



Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu

## Wild Atlantic Way -benchmarkkausmatka

30.10.-3.11. 2017

### Raportti



Eeva Koivula, projektipäällikkö  
Kohti vastuullista matkailua Etelä-Savossa -hanke

6.4.2018



Kannen kuva: Hazelwood Lodge, Ballyvaughan

## Sisältö

1.	Hankkeen tarkoitus, benchmarkkausmatkojen tavoitteet ja matkakohteiden valinta.....	2
2.	Matkan toteutus.....	2
3.	Benchmarkkauskysymykset.....	3
4.	Matkan kohdealue.....	3
5.	Burrenin alueen brändit, geopark ja yritysverkosto.....	5
5.1.	Wild Atlantic Way.....	5
5.2.	Cliffs of Moher.....	8
5.3.	Burren and Cliffs of Moher Geopark.....	10
5.4.	Burren Ecotourism Network.....	13
5.4.1.	Verkoston tavoitteet ja toimintaperiaatteet.....	13
5.4.2.	Burren Food Trail sekä muita teemoja ja yhteistyökuvioita.....	14
6.	Vastuullisen matkailun periaatteita, sertifikaatteja ja ohjelmia.....	16
6.1.	FailltÉ Irelandin eettiset ohjeet ja standardit.....	16
6.2.	EcoTourism Ireland.....	17
6.3.	Leave no Trace.....	19
6.4.	Green Hospitality.....	20
6.5.	Restaurant Association of Ireland ja Foodie Town.....	21
6.6.	Muut.....	22
7.	Yritykset.....	22
8.	Vastauksia benchmarkkauskysymyksiin: havaintoja ja pohdintaa.....	36
8.1.	Brändit, yhteistyö ja viestintä.....	36
8.2.	Matkailun hiilijalanjälki.....	39
8.3.	Vastuullisuudesta kilpailuetua?.....	40
9.	Arvio matkan toteutuksesta ja tuloksista.....	41
7.	Lähteet.....	42
Liitteet	1. Matkan osallistujat ja asiantuntijat	
	2. Matkaohjelma	
	3. Laskelma ryhmämme rahankäytöstä opintomatkan kohdealueilla	

## 1. Hankkeen tarkoitus, benchmarkkausmatkojen tavoitteet ja matkakohteiden valinta

Kohti vastuullista matkailua -hankkeen tarkoituksena on Etelä-Savon matkailun vastuullisuuden tason nostaminen ja vastuullisuusviestinnän kehittäminen siten, että vastuullisuudesta saadaan nykyistä vahvempi kilpailuetu.

Hankkeen yhtenä tavoitteena on matkailuyritysten ja sidosryhmien kansainvälistyminen. Tätä tavoitetta palvelevat hankesuunnitelman mukaiset kaksi benchmarkkausmatkaa ulkomaille.

Benchmarkkausmatkoilla vahvistetaan aiempia kontakteja ja/tai hankitaan uusia sekä etsitään sellaisia hyviä käytänteitä, joita voitaisiin hyödyntää Etelä-Savossa matkailun vastuullisuuden ja vastuullisuusviestinnän kehitettäessä.

Ensimmäiseksi matkakohteeksi haluttiin alue, jonka tarjonta jossain mielessä vastaa meidän aluettamme. Toinen matka on tarkoitus tehdä maahan, joka on vastuullista matkailua ajatellen tärkeä lähtöalue.

## 2. Matkan toteutus

Ensimmäisen matkan kohdetta valittaessa Irlanti otettiin lähempään tarkasteluun osin siksi, että Ecotourism Ireland- järjestössä oli Kohti vähähiilistä matkailua hankkeen (2016) opintomatkan jäljiltä jo kontaktihenkilö, jonka kanssa oli keskusteltu vastuullisesta matkailusta Irlannissa. Alueeksi valikoitui Wild Atlantic Way/Burrenin alue, koska Wild Atlantic Way -brändi on kiinnostava Saimaa -brändin ja Saimaan alueen matkailun kehittämisen näkökulmasta ja koska Burrenin alueella on melko tuore Geopark, jonne Saimaa Geopark -yhdistyksen kautta oli myös valmis kontakti.

Matka oli avoin kaikille Etelä-Savon matkailun sidosryhmille. Matkan ajankohta valittiin yrityksiltä tulleiden toiveiden mukaisesti syyslomien ja pikkujoulukauden välisiltä viikoilta. Matkalle osallistui kymmen matkailuyrittäjää tai yritysedustajaa, rahoittajan edustaja, yksi Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun (Xamk) matkailun lehtori sekä kolme hanketiimin jäsentä. Osallistujaluettelo liitteessä 1.

Matkalle lähdettiin maanantaina ja paluu oli perjantain ja lauantain välisenä yönä. Aikataulu määräytyi osin suorien lentojen hintojen mukaan. Aikaa perillä Cliff Coast -alueella oli kolme kokonaista päivää. Viimeinen puolipäivä vietettiin Dublinissa ilman yhteisesti sovittua ohjelmaa, koska muu aikataulu oli tiukka ja kotiinpaluu myöhään.

Koska tavoitteena oli saada tietoa sekä alueen matkailun yleistä kehittämisestä että yrityksistä ja niiden yhteistyöstä, matkaohjelmaan sisältyi yritysvierailujen lisäksi kolme palaveria matkailua kehittävien organisaatioiden edustajien kanssa. Yritysvierailulla oli sovittu tapaamisista yrittäjien tai yrityksen edustajien kanssa ja myös muutamassa kohteessa, joissa tapaamisista ei ollut sovittu, tarjoutui mahdollisuus keskustella yrittäjän kanssa. Yritykset valittiin yhteyshenkilöiden suositusten ja yritysten verkkosivujen perusteella. Ohjelmaan sisällytettiin erilaisia majoitusyrityksiä, ravintolapalveluja sekä ohjelmalveluyritystä. Julkista käyntikohdetta edusti opastuskeskus. Matkaohjelma liitteenä 2.

Matkan vastuullinen matkanjärjestäjä oli Xamkin kilpailuttama HRG Nordic Events & Meetings Management, Helsinki. Sen kautta hankittiin lentoliput ja majoitukset sekä bussikuljetus Irlannissa.

### 3. Benchmarkkauskysymykset

Seuraaviin kysymyksiin haettiin vastauksia matkaa valmisteltaessa:

- kuinka vastuullisuus näkyy kohdealueen (Wild Atlantic Way, Burren and Cliffs of Moher Geopark) ja alueella sijaitsevien yritysten markkinointiviestinnässä paikan päällä (ja internetissä)
- miten vastuullisuus näyttäytyy kohdealueen matkailuyritysten ja matkailun kehittäjäorganisaatioiden toiminnassa (ja verrattuna niiden verkkosivujen vastuullisuusviestintään)
- millaista on alueen yritysten ja yritysten ja muiden matkailun sidosryhmien välinen yhteistyö
- onko vastuullisuus alueella kilpailuetu

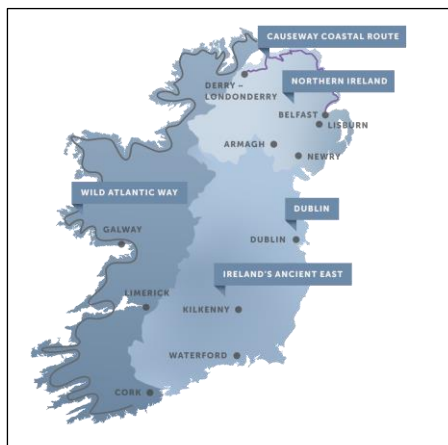
Kokonaiskuvan saamiseksi matkan valmistelussa ja matkan aikana saatuja tietoja ja havaintoja on täydennetty matkan jälkeen. Lukemisen helpottamiseksi tekstissä viitataan yritysten ja organisaatioiden verkkosivuihin useasti vain yhdellä, yleensä aloitussivun verkko-osoitteella.

### 4. Matkan kohdealue

**Irlannin saari** muodostuu Irlannin tasavallasta ja Englannille kuuluvasta Pohjois-Irlannista. Pääsaaren lisäksi Irlantiin kuuluu useita pienempiä saaria. **Irlannin tasavallan** pinta-ala on noin 70 000 km<sup>2</sup> ja siellä on noin 4,8 miljoonaa asukasta. (Wikipedia 2017.)

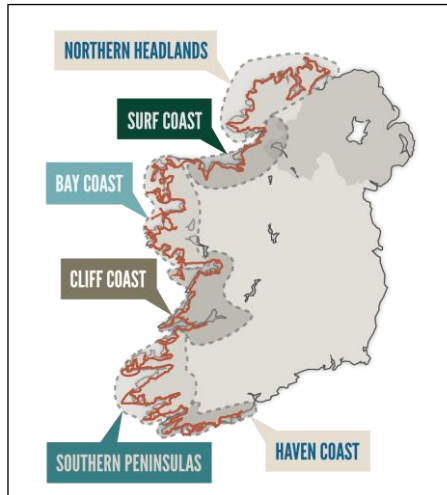
Irlannin tasavallassa vieraili vuonna 2016 noin 9,6 miljoonaa kansainvälistä matkailijaa ja vuodesta 2013 alkaen matkailijamäärä on kasvanut lähes miljoonalla kävijällä joka vuosi (Central Statistic Office 2017). Visit Finlandia vastaava organisaatio on FailtÉ Ireland. Se pitää yllä matkailutoimijoille tarkoitettua portaalia <http://www.FailtÉireland.ie/> sekä matkailijoille suunnattua portaalia <https://www.discoverireland.ie/>.

Koko Irlannin saaren matkailulla on myös yhteinen virallinen, ministeriöiden ylläpitämä organisaatio Tourism Ireland. Sen matkailijoille suunnatulla sivustolla <http://www.ireland.com/en-fi/> matkailijoille esitellään saaren alueet ja reitit kuvan 1 osoittamalla tavalla. (Ireland 2017.)



Kuva 1. Explore the Island of Ireland (Ireland 2017)

**Wild Atlantic Way** on Irlannin tasavallan pohjoisrannikolta etelärannikolle ulottuva 2500 kilometrin pituinen matkailureitti ja alue, jonka varrella olevilla kuudella matkailualueella on kullakin oma profiilinsa (Wild Atlantic Way s.a.). Reitti ja sen matkailualueet sijaitsevat kolmen maakunnan – Ulsterin, Connahtin ja Munsterin - maakunnissa.



Kuva 2. Wild Atlantic Way, Regions (Wild Atlantic Way s.a.)

Wild Atlantic Wayn alueista omaleimaisimpana mainostetaan **Cliff Coastia**. Sen vetovoima perustuu erikoisiin maisemiin: jyrkkiin rantakallioihin ja paljaana näkyvään kalkkikiveen. Merkittävimpinä käyntikohteina mainitaan Cliffs of Moher -jyrkänne, Aranin saaret ja Burrenin alue. (Ireland 2017)



Kuva 3. Cliffs of Moher

Suurin osa Cliff Coastin aluetta ja sen vetovoimaisimmista kohteista Burrenin alue ja Cliffs of Moher sijaitsevat **Clare Countyn piirikunnassa**, joka on Irlannin tasavallan merkittävimpiä matkailualueita. Piirikunnassa matkailulle on ennustettu voimakasta kasvua ja sen merkitys alueella vahvistuu. (Clare County s.a.)

Piirikunnan pinta-ala on 3 159 km<sup>2</sup> ja asukasluku noin 120 000 (pinta-alaltaan siis hiukan nykyistä Mikkelin kaupunkia pienempi, mutta asukasluvultaan yli kaksi kertaa suurempi). Clare County kuuluu Munsterin maakuntaan ja Cliff Coastin pohjoisosa, jossa Galwayn kaupunki ja Aranin saaret sijaitsevat, Connahtin maakuntaan. (City Population 2017).

Clare Countyn piirikunnan matkailua kehittää Clare County Councilin vetämä Clare Tourism Forum. Sen tavoitteena on luoda ja toteuttaa matkailumarkkinoinnin strategia, jolla kehitetään myönteinen ja kestävä County Clare -brändi ja lisätään merkittävästi alueen matkailijamääriä. Councilin johdolla mm. pidetään yllä Visit Clare -sivustoa. (Visit Clare s.a.)

Clare Countyn piirikunnassa sijaitseva **Burrenin alue** muodostuu maantieteellisesti Ballyvaughanin, Kinvaran, Tubberin, Corofinin, Kilfenoran and Lisdoonvarnan kylistä ja niiden välisestä alueesta (Wikipedia 2017b). Matkailullisesti Burren tunnetaan kuitenkin sen alueella sijaitsevasta Burren and Cliffs of Moher -geoparkista.

## 5. Burrenin alueen brändit, geopark ja yritysverkosto

Burrenin alue on osa Wild Atlantic Way -reittiä ja -aluetta ja sen profiloituminen vastuullisen matkailun alueeksi tukeutuu vahvasti Burren and Cliffs of Moher -geoparkiin. Yhteistyössä Geoparkin kanssa sen alueella toimii Burren Ecotourism Network, jonka tarjonta matkailijalle on esillä Visit the Burren -portaalissa.

Luvussa kerrotaan Burrenin alueeseen kytkeytyvästä vastuullisen matkailun kehittämisestä; brändeistä, organisaatioista ja verkostoista sekä yhteistyöstä.

### 5.1. Wild Atlantic Way

Heti ohjelmamme alussa 31.10. meillä oli Galwayssa sovittuna tapaaminen Failté Irelandin Wild Atlantic Way (WAW) -reitin kehittämisessä mukana olevan Michael Fitzimonsin kanssa. Hänen lisäksi paikalla oli samasta organisaatiosta Siobhan King. Kuulimme tiiviin esityksen WAW-brändin kehittämisestä ja lopuksi oli aikaa kysymyksillekin.

Reitin kehittämisestä on vastannut ja vastaa Failté Ireland. Kehitystyö aloitettiin vuonna 2011 ja markkinoille se tuotiin keväällä 2014. Taustalla oli tarve lisätä Irlannin maaseudun väestökadosta kärsivien alueiden elinvoimaa. Vahvan brändin rakentaminen nähtiin parhaimmaksi keinoksi tuoda tunnetuksi Irlannin länsirannikon matkailua ja houkutella lisää kansainvälisiä matkailijoita. Keskeisimmät lähtömaat ovat USA, Britannia, Saksa ja Ranska. (Fitzimons 2017.)



Kuva 4. Kansainvälisten matkailijoiden jakaantuminen Irlannin tasavallassa (Fitzsimonsin diaesitys 2017). Kuvassa Siobhan King.

Reitillä liikkuu nyt vuosittain noin 3,8 miljoonaa kansainvälistä matkailijaa, joista matkailutulo on 190 miljoonaa euroa. Tavoitteena on viiden vuoden aikana lisätä kävijämäärää viiteen miljoonaan. (Fitzimons 2017.)

WAW-reitti on toteutettu siten, että sen varrelta Atlantin rannalta on määritelty viisitoista parasta näköalapaikkaa (signature discovery points) ja 188 muuta näköalapaikkaa (discovery points). Näköalapaikoilla on brändin mukaisesti suunnitellut opasteet ja tien varrella viitoitus. Reitille on luotu laajat kotisivut (<https://www.wildatlanticway.com/home>), joilla esitellään aluetta ja sen palveluja. Lisäksi on jaossa painettuja esitteitä ja myynnissä mm. Wild Atlantic Way -passi. (Fitzimons 2017.)



Kuva 5. Wild Atlantic Way -tietä.



Alueesta, jolla WAW-reitti sijaitsee, noin 70% on tavalla tai toisella suojeltua. Reitin tiet ovat osin hyvinkin kapeita ja maanomistuksen ja maiseman suojelurajoitusten vuoksi niiden leventäminen on harvassa paikassa mahdollista. (Fitzimons 2017.)

Ajoimme bussillamme useita WAW-tien osuuksia ja hämmästelimme todellakin sitä, kuinka niin kapea reitti voi toimia vilkkaana matkailutienä. Varsinaiselta rantaa seurailevalta tieltä käyntikohteisiin kääntyttyämme tiet olivat vielä kapeampia, niillä autot eivät mahtuneet sivuuttamaan toisiaan pysähtymättä. Pyöräilijöille tiet ovat varmaankin vilkkaan liikenteen aikana vaarallisia, varsinkin kun niitä usein reunusti väistämistä vaikeuttava kiviaita.

Fitzimonsin (2017) mukaan vastuullisuus on WAW-projektissa keskeisenä periaatteena. Matkailijoiden houkuttelemiseksi nykyistä laajemmalle alueelle – ei pelkästään alueen kärkikohteisiin – pyritään tarinoin ja autenttiseen kulttuurihistoriaan perustuvalla tuotteistamisella. Joillain kohteilla matkailijoiden vuosittaista määrää on ruuhkautumisen ja ympäristön kulumisen uhan vuoksi jo rajoitettu ja hinnat sen mukaisesti korkeat. Tavoitteena on myös viipymän pidentäminen ("slow down"), sillä tutkimusten mukaan bussilla Cliffs of Moherissa kääntymässä käyvä bussimatkailija jättää alueelle keskimäärin vain 12 euroa. Yritysten ja sitä kautta alueen talouden kestävyttä pyritään parantamaan antamalla apua liiketoiminnan kehittämiseen.



Kuva 6. Wild Atlantic Way -reitin ruuhkaa heinäkuussa Doolinissa (Fitzimonsin diaesityksestä 2017).

Wild Atlantic Way Operational Programme 2015-2019 -ohjelmassa on kuvattu reitin kehittämisen tausta ja jatkosuunnitelmat. Niihin sisältyvät vastuullisuuteen liittyvät taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristöä koskevat tavoitteet ja näkökulmat, mm. matkailijoiden ohjaaminen siten, ettei alueiden kantokykyä ylitetä sekä ympäristövaikutusten arviointi (YVA-menettely) ja vastuullisen matkailun kehittämiselle välttämätön tutkimus ja seuranta. Ohjelmasta käy myös ilmi, että WAW-reitin lanseeraamisen jälkeen on tarkoitus tuoda esiin aiempaa vahvemmin myös koko alueen tarjontaa, ei

vain rannikon kärkikohteita. On tarkoitus myös kehittää edelleen pyöräreittejä polkuverkostoa niin, että entistä pitempi osa reitistä olisi kuljettavissa lihasvoimin. (Faité Ireland 2015.)

Myös WAW-projektin seurannassa on havaittu parhaiden näköalakohteiden ympäristössä matkailijoiden aiheuttamaa eroosiota ja muita kielteisiä ympäristövaikutuksia. Suosituksena on kohteen parempi johtaminen. (Faité Ireland 2016a.)

Fitzimons (2017) painotti sitä, että WAW-kehitystyössä on panostettu paljon paikallisten ihmisten ja yhteisöjen osallistamiseen ja että siinä on onnistunut hyvin. Sesongin aikaisen suosituimpien kohteiden ja kapeiden teiden ruuhkaantumisen hän näki riskinä asiakastyytyväsyydelle. Lisäksi pienempiin yrityksiin kauempana reitiltä ei edelleenkään riitä asiakkaita varsinkaan sesonkien ulkopuolella.

Tapaamisessamme Burren & Cliffs of Moherin geoparkin johtaja Carol Gleesonin kanssa ohjelmamme lopulla 2.11. kuulumme melko erilaisen näkemyksen reitin kehittämisestä. Gleeson piti huonona kehityksenä WAW-projektin aiheuttamaa massamatkailun lisääntymistä erityisesti Cliffs of Moherissa. Hänkin toi esille sen, miten vähän paikalliset yritykset ja yhteisöt hyötyvät alueella käyvistä bussiryhmistä ja muista vain tunnetuimmissa kohteissa vierailevista matkailijoista. Lisäksi hän oli sitä mieltä, että WAW-projektissa olisi ensin pitänyt hoitaa kuntoon infra ja tuotteet ja sitten vasta ryhtyä voimalliseen brändimarkkinointiin. Hänen mielestään paikallisia asukkaita ja yrittäjiä ei WAW-valmisteluvaiheessa kuultu riittävästi. WAW-projekti oli siis Gleesonin mukaan hoidettu leimallisesti ”ylhäältä alas”, mikä Burrenin alueella on koettu ikävänä erityisesti sen vuoksi, että yksi geoparkien kehittämisen peruserusperiaatteita on kehittäminen ”alhaalta ylös”. (Gleeson 2017.)

Faité Irelandin (2017b) verkkosivuilla selitetään, kuinka yritykset pääsevät mukaan Wild Atlantic Way -reitit kehittämiseen ja näkyvyyteen. Yrityksistä, joissa vierailimme, vain neljän kotisivuilla oli linkki WAW-sivustolle. Toisaalta WAW-sivustolla näkyi myös yritys, jonka verkkosivuilla ei WWW-linkkiä ollut.

## 5.2. Cliffs of Moher

[Cliffs of Moher](#) on sekä geoparkin geokohde että yksi Wild Atlantic Way -reitit viidestätoista parhaasta maisemakohteesta. Sen noin viiden kilometrin pituinen jyrkkä rantakallio kohoaa korkeimmillaan yli 200 metriä merenpinnan yläpuolelle. Eri-ikäisistä kerrostumista muodostuvat seinämät kertovat alueen geologiasta ja kalkkikivien fossiilit elämän siirtymisestä merestä maalle. Alue on myös merkittävä lintujensuojelukohde. (Burren and Cliffs of Moher Geopark s.a.)

Cliffs of Moherin alue ja infra on Clare Countyn omistuksessa. Tunnettuuden myötä siitä on muodostunut oma brändi, jota kehitetään erikseen ja yhdessä alueen matkailun kanssa. Vahvan brändin hyötynä on vetovoimaisuus, mutta haittana sen ylivoimaisuus suhteessa Burrenin alueen muuhun monipuoliseen luonto- ja kulttuurimatkailutarjontaan (Gleeson 2017.)

Alueella on Cliffs of Moher Visitor Center -opastuskeskus, polkuja ja näköalatasanteita, O'Birenin näköalatorni, kauppoja sekä pysäköintialue. Opastuskeskuksessa on näyttelytilat, joihin on ostettava pääsylippu, sekä kahvila -ja ravintolapalvelut ja matkamuiistikauppa. Keskuksesta on myös varattavissa opastettuja kierroksia. (Cliffs of Moher s.a.)

Cliffs of Moherilla on näyttävät verkkosivut, joilla on upeaa videokuvaa, karttoja ym. aineistoa.

Verkkosivuilla ovat näkyvissä seuraavat **logot/verkostot**: *Burren and Cliffs of Moher Geopark, Wild Atlantic Way, Green Hospitality, Visit Clare* sekä *Clare County Council ja EU*.

Vastuullisuudesta/kestävyydestä kertovat *Conservation* -pääotsikon alla alaotsikot *Sustainability at the Cliffs, Burren and Cliffs of Moher UNESCO Geopark Special Protected Areas ja Local Producers*.

Maisema-alueelle on vapaa pääsy, mutta pysäköintialue on maksullinen – eikä sen ulkopuolelle käytännössä ole mahdollista pysäköidä. Opastuskeskuksen rakentaminen on aikanaan herättänyt keskustelua puolesta ja vastaan. Ainakin osa paikallisesta väestöstä on kritisoinut perinteisen maiseman ”kaupallistamista”, erityisesti sitä, ettei alueella käytännössä oikein voi vierailta ilman että joutuu maksamaan pysäköintimaksun. Toisaalta on myös kiitetty sitä, että opastuskeskus palveluineen ohjaa kävijävirtoja ja että sen tuoton tulevat alueen hyväksi. (Gleeson 2017.)

Suuri osa Cliff Coastille tulevista matkailijoista käy vain Cliffs of Moherissa ja WAW-projektin myötä kävijämäärät ovat selvästi kasvaneet. Vuonna 2016 siellä kävi noin 1,4 miljoonaa matkailijaa (Gleeson 2017).

Me vierailimme Cliffs of Moherissa 1.11. Vaikka vierailumme ei osunut varsinaiselle sesongille, valtavalla parkkipaikalla oli kymmeniä busseja ja henkilöautoja sadoittain. Alueen polut olivat kuluneet ja ulottuivat ohjattujen reittien ulkopuolelle, jopa aivan jyrkänteen reunoille. Polkujen ja jyrkänteen välissä oli kyllä aita, mutta aivan jyrkänteen reunalla oli toinen polku, jota suuri osa matkailijoista käytti. Kallioilla liikkui paljon ihmisiä.



Kuva 7. Cliffs of Moherin näköalapolkua. Taustalla rinteessä maan alle rakennettu opastuskeskus ja sen takana oikealla valtava pysäköintialue.

Opastuskeskus sulautui hyvin maisemaan. Jätteiden lajittelu oli ulkoalueella hyvin keskeisellä paikalla, eikä roskia juuri näkynyt. Pyöräilyä selvästi haluttiin edistää, sillä opastuskeskuksen vieressä oli pyöriä varten korjauspiste sekä pyöriä vuokrattavana.



Kuva 8. Cliffs of Moher Visitor Centerin näyttelyssä oli esillä tietoa mm. keskuksen jätteiden lajitteluprosentista sekä energian- ja veden kulutuksesta/kävijä vuosina 2014-2017.

Rakennuksen energiankulutukseen ja muuhunkin ekologisuuteen oli kiinnitetty huomiota ja siitä kerrottiin näyttelyssäkin. Näyttely antoi monipuolisen kuvan alueen luonnon- ja kulttuurihistoriasta. Opastuskeskuksen kaupan tarjonta sen sijaan oli sekava ja sisälsi paljon rihkaman oloista matkamuuistotavaraa.

### 5.3. Burren and Cliffs of Moher Geopark

UNESCO:n Global Geoparks -verkoston (GGN) geoparkit ovat yhtenäisiä maantieteellisiä alueita, joilla kansainvälisesti merkittäviä geologisia kohteita ja maisemia hoidetaan suojelun, koulutuksen ja kestävän kehityksen muodostaman konseptin mukaisesti. Geopark -alueiden kehittämiseen sisältyy innovatiivisten paikallisten yritysten, uusien työpaikkojen ja korkeatasoisen koulutuksen edistäminen ja uuden liiketoiminnan luominen geomatkailun avulla, samalla alueen geologiaa ja ympäristöä suojellen. (UNESCO 2016.)

Jotta geopark hyväksytään UNESCO:n GGN-verkostoon, siltä edellytetään kansainvälisesti merkittävien geologisten ja kulttuuriperintökohteiden ohella vahvaa aluekehittämistä, näkyvyyttä ja toimijoiden verkostoitumista paikallisesti sekä kansainvälisesti. Geoparkilla täytyy olla organisaatio, joka vastaa puiston ylläpidosta ja kehittämisestä UNESCO:n periaatteiden mukaisesti. Geoparkissa on mm. aina määritelty puiston viralliset geokohteet (geosites) ja alueella täytyy olla riittävät opasteet ja opastuskeskuksia. (UNESCO 2016.)

Tapasimme geoparkin johtajan Carol Gleesonin 2.11. Ennisissä. Gleesonilta oli pyydetty näkemyksiä erityisesti geoparkin yhteistyöstä alueen yritysten kanssa, mutta tapaamisessa keskusteltiin laajemminkin alueen matkailusta.

Burren and Cliffs of Moherin taustaorganisaatio on Clare County Council. Se hallinnoi geoparkin kehittämishankkeita ja maksaa Gleesonin ja geoparkin toimistotyöntekijän palkan. Geoparkia rahoittavat myös Fáilte Ireland ja Geological Survey of Ireland. Yritysyhteistyö kanavoituu Burren Ecotourism Network -verkoston kautta. (Gleeson 2017.)

Burren and Cliffs of Moher Geopark sai UNECSO:n geopark-statusen vuonna 2011. Geopark on noin 530 neliökilometrin suuruinen (noin kymmenesosa Saimaa Geoparkista) ja sen alueella on yhteensä kahdeksantoista kaupunkia tai kylää. Matkailuyrityksiä alueella oli vuonna 2011 seuraavasti: majoitusyrityksiä 204, ravintoloita 55, ohjelmapalveluyrityksiä 56 ja käsityöyrityksiä ym. pientuottajia 41. Burren Ecotourism Network -verkostossa oli sen perustamisvaiheessa 36 jäsentä. (Burren and Cliffs of Moher Geopark 2011)

Geoparkin alueesta valtaosa on tavalla tai toisella suojeltua. Kansallispuiston osuus alueesta on vain noin 3%, muu on pääasiassa yksityisessä omistuksessa. Alueella on noin 5000 asukasta. (Burren and Cliffs of Moher Geopark 2017a).

Geoparkilla on oma portaali, <http://www.burrengeopark.ie/>, jossa kerrotaan seikkaperäisesti geoparkin taustasta, periaatteista, kohteista ja tarjonnasta matkailijoille. Sivustolla on myös runsaasti karttamateriaalia ja esimerkkejä toteutetuista projekteista ja kehittämistöistä. (Burren and Cliffs of Moher Geopark s.a.)



Kuva 9. Burren & Cliffs of Moher -geoparikin karttaesite (Burren and Cliffs of Moher Geopark s.a.)

Geoparkilla on yhdeksän virallista geokohdetta. Ne ovat geologiaan erityisiä maisemia tai muita luonto- tai kulttuurihistoriallisia kohteita, kuten kalkkikivikallioita ja -luolia ja esihistoriallisia kivirakennelmia. Osa geokohteista on samalla Wild Atlantic Way -reitien maisemakohteita (discovery

points). Myös Burrenin kansallispuisto on geoparkin virallinen geokohde. (Burren and Cliffs of Moher Geopark s.a.)

Geoparkia kehitetty useilla EU-hankkeilla. Niiden avulla on rakennettu vastuullisen matkailun toimintamalli, joka sisältää mm. geoparkin eettiset säännöt, ”Geopark Code of Practice”, geoparkin kanssa yhteistyötä tekeville yrityksille vastuullisuuden indikaattorit ja kriteerit sekä itsearviointityökalun. Mallia toteutetaan yhdessä Burren Ecotourism Network -verkoston kanssa (ks. luku 5.4.).

Eettisten sääntöjen kuusi periaatetta ovat:

- Working together
- A cared-for landscape
- A well-understood heritage
- Vibrant communities
- Strengthened livelihoods
- Sustainable Environment management

(Burren and Cliffs of Moher Geopark s.a.)

Esityksessään ja keskustelussamme Gleeson korosti selkeän matkailukohteen -ja alueen johtamisen merkitystä vastuullisen matkailun kehittämisessä; on oltava selkeä linja (”policy”). Hän painotti myös geoparkin alhaalta ylös -periaatetta (bottom-up) ja sitä, että geoparkin perustaminen ja kehittäminen on pitkä prosessi, joka vaatii paljon resursseja. (Gleeson 2017.)



Kuva 10. Carol Gleeson piti merkittävänä geopark-statuksen tuomaa yhteistyötä, kansainvälisiä verkostoja sekä erilaisten palkintojen tuomaa kansainvälistä näkyvyyttä.

Gleesonin mukaan geoparkin vastuullisen matkailun kehittämisen edellytyksenä on vahva yritysverkosto. Geopark oli alussa perustamassa verkostoa ja vetovastuussa sen toiminnasta, mutta

sittemmin vastuu on siirtynyt kokonaan yrityksille. Verkoston toiminta ei aina ole ollut ongelmatonta ja sen sisällä on syntynyt ristiriitojakin, kuten aina isoissa verkostoissa. Gleeson piti ehdottoman tärkeänä, että verkostolla on luottamusta nauttiva vetäjä ja hänellä riittävästi resursseja. Jonkin yrityksen oman toimintansa ohella hoitamana vetovastuu ei ole ollut hyvä ratkaisu; on parempi, että vetäjänä on henkilö, jolla ei ole omaa yritystoimintaa alueella. (Gleeson 2017.)

Burren and Cliffs of Moher sai vuonna 2016 ITB Berlin -tapahtumassa jaetun National Geographic -lehden kestävän matkailualueen palkinnon, Destination Leadership category of The National Geographic World Legacy Awards. Palkinto osoittaa, että geopark on tunnustettu kansainvälisesti johtavaksi kestävän kehityksen matkailualueen kehittäjäksi. Perusteluna oli erityisesti GeoparkLIFE -projektin, jossa matkailua kehitettiin alueen suojelun hyväksi. (Burren and Cliffs of Moher Geopark s.a.)

Vuonna 2016 Geoparkille myönnettiin Irlannin EDEN Destination of Excellence -palkinto teemasta "Tourism and Local Gastronomy" (Ireland's Eden s.a.).

Gleesonin mukaan heillä kehitettyä vastuullisen matkailun mallia voisi soveltaa muiden geoparkin lisäksi myös muiden alueiden vastuullisen matkailun kehittämisessä. Vaikutelmaksi jäikin, että tästä järjestelmällisestä kehittämistyöstä voisi ainakin joiltain osin ottaa oppia myös meillä.

## 5.4. Burren Ecotourism Network

Burren Ecotourism Network (B.E.N.) on tiiviisti Burren and Cliffs of Moher Geoparkin yhteistyössä toimiva yritysverkosto, jonka kaikki yritykset toimivat geoparkin alueella ja ovat sitoutuneet geoparkin eettisiin sääntöihin. Myös geopark kuuluu verkostoon. (Visit the Burren s.a.)

B.E.N. -verkoston tarjonta matkailijoille on esillä [Visit the Burren](#) -portaalissa ja siellä kerrotaan myös verkoston toiminnasta. Geoparkin logo on esillä portaalin kaikilla sivuilla.

Yritysverkoston piirissä on myös useita teemallisia verkostoja ja yhteistyökuvioita. Tässä luvussa esitellään niistä muutamia.

### 5.4.1. Verkoston tavoitteet ja toimintaperiaatteet

Burren Ecotourism Network (B.E.N.) -verkoston tavoitteena on kehittää Burrenista kansainvälisesti tunnettu kestävän matkailun alue ja siten turvata alueen taloudellinen ja sosiaalinen kasvu sekä sen yhteisöjen, ympäristön ja kulttuuriperinnön kestävä kehitys. Verkosto tukee jäsentensä ja verkostoon liittymisestä kiinnostuneiden yritysten kestävän matkailun koulutusta, mentorointia ja tunnustamista. (Visit the Burren s.a.)

B.E.N. -verkosto muodostui vuonna 2008 Burren and Cliffs of Moher Geoparkia edeltäneen hankkeen myötä. Verkoston ja geoparkin yhteistyö on nykyisin hyvin tiivistä, sillä niillä on yhteiset tavoitteet. Geoparkin eettisten ohjeiden mukaisesti B.E.N.-yrityksen on luotava itselleen ympäristöohjelma ja toimintasuunnitelma sekä ryhdyttävä toteuttamaan niitä. Yrityksen on huolehdittava ohjeiden

mukaisesta markkinoinnista ja vieraiden opastuksesta, hankintojen on oltava ympäristöystävällisiä ja liikkumisessa on suosittava ja suositeltava kestäviä vaihtoehtoja. Yritysten on käytävä Leave no Trace -koulutus ja noudatettava ohjelman periaatteita. (Visit the Burren s.a.)

Verkostolla on aina valittuna vetäjä ja verkostoon kuuluville on määritelty jäsenmaksu. Jäsenmaksu riippuu yrityksen työntekijöiden määrästä ja vaihtelee välillä 350-1000 euroa/vuosi. Maksuun sisältyy useita koulutuksia, tilaisuuksia sekä kaikki yhteinen markkinointiviestintä ja muut yhteiset operaatiot. (Visit the Burren s.a.)



Kuva 11. B.E.N. -logo. (Visit the Burren s.a.)

Verkostoon kuulumisen hyötyjä yrityksille ovat erilaiset yhteistyöfoorumit ja koulutus, joiden avulla yritys voi kehittää omaa toimintaansa koko alueen kestävä matkailua. Verkoston tarjoama yhteinen markkinointistrategia ja sen toteuttaminen tuo merkittäviä etuja jäsenille. Uusille verkostoon mukaan haluaville yrityksille on tarjolla käytännönläheisen koulutusohjelma, joka auttaa yritystä saavuttamaan eettisten ohjeiden tavoitteet. (Visit the Burren s.a.)

Lokakuussa 2017 BEN-sivustolta tulostamani luettelon mukaan verkostossa oli 48 varsinaista jäsentä. Marraskuussa päivitetystä luettelosta yrityksiä oli 39 (Visit the Burren s.a.). Gleesonin (2017) mukaan yrityksiä tulee ja menee; pääasia on kuitenkin, että verkostolla on vahva ydinjoukko ja se on riittävän laaja.

Kohdeyrityksiksi haettiin B.E.N. -verkoston jäseniä, joten luonnollisesti tapaamamme yrittäjät pitivät verkoston toimintaa tärkeänä. He kehuivat erityisesti sitä, että yhteistyöllä saadaan aikaan paljon konkreettisia asioita, esimerkiksi juuri teemareittejä ja -ohjelmia, sekä keskinäistä ristiinmarkkinointia.

#### 5.4.2. Burren Food Trail sekä muita teemoja ja yhteistyökuvioita

B.E.N.- verkoston yhtenä kantavana ajatuksena on paikallisen ruoan arvostus ja tarjoaminen matkailijoille. Burren Food Trail -verkostossa on maatiloja ja puutarhoja, elintarvikkeiden valmistajia, ravintoloita sekä yrityksiä, jossa tuotteita on myynnissä, yhteensä noin kolmenkymmentä yritystä. (Visit the Burren with us s.a.)



Food Trail ei ole vain yksi reitti. Käyntikohteet on koottu neljän eri ruokateeman alle ja kaikista teemoista on verkossa omat esittelynsä yhteystietoineen. Sekä verkossa että printtinä on saatavissa myös karttaesite, jossa teemat ja kohteet on esitelty. Lisäksi alueella järjestetään ruokatapahtumia ympäri vuoden. Food Traililla ei ole omaa erillistä logoa, siihen kuuluvat yritykset kertovat mukana olostaan verkkosivuillaan sanallisesti ja esitteiden avulla. (Visit the Burren with us s.a.)

Food Trailin yritysten on täytettävä laatuksiteerit, joihin sisältyy mm. se, että asiakkaille on osattava kertoa ruoan alkuperästä ja alueen ruokakulttuurista. Jokaisessa Food Trailin ravintolassa on oma Burren Food Trailin erikoisannoksensa, "Signature Dish". (Visit the Burren with us s.a.)

Visit the Burren -portaalissa ja Food Trailiin kuuluvien ravintoloiden kotisivuilla näkyvä Foodie Towns 2015 -logo kertoo siitä, että alue voitti The Restaurants Association of Ireland -järjestön vuoden 2015 kilpailun. Perusteluina mainittiin elävät ruokatoritapahtumat, innovatiiviset kasvu- ja kehittämissstrategiat, vahva yhteistyöverkosto sekä yhdessä tehty päätös siitä, että kaikille alueelle matkustaville on tarjolla ainutlaatuinen "unique food story". (Restaurant Association of Ireland 2015.)

Verkostossa on kehitetty myös runsaasti muita teemallisia reittejä sekä kävely- ja pyöräilyreittejä ja niistä on Visit the Burren -portaalissa erinomaiset kuvaukset. Matkailijoille on valmiiksi suunniteltu 2-3 päivän omatoimiohjelmia sekä varattavissa olevia paketteja.



Kuva 12. Burren Fine Food&Wine -ravintolan omistaja Cathleen O'Connor esittelee Burren Food Trailin julistetta.

Yhteistyössä Clare Countyn ja kuljetusyriyten kanssa on järjestetty matkailijoille ilmaisia bussikuljetuksia merkittävimpien kohteiden ja retkeilyreittien alku- ja loppupisteiden välillä. Kuljetukset on suunniteltu niin, että patikoijat voivat hyödyntää niitä. (Visit the Burren with us s.a.)

Esimerkkinä verkoston hyvistä toteutetuista ideoista on myös kahdentoista yrityksen ”A free cup of tea when you cycle to me” -lupaus. Se sai vuonna 2015 European Destination of Excellence -palkinnon (Visit the Burren with us s.a.)



Kuva 13. A free cup of tea when you cycle to me -logo  
(Visit the Burren with us s.a.)

## 6. Vastuullisen matkailun periaatteita, sertifikaatteja ja ohjelmia

Luvussa esitellään matkaa suunniteltaessa ja sen aikana esille tulleita vastuullisen matkailun periaatteita ja ohjeistuksia sekä organisaatioita, sertifikaatteja ja palkintoja. Mukaan on lisäksi otettu muutkin ”labelit”, jotka löytyivät vierailukohteistemme verkkosivuilta.

Samalla on jonkin verran tarkasteltu Burrenin alueen ja sen yritysten näkyvyyttä vastuulliseen matkailuun keskittyvillä sivustoilla.

### 6.1. Failté Irelandin eettiset ohjeet ja standardit

Irlannin tasavallan Failté Ireland on määritellyt matkailulle kymmen kohdan eettiset ohjeet, ”Code of Ethics”. Periaatteissa korostuu hyvä palvelun laatu ja vieraanvaraisuus. (Failté Ireland 2016b.)

Failté Irelandilla on käytössä National Quality Assurance Framework (NQAF) -laatujärjestelmä. Majoitusyrityksillä on käytössä Tourist Accommodation Quality Assured Quality Standard. Sen tunnus on apilanlehti ja laatuluokituksena Hyväksytty tai 1-5 tähteä. Ilman tätä standardia yritykset eivät saa markkinoida itseään hotellina, vierastalona tai muuna virallisena majoituskohteena. (Failté Ireland s.a.)



Kuva 14. Welcome -standardin logokyltti Hazelwood Lodgessa

Majoitusyrityksille, jotka jostain syystä eivät pysty täyttämään e.m. laatukriteerejä, on tarjolla Tourist Accommodation Quality Assured Welcome -sertifikaatti. Se on luotu hotelleja pienempiä, persoonallisia majoitus- ja muita yrityksiä varten. Sertifikaatin edellytyksenä on sitoutuminen Failté Irelandin eettisiin ohjeisiin. (Failté Ireland s.a.)

Jompi kumpi standardi on edellytyksenä majoitusyrityksen näkyvyydelle matkailijoille tarkoitetuilla discoverireland.ie -sivustolla sekä mukaanpääsyyn Fáilte Irelandin strategiaan ohjelmiin, esimerkiksi The Wild Atlantic Way – ja Ireland’s Ancient East – 5000 years of history -ohjelmaan. (Failté Ireland s.a.)

discoverireland.ie -sivustolla matkailija voi hakea majoitusyrityksiä apilalehtiluokituksen perusteella tai etsiä majoitusyrityksiä, joilla on Welcome-sertifikaatti. Burrenin alueella Welcome -sertifikaatti on kymmenellä majoitusyrityksellä. (discoverireland s.a.). Meidän kohteistamme Welcome -sertifikaatti oli Hazelwood Lodgella ja Boghill Centerillä.

## 6.2. EcoTourism Ireland

Tapasimme EcoTourism Irelandin johtajan Mary Mulveyn Slieve Aughly Centerissä 1.11. Hän kertoi EcoTourism Ireland (ETI) -järjestön toiminnasta sekä näkemyksiään kestävä/vastuullisen matkailun kehittämisestä ja keskustelimme myös Burrenin alueesta.

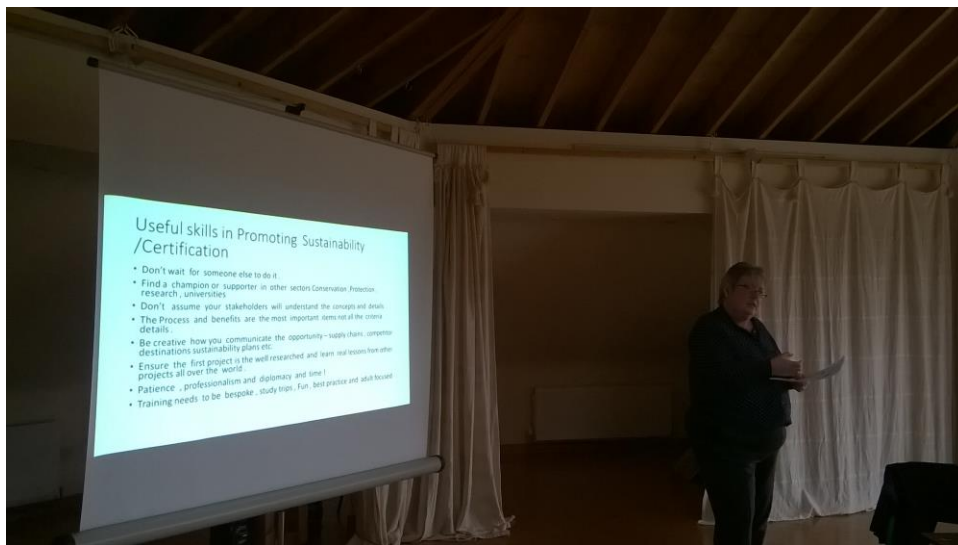
EcoTourism Ireland -sertifikaatin taustalla on samanniminen järjestö. Järjestön tarkoituksena on suojella ja vaalia ympäristöä sekä edistää paikallisen väestön ja yhteisöjen hyvinvointia auttamalla yrityksiä niiden pyrkimyksissä kehittää matkailua entistä kestävämmäksi. (EcoTourism Ireland s.a.)

Sertifikaatti on kehitetty laajan yhteistyön tuloksena. Se perustuu Global Sustainable Tourism Councilin (GSTC) ”matkailun kultaisiin sääntöihin” ja oli vuonna 2012 GSTC:n hyväksymän kahdentoista

ensimmäisen sertifiikaatin joukossa. EcoTourism Ireland-sertifikaatissa on kahdeksan osa-aluetta, jotka ovat

- Environmentally sustainable practices
- Natural area focus
- Interpretation and education
- Contributing to conservation
- Benefiting local communities
- Visitor satisfaction
- Responsible marketing and communication
- Cultural awareness and respect

(Mulvey 2017.)



Kuva 15. Mary Mulvey kertoi Ecotourism Irelandin toiminnasta.

EcoTourism Ireland on myös The International Ecotourism Society (TIES, <http://www.ecotourism.org/ties-overview>) -järjestön jäsen ja noudattaa sen eettisiä toimintaohjeita ”code of conduct” (EcoTourism Ireland s.a.) EcoTourism Ireland- sertifikaatti ei siis sisällä pelkästään ympäristöasioita, vaan muitakin vastuullisen matkailun tavoitteita. Näinhän ”ecotourism” monessa muussakin maassa ymmärretään.

Sertifikaatin voi saada vain tuote, ei koko yritys. Tuotteelle tasoja on kolme, kulta-, hopea- ja pronssitaso. (EcoTourism Ireland s.a.)



Kuva 16. EcoTourism Ireland Gold -logo (EcoTourism Ireland s.a.)

EcoTourism Ireland toimii silti yhteistyössä myös alueiden ja yritysverkostojen kanssa. Ensimmäinen virallinen yhteistyöverkosto oli Burren EcoTourism Network vuonna 2010. (Mulvey 2017.)

Mulveyn (2017) mukaan kestävän matkailun kehittäminen on tehokkainta yritysverkostossa. Silloin esimerkiksi yrittäjien koulutus on tehokkaampaa ja tulee heille myös edullisemmaksi. Burrenin alueella jäsenyrityksiä ovat Boghill Centre, Burren Smokehouse ja Doolin Cave (kulta) ja Galwayn alueella Slieve Aughty Center (hopea). Nämä ovat Mulveyn mukaan esimerkillisiä yrityksiä. Se, miksi jäsenyrityksiä ei ole enempää, johtuu Mulveyn mukaan rahasta; yrittäjät pitävät jäsenmaksua liian suurena kustannuksena eivätkä koe saavansa sertifikaatista riittävästi hyötyä maksaakseen siitä. (Mulvey 2017.)

Toisaalta Mulvey korosti sitä, että prosessi kohti vastuullisuutta - periaatteet ja vastuullisuuden kehittäminen - ovat tärkeämpi kuin sertifikaatit. Tärkeää on myös valita oikeat yhteistyökumppanit ja sitouttaa heidätkin vastuullisuuteen sekä viestintä vastuullisuudesta. Vastuullisuus ei myöskään saisi olla liian totista, vaan siinä tulee käyttää luovuutta ja huumoriakin. (Mulvey 2017.)

Mulvey nosti esille käsitteen ”greenhushing”, josta suomeksi on käytetty sanaa viherhysyttely. Siinä yritys jättää kertomatta ekologisuudesta tai muusta vastuullisuudestaan, koska pelkää viherpesun leimaa. Mulveyn mukaan tähän harmilliseen ilmiöön olisi vastattava siten, että kerrotaan vastuullisuudesta todenmukaisesti ja läpinäkyvästi. Uskottavuutta tuo myös luotettava, puolueettomaan ulkopuoliseen auditointiin perustuva sertifikaatti. (Mulvey 2017.)

ETI:n rooli ekoturismin/vastuullisen matkailun kehittämisessä on tulevaisuudessa Mulveyn mukaan entistä merkittävämpi. Tärkeinä hän piti mm. verkostoitumista ja vertaistukea, koulutusta ja hyvien esimerkkien esille tuomista. (Mulvey 2017.)

### 6.3. Leave no Trace

Leave no Trace Ireland on Irlannissa laajan kehittämistyön tuloksena vuonna 2006 perustettu ohjelma, jonka tavoitteena on edistää vastuullista luonnossa liikkumista koulutuksen, tutkimuksen ja yhteistyön avulla. Ohjelmaan voivat liittyä mm. kansalliset ja alueelliset organisaatiot, yritykset ja median edustajat. (



Kuva 17. Leave no Trace logo ja slogan (Leave no Trace Ireland s.a.)

Leave no Trace -ohjelman seitsemän periaatetta, joita noudattamalla ulkona liikkuja vahingoittaa ympäristöään mahdollisimman vähän, ovat

- Plan ahead and prepare
  - Be considerate of others
  - Respect farm animals and wildlife
  - Travel and camp on durable ground
  - Leave what you find
  - Dispose of waste properly
  - Minimise the effects of fire
- (Leave no Trace Ireland s.a.)

Ohjelmassa on mukana noin 180 yritystä ja muuta organisaatiota, mm. FailtÉ Ireland ja EcoTourism Ireland (Leave no Trace Ireland s.a.). Myös Burren Ecotourism Network on sitoutunut ohjelmaan (Visit the Burren s.a.). Leave no Trace-verkkosivuilta ei käy ilmi, minkä suuruinen on jäsenmaksu esimerkiksi pienille majoitus- ja ohjelmapalveluyrityksille.

Leave no Trace Ireland -logo muistuttaa vuonna 1994 USA:ssa perustetun The Leave No Trace Center for Outdoor Ethics -organisaation (2016) logoa ja maailmalla on muitakin vastaavia järjestöjä, joiden logossa, periaatteissa ja toiminnassa on paljon samaa. Irlantilaisen organisaation verkkosivuilla ei kuitenkaan ole mitään mainintaa amerikkalaisesta järjestöstä.

#### 6.4. Green Hospitality

Green Hospitality -ohjelma on syntynyt tarpeesta kehittää Irlannin matkailu- ja ravitsemisalaa kestävämmäksi. Vuodesta 2015 ohjelma on sisältänyt Green Hospitality Eco -sertifikaatin, Green Hospitality Eco-tourism -sertifikaatin, Green Hospitality Award -palkinnot, Greener Festivals Programme -ohjelman sekä GreenTravel.ie. -sivuston. (Green Hospitality s.a.)

GreenTravel.ie -sivustolla esitellään alueita ja yrityksiä, jotka ovat mukana jossakin Green Hospitality -ohjelmassa tai joilla on jokin muu todiste vastuullisuudesta ja portaalissa on myös hakutoiminto, jolla matkailija voi hakea erilaisia tuotteita ja kohteita (GreenTravel.ie s.a.). Sama hakutoiminto karttoineen on sisällytetty myös FailtÉ Irelandin discoverireland.ie -portaaliin (discoverireland.ie s.a.).

GreenTravel.ie -sivustolla ovat Burrenin alueelta mukana majoituskohteissa Doolin Inn (Green Hospitality Programme) ja Boghill Centre (Recognised service), aktiviteeteissa Boghill Centre, Doolin Cave (Ecotourism Ireland), Aillwee Cave (geopark) Burren Perfumery ja Cliffs of Moher Visitor Experience (Green Hospitality Certified), ostospaikoissa Burren Smokehouse (Burren Ecotourism Network), Linalla Ice Cream Café (EcoTourism Ireland), Wild Irish Chocolate (Wild Food Ireland) ja Burren Perfumery (Burren and Cliffs of Moher Geopark), ruoka- ja juomat -kategoriassa Burren Smokehouse ja Linalla Ice Cream Café ja alueena ym. sekä useissa kategorioissa Burren & Cliffs of Moher Geopark (geopark-status). Majoituskohteena on mukana myös kohteemme Slieve Aughty Center Galwayn alueelta. (GreenTravel.ie s.a.)

Green Hospitality -ohjelma sisältää lukuisia palkintoja. Vuoden 2018 eri kategorioiden finalistien joukossa ovat Burrenin alueelta Burren Ecotourism Network, Burren Smokehouse ja Hotel Doolin. (Green Awards s.a.)



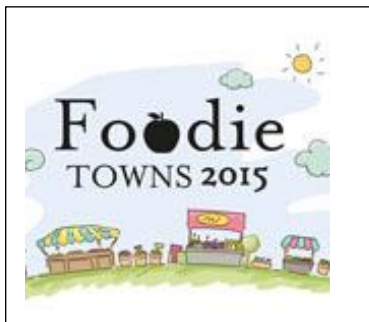
Kuva 18. GreenTravel -logo  
(GreenTravel s.a.)



Kuva 19. Green Awards -logo  
(Green Awards s.a.)

## 6.5. Restaurant Association of Ireland ja Foodie Town

Restaurant Association of Ireland on valtakunnallinen ravintola-alan järjestö. Sen periaatteisiin kuuluu paikallisten raaka-aineiden ja erityisesti artesaanituotteiden suosiminen. (Restaurant Association of Ireland s.a.)



Kuva 20. Vanha -FoodienTown -logo  
(Restaurant Association of Ireland s.a.)

Järjestö järjestää vuosittain Foodie Destination kilpailun, jonka aiempi nimi oli Foodie Town of Ireland. Kilpailun tavoitteena on nostaa esiin Irlannin ainutlaatuista ja upeaa ruokatarjontaa ja rohkaista paikallisen ruokamatkailun kehittämistä. Kriteereinä mainitaan mm. yhteisesti toteutetut operaatiot kuten ruokafestivaalit, ruokamatkailureitit ja tuottajatorit, paikallisten tuotteiden tuotanto- ja hankintaverkostot sekä suunnitelmat ruokamatkailun kehittämiseksi alueella. (Restaurant Association of Ireland s.a.)

## 6.6. Muut

[European Destinaton of Excellence](#) (EDEN) on Euroopan Komission vuosittain myöntämä palkinto kestävän matkailun kehittämisen eturivin matkailualueille. Sen kriteerejä ovat sitoutuminen sosiaaliseen, kulttuuriseen ja ympäristön huomioon ottavaan kestävyteen.

[AA](#) -laatuluokitus on osa kansainvälisen The Automobile Association järjestön (Suomessa Autoliitto) toimintaa. Majoitusyritysten ja ravintoloiden kolmiportainen tähtiluokitus, ei vastuullisuusnäkökulmaa.

[HeritageIslands. Ireland's Premier Attractions](#) on markkinointiverkosto, johon kuuluu Irlannin merkittäviä kulttuurikohteita ja -kaupunkeja.

[Ireland's Blue Book](#) on irlantilainen koko maan kattava majoitusketju, johon kuuluu kaupungeissa ja maaseudulla sijaitsevia laadukkaita majoitusyrityksiä ja ravintoloita. Ei vastuullisuusnäkökulmaa.

[CÁIS Ireland](#) on irlantilaisten tilajuustojen valmistajien järjestö.

[Georgina Campbell](#) julkaisee Britanniassa suosittua opaskirjaa ja verkkosivuja sekä palkitsee vuosittain hotelli- ja ravintolayrityksiä. Palkinnon tavoitteena on nostaa esiin yrityksiä, jotka palvelevat ”sydämellä”; ei vastuullisuusnäkökulmaa. Pelkkä logo voi viitata vain siihen, että yritys on mainittu oppaissa (esim. Harbour Hotel).

[Tripadvisor Certificate of Excellence](#) on Tripadvisorin myöntämä, asiakkaiden arvioihin perustuva ”laatumerkki”. Sen saavat vuosittain yritykset, jotka ovat olleet mukana sivustolla vähintään vuoden verran, saaneet riittävän määrän arviointeja ja joiden arvoinnit ovat 4 tai 5/5. Tarkkoja algoritmeja Tripadvisor ei kerro.

## 7. Yritykset

Tämän luvun sisältö perustuu yritysten omiin verkkosivuihin sekä matkan kokemuksiin, ellei toisin mainita. Luvussa on kuvattu yrityksiä, joiden palveluja käytimme.

Yritysten kotisivujen vastuullisuusviestinnästä kerrotaan sivustolla näkyvät laatu- ym. sertifikaatit ja vastuullisuuteen liittyvät otsikot. Yrityksen vastuullisuuteen liittyvät mahdolliset erityispiirteet on mainittu, mutta vastuullisuusviestinnän sisältöjä ei ole muutoin tarkemmin analysoitu.

[Harbour Hotel](#), Galway

**Logot/verkot:** *Tripadvisor Certificate of Excellence 2016, Ireland's Blue Book, AA, Georgiana Campbell.* Tripadvisoria lukuunottamatta logojen merkitys kerrottu, mutta ei linkejä.

Galwayn majoituksen kriteerinä oli kokoustila ja jotakin tietoa vastuullisuudesta. Matkatoimisto HRG mukaan ”*The hotel has a green policy in use. For example, they aim to lower the use of water and energy, favour local products and recycle as much as possible.*” Tätä tietoa ei ollut hotellin verkkosivuilla, eikä ”green policy” myöskään näkynyt mitenkään erityisesti paikan päällä. Verkkosivuilla



sen sijaan kerrotaan, että Harbour Hotel kuuluu Galwaysta lähtöisin olevan perheen omistamaan hotelliketjuun ja korostetaan myös henkilökunnan paikallisuutta.

[Ashling Hotel](#), Dublinin

**Logot/verkostot:** ei mitään.

Matkatoimistomme HRG:n mukaan Ashling Hotelli on liittynyt Green Hospitality ohjelmaan vuonna 2016 ja he työstävät hotellia entistä ympäristöystävällisemmäksi; *”The hotel has a green policy. For example they favour local products, recycle and aim to reduce the use of energy and water.”* Hotellin verkkosivuilla ei tätä tietoa eikä Green Hospitality -logoa ole näkyvissä. Illallismenu sisälsi useita ruokalajeja, joissa oli mainittu Irlanti, *”The Isles”* tai erisnimiä, joista ei ilman paikallis- ja ruokasanaston tuntemusta aina kuitenkaan pystynyt sanomaan, viittasivatko ne alkuperään, raaka-aineeseen vai valmistustapaan. Muutoin *”green policy”* ei erityisesti näkynyt hotellissa.

[Burren Fine Food&Wine](#), Ballyvaughan

**Logot/verkostot:** *Burren and Cliffs of Moher Geopark, Burren Ecotourism Network, Foodie Towns 2015, European Destination of Excellence, Visit Claire.* Kaikista logoista on linkit.

Burren Fine Food&Wine -ravintola sijaitsee noin neljän kilometrin päässä Ballyvaughanin kylän keskustasta. Se on lounas- ja teepaikkana avoinna periaatteessa vain kesäaikaan, tilauksesta myös muulloin. Ravintolasta saa lisäksi ostaa paikallisia elintarvikkeita ja alueen nimikkoviiniä ja varata opastettuja kävely- ja pyöräretkiä lähiympäristöön.

Yrityksen verkkosivut kertovat kiinnostavasti sen palveluista, omistajasta, rakennuksista ja niiden kulttuurihistoriasta. Verkkosivujen ja niiden linkkien mukaan omistaja Cathleen Connole on ollut aktiivinen erityisesti matkailun hiilijalanjäljen pienentämisessä. Cathleen’s Story -video Youtubessa kertoo hyvin omistajan ajatuksista ( <https://www.transformingour.world/stories/cathleens-story/>).

Päävalikon *Eco Experience* -otsikon neljän alaotsikon alla on kerrottu siitä, kuinka yrityksen tuotteet ja palvelut pyritään tuottamaan mahdollisimman vastuullisesti. *Our Ecotourism* -sivulla kerrotaan periaatteet ja *Sustainable Practicies* -sivulla hyvin seikkaperäisesti siitä, mitä yrityksessä tehdään.

Verkkosivuilla oli luettelo keinoista, joilla kompensoidaan yrityksen hiilijalanjälkeä. Yrityksessä mm. käytetään kierrätyspaperia ja siellä on istutettu puita. Samassa yhteydessä kerrotaan, kuinka tontilla sijaitsevat vanhat puut *”hengittävät”* hiilidioksidia. Jotkin mainituista keinoista, esimerkiksi lintujen ruokinta ja kylpypaikka, ovat kuitenkin sellaisia, ettei niillä ole suoraan vaikutusta hiilijalanjälkeen, vaan esimerkiksi luonnon monimuotoisuuteen.

Ravintola oli lokakuussa jo kiinni, mutta meille järjestyi yksinkertainen lounasruokailu tilauksesta. Ruoka oli maittavaa, kotiruoan tyyppistä. Raaka-aineet olivat läheltä, osin oman puutarhan tuotteita. Palvelu oli ystävällistä, mutta yllättävän sekavaa siitä huolimatta, että annokset oli varattu etukäteen. Olimme sopineet yritysesittelystä, mutta se jäi valitettavan hätäiseksi - ehkä siksi että emännällä oli kovin kiire. Apuna keittiössä ja tarjoilussa oli tytär, jota arvelimme yrityksen jatkajaksi. Connole itse kertoi olevansa kohta eläkeiässä.



Kuva 21. Burren Fine Food&Wine -ravintolasali on 1700-luvulta peräisin olevassa rakennuksessa.

Yrityksen tekevät erityiseksi sen rakennukset ja kulttuuriympäristö, joiden tunnettu historia ulottuu 1700-luvulle. Connolele on paluumuuttaja; ravintolan hän perusti lapsuutensa maisemiin tehtyään ensin pitkän työuran muualla. Kertoessaan yrityksestään Connole korosti paikan historiaa, paikallisia, osin itse viljeltyjä raaka-aineita ja Food Trail yhteistyötä. Hän näytti Food Trailin esitteitä ja yrityksessään myynnissä olevia tuotepaketteja ja kertoi myös yhteistyössä muiden yrittäjien kanssa järjestettävistä retkipaketeista. Hiilijalanjäljestä hän ei puhunut mitään.



Kuva 22. Burren Fine Food&Wine -yrityksessä käytetään mahdollisimman paljon alueen muiden yritysten tuotteita ja palveluja.

Maantien kapeuden aiheuttamien riskien ja melun välttämiseksi pyöräretkillä Connole tarjosi matkailijoille aikaista "aamupalapyöräilyä". Silloin liikenne on vielä vähäistä ja luontokin parhaimmillaan.

## Heart of Burren Walks

### **Logot/verkostot: ei mitään**

Heart of Burren Walks on yhden miehen yritys, joka järjestää Burrenin alueella opastettuja kävelykierroksia. Yrittäjä Tony Kirby on kotoisin Limerickistä ja pitkään muualla työskenneltyään palannut alueelle. Hiljaisina kausina hän työllistää itsensä kirjoittamalla oppaita ja tekemällä myös toimittajan työtä.

Yrityksen verkkosivuilla ei näy sertifikaatteja, palkintoja eikä yritysverkostojen jäsenyyksiä. Siellä ei myöskään tuoda erikseen esille ekomatkailua tai kestäväää matkailua. Sivulla oleva materiaali luo kuitenkin vahvan mielikuvat luonnon- ja kulttuurihistoriaa sekä paikallista elinvoimaa kunnioittavasta yrityksestä ja Kirby myös suosittelee alueen muita palveluja.

Meille oli varattu noin puolentoista tunnin opastettu kävelykierros Carranin alueella. Paikka määräytyi osin sillä perusteella, että Burrenin kansallispuiston teillä on hanka liikkua suurella bussilla ja busseille sopivia parkkipaikkoja on harvassa. Toiveenamme oli kuulla alueen luonnon- ja kulttuurihistoriasta, Kirbyn omasta yrityksestä sekä yritys yhteistyöstä. Muista aiheista saimmekin hyvin tietoa, mutta yrittäjien yhteistyöstä Kirby ei juurikaan puhunut.



Kuva 23. Tony Kirbyn osoittaman kummun alla on ehkä pronssikautinen, kivistä tehty allas, jonka tarkoitusta ei tunneta. Taustalla kalkkikivikalliota ja laidunmaisemaa.

Sen sijaan Kirby toi mielenkiintoisella tavalla esille alueen luonnon- ja kulttuurihistoriaa. Lyhyen kävelyretken varrella oli kohteita alkaen esihistorialliselta ajalta. Erityisen kiinnostavaa oli pohdinta Irlannin luonnosta, maa- ja metsätaloudesta ja matkailusta, joiden suhde herättää Kirbyssäkin ristiriitaisia tunteita. Irlannin saarta ovat aikanaan peittäneet mänty- ja lehtipuumetsät (saarni, tammi ym. jalot lehtipuut) mutta jo 1800-luvun puoliväliin mennessä metsät oli lähes täydellisesti hakattu ja muutettu laitumiksi. Laidunnuksen ansiosta maasto pysyy aukeana ja Burrenin alueelle on kalkkipitoisen maaperän ja lauhkean ilmaston vuoksi muodostunut erityisen omaleimainen kasvillisuus. Kasvillisuus ja avoimet maisemat ovat nyt Burrenin luontomatkaillen keskeisiä vetovoimatekijöitä ja laidunnus on tärkeää myös siksi, että se estää muinaismuistoalueiden vesakoitumisen. Alueen

harvalukuiset metsät ovat pääsääntöisesti istutettuja ja puulajina niissä useimmiten sitkankuusi, joka ei kuulu saaren alkuperäisiin puulajeihin. Alkuperäistä metsäluontoa ei siis käytännössä juuri ole, minkä vuoksi esimerkiksi osa alkuperäisistä eläinlajeista on kokonaan hävinnyt.

Kirbyn mukaan Burrenin alueella on nyt Irlannin ensimmäinen projekti, jossa pyritään kehittämään ja tukemaan matkailullisesti tärkeää maataloutta. Maatalous myös edelleen työllistää suurta osaa paikallisväestöä, joskin usein osapäivätoimisesti.

[Aillwee Cave](#), Ballyvaughan

**Logot/verkostot:** *Cliffs of Moher Geopark, HeritageIslands, European Destination of Excellence, Green Hospitality Certified, CÁIS Ireland, B.E.N. Wild Atlantic Way, Visit Claire, Golden Eagle Trust Ltd* (ei linkkejä)

Yrityksen ydin on valtava kalkkikiviluola, johon pääsee tutustumaan oppaan johdolla. Luolan ympärille on rakennettu monipuoliset palvelut: ravintola, matkamuistokauppa, ulkoilualue polkuinen, petolintukeskus sekä ”maatilapuoti” (Farm Shop) ja sen yhteydessä Burren Gold Cheese -yrityksen juustola. Opastuksen voi varata luolan lisäksi petolintukeskukseen ja ulkoalueille.

Yrityksen kotisivuilla kerrotaan, että kyseessä on perheyritys. Sivut ovat hieman sekavat, mutta päävalikossa näkyy otsikko *Ecotourism* ja sen alta neljä alaotsikkoa: *Environmental Policy, Environmental Objectives and Actions, Sustainable Transport* ja *Leave no Trace*.

Olimme aikataulustamme jonkin verran myöhässä, joten yritysesittelyn hoiti yrittäjän asemesta opastyöntekijä. Häneltä emme saaneet kovin selkeää kuvaa vastuullisuusnäkökulmista, varsinkaan kun hän ohjasi meidän pian kahvin jälkeen lyhyelle luolakierrokselle (jota ei ohjelmaan ollut tilattu). Opas kertoi kyllä viihdyttävään sävyyn luolasta, mutta ei kovin paljoa avannut alueen geologiaa tai kulttuurihistoriaa. Ehkä se johtui tiukasta aikataulustamme.



Kuva 24. Aillwee Caven luolaan oli lisätty viihhteellistä rekvisiittaa.

Matkamuistokaupassa oli tuotteita paikallisista käsitöistä muoviseen turistirihkamaan, siis jokaiselle jotakin. Sen sijaan Maatilapuodin tuotevalikoima koostui lähes kokonaan paikallisista elintarvikkeista ja muista tuotteista. Meille kerrottiin myös juustonvalmistuksesta; täällä tehty juusto on ilmeisesti hyvin tunnettua ja alueen ylpeys, koska sitä mainostettiin monissa muissakin yrityksissä. Mukaan olisi voinut ostaa myös juustolan tuotteista kootun eväspaketin



Kuva 25. Aillwee Caven tilapuodin tarjontaa.

Opas halusi vielä esitellä meille petolintukeskuksen. Siellä näimme lintuja suurissa häikeissä, mutta koska tiukan aikataulun vuoksi meidän piti joutua eteenpäin, keskuksen tausta jäi vierailulla kysymysmerkiksi. Myös petolintukeskuksessa oli kauppa ja sen tuotteista valtaosassa oli lintuteema. Täällä valikoima näytti laadukkaammalta.

Verkkosivuilla kerrotaan petolintuesityksistä ja haukkakävely-ohjelmalveluista sekä siitä, että yritys osallistuu uhanalaisten petolintujen suojeluun rahoittamalla suojeluprojekteja. Verkkosivuiltakaan ei kuitenkaan käy ilmi, mistä linnut petolintukeskukseen tulevat.

Oppaan esittelyn ja näkemämme perusteella paikka on luontoon perustuva, erityisesti lapsiperheiden suosiossa elämyskeskus, jossa pääpaino on viihteellä.

[Hazelwood Lodge](#) , Ballyvaughan

**Logot:** *Tourist Accommodation Quality Assured, Falté Ireland Welcome Standard, Wild Atlantic Way, AA\*\*\*\*2017, Burren and Cliffs of Moher Geopar, B.E.N.* Vain Tripadvisorin logossa linkki.

Hazelwood Lodge on boutique -tyyppinen pieni hotelli muutaman kilometrin päässä Ballyvaughanin keskustasta. Yrityksen omistaa pariskunta, joka on tehnyt aiemman työuransa muualla.

Kotisivuilla on pääotsikko *Our green Journey*, jossa kerrotaan vastuullisuuden periaatteista, mm. geoparkin eettisistä säännöistä. Alaotsikkoina ovat *Environmental Policy*, *Burren and Cliffs of Moher Geopark*, *B.E.N*, *Sustainable Tourism* sekä *Leave no Trace*.



Kuva 26. Hazelwood Lodgessa oli tarjolla irlantilainen aamiainen.

Hotelli oli siisti ja viihtyisä ja palvelu ystävällistä. Kotoisuutta lisäsivät perheenjäsenten valokuvat käytävän kaapin päällä. Huonekansioissa kerrottiin laajasti alueen muista palveluista ja aulassa oli näyttävästi esillä B.E.N. verkosto sekä muutakin tietoa alueen palveluista. Majoitukseen sisältyi irlantilainen aamiainen, jossa oli yrittäjien mukaan käytetty mahdollisimman paljon paikallisia tuotteita.



Kuva 27. Hazelwood Lodgen tilat olivat kodinomaisen viihtyisät.

Yrityksen esittely jäi melko pinnalliseksi, sillä yrittäjäpariskunta oli täysin työllistetty aamiaisen valmistuksessa, jonka vaatimaa pitkää aikaa ei ollut ohjelmassa otettu huomioon. Etukäteistilaukset olisivat varmasti jouduttaneet tarjoilua. Kuulimme kuitenkin, miten tärkeää ovat yritys yhteistyö ja vastuullisuuden yhteiset periaatteet.

### Doolin Cave, Doolin

**Logot/verkot:** *Leave no Trace (linkki), Wild Atlantic Way, EcoToursim Ireland /Gold, B.E.N.*

Doolin Cave sijaitsee lähellä idyllistä Doolinin kylää ja Cliffs of Moheria. Tämäkin luola on yrittäjäperheen yksityisomistuksessa. Opastettujen luolakierrosten lisäksi yrityksen palveluja ovat kahvila, matkamuistokauppa sekä luontopolku, josta voi havainnoida alueen mautilojen eläimiä. Kaupan erikoisuutena on omistajapariskunnan tyttären keramiikkatyöt, joiden savi on peräisin luolasta.

Päävalikon Eco-Tourism -otsikon alla on kerrottu hyvin kattavasti yrityksen vastuullisuudesta, otsikkoina *Sustainable Trave, Geopark Certificate, Eco Tourism Policy, Green Purchasing Policy, Envireonmental Policy, Cave Conservation, Environmental Impact ja Visitor Centre.*

Vierailumme aluksi nautimme teetä ja sconseja. Täälläkin tarjoilu sujui hiukan kankeasti. Sen lomassa kuulimme kuitenkin yrityksessä vastuullisuuden eteen tehdyistä käytännön toimenpiteistä, mm. lämmityksestä, kierrätyksestä ja julkisen liikenteen suosimisesta. Alueen polkuverkostoa on suunniteltu niin, että paikoijat voivat hyödyntää matkailijoille tarkoitettua bussiliikennettä. Myös täällä yrittäjät korostivat yritysten yhteistyön merkitystä.



Kuva 28. Doolin Cavessa korostuvat alueen kulttuurihistoria ja yhteistyö.

Luolakierroksemme paikan isännän kanssa oli täysin toisenlainen kuin Aillwee Cavessa. Turvallisuuden tunnetta toivat meille alussa annetut kypärät ja siisteyttä se, että puhtaat ja käytetyt olivat eri hyllyillä. Opastuksessa korostuivat luolan ja koko alueen geologinen historia ja halu hyödyntää luolaa sitä

vahingoittamatta. Yhteistyössä yliopiston tutkijoiden kanssa oli määritelty, kuinka paljon vieraita luolaan voi vuosittain tuoda ja luolan ilmanlaatua tarkkailtiin automaattisin mittarein. Saven otosta keramiikkatöitä varten oli tietysti sovittu viranomaisten kanssa.

### [Monk's Bar and Seafood Restaurant](#), Ballyvaughan

Ravintola sijaitsi Ballyvaughanin kylän satamassa aivan meren rannassa. Yrityksen kotisivuilla kerrotaan sen historiasta ja painotetaan autenttisuutta sloganilla ”*Local at its Best*”. Ravintola on erikoistunut kalaan ja muihin meren antimisiin ja kertoo suosivansa paikallisia raaka-aineita. Sivustolla kerrotaan lyhyesti myös kylän muista palveluista ja mainitaan Burren Food Trail, jonka jäsen ravintola ei Visit the Burren -portaalin mukaan kuitenkaan ole. Ravintolan kotisivuilla esiteltäviä ruokalista vahvisti paikallisten raaka-aineiden suosimisen.

Ruoka oli maukasta ja juomaksi oli mahdollista valita irlantilaista olutta. Miljöö oli kotoisa, maltillisesti Halloween -teeman mukaisesti koristeltu ja muut asiakkaat selvästi paikallisia. Illallisen päätteeksi yrittäjä kertoi ravintolan toiminnasta. Hän painotti profiloitumista laadukkaana kalaravintolana, mikä houkuttelee asiakkaita paikallista ruokaa ja kulttuuria arvostavia matkailijoita ja vapaa-ajan asukkaita; bussimatkailijat, jotka haluavat syödä halvalla, eivät tähän ravintolaan tule. Jotta ravintola selviää hiljaisten kausien yli, sen on ehdottomasti pidettävä kiinni paikallisista asiakkaista.



Kuva 29. Monk's Bar and Seafood Restaurant mainosti paikallisia meren eläviä heti eteisessä.

### [Boghill Centre](#), Kilfenora

**Logot/verkot:** *Wild Atlantic Way (linkki), Burren and Cliffs of Moher geopark, B.E.N., Leave no Trace, GreenHospitality.ie, Responsible Tourism Award 2014. Myös EcoTourism Irelandin jäsen/Gold, mainittu sertifioitujen tuotteiden yhteydessä.*



Boghill Centre on ekomatkailuun suuntautunut leirikeskus Kilfenorassa, noin kahdenkymmenen kilometrin päässä rannikosta. Se tarjoaa vaatimatonta majoitusta ja vegaanista ja luomuruokaa sekä erilaisia sisä- ja ulkotiloja kokoontumisia ja harrastuksia varten. Alueella on luomupuutarha, kivikehä ja luontopolkuja. Yritys on erikoistunut musiikki- ja luontoleireihin ja koululaisille ja opiskelijoille on valmiita ohjelmia.



Kuva 30. Luomupuutarha on olennainen osa Boghill Centeriä.

Yrityksen verkkosivuilla on vastuullisuudesta kertova pääotsikko *Why We are Green*, alaotsikot *Woodland Project, Interaction with Nature Tour, Burren Ecotourism, Green Awards, Leave no Trace, Boghill Policies and Codes*, jonka alta löytyvät vielä *Visitor's Code and practice, Environmental Policy, Responsible Marketing and Communication, Ecotourism Policy ja Environmental Policy in Practice*. Näillä sivuilla kerrotaan hyvin seikkaperäisesti yrityksen periaatteista ja siitä, kuinka niitä toteutetaan. Vierailille on omat tarkat ohjeistuksensa. Sivuilla on myös runsaasti linkkejä, joiden kautta matkailija löytää halutessaan lisätietoja.

Woodland Project sisältää mm. tietoa matkustamisen hiilijalanjäljestä ja kuinka asiakas voi puiden istuttamista maksamalla kompensoida aiheuttamiaan kasvihuonekaasupäästöjä. Sivulla kerrotaan, että yhden hiilidioksiditonin kompensointiin tarvitaan viisi puuta ja maksu yhdestä puusta on kolme euroa. Kompensaationsumman voi itse valita. Linkki maksamiseen ei tosin toimi.

Yritys sai Green Hospitality palkinto vuonna 2014 kahdessa kategoriassa: Best Carbon Reduction Project and Best Customer Awareness Programme.

Boghill Centerissä kuulumme aluksi lyhyen esittelyn yrityksestä. Kävi selväksi, että siellä todellakin pyritään ekologiseen elämäntapaan ja että sitä kaipaavat ryhmät ovat yrityksen kantavia asiakasryhmiä. Ekologiseen elämäntapaan liittyvät myös reitit ja erikoiset musiikkileirit. Osa asiakasryhmistä järjestää leirejään Boghillissa säännöllisesti ja osallistujia tulee ympäri maailmaa. Kanta-asiakkuudet ovat syntyneet henkilökohtaisten kontaktien kautta.

Kiersimme yrityksen kahdessa ryhmässä omistajan ja hänen yhteistyökumppaninsa kanssa. Näimme luomupuutarhan, kivikehän, aukion jolla oli telttasaunan kehikko, ekolabyrintin, kierrätysmateriaaleista rakennetun pienen asunnon, jätteidenlajittelukatoksen joka samalla toimi varustevarastona sekä osan luontopolkuja. Pihalla oli sähköautojen latauspiste ja lämpökeskus lämpeni puulla.



Kuva 31. Boghill Centerissä oli hyvät kartat ja ohjeistukset kaikesta toiminnasta alueella.

Lounaamme oli vegaanista, kuten kaikki yrityksessä tarjottava ruoka. Kuulemamme mukaan osa raaka-aineista tuli omasta puutarhasta. Keittiöön oli ruokasalista suora näkymä ja vaikutti siltä, että ruoanlaitosta iso osa on käsityötä.

Yrityksen kohderyhmien voi ajatella olevan aivan muita kuin Wild Atlantic Way -reittiä matkaavia autoilijoita, eikä perille johtava tie ollut selvästi tarkoitettu suurille busseille. WAW-logosta päätellen yritys silti hyödyntää sijaintiaan tämän reitin varrella.

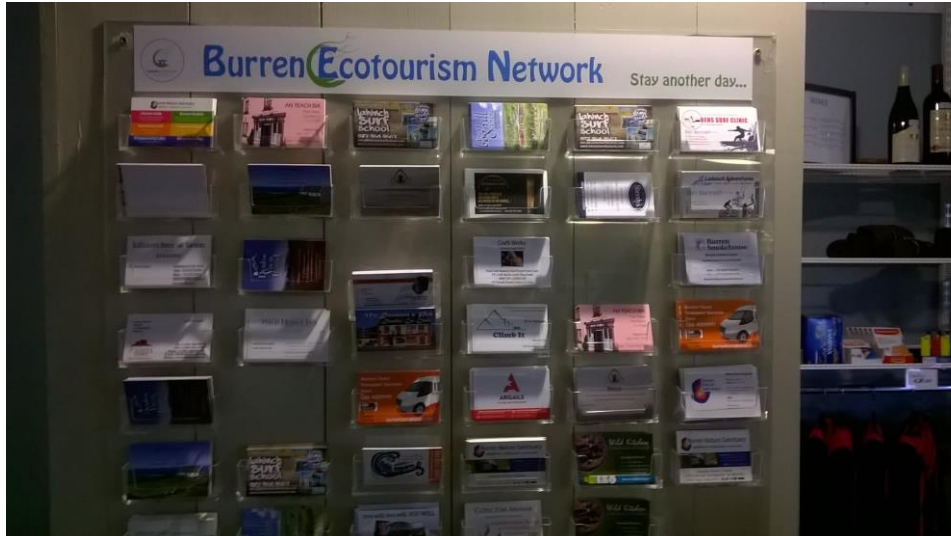
Boghill Centerissä tapasimme myös Ecotourism Irelandin Mary Mulveyn, koska paikka on Mulveyn mukaan järjestön kärkiyrityksiä.

[Doolin Inn & Hostel](#), Doolin

**Logot/verkostot:** *B.E.N., Leave no Trace, Green Hospitality Programme*

Yrityksen sijainti on liikenteellisesti erinomainen, sillä se sijaitsee Doolinin keskustassa, lähellä satamaa. Idyllinen Doolin on myös WAW-bussimatkojen suosittu pysähdyspaikka. Doolin Inn & Hostelin majoitusvaihtoehtoina ovat perinteinen hostelli ja aamiaismajoitus.

Yrityksen kotisivujen Päävalikon *About Us* -otsikon alla on alaotsikko *Environment Commitment ja sen alla Oir Environmental Policy, Leave no Trace, Electronic car Charge ja Bus Service*. Sivustolla kerrotaan selkeästi ja laajasti myös alueen muista palveluista.



Kuva 32. B.E.N. -verkoston esitehylly Doolin Inn& Hostelien aulassa

Yrittäjän kanssa ei ollut sovittu esittelyä, mutta hänen kanssaan tarjoutui tilaisuus keskustella lyhyesti. Vastaanotossa oli näkyvästi esillä B.E.N. -verkosto esitehylly, mutta keskustelussa kävi ilmi, että yritys ei enää ole verkoston jäsen. Yrittäjä totesi edelleen olevansa verkoston periaatteiden kannalla, mutta kyllästynyt verkostossa esiintyviin ongelmiin. Hänen mielestään osa yrityksistä ei noudata periaatteita tai yhteistyö ei muuten toimi. Sen enempää hän ei asiaa halunnut avata.

### [O'Connor's Pub](#) , Doolin

Doolinin keskustassa kivenheiton päässä Doolin Inn & Hostellista sijaitseva O'Connor's Pub on sen verkkosivujen mukaan Irlannin tunnetuimpia ja parhaimpia irkkupubeja. Pub on perustettu vuonna 1832 ja kertoo yleisesti historiastaan. Sen ruokatarjonta perustuu irlantilaiseen ruokaperinteeseen ja verkkosivujen mukaan paikallisia raaka-aineita käytetään aina kun se on mahdollista.

Vierailimme ja söimme pubissa omakustanteisen illallisen, kukin makunsa mukaisesti. Ryhmämme lautasilla näkyi mm. Fish and Chips -annoksia, lohivoileipiä ja kalamuhennosta. Tarjontaan oltiin yleisesti ottaen tyytyväisiä – se vastasi mielikuvaa paikallisesta ruoasta. Annosten koko tosin antoi aiheita olettaa, että ruokahävikki on suuri.

Yhdeksän jälkeen, kun publi oli jo aivan täynnä, alkoi musisointi. Soittajat ja laulusolisti tuntuivat olevan kuin kotonaan ja muutenkin pubissa oli selvästi paljon paikallista väkeä. Tämän paikan vahvuus on selvästi tunnelma – joka tosin kiireisimpään sesonkiaikaan on varmaankin erilainen.



Kuva 33. O'Connor's Pubin viestinnässä korostuu historia ja paikallisuus. Kuvakaappaus pubin verkkosivuilta.

[Slieve Aughty Center](#), Loughrea (Galwayn piirikunta)

**Logot/verkostot:** *Ecotourism Ireland (Gold)*

Slieve Aughty Center ei sijaitse Burrenin alueella, mutta se valikoitui kohteeksi Ecotourism Ireland -jäsenyytensä ja kiinnostavuutensa perusteella. Yritys on saanut alkunsa omistajan halusta elää kestäväällä tavalla. Tästä taustasta ja perheyriksen historiasta sen perustamisesta lähtien kerrotaan yrityksen pääsivulla. Alusta alkaen yrityksessä on ollut luomupuutarha, jonka tuotteita käytetään sen ravintolassa.

Slieve Aughty Centerissä on neljän tähden hotelli, sertifioitu luomuravintola, ratsastustalli, pieni lahja- ja matkamuistomyymälä sekä harrastustiloja, joita erityisesti lapsiperheet käyttävät. Ohjelmalveluja ovat ratsastusretket ja -vaellukset, työpajat lapsille, teemalliset tapahtumat sekä luontopolku "Lumottu metsä". Verkkosivuilla mainostettiin ennen vierailuamme Halloween-polkua ja joulun alla ohjelmassa oli myös joulupukin paja. Yritys kertoo paikan soveltuvan hyvin myös erilaisten yksityisten juhlien viettoon.

*Päävalikossa näkyvä Ecotourism Ireland* -otsikko johtaa sivulle, jossa *Ecotourism Ireland at Slieve Aughty Centre* -otsikon alla kerrotaan jäsenyydestä tässä järjestössä sekä ekotourism-käsitteestä. Otsikon *The Environment & Our Policy* alla esitetään yksityiskohtaisesti yrityksen tähänastiset vastuullisuuteen liittyvät toimenpiteet. Julkisilla liikenneyhteyksillä saapuva saa viiden prosentin alennuksen.

Vierailuohjelmaksemme oli sovittu yritysesittely, lounas sekä mahdollisuus tutustua Halloween-teemapolkuun. Yritysesittely toteutui kävelykierroksen muodossa. Hotellihuoneet olivat laadukkaita, joskin majoitusasiantuntijamme hämmästelivät joitakin vaikeasti puhtaana pidettäviä materiaaleja.

Muista tiloista merkittävä oli häähuone ja ulkohäitä varten pihalle rakennettu katos; hääjuhlat ovat yritykselle merkittävä osa toimintaa. Toisaalla silmään pisti ravintolan takapihan epäsiisteys ja myymälän sekalainen valikoima, joka ei vastannut mielikuvaa ekologisesta yrityksestä.

Pihapiirissä oli iso talli, jonka hevosia käytetään sekä lyhyillä ratsastusretkillä että useamman päivän vaelluksilla. Piharakennuksessa oli lisäksi askartelutiloja, joissa myös järjestetään erilaisia teemaohjelmia.



Kuva 34. Slieve Augly Centerin askartelutila.

Kasviksiin perustuva keitto- ja salaattilounas oli tarjolla noutopöydästä ja ruoka oli tässäkin yrityksessä hyvää. Sen tarjoilu oli kuitenkin hiukan epämääräistä, kuin meille ei kerrottu, kuinka toimia.



Kuva 33. Slieve Aughly Centerillä oli sikäläisittäin laajat ulkoilualueet reitteineen.

Halloween-polku oli siinä mielessä pettymys, että se tarkoitti vain muutamaa muovista kurpitsalyhtyä ja noitanukkeja lumottuun metsän johtavan polun varrella. Mitenkään ei tuotu esille Halloweenin juuria ikivanhassa kelttiläisessä uuden vuoden juhlinnassa eikä irlantilaista Stingy Jack -legendaa, josta Halloweenin kauhuelementtien oletetaan osin syntyneen. Mainitsin näistä yrityksen edustajalle sähköpostissa etukäteen - uteliaana näkemään, kuinka he tuovat esille Irlannin ja Halloweenin yhteyttä - mutta hän ei ollut niistä kuullutkaan.

Lumottu metsä oli pinta-alaltaan pieni, mutta sitä hallitsivat suuret Irlannin alkuperäislajistoa edustavat lehtipuut. Muutama suuriin puihin saattoi kävijä jättää toiveitaan tai huoliaan. Metsään oli sijoitettu erilaisia, valtaosin muovisia tonttuja ja niiden asumuksia ym. elementtejä. Kesällä metsä on varmaankin viehättävä ja ottaen huomioon metsien vähäisen määrän, suosittu retkikohde lapsiperheille.

## 8. Vastauksia benchmarkkauskysymyksiin: havaintoja ja pohdintaa

### 8.1. Brändit, yhteistyö ja viestintä

Ensinnäkin oli aivan selvää, mitkä brändit kohdealueellamme nousivat ylitse muiden: Wild Atlantic Way, Burren and Cliffs of Moher Geopark ja yksittäisenä kohteena Cliffs of Moher. Suomesta katsottuna on aivan yhdentekevää, minkä maakuntien alueille Wild Atlantic Way ulottuu ja minkä kuntien alueelle geopark tai Cliffs of Moher sijoittuu. Clare Countyn tavoite maakunnan matkailubrändin kehittämiseksi voi olla Irlannin kotimaanmatkailun näkökulmasta perusteltua, mutta kauempaa tulevalle matkailijalle sillä ei ole mitään merkitystä. Myöskään Wild Atlantic Wayn alueet, kuten Cliff Coast, eivät noudata mitään hallinnollisia rajoja.

Failté Irelandin matkailuorganisaatioille tarkoitettu Wild Atlantic Way -projektin sivusto ja Michael Fitzimonsin esitys antavat ymmärtää, että WAW-reitin kehittämistyössä vastuullisuus on otettu huomioon. Tietysti Irlannin yleiset kestävän matkailun periaatteet koskevat myös WAW-reittiä ja sen kuutta aluetta, mutta tarkempia vastuullisuuden periaatteita, indikaattoreita ja kriteerejä yrityksille ja/tai reitin alueille ei ole määritelty. Arvokkaimmissa kohteissa on pyritty huolehtimaan ekologisesta kestävydestä ja siihen liittyen reitin ja sen kohteiden esittelyssä tuodaan esille luontoarvoja ja niiden suojelemista sekä paikallisuutta. Muuten reitin kehittämisessä näyttää pääpaino olevan markkinoinnissa. Jos matkailija ylipäätään miettii vastuullisuutta, se jää brändissä hataran mielikuvan varaan.

Kun matkailun kehittymistä WAW-reitillä ohjaavat vahvasti markkinavoimat, ongelmia joillakin alueilla on nyt ruuhkautumista ja ympäristön kulumista sekä matkailutulon jakautumista ennakoitua epätasaisemmin. Olisi ollut kiinnostavaa kuulla, mitä näiden ongelmien välttämiseksi olisi voitu tehdä toisin, mutta siihen emme saaneet konkreettisia vastauksia.

Wild Atlantic Way -logon käyttö ei näyttänyt aivan johdonmukaiselta: neljän Cliff Coastin alueella sijaitsevan yrityksen sivuilla WAW-logo oli näkyvässä, mutta kaikkia niitä ei löytynyt WAW:n Cliff Coastin tarjonnasta. Toisaalta WAW-sivuston majoitusosioista löytyi haula yritys, jonka sivuilla WAW-logoa ei näy. Minkään kohdeyrityksemme sivuilla ollut Failté Irelandin Quality Standard -merkkiä, joka kertoisi

yrityksen sitoutuvan Irlannin kestävän matkailun periaateisiin - ehkä siitä syystä, että se on majoitusyrityksille käytännössä pakollinen. Nämä logoasiat eivät varmaan paljoa tavallista matkailijaa häiritse, mutta herättävät kysymyksen laadun ja vastuullisuuden varmistamisesta WAW-kehittämistyössä. Lisäksi matkailija ei ilman tarkempaa penkomista törmää tietoon Irlannin vastuullisen matkailun periaatteista ja matkailuyritysten sitoutumisesta niihin.

Kaikissa kohdeyrityksissämme ei ollut käytössä WAW-logoa. Ainakaan Burrenin alueella WAW ei tuntunut kokoavan yrityksiä koviin tiiviiseen yhteistyöhön, sillä tapaamamme yrittäjät eivät nostaneet esille WAW-yhteistyötä, vaan korostivat B.E.N. -verkoston merkitystä. Yritysten sitoutumin brändiin ei siis ainakaan vielä tuntunut kovin vahvalta. Yrittäjistä jotkut olivat sitä mieltä, että WAW-brändi tuo heille selvästi lisää asiakkaita. Osalla taas oli näkemys, ettei heillä ole mitään hyötyä WAW-brändin kehittämisestä, sillä se on houkutellut matkailijoita vain pääreiteille ja kärkekohteisiin. Ehkä yrittäjät eivät ole tietoisia WAW-projektin tulevista suunnitelmista eivätkä välitäkään, koska eivät ainakaan vielä koe brändiä omakseen.

Verkossa sattumoisin vastaan tullut uutinen siitä, ettei Ballyvaughanin kylässä ole kunnollista jätevedenpuhdistamo (O'Brien 2016), herätti miettimään sustainable destination -käsitettä laajemmasta näkökulmasta. Burrenin aluetta pidetään kestävyuden mallialueena, mutta ennen kuin vuonna 2019 valmistuvaksi kaavailtu jätevedenpuhdistamo aloittaa toimintansa, kylän (ja tietysti myös matkailijoiden) jätevedet lasketaan suoraan mereen. Miten tällainen alue voi olla "sustainable destination"? Matkailijoiden kiinnittäessä yhä enemmän huomiota kohdealueen vastuullisuuteen voisi meidän tiukan ympäristölainsäädäntömme ja sen noudattamisen esille tuominen olla kansainvälisessä matkailussa vahva kilpailuetu.

Matka havahdutti pohtimaan myös alkuperäisen luonnon ja kulttuurimaiseman arvoja ja suhdetta. Irlantihan on oikeasti ekokatastrofi, sillä alkuperäisestä metsäluonnosta ei tosiaankaan ole paljoa jäljellä. Ymmärtääkö matkailija tämän, ja välittääkö? Kysehän on kauniista kulttuurimaisemasta. Entä meillä? Myös esimerkiksi Saimaan alueella alkuperäistä metsäluontoa on kaskeamisen ja muiden metsänkäyttömuotojen vuoksi todella vähän – käytännössä vain suojelualueella – ja muu metsä on talousmetsää eli kulttuurimaisemaa. Mutta jos metsien käsittelyssä otettaisiin paremmin huomioon maisema-arvot ja metsien monimuotoisuus, myös meidän talousmetsillämme olisi nykyistä paljon suurempi matkailullinen arvo nimenomaan kulttuurimaisemina ja -ympäristöinä.

Asiakkaiden turvallisuus on osa matkailun vastuullisuutta. Ajatus pyöräilystä kapeilla teillä tuntui vaaralliselta ja sen tiedostivat myös paikalliset yrittäjät. Idea pyöräilystä aamulla tai vaikka yöllä voisi meilläkin hyödyntää. WAW:n kärkekohteessa Cliffs of Moherissa olisi kuvitellut olevan järeämmät aidat estämässä jyrkänteen reunalle pääsyä. Meillä ollaan todennäköisesti turvallisuuden suhteen tarkempia.

Burrelin alue profiloituu vahvasti kestävän matkailun alueeksi. Alueen profiili ja sen markkinointi perustuvat Burren and Cliffs of Moher -geoparkin eettisiin sääntöihin ja Burren Ecotourism network (B.E.N.) -verkoston näkyvään toimintaan. Geopark -projekti ja sittemmin UNESCO: statuksen saanut Burren and Cliffs of Moher Geopark on siis ollut keskeinen yhteistyön käynnistäjä ja ylläpitäjä. Järjestelmällistä kehittämistyötä on tehty ainakin kymmenen vuotta ja siihen on saatu runsaasti rahoitusta, josta merkittävin on ilmeisesti ollut EULife-rahoitus. Geoparkin rahoitus tuntuu ainakin toistaiseksi olevan turvattu. Vastuullisen matkailun kehittämiseen on siis tarvittu ja tarvitaan edelleen hyvän tahdon ja osaamisen lisäksi rahaa. Rahasta merkittävä osa tulee maakuntahallinnolta.

Burrenin alueella vastuullisen matkailun kehittämisessä keskeinen menestystekijä geoparkin rinnalla on ollut yritysten yhteistyö. Visit the Burren -portaali osoittaa yhteistyön olleen tuloksellista. Matkailusta elävistä yrityksistä kuitenkin vain melko pieni osa on mukana B.E.N.-verkostossa ja viimeisen vuoden aikana jäsenmäärä on pienentynyt. Yhteistyö ei siis Burrenin alueellakaan ole helppoa. Olennaista varmasti on, että verkostolla on vahva, sen periaatteisiin sitoutunut ydinjoukko. Silloin ei haittaa, vaikka muu joukko välillä vaihtuukin. Verkostolla on myös oltava resursseja toimia (jäsenmaksu) ja jollakin henkilöllä selkeä vetovastuu. Nekin yritykset, jotka eivät ole verkoston jäseniä eivätkä sitoudu geoparkin eettisiin sääntöihin, hyötyvät verkoston toiminnasta.

Visit The Burren with us -sivustolla esitetyt, osin myös ulkopuolisten tahojen määrittelyihin (UNESCO, Leave no Trace) perustuvat selkeät periaatteet, kriteerit ja toimintaohjeet tuovat uskottavuutta alueen kestävyydellä markkinointiin. Myös useat kansalliset ja kansainväliset palkinnot vahvistavat Burrenin alueen profiilia ja tuovat alueelle näkyvyyttä.

Geoparkien ja B.E.N. -verkoston kriteereihin sisältyy se, että yritykset kertovat kestävydestään markkinointiviestinnässään ja paikan päällä. B.E.N.-yritysten omilla verkkosivuilla vastuullisuus ja verkoston jäsenyys näkyvätkin aina selvästi. Useimmiten vastuullisuus/kestävyys/ekomatkailu näkyy omana pääotsikkonaan. B.E.N. -verkoston periaatteiden mukaisesti sen jäsenet ovat määritteet yrityksen omat vastuullisuuden periaatteet ja kertovat seikkaperäisesti, miten niitä toteutetaan. Lisäksi heti aloitussivulla ovat näkyvissä kaikki mahdolliset logot ja niistä usein linkki kyseiseen sertifikaattiin, ohjelmaan tai palkintoon. Monet ajattelevat, että yrityksen verkkosivuilla pitäisi selkeyden vuoksi olla vain yksi tai muutama logo. Jotta voidaan puhua vastuullisen matkailun verkostosta, verkostolla pitääkin tietysti olla yhteiset periaatteet ja kriteerit. Sen lisäksi yritys voi kuitenkin kertoa vastuullisuudestaan myös muiden sertifikaattien, standardien ja yhteistyökuvioiden kautta. Tätä taustaa vasten logorivistö yrityksen verkkosivuilla ei tunnukaan enää huonolta ajatukselta. Joka tapauksessa kohdeyritystemme verkkosivuilta kannattaa meidän alueemme matkailuyrittäjien hakea ideoita ja malleja sovellettavaksi omilla verkkosivuillaan.

Kestävää matkailua esitteleviä portaaleja on maailmalla jo paljon ja lisää tulee koko ajan. Vakavasti otettaville portaaleille on yhteistä, että päästäkseen mukaan yrityksen on oltava sivustoa julkaisevan organisaation jäsen tai jollakin tavalla osoitettava toimintansa vastuullisuus. Esimerkiksi GreenTourism.ie -sivustolla takeena voi sen oman taustaorganisaation sertifikaatin lisäksi olla geopark-yhteistyö tai EcoTourism Ireland -jäsenyys. Myös EcoToursim Irelandin sivustolla sen omat jäsenet ja yhteistyöverkostot saavat näkyvyyttä. Vastuullisuusviestinnän näkökulmasta sertifikaateilla, palkinnoilla ja muilla puolueettomilla palkinnoilla saadaan siis huomattavaa näkyvyyttä verkossa.

Burrenin majoituskohteissa ja muissa yrityksissä näimme, että myös paikan päällä vastuullisuusviestintään oli panostettu paljon. Näkyvästi esillä oli geopark-aineistoa ja B.E.N.- verkoston materiaalia sekä verkoston muiden yritysten esitteitä. Yritysten keskinäinen suosittelu tuntui toimivan hyvin. Matkailijoita myös ohjeistettiin toimimaan vastuullisesti. Esillä oli mm. Leave no Trace -esitteitä ja turvallisuusohjeita sekä ohjeistusta jätteiden lajittelusta. Maanteiden laidoilla, yritysten läheisyydessä ja kylissä roskia ei näkynytäkään juuri missään.

WAW ja Burrenin alue sekä B.E.N. -verkosto vievät ajatukset vastuullisen matkailun kehittämiseen meidän alueellamme. Miten vastuullisuuden periaatteet täällä tulee sopia ja kuinka yritykset ja alueorganisaatiot niihin sitoutuvat? Tarvitaanko jokin sertifikaatti tai vastaava, vai kytketäänkö Pure Saimaa -logo vastuullisuuteen ja jos, niin miten?



Saimaa Geoparkin myötä meillekin voisi muodostua vastuullisen matkailun yritysverkosto(ja), varsinkin jos geopark saa UNESCO-statuksen. Se myös voisi tuoda lisäresursseja vastuullisen matkailun kehittämiseen. Etelä- Savon tai koko Saimaan alueen vastuullisen matkailun haasteita Saimaa Geopark ja alueen kansallispuistot eivät kuitenkaan ratkaise, koska kaikki yritykset eivät toimi niiden alueella ja/tai yhteistyökumppaneina. Missä muissa yritysverkostoissa vastuullista matkailua kehitetään, ja miten? Millaista yhteistyötä tekevät jatkossa geopark-yritykset ja muut yritykset?

B.E.N. -verkoston jäsenet kertovat verkkosivuillaan, kuinka ne noudattavat Geoparkin eettisiä periaatteita. On ymmärrettävää, että yrityksillä on erilaisia painotuksia siinä, kuinka ne kertovat alueesta, miten hyödyntävät alueen luonnon- ja kulttuurihistoriaa tuotteissaan ja palveluissaan ja mitä pystyvät tekemään luonnon ja maiseman hyväksi. Joidenkin toiminnassa viihteellisyydellä on suuri painoarvo, toiset painottavat ymmärryksen lisäämistä ja oppimista – ja niin varmaan täytyy ollakin. Silti jäi kuva, että joiltain osin periaatteita tulkitaan osin aika laveasti. Esimerkiksi se, ettei halloween-teemassa missään näkynyt sen irlantilaisia juuria, ei tuntunut toteuttavan ”A well-understood heritage” -periaatetta.

Yritysten infran ja palvelun laatu vaihteli jonkin verran, mutta yleisesti ottaen laatu ei ollut sen parempi kuin meilläkään. Muutamissa yrityksissä huomio kiinnittyi siihen, että palveluprosesseissa olisi ollut paljon parantamisen varaa. Joka paikassa palvelu oli kuitenkin hyvin ystävällistä.

Tiivistä yhteistyötä ja vastuullisuusviestintä lukuun ottamatta yritysten toiminnassa Burrenin alueella ei siis näyttänyt olevan juuri mitään sellaista, joka olisi selvästi parempaa tai enemmän vastuullista kuin oman alueemme valveutuneissa yrityksissä. Yhteistyön ja kehittyneen vastuullisuusviestinnän perustana Burrenin alueella on vuosien määrätietoinen työ.

Yhteistyötä ja viestintää painottivat myös tapaamamme yrittäjät ja lisäksi useimmat kertoivat paikallisten tuotteiden ja palvelujen suosimisesta – muissa vastuullisuuteen liittyvissä asioissa ei ehkä olisi ollutkaan meille kovin paljoa opittavaa. Kaikkien matkaseurueemme jäsenten mielestä yhteistyöstä saatu oppi olikin matkan annista parhaimpia.

## 8.2. Matkailun hiilijalanjälki

WAW-kehittämistyössä, Burren and Cliffs of Moher Geoparkissa ja B.E.N. -verkoston toiminnassa matkailun hiilijalanjälkeä tuskin mainitaan. Voi tietysti olettaa, että se sisältyy kestävän matkailun periaatteisiin energiansäästön kautta. Silti on outoa, ettei ongelma näkynyt missään näiden projektien tai verkostojen materiaaleissa.

WAW:n tavoitteet ja kehittäminen perustuvat kansainvälisen matkailun kasvuun ja Faighté Irelandilla on kovat tavoitteet reitin matkailijamäärien kasvattamiseksi. Irlantiin tullaan useimmiten lentäen ja perillä liikutaan vuokra-autolla tai ryhmämatkoilla bussilla, jolloin ylivoimaisesti suurin hiilijalanjälki syntyy matkustamisesta kodin ja kohdealueen välillä. Itse WWW-reittikin on ainakin nykyisellään autoilureitti. Kansallisella ja aluetasolla on siis hankala puhua matkailun hiilijalanjäljen vähentämisestä – ainakaan ennen kuin on pakko. Faighté Irelandin edustajatkan eivät kysyttäessä oikein halunneet ottaa kantaa asiaan.

Burrenin alueella geoparkin ja B.E.N.- verkoston jäsenten periaatteena on edistää ja suosia lihasvoimin tapahtuvaa liikkumista, siis kävelyä ja pyöräilyä, ja kehittää ja suositella julkista liikennettä. Erilaisia polkuja on paljon ja niistä on hyvin tietoa verkossakin. Pyörille on vuokraus- ja huoltopisteitä sekä pyöräilykarttoja. Alueella on muutamia julkisesti rahoitettuja maksuttomia bussiyhteyksiä, joita varsinkin patikoijat käyttävät. Lihasvoimin ja julkisilla liikennevälineillä liikkumista edistetään myös eduilla ja alennuksilla, mikä voisi olla käyttökelpoinen idea meilläkin.

Alueen matkailussa selkeä tavoite on viipymän pidentäminen ja ”slow down”, mikä tarkoittaa myös vähempiä ajokilometrejä. Myös lähiruoka ja muut läheltä hankittavat tuotteet voivat vähentää kuljetuksia, mutta pääsyynä paikallisen suosimiseen kohdeyrityksissämme oli aluetalous ja paikallisen kulttuurin suosiminen.

Yrityksistä Burren Fine Food&Wine -ravintola ja Boghill Center kertovat verkkosivuilla matkailun hiilijalanjäljestä ja siitä, mitä yritys on tehnyt ja tekee sen pienentämiseksi. Burren Fine Food&Wine -ravintolan toimenpiteissä ei ole meille uutta, mutta merkille pantavaa on yrittäjän vahva sitoutuminen asiaan ja lausunnot julkisuudessa.

Boghill Centerin sivuilla oleva ehdotus hiilijalanjäljen kompensoimiseksi maksamalla heille heidän puiden istutuksestaan on hämmentävä. Kompensaatiot ovat kuitenkin tätä päivää ja vaikka ne eivät pienennä matkustamisen hiilijalanjälkeä, ainakin ne lisäävät matkailijoiden tietoisuutta siitä.

Kahdessa kohdeyrityksessä on tarjolla vain kasvisruokaa. Perusteena ei niissä kuitenkaan ole hiilijalanjälki, vaan terveellisyys ja luomu-ideologia sekä oman kasvimaan tuotteiden hyödyntäminen.

### 8.3. Vastuullisuudesta kilpailuetua?

Vastuullisuudesta kilpailuetuna yritystasolla oli vaikea saada tarkkaa vastausta. B.E.N -yrittäjillä tuntui olevan yhteinen käsitys siitä, että kilpailuetu ei niinkään synny oman yksittäisen yrityksen vastuullisuudesta tai vastuullisuusviestinnästä, vaan yritysverkoston ja geoparkin kanssa tehtävän yhteistyön kautta.

Vastuullisuus nähdään alueella kilpailuetuna. Vastuullisuuteen profiloitumalla toivotaan ja haetaan matkailijoita, jotka viipyvät pitempään, käyttävät paikallistaloutta vahvistavia palveluja ja jättävät siten alueelle enemmän rahaa kuin esimerkiksi Cliffs of Moherin päiväkävijät. Gleeson (2017) totesi meidänkin ryhmämme vierailun olevan hyvä esimerkki tästä. Keskustellessamme hänen kanssaan erilaisten matkailijoiden alueelle jättämästä matkailutulosta tuli mieleen laskea, mitä meidän ryhmämme jätti alueelle. Pienen gallupin perusteella jätimme WAW -alueelle (Galway ja Clare County) noin 223 euroa/hlö/vuorokausi (Liite 3). Erilaisten matkailijoiden/matkailutuotteiden alueelle tuoman tulon (kustannukset huomioon ottaen) ja ekologisten ja sosiaalisten vaikutusten arviointi voisi meilläkin antaa suuntaviivoja siihen, mihin suuntaan matkailua halutaan kehittää.

Kilpailuetua vastuullisuudesta saadaan siis parhaiten, kun koko alue sitoutuu vastuullisen matkailun periaatteisiin. Silloin myös yritysten on helpompi rakentaa verkostoja ja toteuttaa erilaisia ideoita ja operaatioita. Yhteistyössä ja laajemmalla yritys pohjalla myös vastuullisuudesta viestiminen on tehokkaampaa. Lisäksi tulevat erilaiset sertifikaatit, standardit ja palkinnot kilpailuissa.

## 9. Arvio matkan toteutuksesta ja tuloksista

Matkan sujui ongelmitta ja mielestäni vastasi tavoitteita. Myös muut osallistujat olivat kyselykierroksen perusteella tyytyväisiä matkan antiin. Muutamia kommentteja ja parannusehdotuksia silti saatiin, ja ne on hyvä muistaa seuraavaa benchmarkkausmatkaa suunniteltaessa.

- enemmän aikaa keskustella yrittäjien kanssa ja heille ehkä jopa etukäteen kirjalliset kysymykset
- hiukan enemmän liikuntaa
- useampia pysähdyksiä, joiden aikana mahdollisuus tehdä ostoksia ja tutustua johonkin kylään tai kaupunkiin kohdealueella
- viimeinen päivä olisi voitu viettää kohdealueella eikä Dublinissa

Matkan antia analysoidessa ja raporttia kirjoittaessa on käynyt selväksi, että huolellisemmalla taustatyöllä ennen matkaa olisi kohteista saanut vielä enemmän irti. Toisaalta myös jälkeenpäin tehty taustatyö on ollut antoisaa ja tuo varmasti lisäarvoa benchmarkkaukseen, vaikka onkin viivästyttänyt raportin valmistumista.

## 7. Lähteet

Burren and Cliffs of Moher Geopark. 2011. People, place, learning, livelihood. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.burrengeopark.ie/wp-content/uploads/2015/03/GeoparkLIFE-Vision.pdf> [viitattu 28.11.2017].

Burren and Cliffs of Moher. 2017a. Summary Report. PDF-dokumentti. Päivitetty 27.11.2017. Saatavissa: [http://www.burrengeopark.ie/wp-content/uploads/2017/11/Summary\\_Report.pdf](http://www.burrengeopark.ie/wp-content/uploads/2017/11/Summary_Report.pdf) [viitattu 30.11.2017].

Burren and Cliffs of Moher. 2017b. Geopark Code of Practice for Sustainable Tourism. PDF-dokumentti. Päivitetty 10.10.2017. Saatavissa: <http://www.burrengeopark.ie/wp-content/uploads/2017/10/Code-of-practice-poster.pdf> [viitattu 30.11.2017].

Burren and Cliffs of Moher Geopark. s.a. The Burren and Cliffs of Moher UNESCO Global Geopark Official Website -portaali. Saatavissa: <http://www.burrengeopark.ie/> [viitattu 30.11.2017].

Central Statistic Office. 2017. Overseas Trips to and from Ireland. WWW-dokumentti. Päivitetty 27.1.2017. Saatavissa: [http://www.cso.ie/Quicktables/GetQuickTables.aspx?FileName=TMA14C1.asp&TableName=Overseas%20Trips%20to%20and%20from%20Ireland&StatisticalProduct=DB\\_TM](http://www.cso.ie/Quicktables/GetQuickTables.aspx?FileName=TMA14C1.asp&TableName=Overseas%20Trips%20to%20and%20from%20Ireland&StatisticalProduct=DB_TM) [viitattu 30.11.2017].

City Population. s.a. Provinces and counties. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.citypopulation.de/php/ireland-admin.php?adm2id=CEi> [viitattu 30.11.2017].

Clare County. s.a. Clare County Development Plan 2017-2023. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.clarecoco.ie/planning/publications/clare-county-development-plan-2017-2023-volume-1-written-statement-24125.pdf> [viitattu 1.12.2017].

Cliffs of Moher. s.a. Portaali. Saatavissa: <https://www.cliffsofmoher.ie/> [viitattu 30.11.2017].

discoverireland.i.e. s.a. Portaali. Saatavissa: <https://www.discoverireland.ie/> [viitattu 28.11.2017].

EcoTourism Ireland.s.a. Portaali. Saatavissa: <http://www.ecotourismireland.ie/about/useful-links> [viitattu 28.10.2017].

Failté Ireland. 2015. Wild Atlantic Way Operational Programme 2015-2019. Päivitetty 14.8.2015. Saatavissa: [http://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/2\\_Develop\\_Your\\_Business/Key%20Projects/Wild-Atlantic-Way-Operational-Programme\\_1.pdf](http://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/2_Develop_Your_Business/Key%20Projects/Wild-Atlantic-Way-Operational-Programme_1.pdf) [viitattu 29.10.2017].

Failté Ireland. 2016a. Wild Atlantic Way Signature Discovery Points. Ecological Study of Visitor Movement Areas. PDF-dokumentti. Päivitetty 26.1.2016. Saatavissa: [http://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/4\\_Corporate\\_Documents/Strategy\\_Operations\\_Plans/WAW\\_EcologyMonitoringSurvey\\_D001.pdf](http://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/4_Corporate_Documents/Strategy_Operations_Plans/WAW_EcologyMonitoringSurvey_D001.pdf) [viitattu 28.10.2017].

Failté Ireland 2016b. Code of Ethics. PDF-dokumentti. Päivitetty 28.7.2016. Saatavissa: [http://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/2\\_Develop\\_Your\\_Business/4\\_Quality\\_Assurance/Code-of-Ethics.pdf](http://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/2_Develop_Your_Business/4_Quality_Assurance/Code-of-Ethics.pdf) [viitattu 29.10.2017].

- Failté Ireland. s.a. Portaali matkailutoimijoille. Saatavissa: <http://www.failteireland.ie/> [viitattu 30.11.2017].
- Fitzimmons, M. 2018. Manager. Tapaaminen opintomatalla 30.10.2018. Failté Ireland, Wild Atlantic Way.
- Gleeson, C. 2017. Manager. Tapaaminen opintomatalla 2.11.2018. Claire County Council, Burren and Cliffs of Moher Geopark.
- Green Awards. s.a. Shortlist. WWW-dokumentti. Saatavissa: [http://www.greenawards.ie/shortlist.php#.Wjk\\_FDeYM6U](http://www.greenawards.ie/shortlist.php#.Wjk_FDeYM6U) [viitattu 30.11.2017].
- Green Hospitality. s.a. Portaali. Saatavissa: <http://greenhospitality.ie/> [viitattu 30.11.2017].
- GreenTravel.ie. s.a. About us. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.greentravel.ie/about-us.html> [viitattu 30.11.2017].
- Ireland. s.a. Jump into Ireland. Portaali. Saatavissa: <http://www.ireland.com/en-fi/> [viitattu 30.11.2017].
- Ireland's Eden. s.a. Saatavissa: <http://irelandseden.ie/explore-eden/the-burren-and-cliffs-of-moher-geopark/> [viitattu 30.11.2017].
- Leave no Trace Ireland. s.a. Portaali. Saatavissa: <http://www.leaveotraceireland.org/history> [viitattu 30.11.2017].
- Mulvey, M. 2018. Trainer & CEO. Tapaaminen opintomatalla 1.11.2018. Ecotourism Ireland.
- O'Brien, T. 2016. Raw sewage flows into water at 43 urban areas, EPA report says. The Irish Times. WWW-dokumentti. Päivitetty 23.11.2016. Saatavissa: <https://www.irishtimes.com/news/environment/raw-sewage-flows-into-water-at-43-urban-areas-epa-report-says-1.2879755> [viitattu 30.11.2017].
- Restaurant Association of Ireland. 2015. Winner of Foodie Towns 2015 is ...Burren! WWW-dokumentti. Päivitetty 13.10.2015. Saatavissa: <http://www.rai.ie/winner-of-foodie-towns-2015-is-the-burren/> [viitattu 30.11.2017].
- Restaurant Association of Ireland. s.a. Foodie Destinations. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://www.foodiedestinations.ie/> [viitattu 30.11.2017].
- The Leave No Trace Center for Outdoor Ethics. s.a. Portaali. Saatavissa: <https://Int.org/> [viitattu 30.11.2017].
- UNESCO. 2016. Global Geoparks. Portaali. Päivitetty 16.2.2016. <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/> [viitattu 10.11.2017].
- Wikipedia. 2017a. Irlanti. PDF-dokumentti. Päivitetty 24.11.2017. Saatavissa: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Irlanti> [viitattu 30.11.2017].
- Wikipedia. 2017b. The Burren. WWW-dokumentti. Päivitetty 13.11.2017. Saatavissa: [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Burren](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Burren) [viitattu 30.11.2017].
- Wild Atlantic Way. s.a. Discover the Wild Atlantic Way. Portaali. Saatavissa: <https://www.wildatlanticway.com/home/> [viitattu 30.11.2017].

Visit Clare. s.a. 2017. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://www.clare.ie/about/> [viitattu 30.11.2017].

Visit the Burren with us. s.a. Welcome to the Burren ecotourism Website -portaali. Saatavissa: <http://www.burren.ie/> [viitattu 30.11.2017].

## Matkan osallistujat ja asiantuntijat

### Osallistujat

Jukka Heikkonen, Tynkkylän Lomaniemi  
Tanja Heiskanen, Järvisydän Oy  
Riikka Heiskanen, Järvisydän Oy  
Mikko Jokela, Saimaa Safarit Oy  
Titta Kyllönen, Visit Saimaa -hanke/Mikseimikkeli Oy  
Tiina Leinonen, Opas-Guide-Tiina  
Aapo Okkola, Okkolan lomamökit ja Niinipuu  
Matleena Pulkkinen, Miun Loma Ky  
Sirpa Sahinjoki, Xamk  
Ronja Sinkkonen, Härkäniemen tuvat  
Leena Valkonen, Kaidan Kiho  
Esko Valkonen, Kaidan Kiho  
Heli Gynther, Etelä-Savon maakuntaliitto  
Eeva Koivula, Kohti vastuullista matkailua -hanke/Xamk  
Katja Pasanen, Kohti vastuullista matkailua -hanke/Itä-Suomen yliopisto  
Hanna-Maija Väisänen, Kohti vastuullista matkailua -hanke/Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti

### Asiantuntijat

#### **Wild Atlantic Way, Cliff Coast, Clare and The Islands**

*Michael Fitzsimons, [michael.fitzsimons@failteireland.ie](mailto:michael.fitzsimons@failteireland.ie)*

#### **Ecotourism Ireland**

*Mary Mulvey, [mary@ecotourismireland.ie](mailto:mary@ecotourismireland.ie)*

#### **Burren & Cliffs of Moher UNESCO Global Geopark**

*Manager Carol Gleeson*

Clare County Council | Ennistymon | Co. Clare

[cgleeson@burren.ie](mailto:cgleeson@burren.ie)



## Kohti vastuullista matkailua -hankkeen WILD ATLANTIC WAY -OPINTOMATKAN 30.10-3.11.2017 OHJELMA

Muutokset ohjelmassa perillä ovat mahdollisia.

### MAANANTAI 30.10.

Klo

- 8.30 – n. 14.00 Kuljetus tilausbussilla Helsinki-Vantaan lentoasemalle  
-osallistujat ja pysähdyspaikat: ks. erillinen liite  
-matkalla noutopöytälounas Orimattilassa Tuuliharjassa  
-lentokentällä välipala/ruokailu ym. omakustanteisesti
- 16.20 – 17.25 Lento AY1385 Helsinki – Dublin
- n. 18 – 21.00 Bussi Dublin – Galway (215 km)  
-matkalla ruokailu omakustanteisesti pikaruokapaikassa  
(esim. Liffey Valley Shopping Centre, noin 30 min kentältä tai  
Athlone, Kilmartin N6 Service Station, noin 1,5 h kentältä), samalla mahdollista ostaa  
matkaevästä tulevia taipaleita varten
- n. 21.00 Majoittuminen **Harbour Hotellissa\*\*\*\***

### TIISTAI 31.10.

Aamupala

- 9.00 – 10.30 **Tapaaminen: Michael Fitzsimons/Failte Ireland/Wild Atlantic Way/Cliff Coast, Clare and The Islands**  
-hotellin Cleggan Suite -kokoustilassa, tarjolla virvokkeita, keksejä, hedelmiä
- 10.45 – 12.00 Bussi Galway – Burren Fine Food&Wine



- 12.00 – 13.15 [Burren Fine Food&Wine](#)  
-lounas  
-yrityksen esittely/ *Cathleen Connole*
- 13.15 – 14.00 Bussi Burren Fine Food&Wine – Carran  
- matkan varrella mahdollisesti pysähdys: [Poulnabrone Dolmen](#)
- 14.00 – 15.40 Carran: **Opastettu kävelyretki alueella**  
-opas *Tony Kirby*, kertoo myös yrityksestään [Heart of Burren Walks](#)
- 15.40 – 16.00 Bussi Carran – Aillwee Cave
- 16.00 – 17.45 [Aillwee Cave](#)  
-kahvi/tee & makea kahvileipä  
-tutustuminen yritykseen ja yrittäjään/*Tracy Lynch, Nuala Mulqueen?*
- 17.45 – 17.55 Bussi Aillwee Cave -Hazelwood Lodge
- noin 18 Majoittuminen: [Hazelwood Lodge](#)
- 19.00 – 21.00 **Illallinen: [Monk's Bar and Seafood Restaurant](#)**  
-edestakainen bussikuljetus (1,8 km suuntaansa)  
-pidempää pubi-iltaa toivat hoitavat itsensä muulla tavoin takaisin hotellille  
(taksit: +353 87 698 7470, +353 65 7077084)

## KESKIVIIKKO 1.11.

Aamupala

- 8.45 – 9.45 Bussi Hazelwood Lodge – Ballyvaughan (Fanore) – Doolin Cave  
-matkan varrella mahdollisesti lyhyitä pysähdyksiä (sään mukaan)  
-[Ballyvaughan Heritage Trail](#)  
-rantatien maisemat, esim. [Black Head](#)
- 9.45-11.15 [Doolin Cave](#)  
-kahvit/teet & scone  
-tutustuminen yritykseen/*Helen Browne*  
-opastettu kierros luolassa
- 11.15-11.30 **Bussilla Doolin Cave – Boghill Center**
- 11.30-14.30 [Boghill Centre](#)  
-tutustuminen yritykseen/*Cari Ryan*  
-lounas  
-tapaaminen: *Mary Mulvey*/Ecotourism Ireland

- 14.30 – 15.00 Bussi Boghill Center – Cliffs of Moher Visitor Experience
- 15.00 – 17.00 [Cliffs of Moher Visitor Experience](#)  
-sään salliessa kävely rantakalliolle ja O'Brien's Toweriin  
-opastuskeskus  
-kahvi/tee omakustanteisesti
- 17.00 – 18.00 **Bussi Cliffs of Moher Visitor Experience – Doolin Inn**
- n. 18.00 Majoittuminen [Doolin Inn & Hostel](#)
- 19.00 **Illallinen omakustanteisesti**  
-pöytävaraus: [O'Connor's Pub](#), noin 200 metrin päässä majoituspaikasta

## TORSTAI 2.11.

- Aamupala
- 9.00 – 10.00 Bussi Doolin – Ennis
- 10.00 – 11.30 **Tapaaminen: Carol Gleeson, Claire County office, The Burren and Cliffs of Moher Geopark,**  
mahdollisesti mukana muitakin BEN-verkoston ja/tai Burren Food Trailin jäseniä
- 11.30 – 13.00 **Bussi Ennis – Slieve Aughly Center**
- 13.00 – 15.00 [Slieve Aughly Center](#)  
-lounas  
-tutustuminen yritykseen/*Ester Zyderland*  
-Halloween -ohjelma, luontopolut ym.
- 15.00 – 18.00 **Bussi Slieve Aughty Center – Dublin (noin 185 km)**
- n. 18 **Majoittuminen Dublinissa: [Ashling Hotel](#)\*\*\*\***
- Illallinen**  
-Ashling Hotel

## PERJANTAI 3.11.

### Aamupala

### Vapaata aikaa Dublinissa

- ohjelma omakustanteisesti  
-esim. Hop On – Hop Off, vierailu Jamesonin viskitehtaalla,...

**Lounas omakustanteisesti**

15.15 – **Bussikuljetus hotellilta lentokentälle**

**Lentokentällä ruokailu: [Margette](#)**

18.05 –23.05 **Lento 2017 AY1386 Dublin – Helsinki**

Lennon laskeuduttua

**Kuljetus bussilla lentokentältä Mikkelin kautta Savonlinnaan, perillä yöllä 4.11.**

**Linkejä:**

[Failte Ireland, Wild Atlantic Way](#)

[Wild Atlantic Way -kotisivut](#)

[Burren Ecotourism Network -verkosto \(BEN\)](#)

[Burren and Cliffs of Moher Geopark](#)

[Burren Food Trail](#)

[Ecotourism Ireland](#)

[Leave no Trace](#)

[Finnairin Dublinin matkaopas](#) (täältä sivulta pääsee myös lähtöselvitykseen)

**Muuta kiinnostavaa:**

-keskustelua verkossa Cliffs of Moher -pääsylipuista ym: [https://www.tripadvisor.ie/ShowTopic-g214506-i3191-k3882674-Walk\\_to\\_the\\_Cliffs\\_of\\_Moher-Doolin\\_The\\_Burren\\_County\\_Clare.html](https://www.tripadvisor.ie/ShowTopic-g214506-i3191-k3882674-Walk_to_the_Cliffs_of_Moher-Doolin_The_Burren_County_Clare.html)

**Vastuullinen matkanjärjestäjä:** HRG Nordic Events & Meetings Management, Helsinki

**Lisätietoja & matkanjohtaja:** Projektipäällikkö Eeva Koivula, Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu  
p. 040 772 3365, [eeva.koivula@xamk.fi](mailto:eeva.koivula@xamk.fi)

## Laskelma ryhmämme rahankäytöstä opintomatkan kohdealueilla

Ryhmällemme tehdyn pienen kyselyn perusteella jätimme kohdealueille rahaa seuraavasti:

### **Clare County**

Majoitus 1640 e

Ruoka 2600 e

Muut kulut (pääsyliput, ohjelmapalvelut, tilavuokrat) 408 e

Henkilökohtainen kulutus (ruoka ja juoma, matkamuistot, kirjat ym.) noin 700 e

**Yhteensä 5348 e eli noin 334 e/henkilö**

### **Clare County ja Galway**

Majoitus 3176 e

Ruoka 2600 e

Muut kulut (pääsyliput, ohjelmapalvelut, tilavuokrat) 642 e

Kuljetus (tilausbussi) 3620 e

Henkilökohtainen kulutus noin 700 e

**Yhteensä 10 738 e eli noin 670 e/henkilö (noin 223 e/vrk)**