

Visit

VÄRMLAND



# Värmlandsvägen

– *vår hållbarhetsresa*

Visit Värmland strävar efter hållbar utveckling i alla aspekter. Vi skapar en hållbar destination ekonomiskt, miljömässigt, socialt, historiskt och kulturellt genom långsiktigt arbete som ständigt utvecklas för framtidens resenärer.

Visit

VÄRMLAND



*Visit Swedens och Tillväxtverkets gemensamma definition av hållbar besöksnäring grundar sig i FN:s globala mål för hållbar utveckling.*

”En hållbar besöksnäring tar ansvar för turismens nuvarande och framtida ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan genom att utgå från besökarens, företagets, miljöns och lokalsamhällets behov.”

Visit

VÄRMLAND

De globala resenären är resvan och är ständigt på jakt efter nya resmål och upplevelser. Globala resenärer gör fler utlandsresor än genomsnittet, har högre inkomst, högre utbildning och bor oftare i storstad jämfört med dem som inte är globala resenärer.

**65 miljoner globala resenärer  
har intresse av att resa till  
Sverige på semester.**

Visit

VÄRMLAND



**Visit Sweden arbetar med målet att Sverige 2024 ska ligga på tio i topp-lista bland Europas mest hållbara länder att besöka.**

- ✿ Sveriges varumärke kopplat till hållbarhet står sig starkt internationellt. Detta är en stor fördel för Sverige när många länder allt mer prioriterar hållbarhet i sin marknadsföring.
- ✿ Resmålet Sverige kan och bör dra nytta av den starka bilden av det hållbara Sverige som finns och förstärka den ytterligare i syfte att öka attraktiviteten och medvetandegöra hållbara val hos resenärer.
- ✿ Hållbart resande är en förutsättning och ett mervärde, men för majoriteten är det inte en drivkraft vid val av resmål. Därför är det intressant och viktigt för aktörer inom besöksnäringen att vara med och möta och motivera målgruppen att göra medvetna val.
- ✿ Flera konsumenttrender driver på utvecklingen inom hållbarhet och naturturism. Här har Sverige stora möjligheter och en tydlig profil ska fortsätta kommuniceras, lättillgängliga upplevelser behöver finnas.
- ✿ Nyfikna upptäckare är en målgrupp som är väl matchad mot ett erbjudande om ett hållbart resmål.



# Webbinarier om hållbar besöksnäring

**Visit Sweden**

<https://corporate.visitsweden.com/kunskap/hallbarhet/>

- \* Hållbara transporter
- \* Hållbarhet ur besökarens perspektiv
- \* Hållbar turism i praktiken
- \* m.m.

Visit

VÄRMLAND

# Verktygsslåda för en hållbar besöksnäring

Visit Sweden

<https://corporate.visitsweden.com/kunskap/budskap/vad-ska-vi-beratta/verktygslada/>

- ✦ Tillsammans mot ett mer medvetet resande
- ✦ Så når du den medvetna resenären
- ✦ Så berättar du om ditt hållbarhetsarbete
- ✦ Kommunicera ert hållbarhetsarbete - inspireras av andra
- ✦ Vinster med att samarbeta

## Trender kulturturism

### Autentiska och minnesvärda upplevelser

- \* Besökaren vill uppleva resmål ur lokalbefolkningens perspektiv
- \* Önskan om kontakt med lokala invånare, guider och experter för unika och autentiska upplevelser
- \* Ökad efterfrågan på skräddarsydda och hållbara upplevelser
- \* Respekt för lokal kultur, traditioner och bevarande av kulturarv
- \* Användning av ny teknologi som AR för att förstärka upplevelser

### Vardagsfirande och lokala nöjen

- \* Nästan 40% av globala konsumenter gillar att fira traditionella högtider från andra länder
- \* Möjligheter för företag och entreprenörer att erbjuda autentiska och njutbara upplevelser av Sverige genom att bygga vidare på befintliga högtider
- \* Samarbeten med lokala konstnärer och företagare för att skapa dessa upplevelser
- \* Populäriteten av lokalt hantverk och design som souvenirer och presenter
- \* Nästan hälften av konsumenterna globalt föredrar handgjorda produkter framför massproducerade

### En mer hållbar kulturupplevelse

- \* Möjlighet att attrahera besökare som är intresserade av hållbara kulturupplevelser
- \* Hållbara företag inom besöksnäringen, nöjesparker, design och mode samt hållbara måltider baserade på lokala råvaror
- \* Unika upplevelser för besökare som vill resa och njuta av hållbar kultur i Sverige

### Kultur som utvecklas, stärker hälsan och ökar inspirationen

- \* Resenärer som är intresserade av Sverige värdesätter ökat välbefinnande under besöket
- \* Möjlighet för företag att dra nytta av detta för att attrahera besökare
- \* Kombinerade upplevelser av stad, kultur och natur i Sverige
- \* Digitaliseringen av kulturupplevelser ger nya riktningar och unika interaktiva kontakter med kulturen
- \* Många resenärer söker avkoppling genom att stänga av digitala hjälpmedel.

# Vad passar mig/oss?

## Trender kulturturism

- \* Autentiska och minnesvärda upplevelser
- \* Vardagsfirande och lokala nöjen
- \* En mer hållbar kulturupplevelse
- \* Kultur som utvecklas, stärker hälsan och ökar inspirationen

*Kommunicera allemansrätt*

*<https://www.naturvardsverket.se/vagledning-och-stod/allemansratten/kommunicera-om-allemansratten/>*

## Trender naturturism

### Naturen – en källa till hälsa

- ✿ Många människor har insett hur viktig naturen är för deras hälsa och välbefinnande. Promenader, cykling och kajakpaddling har bidragit till detta.
- ✿ Upplevelserna kan göras enskilt eller i grupp, med eller utan naturguide.
- ✿ Naturupplevelserna kan minska stress och oro och skapar positiva minnen.

### Tillgänglighet – upplevelser för alla

- ✿ Utvecklingen fokuserar på att inkludera alla och erbjuda olika möjligheter att uppleva naturen i sin egen takt.
- ✿ Resenärer vill ha en balans mellan avkoppling och lärande på semestern.
- ✿ Kombinationen av stad och naturupplevelser ger resenärer en rikare och mer varierad resa.

### En mer hållbar naturupplevelse.

- ✿ Resenärer strävar efter att njuta av naturen och vara hållbara samtidigt.
- ✿ Kombinationen av lärande och naturupplevelser har ökat.
- ✿ Guidning och bidrag till platsens hållbarhet är eftertraktat.
- ✿ Långsamma resor i naturen som bevarar den blir alltmer populära.

### Samhörighet

- ✿ Naturen skapar samhörighet och förenar människor genom olika aktiviteter.
- ✿ Intressebaserade nätverk blir allt viktigare för naturälskare. Nätverken ger en känsla av gemenskap och möjlighet till kunskapsdelning.
- ✿ Digitala verktyg möjliggör utforskning av naturen och skapar djupare online-upplevelser. Det ger möjlighet till naturupplevelser även för de som inte kan resa fysiskt.

Visit

VÄRMLAND

# Vad passar mig/oss?

## Trender naturturism

- ✿ Naturen – en källa till hälsa
- ✿ Tillgänglighet – upplevelser för alla
- ✿ En mer hållbar naturupplevelse.
- ✿ Samhörighet



# Ekonomisk hållbarhet

Genom att främja lönsamhet, tillväxt och affärsmöjligheter skapar vi en stabil grund för både befintliga och framtida aktörer. Vi fokuserar på att skapa lönsamhet och tillväxt för både lokala företag och samhället som helhet. Genom detta bidrar vi till långsiktig tillväxt och utveckling inom besöksnäringen i Värmland.



# EKONOMISK HÅLLBARHET

1. **Mål 8:** Rekommenderar du andra aktiviteter, restauranger etc. till dina gäster?
2. **Mål 12:** Erbjuder du produkter från lokala företag?
3. **Mål 16:** Har du en öppen kommunikation med det lokala samhället?
4. **Mål 11:** Bjuder du in dem att besöka dig/ta del av dina aktiviteter?
5. **Mål 16:** Uppmuntrar du dem att dela med sig av sin feedback, tankar och erfarenheter som lokala intressenter?
6. **Mål 11:** Deltar du aktivt och bidrar till lokala evenemang?
7. **Mål 4:** När du kontaktas av forskare såväl som studenter från universitetet, deltar du i deras forskning?
8. **Mål 8:** Erbjuder du praktikplats och arbete för ungdomar i närområdet?
9. **Mål 9:** Har du satsat på innovation och utveckling för att växa och vara konkurrenskraftig?

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

# EKONOMISK HÅLLBARHET

10. **Mål 8:** Har du arbetat för att minska kostnader och öka effektiviteten?
11. **Mål 8:** Har du en plan för att säkerställa långsiktig lönsamhet?
12. **Mål 8:** Har du koll på hur pengarna kommer in och ut i företaget?
13. **Mål 8:** Har du flera olika sätt att tjäna pengar för att undvika att vara beroende av en enda sak?
14. **Mål 8:** Har du tänkt på hur du kan skydda dig mot ekonomiska risker?
15. **Mål 8:** Har du etablerat pensionssparande och försäkringsprogram för att säkerställa ekonomisk trygghet för dig själv och dina anställda?

JA

NEJ

ANTECKNINGAR





# Tillgänglighet

Tillgänglighet kan omfattas av både social och ekonomisk hållbarhet. Inom social hållbarhet handlar det om att skapa en inkluderande samhällsmiljö där alla människor har lika möjligheter. Inom ekonomisk hållbarhet kan tillgänglighet bidra till en stabil och lönsam verksamhet genom att attrahera fler kunder och minska riskerna för diskriminering. Tillgänglighet kan också ha miljömässiga aspekter, som att använda energi-effektiv teknik. Så, tillgänglighet kan vara en del av både social, ekonomisk och ibland miljömässig hållbarhet.



# TILLGÄNGLIGHET

1. **Mål 10:** Har du din webbplats tillgänglig på olika språk, minimalt på svenska och engelska?
2. **Mål 10:** Kommunikerar du tillgängligheten för ditt företag på din webbplats?
3. **Mål 10:** Tänker du på tillgänglighet för personer med nedsatt rörlighet?
4. **Mål 3:** Om du erbjuder mat, kommunikerar du potentiella alternativ för personer med olika dieter och/eller allergier?
5. **Mål 3:** Försöker du undvika rengöringsprodukter och liknande med starkt luktande ämnen och allergener?
6. **Mål 10:** Kommunikerar du att du är välkomnande till människor med alla möjliga olika bakgrunder och inriktningar?
7. **Mål 16:** Pratar du med relevanta personer och (potentiella) gäster om hur de uppfattar din tillgänglighet och vilka åtgärder de skulle vilja se dig vidta?
8. **Mål 17:** Arbetar du tillsammans med lokala organisationer som stödjer integration för att ge fler människor tillgång till värdefulla upplevelser?

JA

NEJ

ANTECKNINGAR





## Social hållbarhet

Vi strävar efter att skapa en inkluderande och välmående miljö för både besökare och lokala invånare. Genom samhällsengagemang, bevarande av kulturellt arv samt främjande av jämställdhet, jämlikhet och mångfald skapar vi en destination där människor känner sig välkomna och respekterade. Tillsammans bidrar vi till en mer hållbar och rättvis framtid.



# SOCIAL HÅLLBARHET

1. **Mål 5:** Skapar du en inkluderande arbetsmiljö som främjar jämlikhet och respekt?
2. **Mål 5:** Arbetar du aktivt för jämställdhet genom att ge kvinnor och män lika möjligheter till utveckling, ansvar och inflytande i verksamheten?
3. **Mål 3:** Har du policies och program för att stödja balans och välmående på arbetsplatsen?
4. **Mål 4:** Erbjuder du utbildning och utvecklingsmöjligheter för att främja anställdas kompetens och karriärmöjligheter?
5. **Mål 8:** Arbetar du för att säkerställa hälsa och säkerhet på arbetsplatsen?
6. **Mål 10:** Främjar du mångfald och inkludering i rekryteringsprocessen och personalutvecklingen?
7. **Mål 17:** Samarbetar du med lokala samhällen och intressenter för socialt ansvar och välgörenhetsinsatser?
8. **Mål 16:** Stödjer och främjar du respekt för mänskliga rättigheter och arbetsrättigheter?
9. **Mål 16:** Ber du aktivt om feedback och insikt i upplevelsen av gäster från en varierad bakgrund?

J A

N E J

ANTECKNINGAR

# SOCIAL HÅLLBARHET

10. **Mål 8:** Om du har säsongsarbetare, har du tydlig kommunikation med dem om längden på deras arbetsarrangemang samt potentiella framtida möjligheter?
11. **Mål 4:** Tar du del av workshops och utbildningserbudanden som ditt företag kommer att ha nytta av, och låter du dina anställda också lära sig av dessa workshops?
12. **Mål 3:** Har du en öppen kommunikation och dialog med dina anställda om deras arbetsrelaterade välbefinnande, potentiella bekymmer eller feedback?
13. **Mål 3:** Ser du till att du och dina anställda tar riktiga pauser på jobbet där ni kan koppla av och inte tänka på jobbet?
14. **Mål 8:** Är du medveten om specialintressen och kompetens hos dina anställda, och uppmuntrar du dem att införliva och förbättra dessa på ett meningsfullt sätt?
15. **Mål 8:** Firar du prestationer av ditt företag, dig själv och enskilda anställda?

JA

NEJ

ANTECKNINGAR





# Miljömässig hållbarhet

Vi arbetar för att bevara Värmlands naturliga skönhet och resurser. Genom hållbara åtgärder och ansvarsfull hantering skapar vi en destination där natur och människa kan leva i harmoni. Vi strävar efter att vara attraktiva för kommande generationer genom att värna om miljön i Värmland.



# BIOLOGISK MÅNGFALD

*Syftet är att stödja den biologiska mångfalden och bevara livsmiljöer i de omgivande företagen. Även om målet givetvis är att bidra positivt till naturen, bör det vara första prioritet att minska den miljöpåverkan vi och våra gäster har.*

1. **Mål 15:** Införlivar du biologisk mångfaldsstödande infrastruktur, såsom insektshotell, fågel- eller fladdermus-hotell, med attraktiva och pedagogiska fördelar?
2. **Mål 15:** Inkluderar du inhemska och motståndskraftiga växter i din trädgård samtidigt som du undviker invasiva arter?
3. **Mål 12:** Är du ett aktivitetsföretag och är intresserad av att utbilda dina besökare om hur de ska bete sig i naturen, inklusive att inte lämna stigar och inte skräpa ned, särskilt med tanke på internationella gäster som kanske behöver mer information om allemansrätten?

J A

N E J

A N T E C K N I N G A R

# MINSKA KOLDIOXIDUTSLÄPP

*De specifika målen är att minska företagens och gästernas koldioxidavtryck genom mer hållbara transporter och mer ansvarsfull konsumtion.*

1. **Mål 11:** Kommuniserar din webbplats möjligheterna att ta sig till ditt företag med kollektivtrafik?
2. **Mål 11:** Kommuniserar din webbplats hur man kan utforska omgivningen av ditt företag och attraktioner i regionen med kollektivtrafik?
4. **Mål 12:** Använder och/eller säljer ditt företag svenska produkter?
5. **Mål 12:** Använder ditt företag säsongbaserad mat och dryck?

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

# MINSKA KOLDIOXIDUTSLÄPP

6. **Mål 12:** Främjar ditt företag ekologiskt kaffe, te och (växtbaserad) mjölk?
7. **Mål 12:** Köper ditt företag produkter från lokala producenter?
8. **Mål 11:** Erbjuder ditt företag möjligheter för besökare att hyra cyklar?
9. **Mål 11:** Om kollektivtrafiken inte tillåter besökare att helt nå ditt företag, erbjuder ditt företag en pendelservice från sista hållplatsen för personer som vill resa med kollektivtrafik?
10. **Mål 13:** Beräknar ditt företag sitt koldioxidavtryck och spårar utvecklingen?
11. **Mål 7:** Kommunikerar ditt företag hur laddningsinfrastrukturen är både på din plats och i regionen?
12. **Mål 7:** Har ditt företag laddinfrastruktur för elbilar som är kopplad till förnybar energi?
13. **Mål 11:** Använder ditt företag elbilar?

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

# AVFALLSHANTERING

1. **Mål 12:** Sorterar ditt företag avfall såsom metall, papper, plast, glas, kompost, matavfall, etc.?
2. **Mål 12:** Skapar ditt företag möjligheter och ger information så att gästerna också kan sortera sitt avfall enligt ditt system/ infrastruktur?
3. **Mål 12:** Undviker ditt företag engångsartiklar som är tillverkade av plast eller innehåller plast?
4. **Mål 12:** Har ni börjat med flergångsartiklar?
5. **Mål 12:** Kasseras avfallet på rätt sätt och uppmuntrar ditt företag gästerna att göra detsamma?
6. **Mål 12:** Informeras dina gäster om hur de kan göra sig av med avfall i naturen?
7. **Mål 14:** Ger ditt företag soppåsar till besökare så att de kan samla sitt eget skräp och eventuellt ta bort skräp från naturen? (Håll Sverige rent har t.ex Påsholkar och mycket information)
8. **Mål 12:** Komposterar ditt företag matavfall?
9. **Mål 12:** Registrerar ditt företag sig på Toogoodtogo, Karma eller liknande tjänster för att minska matsvinnet om ni har för mycket mat över vid slutet av en dag?

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

# VATTENBESPARING

*Här finns det två syften: Det första är att minska vattenförbrukningen kopplad till ditt företag så mycket som möjligt och för det andra att hålla grundvattnet och potentiella floder, sjöar eller våtmarksområden i din verksamhets närhet så rent och oförorenat som möjligt.*

1. **Mål 12:** Använder ditt företag miljömärkta varor vid rengöring?
2. **Mål 12:** Letar ditt företag efter certifikat som Bra miljöval, Svanen, EU Ecolabel när ni köper produkter?
3. **Mål 12:** Är ditt företag noggrann med doseringen när kemikalier används för att undvika överdosering?
4. **Mål 12:** Tillhandahåller ditt företag miljö- och vattenvänliga tvålar och handsprit för gästerna?

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

# VATTENBESPARING

5. **Mål 6:** Uppmuntrar ditt företag gästerna att hushålla med vatten?
6. **Mål 12:** Boende: Uppmuntrar ditt företag till återanvändning av handdukar, att stänga av vattnet vid tandborstning osv.?
7. **Mål 6:** Läser ditt företag vattenmätare regelbundet och övervakar vattenanvändningen i tid för att se till att vidtagna åtgärder är framgångsrika och upptäcka vattenläckor snabbt?
8. **Mål 6:** Samlar ditt företag upp regnvatten och använder det för att vattna växter och träd om ni har ett grönområde?
9. **Mål 6:** Har ditt företag installerat snålspolande duschmunstycken, kranar och toaletter?
10. **Mål 6:** Om ditt företag har boende, beräknar ni den genomsnittliga vattenförbrukningen per gäst och besök för att se fördelningen av vattenförbrukning mellan er och era gäster?
11. **Mål 6:** Återanvänder ditt företag regnvatten som toalettwater?

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

# ENERGIANVÄNDNING

1. **Mål 7:** Använder ditt företag endast LED-lampor?
2. **Mål 12:** Stänger ditt företag av belysningen och elektronisk utrustning när de inte används, inte bara i standby-läge?
3. **Mål 11:** Minskar ditt företag externa belysningssystem till vad som är nödvändigt för orientering och säkerhet?
4. **Mål 12:** Har ditt företag rörelsesensorer på ljuskällor, både inomhus och potentiellt utomhus?
5. **Mål 12:** Övervakar och registrerar ditt företag regelbundet elförbrukningen för att vara medveten om förbrukningen och reflektera över områden där energiförbrukningen kan minskas jämfört med föregående år?
6. **Mål 13:** Reglerar ditt företag temperaturerna?
7. **Mål 7:** Har ditt företag timer på elektronisk utrustning och belysning?
8. **Mål 7:** Använder ditt företag endast förnybar energi?
9. **Mål 12:** Om ditt företag har boende, beräknar ni den genomsnittliga energiförbrukningen per gäst och besök för att se fördelningen av energiförbrukning mellan er och era gäster?
10. **Mål 7:** Producerar du din egen energi, ex solceller/paneler?

JA

NEJ

ANTECKNINGAR



Visit

VÄRMLAND

# Värmländsk och historisk hållbarhet

I Värmland, där långa traditioner av jordbruk, jakt och fiske har skapat högkvalitativa råvaror, är kreativiteten för matupplevelser i unika miljöer oändlig. Värmlänningarna har alltid varit berättare, från de tysta nätterna vid lägereldarna till de många scenerna runt om i regionen. Berättartraditionen har spridit historierna vidare, vilket berikar regionens kulturarv.



# VÄRMLÄNDSK HÅLLBARHET

*Sytet är att bevara Värmlands kulturella identitet och arvet som är specifikt för Värmland. Det omfattar en mängd olika element som speglar regionens historia, traditioner och människors livsstil.*

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

# HISTORISK HÅLLBARHET

*Syftet är att bevara Värmlands gedigna och anrika historia. Historien om Värmland spänner över dramatiska krigstider, industriella bruksmiljöer, den sällsynta naturen och kulturarvet i Finnskogen, liksom många andra fornlämningar. Dessutom är Värmland hem för vackra herrgårdar som en gång beboddes av framstående personligheter.*

JA

NEJ

ANTECKNINGAR



## Hållbara evenemang

Väl genomförda evenemang stärker platsens rykte och skapar stolthet och engagemang hos både invånare och besökare. De ska också bidra till hållbar utveckling inom miljö, samhälle och ekonomi samt främja jämlikhet och inkludering. Evenemang är en viktig faktor för att sätta platsen på kartan och visar förmågan att bygga identitet, samarbeta och förstå sin samtid och kultur.



*Genom att minimera avfall, främja jämlikhet och investera långsiktigt skapar hållbara evenemang en positiv inverkan på både samhälle och miljö. Värderingarna fungerar som vägledande principer, vilket gör hållbara evenemang till plattformar för förändring och medvetenhet.*

1. Vi strävar efter ett jämställt och tillgängligt evenemang.
2. Vi har en god affärsetik – nolltolerans mot mutor och korruption.
3. Vårt evenemang ska vara tryggt och välkomnande för alla oavsett kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, trosuppfattning, etnicitet, sexualitet, funktionsnedsättning eller ålder.
4. Vi tar miljöhänsyn i alla våra beslut.
5. Vi strävar efter bred representation bland talare och deltagare; kön, etnicitet, ålder, funktionalitet med mera
6. Vi strävar mot att undvika stereotypa framställningar.

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


*Värdarna på hållbara evenemang fungerar som ambassadörer. Genom att skapa en inkluderande och respektfull atmosfär bidrar de till en positiv upplevelse för deltagarna. Utvalda hållbara och ansvarsfull boendemiljö, förstärker hela evenemanget som än mer hållbart och trevligt.*

1. Rekrytera lokala värdar.
2. Se till att värdar har bra arbetsvillkor och är försäkrade.  
Tänk på att ha en bred mångfald bland värdarna.
3. Ge gärna utbildning i värdskap och hållbarhetsarbetet.
4. Välj miljömärkta hotell.
5. Visa hur man kan ta sig till boendet med lokala transporter.
6. Om artister eller andra deltagare erbjuds logi väljer vi ett hotell där miljökrav är ställda.

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

--

*Transporterna på hållbara evenemang främjar kollektiva transportmedel, cykling eller eldrivna alternativ. Detta hållbara transportfokus bidrar till att skapa en positiv och ansvarsfull evenemangsupplevelse.*

1. Vi kommunicerar hur man ska ta sig till evenemanget med kollektivtrafik.
2. Start- och sluttid anpassas efter kollektivtrafikens tidtabell.
3. Buss arrangeras till evenemanget.
4. Vi underlättar för cyklister som besöker arrangemanget.
5. Vi underlättar för deltagare eller talare på distans.
6. Vi anlitar leverantörer och fordon som använder förnyelsebara bränslen. Färdtjänst har möjlighet att stanna nära entrén.
7. Parkeringsmöjligheter finns för personer med funktionsnedsättning.
8. Vi kommunicerar vart man kan ladda sin elbil och tanka sin biogasbil.

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Hållbara evenemang prioriterar förnybar energi och hållbara klimatåtgärder. Denna medvetenhet om energi och klimat skapar en miljövänlig ram för evenemanget och inspirerar deltagare att delta i en mer hållbar livsstil.*

1. Elektrisk utrustning som inte används är avstängd.
2. Vi använder förnyelsebar el eller grön el.
3. Om vi använder en generator så går den på förnyelsebart bränsle.
  
1. Platsen har en tydlig miljöprofil.
2. Platsen, inklusive scenen, är tillgänglig för alla.
3. Det är ett rökfritt evenemang, både ute och inne.
4. Om djur är en del av evenemanget, så har de en bra tillvaro.
5. Det ska finnas tillgång till vanliga och handikappsanpassade toaletter.

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



*Hållbara evenemang är präglad av tydlighet och engagemang för att sprida medvetenhet. Arrangörerna använder digitala plattformar för att minimera pappersanvändning och främjar hållbara budskap.*

1. Evenemangets funktionärer och medarbetare informeras om evenemangets miljö- och hållbarhetsarbete.
2. Affischer, program och andra trycksaker är tryckta på miljömärkt papper och av ett miljömärkt tryckeri.
3. Skyltar och liknande ska återanvändas.
4. Vi kommunicerar den hänsyn som tagits till ekologisk och social hållbarhet, exempelvis genom evenemangets program.
5. Goodiebags och give aways utesluts alternativt så är innehållet medvetet utvalt ur hållbarhetssynpunkt
6. Teckentolkning, syntolkning, hörselteknisk utrustning eller stöd på annat sätt ska finnas vid behov och om det är möjligt.
7. Ordval och bilder följer evenemangets värdegrund.
8. Information finns på minst svenska och engelska samt för evenemanget andra relevanta språk.
9. Evenemangets priser och medaljer är ekologisk och socialt hållbara.
10. Vi styr besökarna att göra hållbara val genom att lyfta fram hållbara alternativ framför andra.

JA

NEJ

ANTECKNINGAR

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# Kommunikation

En av de viktigaste sakerna i den här checklistan och för att arbeta för hållbarhet är att ha en öppen och transparent kommunikation med dina kollegor, externa parter och gäster. Steg som är viktiga att ta är:

- ✿ Kommuniera de åtgärder du vidtar för att bli en mer hållbar verksamhet och bidra till ett hållbart samhälle på din webbplats
- ✿ Dela den här checklistan med dina anställda och sätt upp dina hållbarhetsmål tillsammans
- ✿ Revidera hållbarhetschecklistan och vad du har uppnått en gång om året och reflektera över vad du vill arbeta framöver
- ✿ Kommuniera digitalt hur besökare kan agera mer miljövänligt på ditt företag eller på sina resor i allmänhet
- ✿ Skriv och följ din egen hållbarhetsstrategi
- ✿ Fråga aktivt dina kunder om vilka hållbarhetsförbättringar de skulle vilja se hos ditt företag/i regionen

# Vad tycker en resenär är hållbart?

Upplevelsen av vad det innebär att ta hänsyn till miljö skiljer sig ofta beroende på vem du frågar, men nedan är en ”topplista” kring vad som är värt att berätta om. Din medvetna gäst vill:

- ❁ Uppleva lokala initiativ – aktiviteter, restauranger, boende och affärer som ägs och drivs av människor som bor på orten.
- ❁ Undvika överfulla platser.
- ❁ Resa utanför destinationens högsäsong.
- ❁ Resa mer sällan, men stanna längre tid.
- ❁ Besöka en region där hållbarhet prioriteras.
- ❁ Bo miljöcertifierat eller där det finns ett genomgående miljötänk.
- ❁ Äta lokalproducerad och ekologisk mat.
- ❁ Kunna cykla eller ta promenader.
- ❁ Hellre åka tåg än flyg.
- ❁ Använda kollektivtrafik.

# Fem tips från internationella researrangörer

- ❁ Baka in kostnaden. Betalningsviljan för hållbart resande ökar ofta om det bakas in i totalpriset då det blir till en positiv bonus på reseupplevelsen.
- ❁ Marknadsför upplevelsen. Se hållbarhet som en viktig del av resan, något som gör den bättre, och inte själva reseanledningen.
- ❁ Kommunicera rätt värde. Alla efterfrågar inte hållbarhet, däremot vill många ha autentiska upplevelser i nära kontakt med lokalsamhället och naturupplevelser på platser långt från massturism.
- ❁ Berätta om vad du gör. Hållbarhet är ett bra argument för resan om den paketeras och presenteras på rätt sätt. Personlig marknadsföring är det som gör att du sticker ut i bruset. Skapa intressanta berättelser om din produkt!
- ❁ Etablera samarbeten. En dialog med researrangörer, som vet hur deras marknad fungerar, ger en möjlighet till en finlipad kommunikation om hållbarhet. Lika viktigt är att etablera samarbeten med andra produktägare. Vad finns mer att göra än att bo på det hållbara hotellet?



Visit

VÄRMLAND

[www.visitvarmland.com](http://www.visitvarmland.com)

[www.visitvarmland.com/corporate](http://www.visitvarmland.com/corporate)

[jenny.nohren@visitvarmland.com](mailto:jenny.nohren@visitvarmland.com)