

Työkaluja vastuullisuuteen ja viestintään

Vastuullisen matkailuyrityksen käsikirja



Visit Finland

Miksi?

Matkailu on kasvava, globaali teollisuudenala, jonka positiiviset vaikutukset tunnistetaan. Matkailun menestyksen mittareina käytetään matkailijamääriä, yöpymisvuorokausia, vientituloihin verrattavia tuloja, matkailun muille toimialoille, kuten vähittäiskauppaan aiheuttamia kerrannaisvaikutuksia, työpaikkojen määriä ja näiden kasvuprosentteja.

Menestyneet matkailuyritykset toimivat strategisesti ja tavoitteellisesti toimintasuunnitelmien, tulokorttien, budjettien ja tuloslaskelmien mukaisesti. Matkailun tuloksia ja menestystä mitataan siis vahvasti määrällisten ja taloudellisten mittareiden avulla.

Yrityksen menestys pohjaa taloudelliseen menestykseen, mutta sen rinnalla tämän ajan yrityksen on syytä osoittaa vastuullisuutta myös muiden kestäväen kehityksen osa-alueiden osalta. Taloudellinen, ekologinen ja sosiokulttuurinen kestävyys täydennettynä eettisellä ja turvallisella toiminnalla muodostavat toinen toistaan tukevan pohjan menestyvälle yritystoiminnalle.

Matkailijat ja yhteistyökumppanit tekevät valintoja arvopohjaisesti ja haastavat matkailualan yrittäjät tulevaisuudessa vielä näkyvämmiin kertomaan yrityksen taustalla vaikuttavista arvoista. Vastuullisesti toimiva yritys, joka osaa kertoa toiminnastaan ja arvoistaan asiakkaiden toivomalla tavalla, on tulevaisuuden menestyjä. Jotkut kansainväliset matkanjärjestäjät vaativat jo nyt yhteistyökumppaneiltaan vastuullisen toiminnan suunnitelmia tai sertifikaatteja yhteistyösopimuksen liitteeksi.

Kestävällä tavalla toimiminen tarkoittaa yleensä myös taloudellista säästöä ja toiminnan vakauttamista. Suurin osa yrityksistä toimii vastuullisesti, mutta siitä tiedottaminen on saattanut jäädä tekemättä. Vastuullinen matkailu ei ole matkailun muoto, vaan tapa toimia, ja on kaikkien yritysten ja organisaatioiden asia.

Etu- ja takakannen kuva: Janne Ylitalo

Aukeaman kuva: Lauren Bath

Mitä?

Vastuullinen **toiminta** on merkityksellisin tapa mitata yrityksen vastuullisuutta. Toiminta vaatii strategista suunnitelmallisuutta, prosessien kirjaamista ja toimintasuunnitelmien jalkauttamista henkilöstölle. Vastuullisuudesta on järkevää kertoa yhteistyökumppaneille ja asiakkaille kaikissa kohtaamisen vaiheissa ja osoittaa toiminta tekoina palvelutilanteissa.

Vastuullisuus perustuu tietoon, tiedon soveltamisena käytäntöön ja toimintaan, jatkuvaan omavalvontaan ja lopuksi vastuullisuudesta tiedottamiseen markkinointiviestinnän keinoin. Annetut lupaukset pitää lunastaa ja teot puhuvat aina puolestaan.

1. **Tietoa** voi hankkia osallistumalla koulutuksiin, lukemalla ja benchmarkkaamalla muita
2. **Tietoa sovelletaan käytäntöön** tekemällä yritykselle kestävän kehityksen suunnitelma ja muut tarpeelliset dokumentit kuten turvallisuussuunnitelma ja turvallisuusasiakirja toiminnan tueksi. Apuna kannattaa käyttää valmiita pohjia ja lopuksi halutessaan hakea olemassa olevaa, omalle liiketoiminnalle soveltuvaa sertifikaattia
3. **Suunnitelmien vieminen toimintaan** varmistetaan systemaattisella perehdyttämällä ja henkilöstön sitouttamisella yrityksen arvoin ottamalla kaikki mukaan jo suunnitteluvaiheessa
4. **Vastuullisuuden omavalvonta** on osa jatkuvan kehittämisen suunnitelmaa, jonka taustalla ovat henkilöstöltä ja asiakkailta saadut palautteet sekä jatkuvan koulutuksen kautta saatava uusin tieto
5. **Vastuullisuudesta tiedotetaan markkinointiviestinnän** keinoin sekä yrityksen sisällä että ulospäin

Suomessa on tarjolla **useita ympäristöohjelmia**, joihin sisältyy sertifiointi. Suosittelemme lämpimästi jokaiselle kansainvälisille markkinoille tähtäävälle tai jo siellä toimivalle yritykselle johonkin **kestävän kehityksen** ohjelmaan liittymistä ja sertifiointia sekä sertifiointilogon mukaan ottamista yrityksen viestintään.

Sertifiointi tuo yritykselle strukturoiden ja järjestelmällisen ja helpon tavan kehittää toimintaansa kestävästi. Sertifiointilogolla voi kertoa asiakkaalle tekemästään ympäristötyöstä ja ohjelmat tuottavat yrityksille erilaisia työkaluja viestinnän avuksi.

Tutusta tarjolla oleviin sertifiointeihin www.visitfinland.fi -> **Vastuullisuus -> Ympäristösertifioinnit.**

Tässä oppaassa tarjoamme kestävyden huomioimiseen työkalut, joiden avulla voi ottaa ensimmäiset askeleet kohti kestävästä kehitystä, vastuullista toimintaa ja siitä viestimistä.

Miten?

- Työkalut tekemisen tueksi

Vastuullisuus ei ole stabiili tila, josta voi tehdä suunnitelman nyt ja antaa asian sitten olla. Suunnitelmia tulee päivittää ja uskaltaa haastaa toimintaa kertomalla rohkeasti tulevista tavoitteista myös kestävän kehityksen osa-alueiden osalta. Lomakkeet ja ohjeistukset ovat ladattavissa sähköisesti ja niitä voi päivittää.

- 1) Ensimmäinen työkalu on nykyhetken tarkasteluun, tuleviin tavoitteisiin ja niiden päivittämiseen tarkoitettu **suunnitelma**
- 2) Toinen työkalu on **situmus**, jonka voi liittää yrityksen henkilöstön perehdytysmateriaaliin
- 3) Kolmas työkalu on markkinointisuunnitelman **suunnitelmapohja**

Tartu rohkeasti haasteeseen ja ole edelläkävijöiden joukossa!

Työkalu 1: Vastuullisen yrityksen suunnitelma

Aihe	Mikä on lähtötilanne?	Mitä voidaan tehdä toisin?	Mitä tehdään ensin?	Aikataulu	Vastuuhenkilö	Mitä tehdään seuraavaksi?	Aikataulu	Vastuuhenkilö	Kuittaus
<p>Jätehuolto: Mitkä kierrätetään?</p> <p>Missä keräyspisteet asiakkaille?</p>									
<p>Jätehuolto: Jätteen minimointi - ruokahävikki, kertakäyttöpakkaukset ja -astiat</p>									

Aihe	Mikä on lähtötilanne?	Mitä voidaan tehdä toisin?	Mitä tehdään ensin?	Aikataulu	Vastuuhenkilö	Mitä tehdään seuraavaksi?	Aikataulu	Vastuuhenkilö	Kuittaus
<p>Vesi: Miten veden kulutusta seurataan (onko esim. vuodoista tiedottava järjestelmä)?</p> <p>Säästötoimenpiteet</p>									
<p>Vesi: Veden käytön säätely (hanat, WC-säiliöt) ja tiedotus</p>									

Työkalu 2: Vastuullisen yrityksen sisäinen sitoumus

Vastuullisen yrityksen sitoumus, jonka voi liittää yrityksen henkilöstön perehdytysmateriaaliin

Kokoa yrityksen vastuullisesta suunnitelmasta ne kohdat, jotka yrityksessä koetaan kaikkein tärkeimmiksi tai jotka vaativat eniten kehittämistä. Kaiken ei tarvitse olla valmista heti, asiakkaat arvostavat halua kehittyä ja hakea ratkaisuja!

Käy sitoumukset läpi vähintään kerran vuodessa ja tee uudet tavoitteet yhdessä henkilöstön, asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Sitoumus on hyvä julkaista myös nettisivuilla ja laittaa näkyville yrityksen asiakastiloihin.

Viereisellä sivulla olevia esimerkkejä voi käyttää apuna.

Meidän yrityksemme sitoutuu alla oleviin vastuullista matkailua edistäviin lupauksiin:

- ✓ Vähennämme jätettä
 - Vastuuhenkilö:
 - Mittaustulos, pvm:
 - Tavoite, pvm:
 - Miten tavoitteeseen päästään:

- ✓ Vähennämme veden kulutusta
 - Vastuuhenkilö:
 - Mittaustulos, pvm:
 - Tavoite, pvm:
 - Miten tavoitteeseen päästään:


- ✓ Siirrymme vaihtoehtoiseen energiantuotantoon ja vähennämme energiankulutusta
 - Vastuuhenkilö:
 - Nykyinen energianlähde:
 - Mitä vaihtoehtoisia energiaa siirrymme käyttämään:

 - Pvm:

- ✓ Käytämme luomua ja lähituotteita mahdollisimman paljon
 - Vastuuhenkilö:
 - Mitä luomua ja lähellä tuotettua käytämme:

- ✓ Huolehdimme turvallisuudesta ennakoiden
 - Vastuuhenkilö:
 - Kaikilla työntekijöillä on EA-koulutus
 - Kaikilla työntekijöillä MaTuPa
 - Varmistamme yhteistyökumppaneiden turvallisuuden/miten:

- ✓ Huomioimme paikalliset asukkaat.
 - Vastuuhenkilö:
 - Miten huomioiminen näkyy toiminnassa:



Työkalu 3: Vastuullisen yrityksen markkinointi- viestinnän suunnitelma

Kuva: Jaakko Tähti

Markkinointiviestinnän suunnitelma

Matkailijat ja yhteistyökumppanit arvostavat yhä enemmän yrityksiä, jotka huomioivat kestävyiden toiminnan suunnittelussa ja toimivat vastuullisesti. Monet kansainväliset matkanjärjestäjät asettavat yhteistyön ehdoksi yrityksen vastuullisuuden. Monet toimijat kyselevät sertifiointeja, ja yrityksen kannattaakin rakentaa vastuullisuus seuraavan polun mukaisesti:

1. Osallistu vastuullisen matkailun koulutukseen, etsi tietoa kirjoista, internetistä ja sosiaalisesta mediasta ja päivitä osaamista
2. Tee yrityksen vastuullisen toiminnan suunnitelma
3. Selvitä, mikä ympäristö- tai kestävän kehityksen ohjelma, sertifiointi tai kriteeristö on yritykselle kaikkein hyödyllisin ja ota se käyttöön yrityksessä.
4. Jalkauta yrityksen suunnitelma koko henkilöstölle ja sisällytä vastuullisuus perehdytysmateriaaliin
5. Tee vastuullisuudesta näkyvää markkinointiviestinnän keinoin

Tee toimintasuunnitelma:

Mitä tehdään	Tarkennettu suunnitelma	Vastuuhenkilö	Aikataulu	Huomiot
Perusosaaminen/ koulutus vastuullisesta matkailusta				
Mikä ympäristö- tai kestävän kehityksen ohjelma, sertifiointi tai kriteeristö?				
Perehdytys ja sisäinen tiedotus				
Miten viestitään ulospäin*)				

*) Tee markkinointiviestinnän suunnitelma.

- Missä ja miten vastuullisuudesta kerrotaan
- Kuka on vastuussa sisällöntuotannosta, päivittämisestä ja jaosta
- Kuka vastaa sisäisestä viestinnästä ja mitä kanavia käytetään

Vastuullisuus yrityksen eri kanavissa

Parhaan näkyvyyden asialle saa internetsivujen kautta. Lisäksi kannattaa jakaa uutisia sosiaalisen median kanavien kautta. Jos vastuullisuus on hyvin näkyvillä internetsivuilla, on sivujen linkkiä helppo jakaa eri kanavissa.

Vinkkejä sisällön tuotantoon:

Rakenna internetsivuille oma osio vastuullisuudelle.

- Otsikoi Vastuullisuus-osio kestävän kehityksen osa-alueiden mukaan:
 - o Ekologinen
 - o Taloudellinen
 - o Sosio-kulttuurinen
 - o Eettinen
 - o Turvallisuus
- Valitse ne otsikot, joista voitte yrityksenä antaa esimerkkejä
- Kerro, miten yrityksessä huomioidaan kestävä kehitys suunnittelussa ja miten vastuullisuus näkyy toiminnassa
- Kerro esimerkkejä, nosta asiakaspalautteita mukaan ja lisää kuvia
- Älä lupaa sellaista, mitä yrityksessä ei oikeasti tehdä
- Voit kertoa myös tavoitteista, joihin yritys on sitoutunut
 - o Käy katsomassa #sitoumus2050 mahdollisuudet, liity mukaan ja kerro, millä tavalla yritys on sitoutunut yhteiseen kampanjaan
- Jos yritys toimii yhteiskuntavastuullisuuden periaatteilla ja esim. lahjoittaa rahaa johonkin kohteeseen, kannattaa sekin kertoa
- Lisää sivulle sertifiointin logot ja muut mahdolliset yhteistyökumppanit (esim. jos yritys on sitoutunut tukemaan Reilun matkailun yhdistystä tms.)
- Muista myös eri kieliversiot. Tuota sisältö vähintään englanniksi
- Benchmarkkaa muiden yritysten sivuja

Yhä useampi matkailija valitsee palveluntuottajan arvopohjaisesti, etsii tietoa ja ostaa sieltä mistä tieto on helposti löydettävissä. Käytä hyödyksi matkailijoiden palautteet ja kommentit sosiaalisessa mediassa ja kasvatusten. Muista myös kiittää saamastasi palautteesta, kommentista ja somejaoista.

Anna matkailijalle mahdollisuus vaikuttaa ja kokea tekevänsä merkityksellisiä valintoja. Ohjaa ja opasta matkailijoita ympäristötekoihin ja toimimaan vastuullisesti.

Menestystä tekemiseen!



Visit Finland

Tämä käsikirja on painettu ympäristöystävälliselle FSC-sertifioidulle paperille.