

Liisa Kokkarinen
Helsinki



Visit Finland



SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND™

MISSÄ MENNÄÄN, KESTÄVÄN MATKAILUN SUOMI?

STF-ohjelman vaikuttavuusarvio 2024

What's up with Visit Finland and the travel industry
04/12/2024

8 DECENT WORK AND
ECONOMIC GROWTH



12 RESPONSIBLE
CONSUMPTION
AND PRODUCTION



13 CLIMATE
ACTION



Visit Finlandin vuonna 2018 teettämä kysely osoitti, että:

83%

kannatti ajatusta
kansallisesta kestävästä
matkailun ohjelmasta.

75%

oli kiinnostunut
kestävän matkailun
valmennuksesta.

STF-ohjelman kehitys RRF-kaudella

”Suomi on johtava kestävän matkailun kohtemaa. Luomme lisäarvoa yhteiskunnalle ja asiakkaillemme ainutlaatuista luontoamme ja kulttuuriamme vaalien. Suomi on tiedostavan matkailijan ykkösvalinta”.

2021

STF-ohjelma pilotoidaan 2019 & lanseerataan 2020, mukaan lukien digitaalinen Kestävän matkailun opas
Ensimmäiset syventävät STF-jatkovalmennukset konseptoidaan
100 STF-merkkiä

2022

Kestävän matkailun indikaattorijärjestelmä osaksi STF-ohjelmaa
Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism –ilmastojulistus allekirjoitetaan ja allekirjoittaneiden yhteistyö käynnistyy
Kansallisten vierailija- ja asukaskyselyjen pilotointi
STF-tilastoraportti käyttöön
200 STF-merkkiä

2023

Ensimmäinen Kestävän matkailun tila – vuosikertomus julkaistaan
Ensimmäinen Ilmastotoiminta-suunnitelma julkaistaan
STF-ohjelma osaksi opintosuunnitelmia
STF Hubin lanseeraus
Hiilikuri CO2-laskuri osaksi STF-ohjelmaa
1000 yritystä mukana STF-ohjelmassa
350 STF-merkkiä

2024

Destinaatiotason CO2-laskentamallin pilotointi
STF-reittien lanseeraus
Kestävän matkailun oppaassa 17 lukua
Visit Finland Akatemiassa 15 valmennusta
Baku Declaration on Enhanced Climate Action in Tourism
Ilmastotoimintatiekartta julkaistaan
Lähes 1500 mukana STF-ohjelmassa
Lähes 500 STF-merkkiä

2025

EU regulaatio
Viestintä
Sisäinen integrointi
? STF-merkkiä?



STF tarkoittaa näkyvyyttä

STF-tarjonta viestinnässä etusijalla.

Tavoitteena on tehdä kestävästä matkailusta uusi normi.

Visit Finland viestii vastuullisesta matkailutarjonnasta monikanavaisesti:

- Tapahtumat
- Messut
- Jäsenyydet
- Kumppanuudet
- Matkanjärjestäjät
- FAM matkat
- Mediatyhteistyö
- Uutiskirjeet
- VF.com
- Sosiaalinen media

COP29

The inclusion of “Climate Action in Tourism” in the UN Climate Change COP29 Action Agenda for the first time, represents a milestone for an important economic sector such as tourism

UN Tourism

Kiitos!

LIISA KOKKARINEN

Head of Sustainable Development

Liisa.kokkarinen@businessfinland.fi



Visit Finland



**SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND**



**Euroopan unionin
rahoittama**
NextGenerationEU

Sustainable Travel Finland -ohjelman vaikuttavuus

WHAT'S UP WITH VISIT FINLAND AND THE TRAVEL INDUSTRY –SEMINAARI 4.12.2024

Arvioinnin tausta, tavoitteet ja toteutus

- **Tausta:** Vuonna 2020 lanseeratun STF-ohjelman ensimmäinen vaikuttavuusarviointi. Ohjelma kattaa noin 1300 yritystä ja 70 destinaatiota. Arvioinnin tilaaja oli Business Finland.
- **Arvioinnin tavoitteet:** STF-ohjelman vaikuttavuusarvioinnissa on tarkasteltu, kuinka hyvin STF-ohjelma on vastannut sille asetettuihin tavoitteisiin, minkälaisia lyhyen aikavälin vaikutuksia ohjelmalla on ollut eri toimijoihin ja kestävän matkailun kehitykseen, sekä minkälaiset vaikuttavuuden edellytykset ohjelmalla on tulevaisuudessa.
- **Aikataulu ja toteutus:** Arviointi toteutettiin syyskuu–marraskuu 2024 välisenä aikana, ja siitä vastasi 4FRONT Oy. Arviointitiimin rinnalla toimi matkailualan asiantuntijat Lapin yliopistosta ja Lapin ammattikorkeakoulusta.
- **STF-ohjelman arviointikriteerit:**
 - Relevanssi
 - Koherenssi
 - Tehokkuus
 - Tuloksellisuus
 - Vaikuttavuus
- **Menetelmät ja aineistot**
 - **Dokumenttianalyysi:** Lähteinä mm. ohjelmavalmisteluun liittyvä aineisto, ohjelmasuunnitelmat, kustannuslaskelmat ja ohjelmassa aiemmin toteutetut kyselyt.
 - **Haastattelut (10 kpl):** Taustahaastattelut ohjelman lähtökohdista, toteutuksesta, tuloksista sekä vaikuttavuudesta. Syventävät haastattelut ohjelman vaikutuksista yksittäisen matkailualueen toimintaan ja kestävyYTEEN.
 - **Kyselyt:** STF-ohjelmaan osallistuneet/osallistuvat yritykset ja destinaatiot ml. STF-merkin saaneet. Yritysvastaaajia 180 kpl (vastausprosentti 23 %), destinaatiovastaajia 25 kpl (vastausprosentti 42 %).



STF-ohjelman kehitys

2018

2019

2020

2021

2022

2023

STF-ohjelman kehittäminen

Kestävän matkailun
nykytila, haasteet ja
kehittämistarpeet -
selvitys

Benchmark selvitys (UK,
Saksa)

Jakelukanava-kartoitus

Kestävän matkailun
kv-ohjelmien
benchmark (GSTC, Norja,
Slovenia)

STF-ohjelman pilotointi

Kestävän matkailun
opas pilottikäytössä

STF- perusvalmennuksen
konseptointi

Sustainable Finland
pledgen lanseeraus

STF-ohjelman
lanseeraus

STF-merkki
06/2020

STF-onlinealustan
käyttöönotto

Kestävän matkailun
oppaan digiversio

Vuonna 2020 ohjelman
lanseeraus + STF-merkki.

STF-ohjelma

Ohjelman
esittelyaineistot

Inklusiivisen matkailun ja
kestävän ruokamatkailun
opas

Ensimmäisten STF-
jatkovalmennuksien
lanseeraus

STF tilastoraportin
(dashboard)
käyttöönotto

Hiilikurin käyttöönotto

Kestävän matkailun
indikaattorijärjestelmän
käyttöönotto asteittain

Glasgow'n
ilmastojulistuksen
allekirjoitus

Ammattikorkeakoulu-
yhteistyö käynnistyy

STF-matkailijakysely ja
STF-asukaskysely pilotointi

STF Hub lanseeraus

Kestävän matkailun tila -
raportti

Climate Action Plan

Uusia
valmennuksia (3 kpl)

Indikaattoridata
STF tilastoraporttiin

Kestävän matkailun
oppaan päivitys

Hiilikurin DMO-mallin
pilotointi

Kestävän matkailun tila -
raportti

Climate Action Plan

Vaihtoehtoinen ja
vähähiilinen
saavutettavuus -selvitys

Kestävän ja turvallisen
matkailun DMO-
valmennuskonsepti

STF-kohteisiin ja
tuotteisiin pohjautuvat
reitit (Routes)

Uusia valmennuksia
(5 kpl)

Vuonna 2022 Hiilikuri-työkalu ja 2023 STF
Hub (kestävän matkailun kehityspolku
digitaalisessa muodossa osallistujille) +
Kestävän matkailun tila –raportti
(ensimmäinen)

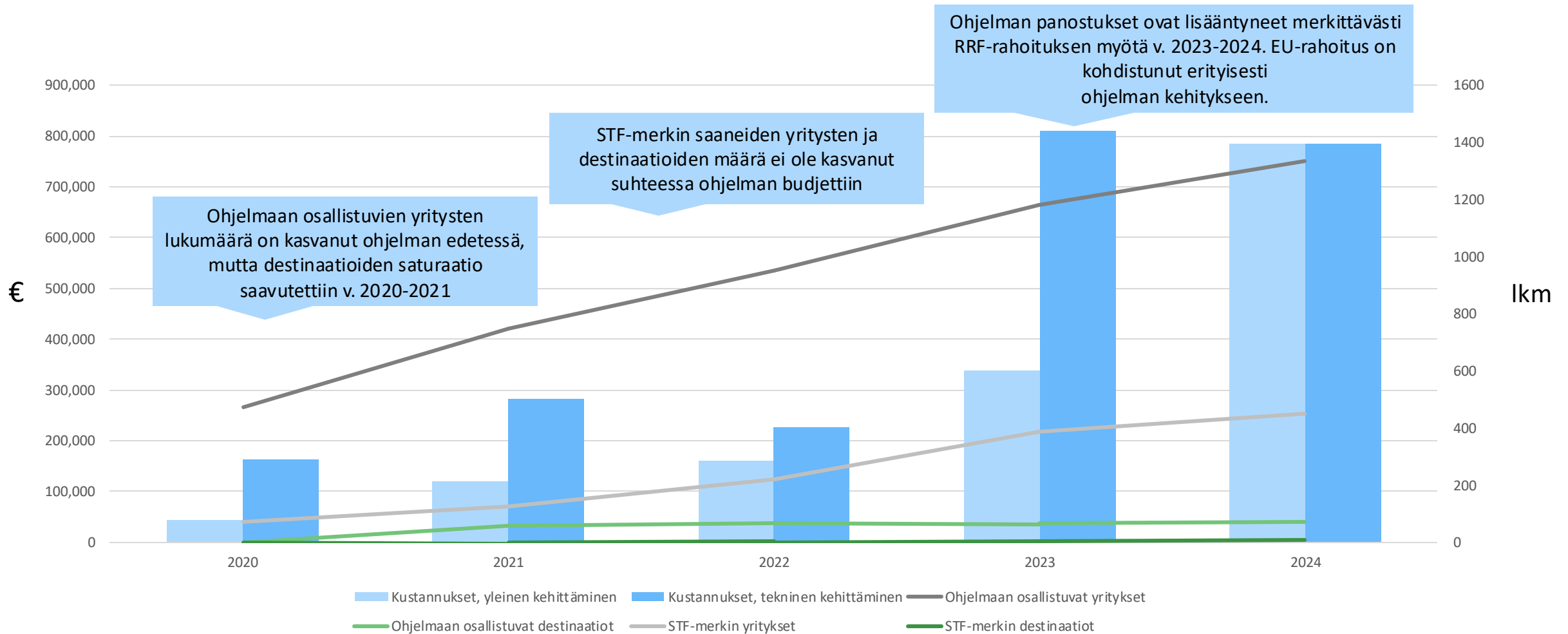
Suhteellisen pitkä ja
perusteellinen
valmisteluvaihe.

Kehittäminen ja päivitystyö: indikaattorityö, sertifiointiselvitykset, valmennukset, oppaat jne.

Ohjelmaviestintä (Visit Finland/STF-kanavat), muut kansalliset kanavat/mediat, kansainvälinen viestintä

Tilaisuudet ja toimenpiteet kansallisella ja kansainvälisellä tasolla

Panostus vs. osallistujat



Ohjelmaan osallistuminen

- **Tärkeimmät tavoitteet STF-ohjelmaan liittymiselle** (yritykset ja destinaatiot) ovat:
 - tarve vahvistaa alueen/yrityksen kestävän matkailun osaamista
 - näkyvyys ja maine kestävän matkailun kohteena/toimijana
 - STF-merkin saavuttaminen
 - Visit Finlandin tarjoama markkinointituki
- **Sekä STF-ohjelman palvelut että kestävän matkailun kehittämisspolun askeleet koetaan hyödyllisiksi.**
 - Palveluista hyödyllisimpiä ovat STF Hub, itsearviointi, kestävän matkailun opas, valmennukset, klinikat sekä Hiilikuri. Destinaatiot kokevat yksittäisen palvelun hyödyllisemmäksi kuin yritykset.
 - Yrityksille hyödyllisimmät askeleet ovat sertifiointi, sitoutuminen ja osaamisen kasvattaminen ja i destinaatioille vastuullisuusviestintä sekä kehittämis- ja toimenpidesuunnitelma. Askelista haasteellisin on molemmille ryhmille mittaaminen sekä sertifiointi.

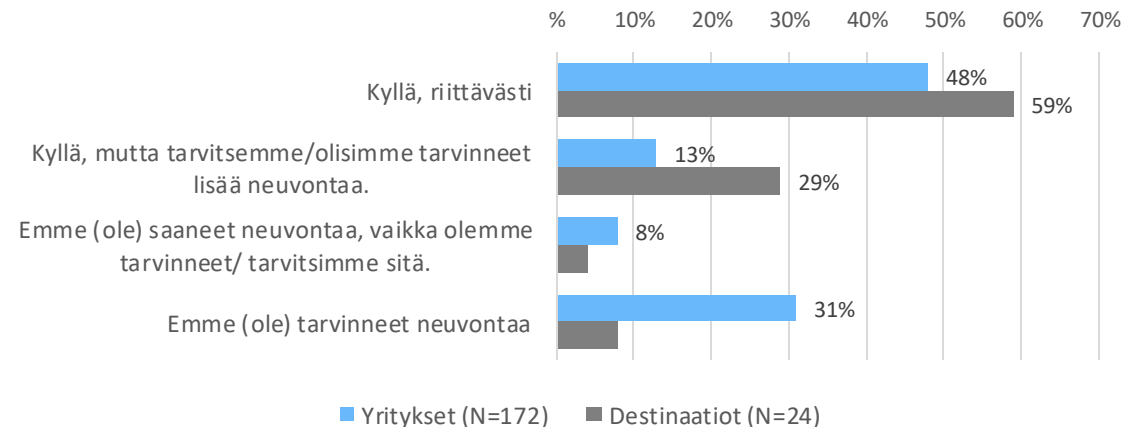
72 % yrityksistä ja 84 % destinaatioista on jokseenkin tai erittäin tyytyväinen STF-ohjelmaan.

40 % ohjelmaan osallistuneista yrityksistä on hyödyntänyt Business Finland-palveluita. TF-verkoston palveluita vielä harvempi (30 %).

Eteneminen kestävän matkailun kehittämisspolulla **edellyttää monelle pienelle yritykselle ulkopuolista osaamista/tukea.**

Visit Finlandin/STF-ohjelman neuvonta STF-merkin saavuttamiseksi on asiantuntevaa, mutta sitä ei ole riittävästi.

- Suurin osa yrityksistä (69 %) ja destinaatioista (92 %) on tarvinnut neuvontaa STF-merkin saavuttamiseksi. Joka kolmas destinaatio olisi tarvinnut neuvontaa lisää.



Kysymys: Oletteko saaneet/saitteko Visit Finlandilta neuvontaa STF-merkin saavuttamiseen?

Lähde: Arvioinnin kysely



Suorat vaikutukset

Yrityksille:

- Yleisin lisäarvo STF-ohjelmasta liittyy kestävyiden eri ulottuvuuksien kokonaisvaltaiseen ymmärtämiseen minkä lisäksi ohjelma on helpottanut kestävä matkailun toteutumisen mittaamista.
- Myös STF-merkin hyödyntäminen myynnissä ja markkinoinnissa korostuu
- Ohjelman vaikutukset matkailuliiketoiminnan kilpailukykyyn ja volyymiin eivät korostu.
- Ohjelma ei myöskään selkeästi kannusta hyödyntämään Business Finlandin ja Team Finland -verkoston tarjoamia palveluja.

Destinaatioille:

STF-ohjelman yleisin vaikutus destinaatiolle on

- kestävä matkailuliiketoiminnan osaamisen vahvistaminen alueella,
- alueellisen sitoutumisen edistäminen kestävä matkailuun, sekä
- kestävyiden eri ulottuvuuksien huomioiminen.

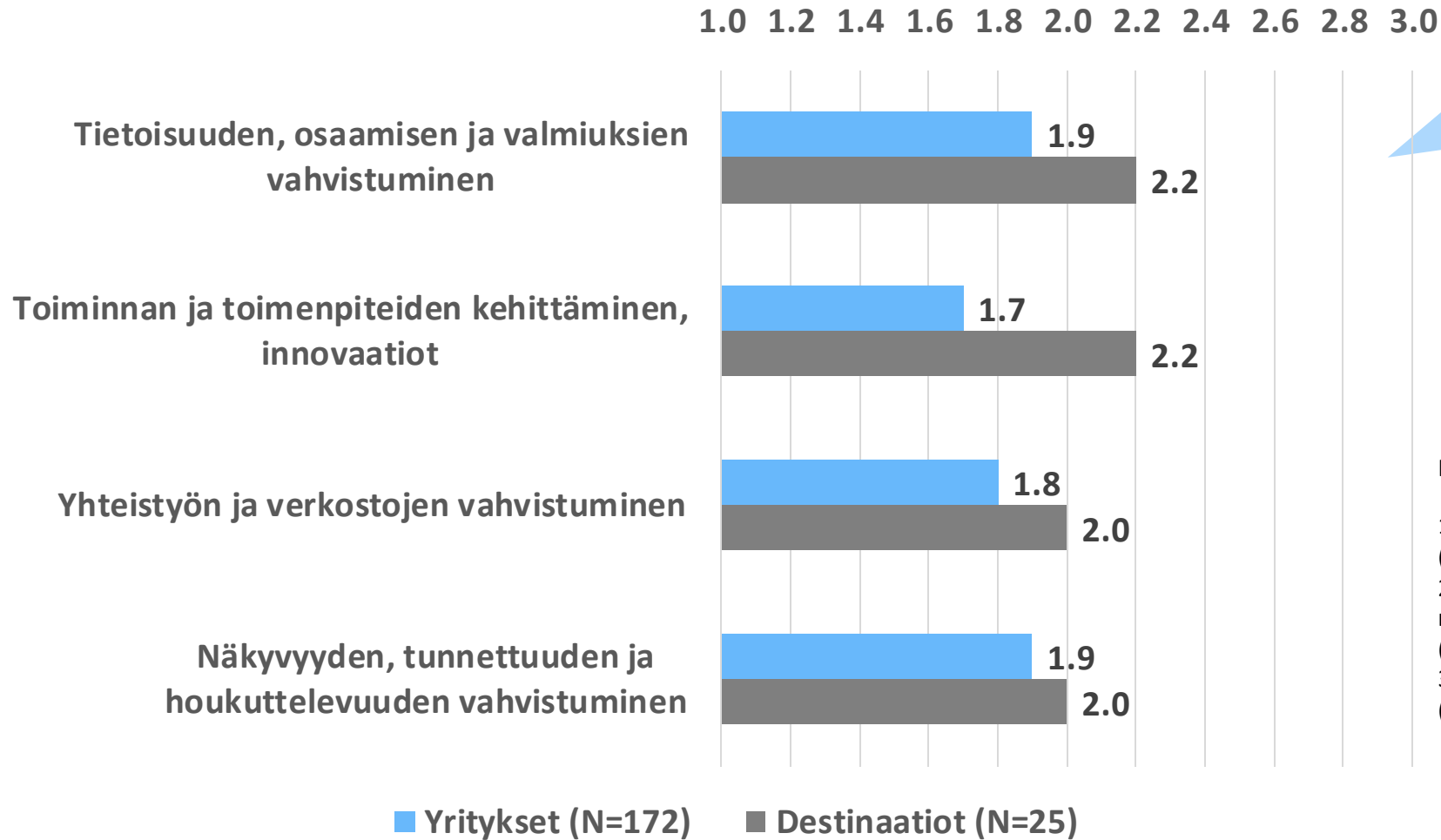
STF-ohjelman vaikutukset yrityksille



Kysymys: Missä määrin seuraavat väittämät vastaavat käsitystänne STF-ohjelman tarjoamasta lisäarvosta yrityksenne näkökulmasta? Asteikko 1-5, missä 1= Täysin eri mieltä... 5= Täysin samaa mieltä. N=172.



Osallistumisen erityinen lisäarvo



Ohjelman tuoma lisäarvo on ollut suurempi destinaatioille kuin matkailualan yrityksille.

Keskiarvo asteikolla:

- 1= Olisi toteutunut samalla tai muulla vastaavalla tavalla (STF-ohjelmalla ei juurikaan vaikutusta)
- 2=Olisi toteutunut pienempänä, myöhemmin tai toisella tavalla (STF-ohjelmalla jossain määrin vaikutusta)
- 3= Ei olisi toteutunut lainkaan (STF-ohjelmalla merkittävää vaikutusta)

Kysymys: Mikäli ette olisi osallistunut STF-ohjelmaan, missä määrin tai millä tavoin seuraavat seikat olisivat todennäköisesti toteutuneet kestävän kehityksen teemassa?



Ohjelman vahvuudet ja haasteet

Vahvuudet

- Ohjelma tarjoaa systemaattisen mallin vastuullisen matkailun kehittämiseen, minkä lisäksi se tukee kestävän matkailun tietoisuuden ja ymmärtämisen vahvistamista sekä yhteistä toimialakohtaista tavoitetta ja tekemistä.
- Ohjelman tarjoaa hyviä, hyödyllisiä työkaluja.
- Ohjelma on tärkeä, asiantunteva ja ajankohtainen, ja sen vahvuutena on ohjelman valtakunnallinen koordinaatio.
- Ohjelmalla on positiivinen brändi ja mielikuva. Ohjelma tarjoaa alan toimijoille yhtenäisen tunnuksen kestävän matkailun huomioimisesta.

Haasteet

- Ohjelmalla on laaja-alainen sisältö, joka on vuosien varrella edelleen kasvanut. Osallistuminen edellyttää suhteellisen suurta työmäärää sekä taloudellisia resursseja.
- Sekä yritykset että destinaatiot tarvitsevat tukea kestävän matkailun kehittämispolulla etenemiseen.
- Sertifikaattien päällekkäisyydet ja sertifikaattiviidakko kuormittavat –samoin STF-merkin uusiminen.
- Toimijoilla esiintyy vaikeuksia tunnistaa STF-ohjelman ja STF-merkin lisäarvoa ja vaikutuksia.
- Sekä yritysten että destinaatioiden keskuudessa ja niiden välillä sekä yhteistyössä STF-ohjelman kanssa on paljon potentiaalia, jota ei hyödynnetä.



Pääviestit

- STF-ohjelma **vastaa tärkeään yhteiskunnalliseen haasteeseen** kestävydestä matkailualalla. Ohjelma vastaa tähän haasteeseen hyvin.
- Ohjelmaan osallistuu suuri määrä matkailualan yrityksiä ja lähtökohtaisesti kaikki Suomen destinaatiot, mikä tukee ohjelman potentiaalista tuloksellisuutta ja vaikuttavuutta. **Osallistumispotentiaalia on edelleen** matkailuyritysten keskuudessa.
- Ohjelman **lähestymistapa on uudenlainen**, painottaen osaamisvalmiuksien kehittämistä ja alalle luonteenomaisten sertifikaattien hyödyntämistä. Ohjelman **toteutusmalli on räätälöity alan tarpeisiin**, missä mielessä ohjelma on esimerkillinen. Ohjelman kehittämispolun päätteeksi saavutettava STF-merkki ja polulla toteutettava erillinen, osallistujan valitsema sertifikaatti koetaan kuitenkin osittain päällekkäiseksi.
- Ohjelma on saavuttanut keskimäärin hyvin sille asetetut määrälliset tavoitteet. Myös ohjelman osallistujat ovat keskimäärin **tyytyväisiä ohjelman tuottamiin palveluihin, niiden laatuun ja ohjelman lähestymistapaan**. Ohjelman palvelut ja työkalut koetaan hyödyllisiksi, ja saatu neuvonta STF-merkin saavuttamiseksi asiantuntevaksi.
- Ohjelmakaudella ohjelman sisältö on kasvanut ja **toimintakonseptissa on joitakin merkkejä kasvun tuomista haasteista**. Ohjelman laaja sisältö aiheuttaa haasteita ohjelmaan osallistumisessa erityisesti pienille yrityksille. Ohjelma koetaan työlääksi erityisesti pienissä yrityksissä, mitä vahvistaa STF-merkin uusimista koskeva edellytys. **Sekä yritysten että destinaatioiden lähtökohdat ja resurssit vaihtelevat ja vaikuttavat kehittämispolulla etenemiseen**.
- STF-ohjelmalla on **vahvin vaikutus tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistumisessa kestäväen kehityksen teemassa**, ei niinkään matkailuliiketoiminnan kilpailukykyyn ja volyyymiin tai yritysten ja destinaatioiden näkyvyyteen. Ohjelma on tuonut **systemaattisuutta, yhtenäisyyttä ja selkeyttä** suomalaisen kestäväen matkailun kehittämiseen sekä tukenut alueellista yhteistyötä. Ohjelman **lisäarvo on ollut suurempi destinaatioille kuin yrityksille**.
- Matkailualan kansainvälisillä asiantuntijafoorumeilla kiinnostus STF-ohjelmaa kohtaan on selvästi vahvistunut. Ohjelma on kotimaan matkailualalla hyvin tunnettu ja tunnustettu, mutta sekä yritykset että destinaatiot kokevat **STF-ohjelman ja STF-merkin tunnettuudessa edelleen kehitettävää**. Ohjelman **lisäarvoa ja vaikutuksia on vaikea tunnistaa**, eikä ohjelman viestintä edistä näiden seikkojen esille tuomista.

