



Visit Finland



SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND*

Kestävä matkailu Suomen vetovoimatekijänä

Miksi yritysten tulee huomioida teema viimeistään nyt?

Hanna Muoniovaara, Visit Finland 7.9.2026

Vetovoima vai välttämättömyys?

Matkailun merkitys Suomen kilpailukyvyn ja kestävä kasvun ajurina



Matkailusta hyötyvät muut toimialat:

- Vähittäiskauppa
- Terveysala
- Elintarvikeala
- Henkilöstöpalvelu
- Maa- ja metsätalous
- Digitoimiala
- Luovat alat
- Rakennusala



Matkailu on
miljardiluokan
liiketoimintaa

Matkailu
Työllistää suomessa

146 600

HENKILÖÄ

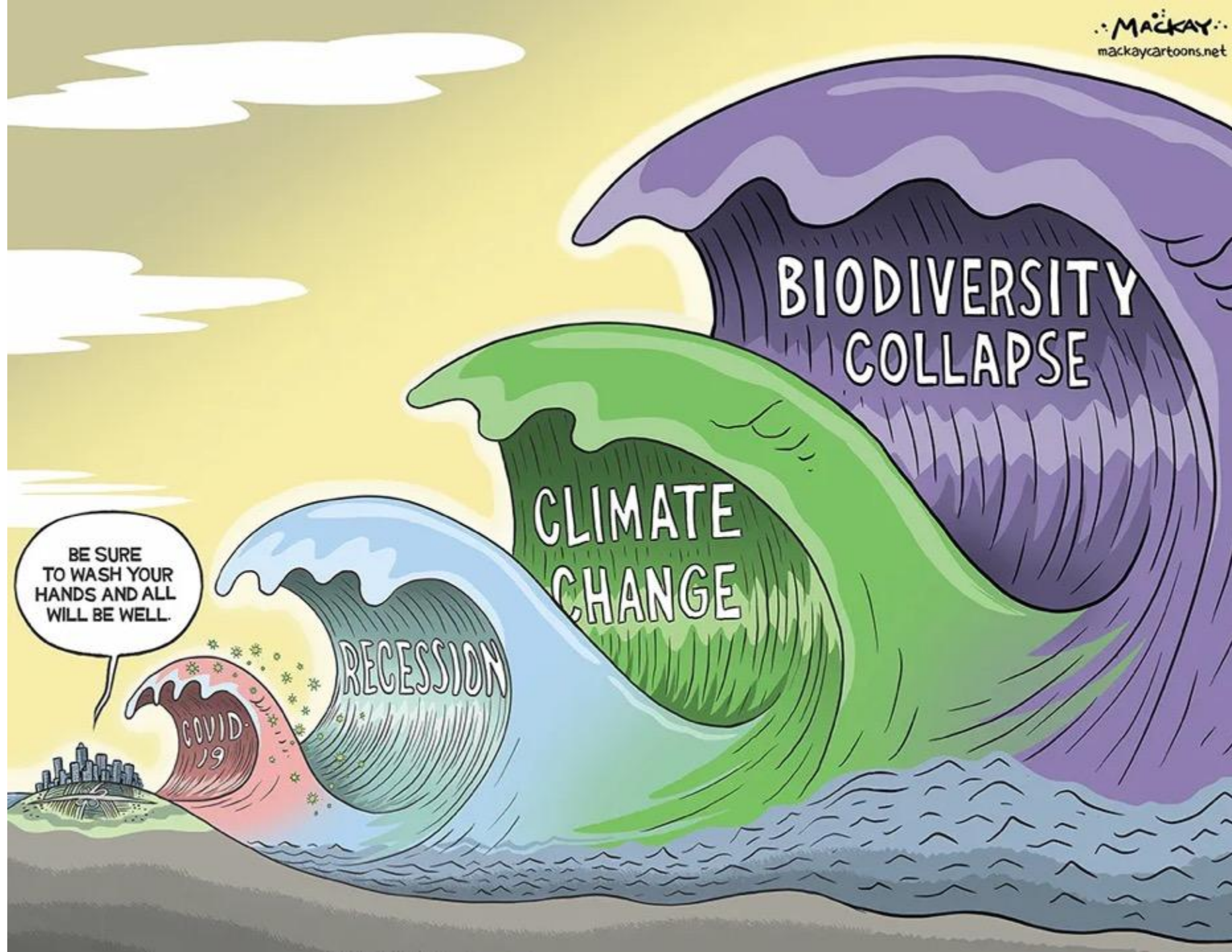
Ulkomaiset matkailijat
jättivät Suomeen

4,7 mrd. €

VIENTITULOJA

Matkailun
kokonaiskysyntä on

16,6 mrd. €

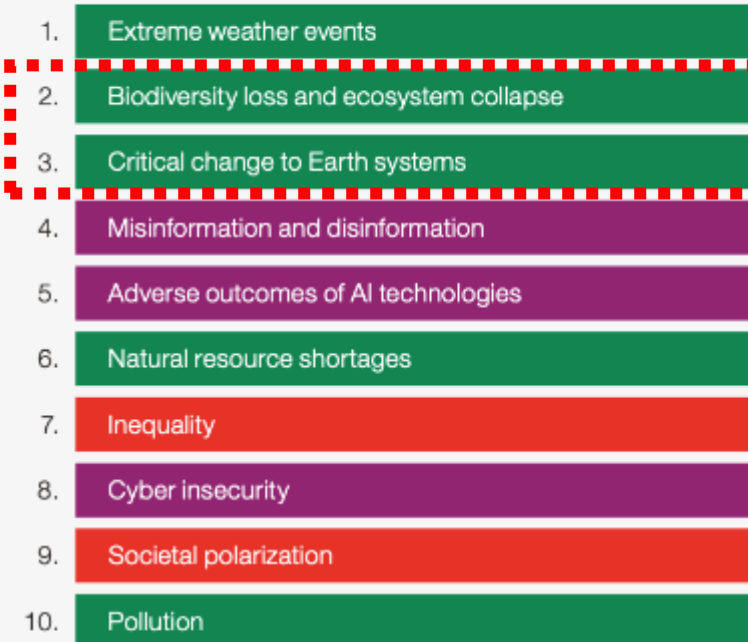


The Global Risks Report 2026

Short term (2 years)



Long term (10 years)



Source

World Economic Forum Global Risks Perception Survey
2025-2026

Risk categories

Economic

Environmental

Geopolitical

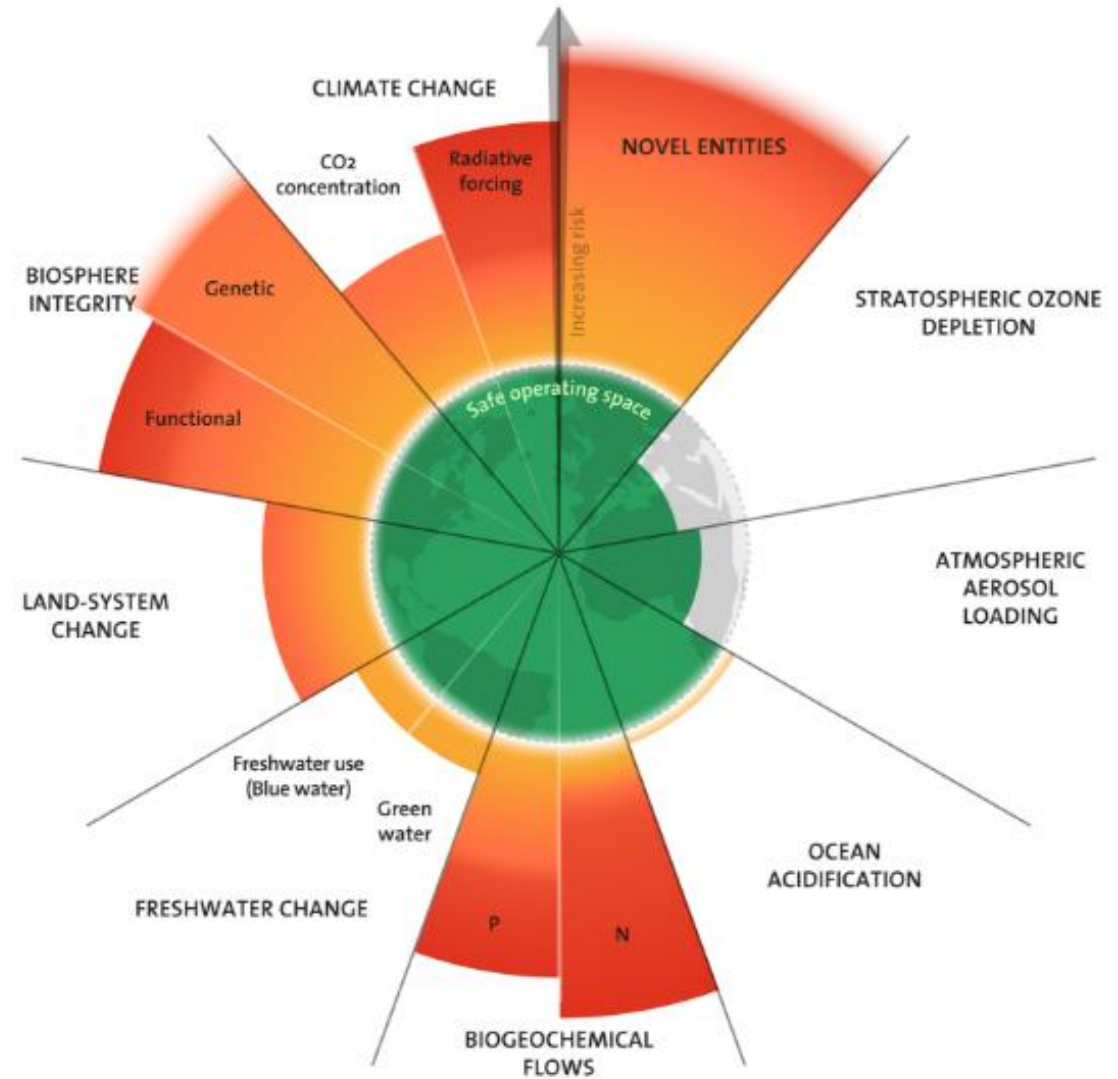
Societal

Technological

Planetaariset rajat

7/9 ylitetty

<https://www.stockholmresilience.org/news--events/general-news/2025-09-24-seven-of-nine-planetary-boundaries-now-breached.html>



The 2025 update to the Planetary boundaries. Licensed under CC BY-NC-ND 3.0. Credit: "Azote for Stockholm Resilience Centre, based on analysis in Sakschewski and Caesar et al. 2025".

02 SEP 2026 | PRESS RELEASE | CLIMATE ACTION

UNEP: World set to cross 1.5°C global warming, but can still limit, adapt to and return from higher temperatures

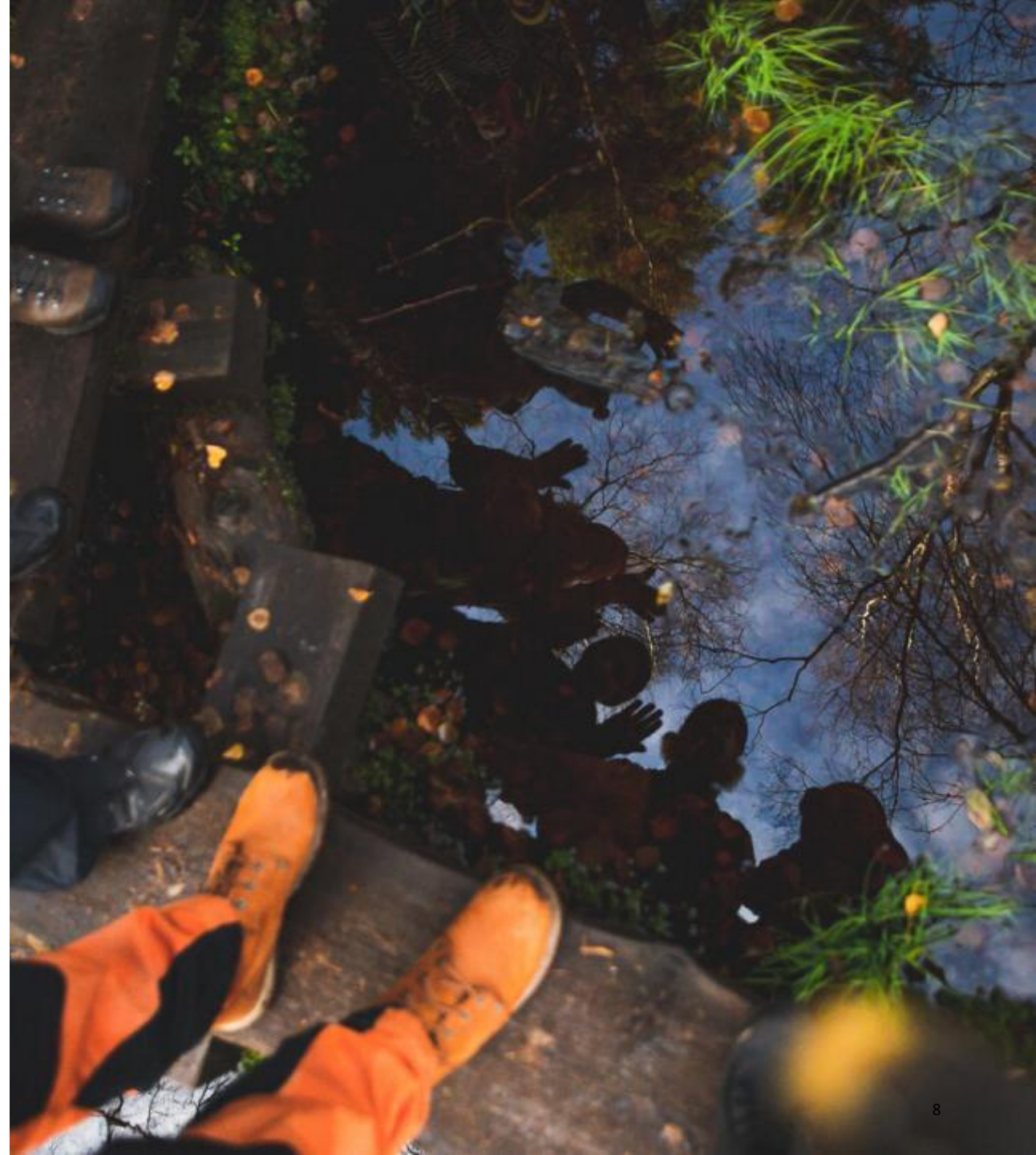
“This summer’s scorching heat, raging wildfires and deadly floods are a warning of what lies ahead. We must make the overshoot above 1.5 degrees as small and short as possible. That demands an overshoot of ambition” said UN Secretary-General António Guterres.

<https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/unep-world-set-cross-15degc-global-warming-can-still-limit-adapt-and>

Kansalliset myyntivaltit

Kansallisia USPeja on kuusi kappaletta:

- **Onnellisuus** - elä kuten suomalainen
- **Metsät** - aito luontoyhteys
- **Sauna** - suomalaisuuden ydin
- **Joulupukki** - Suomen hyvätahdon lähettiläs
- **Tuhansien järvien maa**
- **Vapaus matkustaa/liikkua** – terveellisesti ja turvallisesti



Mitä matkailuala voi tehdä?

Visio

**Matkailu on yksi Suomen
kestävän kasvun strategisista
tukipilareista vuoteen 2030 mennessä.**

Matkailu luo arvoa yhteiskunnalle,
ihmisille ja luonnolle sekä toimii
vetoapuna työllisyyden, kaupan ja
investointien kehitykselle.

Mitä teemme?

Visit Finland edistää Suomen matkailun kestäväää kasvua ja kansainvälistä kilpailukykyä.

Se on osa Business Finlandia ja sen toiminta rahoitetaan valtion budjetista *.

Visit Finland rakentaa kansainvälisesti kuvaa Suomesta houkuttelevana matkakohteena ja tukee valtakunnallisesti matkailualan yritysten ja yritysryhmien kansainvälistä kasvua.

Lisäksi Visit Finlandilla on keskeinen rooli työ- ja elinkeinoministeriön johdolla laaditun kansallisen matkailustrategian** toteuttamisessa.

(*) Ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun kasvu ja kehittäminen on Business Finland -lain (Laki Innovaatorahoituskeskus Business Finlandista ja Business Finland -nimisestä osakeyhtiöstä 1146/2017) nojalla annettu Business Finlandin tehtäväksi. Tehtävää toteuttaa Business Finlandin Visit Finland -toiminto.

(**) Yhdessä enemmän - kestäväää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun



STF-ohjelman tunnuslukuja¹

540 +8 %

yrityksellä voimassa oleva
STF-MERKKI

253

STF-OHJELMAAN
liittyneet yritykset vuonna 2025

13 +2

destinaatiolla voimassa oleva
STF-MERKKI

65 -5

STF-OHJELMASSA
mukana olevat
destinaatiot yhteensä

STF-ohjelman yritysten ympäristövastuun toimenpiteitä¹

-1 %-yks.

99%



osallistuu
ilmastonmuutosta
hillitseviin toimiin

-1 %-yks.

45%



mittaa
hiilijalanjälkeään

-3 %-yks.

81%



uusiutuvan energian
osuus energian
kokonaiskulutuksesta

-2 %-yks.

90%



toimii
vedenkulutuksen
vähentämiseksi

-4 %-yks.

59%



tekee kestäviä
valintoja
ruokatarjoiluissa

ei muutosta

41%



osallistuu luonnon
monimuotoisuutta
turvaaviin toimiin

Matkailukohteen hallinta¹



27 %



Kestävän liikkumisen
suunnitelman
laatineet



45 %



Vierailijakyselyn
tehneet



27 %



Asukaskyselyn
tehneet



SUOJELTUIJEN
ja nimettyjen
alueiden osuus²

13 %

..... tavoite 30 %

1470

valtakunnallisesti
merkittävää
RAKENNETTUA
KULTTUURI-
YMPÄRISTÖÄ³

Kestävä matkailu Suomessa 2025

muutos vuodesta 2024

1. STF-ohjelma (2025)
2. EU Tourism Dashboard (2023)
3. Museovirasto (2025)



Visit Finland

ARVONLUONNIN MAHDOLLISUUKSIA

- Matkailutulojen kanavointi infrastruktuuriin ja peruspalveluihin
- Paikallisten hankintojen lisääminen ja palveluketjujen vahvistaminen
- Paikallisliikenteen ja kestävien liikkumiskäytäntöjen kehittäminen ja integrointi matkailuun
- Paikallisen osaamisen hyödyntäminen ja osaamisvajeen ratkaisut
- Rahoitusmekanismit luonnon suojeluun, ennallistamiseen ja virkistyskäytön lisäämiseen
- Paikallisten osallistaminen matkailun suunnitteluun ja palveluiden kehittämiseen
- Ainutlaatuisten, paikkaan sidottujen erottuvuustekijöiden tunnistaminen ja paikallislähtöinen tarjonta

Julkiset palvelut ja infrastruktuuri

Ylläpito ja kehittäminen kannattaa

Yritysmahdollisuudet

Monipuolistuvat ja kannattavuus paranee

ARVONLUONNIN MENETYKSIÄ

- Matkailu lähinnä rasittaa infrastruktuuria
- Matkailutulot valuvat ulkopuolelle ja kohdetta johdetaan ulkoapäin
- Liikenne ruuhkautuu ja saavutettavuus palvelee matkailijoiden tarpeita
- Matkailu tuottaa kausiluontoisia, matalapalkkaisia työpaikkoja jotka perustuvat ulkopuoliseen työvoimaan
- Matkailu heikentää luonnon arvoa kulutuksella, roskaantumisella ja saasteilla
- Kohde ja sen tarjonta palvelee lähinnä matkailijoita
- Matkailu tuottaa kohteesta ulkoapäin määritellyn mielikuvan, etäännyttäen paikalliset

Liikenne

Liikenneyhteydet ja alueen matkaketjut sujuvoituvat

Työllisyys ja toimeentulo

Eri toimialoja tukeva ja paikallisia ympärivuotisesti työllistävä rakenne

Paikkaa tukevan arvon kehittäminen

Luonto ja ympäristö

Luonnon arvo nousee ja sen tuottamat virkistysmahdollisuudet kohenevat

Paikan tuntu ja identiteetti

Paikallisyhteisö ja paikan vetovoima vahvistuu

Elämänlaatu

Tarvelähtöiset palvelut ja runsaat pitovoimatekijät

Arvonluonti matkailussa

KESTÄVÄ MATKAILU LUO ARVOA PAIKALLE JA PAIKALLISILLE



Matkailun arvo paikallisyhteisöille

KOHTI OIKEUDENMUKAISTA JA YHTEISÖLÄHTÖISTÄ KEHITTÄMISTÄ

EU:n matkailustrategian valmistelu sekä Reykjavík-julistuksen linjaukset osoittavat, että matkailun kehittämisessä ollaan siirtymässä vaiheeseen, jossa keskeiseksi seikaksi nousee matkailun tuottama arvo ja sen jakautuminen: miten matkailu voi samanaikaisesti vahvistaa paikallistaloutta, tukea yhteisön hyvinvointia sekä säilyttää matkailun vetovoimatekijät. *Kestävän matkailun tila 2024*-raportti⁴⁷ toi esiin, että matkailun kehityksen edellytyksenä on sen vaikutusten tunnistaminen ja hallinta. Tämä havainto toimii lähtökohtana tarkastelulle, jossa painopiste siirtyy vaikutusten rajaamisesta niiden tuottaman arvon ymmärtämiseen.

⁴⁷ Visit Finland 2024

⁴⁸ Nordregio 2025

⁴⁹ Travel Foundation 2024

Taloudellinen arvo syntyy liikevaihdosta, työllisyydestä ja investoinneista, mutta sen merkitys riippuu siitä, missä määrin tulot ja työpaikat jäävät alueelle sekä miten paikallinen elinkeino- ja palvelurakenne vahvistuvat ja esimerkiksi verotulot tukevat julkisia palveluita. Sosiaalinen ja kulttuurinen arvo liittyvät yhteisöjen hyvinvointiin, paikallisen elämän arjen sujuvuuteen ja elämänlaatuun, matkailun hyväksyttävyyteen sekä paikallisidentiteetin ja kulttuuriperinnön vahvistumiseen. Ekologinen arvo taas kytkeytyy luonnon tilaan, sen säilymiseen ja kohentamiseen. Samalla matkailun haittavaikutusten, kuten ilmastopäästöjen, tulisi vähentyä.

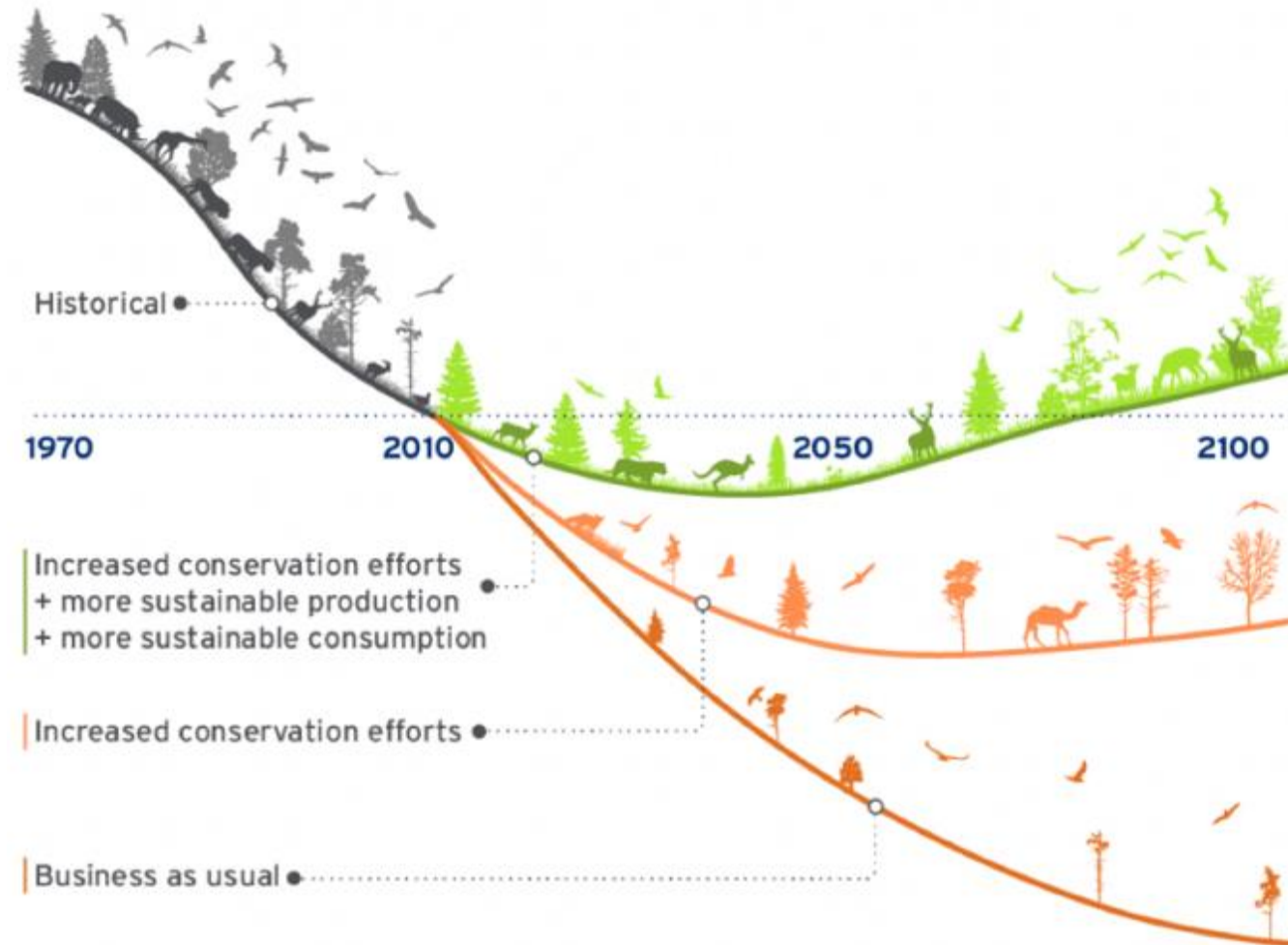
Kansainvälisessä keskustelussa tätä muutosta voidaan kuvata siirtymänä määrästä arvoon (volume to value). Käytännössä tämä näkyy pyrkimyksenä lisätä matkailun tuottavuutta ja laatua ilman, että kielteiset vaikutukset kasvavat samassa suhteessa. Esimerkiksi *Rethinking Tourism's Impact on Nordic Communities*⁴⁸ ja *Creating Equitable Destinations*⁴⁹ -raportit korostavat, että matkailun kehittämisessä on siirryttävä kasvun mittaamisesta kohti paikallisyhteisölle syntyvän arvon ja vaikutusten arviointia. Matkailun hyödyt ja haitat jakautuvat usein epätasaisesti, ja ilman aktiivista ohjausta matkailun kasvu voi heikentää paikallista hyvin-

Suomen matkailustrategian tavoitteena on edistää kestäväää kasvua ja siirtyä pitkällä aikavälillä kohti uudistavaa matkailua.

Arvonluontipiste	Esimerkki arvonluonnista	Esimerkki arvonheikennyksestä
Paikalliset yritys-mahdollisuudet	Matkailu synnyttää uutta paikallista yritystoimintaa, vahvistaa yritysten kannattavuutta ja kytkeytyy laajasti paikalliseen elinkeinoon (ml. kauppa, kuljetus, palvelut)	Merkittävä osa matkailutuloista siirtyy paikallisyhteisön ulkopuolelle tai paikallisten yritysten rooli jää vähäiseksi.
Työllisyys ja toimeentulo	Matkailu tarjoaa mahdollisimman monipuolisia ja ympärivuotisia työmahdollisuuksia sekä vahvistaa paikallisten työllistymistä, alueen elinkeinorakennetta sekä verotuloja.	Työpaikat ovat pääosin matalapalkkaisia, määräaikaista tai epävarmoja, eivätkä ne tue paikallista työllistymistä tai perustuvat laajasti ulkopuoliseen työvoimaan.
Paikallinen elämänlaatu	Matkailu tukee paikallista elämäntapaa, rikastuttaa kulttuuri- ja vapaa-ajan tarjontaa sekä parantaa palveluita myös paikallisille	Palvelut suunnitellaan vain matkailijoille, hinnat nousevat ja paikallisten arki vaikeutuu.
Liikenneyhteydet	Matkailu parantaa liikenneyhteyksiä ja liikkumisen sujuvuutta siten, että ne palvelevat myös paikallista arkea ja alueen muuta elinkeinojen kehittymistä	Liikenneratkaisut painottuvat matkailijoiden tarpeisiin tai aiheuttavat ruuhkautumista ja heikentävät paikallisten liikkumista.
Julkiset palvelut ja infrastruktuuri	Matkailun tuomat verotulot käytetään koulujen, terveystaloiden tai muiden yhteiskunnallisten palveluiden ja infrastruktuurin kehittämiseen	Matkailu rasittaa tai heikentää paikallisille luotua sosiaalista ja teknistä infrastruktuuria.
Luonto ja ilmasto	Matkailu tukee luonnon monimuotoisuutta ja luonnonsuojelua sekä edistää ympäristötietoisuutta ja ohjaa kestävään liikkumiseen ja kulutukseen.	Matkailu heikentää luonnon arvoa, aiheuttaa luonnon kulumista, roskaantumista tai lisää saasteita tai päästöjä.
Paikan tuntu ja identiteetti	Matkailu vahvistaa paikallista identiteettiä, kulttuuriperintöä ja asukkaiden suhdetta omaan kotipaikkaansa.	Matkailu sivuttaa paikalliset merkitykset, tuottaa ulkoapäin määritellyn mielikuvan paikasta tai etäännyttää asukkaat omasta elinympäristöstään.

Sosiaalinen hyväksyttävyys: Matkailun kehittäminen edellyttää vuorovaikutusta ja yhteistyötä paikallisyhteisöjen, asukkaiden, työntekijöiden sekä matkailijoiden kanssa. Sidosryhmien osallistaminen päätöksentekoon ja toiminnan suunnitteluun vahvistaa luottamusta ja tukee matkailun hyväksyttävyyttä.

Luontokato = luonnon köyhtyminen



- 70 %



- 50 %



- 99 %

Luontokadon aiheuttajia



Maankäyttö

- Maa- ja vesialueiden hyödyntäminen



Ilmastonmuutos

- Ilmastopäästöt
- Hiilinielut ja -varastot



Luonnonvarojen käyttö

- Maa-ainekset, raaka-aineet, poltto-aineet, vesi, eliöt, jne.



Vieraslajit

- Haitallisten vieraslajien leviäminen



Saasteet

- Päästöt ilmaan, veteen ja maahan
- Melu- ja valosaaste



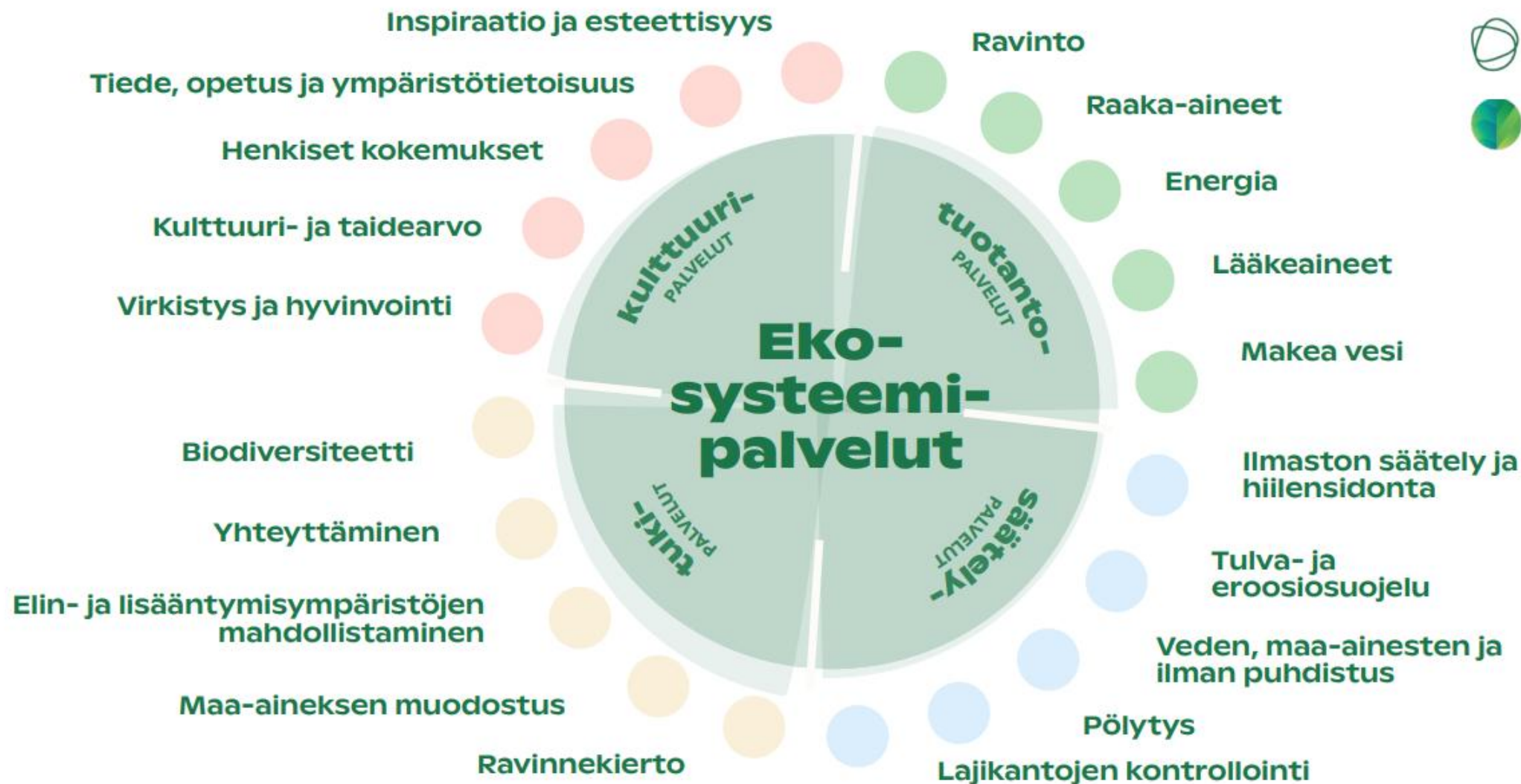
Eroosio ja kuluminen

- Liikkuminen luonnossa



Eläinlajien häirintä

- Liikkuminen luonnossa

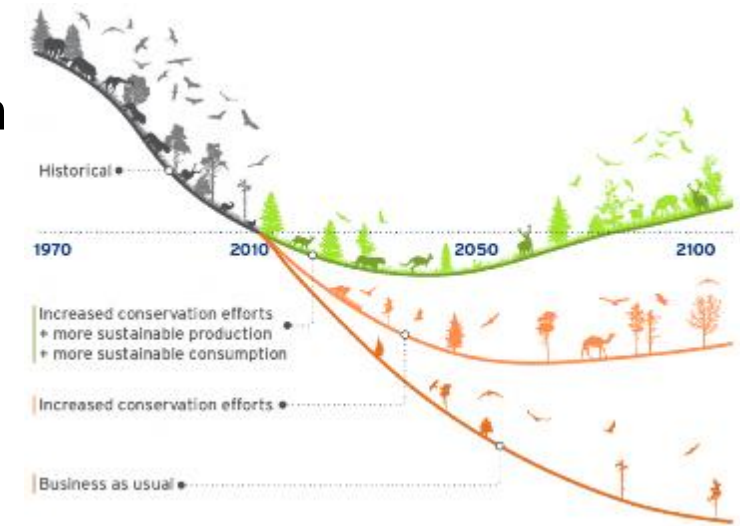
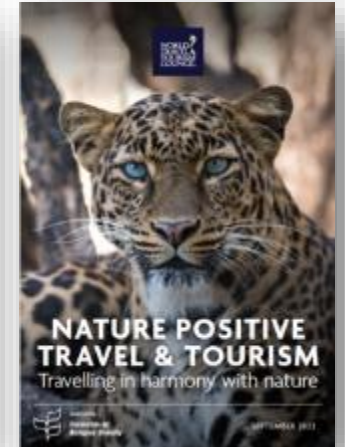


Ekosysteemipalvelut

LUONNON TUOTTAMAT AINEETTOMAT JA AINEELLISET PALVELUT ELÄMÄN TURVAAMISEKSI

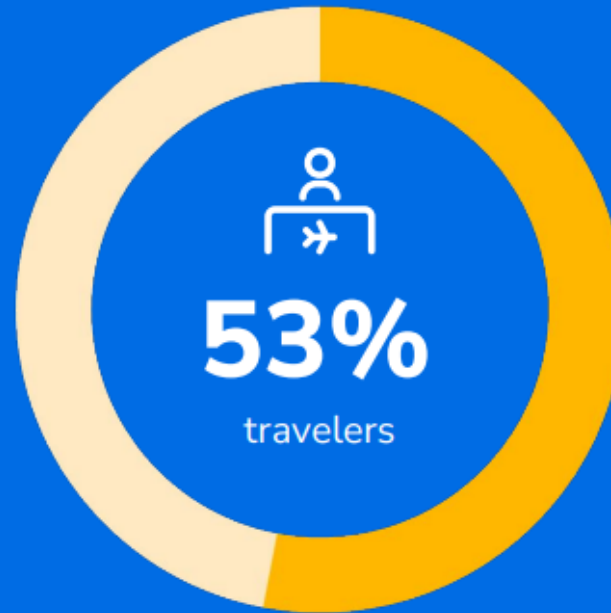
Luontopositiivinen matkailu

- minimoi haitat ja ennallistaa luontoa
- **Luontopohjaiset ratkaisut vahvistavat kilpailukykyä ja luovat uutta liiketoimintaa**
- ”Matkailu on avainasemassa luonnon suojelussa ja säilyttämisessä.
- Alamme riippuvuus luonnosta yhdistettynä osaamiseemme ikimuistoisten elämysten tarjoajana, olemme ihanteellisessa asemassa toimimaan luonnon suojelijoina” (s.2)
- tavoite: matkailu luontopositiivista 2030 mennessä. Orpon hallitusohjelmassa
- Tulkinnanvarainen käsite



Report Reveals Growing Traveler Awareness of Tourism Impact on Communities Both at Home and Abroad

Booking.com first conducted research on consumer attitudes about traveling more sustainably in 2016. Since then, we have surveyed nearly **230,000 travelers** across **35 markets**. The latest data from 2025 shows a shift in traveler perceptions of what sustainability encompasses.



For the first time, more than half of travelers **(53%)** are now conscious of tourism's impact on local communities as well as the environment.

Sharing the Positivity Between Locals and Visitors

This year's survey shows that travelers are invested in the success of tourism—both as visitors and as residents of popular destinations. Their positive sentiments reflect this dual perspective:



53%

say visitors they see in their area often or always **respect local customs and traditions.**



54%

say visitors they see in their area often or always **support local businesses.**



69%

of travelers now want to **leave the places they visit better than when they arrived.**



73%

of travelers want their **spending to go back to the local community.**



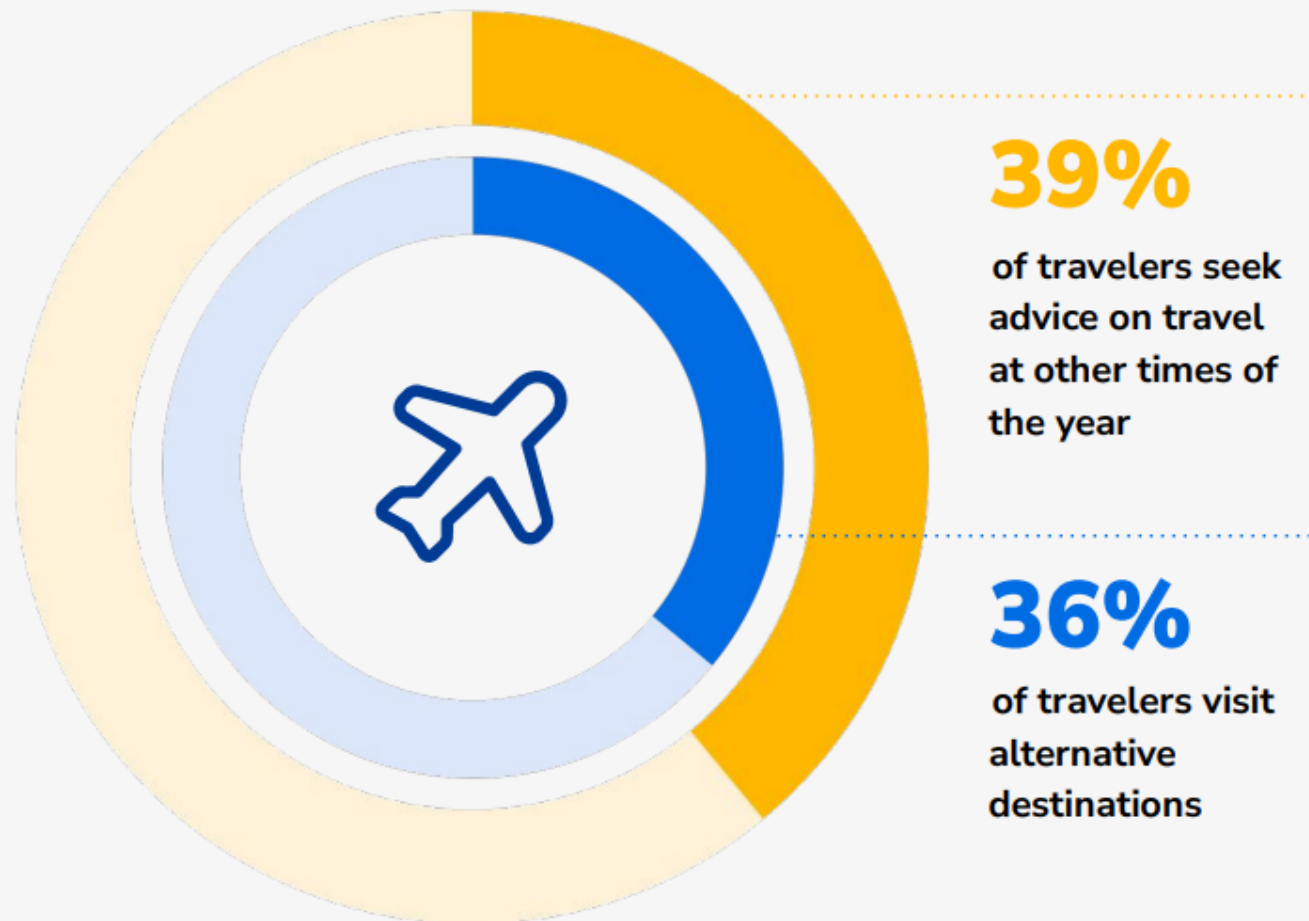
77%

of travelers seek **authentic experiences that are representative of local culture.**

Making Alternative Choices

Travelers have further expanded their decision-making around wider environmental concerns as they consciously seek ways to minimize their footprint. The 2025 survey found this included active decisions around avoiding potentially crowded destinations. **In fact, nearly 4 in 10 travelers are taking crowds into account when planning their travels.**

To avoid overcrowding:

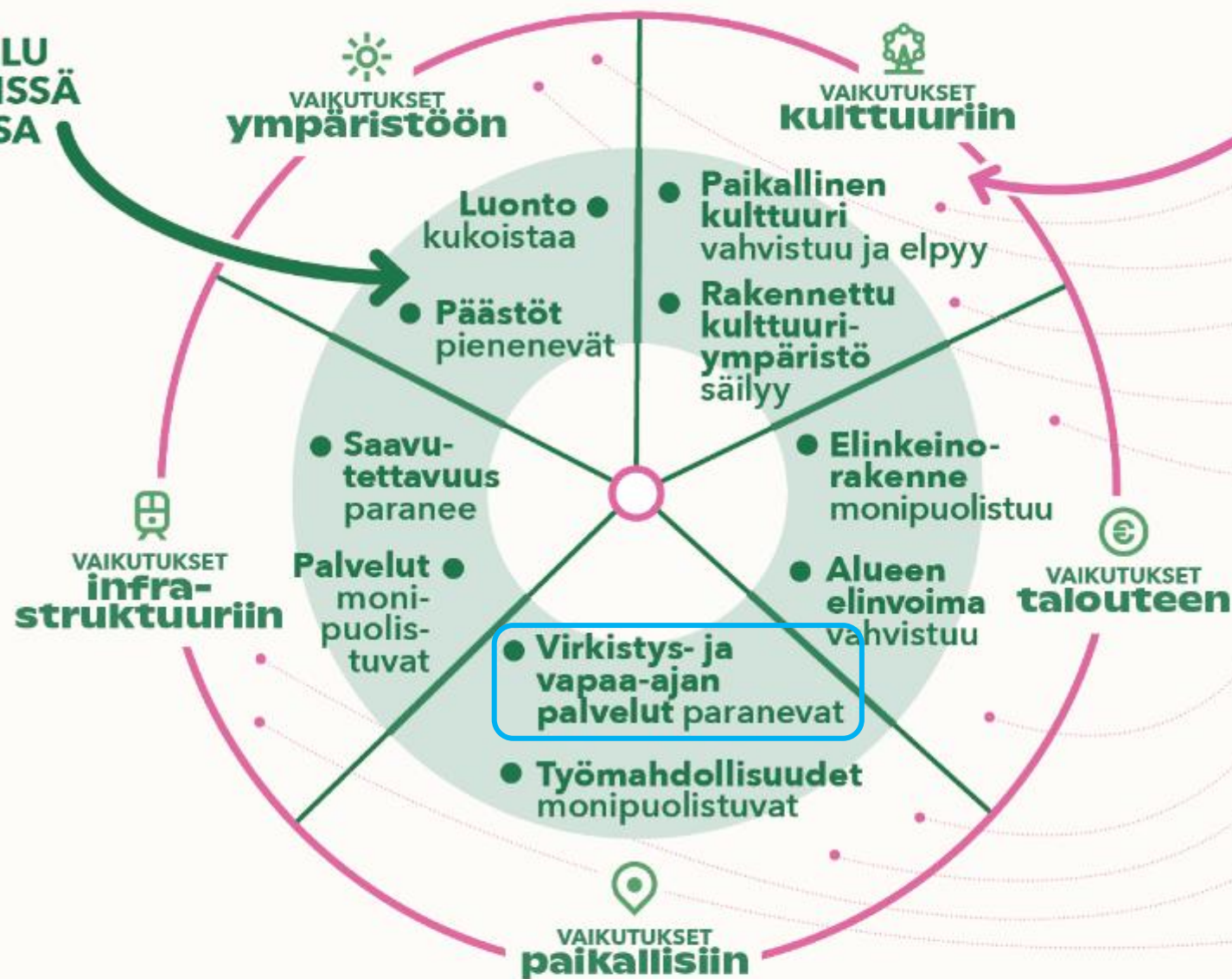


**MATKAILU
KESTÄVISSÄ
RAJOISSA**



Kestävän matkailun rajat

MATKAILU KESTÄVISSÄ RAJOISSA



MATKAILUN KESTÄMÄTÖN KASVU

- Rakennettu kulttuuriympäristö unohtuu tai jää matkailurakentamisen alle
- Luonto kuluu ja monimuotoisuus heikkenee
- Paikallinen kulttuuri pyyhkiytyy pois, kohde generalisoituu
- Saasteet ja kasvihuonekaasupäästöt kasvavat
- Osaamisvaje ja maineen rapeutuminen
- Taloushyödyt jakautuvat epätasa-arvoisesti ja vuotavat muualle
- Palvelut rakennettu vain matkailijoille
- Turvattomuuden tunne lisääntyy ja asumis-, asiointi- ja virkistysrauha häiriintyy
- Infran kehittämis- ja ylläpitokustannukset kasvavat
- Infrastrukturi ei kestä käyttöpainetta

Kestävän matkailun rajat

MATKAILU KESTÄVISSÄ RAJOISSA

VAIKUTUKSET ympäristöön

VAIKUTUKSET kulttuuriin

MATKAILUN KESTÄMÄTÖN KASVU

MATKAILUN HIIPUMINEN

- **Motivaatio** ja resurssit kulttuurin säilyttämiseen vähenevät
- **Enemmän haittaa** aiheuttaville elinkeinoille tilaa
- **Näivettyminen** voimistuu
- **Veto- ja pitovoima** heikkenee
- **Palvelu- ja työllisyysmahdollisuudet** kutistuvat

VAIKUTUKSET infra- struktuuriin

Palvelut moni- puolis- tuvat

- **Virkistys- ja vapaa-ajan palvelut** paranevat
- **Työmahdollisuudet** monipuolistuvat

VAIKUTUKSET paikallisiin

Elinkeino- rakenne monipuolistuu

Alueen elinvoima vahvistuu

VAIKUTUKSET talouteen

- **Rakennettu kulttuuriympäristö** unohtuu tai jää matkailurakentamisen alle
- **Luonto kuluu** ja monimuotoisuus heikkenee
- **Paikallinen kulttuuri** pyyhkiytyy pois, kohde generalisoituu
- **Saasteet** ja kasvihuonekaasupäästöt kasvavat
- **Osaamisvaje** ja maineen rapeutuminen
- **Taloushyödyt** jakautuvat epätasa-arvoisesti ja vuotavat muualle
- **Palvelut** rakennettu vain matkailijoille
- **Turvattomuuden tunne** lisääntyy ja asumis-, asiointi- ja virkistysrauha häiriintyy
- **Infran kehittämis- ja ylläpitokustannukset** kasvavat
- **Infrastruktuuri** ei kestä käyttöpainetta

Kestävän matkailun rajat

Näkyvyys ja viestintä

Miten kestävyys näkyy VF.comissa

Kestävyys on läpileikkaava teema Visit Finlandin kv-markkinoinnissa

Visitfinland.comin kestävyystekemistä ohjaa oma, sisäinen ohje, johon on määriteltä **missä** ja **miten** kestävyys sekä STF-merkki sivustolla näkyvät.

Missä:

- Päänavigaatio
- Oma sustainability-sivu
- Sustainable Finland Pledge (2024: 11 300 sivukatselua)
- Sustainability-merkityt artikkelit
- Tuotesivu, jossa näkyy kaikki STF-merkityt tuotteet Datahubista
- Tuotekarusellit, joissa on STF-merkittyjä tuotteita
- Travel Trade -sivuilta löytyy oma listaus STF-yrityksistä ja destinaatioista

Mikä tulee olemaan
EU:n viherpesu-
direktiivin vaikutus
viestintään?



Vuonna 2024 julkaistiin uudet Selected Routes -reitit, jotka tehtiin kestävän matkailun näkökulmalla.

STF-merkityt etusijalla sisällöissä

Kestävyys on läpileikkaava teema Visit Finlandin kv-markkinoinnissa



Miten:

STF-merkityt yritykset ja tuotteet ovat ensisijalla kaikessa Visitfinland.comin sisällössä aina, kun se on mahdollista.

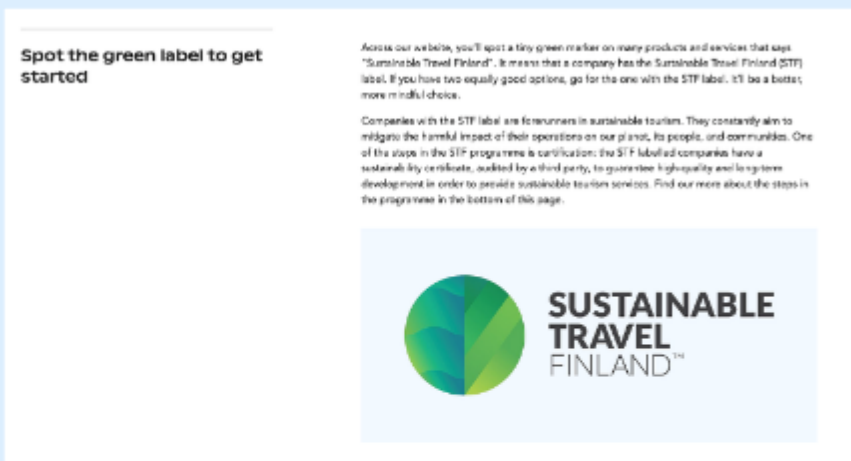
Kun tuotteita tai yrityksiä valitaan VF:n tuottamiin artikkeleihin ja tuotekaruselleihin, STF-merkin haltijat ovat aina ensisijalla. Tuotekaruselleja on eri puolella sivustoa.

Usein tuotekaruselleissa on ainoastaan STF-tuotteita.

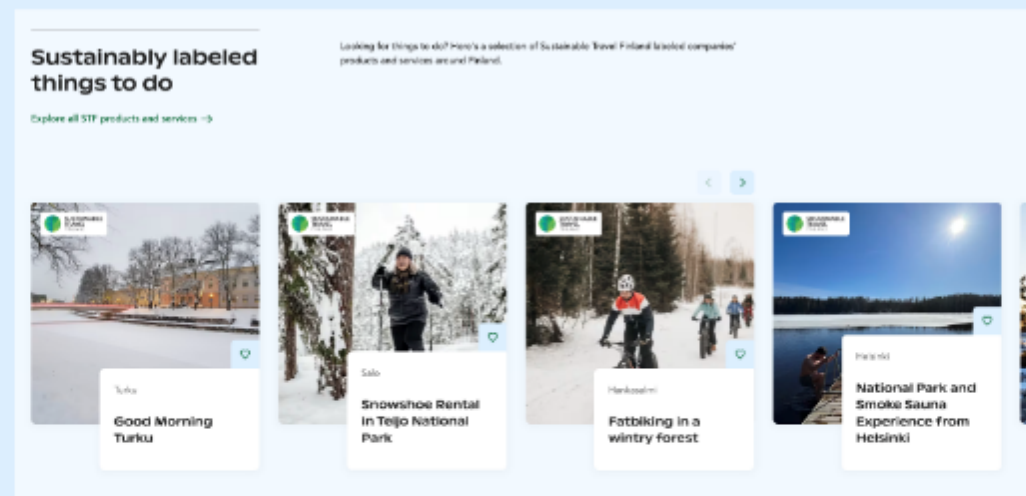
Travel sustainably -sivu

Visitfinland.comin oma "sustainability hub"

- Esittelee Suomea kestäväenä matkakohteena, 8 kieliversiota
- Linkitys Sustainable Finland Pledgeen
- Sustainability-merkityt artikkelit
- Esimerkkejä STF-tuotteista ympäri Suomen (vaihtuvat tuotteet)



Sivusto esittelee kv-matkailijalle STF-merkin.



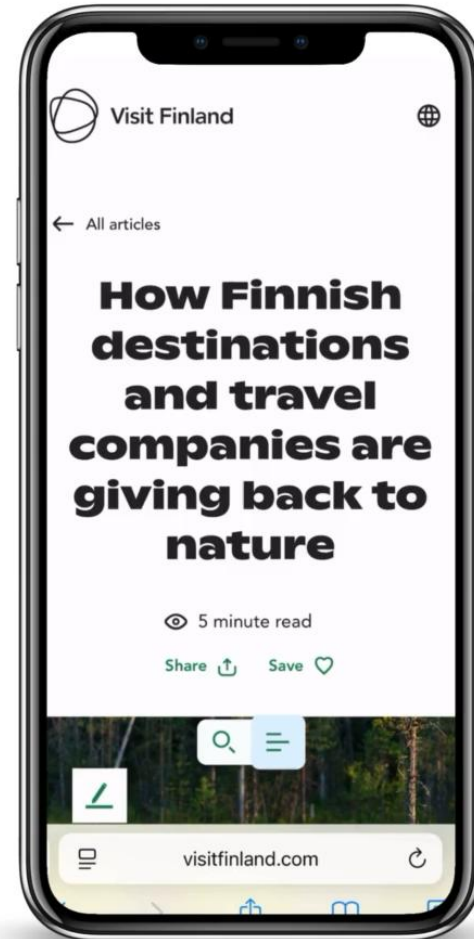
Nostoja STF-tuotteista, tuotteiden paikka vaihtuu jokaisella sivulatauksella (tasapuolinen näkyvyys).

Sustainability-artikkelit

Artikkelit, joissa kestävyys kokonaan keskiössä

VF.comiin on tehty myös kokonaan puhtaasti kestävyysteemaan keskittyviä artikkeleita, kuten tänä kesänä tuotettu ***How Finnish destinations and travel companies are giving back to nature.***

Artikkeli esittelee yritysten tekemiä konkreettisia kestävyystekoja ympäri Suomea.



STF-tuotekortit

STF-merkityt tuotekortit näkyvät eri puolella

Tuotekortit muualla:

- Manuaalisesti ylläpidettäviä, editoriaali-karuselleja eri puolelta Visitfinland.comia
- Niihin valitaan kuhunkin aiheeseen sopivia, pääsääntöisesti STF-tuotteita ja niitä päivitetään tasaisin väliajoin
- Myös tuotekorttikaruselleissa STF-tuotteet näkyvät ensimmäisinä

Unique things to do in Finland

Looking for something a little different? Finland is full of unique experiences that go beyond the ordinary. Stay in a glass cabin under the Northern Lights, try floating in a hot lake in a thermal suit, or explore local traditions that make Finland wonderfully unforgettable.



Local Reindeer farm visit with photographer (summer & autumn)



Private Helsinki Nature by Fatblau



Karelian Pie Workshop, Puumala



Guided Visit to Särestöniemi Art Museum

Places to stay

Explore more places to stay →

Looking for a place to stay during your holiday in Finland? Here's a selection of unique, Sustainable Travel Finland labeled accommodation options from Helsinki and Lapland to Lakeland and the coastal regions.



Break Sokos Hotel Koli, Koli



Solo Sokos Hotel Torni, Helsinki



Lehmäniemi HAASI Mirror Houses, Asikkala



Kalevankallio Centre

Guided tours and experiences in Ironworks villages

Here's a hand-picked selection of guided tours and experiences in Finland's Ironworks villages.



Guided tour and sitting tasting of beer, wine and spirits



Guided tour with tasting



Ruukkipolku - Ironworks Path



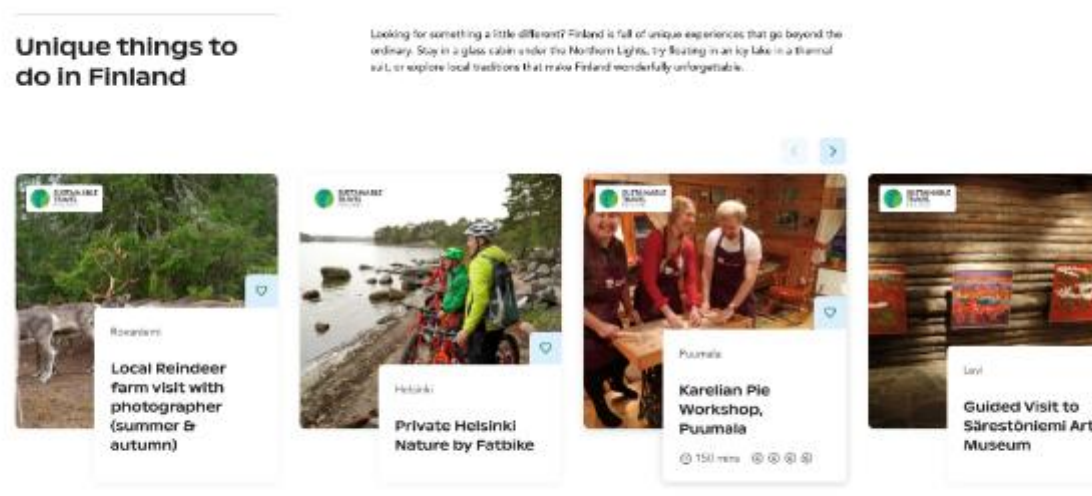
Private Boutique Sauna Experience

STF-tuotekortit

STF-merkityt tuotekortit näkyvät eri puolella

Miten tuotekortit valitaan karuselleihin:

- STF-merkki (ensisijalla)
- Sopivuus kyseessä olevaan teemaan, alueeseen ja/tai vuodenaikaan
- Kortissa on korkealaatuiset, palvelua kuvaavat kuvat sekä napakka, palvelua selkeästi esittelevä otsikko ja teksti
- Mikäli artikkeli kattaa koko maan, tuotteita valitaan eri puolelta Suomea jokaiselta suuralueelta



Sustainability-sisällöt

Myös B2B-yleisölle viestitään kestävydestä

Travel Trade, FCB, PR

Latest news

[Explore all news →](#)

Want to stay up-to-date on what's going on?
[Subscribe to our newsletter!](#)

STF-labelled companies and destinations

In this section, you can view and filter the companies and destinations that have been awarded the Sustainable Travel Finland label by Visit Finland.

Find STF labelled companies and destinations [Clear](#)

[Region](#) [Category](#) [Additional services](#) [STF Dedications](#)

314 companies



Lapland
Adventure Apes
Travel agency

Adventure Apes is a sustainable travel provider focused on fostering genuine connections with nature, the local community and each other through adventure. From educational camps to group wilderness tours, each of our...

Restaurants, Hotel services, Tours & activities, Guided activities, Customs & sports, Natural Park, Volunteering, Food & shopping, Travel experiences, Wholesale travel, 100% Green travel, Family friendly



Lakeland
Scandic Laajavuori
Accommodation

An inviting conference and spa hotel among the majestic scenery of Jyväskylä. Enjoy quality service, varied activities and the delicacies we offer in our restaurant. The hotel is easy to reach and there are plenty of free parking spaces...

Restaurants, Events, Volunteering, Wholesale travel, 100% Green travel, Family friendly



Helsinki region
Backbyn Kartano



Coast & Archipelago
Original Sokos Hotel Vaakuna Vaasa
Accommodation

Sustainable Travel Finland
labelled hotels and venues
for business events

[Mark](#) [Save](#)



Top 10 Sustainable winter experiences in Finnish Lakeland

[Mark](#) [Save](#)

Sustainability

Sustainability

Finnish travel sector embraces regenerative travel

Explore how Finnish travel companies and destinations are actively supporting regenerative travel through conservatio...

and th...

Visit Finland

[Media library](#) [Media info](#) [We can help](#)

Home / All press releases / Top 10 Sustainable winter experiences in Lakeland

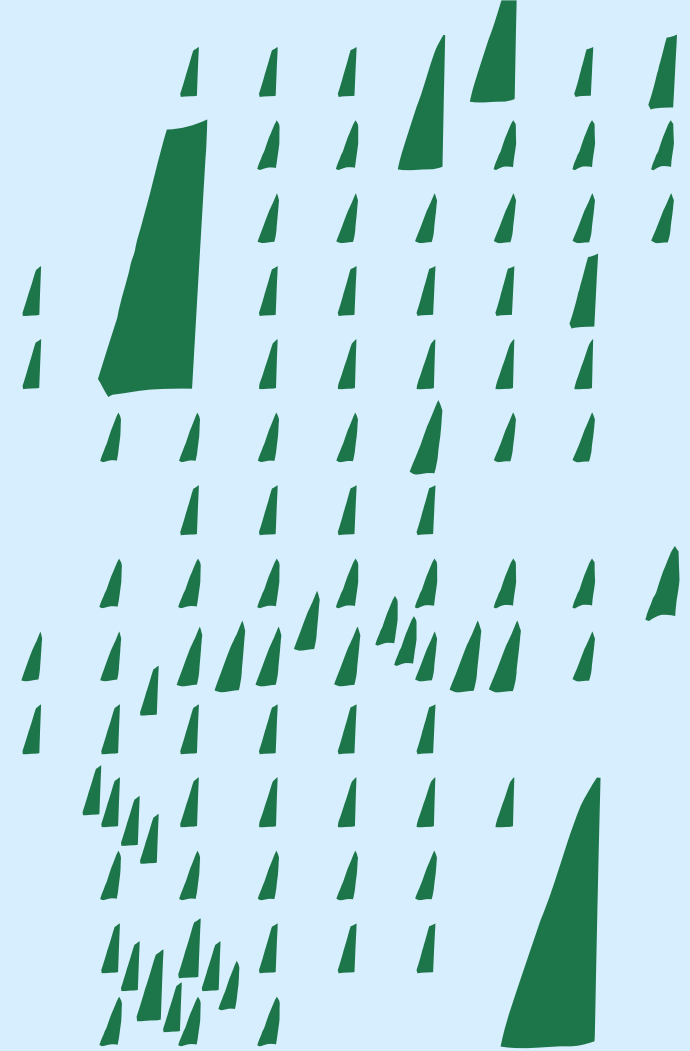


Lisäksi näkyvyyttä mm.

- Finland Convention Bureauun uutiskirjeissä ja sivuilla
- FAM ja PR matkojen ohjelmissa
- Omia tapahtumia STF merkin saaneille yrityksille ja alueille kotimaassa kuin ulkomailla



Viherpesu direktiivi muuttaa viestinnän mallia



Jyrkkä ei viherpesulle



- Harhaanjohtavia väittämiä tuotteen / palvelun ympäristöystävällisyydestä
- Annetaan ymmärtää enemmän kuin tehdään, mittakaavaharha
- EU:n viherpesudirektiivi Suomessa voimaan 9/2026 mennessä

Näin vältät viherpesun vaarat

1. Älä yritä johtaa harhaan
2. Ole rehellinen ja viesti läpinäkyvästi
3. Pysty osoittamaan väitteesi todeksi
4. Aseta realistiset ja mitalliset tavoitteet
5. Perehdy säännöksiin
6. Hanki sertifikaatti
7. Valista asiakkaita ja kouluta henkilökuntaa
8. Valitse kumppanit viisaasti

Lisätietoa → KKV: "Ympäristöväitteet markkinoinnissa"
<https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/markkinointi-alennukset-ja-hinnan-ilmoittaminen/markkinointi-ja-menettely-asiakassuhteessa/ymparistovaitteet-markkinoinnissa/>

Konkretia kannattaa

- Biodiversiteettityön tulokset paikallisia, näkyviä ja ymmärrettäviä
- Konkretisoi, mitallista, sanoita ja tarinallista
- Korosta tekoja ja tuloksia
- Näytä paikan päällä

"Pihapiirissämme on linnunpönttöjä."

vai

"Pihapiirissämme on kaksikymmentä linnunpönttöä, joista 17:ssä pesi viime keväänä sini- ja talitiaisia sekä kirjosiippoja."

"Olemme ennallistaneet läheistä suota."

vai

"Olemme ennallistaneet läheisen suon luonnontilaa tukkimalla laskuojia ja poistamalla puustoa, mikä palauttaa suon vesitalouden ja lisää lajiston monimuotoisuutta. Jo nyt, kahden vuoden jälkeen, suokasvillisuus on elpynyt ja perhosmäärä on selvästi noussut."

Kestävä matkailu ei rajoitu pelkästään negatiivisten haittojen minimointiin. Kestävän matkailun ytimessä on ajatus pyrkimyksestä parantaa luonnon tilaa, edistää paikallisyhteisöjen hyvinvointia ja lisätä alueiden elinvoimaa.

Uudistavalla matkailulla lisää elintilaa ihmisille ja luonnolle

Glasgow'n julistuksessa sitoudutaan toimimaan uudistavan matkailun periaatteiden mukaisesti. Julistuksessa esitetään suositeltuja toimenpiteitä, joita ovat esimerkiksi ekosysteemien ennallistaminen ja metsittäminen.

Uudistavan matkailun idea on, että vierailija jättää kohteen paremmaksi paikaksi kuin mitä se olisi ilman vierailua. Vaikutus luontoon, ihmisiin, yhteisöihin ja talouteen laajenee paikalliselta tasolta ennen pitkää ekosysteemiin ja koko maapalloon. Ihminen ja luonto ovat tiiviisti yhteydessä toisiinsa ja kehittyvät yhdessä, vastavuoroisesti.

Uudistavan matkailun avulla tavoitellaan ympäristönmuutoksen juurisyihin puuttumista: Suojellaan ja ennallistetaan ekosysteemejä, tuetaan näiden hiilensidontaa ja turvataan luonnon kyky tarjota meille monimuotoisuutta, vesivaroja ja ruokaa. Samalla pyritään siihen, että matkailualan toiminta tukee paikallisia yhteisöjä ilmastonmuutoksen vaikutuksilta ja auttaa siihen sopeutumisessa. Kaikki toiminta pyrkii auttamaan vierailijoita ja isäntäyhteisöjä tasapainoon luonnon kanssa.



Olemme onnistuneet kun

Olemme kestävän kasvun tiellä kohti 10 miljardin euron vuotuista matkailun vientituloja.

Matkailu on yksi Suomen kestävän kasvun strategisista tukipilareista ylittäen 3 % BKT:sta ja kattaen 16 % palveluviennistä.

Sesongit ovat tasaantuneet ja matkailusta on tullut ympärivuotista koko maassa.

Keskimääräinen viipymä on noussut neljästä viiteen päivään.

Suomen tunnettuus ja vetovoima keskeisillä kohdemarkkinoilla on vahvistunut.

Suomen monipuolinen ja houkutteleva tarjonta on laajasti saatavilla tärkeimmissä kanavissa. Suomella on entistä enemmän palveluja niin liike- kuin vapaa-ajan matkailijoille.

Suomen matkailutoimiala toimii yhtenäisesti ja kasvuhakuisesti. Roolit ja vastuut eri toimijoiden kesken ovat selvät ja täydentävät toisiaan tehokkaasti.

Yhdessä kestävästi eteenpäin. Kiitos!

Visit Finland www.visitfinland.com

Facebook
facebook.com/visitfinland

Instagram
instagram.com/ourfinland/

Twitter
twitter.com/OurFinland

Youtube
youtube.com/user/VisitFinland