

**Destination SMEs -hankkeen opintomatka
Slovenia, 16.–20.4.2018**

Matkaraportti



Hankkeen viimeisen opintomatkan aikana tutustuimme Slovenian kestävästä matkailusta edistäviin aloitteisiin, kansalliseen matkailustrategiaan sekä vastuullisen matkailun käytännön esimerkkeihin Ljubljanan ja Pomurjen alueilla. Opintomatkan isäntänä toimi Institute for Culture, Tourism and Sport Murska Sobota.



Tiistai, 17.4.2018

Hotel Park Ljubljana, www.hotelpark.fi

Hotel Park on Ljubljanan keskustassa puistoalueella sijaitseva ympäristömyönteinen ja vastuullinen hotelli, joka on saanut [Slovenian Green Accommodation](#) -merkinnän. Hotelli on sitoutunut edistämään kestävä kehitystä ja kannustaa myös asiakkaitaan tekemään ympäristöystävällisiä valintoja. Hotelli toimii ”reduce, reuse and recycle” -periaatteen mukaisesti ja tukee paikallisia yrityksiä suosimalla paikallisten tuottajien elintarvikkeita. Lisäksi hotellin katolla on perustettu yrtti- ja mehiläistarha, joiden satoa hyödynnetään hotelliravintolassa. Hotel Park panostaa myös yhteisöllisyyden kehittämiseen ja paikallisen väestön osallistamiseen. Se järjestää ilmaistapahtumia hotellin läheisessä puistossa tai katolla, joihin myös paikalliset asukkaat voivat osallistua. Koululaisille ja tarhalaisille järjestetään puolestaan kierroksia hotellin kattopuutarhassa, jossa he oppivat mm. hunajantuotannosta. Tutustu hotellin kestävä toiminnan raporttiin [täällä](#).

Hotelli tarjoaa asiakkailleen myös 4-päivän pituisia Go ’n’ Act Green –matkailupaketteja, joihin sisältyy vierailuja nähtävyyksissä, kuljetukset sähköautolla ja ruokailut. Matkoja varten kehitetyn applikaation avulla matkailijat voivat seurata miten matkustaminen vaikuttaa CO²-päästöjen muodostumiseen. Applikaatiolla halutaan vaikuttaa asiakkaisen kulutuskäyttäytymiseen ja valintoihin myös jatkossa. Lisätietoja: <https://www.hotelpark.si/en/go-green-act-green/>

Asiakkaan näkökulmasta kestävyys näyttäytyi lähinnä siten, että hotellihuoneen pöydällä oli kansio, jonka päällä luki ”Go green or go home” ja kansion sisällä uusiopaperilla oli kerrottu hotellin kestävä matkailun periaatteet. Slogan oli yllättävä. Miellyttävämpää olisi ollut lukea: Go green with us tai muuta myönteistä. Lisäksi kylpyhuoneessa ei ollut kertakäyttöisiä pesuainepulloja tai saippuota. Mistään ei huomannut 13. kerroksen mehiläistarhaa, valitettavasti.

Slovenian kestävä matkailun strategia 2017–2021

Eva Štravs Podlogar, State Secretary of the Ministry of Economic Development and Technology

http://www.mart.gov.si/fileadmin/mart.gov.si/pageuploads/Strategija_turizma_poudarki_ENG_Web.pdf

Vuonna 2017 käynnistyneessä strategiassa kuvataan Slovenian tavoitteita kestävä matkailun edistämiseksi. Strategiaa on työstetty tiiviissä yhteistyössä yrityssektorin, kuntien, järjestöjen, koulutustoimijoiden ja eri alojen asiantuntijoiden kanssa. Tämän yhteistyön tuloksena laadittiin visio Slovenian matkailulle: tulla ympäristöystävälliseksi, aktiviteetti- ja hyvinvointimatkailukohteeksi, joka tarjoaa viiden tähden kokemuksia.

Strategia sisältää 6 toimenpidekokonaisuutta ja 75 toimenpidettä. Yhtenä keskeisenä toimenpiteenä on muodostaa neljä makrodestinaatiota, jotka pohjautuvat maantieteellisiin kokonaisuuksiin, mutta myös alueisiin, jotka ovat yhtenäisiä tuotetarjonnan ja palvelujen suhteen. Slovenia on tämän tavoitteen mukaisesti jaettu neljään kokonaisuuteen: välimerellinen Slovenia, Slovenian Alpit, Slovenian Pannonian alanko (Thermal Pannonian Slovenia) sekä keski-Slovenia ja Ljubljanan alue. Makrodestinaatiot helpottavat markkinointia ja ovat selkeitä kokonaisuuksia myös matkailijan näkökulmasta. Kullekin alueelle on valittu omat

avaintuotteet. Jatkossa fokus on myös uusien tuotteiden kehittämisessä ja kansallinen matkailuorganisaatio avaakin pian tuotekilpailun tähän liittyen.

Strategian yksi keskeisistä toimenpidekokonaisuuksista on myös matkailualan pk-yritysten tukeminen. Tämä kokonaisuus sisältää toimenpiteitä, joilla pyritään parantamaan pienten matkailuyritysten ja maatilamatkailuyritysten toimintamahdollisuuksia. Esityksessä ei kuitenkaan kerrottu, miten strategia aiotaan jalkauttaa käytännössä eri alueille ja yrityksiin asti. Millä käytännön toimenpiteillä yritykset saadaan sitoutumaan samoihin päämääriin?

Matkailun markkinointi ja organisoituminen Sloveniassa

Miša Novak, Head of strategic projects, Slovenian Tourist Board

Slovenian talous- ja teknologiaministeriön alainen kansallinen matkailutoimisto ([Slovenian Tourist Board](#)) vastaa Slovenian kansainvälisestä markkinoinnista ja sen suunnittelusta sekä edistää Slovenian matkailun kestävästä kehitystä. Matkailutoimiston tehtävät keskittyvät Slovenian tunnettavuuden kasvattamiseen ja innovatiivisten, kestäväan matkailuun pohjautuvien tuotteiden markkinointiin. Kansallisen matkailutoimiston lisäksi Sloveniassa toimii 34 alueellista DMO:ta.

I feel SLOVEnia –brändi kehitettiin 10 vuotta sitten ja se on kaikkien alojen käytettävissä. Matkailu on kuitenkin ottanut sen omakseen. Brändin ytimessä on vihreys (vastuullisuus) ja koskematon luonto. Slovenian USP:t matkailun saralla ovat sen neljä erilaista aluetta (makrodestinaatiot), jotka kaikki on tunnin ajomatkan päässä maan pääkaupungista Ljubljanasta.

Tällä hetkellä matkailussa panostetaan vision mukaisten laadukkaiden elämysten kehittämiseen. Slovenian Tourist Board on käynnistänyt maaliskuussa kilpailun, jossa haetaan Slovenian kärkielämyksiä, joiden tulee täyttää matkailutoimiston laatimat kriteerit. Lisäksi markkinointitoimenpiteiden avulla pyritään lieventämään matkailun kausiluontoisuutta ja resursseja kohdennetaankin lähinnä kevät-, syys- ja talvikausien myymiseen. Kansainvälisen markkinoinnin pääasialliset kohdemaat ovat Italia, Itävalta ja Saksa. Vuosina 2018 ja 2019 STB:lla on käytössään n. 11,45 M€/vuosi matkailumarkkinointiin toimiston vuosibudjetin ollessa n. 15 M€.

Green Scheme of Slovenian Tourism (GSST) – aloite matkailun kestävä kehityksen edistämiseksi

Petra Čad, Slovenian Tourist Board, www.slovenia.info/en/business/green-scheme-of-slovenian-tourism

Green Scheme of Slovenian Tourism on kansallisella tasolla kehitetty sertifiointiohjelma ja kehittämisohjelma, joka on suunnattu matkailukohteille ja matkailualan palveluntarjoajille. Ohjelma käynnistyi vuonna 2009 ja sitä hallinnoi Slovenian matkailutoimisto. Ohjelman mukaisia toimenpiteitä toteutetaan SLOVENIA GREEN –brändin alla. Tavoitteena on tuoda yhteen kaikki Slovenian matkailun kestävä kehitystä edistävät toimenpiteet sekä tarjota kohteille ja palveluntarjoajille työkaluja, joiden avulla ne voivat arvioida ja kehittää toimintansa kestävyttä. Slovenian matkailutoimisto on tehnyt listan kriteereistä, jotka täytettyään matkailukohde, majoitusalan yritys, luonnonpuisto tai matkatoimisto saa käyttöönsä SLOVENIA GREEN –

merkinnän (kulta-, hopea- ja pronssitasot). Matkailutoimisto ei ole luonut täysin uutta sertifiointiohjelmaa/merkintää, vaan SLOVENIA GREEN myönnetään toimijoille, joilla on jo hallussaan jokin matkailutoimiston hyväksymistä kansainvälisistä kestävä matkailun merkinnöistä (esim. EU Ecolabel, Green Key, Euro-parc). Lisätietoja löytyy [täältä](#).

Se, että etukäteen on valittu joitakin kestävä matkailun sertifikaatteja yritysten valittavaksi, on hyvä käytännön ohjata yritysten toimintaa kestävämpään suuntaan ja samalla vähentää niiden työtä löytääkseen sopivan järjestelmän.

Matkailuvero

Esitysten jälkeen käytiin keskustelua Slovenian matkailuverosta, joka tuo vuositasolla noin 19M€ lisätuloja matkailun kehittämiseen. Slovenian kunnat ovat velvoitettuja käyttämään matkailuverosta saadut tuotot matkailua edistäviin toimenpiteisiin, kuten infrastruktuurin kehittämiseen, markkinointiin ja esitteisiin. Uuden Slovenian matkailustrategian (Sustainable Growth of Slovenian Tourism) toimenpiteisiin kuuluu matkailuveron nostaminen maksimissaan 2,5 %:iin. Kunnat saavat resursseja matkailun kehittämiseen myös kasinoilta (toimilupamaksut ja verot, yhteensä n. 20M€/vuosi).

Innovatiivisuuden kannustimet - Sejalec / Snovalec

Morana Polovič, EU Project Manager, Research, Development, Innovation and EU Projects, Slovenian Tourist Board, www.slovenia.info/en/business/innovative-projects/sejalec-snovalec

Slovenian matkailutoimisto on jo useamman vuoden ajan tukenut innovatiivisten tuotteiden ja projektien toteuttamista matkailualalla. Tähän tarkoitukseen on kehitetty Sejalec ("thinker/creator") ja Snovalec ("seeder") -kilpailut. Snovalec tukee luovien, kekseliäiden ja innovatiivisten ideoiden toteuttamista ja se on suunnattu yrityksille, jotka haluavat saada tukea uusia kokeiluja varten. Voittajat saavat taloudellista tukea, apua markkinointiin ja asiantuntijoiden neuvontaa. Kilpailu järjestetään vuosittain ja sitä rahoittaa talous- ja teknologiaministeriön alainen matkailu- ja kansainvälistymisosasta yhdessä Slovenian matkailutoimiston kanssa. Sejalec-kilpailussa puolestaan palkitaan luovia ja innovatiivisia saavutuksia matkailualalla. Palkintoja annetaan jo toteutetuille ja menestyneille innovaatioille. Sejalec-voittajat eivät saa rahallista tukea, vaan näkyvyyttä kansallisella matkailusivustolla ja markkinointiapua. Esimerkkejä kilpailujen voittajista löytyy [täältä](#) (mm. liikuntarajoitteisten aktiivimatkat, ruokamatka museojunalla).

Sloveniassa oli aikaisemmin käytössä verkkosivusto ([Bank of Tourism Potentials in Slovenia](#)), jonne kerättiin tietoa matkailualan innovatiivisista tuotteista ja mahdollisuuksista. Nyt BTPS on yhdistynyt kansainväliseen [AIRTH-alustaan](#), jonka tavoitteena on kannustaa, tutkia ja edistää innovatiivisuutta matkailualalla. Sejalec ja Snovalec –kilpailut julkaistaan AIRTH-sivustolla.



Futourist –lohkoketjuaalusta

Žiga Lukša, Co-founder & CEO, Futourist, <https://futourist.io/>

Futourist on ensimmäinen matkailualan arviointisivusto, joka palkitsee käyttäjiä, jotka tuottavat sivustolle sisältöä. Useat matkailusivustot ovat epäluotettavia ja niihin on helppoa lisätä arvioita, jotka eivät pohjautu todellisiin kokemuksiin (esim. The Shed). Futourist haluaa välttää tekaistuja arvosteluja, joten se julkaisee vain videoarvosteluja, jotka on saatu vahvistetuilta tileiltä. Sivusto pohjautuu lohkoketjutekniikkaan ja sisältötuottajia palkitaan virtuaalivaluutalla, joka on vaihdettavissa Futourist-alustan yhteistyökumppaneiden lahjakortteihin. Katso esittelyvideo: www.youtube.com/watch?v=bmNFVv8ixzU&feature=youtu.be

Ljubljana - palkittu kestävän matkailun kohde

Petra Stušek, Managing Director, Ljubljana Tourism, www.visitljubljana.com

Ljubljana on kerännyt useita palkintoja ja kunniamainintoja kestävän matkailun edistämisestä (mm. European Green Capital 2016, World's Top 10 Sustainable Destinations 2018). Kaupungissa on toteutettu useita investointeja ja toimenpiteitä, joilla matkailukohteesta on tehty ympäristöystävällisempi ja kestävämpi. Esimerkiksi kaupungin keskustassa olevia parkkipaikkoja on muutettu kävelykaduiksi ja leikkipuistoiksi, keskustassa on otettu käyttöön sähköpyörien lainauspisteet, kaupunkikierrroksia toteutetaan sähköjunalla ja jätteiden kierrätyspisteitä on lisätty. Lisäksi matkailijavirtoja pyritään ohjaamaan täydestä kaupunginkeskustasta Ljubljanan ulkopuolelle opastettujen retkien avulla. Yllämainituille toimenpiteille on tarvetta, sillä Ljubljanan kohdistuva matkailu on kasvanut viime vuosina n. 15 %:n vuositasolla. Toimenpiteillä halutaan myös varmistaa, että paikalliset asukkaat ovat tyytyväisiä matkailijamäärien lisääntymisestä huolimatta.

Country Estate Trnulja

www.trnulja.com/en/trnulja-home.php

Maatilamatkailukohde Trnulja on yksi Slovenia Green –merkinnän saaneista yrityksistä. Se tarjoaa majoitus-, ravitsemus- ja hyvinvointipalveluja sekä opastettuja retkiä (myös kanootti- ja pyöräretket). Tilan yhteydessä olevassa ravintolassa hyödynnetään tilalla tuotettuja tai lähialueilta hankittuja raaka-aineita. Yrityksen kiinnioloaikoina kävijät voivat ostaa tilan tuotteita 24/7 käytettävissä olevasta automaatista.

Destination Žalec

www.turizem-zalec.si/en/2/welcome

Žalec on esimerkki matkailukohteesta, jolle on myönnetty Slovenia Green Destination -sertifikaatti. Kaupungin merkittävimpiin nähtävyyksiin kuuluu humalan kasvatukseen ja oluen valmistukseen liittyviä perinteitä esittelevä ekomuseo Ekomuzej. Museon kokoelmiin kuuluvat asiakirjat, valokuvat ja esineet on saatu paikallisilta asukkailta. Museo järjestää useita teemaan liittyviä tapahtumia: mm. sadonkorjuujuhlat ja kävelyretket humalaviljelmillä. Samaan teemaan liittyen Žalecin keskusta on rakennettu ”olutlähde” kunnian-

osoituksena alueen humalan kasvatukseen liittyville perinteille. Lähde voitti Sejalec-palkinnon vuonna 2017: www.slovenia.info/en/stories/grab-a-beer-at-the-green-gold-fountain

Destination Podčetrtek

www.turizem-podcetrtek.si/en/

Podčetrtek on pieni, noin 3 000 asukkaan kunta Itä-Sloveniassa. Matkailu on alueen tärkein elinkeino ja kunta on toteuttanut useita investointeja matkailun edistämiseksi. Esimerkiksi EU-rahoituksen avulla alueelle on perustettu pyöräilyreitit ja kuntarahoituksella monitoimihalli, jonka käyttäjistä noin puolet on turisteja. Suurin osa kunnan yrityksistä on perheyrityksiä, kuten Amon Estate (<http://amon.si/en/>).

Kunnan DMO:n, Turizem Podčetrtek, osakkaisiin kuuluu myös yrityksiä, jotka osallistuvat päätöksentekoon. DMO:n budjetista puolet saadaan matkailuverosta ja puolet on omaa rahoitusta (esim. tapahtumien tulot). Turizem Podčetrtek vastaa alueen matkailumarkkinoinnista, tapahtumien koordinoinnista ja tiedottamisesta ja ylläpitää alueen matkailuinfopistettä.

Keskiviikko, 18.4.2018

Destination Podčetrtek

Opintomatkan aikana hankepartnereille esiteltiin useita eri matkailuyrityksiä ja -kohteita Podčetrtekin alueelta:

Terme Olimia Group: Hotelli Sotelia ja Spa Olimia, www.terme-olimia.com/gb

Alueen suosituimmat vierailukohteet ovat Terme Olimia –ryhmään kuuluvat Sotelia-hotelli ja Olimia-kylpylä. Hotellikylpylässä kirjataan noin 320 000 yöpymisvuorokautta vuodessa. Yöpyneiden kävijöiden keskimääräinen viipymä on 2,5 päivää. Hotellikompleksi houkuttelee eniten kotimaisia, kroatialaisia ja itävaltalaisia matkailijoita. Se erottuu muista alueen kylpylöistä uniikilla arkkitehtuurilla, luonnonvesialtailla ja hyvinvointiin liittyvällä osaamisella.

Olimjen luostari, www.olimje.net/index.php/en/

Luostariin perustettiin 1600-luvulla apteekki, joka on nykyisin Slovenian vanhin. Luostarissa ylläpidetään edelleen lääketieteeseen pohjautuvia perinteitä ja kasvatetaan yrttejä, joista valmistetaan rohtoja myytäväksi.

Jelenov greben, <https://www.jelenov-greben.si/en/>

Olimjen luostarin läheisyydessä toimii maatilamatkailukohde Jelenov greben, joka aikaisemmin keskittyi vain karjanhoitoon ja viininviljelyyn. Sukupolvenvaihdoksen jälkeen tilaa alettiin kehittämään enemmän matkailutarkoitukseen. Nykyisin siellä on aittoihin tehtyjä majoitustiloja, ravintola ja kauppa, jossa myydään tilalla tai lähialueella valmistettuja tuotteita. Kohteen vetonauloihin kuuluvat kesyt kaurit, joita kävijät pääsevät ihailemaan lähietäisyydeltä.



Podčetrtekin alueen yritykset tekevät tiivistä yhteistyötä muun muassa tapahtumien järjestämisessä ja markkinoinnissa. Yrittäjät sanoivat, että yhteistyö on heille luonnollista ja helppoa, koska alue on niin pieni ja kaikki tuntevat toisensa hyvin. Yhteistyötä helpottaa myös se, että jokaisella yrityksellä on oma erikoisuu- tensa, joten ne eivät kilpaile samoista asiakkaista.

Firbas Holiday Farm

www.firbas.com/en/

Firbas on erilaisia majoitusvaihtoehtoja tarjoava perheyrittäjä Pomurjen alueella. Kävijät voivat majoittua pienissä glamping-mökeissä, heinäladossa joko lattialla tai riippumatossa tai perinteissä B&B-majatalossa. Yrityksen tavoitteena on tarjota aitoja ja unohtumattomia kokemuksia maaseudulla.

Goričkon luonnonpuisto

www.park-goricko.org/en/prvastran.asp

Goričko on yhdentoista kunnan alueelle levittäytyvä Natura 2000 –verkostoon kuuluva luonnonpuisto Slovenian koillisosassa. Siellä vierailee vuosittain noin 20 000 kävijää. Julkinen toimija ylläpitää luonnonpuiston infopistettä ja Gradin linnaa, jossa kävijöiden on mahdollista myös majoittua. Linnaa on kunnostettu EU-rahoituksella (n. 4 M€), mutta se vaatisi vielä paljon kunnostustöitä, jotta siitä tulisi houkuttelevampi. Pui- ston hallinto pyrkii tukemaan paikallisia yrityksiä myymällä heidän valmistamia tuotteita Gradin linnan puo- dissa sekä suosittelemalla kävijöille alueen majoitusyrityksiä. Luonnonpuiston yhteistyöyrityksiin kuuluu mm. Džaboka & Gruška (www.visitpomurje.eu/en/providers/apartments-dzaboka-gruska).

Marof –viinitila ja yritys yhteistyö

<https://marof.eu/en/>

Regio Vitalis –verkostoon kuuluva Marof järjestää alueen ruokaperinteisiin liittyviä Gourme Over Mura - matkailupaketteja yhteistyössä muiden alueen yritysten kanssa. Paketteihin sisältyy opastettuja kierroksia viinitiloilla, viininmaistajaisia ja muita kulinaarisia kokemuksia, joissa tarjotaan Prekmurjen alueelle ominai- sia ruokia ja juomia. Yhteistyössä mukana olevat yritykset ovat käynnistäneet toiminnan ilman hankerahoi- tusta tai julkisen toimijan tukea. Heidän tavoitteena on luoda palveluja, joita ei alueelta vielä löydy sekä houkutella lähikaupungeissa olevia matkailijoita päivän kestäville vierailuille Prekmurjeen. Yritykset kehittä- vät verkostoaan ja toivovat saavansa toimintaan mukaan myös majoitus- ja kuljetusalan yrityksiä.

Torstai, 19.4.2018

Destination Murska Sobota

<http://www.visitpomurje.eu/si/odkrij/o-pomurju/obcina-murska-sobota>

Päivä alkoi kierroksella Murska Sobotan keskustassa. Sen aikana vierailimme Institute for Culture, Tourism and Sport Murska Sobotan hallinnoimassa matkailuinfossa, jonka yhteyteen on perustettu paikallisia tuot- teita myyvä putiikki ("aarreaitta"). Putiikkia on kunnostettu julkisella rahoituksella ja se on annettu il- maiseksi paikallisten toimijoiden käyttöön. Esillä on laadukkaita ja pienissä määrissä tuotettua lähiruokaa. Osa valmistajista kuuluu Regio Vitalis -verkostoon.

Regio Vitalis -verkosto

Slovenian uudessa matkailustrategiassa ruokakulttuuri on tunnustettu yhdeksi maan keskeisimmistä matkailuvalteista. Tavoitteena on markkinoida ruokamatkailuun liittyviä aktiviteetteja, tuoda esiin maan ainutlaatuisia ruokakulttuuria ja myös kannustaa kuluttajia valitsemaan terveellisempiä ja vastuullisempia tuotteita. Näiden tavoitteiden mukaisesti Murska Sobotan alue on toteuttanut yhdessä Itävallan kanssa CBC-ohjelman kautta rahoitetun Regio Vitalis –hankkeen, jonka tavoitteena oli kehittää terveysturmatkailuun liittyviä tuotteita. Hanke oli jaettu 5 teemaan: yritysverkoston ja -yhteistyön kehittäminen, nuorten työllisyysmahdollisuudet terveysturmatkailussa, virtuaaliset matkailuhautomot, luonnonlääketiede, ruokakulttuurin ja terveysturmatkailun yhdistäminen. Hankkeeseen osallistui Murska Sobotan alueelta 80 yritystä, joista muodostui Regio Vitalis –verkosto. Verkoston toiminta perustuu tällä hetkellä lähinnä yhteismarkkinointiin, mutta tavoitteena on jatkossa kehittää toimintaa myös muille osa-alueille. Hankkeen aikana jokaiselle verkoston jäsenelle valmistettiin visuaalisesti näyttävät käyntikortit sekä korttitelineet, joissa on esillä kaikki verkoston yritykset. Korttitelineitä on myös alueen matkailuinfoissa. Suunnitelmissa on, että jatkossa kortteilla saisi alennusta yritysten palveluista, jolloin olisi helpompaa seurata toiminnan vaikuttavuutta.

Haasteena hankkeessa ovat olleet tyhjentyvät korttitaulut. Vaikka yrittäjän ainoa vastuu on tilata uusia kortteja, jos ne loppuvat, käy usein niin, että tilaus jää ja osa kortteista puuttuu. Tähän ei ole löydetty ratkaisua.

Destination Murska Sobota

Vierailimme myös Mura-joen varrella olevassa ”Love Island” –saarella, jota ylläpitää paikallinen matkailuyhdistys. Yhdistys järjestää alueen kulttuurihistoriaan ja perinteisiin liittyviä tapahtumia ja palveluja saarella. Vierailijat voivat kokeilla esimerkiksi perinteisen välipalan valmistusta nuotiolla, vierailla vesimyllyssä tai ylittää Mura-joen perinteisellä lautalla.

Teimme kumilauttaretken Mura-joella. Ohjelmalvelun turvallisuus- ja asiakaspalvelukäytänteet olivat hyvin poikkeavat suomalaisista. Keneltäkään ei kysytty uimataitoa ennen retkeä, asiakkaille ei kerrottu, mitä tehdä, jos joutuu veden varaan tai miten turvallisuutta yleensäkin on ajateltu. Erään paikallisen toteamus oli, että jos jokeen joutuu, sitten ei enää voi tehdä mitään.

Lopuksi tutustuimme vielä pienen Jeruzalem kylän matkailutoimijoihin. Alueen pääelinkeino on viininviljely, joten matkailijoille tarjolla on viinimatkailuun liittyviä palveluja, kuten viininmaistajaisia ja kierroksia viinikellareissa yhdistettyinä illallisiin. Alueen viininviljelijät tekevät yhteistyötä markkinoinnissa ja alueen viinijä myydään eteenpäin Pep’s Wine –yrityksen kautta.