



**visit PÄRNU**

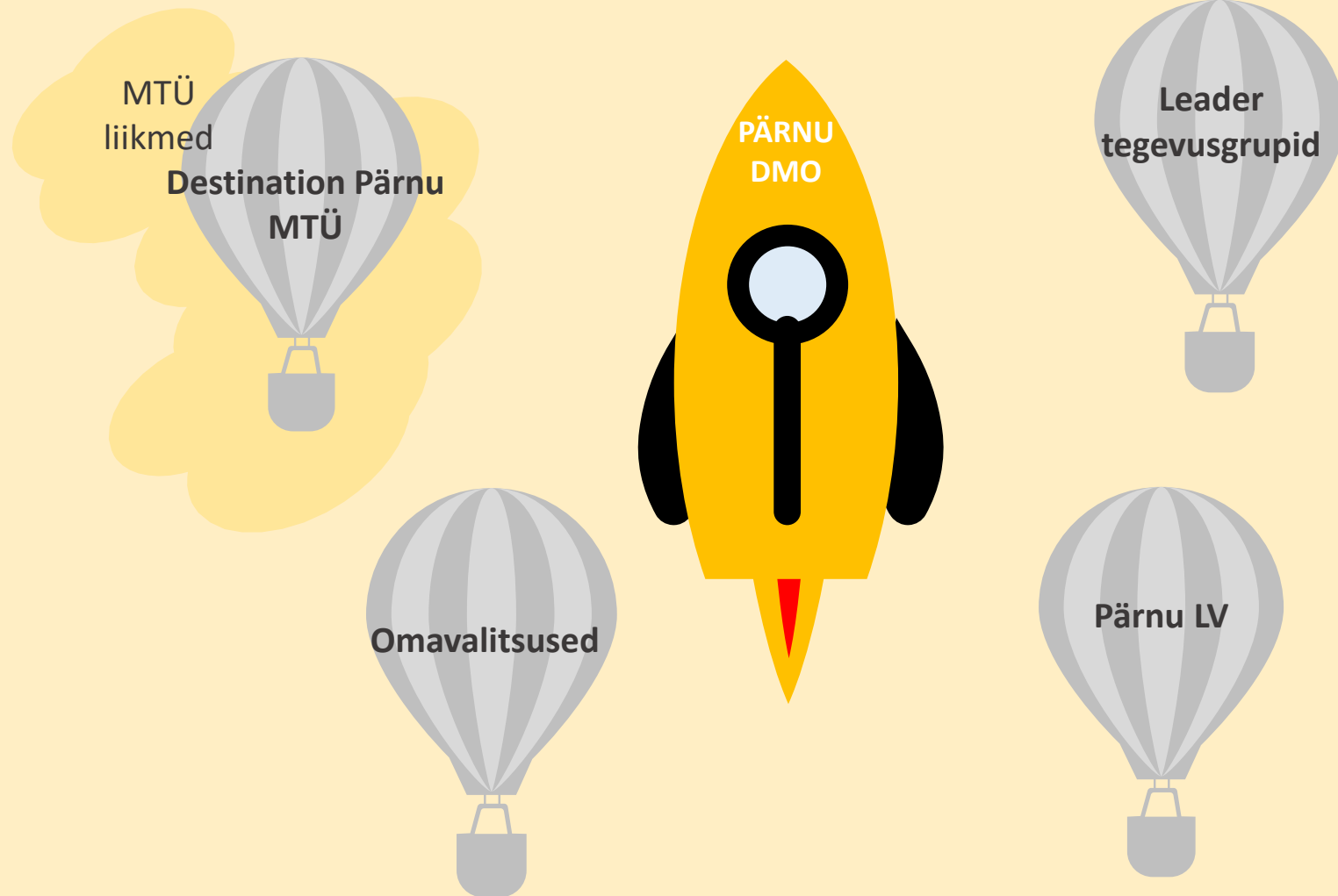
# Äriturismi teemagrupp

Annika Raadik

Pärnu Linnavalitsuse arenguosakonna turismiarenduse juht

06.02.2024

# Pärnu DMO



# Pärnu turismistrateegia

## Turismi taastamine ja külaliste arvu suurendamine

Pärnu kui Eesti üks turismi-magnet saab eeskujuks kõigile, kuidas kriisijärgsest olukorrast kiiresti taastuda ja hea koostöö abil tuua turistid piirkonda tagasi oodatust varem. Edukuse eelduseks on järjest mõjusamate digiturunduslahenduste täpsem ja laialdasem kasutamine, tihedam koostöö kohalike elanike ja kogukondadega ning rahastuse leidmine piirkonnas uute turismimagnetite arendamiseks.

## Sihtkoha atraktiivsuse suurendamine

Pärnu atraktiivsuse tõstmise üks võti on turistidele senisest veel mugavama, lihtsama ja turvalisema külastuskogemuse kindlustamine. Selleks peame arendama ja tutvustama kogu piirkonna võimalusi, et külalistel oleks huvi veeta kogu piirkonnas rohkem aega ja jätta siia rohkem raha. Eluliselt oluline on, et info turismiteekondade, piirkonna maamärkide ja logistiliste teekondade kohta oleks lihtsamini leitav.

## Sesoonsuse vähendamine

Pärnu ajalooline probleem, mille murdmine tuleb võtta koostöös kohalike inimeste ja ettevõtjatega lähiaastate üheks eesmärgiks. Ainult siis, kui me suudame tõsta väliskülaliste arvu turismi madalhooajal, on võimalik muuta Pärnu suuremaks. Ainult siis tulevad uued investeeringud, õitseb Pärnu majandus ning kasvab kohalike elanike heaolu. Selleks on vaja uusi ja põnevaid ideid, lahendusi ja tegijaid.

## Rohepööre

Keskkonnateadlikkus, säästlikud tooted ja teenused on turistide jaoks järjest rohkem need väärtused, millest lähtuvalt otsustakse, kuhu minna reisile. Pärnu oma mere, randade, jõgede, metsade, rabade ja järvedega, soovib olla esimeste seas, kes arendab säästvat turismi ja jätkusuutlikku majandamist ning soovib olla eeskujuks ka teistele rohepöörde realsel rakendamisel. Rohelise mõtteviisi juurutamise aluseks on realsed ja siirad tegevused.

## Koostöö ja juhtimine

Pärnu turismi edukuse võti on koostöö kõigi vahel, kes kuidagigi on turismiga seotud. Alustades tavalistest inimestest, kes on infot levitades meie turismisaadikud ja lõpetades omavalitsusjuhtidega, kes peavad võimekate juhtidena siduma Pärnu linna ja Pärnumaa ühtseks tervikuks. Koostöö fookus peab olema kogu maakonna ühine atraktiivsuse tõstmine. Tuues esile kogu maakonna ühisosa ja üldise kasu, saavutame me edu.

# MTÜ Eesti Konverentsibüroo (EKB)



Estonian Convention Bureau

- Konverentsiturismi katusorganisatsioon, mille eesmärgiks on koordineerida Eesti kui konverentsisihtkoha tutvustamist
- 2024. aasta 6. veebruari seisuga on EKB-l 49 liiget, sh Tallinna ja Tartu linn, Tallinna Ülikool, TalTech, konverentsikeskused, hotellid, korraldusteenuse pakkujad, toitlustusfirmad ning Tallinna Lennujaam

EKB missiooniks on suurendada Eesti kui konverentsisihtkoha rahvusvahelist tuntust ja konkurentsivõimet, et saavutada rahvusvaheliste konverentside arvu kasv Eestis, aidata kaasa turisminõudluse hooajalisuse vähendamisele, väliskülaliste Eestis oldud aja pikenemisele, turismiettevõtlaste tulu suurendamisele ning Eesti teadus-ja erialakontaktide edendamisele.



# Konverentsiturism vs äriturism?

- **ÄRITURISM** on ülemuslik termin ning hõlmab kõiki tööga seotud reise, olenemata osalejate arvust. Nt kohtumised äripartneritega, osalemised konverentsidel, seminaridel, koosolekutel, tootetutvustustel jm, v.a osalemised meelelahutus- ja spordiüritustel.
- **KONVERENTSITURISM** on üks osa äriturismist. Inimesed reisivad sihtkohta, et kohtuda oma valdkonna esindajatega. Konverentsiturismis on kasutusel ligi 80 ürituse nimetust (nt congress, ümarlaud, mess, näitus jpm).

# Mis on teemagrupp ja eesmärgid?

- Antud valdkonna arendamisest motiveeritud turismiasjaliste ühendus/grupp, kes kohtub vähemalt 2 korda aastas eesmärgiga leppida kokku äriturismi arendamiseks vajalikes tegevustes.
- Oluline on järjepidevus ja et kokkulepetele järgneksid ka edasised sammud!
- Kõigi panus on ainukordne, kõrgelt hinnatud ning kõigi aeg on väärtuslik!
- Sisendi andmine 2025. aasta Pärnu DMO tegevuskavasse (arendus+turundus).



# Pärnu äriturismi hetkeseisu kaardistamine meetings.ee alusel



Aasta	Üritusi	Delegaate kokku	Välis-delegaate	Kohalikke delegaate	Assotsiatsioonide üritusi	Korporatsioonide üritusi	Avalik sektor	Ei oska öelda	Religioon
2022	481	20 101	1151	18 950	80	286	112	2	1
2023	371	18 579	790	17 789	78	167	117	9	0



# Visit Pärnu 2024. aasta plaanid

## Eesmärgid

- 1) Pärnu kui atraktiivse konverentslinna maine tõstmine
- 2) Konverentside arvu 10% kasv vrd 2023. aastaga põhinedes meetings.ee andmetel

## Tegevused

- Äriturismi teemagrupi kohtumised vähemalt 2x aastas
- Konverentsiturismi ümarlaud
- Uute liikmelepingute sõlmimine (EKB – Pärnu LV – ettevõtja) & koostöö EKB-ga
- Visit Pärnu kodulehekülje kasutajamugavuse analüüs, sisuartiklite ja “Konverents” rubriigi uuendamine
- Konverentsiturismi turundusmaterjalide (videod, pildipank) uuendamine
- Konverentsisaadiku leidmine



visit PÄRNU

# Millised on Pärnu võimalused/eelised korporatiivüritustel?

Olavi Andla (Blue Drum Events)



# EKB 2024. aasta plaanid

## EKB tegevused läbi Pärnu linna liikmesuse

*Põhitegevus: Eesti kui konverentsisihikohta ja liikmete turundamine välisurgudel.*

- Pärnu tutvustamine turundusüritustel koostöös Visit Estoniaga (VE)
- Pärnu tutvustamine rahvusvahelistel messidel (nt IMEX, Kokospisteen Messut jpt)
- Tutvumisreisid koos VE-ga (LV agentuuride FAM Pärnus juunis)
- Tallinna ja Tartu konverentsisaadikute õppereis Pärnusse
- Kommunikatsioonitegevused koos VE-ga (uudiskiri, digiturundus, ajakirjad jpm)
- Sihikoha esitlusmaterjalide uuendamine, täiendamine
- Trükiste uuendamine
- Videod, pildipank

# Pärnu lepingulised partnerid

- Koostöölepingud 2024-2026 (3. aastaks)
- Lepingulise partneri tasu LV-le vastavalt ruumi mahutavusele:
  - Al 301 kohta: 400 EUR
  - 101-300 kohta: 250 EUR
  - Kuni 100 kohta: 150 EUR



# Millised võiksid olla hüved Pärnu linnaga koostööleppes olles?

Asutusel on õigus saada ülevaade:

- MTÜ Eesti Konverentsibüroo poolt linnale esitatavast tegevuskavast
- MTÜ Eesti Konverentsibüroo poolt linnale esitatavast tegevusaruandest
- Veebikeskkonda [www.meetings.ee](http://www.meetings.ee) sisestatud ürituste statistikast.

Asutuse kohustused

- Asutus kohustub tasuma linnale MTÜ Eesti Konverentsibüroo tegevuskavas nimetatud tegevuskulude katteks X summa kalendriaasta eest vastavalt linna poolt asutusele esitatavale arvele
- Asutus kohustub igakuiselt sisestama infot tema ruumides toimunud seminaride/konverentside kohta veebikeskkonda [www.meetings.ee](http://www.meetings.ee).
- **HÜVED? Ajurünnak!**

# meetings.ee keskkond

[Meetings.ee](https://meetings.ee) keskkond

## Nõuded:

- Vähemalt 10 osalejat
- Kestus vähemalt 4h
- Konverentsiüritus = konverents, kongress, foorum, sümposium, koosolek, seminar, koolitus, meeskonnatreening, kursus, presentatsioon, pressiüritus. Siia alla ei kuulu elamusturism, näitused, messid, peod, õhtusöögid, kontserdid, vastuvõtud ja *showd*.
- Esitamine iga kuu 10. kuupäevaks

# Grupitöö

Lähtepunkt:

**Mida saame teha selleks, et rohkem konverentse leiaks oma tee Pärnusse?**

1. *Keep it open!* Defineerimine peab võimaldama eesmärgil või ootusel areneda.
  2. Ole avatud meelega - võimalikud tegevused
  3. Ole väljundile suunatud - mis siis on, kui muudatus/eesmärk on saavutatud?
  4. Kasutage positiivset sõnastust!
  5. Ole põnev, provokatiivne ja julgustav!
- Mõnikord peitub edu võti "kastist väljas" mõtlemisel!



# Grupitöö



## 1. Mis on eesmärk?

*Nt 2050. aastal toimub 95% Eesti konverentsidest Pärnus.*

## 2. Mis on meil eesmärgi elluviimiseks juba olemas? Mida me juba hästi teeme/oskame (ressursid, oskused, võimekused, sihtkoha tugevused, - tegevused)?

*Nt lai valik seminariruumi, kaasahaaravad after aktiviteedid..*

## 3. Mis siis on, kui oleme eesmärgi ellu viinud? Mis on meil siis, mida täna veel ei ole?

*Nt ..siis on meil palju turiste; sihtkoha majandus õitseb*

## 4. Mida soovime veel teha eesmärgi jaoks? Mida soovime arendada, õppida, muuta, et eesmärgid realiseeruksid? Mida peame selleks praeguses tegevuses lõpetama/muutama, mis ei toeta eesmärgi saavutamist?

*Nt 1) meil on vaja parendada ligipääsetavust*

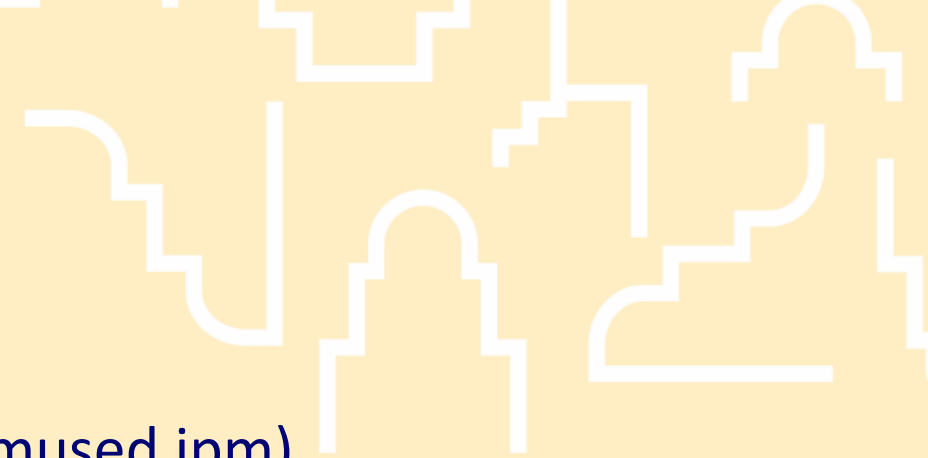
## 5. Kuidas viime ootused ellu ehk kuidas loome võimalusi uuendusteks? Mida, kuidas ja kellega ning mis ajaks? Kui hoiame järjepidev tulemuste elluviimisel? Mida või keda vajame õnnestumiseks? Reaalsed tegevused X ajaks.

*Nt 1) Ligipääsetavuse parendamiseks võtame ühendust X-iga X kuupäeval vm*



# Edasised plaanid

- B2B uudiskiri iga kuu algul (programmid, toetused, sündmused jpm)
- Koostöölepingute sõlmimine
- Järgmise kohtumise aeg & fookus?





visit PÄRNU