vastuuto

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

Esimerkki Kanadasta

shorefast^{CM}

Economic Nutrition Label

fogo island inn

NIGHTLY STAY (ACTUAL 2017)

WHERE THE MONEY GOES

Labour	49%
Food, Room Supplies	11%
Commissions, Fees	5%
Operations, Admin	16%
Sales, Marketing	4%
Contribution to Shorefast	15%

Reinvested in the community of Fogo Island

Economic Benefit Distribution

Fogo Island	63%	Canada	24%
Newfoundland	7%	Rest of World	6%

SHOREFAST is a certified trademark of Shorefast Social Enterprises Inc.



[Hotellin kotisivu](#)

Anu Nylund Mood of Finland Oy | www.moodoffinland.fi |

Twitter @AnuNy | IG @mood_of_finland

Annetaan tilaa positiiviselle viestinnälle. Muista reagoida, jos yrityksesi mainitaan.



Nappaa yhtymäkohtia uutisista



KOMPENSOINTI ON TAPETILLA!

Lue blogikirjoitus



Mood of Finland @AnuNy · 15h

Slush sai uuden toimitusjohtajan ja luopui nollatuntisopimuksista
[#vastuullinenrekryointi](#) [#vastuullisuus](#)



Slush sai uuden toimitusjohtajan ja luopui nollatuntisopimuksista – "Tär...
Kasvuyritystapahtuma Slush sai viime vuonna kritiikkiä väärityneestä
työkulttuuristaan. Yhtiön uusi toimitusjohtaja Miika Huttunen sanoo nyt,...
[hs.fi](#)



Mood of Finland @AnuNy · 31 ene.

Mielenkiintoinen nosto, kiitos jaosta [@HirvenojaSatu](#) 👍 [#kahvihävikki](#)
[#kuppinurin](#)



Kahvihävikki on todellinen ongelma: miljoonia litroja ...
Teetimme tutkimuksen kahvihävikistä Suomessa:
vuosittain jopa yli 150 miljoonaa kupillista kahvia ...
[youtube.com](#)



Mood of Finland @AnuNy · 29 ene.

De tog tåget till Malta: "Smidigt, fungerande och prisvärt"
[svenska.yle.fi/artikel/2020/0...](#) lähteestä [@yle_aboland](#)



De tog tåget till Malta: "Smidigt, fungerande och prisvärt"
Sverige miljardsatsar på tågen men i Finland avvaktar man.
[svenska.yle.fi](#)



Mood of Finland @AnuNy · 29 ene.

Why the Guardian will no longer accept fossil fuel advertising



Why the Guardian will no longer accept fossil fuel advertising
Support Guardian journalism today, by making a single or recurring
contribution, or subscribing
[theguardian.com](#)

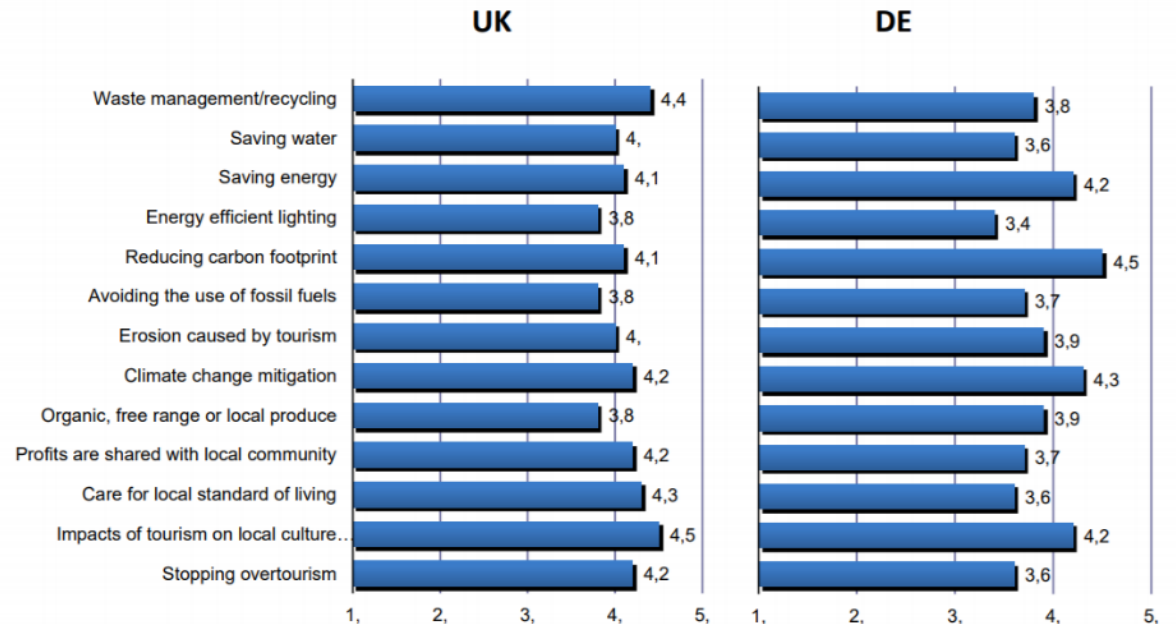
Benchmarkkaa kiinnostavien matkanjärjestäjien nettisivuja eri maista

- Forum Anders Reisen
- Kuoni
- TUI International
- Aurora Zone
- Different Road (esp)

Osallistu mahdollisuuksien mukaan Suomeen järjestettävien FAM-trippien ohjelmiin.

Kartoita potentiaaliset kumppanit, osallistu markkinointiin, ole aktiivinen.

Which aspects of sustainability rank highest in your opinion?



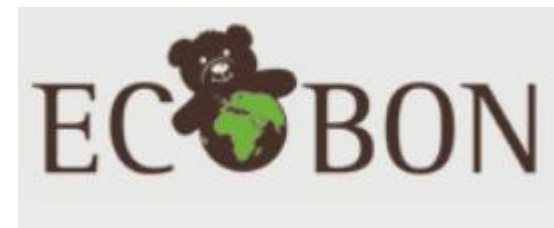
Arctic Sustainable Destination – UK and German market surveys



29

Vastuullinen matkailuyritys, mitä jos osallistaisit asiakkaasi?

Martins Hotels lisätietoa
ja video [>>](#)



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.

Miten voitte osallistaa vieraat/asiakkaat tekemään yhdessä vastuullisia tekoja?

- Aamiaisella ja ravintolassa kivalla tavalla kerrottu ruokahävikistä (miten paljon on tullut säästöjä, miten vieraat voivat vaikuttaa: ota kerralla vähemmän, laita tarjolle pienempiä maistelupaloja, anna mahdollisuus ostaa aamiaiselta retkievää)
- Luontoretkellä tai kokousvieraille roskien keruuta, marjojen ja sienten poimintaa, tulen teon opettamista (oikealla tavalla) →
- Kerro, miten sähköä ja vettä voi säästää ja houkuttele vieraat ideoimaan uusia tapoja säästää (tiimalasi kylpyhuoneessa)
- Tehdään yhdessä paikallista ruokaa ja käsitöitä – paikallisen osaajan kanssa, joka voi samalla kertoa taustoja ja tarinoita
- Houkuttele vieraat piirtämään/maalamaan kaunein muisto oleskelun ajalta, ikuistamaan sen. Näin saat kerrottua kivalla tavalla, miten tärkeää on, että nuo kauniit paikat ja hetket säilyvät myös tulevaisuuden kävijöille
- Lämmitä sauna yhdessä, tehkää polttopuut, lisätkää puita, käykää läpi saunomisen vaiheet ja kerro luontoyhteydestä ja kulttuurin säilyttämisen merkityksestä (anna vieraiden kirjoittaa saunanlämmityksen ja saunomisen ohjeistukset omalla kielellään)

Järjestäkää ideointikilpailuja yms.

Kertokaa, miksi tiettyjä asioita tulee kunnioittaa ja miksi tietyllä tavalla tulee toimia (esim. kuljetaan merkittyjä reittejä pitkin, jotta suurin osa luonnosta säilyy koskemattomana)



Esteettisyys ja paikallisuus palveluketjussa

- Käytetäänkö paikallisia / suomalaisia tuotteita ja **onko koko palveluketju vastuullinen:**

- **Miten teille pääsee**
- Rakennukset / sisustus (kunnioitetaanko/suositaanko paikallista)
- Henkilökunnan vaatetus (onko ajatuksella valittu)
- Myytävät tuotteet (paikallisuus, eettisyys)
- Tarjoilut ja astiat (paikallisuus, lähituotanto, kestävyys)
- Yrityslahjat / matkamuistot (paikallisuus, harkittuja)
- Erityisryhmät (miten huomioidaan, esteettömyys yms)
- Asenne (rohkeasti vastuullisia, kannustus)

Huom: joskus muualta tehty on vastuullisempi ta perustellumpi valinta. Kerro myös tästä!

Tunne asiakkaasi



Vastuullisuus



Matkailu kuuluu kaikille



BUSINESSFINLAND.FI

Matkailu kuuluu kaikille!

Ketään syrjimätön, kaikkia koskeva matkailu (inclusive tourism) on...

Pysähdy asian äärelle

- [Hae mukaan STF-ohjelmaan](#)
- Hyödynnä eOpas (saat linkin heti sähköpostiin, kun olet täyttänyt hakemuksen, tarkista myös roskaposti)
- Kun hakemus on käsitelty, saat linkin online-alustalle. Sitä odotellessa voit jo tehdä seuraavat vaiheet, kaikki tämä viedään alustalle:
 - Tee yrityksen sisäinen päätös siitä, että sitoudutte osallistumaan Sustainable Travel Finland – ohjelmaan (pöytäkirjan ote Oy:lta)
 - Tee vastuullisuussuunnitelma, voit hyödyntää [tätä sähköisesti täytettävää kirjasta](#)
 - Viesti vastuullisista teoista ja ideoista
 - Valitse sertifikaatti ja aloita sen hakuprosessi
- Tee nettisivuilla selkeä alisivu tai muu helposti löydettävä kohta: Vastuullisuus | Yrityksen arvot tms. suomeksi/ruotsiksi ja muilla toiminnan kannalta mielekkäillä kielillä
- [Mood of Finland | vastuullisuus](#)



moodoffinland.fi/esittely/vastuullisuus/

Mood of Finland Etusivu Palvelut Esittely **Vastuullisuus** Mood of Learning Blogi

Mood of Finlandin vastuullisuussitoumus

Mood of Finland sitoutuu viestimään positilivista matkailun vaikutuksista negatiivisia vähättelemättä.

Mood of Finland sitoutuu viestimään avoimesti työ- ja lomamatkoista ja osallistuu ilmastotalkoisiin.

Vuoden 2019 Mood of Finlandin (ja omistaja Anu Nylund) lennot olivat seuraavat:

- 2 x Helsinki- Malaga- Helsinki: päästöt noin 1200kg CO2 (Aurinkorannikon Matkaopaskoulu)
- 1 x Helsinki-Alicante ja paluu Barcelona – Helsinki 500kg CO2 (Matkailudiili palvelukokeilut)
- 1 x Helsinki-Kittilä – Helsinki 220kg CO2 (Pallas-Yllästunturin valmennus)
- 1 x Helsinki-Ivalo-Helsinki 220kg CO2 (Matkailudiili palvelukokeilut)

Lennoista aiheutuneet päästöt ovat yhteensä Finnairin laskuria käyttäen (eniten päästöjä aiheuttavan kaluston käytön mukaan) 2140 kg CO2

Muut matkat on tehty junalla ja bussilla, muutama työmatka autolla saavutettavuuden haasteiden vuoksi. Matkustuspäiviä yhteensä noin 80 päivää vuonna 2019, myös pohjoiseen Suomeen tehty useampi matka.

Ei erillisiä lomalennoja, työ- ja vapaa-ajanmatkat yhdistetään. Kotimaassa lomailua pääasiassa julkisilla ja jonkin verran autolla. Työssä ja vapaalla käytettävään autoon tankataan mahdollisuuksien mukaan uusiutuvaa, jätteistä tehtyä MyNeste- dieselä (ajoa noin 10 000km/vuosi)

Finnairin ohjeiden mukaan vuoden 2019 lentojen kompensatio olisi 3 x 2€ (Euroopan lennot) ja 2 x 1€ (kotimaan lennot) eli yhteensä 8€.

Mielestämme tämä ei ole riittävää tukea ilmastotalkoisiin. Kehitämme Rakkauden metsä – konseptia Luonnonperintösäätiön kanssa. Istutamme symbolisen Mood of Finlandin Rakkauden puun ja ohjaamme tukemme maksamalla 500€ Luonnonperintösäätiölle ikimetsien suojeluun vuonna 2019. Summalla suojellaan 1000m2 ikimetsää. Tiedostamme, että 1000m2 ikimetsää ei riitä sitomaan kaikkia lentojen aiheuttamia päästöjä, mutta aloitamme tällä summalla ja kerromme joka vuosi avoimesti, miten jatkamme valitsemallamme tiellä.

Ensin tulee tehdä valintoja, joilla päästöjä vähennetään ja rinnalla tukea hankkeita, joilla päästöjä vähennetään ja hiilinielujen määrää lisätään. Lue lisää: [Kompensointi ei ole ratkaisu...](#)



+ Totuudellisuus

+ Ilo

+ Läsnäolo

- Kestävyys

Erityisen vahvasti meillä toteutuu kestävyys ekologisuuden kautta. Kaikissa tiloissamme on kuivakäymälät, lajittelemme ja kierrätämme jätteet sekä korjaamme vanhan vanhaa kunnioittaen; tähän liittyy myös kulttuurin vaaliminen ja olemmekin entisöineet vanhoja rakennuksiamme esi-isiemme kulttuuriperintöä kunnioittaen. Monet tarinamme nousevat paikan ja tilan historiasta. Taloudelliseen kestävyteen lukeutuu myös mm. puutarhasta ja luonnosta kerätyt hedelmät, marjat, sienet sekä järvestä pyydyt kalat. Kestävä matkailu on asia, josta emme tingi!

+ Palvelulupauksemme

Fazerilla vastuullisuus on keskeinen osa strategiaa, joka keskittyy hyvinvointiin, nautintoihin ja kädentaitoihin kestävä kehityksen huomioiden. Yritysten odotetaan yhä enenevässä määrin löytävän ja luovan ratkaisuja meidän kaikkien hyväksi. Fazer Experience -vierailukeskuksessa vastuullisuus on jo luontaisesti huomioitu kaikessa tekemisessä.

Tässä joitain esimerkkejä:

- Vierailukeskuksen rakennus on tehty kestävään aikaan ja kulutusta - sekä kotimaista työtä että materiaaleja on suosittu niin suunnittelussa kuin rakentamisessakin
- Tilat ovat esteettömät
- Lämmityksessä tarvittava määrä biokaasua valmistetaan Fazerin tuotantojätteestä
- Valaisuun käytettävä määrä energiaa tulee viereisen toimistorakennuksen katolla olevista aurinkokennoista
- Näyttelykierroksella voi tutustua mm. seuraaviin teemoihin: terveellinen ruoka, aivojen hyvinvointi, kierrätys, ruokahävikki, rauhanvälitys, Itämeri ja kestävä viljely
- Sisä- ja ulkopuutarhat kertovat luonnosta ja tarjoavat mahdollisuuden oppia uutta
- Yhteistyöhankkeet oppilaitosten ja lähialueen toimijoiden kanssa, mm. kädentaitotyöpajat
- Myymälän tuotevalinnoissa huomioidaan paikallisuus
- Keittiössä, cafessa ja myymälässä syntyvät jätteet lajitellaan huolellisesti ja myös vierailijoita kannustetaan samaan
- Muovisia kertakäyttöastioita tai muovikasseja ei käytetä

Psst! Myymälässä on alue, jossa on tarjolla vaihtuva valikoima tuotteita, jotka syystä tai toisesta myydään tarjoushinnoin. Jossain päiväs lähenee ja toisissa pakkaus ei ole aivan täydellinen. Haluamme tuoda ne myyntiin asiakkaittemme iloksi, jottei turhaa hävikkiä syntyisi.



Grännäs Storgård – rustholli 1700 -luvun puolivälistä

Anna Pryts-niminen leski Korppoon kartanosta rakennutti vuonna 1760 Grännäs Gårdin päärakennuksen. Hän oli jäänyt leskeksi ja sen takia tarvitsi itselleen uuden kodin. Vuonna 1771 Nauvolainen Mikael Hindriksson osti yhdessä isänsä Hindrik Perssonin kanssa Grännäs Gårdin. Hieman myöhemmin Mikael otti Granqvistin myös sukunimekseen. Tila on sen jälkeen periytynyt aina isältä pojalle tähän päivään asti. Nykyinen omistaja Mikael on kahdeksannen sukupolven Granqvist, joka hoitaa perinteikästä perhetilaa.



Suomessa matkailustrategian tavoitteita ohjataan ja jalkautetaan Visit Finlandin toimesta.

Sustainable Travel Finland – ohjelma ja merkki tulee olemaan yhteinen tapa markkinoida Suomea vastuullisen matkailun kärkimaana.

VISIT FINLAND – VASTUULLISUUTEENTUKEA,
TUTKIMUSTA JA VINKKEJÄ:
[VASTUULLISUUS](#)

“Nature has taken care of us for millions of years and now it’s time for us to take care of it in return. By taking the Sustainable Finland Pledge you make a promise to respect and treasure the Finnish nature, its inhabitants and culture during your visit”

Tämän voit käydä allekirjoittamassa jakaa eteenpäin:

[SUSTAINABLE TRAVEL PLEDGE](#)



Sisäinen viestintä ja perehdytys. Kaikkien tulee toimia vastuullisesti -> toiminnan tulee olla linjassa viestinnän kanssa

HI!

ORIENTATION PLAN

WELCOME ON BOARD!

We are happy you decided to be part of our team!

1



THIS IS OUR COMPANY

Strategy, business idea and values of the company

2



CUSTOMER SERVICE

This is our customer service promise. You find here also our plan in case of failure or unexpected situations.

3



WEI

Who are we! Roles, responsibility, rights of each person working together.... Also the official rules and rights (salary, working hours)

4



SECURITY AND SAFETY

You find the safety plan and security instructions here...

5



RESPONSIBILITY

You find here our manual how to put sustainable development into action and what is your role.

6



WELLBEING

We appreciate staff and want to support them to feel good. This is how we encourage you.

Kuva: Mood of Finland



Sinulla on varmasti hyviä
nostoja vastuullisuudesta,
aloita vastuullisuudesta
viestiminen jo tänään!

Twitter | Facebook | Instagram | LinkedIn

Puhu aiheesta kasvokkain kohtaamisissa –
missä vain, kenen kanssa tahansa.

Vaikuttajamarkkinointi ja hyvänä esimerkkinä
toimiminen ei tarkoita, että on täydellinen.

#vastuullinenmatkailu
#sustainabletravelfinland

#responsibletourism

#sustainabletourism

Toivottavasti tavataan uudestaan ja päästään
vaihtamaan ajatuksia tärkeästä aiheesta!
Seuraillaan toisiamme SoMe:ssa 😊

Anu Nylund
Mood of Finland Oy
Matkailu- ja koulutuspalvelut

- www.moodoffinland.fi | www.rakkaudenmetsa.fi
- Twitter: @AnuNy
- Instagram: @mood_of_finland @rakkaudenmetsa
- LinkedIn: Anu Nylund
- Youtube: Mood of Finland
- FB: Mood of Finland | Rakkauden Metsä – Love Forest Finland

#vastuullinenmatkailu #moodoffinland #sustainabletravelfinland
#rakkaudenmetsä #loveforestfinland

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

