



Matkaraportti 27.5.-1.6.2012

BENCHMARKING SKOTLANTI

Edinburgh, Cairngorms, Aviemore, Edinburgh

Syöte Green DQN –kehittämishanke 2010-2012

Toteutus: Haaga-Perho

Rahoitus: EU, Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus, Pudasjärven kaupunki ja osallistuvat yritykset

Raportin kooste ja layout: projektipäällikkö Oili Ruokamo

Kuvat: Katariina Kuukasjärvi, Janne Järvenpää, Oili Ruokamo



BENCHMARKING SKOTLANTI, CAIRNGORMS 27.5.-1.6.2012 MATKARAPORTTI

Syöteläiset matkailuyrittäjät ja Metsähallituksen edustajat kävivät tutustumassa Skotlantiin toukokuussa 2012. Benchmarking –matka oli osa EU-rahoitteista Syöte Green DQN –kehittämisohjelmaa, jota hallinnoi Haaga-Perho. DQN-hanke on Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskuksen ja Euroopan sosiaalirahaston rahoittama hanke. Osallistuvat yritykset ovat Syötteen matkailualueen kärkiyrityksiä, joita on hankkeessa mukana kaikkiaan 12. Matkanjohtajana toimi projektipäällikkö Oili Ruokamo Haaga-Perhosta, joka oli huolehtinut kaikista matkajärjestelyistä yhdessä Suomen Matkatoimiston ja Visit Scotlandin kanssa.

Taustaa matkan perusteista

Merkityksellisenä toimijana DQN-konsepteissa on osallistuvien yritysten avainhenkilöiden muodostama Laatutiimi, joka päättää asioista ja vie niitä tahollaan eteenpäin alueen kehittämiseksi. Laatutiimin kokoonpano on raportin lopussa samoin kuin luettelo matkalle osallistuneista henkilöistä.

Laatutiimin kokouksessa 11.11.2011 benchmarking-matkan kohteeksi valittiin Skotlannissa sijaitseva Cairngormsin kansallispuiston alue, jonka ohjausryhmä hyväksyi kokouksessaan 27.1.2012. Perusteluina olivat mm. se kuinka yritykset toimivat kansallispuiston alueella (toisin kuin Suomessa) ja toimintaympäristön samankaltaisuus Syötteen kanssa – harvaan asuttua, kaupunkien etäisyys kohteesta ja luontoarvot. Alueella oli aikaisemmin vieraillut Metsähallituksen erikoissuunnittelija Matti Tapaninen. Benchmarking-matkan kantavana teemana koko matkan ajan oli Mitä Skotlannin parhaista käytännöistä ja uusista trendeistä voimme soveltaa / ottaa tuotantoon Syötteen matkailukeskuksessa.

MATKAOHJELMA 27.5.-1.6.2012

I Matkapäivä sunnuntai 27.5.2012

Benchmarking: Skotlannin ympäristötietoisien ja kestävän matkailun kehittäminen käyntikohteiden näkökulmasta.

Matkalle lähdettiin aikaisin Oulusta, check-in klo 5:20 AY 3812 Oulu – Helsinki 05:55 – 7:20 Flybe Tässä välissä nautittiin omakustanteinen aamupala kentällä ja pidettiin laatutiimin kokous. Siinä jaettiin työparit havainnointia varten sekä heille BM-tehtävät ja muistikirjat.

Lento KF 011 Helsinki – Edinburgh 09:35 – 10:25 Blue1.

Edinburghiin saavuttiin klo 11:00, ja sieltä matkaa jatkettiin linja-autolla (Edinburgh Coach Lines). Matkan aikana tarkennettiin BM-menettelytavat kohteissa, käytiin läpi osallistujien tekemät ennakotehtävät ja tuliaislahjat.

Klo 12:30– 13:30 Blair Castle - <http://www.blair-castle.co.uk>





Blair Castle, Blair Atholl, Pitlochry, Perthshire PH18 5TL – viiden tähden käyntikohde, museo, myymälä ja ravintola, Skotlannin Green Tourism Gold -taso.

Kaunis ja aurinkoinen päivä sekä upea skotlantilainen linna antoivat meille erinomaisen vaikutelman Skotlannista, lisäkokemuksena kuulumme säkkipillin soittoa jostain läheltä. Alueella oli vuosittainen perinnetapahtuma, joka kokosi väkeä ympäri maata. Nautimme linjastolta paikallisen lounaan, jonka saimme nauttia ulkoterasilla. Johtaja (Operation Manager) ja Green Tourism -koordinaattori Helen Webb kävi tervehtimässä meitä kiireen keskellä ja kertoi lyhyesti Gold-tasosta.

Nopea palaute kohteesta heti linja-autossa ennen seuraavaa kohdetta:

Brittiläistä perinneruokaa. Myymälä hyvin toteutettu, tuoteteemoja lähialueelta, myös omia brändättyjä tuotteita. Asiakasviestintä: esillä omat palvelut ja ristiinmarkkinointia. Kulttuuriperintöä: kuvia, karttoja, esineistöä.

Green Tourism – iso merkitty kivi tien vieressä osoitti että oltiin siirrytty Cairngormsin kansallispuiston alueelle. Teema ei näkynyt kohteessa, netissä paremmin. Pieni kyltti erinomaista viestintää: 'Älä jätä roskia – älä toimi kuin etana!' Avoinna talvella vain viikonloppuisin, linnaa ei lämmitetä! Roskat kerätään ja kierrätetään: biojätteet keittiöstä haetaan ja viedään Perthiin kompostoitavaksi, puutarhajäte kompostoidaan itse. Paikallista työvoimaa vaikeaa saada, osa työvoimasta tulee Puolasta. Juomavesi EU-standardin mukainen, tuotiin kuitenkin muualta. Alue itsessään oli Keep it simple – lasten leikkipaikkana tankoja ja verkkoja.

Siisteys koko alueella positiivista (talovaunuja, caravan-alue), asiakaspalvelu plussaa.

Vihreä enemmän tahtotila (lämpökeskus oli palanut). Helen Webb kertoi että Skandinaaviassa asiat hoidetaan paremmin. Vesi oli brändätty lähdevesi – ei voinut tarjota paikallista vettä vaan se tuodaan muualta.

Paljon esitteitä, voiko omaa aluetta nostaa esitteiden joukosta paremmin esille. Nettisivuilla ja esitteissä ympäristömerkinnät hyvin esillä. Naisten vessaan ei päässyt esteettömästi, invavessa oli erikseen – parkkialueella oli 5 kpl invapaikkoja. Plussaa kohteessa oli yleinen siisteys.

Hyödynnetään oma pullovesi, joka on Syötteellä aitoa. Pettymys oli nimenomaan hyvin brändätty pullovesi, joka ei ollutkaan aitoa.

BM-TULOS: Mitä Syötteelle 1. Pullovesi – pullo ja tarina. 2. Perinnetapahtuma (kisa 28.7.)

Yhteensä pisteet 47/70 kohteen sisällön ja annin yleisarvosta asteikolla 1-5 (1 heikko ja 5 erinomainen)



Klo 14:30-16.30 Landmark Forest Adventure Park - <http://www.landmarkpark.co.uk>



Osoite: Main Street, Carrbridge PH23 3AJ, Tel. 0800 7313446.

Tutustuminen lapsille ja vähän isommillekin tuotteistettuun huvi- ja teemapuistoon, joka on palkittu erinomaisuudestaan ja innovatiivisuudestaan Scottish Thistle Award –palkinnolla vuonna 2010.

- Kuinka toimii kestävän kehityksen eteen
- Mitä innovatiivista ja erinomaista löytyy
- Kesto 2 tuntia, liput £12.00/hlö.

ENNAKKOTEHTÄVÄT tehtiin kaikista käyntikohteista ennen matkaa ja ne oli jaettu osallistujille heidän oman substanssin mukaisesti (paitsi Blair Castle joka tuli mukaan viime vaiheessa). Ennen kohteeseen tuloa kerrattiin ennakotehtävät linja-autossa muistin virkistykseksi.

Marianne Mäntylehto: Tuleeko kohteen nettisivuilla esiin vastuullisuus ja ympäristöstä huolehtiminen ja yrityksen toiminnan arvot? Nouseeko jotain erityistä esille kestävään kehitykseen liittyen?

Vastaus: Ympäristöasioista ei kerrota mitään, itse puisto sijoittuu metsäympäristöön. "We are always trying to improve what we offer and how we do things at Landmark and to that end we would love to hear from you - please email us your comments or review us on Tripadvisor". Yrityksen toiminnan arvoista ei ole mainittu em. lausetta enempää. Kestävästä kehityksestä ei myöskään puhuta mitenkään. Huomioita: lasten paikka, aikuiset voivat seurata toimintaa ravintolasta... sallitaan koirat... päiväkävijöiden sijaan painotusta kausikorteille.

Sanna Illikainen: Löytyykö kohteen nettisivuilta selkeästi kohderyhmämäärittelyä? Jos löytyy, niin mikä kohderyhmä? Onko selkeät tuotteet ko. kohderyhmälle ja onko ne ostettavissa kansainvälisesti suoraan verkosta ja/tai myös mobiilisti? Löytyykö sivuilta ristiinmarkkinointia ja/tai –myyntiä (siis myydään suoraan toisen yrityksen tuotteita)?

Vastaus: Kohderyhmänä selkeästi lapsiperheet ja lapsiryhmät. Tuotteina ovat erilaiset lippupaketit joissa hinnat on merkitty perheen aikuisille (yli 15v) ja lapsille (4-14v), ryhmälippupaketit sekä syntymäpäiväjuhlapaketit. Lippuja voi ostaa ennakoon netistä, jossa voi maksaa kansainvälisillä luottokorteilla. Lisäksi tarjouspyyntölomakkeita ja yhteydenottopyyntöjä voivat ryhmät lähettää sivustojen kautta. Sivustoilta ei löydy suoraa ristiinmarkkinointia, mutta useassa linkissä ohjataan muiden yritysten sivustoille mm. majoitus- tai ravintolapalveluiden yhteydessä.





Nopea palaute kohteesta heti linja-autossa:

- Plussaa luonto, luonnonkäytön historia, aktiivisuus, varauduttu kv. asiakkaisiin
- Kyseenalaista tornin turvallisuus, puurakenteiden kesto
- Turvallisuus hoidettu hyvin siellä missä lapset peuhasivat, rakennettu vaihteittain, hyvät ohjeet, aktiivinen
- Lähtöpaikka hyvä, oli osa kansallispuistoa. Ei näkyvillä vastuullisuutta, vaikka oli Visit Scotlannin neljän tähden kohde
- Miten investointikyky ja matkailun ympärivuotisuus korreloivat? **Idea Syönteelle:** päivämatkoja Syönteeltä Ranualla, Posiolla, Kuusamoon. Loppovesi- perhematkailu-kohteena tekemisen lapset viihtyvät>tekemiset, aktiviteetit (SYKLI-hanke) – lasten viihtyminen ei ole tähtitiedettä, lihasvoima käyttöön – KESÄMATKAILUN KEHITTÄMINEN SYÖNTEELLE.
- 4-vuoden tavoite Sykli-hankkeen avulla investointien sitouttaminen. Ranuan kävijät Syönteelle yöpymään.
- Squarrel path – meillä jo valmiita elementtejä kansallispuiston polut > Syönten visio toteutuu.
- Kohteessa vihreät ajatukset toteutuvat koska sijoitettu metsään. Miten metallikehikot puiden ympärillä? Meillä puiston aktiviteetit peruskauraa > Syönten näkökulma - Syklillä alkuun!

BM-TULOS MITÄ SYÖNTEELLE nopeasta palautteesta: Asiaa käsitellään pohtimisen jälkeen seuraavassa laatutiimissä. Kerättiin pisteet kohteen sisällön ja annin yleisarvosta asteikolla 1-5 (1 heikko ja 5 erinomainen). Saatiin yhteensä pisteitä 49/70.

Klo 17:00 Majoittuminen Grant Arms-hotel, Grantown on Spey - <http://www.grantarmshotel.com>, Osoite: 25 The Square, Grantown on Spey, PH26 3HF, Heather Tait, tel. 0800 043 8585

ENNAKKOTEHTÄVÄ

Juha Kuukasjärvi: Löytyykö kohteen nettisivuilta selkeästi kohderyhmäärittelyä? Jos löytyy, niin mikä kohderyhmä? Onko selkeät tuotteet ko. kohderyhmälle ja onko ne ostettavissa kansainvälisesti suoraan verkosta ja/tai myös mobiilisti? Löytyykö sivuilta ristiinmarkkinointia ja/tai –myyntiä (siis myydään suoraan toisen yrityksen tuotteita)?

Vastaus: Ei mielestäni mitään erityistä selkeää kohde ryhmää. Tosin "Birdwatching and wildlife club" on nostettu esille, joka ainakin erottuu ko. asioista kiinnostuneille. Luonto on selkeästi hotellin kärkeutuote The UK's Wildlife Hotel, eli kyllä tämä tietenkin kohderyhmää jotenkin "terävöittää". Häät on tuotu esille selkeästi omana juttuna. Lintubongaus ja luonnon tarkkailu on se pääjuttu, mitä nostetaan esille. Netin kautta ei voinut varata mitään suoraan. Pystyi kyllä lähettämään tiedustelun sähköposti lomakkeella.

Ristiinmarkkinointia löytyy. Esillä on hyvien alueen eri nähtävyyksiä, vierailukohteita ym. (see & do). Paketteja ja tapahtumia on mm. Golf, lintujen ja luonnon tarkkailu, kävelyretket, pikkujoulut, talvi, jouluk ym. Muutamia ohjelmapalvelu-paketteja oli myös tuotu esille ja niitä voi hotellin kautta varata, ei kuitenkaan suoraan netistä. Yhteistyö paketeissa BWWC:n (Birdwatching & Wildlife club) kanssa näyttäisi olevan hyvin tiivistä. Kansallispuiston ja Wild Scotland logo esillä sivun alareunassa.

18.00 Päivän purku omalla hotellilla ennen illallisaikaa kävelyä.



19:00 Illallinen Garth Hotel & Restaurant- <http://www.garthhotel.com>
- Osoite: 21 Castle Road, Grantown-on-Spey (pari minuuttia kävellen majapaikasta).

Mukana illallisella Lee McDonald Visit Scotlandista, Consultancy Service Manager, Partnerships Directorate,
Mob: 07833 441 297.

II Matkapäivä maanantai 28.5.2012

Benchmarking: Skotlannin ympäristötietoisien ja kestävän matkailun kehittäminen alueen matkailuorganisaation Visit Scotlandin, matkailun laadun Green Business Scheme ja Cairngorms National Park – kansallispuiston näkökulmista (CNPA).

08:00-9:45 Aamiainen, briiffaus päivän kohteista, kävellen CNPAn toimistoon, osoite: 14 The Square.

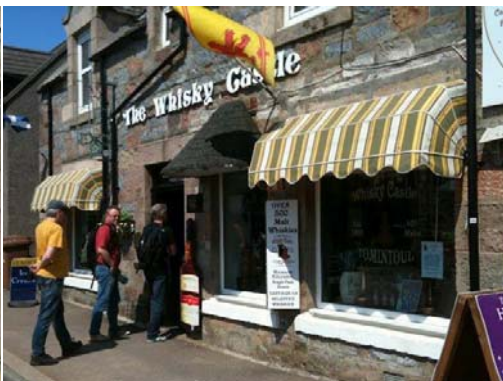
10:00-12.45 Esittelyt Cairngorm National Park CNPA ja Visit Scotland – Andy Ford, Jackie Farquhar, Ruathy Donald, Francoise van Buuren - and Lorraine Thomson, Lee McDonald Visit Scotland
<http://www.visitscotland.com/>; <http://www.green-business.co.uk/>

- Cairngorm National Park brändin merkitys yhteistyölle, esimerkkejä
- Lähiruuun merkitys ja saatavuuden varmistaminen
- Green Tourism Business Schemen rooli kansallispuiston kehittämisessä
- VisitScotlandin esittely, kestävän kehityksen työkalut/ Year of Creative Scotland Toolkit 2012

12:00 Isäntien tarjoama voileipälounas, keskustelua.

12:30 Bussilla tutustuminen kansallispuiston matkailutoimintoihin isäntien opastuksella (Bremners of Aviemore, coach Robert, tel office (01479) 812322)

13:00 – 14:00 Tomintoul - CNPA partnership visits in Tomintoul. Vierailu Andy Fordin seurassa Visit Scotlandin yhteistyökumppanin Ranger –tukikohdassa, joka toimii Visit Scotlandin neuvontapisteinä. Kävelimme aurinkoisessa säässä pienessä Toumintolin kylässä kuunnellen Andyn tarinoita, pistäytyen paikallisessa whiskypubissa ja tapaamassa läheisen pellon hevosia. Kaikki pienellä alueella - puhtaan ilman ja näköalojen fiilistelyä hyvinvoinnin näkökulmasta.





15:15 – 16:30 Glenlivet distillery, whisky tasting - <http://www.theglenlivet.com/classicrange/>

Vierailimme Lorraine Thomsonin seurassa (Visit Scotland) myös paikallisessa viskitislaamossa, joka oli hyvin suosittu käyntikohde alueella. Kansainvälisen yrityksen brändäys näkyi kohteen olemuksessa ja tuotteistuksessa. Viinimaistiaiset oli suunniteltu opastetun kierroksen loppuun ja sieltä ennen lähtöä myymälän kautta ulos.

17:00 Paluu Grant Arms – hotellille.

18:00 Päivän tehtävien purku ja illalliseen valmistautuminen

19:00 – 21:00 Illallinen päivän isäntien kanssa Hotelli Grant Armsissa.

Lyhyesti kommentit päivästä:

Visit Scotland tekee kansallista markkinointia lähinnä Iso-Britanniaan, josta asiakkaat tulevat Skotlantiin. Yhteismarkkinoinnissa mukana Cairngorms National Park -brändi, johon alueen matkailutoimijat ovat liittyneet toimiessaan puiston sisällä. Varsinaisesti puistoviranomaiset eivät omista lainkaan maata vaan ¾ on yksityisiä maanomistajia. Yritykset toimivat joko omistamallaan maalla puistossa tai ovat vuokranneet toimitilat maanomistajilta (mm. ohjelmalveluyritykset). Visit Scotland on brändännyt matkailun teemojen ja käyntikohteiden pisteytyksellä sekä ottanut Green Tourism Business Schemen mukaan GTBS. Yrityksiltä mukaan lähteminen edellyttää että on mukana Visit Scotlandin Quality Scheme-ohjelmassa. GTBS hankintaan alan asiantuntijoilta.

Cairngorm National Park Authority omistaa puiston brändin, johon on sidottu strategiset partnerit matkailutoimijoista. Alueelle on tehty yhteistyössä partnereiden kanssa suunnitelma vuosille 2012-2017. Brändin avulla markkinoidaan ja vahvistetaan alueen identiteettiä. Kansallispuisto on mukana Europark Federationissa. Se on mahdollistanut kansainvälisen yhteistyön ja luonut uskottavuutta kestävä kehityksen matkailuun.

Tutustuminen linja-autolla vahvisti käsityksiämme etäisyyksistä ja haasteiden samankaltaisuudesta Syötteen matkailualueen kanssa. Hiihtokeskukset, Ranger-tukikohteet ja viskitislaamot sijaitsevat automatkojen päässä majoitustiloista, jotka pääosin sijaitsevat lähikylissä. Alla kuvassa Lecht Ski Area, jonka omistaa yksityinen yrittäjä. Paikka on avoinna vain talvella (ski center) ja joskus käy niin että yrittäjä joutuu itse auraamaan tien Aviemoren kylästä keskukseen saadakseen asiakkaat rinteisiin.





III Matkapäivä tiistai 29.5.2012

Benchmarking: Skotlannin ympäristötietoisien ja kestävän matkailun kehittäminen alueen matkailuyritysten näkökulmasta.

08:00 Aamiainen, lyhyt briiffaus päivän kohteista ja BM- teemojen jako

9:00 Bussikuljetus Cairngorm Ski Centre, (Cairn Gorm Mountain 1244 m)

09:30 – 13:30 CairnGorm Mountain Ltd - <http://www.cairngormmountain.org/>

Osoite: Cairn Gorm Ski Area, Aviemore. 50-vuotias hiihtokeskus (3.3.2012 juhlapäivä).

Vierailun isäntänä toimi pr- ja myyntipäällikkö Colin Kirkwood (Marketing, PR and Sales Manager, 01479 861326) +kolleegat. Liiketoiminnan esittelyn jälkeen noustiin raitiovaunu Funicularilla Ptarmiganin yläasemalle (raitiovaunu johon mahtuu 100 asiakasta suksineen, lähtö joka 20. minuutti). Yläasemalta tehtiin ohjattu kävelyretki kahdessa ryhmässä (70 min.). Sakea sumun takia emme nähneet upeita näkymiä, joista oppaat meille kertoivat. Retken päätteeksi nautimme keittolounaan, tutustuimme näyttelyyn ja alas palattiin Funicularilla.

- Miten Green Business ja kestävä kehitys toimii, onko mukana European Charter verkostossa?
- Voiko käyttää puiston brändiä ja millä ehdoilla, miten muita brändejä?
- Onko vihreä todella merkittävä arvo kuluttajalle ja kannattava yrityksille?
- Millä tavalla yritykset tekevät keskenään yhteistyötä ja miten kansallispuiston viranomaisten kanssa?
- Miten yhteismarkkinointi toimii alueella?
- Keräättekö asiakaspalautetta mobiilimarkkinoinnista? Toimiiko se ja onko se kannattavaa?
- Myös lähiruoka ja paikalliset käsityöt kiinnostavat, miten kansalliset lait vaikuttavat vai vaikuttavatko?
- Mitä hiihtokeskus tekee kesällä? Toimiiko omat palvelut vai ympäristön muiden yritysten palvelut?

ENNAKKOTEHTÄVÄ:

Jussi Kempainen: Tuleeko kohteen nettisivuilla esiin vastuullisuus ja ympäristöstä huolehtiminen ja yrityksen toiminnan arvot? Nouseeko jotain erityistä esille kestävään kehitykseen liittyen?

Vastaus: Niin ympäristöstä huolehtiminen kuin vastuullisuuskin on sivuilta löydettävissä vaikeivätkin ne nousekaan erityisen vahvasti esiin. Ainakin minulta niin Green osio kuin esim. vastuullisuutta osoittava "laskijan käytösopas" olisivat ilman tämän tehtävän vaatii salapoliisityötä jääneet löytämättä koska ne oli sijoitettu alapalkin valikkoihin eikä esim. "green gold" logoa minusta hyödynnetty markkinoinnillisesti käytännössä lainkaan. Sinällään erityisesti ympäristöasiat on erittäin hyvin sivuilla kuvattu kunhan ne löytää.

Erityisesti selkeä "visitor charter" oli minusta hyvä ja konkreettinen tapa hieman hoksauttaa asiakkaita ja nostaa esiin ympäristöarvoja. Arvoja en sivuilta löytänyt etsimälläkään. Ympäristöpolitiikan kautta tuodaan sivuilla esiin tietysti myös kestävä kehitystä.

Lisäkommentti: Osana yhteiskuntavastuuta voi sivuilta nostaa ehkä esiin erityisryhmille/vammaisille suunnattujen palveluiden esiin nostamisen vahvasti myös nettisivuilla. Esteettömyys toteutui jopa alueen vuoristoratunassa ("mountain train").



Janne Järvenpää: Löytyykö kohteen nettisivuilta selkeästi kohderyhmäämäärityä? Jos löytyy, niin mikä kohderyhmä? Onko selkeät tuotteet ko. kohderyhmälle ja onko ne ostettavissa kansainvälisesti suoraan verkosta ja/tai myös mobiilisti? Löytyykö sivuilta ristiinmarkkinointia ja/tai –myyntiä (siis myydään suoraan toisen yrityksen tuotteita)?

Vastaus: Kohderyhmäämäärityä en löytänyt, paikka on iso ja kaikille on jotain... Erilaisille yritys (private parties täppä) ym. muille ryhmille on tarjolla paketteja kokouksiin tms. näissä kuvauksen jälkeen oli henkilön yhteystiedot ja sähköpostilinkki lisätietoja varten. online mahdollisuutta en näille palveluille löytänyt. Talvisivuilta löytyy member cardin haltijoille pitkä lista eduista joita saa yrityksistä sekä muista Skotlannin hiihtokeskuksista... muunlaista ristiinmarkkinointia en löytänyt, mutta esim. Fort Georgen ja Cairngorm Mountain antavat -20% alennusta päivälipusta puolin ja toisin. Lisäksi oli muita alennuksia tescon clubikortilla tai skotlannin historiaklubin jäsenille. Appstoresta en löytänyt mobiiliversiota kun menin puhelimella netin kautta. Etusivu oli samanlainen.

Nopea palaute linja-autossa (ei kerätty tässä vaiheessa paljon purkamaan vaan siirryttiin ennakotehtävien kautta Rothiemurchukseen.).

- Valtio omistajana, paljon työntekijöitä, 72 vakituista, sesonkina lisää 150. Funis-sana tarkoittaa sanaa KAKSI, Funicular=kaksikäytin. Kävelytuotteen onnistuminen maisemallisesti riippuu paljon säästä. uusi tuote kesälle oli kokemamme patikointiretki.

13.50-14.10 Bussikuljetus Rothiemurchus Estate - <http://www.rothiemurchus.net>

Osoite: By Aviemore Inverness-shire PH22 1QH, yhteyshenkilö Cath Wright, T: 01479 812345, Phone Information Centre: +44 (0) 1479 812345 Estate Office: +44 (0)1479 810858

ENNAKKOTEHTÄVÄ

Johanna Määttä: Tuleeko kohteen nettisivuilla esiin vastuullisuus ja ympäristöstä huolehtiminen ja yrityksen toiminnan arvot? Nouseeko jotain erityistä esille kestävään kehitykseen liittyen?

Vastaus: Useilla sivuilla kertautuu paikan ainutlaatuisuus ja viite siihen kuinka jokaisen paikallisen ja vierailijan tulee huomioida alueesta huolehtiminen tulevillekin sukupolville. Korostuneena huomasin sen että jo historia vaatii huomioida maan ympäristön ja vaalimaan tuota ainutlaatuisuutta jalo-kiveä. 18 sukupolvea Rothiemurchusin Grant-sukua on rakkaudella ja omistautuneisuudellaan vaalineet muiden alueen perheiden kanssa erittäin monimuotoista luontoa.

Vastuuta ja valintoja annetaan myös vierailijoille: ostamalla tuotteita ja käyttämällä palveluita voi jokainen kävijä osallistua alueen ympäristön huomioivaan ylläpitoon ja kehittämiseen. Voit liittyä alueen Ystäväksi ja "Explorerekiksi". Jo omalla käyttäytymisellä jokainen voi vaikuttaa. Kenenkään ei tule humalaspäissään eikä muutenkaan häiritä luonnon ainutlaatuisuutta, eikä pilata luontoa. Häiriköt poistetaan alueelta!

Koiraihmisillekin on oma ohjeistus: koiran on oltava hallinnassa ettei sekään aiheuta vahinkoa ympäristölleen ja jätökset on kerättävä poluilta ja muovipusseja ei luonnollisestikaan jätetä maastoon. Alueen kävelyreiteistä pidetään hyvää huolta ja jotta luonto ei häiriintyisi niin niitä tulee itsenäisestikin kulkevan käyttöä.



Rothiemurchusin sivulta löytyy myös paljon artikkeleita esim. luonnon monimuotoisuudesta, luonnon historiasta, herkistä lajeista. Kiinnostuneille löytyy listauksia linnuista, nisäkkäistä ja kaloista. Ohjeet, opastukset ja neuvot ovat helposti saatavilla ja pisimpään Skotlannissa toiminut Rothiemurchusin Ranger-palvelu on aina valmiina auttamaan, neuvomaan ja ohjeistamaan alueelle tulijoita.

Alueen saamia erityismainintoja, jäsenyyksiä ja sertifikaatteja: esim. Natura 2000, Ramsar Lochs, and National Scenic Area, VisitScotland 4* Visitor Attraction, Scottish Quality Beef, Scottish Quality Cereals, Quality Trout UK quality assurance awards, The Green Tourism Business Scheme (jäsen, lisäinfoa www.green-business.co.uk), joitakin yksittäisiä henkilöitäkin on palkittu alueen hyväksi tekemästä työstä.

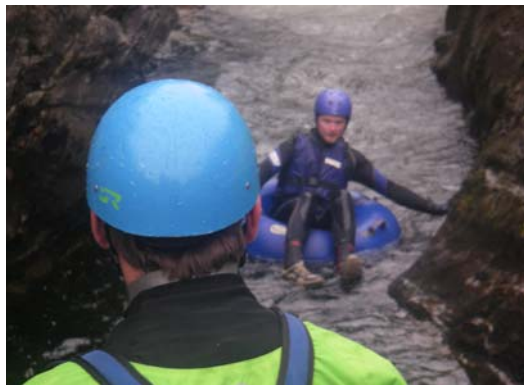
14.10-17.30 Jokiseikkailua märkäpuvussa: Adventure River Tubing. Laskeutumista ylämaan vuorten kirkkaissa virroissa erikoisesti tähän suunnitellulla river tubella, jossa on pehmustettu istuin. Matka kulkee luonnonkoskissa, kauniiden ja ikivanhojen Rothiemurchuksen mäntymetsien läpi, taustalla upeat Cairngorms –vuoret. Hinta sisältää kaiken tarvittavan turvalliseen seikkailuun, kuten märkäpuvun ja neopreenihanskat. Tämä tuote oli Rothiemurchuksen vuokralaisen toteuttama ja Rothiemurchuksen kautta ostettava.

Nopea palaute kohteesta heti linja-autossa:

Mikä erikoisesti jäi mieleen:

- Miinusta liikaa odottelua, pyyhkeiden puuttuminen, vaatteiden vaihtotila, kävelyä river tubin kanssa ja autossa istumista. Viimeisen osallistujan tsekkausta > vaarallisimmassa kohdassa ei ollut ketään, olisiko voinut jakaa pieniin 5 hengen ryhmiin? Briiffaus olisi voinut olla parempi, vedenkorkeus ei myöskään ollut tiedossa. Kehitettävää: lämmin juoma heti koskilaskun jälkeen. Kauniit joen rannat, joilta kuitenkin löytyi roskia, ilmeisesti seikkailun aikana ei ehditä keräämään niitä. Ei ehkä menisi Suomen turvallisuusmääräyksistä läpi.
- Plussaa: Ei aiheuta kuormitusta ympäristölle, kiva kokonaisuus, toimii – tosi upeat maisemat, fiilis hyvä, turvallinen olo, hyvät oppaat.

BM-TULOS MITÄ SYÖTTEELLE nopeasta palautteesta: Sama konsepti välille Pärjäkoski-Syöte-Vannekoski.



17:30 – 18.30 TreeZone -seikkailukenttä, <http://www.treezone.co.uk/>

Tämä tuote oli Rothiemurchuksen vuokralaisen toteuttama ja Rothiemurchuksen kautta ostettava. Sijaitsi tien toisella puolella vastapäätä River Tubing -yritystä. Seikkailuradat (kaksi eri vaatimustasoa, me testattiin helpoin) rakennettu korkealle Rothiemurchuksen mäntymetsään – taituointia, tasapainoilua, Tarzan-swingejä ja muuta yllättävää.

ENNAKKOTEHTÄVÄ Treezone:

Marianne Mäntylehto: Löytyykö kohteen nettisivuilta selkeästi kohderyhmämäärittelyä? Jos löytyy, niin mikä kohderyhmä? Onko selkeät tuotteet ko. kohderyhmälle ja onko ne ostettavissa kansainvälisesti suoraan verkosta ja/tai myös mobiilista? Löytyykö sivuilta ristiinmarkkinointia ja/tai –myyntiä (siis myydään suoraan toisen yrityksen tuotteita)?

Vastaus: Kohderyhmä ja sen vaatimukset selkeästi esillä (myös turvallisusnäkökulma). Tuotteet selkeästi kuvattu houkuttelevasti. Online myynti: Onnistuu luottokortilla, ryhmävarauksille oma puhelinnumero. Ristiinmyynti/markkinointi: linkit yhteistyökumppanien sivuille, joista voi sitten itse tilata/varata. Kommentteja: kannustaa sosiaaliseen mediaan.

Nopea palaute kohteesta heti linja-autossa:

Mikä erikoisesti jäi mieleen: Perehdytys hienosti hoidettu ja näytettiin miten tehdä. Hienosti toteutettu, sopisi hyvin Suomeen. Valvojat pitivät hyvää huolta, puiden alapuolella saattoi seurata osallistujan etenemistä ja kannustaa.

Kerättiin pisteet Rothiemurchuksen sisällä suoritetuista seikkailuohjelmista, jotka olivat opintomatkan korkeimmat: 64/70.

Klo 19:00 Bussikuljetus hotellille Grant Arms.

20.15 Illallinen Grant Arms -hotellissa, päivän yhteenveto.

IV Matkapäivä keskiviikko 30.5.2012

Benchmarking: Skotlannin ympäristötietoisien ja kestävän matkailun kehittäminen alueen ohjelmapalveluyritysten näkökulmasta.

08:00 Aamiainen ja check out, lyhyt briiffaus päivän kohteista

09:00-10:00 Grant Arms, Wild Scotland ja Bird Watching & Wildlife Club, Kirsty BWWCn johtaja.

Talo on rakennettu 1750 ja muutettu hotelliksi 1910. Erilaisia muutoksia tehty vuosina 1965, 1980, 1990. Vuonna 2007 John Woods hankki yksityisomistukseensa ja muutti paikan Grant Arms Hotelliksi. Vuonna 2008 perustettiin BWWC, jolloin hotellille muodostui oma teema Lintupongaus. Tehdään yhteistyötä paikallisen Natural History Clubin kanssa. Kristy kouluttanut oppaita Scottish Ranger-yhdistykseen. Koko hotelli teemoitettu lintuaiheeseen. Liikevaihdosta tulee 40 % lintubongaaajista, 25 % vapaa-ajan ja kiertomatkustajista ja 10 % työmatkalaisista. Hotellissa ravintola, jossa on erinomainen palvelu ja maukas ruoka. Markkinointiyhteistyötä tehdään Wild Scotlandin ja Visit Scotlandin kanssa. Vahvasti oma johdettu brändimarkkinointi (lehdet, nettisivut).





Grant Arms ja BWWC:n tulevaisuus: Täytyisi saada säästöjä lämmityskustannuksiin (nyt öljyllä). Rohkaistaan Going Green. Kuunnellaan asiakkaita ja haistellaan trendejä (Wildlife Watching is Big!). Juha Kuukasjärvi kertoi omasta bioenergiainvestoinnistaan ja pyysi Kristyä vastavierailulle tutustumaan kuinka oikeasti saadaan säästöjä.

10:00 Lähtö Grant Arms -hotellilta, kiitokset. Bussikuljetus Rothiemurchukseen n. 20 min.

10:30-12:00 Rothiemurchuksen esittely Mikes Bikes –pyörävuokraamon edessä. Karismaattinen Johnnie Grant, 17. polvessa Rothiemurchuksen kartanonomistaja, huokui skotlantilaisuutta! Hän oli ylpeä omistamistaan maista sekä ympäristön hyväksi tehdystä työstä. Yli 500 vuotta vanhaa metsää on voitu säilyttää vain maanomistajan omalla tahdonvoimalla. Hänestä huokui henki, joka tekee asiat hyvin ja vaatii myös sitä muilta kumppaneilta operoidessaan hänen omistamillaan mailla.

Kartanonomistajan esittelyn jälkeen siirryttiin maastopyörille. Alueella on kolme maastopyöräilyreittiä, jotka kulkevat Loch an Eilen –järven kautta. Kaikilla reiteillä kauniita järvinäkymiä, upeita metsiä sekä yliveraisia luonnoneläimiä. Oppaaksi saatiin yllättäen ja tilaamatta Rothiemurchuksen oma pääopas.

12:00-14:00 Tulo Glenmore Lodgeen, Skotlannin National Outdoor Training Centreen, jossa lounas ja paikan johtaja Bob Kinnaird@glenmorelodge.org.uk esitteli kansallisen valmennuskeskuksen ja sen toimintaa. Keskuksessa koulutetaan kaikenlaisia oppaita.

ENNAKKOTEHTÄVÄ

Jussi Kempainen: Löytyykö kohteen nettisivuilta selkeästi kohderyhmä-määrittelyä? Jos löytyy, niin mikä on kohderyhmä? Onko selkeät tuotteet ko. kohderyhmälle ja onko ne ostettavissa kansainvälisesti suoraan verkosta ja/tai myös mobiilisti? Löytyykö sivuilta ristiinmarkkinointia ja/tai –myyntiä (siis myydään suoraan toisen yrityksen tuotteita)?



Vastaus: Alue tavoittelee hyvin laajaa asiakaskuntaa ja sivuilta on potentiaalisina kohderyhminä tuotu esiin kaikki segmentit vapaa-ajanmatkustajista yritysryhmiin ja leirikouluista häihin. Erityispiirteenä on vammaisryhmille suunnatut palvelut. Tuotteita/palveluita oli osin mahdollisuus ostaa suoraan netistä ja junalipuista sai nettivarauksena 10 %:n alennuksenkin. Ristiinmarkkinointia en löytänyt.

Matti Tapaninen oli löytänyt nettisivuilta hyvin seuraavia asioita: Turvallisuusasiat, esteellisyydestä oma info, Green Tourism –logo myös löytyi. Mutta yhteyttä kansallispuistoon ja sen brändiin ei löytynyt.

Nopea palaute kohteesta heti linja-autossa:

Mikä erikoisesti jäi mieleen:

Energiatietoinen, Bob Kinnaird ollut aikaisemmin CNPAn eli Cairngormin Kansallispuiston hallituksessa sekä yhteismarkkinointiorganisaatiossa. Pääkohde Iso-Britannia.

14:15-16:30 Glenmore Forest Park Visitor Centre opastuskeskus, jossa meille toimintaa esitteli Brian J Duff, Recreation Forester, 01479 861711.

Kierrettiin opastuskeskuksen näyttely, tutustuttiin lahjavaramyymälään sekä kahvioon. Valtion omistama keskus, jossa ei juurikaan yrityslinkityksiä, mutta ovat yksityistäneet hyvin toimivat palvelut. Näyttelyyn oli tulossa hieman uudistusta lähiaikoina.

ENNAKKOTEHTÄVÄ

Veikko Virkkunen: Tuleeko kohteen nettisivuilla esiin vastuullisuus ja ympäristöstä huolehtiminen ja yrityksen toiminnan arvot?

Vastaus: Ei suoranaisesti. Kyseessä on opastuskeskuksen nettisivu, johon on koottu vain keskeisimmät faktat helppolukuisuuden vuoksi (vrt. luontoon.fi). Yrityksen toiminnan arvot ja vastuullisuusasiat löytyvät helposti organisaation pääsivun kautta (vrt. metsa.fi): <http://www.forestry.gov.uk/forestry/hcou-4u4hzt>

Kuitenkin tietyllä tavalla vastuullisuus tulee läpi viestinnästä:

- sivuilla kerrotaan, että opastuskeskuksen näyttely esittelee Skotlannin mäntymetsiä ja ennallistamistyötä niiden elvyttämiseksi
- sivuilla kannustetaan ihmisiä luontoon liikkumaan
- autojen paikoitus on maksullista luontokeskuksessa (kannustaa pyöräilyyn ja joukkoliikenteen käyttöön)
- opastuskeskus on saanut Green Tourism (Silver) -tunnustuksen

Veikko Virkkunen: Nouseeko jotain erityistä esille kestävään kehitykseen liittyen?

Vastaus: Sivulta löytyy linkitys Scottish Forest Alliancen sivuille. SFA tähtää Skotlannin alkuperäisten mäntymetsien palauttamiseen 200 vuoden aikataavoitteella.





Forest Holiday Clenmore Caravan and Camping site.

Glenmore Forest Park Visitor Centre opastuskeskuksen vuokramaille sijaitsee caravan- ja leirintäalue, joka on vuokrattu kansalliselle Forest Holiday -yritykselle. Green Tourism Gold ja Scottish Quality 4 stars-kohde, saanut vuonna 2011 David Bellamy conservation –tunnustuksen. Tapasimme yrityksen edustajan, joka esitteli kohdetta lyhyesti. Alue on perinteisesti ollut matkailukäytössä jo 1800-luvulta lähtien (vanha rakennus toimii nuorisomajana, jossa kahvio). Paikka on avoinna ympäri vuoden, 250 asuntovaunupaikkaa. Asiakkaista 52 % on skotlantilaisia. Lähisuunnitelmissa oli ison, 80-mökin investointi alueelle.

Esittelyn jälkeen siirryttiin kävellen Loch Morlich -järven rantaan tapaamaan

Loch Morlich Watersports –ohjelmapalveluyrittäjää (Keith). Järvi on 2x1,5 km, syvyys 10 metriä, löytyy taimenta. Rannalla Canoeing ja Sealing Club, uimaranta ja venevuokraamo. Järvellä on rajoitettu veneiden määrää, koska parhaimmillaan niitä voi olla tosi paljon. Telttailijoitakin yöpyy rannalla – mikä on sitten villiä luontoa? Joutuvat usein pelastamaan lapsia, jotka ovat omin päin veneilemässä. Keith kuului alueen yhteismarkkinointiyhdistykseen, jonka toiminta on verrattavissa Syötteen matkailukeskuksen vastaavaan. Hänen työntekijät ovat samoja, jotka talvisin työllistyvät hiihtokeskuksiin. He olivat leiponeet kahvioon todella herkullisia pieniä leivoksia, joita meille tarjottiin teen ja kahvin kera. Kiitimme Briania ja Keithiä ja lähdimme paluumatkalle Edinburghiin linja-autolla.

16:30-19:30 Ajomatka Edinburgh.

Päivän palautekoonti ja alustava yhteenveto koetuista kohteista. Pisteet yhteensä tästä päivästä olivat 49/70. Matkan aikana oli hyvä palauttaa mieleen vielä kerran kaikki kohteet, joista yhteenveto loppupäätelmässä.

19:30 Majoittuminen Herald House, Edinburgh.

20:50 Lähtö hotellilta takseilla illalliselle.

21:00-23:00 Illallinen Edinburghin linnan ulkomuurin vieressä sijaitsevassa The Witcheryssä, joka oli Visit Scotlandin suosittelema ja ehdottomasti 'Must'.

Osoite: The Witchery by the Castle, Castlehill, The Royal Mile, Edinburgh EH1 2NF.

Ryhmän mielestä paikassa ei ollut muuta erinomaista kuin linnan läheisyys, ruoka ja tarjoilu oli tavanomaista, hinta hieman kalliimpi.





V Matkapäivä torstai 31.5.2012 (1.6.2012) Edinburgh, vapaa teema.

Aamupalan jälkeen check-out, laukut jätettiin hotellille.

Osallistujat jalkautuivat Edinburghin vesisateisessa ilmassa eri puolille kaupunkia, käyden Edinburghin linnassa, ostoksilla jne.

19:30 Bussikuljetus kaupungista lentokentälle (Herald House-hotellista).

Paluulennot KF 014 Edinburgh – Helsinki 22:20 - 02:55, Helsingissä 1.6.

KF 701 1.6. Helsinki – Oulu 6:50 - 07:55

LOPPUPÄÄTELMÄ MATKASTA:

Osallistujilta saadun palautteen perusteella opintomatka oli erittäin onnistunut kaikin puolin. Lyhyesti matkan jälkeisiä palautteita lainaten:

Juha Kuukasjärvi: Tavattiin hyvää porukkaa, joilla oli tekemisen meininki. Syönteelle myös mallia miten tehdään yhdessä. Puiston näkökulmasta paljon mahdollisuuksia Syönteellä ja myös hyötyjä. Kaiken kaikkiaan hieno reissu, joka on avannut paljon silmiä – luonto on nostettu erinomaisesti esille.

Jussi Kemppainen: Samanlaisia asioita alueen yhteistyössä ja markkinoinnissa. Samankaltaisia haasteita Skotlannissa – kesällä vesikeskus työllistää, talvella samat ihmiset vastaavasti töissä hiihtokeskuksissa. Puitteet kehittyneimpiä Suomessa.

Janne Järvenpää: Linnunpönttö-kamera kuva respassa ja netissä syöte.fi –sivustolla voisi olla hyvä idea.

Veikko Virkkunen: ”Mielestäni matka kokonaisuutena oli todella hienosti onnistunut, lähinnä meidän väeltä tuli napinaa siitä torstaista, sen päivän olisi voinut jättää pois ja palata töiden pariin kotimaahan.

Yömatkustaminen oli kanssa aika rankkaa. Mutta sisältö tärkeintä, minusta asetetut tavoitteet saavutettiin yli odotusten.”



Matti Hovi, Metsähallitus

"Hyvinvointivaikutuksia enemmän käyttää markkinoinnissa – Tule voimaan Hyvin, Syötteellä. Terveysvaikutus parempi kuin lenkkeily kaupungissa. Luontoo.fi – yhteistyöyrittäjät sivuille, ristiinmarkkinointia myös yritysten omille nettisivuille."

Samuli Sillman, Pohjanmaan luontopalvelujen aluejohtaja, Metsähallitus

"Hallinnon näkökulmasta olen saanut hyviä eväitä uuteen toimintaohjelmaamme".

Matti Tapaninen, Metsähallitus

- Cairngormsin ja Syöteen kaltaisilla kohteilla on tosi tärkeää, että kansalliset ja kansainväliset yritykset saadaan mukaan alueen brandin tekemiseen. Siis ketjut esim. kauppa Grantownissa (lahjoitus Bulgarian karhuille...) Myös se viskitislaamo oli aika laimea, kun kerta on monikansallinen ja se näkyy
- Lajien esilletuonti ja 'klubi' on loistava ajatus ja näyttää toimivan. Hotellin kannattavuuden haasteet ovat aivan muualla. Ilman tuota profiloitumista se olisi varmaan jo aikamoisissa vaikeuksissa. Klubiajattelu toimisi Syötteellä ... siis tietty sinne viilattuna (luontokeskus / yritykset)
- Green Business Scheme taitaa kaikesta huolimatta olla oikein oivallinen työkalu. Siinä on kuitenkin ulkopuolinen tsekkaus ja jatkuvan parantamisen malli. Tietty sen yhdistäminen laatuun? Huom! sekaisin niillä on mennyt se kontrolloitu ja mallinnettu laatu ja elämyksen laatu. Siis Wildlife experience logo ei ole oikein linjassa. Tässä näky arvioijillakin olevan gappia, ymmärrettävistä syistä.
- Turvallisuusasioissa ovat meitä jäljessä. Tässä voisi olla meillä annettavaa, ainakin jos panostetaan vähän vielä.
- Erinomaiset viestintäkyvyt kautta linjan. Esityksissä ja opastuksessa. Rentoa porukkaa.
- Siellä hiihtokeskuksessa menevät viestinnässä Natura 2000 edellä. Tämä vähän outoa, ehkä eivät vain osaa puistoa oikein vielä promotoida. Tietty Natura näyttäisi olevan se luontoarvojen varmistaja siellä päin. Hyvä niin.
- Matkailun ja kylien yhteys on vahva ja mainio.
- Kotimaan markkinoille suuntautunut kohde. Kansallispuistossa erillisiä matkakohteita. Kv:n näkökulmasta puiston brandays elintärkeää. Ja sitähan he nyt tekevät. HIP HIP HURRAA

Matkalle osallistuivat seuraavat henkilöt:

Juha Schroderus, yrittäjä, laatutiimin pj, Pudasjärven Matkailu Oy (Syöteen keskusvaraamo)
Johanna Määttä, yrittäjä, laatutiimin sihteeri, Erä-Ohto Oy (Syöteen Eräpalvelut)
Juha ja Katariina Kuukasjärvi, yrittäjät, Jepetron Oy (Hotelli Iso-Syöte&Safaris)
Sanna Illikainen, ravintolapäällikkö, Jepetron Oy (Hotelli Iso-Syöte&Safaris)
Pekka ja Sanna Kimpimäki, yrittäjät, Syöte Resort (Pärjänpäivä, Syöte Caravan)
Jussi Kempainen, toimitusjohtaja, Syötekeskus Oy (Pikkusyöte)
Janne Järvenpää, rinneräjä, Syötekeskus Oy (Pikkusyöte)
Matti Hovi, puistonjohtaja, Syöteen ja Oulangan kansallispuistot, Metsähallitus
Matti Tapaninen, erikoissuunnittelija, Luontopalvelut, Pohjanmaa, Metsähallitus
Veikko Virkkunen, projektipäällikkö, Syöteen luontokeskus, Metsähallitus
Samuli Sillman, Pohjanmaan luontopalvelujen aluejohtaja, Metsähallitus
Marianne Mäntylehto, projektipäällikkö SYKLI-hanke, Pudasjärven kaupunki
Oili Ruokamo, projektipäällikkö, Haaga-Perho

Syöte Green DQN laatutiimin kokoonpano (suluissa varahenkilö):

Juha Schroderus, laatutiimin pj, Pudasjärven Matkailu Oy
Johanna Määttä, laatutiimin sihteeri, Erä-Ohto Oy
Juha Kuukasjärvi, Hotelli Iso-Syöte & Safaris
Pekka Kimpimäki, Syöte Resort (Sanna Kimpimäki)
Jussi Kempainen, Syötekeskus (Janne Järvenpää)
Veikko Virkkunen, Syöteen luontokeskus
Mikko Kälkäjä, Pudasjärven kaupunki (Marianne Mäntylehto)
Oili Ruokamo, Haaga-Perho