



**Arktisen kestävän matkailun
edistäminen**

Matkailu 4.0: Ympäri vuotisuutta tuotetarjontaa ja palvelurakenteita kehittämällä

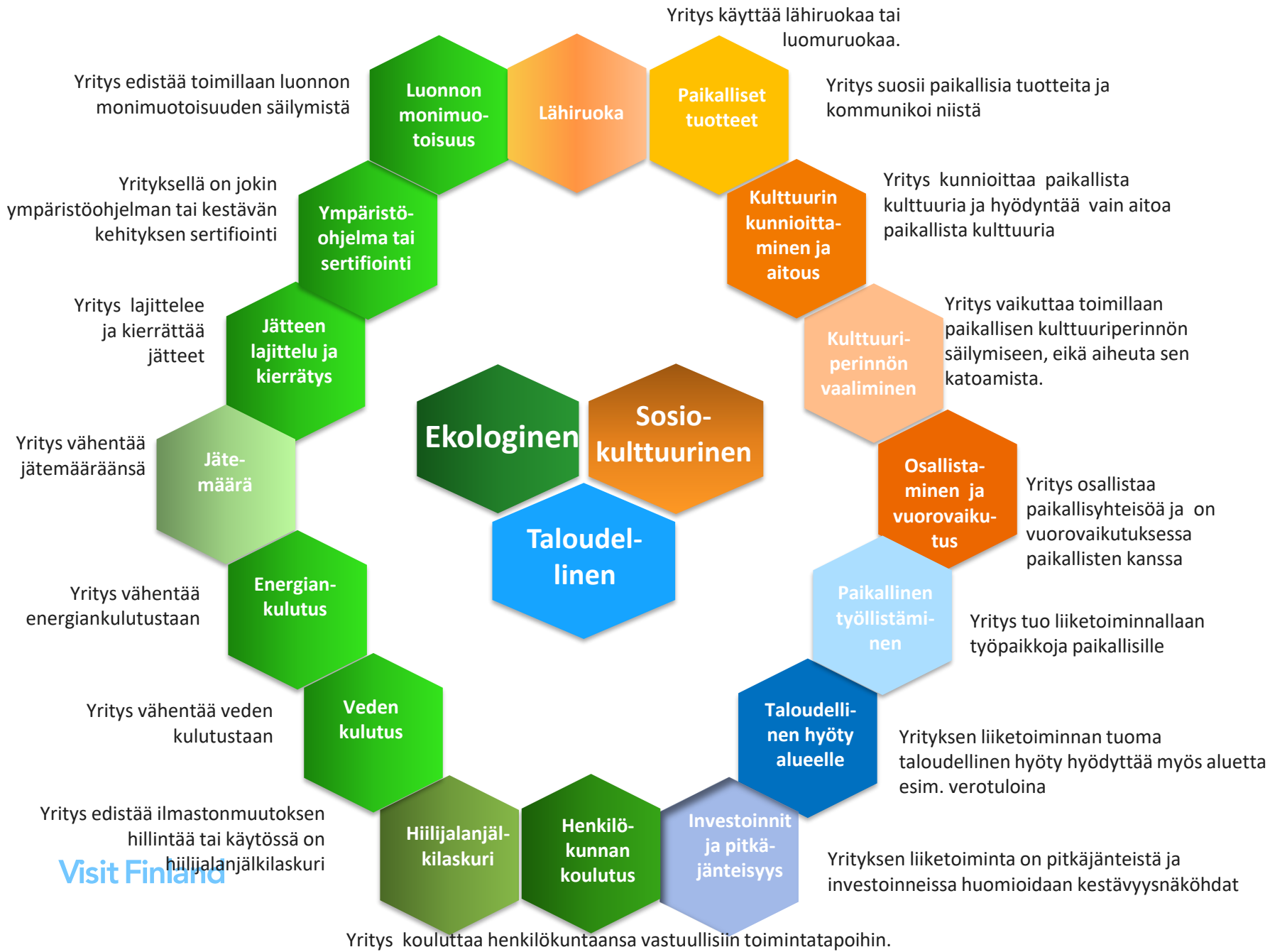
Suomesta yksi kestävä matkailun kärkimaista

600.000 € vuosille 2018-2019

Kestävyyden kolme ulottuvuutta

- Ekologinen
- Sosio-kulttuurinen
- Taloudellinen

Visit Finlandin kestävän kehityksen kriteerit



Arktisen matkailun kestävä kehityksen tavoitteita

1. Entistä kestävämmäksi kehittyvät **matkailu-destinaatiot (10)**
2. Vastuullisuuden **osaaminen ja toimintatapa lisääntyvät matkailuyrityksissä**
3. **Suomen tunnettuus vastuullisena** matkailun maana kasvaa
4. Matkailijoiden **yöpymisten kasvu** vastuullisesti toimivissa yrityksissä
5. Arktisen **biotalouden ja matkailun tuoma lisäarvo toisilleen** konkretisoituu (mm. arktinen ruoka, vesiluonnonvarat, uusiutuva energia ja puurakentaminen osana matkailukokemusta).

Arktisen matkailun kestävä kehityksen toimenpidesuunnitelma 2018–2019

1. Selvitykset ja kartoitukset

- **Kartoitetaan kestävät matkailuyritykset ja** selvitetään niiden kestävät käytännöt
- **Matkanjärjestäjien** suhtautuminen sertifiointeihin ja yritysten omiin kestävä kehityksen toimenpiteisiin
- Kestäviin matkailupalveluihin erikoistuneet **jakelukanavat.**

Tiedotuskampanja yrityksille, destinaatioille, kuntapäätäjille, jne.

Arktisen matkailun kestävä kehityksen toimenpidesuunnitelma 2018–2019

2. Kehittäminen

- Kestävän kehityksen ja vastuullisuusviestinnän **koulutuskokonaisuus** matkailussa ja sen rajapinnassa toimiville yrityksille ja destinaatioille. VF Akatemia.
- **Matkanjärjestäjiä koulutetaan** tuntemaan paremmin kestävä kehityksen kärkikohteet ja Suomen vahvuudet. Keinoina mm. fam tripit, workshopit jne.
- Luodaan ja lanseerataan **Sustainable Finland –merkki** (tavoite 1000 yritystä)

Arktisen matkailun kestävä kehityksen toimenpidesuunnitelma 2018–2019

3. Markkinointi ja myynti

- Kestävien kohteiden tuotteistus ja paketointi (mm. **kansallispuistojen /kulttuurikohteiden** kanssa).
- Edistetään kärkiyritysten **b2b myyntiä** (mm. **fam tripit ja networking-tilaisuudet**)
- **Markkinointikampanja matkailijoille some-kanavien kautta.** Hyödynnetään kärkituotekilpailussa kerättyjä TOP-tuotteita ja **koulutetaan matkailijoita** huomioimaan kestävä kehitys, erityisesti kulttuurinen kestävyys
- **Mediamatkat** kärkikohteisiin. Yhdistetään matkoihin myös muita viestiä tukevia aloja, kuten vahva **cleantech** -osaaminen, innovaatiot kiertotaloudessa sekä maailmanperintökohteiden verkosto jne.