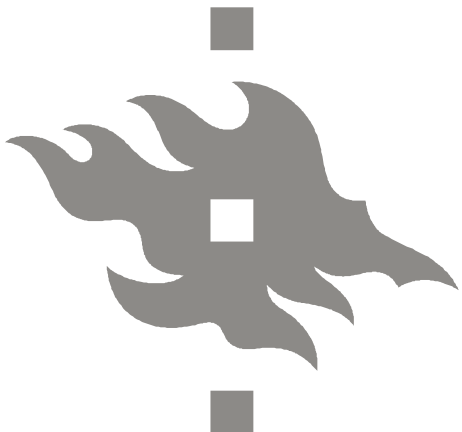


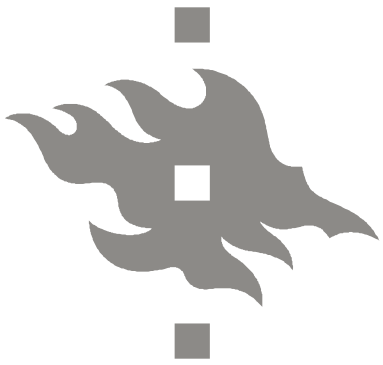


Vastuullisuus matkailussa – viestinnällä näkyväksi

Hevosmatkailun herättelypäivä – elämykset palveluiksi

Mikkeli 6.6.2018

Hanna-Maija Väisänen



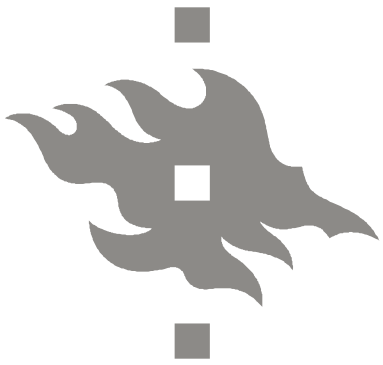
Sisältö

Vastuullisuus matkailussa

Hevosmatkailun vastuullisuus

Vastuullisuuden viestintä

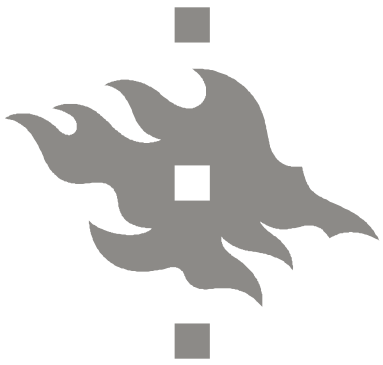
Mitä ja miten kertoa vastuullisuudesta?



Kestävä matkailu

Maailman matkailujärjestön (World Tourism Organization, UNWTO) mukaan: *“Matkailu on kestävää, kun se ottaa huomioon matkailun nykyiset ja tulevaisuuden taloudelliset, sosiaaliset ja ekologiset vaikutukset, huomioiden niin matkailijoiden, matkailualan, ympäristön sekä kohdeyhteisöjen tarpeet”*. (UNEP & WTO 2005)

Kestävän matkailun määritelmässä tuodaan esille neljän tahon tarpeet ja toiveet: matkailijoiden, matkailuyrityksien, paikallisyhteisön ja ympäristön.



Vastuullinen matkailu

Vastuun ottamista kestävyuden kehittämiseksi matkailussa!

Toiminta kestävän kehityksen saavuttamiseksi.

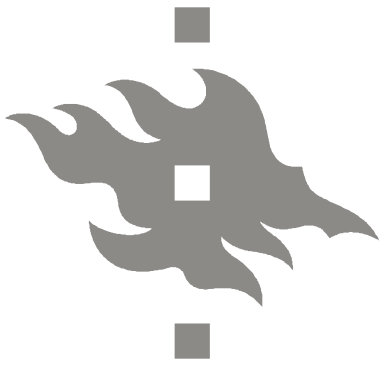


Mitä vastuullisuus on konkreettisesti matkailussa?

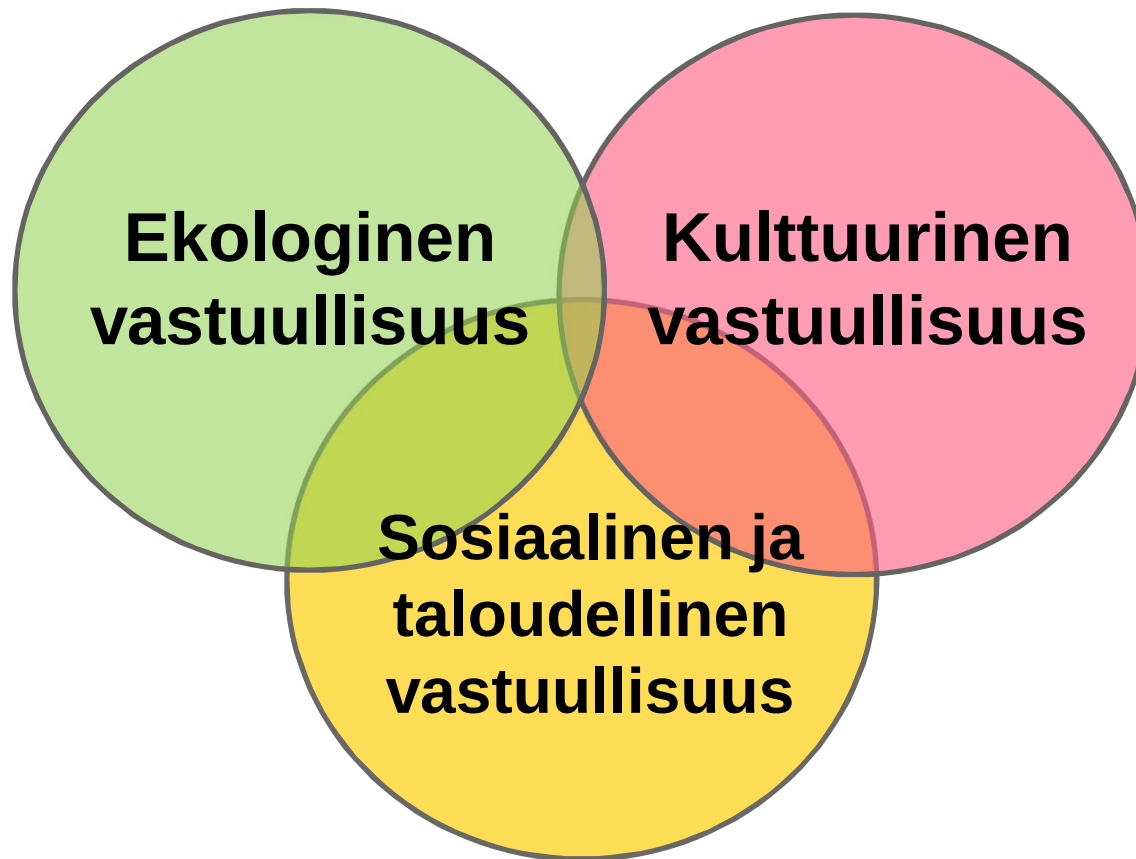


Kuva: Hanna-Maija Väisänen

- Suomessa toimitaan lähtökohtaisesti vastuullisuuden periaatteiden mukaisesti
 - ”Piilossa” oleva vastuullisuus
- Eniten konkreettisia toimia on ekologisessa vastuullisuudessa
- Haasteita: matkailijoiden lomakäyttäytyminen, paikallisyhteisön huomioiminen ja taloudellisten tavoitteiden saavuttaminen



Vastuullisuuden ulottuvuudet





Ekologinen vastuullisuus matkailussa

Ne yrityksen toimenpiteet, jotka

- mahdollistavat resurssien tehokkaan käytön ja vähäpäästöisyyden (energia, vesi, jätteet)
- suojelevat ja säilyttävät
 - o luontoa ja sen monimuotoisuutta
 - o rakennettua ympäristöä
 - o maisemia



Kuva: Hanna-Maija Väisänen



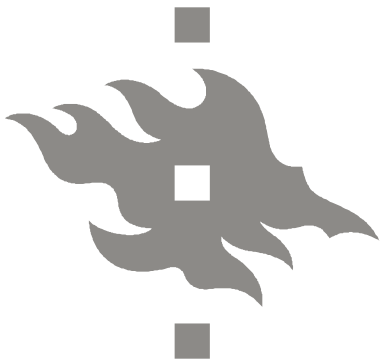
Esimerkkejä



Kuva: Pixabay



Kuvat: Hanna-Maija Väisänen



Ekologinen vastuullisuus hevosmatkailussa



Kuva: Hanna-Majja Väisänen

- Reittien suunnittelu ja toteutus
 - Kasvillisuuden, maaperän kulumisen minimointi
 - Vieraslajien leviämisen estäminen (lanta)
- Lannan sijoittaminen (energia, lannoite)
- Matkailijoiden liikkuminen (oma auto, joukkoliikenne vai muu)
- Erityisesti massatapahtumissa: jätteet, vesi
- Lähiruoka, luomuruoka



Tapahtumiin



Pour vos manifestations, utilisez des éco cups plutôt que des verres en plastique jetables. Elles permettent de réduire les déchets plastiques de 280 tonnes par an environ.

During your events, using eco cups rather than disposable plastic glasses. It reduces plastic waste by around 280 tonnes per year.



©Equirando2008

Prenez votre verre contre caution, utilisez le pendant l'événement, gardez le ou rapportez le à la fin de la journée. Les verres sont ensuite lavés à 90° et réutilisable pour d'autres événements. Les éco cup sont personnalisables !



Take your glass against deposit, use it during the event, keep it or bring it back at the end of the day. The glasses are then washed at 90 ° and reusable for other events. The eco cups are customizable!

ECO CUP



Un verre à réutiliser ou à garder
A reusable or keep glass



Sosiaalinen ja taloudellinen vastuullisuus matkailussa

- Matkailun sosiaalisen vastuullisuuden lähtökohta on, että **matkailutoiminta sopeutetaan huomioiden paikallisväestön toiminta.**
- Rakennettu infrastruktuuri (tiet, vesijohdot ja viemärit) ja palveluiden monipuolistuminen hyödyttää myös paikallisia.
- Huomioidaan kaikki matkailijat erottelematta heitä sukupuolen, uskonnon, kansalaisuuden tai muun ominaisuuden perusteella.



Sosiaalinen ja taloudellinen vastuullisuus matkailussa

- Matkailun tulisi hyödyttää aluetta taloudellisesti
 - paikallisten työllistäminen, paikallinen omistajuus
- Matkailun tuomien hyötyjen ja haittojen tulisi jakautua laajasti paikallisyhteisössä ja eri intressiryhmien kesken.
- Työtekijät: oikeudenmukaisuus, työolosuhteet



Esimerkkejä



SOSIAALIPEDAGOGINEN HEVOSTOIMINTA

Sosiaalipedagogisessa toiminnassa korostuu kokemuksellisuus, elämyksellisyys ja yhteisöllisyys. Hevostoiminta on konkreettisesti tallilla tapahtuvaa toimintaa jossa opetellaan vuorovaikutustaitoja, tunnistamaan ja käsittelemään tunteita ja tunteita. Se sopii syrjäytyneille ja syrjäytymisen uhan alla oleville. Toiminnan keskipisteenä on hevonen, jonka hyvinvoinnista huolehtiminen antaa raamit toiminnalle ja jonka kautta asioita voidaan peilata omaan elämään, esim. ruokailun tai puhtauden merkitys. Hevosen kanssa toimiminen on voimaannuttava kokemus, josta saa lisää voimaa ja rohkeutta jokapäiväiseen elämään.

Pipsa on suorittanut Sosiaalipedagogisen hevostoiminnan koulutuksen (25op) Etelä-Pohjanmaan opistossa vuonna 2012.



Purola Farm

SOKOS HOTELS



MENU



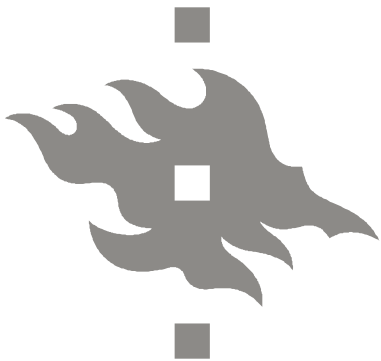
ESTEETTÖMYYS

Vaakunasta löytyy 3 erikoisvarusteltua huonetta.

Kylpyhuoneessa invavarustus: madalletussa suihkussa apukaiteet ja istuin, korotettu wc-istuin, johon pääsee pyörätuolilla.

Kuva: Hanna-Majja Väisänen



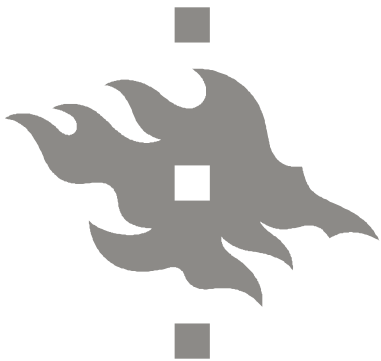


Sosiaalinen ja taloudellinen vastuullisuus hevosmatkailussa



Kuva: Noora Ruuth, Luontotaipale

- **Hevosten hyvinvointi**
- **Turvallisuus**
- Reittien suunnittelu ja sopiminen paikallisten kanssa
- Yleisten ja yksityisten teiden käyttö
- Paikallisten palveluiden käyttäminen
- Ammattimainen liiketoiminta



Kulttuurinen vastuullisuus matkailussa

Vastuullinen matkailuyrittäjä

- o ymmärtää kulttuurin ilmentymisen eri muodot ja niiden merkityksen paikallisen asukkaan ja yhteiskunnankin näkökulmasta ja
- o säilyttää ja edistää kulttuuria sen hyödyntämisen avulla.



Kuva: Vesa Rouhiainen

Matkailuyritykset voivat löytää uudelleen ja elvyttää unohduksissa olleita tapoja ja taitoja.



Esimerkkejä



Kuva: Hanna-Maija Väisänen



Kuva: Hanna-Maija Väisänen

TILAN HISTORIA

Ylä-Tihtarin tila on Oittilan kylän kantatila, joka on ollut perustamisvuodestaan 1561 asti saman suvun hallussa ja sen isäntäparina jo viidennessätoista sukupolvessa toimivat nykyään Mari ja Samuel Uusitalo.

Tila sijaitsee peltoaukeiden ympäröimänä Päijänteen rantamaisemissa keskeisellä paikalla Oittilan kylällä.

Ylä-Tihtarin rakennuskanta on pääosin 1800-luvulta. Pihapiiri koostuu useista rakennuksista, joihin kuuluvat päärakennus vuodelta 1867, riviaitta, kaksikerroksinen kaiteellinen aitta, kaksi otsallista yksinäisaittaa joista ainakin toinen voidaan varmuudella sijoittaa 1700-luvulle, viljamakasiini, varastoaitta, paja, riihi, navetta ja entinen talli. Pihapiirin uudempaa rakennuskantaa edustaa väentupatyypinen piharakennus sekä saunarakennus.

Pihapiiri onkin suojelukohde, jonka aittoihin kerätty kotimuseo tarjoaa kouriintuntuvan kosketuksen eilispäivän arkeen. Hirsiseinien suojissa on esillä edustava talonpoikaisesineiden kokoelma, johon on mahdollisuus tutustua tilauksesta.



Kuva: Hanna-Maija Väisänen



Kulttuurinen vastuullisuus hevosmatkailussa



Kuva: Hanna-Maija Väisänen

- Hevosiin liittyvän tietotaidon ylläpitäminen ja välittäminen
- Suomenhevoset
- Maaseutu à maaseudun elämän ja paikallisuuden esiin tuominen "oikealla" tavalla



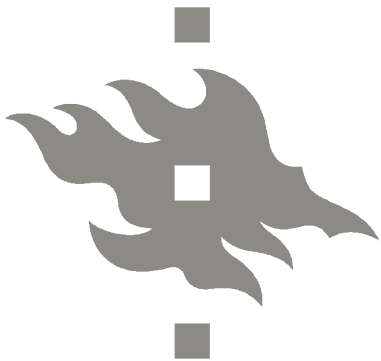
Vastuullisuus viestinnällä näkyväksi

- Laadukkaan mielikuvan luominen
- Luotettavuuden, arvostuksen lisääminen
- Asiakkaiden houkuttelu, yhteyden luominen
- Matkailijan syyllisyyden tunteen vähentäminen
- Koulutuksellinen/opetuksellinen ulottuvuus

**Kaikessa vastuullisuusviestinnässä:
todenmukaisuus ja selkeys!**

+

Matkailussa: asiakasnäkökulma!



Vinkkejä vastuullisuusviestintään

1. Viesti tulisi **suunnata lukijalle**

- Puhuttele asiakasta, mitä asiakas voi tehdä ja mitä hän saa.

2. Viestissä tulee käydä ilmi, kuinka **asiakas hyötyy** vastuullisuudesta

(Pasanen, 2017)



Kuva: Hanna-Maija Väisänen



Vinkkejä vastuullisuusviestintään

3. Viestin tulee olla **tunteisiin vetoava**

- Käytä sanoja, jotka vetoavat tunteisiin.

4. Viestin tulee olla **uskottava** ja todisteita korostava

- Kerro rehellisesti omasta toiminnastasi, tuotteistasi ja arvoistasi
- Tuo esiin sertifikaattiasi. Kerro kriteerit niiden saamiseen tai linkitä alkuperäiseen lähteeseen.

(Pasanen, 2017)



A grid of 48 various eco-certification logos, including Ecolabel, Green Globe, Fair Trade Tourism, and others.



Vinkkejä vastuullisuusviestintään

5. Viestin tulee olla **houkutteleva / suostutteleva**

"Olemme kunnostaneet vanhan tallin perinteitä kunnioittaen, jotta sinäkin voit kokea menneen ajan tunnelman."

6. Viestin tulisi **vedota sosiaalisiin normeihin**

Hyödynnä sellaisia normeja / asioita, joihin asiakkaasi voivat samaistua ja näin ollen käyttäytyvät helpommin normin mukaisesti / toivotusti.

"Enemmistö vieraistamme käyttää pyyhkeensä uudelleen."

7. Viestin tulisi olla **aktiivisessa muodossa**

Kehota asiakasta osallistumaan/toimimaan, kohdista viesti hänelle.

(Pasanen, 2017)



Vinkkejä vastuullisuusviestintään

8. Viestin tulisi **korostaa elämystä**

Kerro mitä kaikkea asiakas voi ”kokea” luonasi.

”Saavu bussilla, jotta voi paremmin nauttia maisemista.”

9. Viestin tulee olla **täsmällinen**

On hyvä olla siinä määrin täsmällinen, että toimet eivät vaikuta viherpesulta, mutta tässäkin kohtaa tunteisiin vetoaminen ja asiakkaan hyödyn korostaminen toimivat.

10. Hiilijalanjäljestä viestiminen: mieluiten **kuvio/kaavio**, joka on jo tuttu kuluttajille (esim. kodinkoneiden energiatehokkuus)

(Pasanen, 2017)



CERTIFICATE

Category: *** Hotel

Gasthof Schnabl
8931 Landl

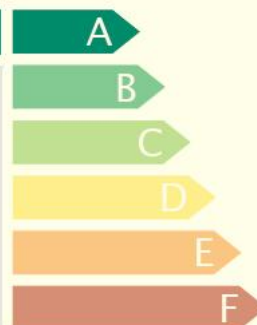
With the Viabono carbon-hotel-calculator and using a method developed by CO₂OL, the carbon footprint of the above named business was calculated and classified:

Climate efficiency class **A**

Climate friendly

8,35 kg CO₂ / Overnight stay

Area	CO ₂
Mobility	2,23 t
Building	6,83 t
Food & Beverage	8,71 t
Print	0,005 t
Cleaning	0,43 t
Other	1,62 t
Safety margin	3,975 t
Total	23,80 t



Harmful to climate

Please note that the emissions from the conference and SPA services, as well as from the restaurant, cannot be included into calculation of the climate efficiency classes due to fair benchmarking. The emission value including the conference- and SPA services is 30,25 t CO₂ (10,61 kg CO₂/ overnight stay). For the compensation the total of emissions is always taken into consideration.

certified by:



Helge B. Diet
Rösrath, 05.07.2017

valid until



<http://www.ghschnabl.at/en/carbon-footprint/>



ST MICHEL  14.7.2013



MENU

Saimaan tapaslautanen
eteläsavolaisista alkupaloista 



Porsaanposkia
Ristiinalaista juustokuorrutettua perunaa 
Tummaa yrttikastiketta

Mikkelissä valmistettua St Michel
-chorizomakkaraa 
Valkosipuli-perunasalaattia

Kaskimiehen härkäpataa
Uuniperunaa

Haudutettua kuhaa
Kantarellikastiketta
Ristiinalaisia uusia perunoita 



Marsalkkaleivos

Kahvi / tee



SaimaaMenu

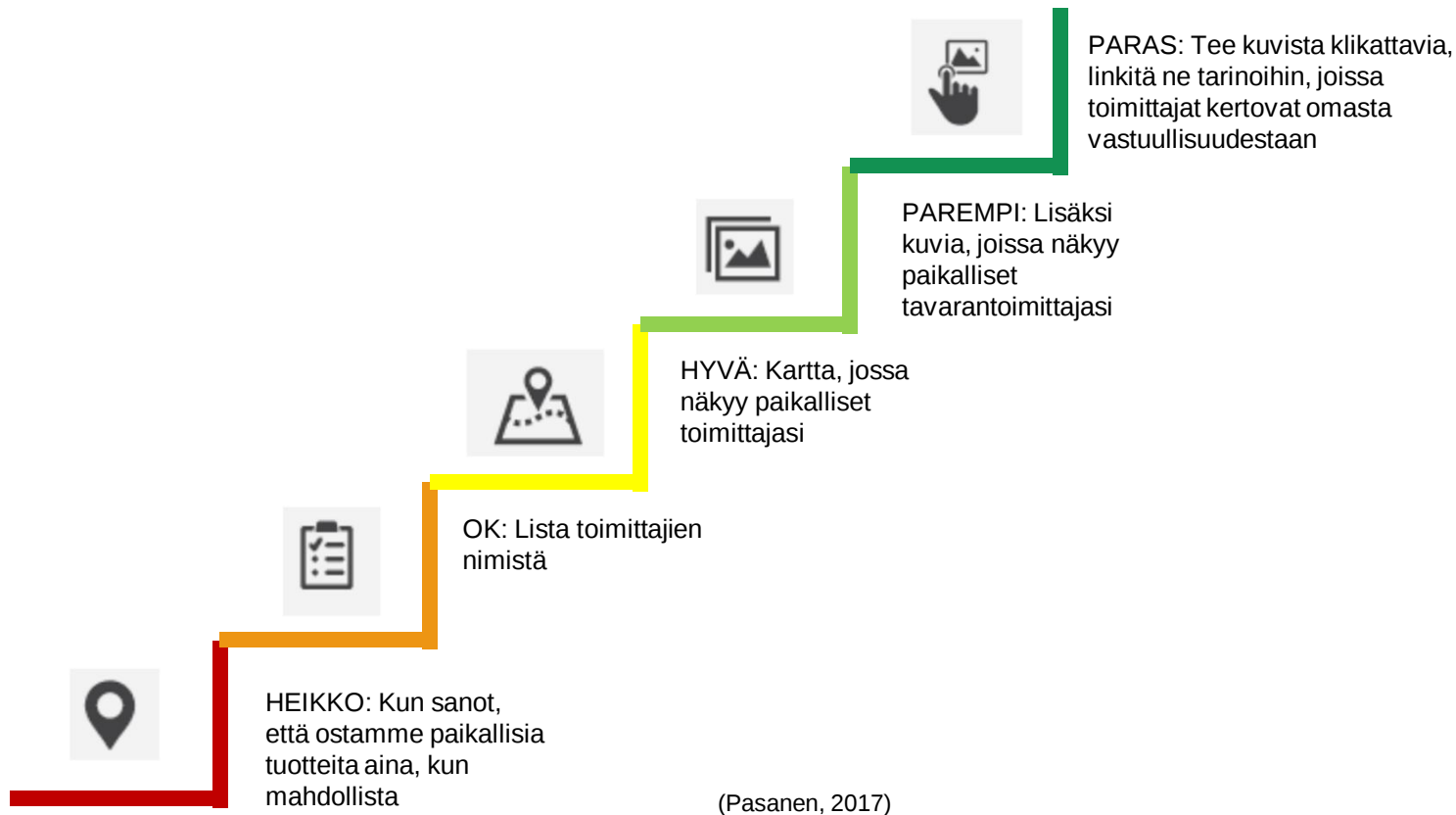
Pääraaka-aine ja valmistaja Saimaan alueelta **tai**
valmistaja Saimaan alueelta ja pääraaka-aine Suomesta.

The main ingredient and producer from the Saimaa region **or**
the producer from the Saimaa region and main ingredient
from Finland.

Основные продукты и производитель из региона Саймаа **либо**
производитель из региона Саймаа, а продукты из других районов
Финляндии.



Kerro vastuullisuudesta – esimerkiksi paikallistuotteista





Lähteet

- Carcia-Rosell, J-C & Äijälä, M. 2017. Lapland Tourists' Views on Animals Working in Tourims.
<https://blogi.eoppimispalvelut.fi/elma/files/2018/02/Lapland-Tourists%E2%80%99-Views-on-Animals-Working-in-Tourism.pdf>
- Pasanen, K. 2017. Näin viestit kestävydestä ja vastuullisuudesta. Tietopaketti matkailuyrityksille.
https://www.slideshare.net/Uef_mot/nin-viestit-kestvyydest-ja-vastuullisuudesta
- Tolvanen, A., Kangas, K., Törn, A. ja Siikamäki, P. 2007. Hevosvaellusreitit ja laskettelurinteet vieraslajien leviämisreitinä. Metlan työraportteja 52: 174–182.
<http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2007/mwp052-15.pdf>
- UNEP & WTO. 2005. Making tourism more sustainable – A guide for policy makers. Paris: UNEP.

LISÄLUETTEVAA:

Kestävyyskompassi – Maaseutumatkailuyrittäjän käsikirja. Saatavilla:
https://www.jamk.fi/globalassets/tutkimus-ja-kehitys--research-and-development/jamkin-julkaisut/pdf/jamkjulkaisu1922014_web.pdf



Kiitokset!

Hanna-Maija Väisänen,
KTM

Helsingin yliopisto Ruralia-
instituutti Mikkeli

044-3001216

hanna.maija.vaisanen@helsinki.fi

