



visit PÄRNU



Lootus
AiT
studio

Pärnu turismisihtkoha strateegia 2025-2029 koostamine

KAASAMISÜRITUSE JA HÄÄKETUSE MEMO

1.

PROBLEEM JA PÕHJENDUS



Ööbimiste arv on kahe kümnendi jooksul püsinud „platoos“. Tipphoaja osakaal on alati olnud 50% või veidi alla selle (v.a. Covid-19 esimene aasta).

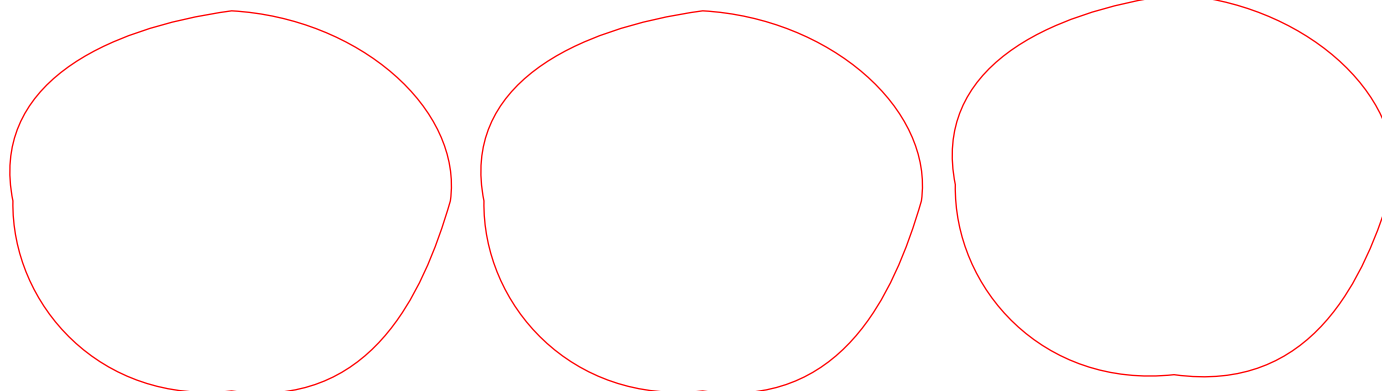
VÕIMALIKUD LAHENDUSED

Suursündmuste (nt PöFF, Jazzkaar, Latitude59 jne) alamürituste Pärnusse meelitamine

Hooaja alguse ja lõpu nihutamine.

Madalhooajast maile ja septembrile keskendumine. Sinna toodete arendamine (sh loodusturism).

KUIDAS MÕÕDAME?



PROBLEEM JA PÕHJENDUS

Suure
turismimagneti
puudumine

Voodikohtade arvult oleme nr 2 piirkond Eestis (vaid Tallinnas on rohkem). Selle müümiseks vajame suure väliturismi potentsiaaliga turismimagnetit.

VÕIMALIKUD LAHENDUSED

Tuleb leida viis, kuidas rand panna aastaringselt tööle (sh parkimistasude ja rendi ülevaatamine mais ja septembris).

Rand vajab tootejuhti!

Suurobjekti (siserand, multi-funktsionaalne hall, Läänemere muuseum vmt) analüüsi teostamine.

KUIDAS MÕÕDAME?

PROBLEEM JA PÕHJENDUS

Muude
tugevuste
vähene
kasutamine

Kuurort linna ja suvepealinnana
oleme tuntud, aga looduspargid,
UNESCO pärlid ja Romantiline
Rannatee aitaks meil rohkem
eristuda.

VÕIMALIKUD LAHENDUSED

Loome võimalused, et linnas ööbiv turist saaks
mugavalt osa ka maakonnas pakutavatest
teenustest. Selleks Loome Pärnumaa Kuldsed Ringid
ehk marsruudid, mis ühendavad terviklikeks
marsruutideks olulisemad vaatamisväärsused ja
teenusepakkujad.

KUIDAS MÕÕDAME?

PROBLEEM JA PÕHJENDUS

Kaks peamist
välisturgu
moodustavad
välisturistidest
76%.

Liiga suur osakaal on samal ajal ka risk. Peame targalt turundama, et neid turge arendada ning hoida.

Turunduseelarve on piiratud ning selle suunamine uute turgude loomiseks killustaks liigselt.

VÕIMALIKUD LAHENDUSED

Tallinna lennujaamast ja sadamast bussiliin Pärnusse (regulaarne või suursündmuste ajaks)

Koostöö „kohalike“ soomaste ja lätlastega – nad võiks olla meie brändisaadikud.

Pärnu kui piirkonna turundamine koostöös mõne teise Eesti piirkonnaga.

Turundame Pärnut kui päevareisi sihtkohta juba Tallinnas puhkavatele soomlastele.

KUIDAS MÕÕDAME?

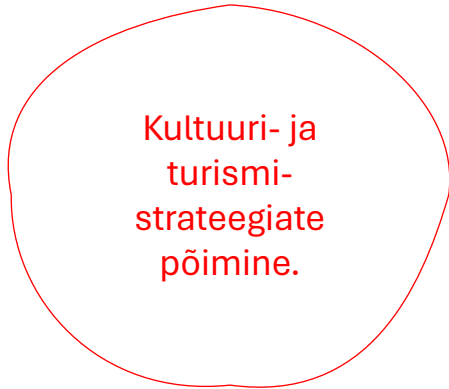
PROBLEEM JA PÕHJENDUS



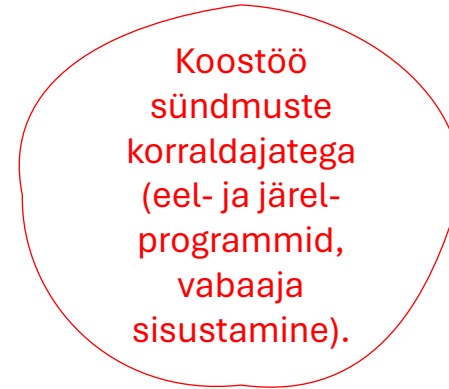
Sektorite
koostöö

DMO mudel on hea näide erinevate sektorite koostööst, aga saame alati koostööd parandada. Samuti on parandamisruumi kultuuri- ja turismisektori koostöö ning personali järelkasvu osas.

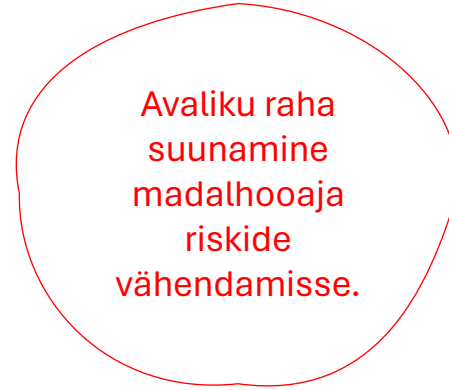
VÕIMALIKUD LAHENDUSED



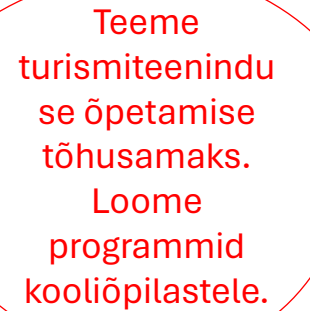
Kultuuri- ja
turismi-
strateegiate
põimine.



Koostöö
sündmuste
korraldajatega
(eel- ja järel-
programmid,
vabaaja
sisustamine).

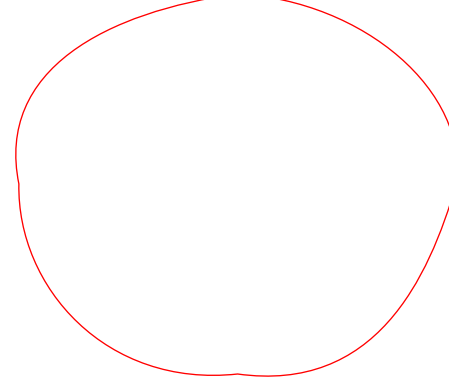
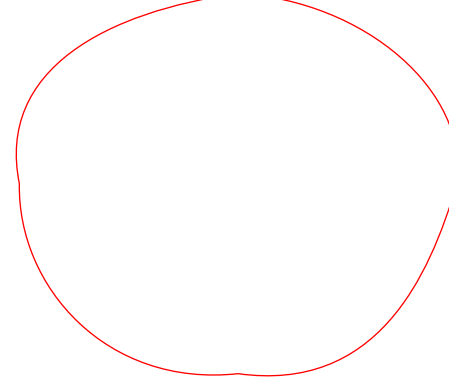
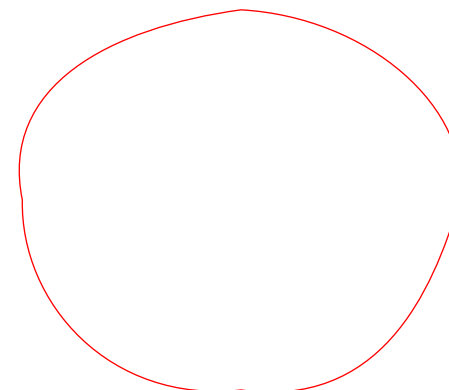
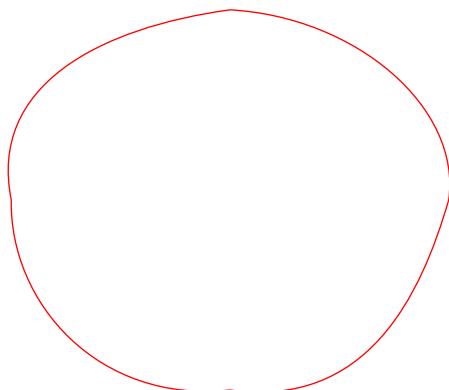


Avaliku raha
suunamine
madalhooaja
riskide
vähendamisse.



Teeme
turismiteenindu
se õpetamise
tõhusamaks.
Loo me
programmid
kooliõpilastele.

KUIDAS MÕÕDAME?



PROBLEEM JA PÕHJENDUS



Strateegia loomine on väärtuslik, aga suur väljakutse on elluviimine. Meil on vaja luua maksimaalsed eeldused järjepidevuse jaoks.

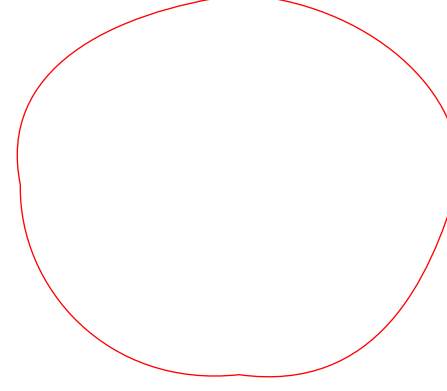
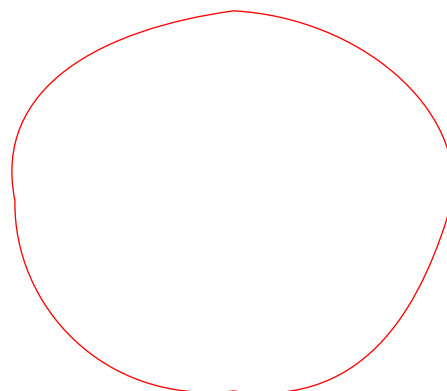
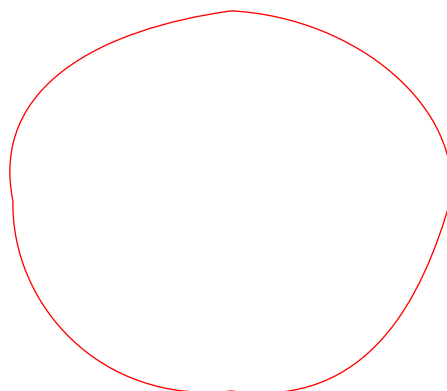
VÕIMALIKUD LAHENDUSED

Tulemuste regulaarne jagamine ja analüüs (nn turismi tegevusaruande loomine, sh mõju)

Tegevuskava regulaarne uuendamine – turisminõukoja roll.

Strateegia kinnitamine volikogu poolt ning pikaajalise ressursi kokku leppimine.

KUIDAS MÕÕDAME?



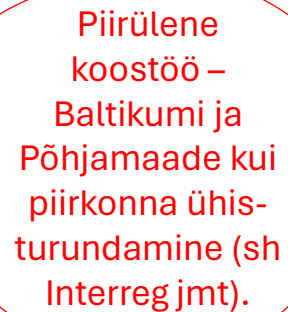
PROBLEEM JA PÕHJENDUS




Turunduseelarve

Turunduseelarve ei ole suur. Peame leidma viise selle suurendamiseks, sest tegemist on investeeringuga – uuringud näitavad, et iga investeeritud euro toob piirkonda rohkem tagasi.

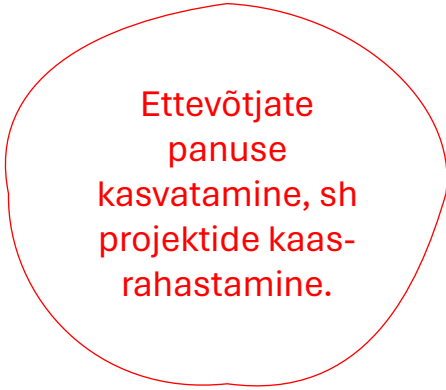
VÕIMALIKUD LAHENDUSED




Piirülene koostöö – Baltikumi ja Põhjamaade kui piirkonna ühis-turundamine (sh Interreg jmt).



Maakonna üldiseks turundamiseks luua sünergiat koostöös SAPA-ga

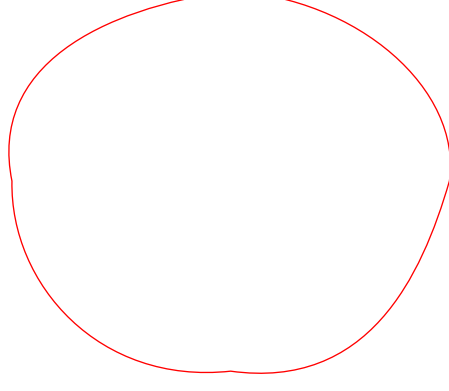
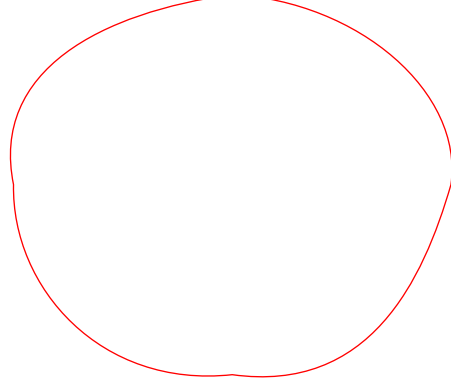
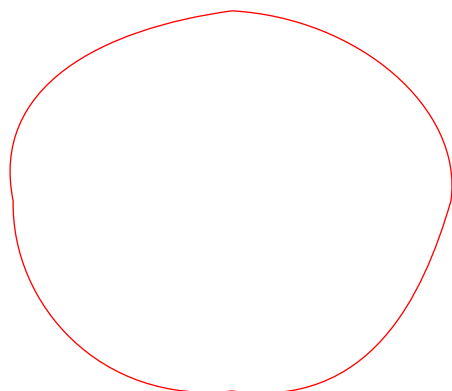
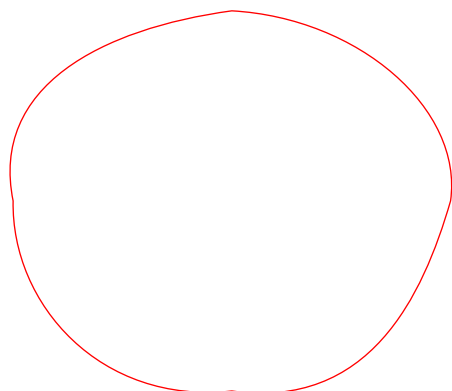


Ettevõtjate panuse kasvatamine, sh projektide kaasrahastamine.



Tartu 2024 eeskujul selge mitmeaastase rahastusmudeli loomine.

KUIDAS MÕÕDAME?



HOOAJALISUS	
5.Meelitame suursündmuste alamüritusi siia (nt Jazzkaar, PÖFF, Latitude59 jt).	11
13.Hooaja alguse ja lõpu nihutamine – mitte poolest juunist poole augustini.	8
1.Madalhooaja toodete arendus.	4
8.Mais ja septembris keskenduda rohkem loodusturismile ja pärandkultuurile –	3
4.Meelitame suuri spordisündmusi Pärnusse.	2
2.Sügisel turundada: „Nüüd rahvast vähem, vaikust ja rahu rohkem. – „Live like a	1
11.Surfarite Pärnusse meelitamine ja pika rannaääre kasutamine.	1
12.Golfarite Pärnusse meelitamine.	1
3.Rohkem kutselisi kultuurikorraldajaid / eestvedajaid.	0
6.Augusti lõpus keskenduda rohkem lätlastele, sest Soome algab kool;	0
7.Vaadata üle opereerimiskulud / rendid – foodtruckid jmt.	0
9.Spaaturismile keskendumine – on aastaringne.	0
10.Konverentsiturismile keskendumine.	0
14.Kooliekskursioonidele täisteenus pakkumine.	0
TURISMIMAGNET	
7.Rand ja jõgi muuta aastaringseks (sh toitlustus, tegevused).	7
4.Multifunktsionaalse suuhalli loomine (kontserdid, suurvõistlused jmt).	6
14.Kuurordi muuseumi loomine.	3
1.Mitu väiksemat magnetit on parem kui üks suur.	2
5.Arvutimängude muuseum luua ning siduda mänguarenduse ideega.	2
8.Rahvusparkide keskused muuta aastaringseks.	2
2.Tallinna Jõuluturu analoog käivitada.	1
3.Rüütli tänavale katuse peale tegemine.	1
9.Järvide keskuse loomine (Pärdi keskuse eeskujul).	1
10.Audru ringraja kasutamine talvel jääraja sõiduks, suusakooli vmt jaoks.	1
12.Loomelinnaku loomine.	1
16.Suur siserand-hall nagu alguses visioonis.	1
17.Mastaapse välikontsertide toimumiskoha rajamine.	1
6.Lõbustuspark.	0
11.Lottemaal koos Lastekirjanduse keskusega aastaringne edutainment.	0
13.Kuursaal korda teha.	0
15.Läänemere keskuse loomine (simulatsioonid, digilahendused).	0
18.Pernova keskuse edasiarendamine (käed külge tegevused jmt).	0
MARSRUUDID	
HOP ON/OFF buss: kõrghooajal 1-2 x nädalas. Finantseerida projektirahastusega + päevapilet.	8
HOP ON/OFF lisategevus: Luua virtuaalsed ja visuaalsed kaardid marsruudi müümiseks.	6
HOP ON/OFF lisategevus: Koostöö giididega.	4
HOP ON/OFF lisategevus: Baasvajaduste rahuldamine (toit, tualett jmt).	3
Veetakso loomine.	1
Rendiautod.	1
Vaja veel läbi mõelda:	0
SIHTTURUD	
5.Tallinna lennujaamast ja sadamast buss Pärnusse – koostöö LuxExpressiga. Regulaarne või sündmuste ajaks.	7

7.Koostöö „kohalike“ soomlaste ja lätlastega – brändisaadikud, kes juba elavad siin.	7
1.Koostöös kampaania mõned teise Eesti piirkonnaga.	4
4.Turundada Pärnut juba Tallinnas puhkavale soomlasele.	4
8.Aktiivsete tegevuste turundamine noortele.	3
6.Luua koostööpaketid Tallinkiga.	2
3.Laiendada turundustegevusi Helsingist välja.	1
10.Rohkem sihtida golfituriste.	1
14.Läti uuringu tegemine.	1
2.Helsingi-Tartu-Pärnu lennuliini käivitamine.	0
9.Äri-, töö- ja kooligruppidele suunata kampaania.	0
11.Turundada veetemperatuuri.	0
12.Transporditeenuse ühine broneerimissüsteem.	0
13.Suunamudijate ühistoomine Pärnusse.	0
SEKTORITE KOOSTOO	
2.Avaliku sektori rahastuse suunamine koostöösse ja madalhooaja sündmustesse.	9
3.Projektipõhine koostöö sündmuste korraldajate ja turismiettevõtete vahel (eel- ja järelprogrammide vabaaja sisustamine).	9
1.Strateegiate põimimine.	8
6.Pärnu Card loomine.	2
4.Audiogiidid hotellide fuajeedesse.	0
5.Käivitame info jagamise päevad.	0
ELLUVIIMINE	
1.Konkreetsete moodsuste seadmine. Regulaarne tulemuste analüüs ja jagamine (ka avalikkusele nn turismi tegevusaruande loomine, sh mõju) ning tegevuskava uuendamine – turisminõukoja roll. Valmidus vajadusel suunda korrigeerida.	9
3.Strateegia kinnitamine volikogu poolt ning pikaajalise ressursi kokku leppimine.	3
2.Vaadata üle turisminõukoja koosseis – kas info liigub igas suunas?	1
EELARVE	
2.Piirülene koostöö – Baltikumi ja Põhjamaade kui piirkonna ühisturundamine.	10
8.Koostöö ja ühisiturundus SAPA-ga maakonna üldiseks turundamiseks.	9
5.Ettevõtjate panuse kasvatamine, sh projektide kaasrahastamine. Tartu 2024 eeskujul selge mitmeaastase rahastusmudeli loomine.	8
1.EU fondide (sh Interreg, ERASMUS+ jt) ja Leader meetmete kasutamine. Kaasame konsultatsioonifirmast partneri.	1
4.Turismimaksu kehtestamine.	1
7.Omatulu teenimine – merch, VisitPärnu ostukorvi loomine nt „Kuldse ringi“ jmt müümiseks.	1
3.Turismi majandusliku mõju hindamise mudeli kasutamine kommunikatsioonis.	0
6.Lobby riigi, VisitEstonia ja KOV teemal.	0
9.Reklaamimüük rannas DMO-le.	0

10.Liikmete arvu kasvatamine tööstusettevõtete seas jt sektorites – turism võib olla lisatulu ka nendele (võrdluseks A Le Coqi muuseum, tehasetuurid erinevates kohtades jne). Aitaks vähendada sektorite vastandamist.	0
VARIA	
•Rand vajab tootejuhti!	7
•Personal on murekoht. Teeme turismiteeninduse õpetamise tõhusamaks. Programmid kooliõpilastele.	6
•Turism vajab karismaatilist eestvedajat.	6
•Lühiajaliste üüripindade haldamise regulatsioonid.	1
•Kultuur on rikkalik, aga rahastus ja turundus vähene.	1
•Väikeettevõtete digilahenduste toetamine oleks vajalik.	1
•Pargi ja sõida lahendused tuleb luua.	1
•Sadam on alakasutatud, aga potentsiaaliga.	1
•Karjääre saaks ekstreemspordi jaoks kasutada.	0
•Rüütli tänav vajab kontseptsiooni.	0
•Aastaringse toidutänav loomine.	0
•Teenused on kallid, eriti siseturistile.	0
•Lubadega seotud bürokraatia on suur.	0
•Muul on teenindusteta.	0
•Ajaloaliste hoonete korrastamine.	0
Väliturist ootab rohkem piirkonna ajalugu, ehedust (nt rannakalandus, käsitöö)	0
•Prügimajandus linnas ja randades vajab parendamist. Rannapromenaadi teeninduskohad, WC-d.	0
•Kellele me strateegiat teeme kui linna juhtkond ei osale?	0
•Kas Haapsalu möödub meist?	0