



Vihreältä näyttää mutta kuinka vihreitä Ylläksellä todella ollaan? Vastuullisuussertifikaatit laittavat matkailualueen yritykset miettimään sekä kokonaisuutta että yksityiskohtia. Kuva: Christer Ådahl

Sertifikaattien merkitys kasvaa – matkailija kaipaa yrityksiltä vastuullisuutta

Visit Ylläs saavutti vastuullisuussertifikaatin ja kannustaa paikallisia yrityksiä hakemaan sertifiointia. Tukea hakuprosessiin on luvassa.

Yhä useampi matkailija edellyttää palveluntarjoajalta vastuullisuutta. Hankalasti tiivistettävään termiin sisältyy paljon osa-alueita, joiden hallinnan osoittamiseksi on syntynyt joukko sertifikaatteja.

– Sertifikaatit ovat keinoja sanoittaa asiakkaalle, että yritys toimii vastuullisesti, sanoo Visit Ylläksen toimitusjohtaja **Kati Vehmas**.

Hänen mukaansa yrityksen vastuullisuus on tärkeä kriteeri monissa maissa, joiden matkailijoita Ylläskin tavoittelee. Tällaisia ovat muun muassa Saksa, Hollanti ja Sveitsi. Myös kotimainen matkailija painottaa valinnoissaan yhä enemmän vastuullisuutta.

– Yritykselle on hirveän tärkeää viestiä asiakkaalle, että se toimii vastuullisesti. Suomalaisille tämä pystytään helpommin kertomaan ilman sertifikaatteja, kun taas ulkomaalaisille sertifikaatti on konkreettinen todistus.

Vehmoksen mukaan vastuullisuuden vaatimus kasvaa koko ajan.

– Isojen maailmanlaajuis-

ten matkailusivustojen hauissa 30–35 prosentissa yrityksen vastuullisuus on yksi kriteeri, jonka perusteella rajataan mahdollisia matkakohteita.

Visit Ylläs esimerkkinä

Ylläksen alueen markkinointia hoitavassa Visit Ylläksessä haluttiin hakea sertifiointia myös sen vuoksi, että markkinointi-organisaatio pystyisi tukemaan muita alueen yrityksiä sertifiointipolulla.

– Kysyttäessä yrittäjät ovat kertoneet, että suurin haaste hakuprosessiin lähtemisessä liittyy aikaan ja rahaan. Aloitaminen tuntuu vaikealta. Hakeminen vaatii toki selvittelyä ja dokumentteja, mutta meidän kokemuksemme mukaan prosessi ei ollutkaan niin kovatoinen, kun sen vain aloitti, Vehmas kertoo.

Hänen mukaansa moni sertifikaatin vaatimista toimista on suomalaisilla yrityksillä jo kunnossa, sillä myös Suomen lainsäädäntö edellyttää niitä. Paljon toki riippuu siitä, mistä sertifikaatista on kyse. Visit Ylläksen saavuttamassa Biosphere-serti-

fikaatissa vastuullisuus on jaettu eri osa-alueisiin, joiden alla luetellaan erilaisia kohtia, joiden tulee olla kunnossa. Tällaisia ovat esimerkiksi hiilijalanjälkeen ja tasa-arvoon liittyvät asiat.

– Vastuullisuus ei tarkoita pelkästään jätteiden kierrätystä tai sitä, onko energiamuotona maa-lämpö. Tärkeää on esimerkiksi sosiaalinen vastuullisuus, johon sisältyvät muun muassa matkailun sosiaalinen hyväksyttävyy-tyy sekä tasa-arvo työpaikalla. Yksi osa-alue sertifikaatissa on digitaalinen vastuullisuus, joka tarkoittaa muun muassa sitä, että yrityksen verkkosivu on eri käyttäjäryhmien saavutettavissa, Vehmas tuo esiin esimerkkejä.

Koska moni sertifikaatin edellyttämistä toimenpiteistä oli Visit Ylläksellä jo kunnossa, ne täytyi ainoastaan todentaa dokumentin avulla.

– Alan työehtosopimus kävi todisteeksi useaan kohtaan. Kierrätyspisteestä taas kelpasi valokuva. Tiedot tallennettiin nettipohjaiselle alustalle, ja kun jokin kohta oli valmiina, se kuitautui vihreäksi. Koko ajan pystyi seuraamaan, kuinka monta pro-

senttia kriteereistä oli valmiina.

Lähivuosina ”pakko”

Kun riittävä määrä kriteereistä oli täytetty, hakemus lähetettiin sertifikaatin laatijalle. Aikaa aloituksesta kului puolitoista vuotta.

– Olisimme varmaan saaneet hakemuksen kuntoon muutamassa kuukaudessa, mutta pidimme välillä taukoa muiden kiireiden vuoksi, Vehmas kertoo.

Visit Ylläksen saavuttama sertifikaatti Biosphere soveltuu monille eri aloilla toimiville yrityksille.

– Valitsimme sertifikaatin pienen yrityksen näkökulmasta. Tärkeää oli, että se on edullinen ja hakemuksen pystyy tekemään ilman ulkopuolista konsultointiapua. Sertifikaatin vuosimaksu on 300 euroa, Vehmas kertoo.

Suomessa on totuttu ajattelemaan, että sertifikaatti on kilpailuetu. Tämä ajatusmalli on kuitenkin tulossa tiensä päähän, Vehmas pohtii.

– Sertifikaatin puute alkaa jossain vaiheessa näkyä siinä, ettei yritys enää pääse hakusivustoilla näkyville. Esimerkiksi Visit Finland painottaa sertifikaattien

merkitystä ja nostaa esille niitä yrityksiä ja kohteita, joilla sertifiointi on. Parin kolmen vuoden päästä sertifiointi on yritykselle jo eräänlainen ”pakko”, hän sanoo.

Vastuullisuutta painotetaan myös parhaillaan tekeillä olevassa Kolarin kunnan elinkeino-ohjelmassa sekä Ylläs 3 -kehittämishankkeessa.

Porukalla tekemään

Ylläksellä sertifikaatteja on vasta muutamalla yrityksellä.

– Vielä ei olla lähelläkään sitä, että Ylläs saavuttaisi koko aluetta kuvaavan destinaatiomerkin. Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -destinaatiomerkin saavuttamiseksi yli puolella matkailualan yrityksistä tulee olla sertifiointi, Kati Vehmas kertoo.

Sustainable Travel Finland -merkki on Visit Finlandin myöntämä osoitus siitä, että matkailuyritys tai -alue toimii vastuullisesti ja kestävä matkailun puolesta. Merkin saavuttamiseksi tulee suorittaa Sustainable Travel Finland -ohjelma, jonka yksi osa on se, että yrityksellä tulee olla jokin kestävä matkailu tu-

keva sertifikaatti. Suomessa destinaatiomerkinä on myönnetty Posiolle, Kristiinankaupungille, Tahkolle ja Puumalalle.

Kiinnostusta sertifiointiin on Ylläkselläkin.

– Järjestimme hiljattain yritystilaisuuden, jossa heräsi ajatus siitä, voisiko yksittäisen yrityksen hakuprosessia helpottaa tekemällä porukalla. Moni hakemuskohta vaatii vain hoksauksen, että näinhän tämä tehdään. Siinä vertaistuesta olisi hyötyä, Vehmas sanoo.

Hänen mukaansa Visit Ylläs auttaa mielellään yrityksiä alkuun sertifiointipolulla.

– Vielä ei ole mietitty tarkkaan, miten tämä toteutettaisiin. Konkreettisia toimenpiteitä on kuitenkin luvassa jo syksyymmälä, hän lupaa.

Sertifioinnista kiinnostuneet yrittäjät voivat ottaa yhteyttä Visit Ylläkseen lähettämällä sähköpostia osoitteeseen yllas@yllas.fi.

Johanna