

## **Destination SMEs -hankkeen opintomatka Corkin kreivikunta, Irlanti, 18.–22.9.2017**

### **Matkaraportti**



Pinta-alaltaan Irlannin suurin kreivikunta, Cork, sijaitsee Irlannin luoteisosassa. Alueella asuu noin 410 000 asukasta ja se on tunnettu erilaisista tapahtumista, värikkästä historiasta ja kauniista luontokohteista. Alueen matkailijamäärät ovat vahvassa kasvussa pääosin kansallisen markkinointityön takia. Kansallinen matkailun kehittämisorganisaatio [Failté Ireland](#) on muodostanut kaksi matkailubrändiä, jotka jakavat maan kahteen osaan: Wild Atlantic Way ja Ireland's Ancient East. Corkin kreivikunta kuuluu molempien brändien vaikutusalueelle, joten se hyötyy niiden tunnettuudesta ja kehittämistoimenpiteistä.

Opintomatkan aikana tutustuimme muun muassa näihin matkailubrändeihin, erilaisten yritysverkostojen toimintaan sekä aluehallintoviranomaisen, Cork County Councilin, rooliin matkailun kehittämisessä.

Tiistai 19.9.2017

### Aluehallintoviranomaisen rooli matkailun kehittämisessä

Sharon Corcoran, johtaja, palvelutoiminta, talous, yritystoiminta ja matkailu, Cork County Council

Matkailu on yksi Irlannin tärkeimmistä toimialoista, jolla on ollut merkittävä rooli Irlannin talouskriisistä palautumisessa. Irlannin matkailun kehittämistavoitteet on määritelty liikenne ja matkailuministeriön laatimassa kansallisessa matkailustrategiassa "[People, Place and Policy 2015-2025](#)" ja sitä täydentävissä toimintasuunnitelmissa. Tämän lisäksi alueellisesti strategiat ohjaavat matkailun kehittämistä. Corkin aluehallintoviranomainen, Cork County Council, on yhdessä Corkin kaupunkineuvoston kanssa laatinut ensimmäistä kertaa viisivuotisen Corkin matkailustrategian ([Growing Tourism in Cork](#)), jonka toteutusta seuraa matkailun strategiaryhmä sekä tehtävään valittu Tourism Destination Manager. Strategiaan kuuluu yhteensä 28 toimenpidettä, joilla jokaisella on oma vastuutaho.

Cork County Councilin yhtenä strategisena tavoitteena on johtaa ja kehittää matkailualaa yhdessä muiden keskeisten toimijoiden kanssa. Cork County Council tekee tiivistä yhteistyötä kansallisen matkailun kehittämisviranomaisen Fáilte Irelandin, kv-markkinointiin keskittyvän [Tourism Irelandin](#), paikallisten kehittämisyritysten (rahoittajat), matkailualan palveluntuottajien ja paikallisyhteisöjen kanssa. Vuonna 2010 Cork County Council perusti alueelle matkailun strategiaryhmän, johon kuuluu matkailualan asiantuntijoita. Matkailualan yrityksillä on tärkeä rooli ryhmässä, sillä he ymmärtävät parhaiten toimialan vaatimukset.

Cork County Council omistaa ja hallinnoi 10 eri matkailukohtetta Corkin alueella (esim. Spike Island, Skibbereen Heritage Centre). Vuosien 2011–2016 aikana se on investoinut noin 13,7 miljoonaa euroa omistamiensa matkailukohteiden kehittämiseen. Kävijämäärät ovat kasvaneet merkittävästi tämän myötä. Kehitykseen ovat vaikuttaneet myös Wild Atlantic Way ja Ireland Ancient East brändit, jotka ovat lisänneet kohteiden tunnettuutta. Lisäksi Cork County Council rahoittaa vuosittain useita festivaaleja ja tapahtumia sekä tukee alueellisten aloitteiden markkinointia (mm. Ring of Cork, West Cork Islands).

### Wild Atlantic Way, [www.wildatlanticway.com](http://www.wildatlanticway.com)

Josephine O'Driscoll, johtaja, Wild Atlantic Way, Fáilte Ireland

Wild Atlantic Way on maailman pisin määritelty maisemareitti, joka kulkee Pohjois-Irlannin Inishowenista Länsi-Corkiin. Maisemareitti perustettiin Fáilte Irelandin toimesta. Tavoitteena oli lisätä matkailijamääriä Irlannin länsirannikolla, pidentää matkailusezonkia ja näiden kautta tuoda alueelle lisää työllisyysmahdollisuuksia.



Brändin luomista varten perustettiin valmisteluryhmä, johon kuului mm. Cork County Council ja kansallispuistojen edustajia. Lisäksi reitin varrella olevia yhteisöjä konsultoitiin ja heidän mielipiteitään kuunneltiin brändin visiota kehitettäessä. Tämän työn tuloksena syntyi reitti, joka rakentuu alueen maisemien, historian, yhteisöjen ja kulttuurin varaan. Wild Atlantic Wayn visiona on luoda laadukas,

kestävä ja ainutlaatuinen kokemus, josta halutaan kertoa muille ja joka saa matkailijat palaamaan takaisin alueelle.

Wild Atlantic Way -reitti avattiin vuonna 2014. Se on jaettu 6 kokonaisuuteen, joista kävijät voivat valita mieluisimmat kohteet ja aktiviteetit. Reitin varrelle on pystytetty opasteita ja infotauluja ohjaamaan matkailijat nähtävyyksien luo. Reitillä on otettu käyttöön myös matkailupassi, johon matkailijat voivat kerätä leimoja vierailukohteista.

Matkailureitti on lisännyt selvästi matkailijamääriä alueella. Se on erityisesti tunnettu kotimaisten matkailijoiden keskuudessa, mutta myös ulkomaiset kävijät ovat yhä kiinnostuneempia länsirannikon matkailutarjonnasta. Vuonna 2016 sen kohteissa vieraili 3,8 miljoonaa ulkomaista matkailijaa. Onnistumisena voidaan pitää myös uusien yritysten syntymistä alueelle. Osa näistä yrityksistä hyödyntää brändin tunnettuutta ja mainetta (esim. Wild Atlantic Sea Tours, Wild Atlantic Adventures).

Toiminnalle haasteita tuovat alueen hauras luonto: reitti kulkee usean suojelualueen ja luonnonperintökohteen halki. [Wild Atlantic Wayn toimintaohjelmassa 2015-2019](#) on huomioitu ympäristöasiat ja toimenpiteisiin kuuluukin matkailun ympäristövaikutusten jatkuva seuranta. Fáilte Ireland seuraa muun muassa matkailijoiden jakautumista Wild Atlantic Way:n kohteisiin. Osa nähtävyyksistä ja käyntikohteista ovat niin suosittuja, että ne ruuhkaantuvat pääsesonkien aikana. Tavoitteena on tasoittaa kävijämääriä ja toteuttaa toimenpiteitä, joilla matkailusesonkia saadaan pidennettyä. Yrityksiä mm. kannustetaan pitämään ovet auki myös matkailun huippusesongin päätyttyä. Matkailijoiden viipymää nähtävyyksissä pyritään pidentämään palvelukokonaisuuksia kehittämällä ja tarinallistamisella.

Fáilte Ireland järjestää vuosittain koulutuksia ja työpajoja WAW-reitin varrella oleville yrityksille (Wild Atlantic Way Champion –ohjelma). Koulutusten tavoitteena on sitouttaa yritykset yhteisiin tavoitteisiin sekä lisätä yritysten aluetuntemusta, ristiinmarkkinointia ja palveluosaamista.



### **Growing Tourism in Cork – Corkin kreivikunnan matkailun kehittämisstrategia**

Ursula Morrish, Destination Manager, Visit Cork

Vuoden 2016 aikana Corkissa vieraili 1,4 miljoonaa ulkomaista ja noin miljoonaa kotimaan matkailijaa. Matkailun liikevaihto oli alueella yhteensä 722 miljoonaa euroa. Silti alueen matkailun kehittäjät kokevat, että Corkin matkailumahdollisuuksia ei ole täysin hyödynnetty kotimaisilla ja kv-markkinoilla. Selvitysten mukaan kv-matkailijat eivät tiedä Corkin tarjoamista mahdollisuuksista ja kotimaiset matkailijat eivät koe, että Cork olisi heille sopiva matkakohde.

Matkailun kehittämistoimien koordinoitua varten alueella laadittiin matkailustrategia, Growing Tourism in Cork, jonka strategiset toimenpiteet toteutetaan Visit Cork -matkailutoimijan kautta. Visit Cork on alueen uusi Destination Management organisaatio, joka täydentää olemassa olevien matkailuorganisaatioiden toimintaa. Sitä rahoittavat mm. paikallisviranomaiset, Corkin kaupunki sekä Dublin Airport Authority. Visit Corkin tavoitteena on kasvattaa kotimaisten ja ulkomaisten loma- ja liikematkailijoiden määrää sekä lisätä matkailijoiden kulutusta ja viipymää alueella. Sen toimenpiteet keskittyvät pääasiassa kv-markkinoille, sillä ne koetaan kannattavammiksi ja riskittömämmiksi kuin kotimaan markkinat. Tärkeimmät kohdemaat alueelle ovat Iso-Britannia, Amerikka, Saksa ja Ranska.

Visit Cork on todennut, että kävijäkokemukseen ja sen vaikuttavuuteen vaikuttavat hyvin paljon paikalliset asukkaat ja erityisesti ne henkilöt, jotka ovat eniten tekemisissä matkailijoiden kanssa. Visit Corkin tavoitteena onkin varmistaa, että paikallisten asukkaiden ajattelumaailma on kävijäkeskeinen (mm. avuliaisuus, ystävällinen palvelu) ja että keskeisillä matkailualan toimijoilla on selkeä kuva Corkin matkailun kehittämistavoitteista ja eri matkailijasegmenttien tarpeista.

### **Living the Sheep's Head Way, <http://livingthesheepsheadway.com/>**

Siobhan Burke, Sheep's Head and Bantry Tourism -osuuskunta

Sheep's Head Way on 1990-luvulla perustettu vaellusreitti Sheep's Headin niemimaalla, jonka ympärille on muodostunut paikallisten yrittäjien verkosto. Toiminnan tavoitteena on pidentää matkailijoiden viipymää alueella ja tuoda asiakkaita syrjäisen alueen yrityksille. Niemimaa on asukasmäärältään pieni (500 asukasta), mutta sen yhteisö on tiivis, joten yhteistyö toimijoiden kesken on toiminut hyvin.

Sheep's Head Way -verkoston toiminta on käynnistetty LEADER-rahoituksella, jonka avulla kunnostettiin olemassa olevaa infrastruktuuria. Rahoituksella muutettiin mm. vanha meijeri kahvilaksi, jonka yhteydessä on pieni paikallisia käsitöitä myyvä putiikki. Kahvilalle oli tarvetta, sillä aikaisemmin niemimaalla ei ollut riittävän isoja tiloja isompien matkailijaryhmien kestitsemiseen. Kahvilan tiloissa toimii nykyisin myös pyöränvuokrausyritys.

Myöhemmin verkoston toimintaa varten perustettiin matkailun osuuskunta, Sheep's Head & Bantry Tourism Co-operative, jonka tavoitteena on edistää yritysten yhteistyötä, täydentää toimijoiden osaamistarpeita ja vaikuttaa vahvojen kävijäkokemusten syntymiseen. Osuuskunta pyrkii myös muodostamaan yhteistyötä Wild Atlantic Way brändin ja verkoston välille.



Verkosto on saanut avustusta myös Cork County Councililta ja sen toimintaa rahoitetaan jäsenten vuosimaksuilla. Osuuskunnalle on palkattu koordinaattori, joka toteuttaa verkoston markkinointikampanjoita ja tukee paikallisia yrityksiä uusien palvelujen ja tuotteiden paketoimisessa. Koordinaattorin tehtävänä on myös tuoda yhteen samankaltaisia yrityksiä ja auttaa niitä saavuttamaan parempia tuloksia yhdessä.

Verkoston kärkituotteisiin kuuluu vuosittain järjestettävä kivenveistokurssi, jossa osallistujat saavat testata luovuuttaan ja tutustua perinteisiin jo katomassa oleviin taitoihin. Alkuvaikeuksien jälkeen kurssit ovat olleet suosittuja ja usein loppuunmyytyjä. Osallistujia työpajoissa on noin 120, jotka kurssin aikana vierailevat myös muissa paikallisissa yrityksissä, vaikuttaen näin koko alueen yritystoiminnan kannattavuuteen. Kurssit ovat vuodenajasta ja säästä riippumatonta toimintaa, mikä osittain selittää niiden suosion.

Verkoston toiminta on saanut palkintoja kestävän matkailun edistämisestä, sillä se ylläpitää perinteisiä käsityötaitoja ja edistää paikallisten tuotteiden käyttöä.

#### **Yritysesimerkit:**

Opintomatkan aikana vierailimme Sheep's Head Way -verkoston toimintaan osallistuvissa yrityksissä.

**Dunbeacon Pottery** on keramiikkatöitä valmistava yritys, jonka työpajalla vierailee matkailijaryhmiä tutustumassa valmistusmenetelmiin. Vierailuja järjestetään vain muutaman kerran viikossa, koska työtilat ovat pienet ja yritys keskittyy pääasiallisesti tilaustuotteiden valmistukseen.

**Durrus Cheese** on perheyritys, joka valmistaa käsintehtyjä juustoja perinteisillä resepteillä. Matkailijoilla järjestetään yrityksen tiloissa opastettuja kierroksia ja maistajaisia.

**Manning's Emporium** on kahvila ja putiikki, joka myy paikallisesti valmistettuja tuotteita ja lähiruokaa. Yritys on valittu Irlannin 100 parhaan ravintolan/kahvilan joukkoon. Manning's Emporium järjestää myös tilauksesta ruokamatkoja tuottajien luo.

Esimerkki verkoston yhteisestä matkailupalvelusta: <http://livingthesheepsheadway.com/makers-of-the-sheeps-head-way-day-tour/>

**Länsi-Corkin saarien yhteistyö matkailun edistämisessä, [www.westcorkislands.com](http://www.westcorkislands.com)**

Clodagh Henahan, toimialajohtaja, Cork County Council

Kahdeksan Länsi-Corkin alueella sijaitsevaa saarta (Bere, Cape Clear, Dursey, Heir, Long, Sherkin, Garnish ja Whiddy) ovat tehneet yhteistyötä matkailun edistämisessä vuodesta 2010 saakka. Saaret ovat laatineet yhteisen [kehittämisstrategian](#), jossa määritellään alueen kehittämistavoitteet ja toimenpiteet seuraavaksi kymmeneksi vuodeksi, sisältäen myös matkailun tavoitteet. Yleisenä tavoitteena on pidentää kävijöiden viipymää alueella sekä jatkaa matkailusezonkia kehittämällä tarjolla olevia aktiviteetteja sekä ajoittamalla tapahtumia matkailun kannalta hiljaisemmille kausille. Saaret järjestävät yhteisiä tapahtumia sekä toteuttavat markkinoinnin ja viestinnän toimenpiteitä (yhteiset esitteet ja nettisivut). Esimerkkejä tapahtumista: <http://westcorkislands.com/summer-islands-festival/>





Strategian toteutusta ohjaa Länsi-Corkin saarien yhteistyöryhmä, jonka jäsenet olivat osallisena myös strategian laatimisessa. Ryhmään kuuluu edustajia mm. Cork County Councilista, kehittämissyhtiöistä, järjestöistä ja koulutusorganisaatioista sekä eri toimialoilta. Ryhmän tavoitteena on kehittää Länsi-Corkin saaria muun muassa tuottamalla yhteisiä palveluja.

**Taste of West Cork -ruokafestivaali**, <http://www.atasteofwestcork.com/>

Fiona Field, johtaja, Taste of West Cork -ruokafestivaali

Taste of West Cork on yksi Irlannin vanhimmista ruokafestivaaleista. Tapahtuma esittelee alueen ruoka-alan osaamista. Festivaalien ohjelmaan kuuluu ruokamarkkinoita, kokkausnäytöksiä ja -kilpailuja, ruoan maistajaisia, illallisia, brunssseja, seminaareja, näyttelyjä ja lapsille suunnattua ohjelmaa. Vuoden 2017 festivaaleihin sisältyi yhteensä 230 tapahtumaa 36 kaupungissa ja Länsi-Corkin saarilla. Festivaalit kestävät kymmenen päivää ja ne järjestetään syksyisin. Toimintaa rahoittavat Cork County Council, Fáilte Ireland ja useat sponsorit. Rahoitus käytetään lähinnä markkinointimateriaalien tuottamiseen, kuten Artisan Food Guide -esitteeseen, jossa esitellään kaikki alueen ruoka-alan toimijat. Jokainen yritys tai toimija vastaa erillisten tapahtumien järjestämisestä ja rahoituksesta.

Tapahtumaan liittyen on järjestetty myös lyhytelokuvakilpailu, jolla halutaan tuoda esille alueen parhaita puolia. Kilpailuun voi osallistua 90 sekunnin mittaisella videolla, jonka teemana tulee olla jokin seuraavista: 1. ruoka ja ruoantuottajat, 2. kulttuuri ja musiikki tai 3. meri, maisemat ja seikkailu.

## Keskiviikko 20.9.2017

**Ring of Cork –verkosto**, <http://www.ringofcork.ie/>

Elga Ryan, South and East Cork Area Development

Ring of Cork on yritysverkosto, jonka tavoitteena on yhteisten toimenpiteiden avulla houkutella kävijöitä Itä-Corkin ja Corkin satama-alueen kohteisiin. Verkoston jäseniin kuuluu alueen aktiviteettitoimijoita, nähtävyyksiä, ravintoloita ja majoitusalan yrityksiä. Verkostoon voi liittyä kaikki matkailualan toimijat. Liittymiselle ei ole kriteereitä. Vuosittain julkaistavassa [Ring of Cork Visitor Guide](#) -julkaisussa listataan kaikki jäsenyritykset. Tätä esitettä jaetaan maanlaajuisesti, noin 30 000 kappaletta vuodessa.

Verkosto on tukenut jäseniään eri markkinointitoimenpiteiden avulla (mm. esitteet, näkyvyys verkko- ja FB-sivuilla). Toiminnan pääpaino on kuitenkin koulutuksissa ja seminaareissa, joiden tavoitteena on kehittää yritysten osaamista. Verkoston järjestämissä seminaareissa on käsitelty jäsenyritysten toivomia teemoja (mm. asiakaspalvelu, pr-toiminta, digitaalinen markkinointi). Koulutuksissa yrityksille on annettu ohjeita mm. Facebook ja Youtube -markkinointiin, markkinointivideoiden tekoon sekä muiden sosiaalisten medioiden hyödyntämiseen. Koulutukset ovat tarjonneet yrityksille tärkeää tietoa ja ne ovat olleet myös hyvä tilaisuus verkostoitua muiden alueen toimijoiden kanssa.

**Cork Harbour Islands -brändi, [www.corkharbourislands.ie](http://www.corkharbourislands.ie)**

Caitriona Johansson/Gillen Joyce, Cork Harbour Islands

Cork Harbour Islands on kattobrändi Corkin satama-alueen ja sen läheisyydessä olevien saarien (Little, Fota, Great, Spike) matkailuyrityksille. Tällä hetkellä toiminnassa on mukana 25 jäsentä, jotka toteuttavat yhteisiä markkinointitoimenpiteitä. Verkosto on esimerkiksi julkaissut mainoksen, jota on esitetty Dublinin elokuvateattereissa. Brändin kohderyhmänä ovat lapsiperheet.

Verkoston toimintaa rahoitetaan jäsenmaksuilla, jonka suuruus riippuu yrityksen koosta. Lisäksi Cork County Council tukee toimintaa. Verkoston vuosittainen budjetti on noin 40 000 euroa, josta suurin osa käytetään markkinointiin. Jäsenyritykset tekevät ilmaiseksi töitä brändin eteen. Jokaisen jäsenen osaamista hyödynnetään ja tehtävät jaetaan niiden mukaan.

Yksi Cork Harbour Island brändin alle kuuluvista kohteista on Titanic museo, Titanic Experience Cobh: <http://www.titanicexperiencecobh.ie/> Museo on rakennettu vanhan laivasataman tiloihin, josta Titanic otti kyytiin viimeiset matkustajansa ennen Amerikkaan suuntaamista. Opastetulla museokierroksella kävijöille kerrotaan Titanicin tarina mm. videoiden avulla. Museoon on rakennettu jäljennöksiä laivan hyteistä ja muista tiloista.

**Youghalin sosioekonominen kehittämisryhmä, <http://youghal.ie/youghal-community/ysedg/>**

Aileen Murray, Youghal Socio-Economic Development Group

Corkin kreivikunnassa sijaitsevalle Youghalin kaupungille on perustettu kehittämisryhmä (Youghal Socio-Economic Development Group, YSEDG), jonka tarkoituksena on edistää Youghalin ja sen ympäristön matkailua sekä yritys- ja kehittämistoimintaa. YSEDG koostuu paikallisten, valtakunnallisten ja alueellisten virastojen edustajista ja sen toimintaa rahoittaa Cork County Council. YSEDG on laatinut Youghalin kehittämisstrategian, jota alue toteuttaa muun muassa Fáilte Irelandin sekä yrityspalveluja tuottavien toimijoiden tukemana (Enterprise Ireland, Local Enterprise Office). Tavoitteena on tehdä Youghalista vetovoimainen ja kiinnostava paikka asua, tehdä töitä ja vieraila.

YSEDG on kunnostanut ja avannut yleisölle useita vierailukohteita Youghalissa. Näihin kohteisiin kuuluvat Youghalin kellotorni (<http://www.youghalclockgate.ie>) ja St' Maryn kirkko (<http://www.ringofcork.ie/listings/st-marys-collegiate-church-gardens/>). Lisäksi YSEDG hallinnoi alueen matkailutoimistoa ja on tehnyt vanhasta rakennuksesta yrityskeskuksen, josta yritykset voivat vuokrata toimistotiloja. Seuraavaksi tavoitteena on panostaa matkailupalveluiden paketoimiseen ja markkinointiin.

**Taste Cork -verkosto ja strategia, <http://tastecork.com/tastecork2021/>**

Taste Cork on ruoka-alan verkosto, johon kuuluu tuottajia, ravintoloita, kahviloita, hotelleja ja vähittäismyyjiä Corkin alueelta. Verkosto pyrkii parantamaan toimijoiden välistä viestintää Corkin alueella ja samalla varmistamaan, että paikallisen ruokasektorin kehittämistavoitteet ovat yhtenäiset. Verkosto ei kerää jäsenmaksuja eikä sillä ole kriteereitä, jotka jäsenyritysten tulisi täyttää. Yritykset osallistuvat



yhteisten tapahtumien rahoittamiseen. Toimintaa tukee Cork County Council sekä paikalliset kehittämissyhtiöt. Verkoston vuotuinen budjetti on noin 100 000 euroa.

Verkostolle on palkattu kokoaikainen koordinaattori, jonka tehtävänä on mm. kehittää brändiä, koota tapahtumakalenteri sekä kehittää ruokareittejä, joilla markkinoidaan ruoantuottajia. Verkosto järjestää ruokatapahtumia, kuten Taste Cork Week. Lisäksi verkosto tukee ruoantuottajia järjestämällä esimerkiksi koulutus- ja mentorointiohjelmia (food academy) sekä vuokraamalla tiloja toiminnan alkuvaiheessa oleville yrityksille (incubator units): <http://www.corkincubatorkitchens.ie/>

## Torstai 21.9.2017

**Ballyhouran kehittämissyhtiö ja [Ballyhoura Development Country 2020](http://visitballyhoura.com/) – The Way Forward -strategia**  
<http://visitballyhoura.com/>

Don Colbert, Tourism & Development Officer, Ballyhoura Development Ltd

Ballyhoura Development on kehittämissyhtiö, joka tukee Ballyhouran alueen yritysten ja yhteisöjen kehittämistä sekä tätä kautta parantaa alueen asukkaiden elämänlaatua. Yhtiö saa rahoitusta valtiolta ja osittain sen toimintaa rahoitetaan EU:n rakennerahastojen avulla. Ballyhoura Development avustaa yksityisiä henkilöitä ja yhteisöjä muun muassa hyödyntämällä LEADER-rahoitusta. Yhtiön tehtäviin kuuluvat koulutusten järjestäminen, selvitysten toteuttaminen sekä hankkeiden toteuttaminen ja alueen toimijoiden avustaminen rahoituksen hakemisessa. Tehtäviä varten on perustettu kehittämissiimi, joka tekee tiivistä yhteistyötä yhteisöjen ja alueen asukkaiden kanssa. Siimi arvioi alueiden nykytilaa ja käynnistää toimenpiteitä, jotka ovat linjassa alueen kehittämistarpeiden kanssa. Alueelle on laadittu kehittämissstrategia, jonka tavoitteiden toteutumiseen hyödynnetään LEADER-rahoitusta. Matkailun osalta tavoitteena on toteuttaa laadukkaita ulkoiluaktiviteetteja sekä luoda aitoja kulttuuriperimään pohjautuvia kokemuksia.

Alue on panostanut viime aikoina virkistysreittien, kuten maastopyöräilyreittien, kehittämiseen. Vierailimme opintomatkan aikana Ballyhouran ulkoilukeskuksessa, jonne oli rakennettu laaja maastopyöräilyverkosto, parkkipaikat, suihku- ja vessatilat sekä pieni kahvio. Keskuksen reittejä ylläpidetään osittain parkkimaksujen avulla (5€/auto tai 40€/kausi). Reitistöjä ylläpitää julkinen toimija, joka vuokraa keskuksessa olevaa pientä liiketilaa pyöränvuokraustoimintaa harjoittavalle yritykselle.

Lisäksi Ballyhoura Development -yhtiö kouluttaa paikallisia asukkaita matkailuoppaiksi. Näin paikallinen yhteisö voi tukea käyntikohteiden kehittämistä ja vaikuttaa myös kävijäkokemukseen, sillä paikallisilla asukkailla on usein paras tietämys ja tuntemus alueesta ja he ovat innokkaita kertomaan omista kokemuksistaan.





**Ireland's Ancient East -brändi, [www.irelandsancienteast.com/](http://www.irelandsancienteast.com/)**

Mary Houlihan, Johtaja, Ireland Ancient East, Fáilte Ireland

Fáilte Ireland loi Ireland's Ancient East -brändin vahvistamaan matkailua Irlannin itä- ja eteläosissa. Brändiä rakennettaessa tarkasteltiin kävijöiden motivaatioita ja toiveita sekä etsittiin vastaavia tuotteita ja palveluita. Kohderyhmänä ovat erityisesti ulkomaiset matkailijat.

Brändi lupaa historiaan liittyviä kokemuksia vehreissä maisemissa yhdistettynä tarinoihin, joita kertovat maan parhaat tarinankertoajat. Tarinat ovat kokemuksen keskiössä ja niitä käytetään keinona kävijöiden mielenkiinnon herättämisessä: <https://www.irelandsancienteast.com/discover/stories/themes>

Toisin kuin Wild Atlantic Way, Ireland's Ancient East ei ole reitti, vaan matkailukohteiden ja nähtävyyksien rykelmä. Tavoitteena on lisätä matkailijoiden tietämystä alueen matkailutarjonnasta sekä saada heidät viipymään pidempään alueella.

Brändi on vielä uusi, sillä sitä on markkinoitu vasta 2 vuotta. Vuoden 2017 painopisteet toiminnassa ovat uuden brändistrategian aktivoiminen, bränditietoisuuden kasvattaminen, kävijäkokemuksiin vaikuttaminen, osaamisen ja yritystoiminnan kehittäminen. Irlannin hallitus on tähän mennessä panostanut ohjelmaan 15 - 16 miljoonaa euroa.