



visit PÄRNU

Pärnu turismisihtkoha strateegia 2025-2029





Indrek Maripuu

turismiettevõtja

RemoteNow Club - A Nordic Nature Getaway with a Creative Twist

konsultant

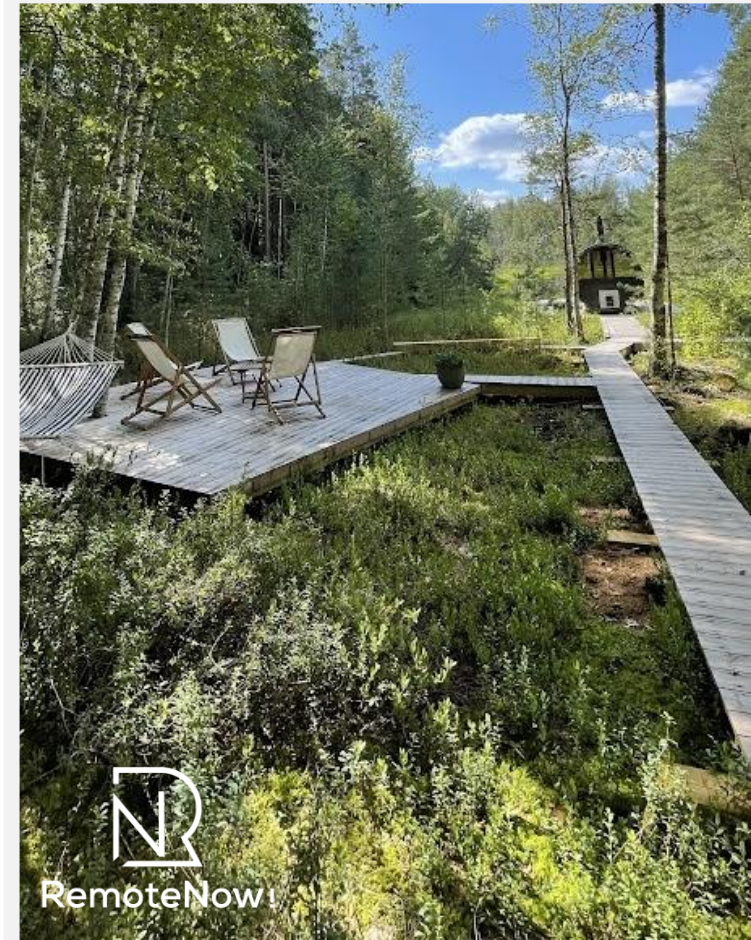
Loovusait - põhifookus on strateegiline planeerimine, äri loovuse ja ärimudeli arendus.

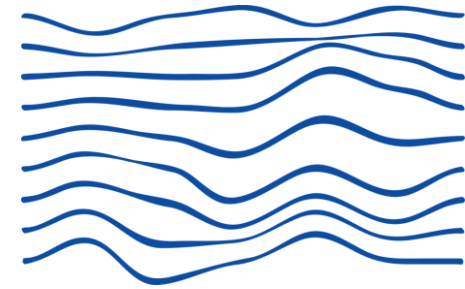
haridus

loodusturismi magister ja äri korralduse magister

senised kliendid

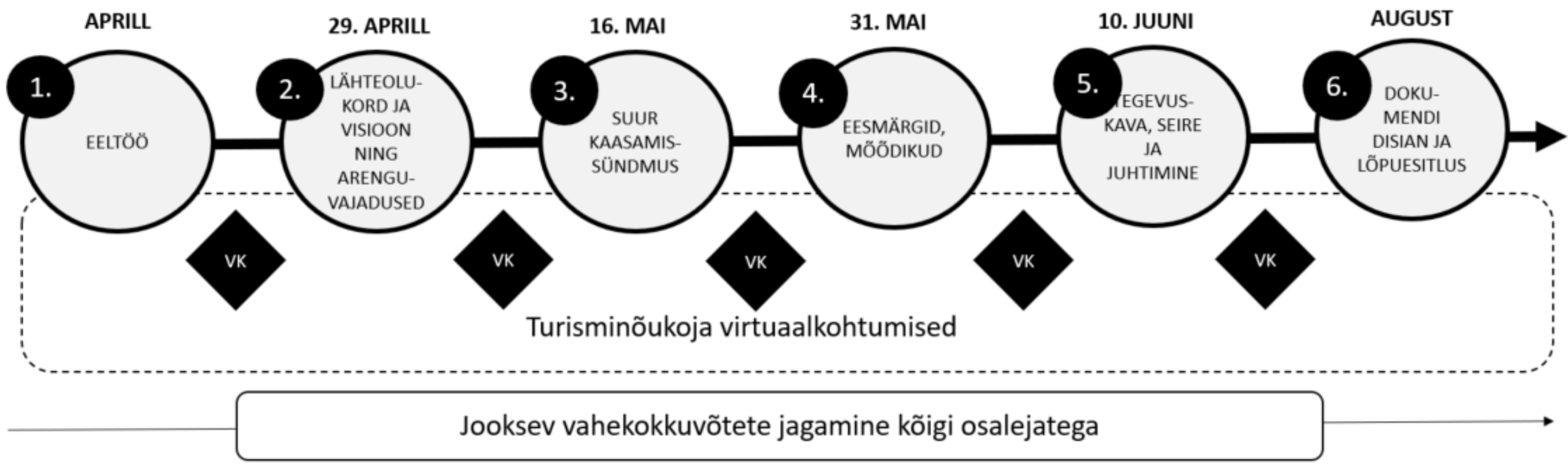
MKM, ERM, LHV, Omniva, Radius Machining, Rahva Raamat, Eesti Energia jpt.

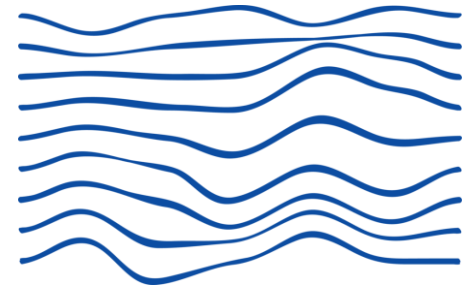




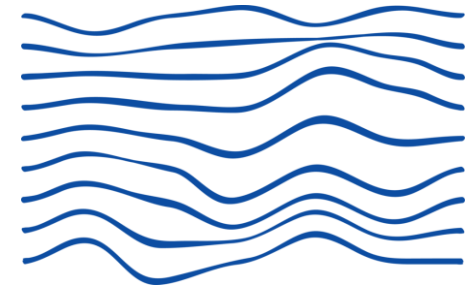
Eelmisesse Pärnu turismistrateegia (2021-2025) perioodi jääb mitmeid positiivseid saavutusi

1. Piirkonnas on käivitatud uus **sihtkoha arenduse mudel**.
2. **Haabjas** jõudis UNESCO kultuuripärandi nimistusse.
3. Märgiline on olnud Pärnu linna **jõeäärse turismipiirkonna käivitamine**.
4. Pärnu saavutas 2023. aastal Green Destinationsi hõbetaseme. **15 Green Key märgist, 9 EUROPARC-i sertifikaati**.
5. Kuigi lennuühendused ei ole olnud järjepidevad, on lennujaama olemasolu jätkuvalt **oluline eeldus** sektori kasvuks lähitulevikus.





Kokku lepiti **5 väljakutset**. Iga väljakutse juurde lepiti kokku **arengusuunad, vastutavad osapooled, mõõdik** (väljakutse lahendamise mõõtmiseks) ja **esmased tegevused** koos tegevusmõõdikutega.



Järgmise strateegiaperioodi põhieesmärk on madalhooaja lühendamine

Mõõdikud tulemuste hindamiseks:

- Madalhooaja osakaalu kasv aasta ööbimistes.

Algtase (2023): madalhooaeg 59%.

- Mai ja septembri ööbimiste arvu kasv.

Algtase (2023): mai 63 912, september 61 380.

- Madalhooajal toimuvate rahvusvaheliste sündmuste arv.

2025. aastal defineeritakse sündmuste kriteeriumid ja seatakse mõõdikud.

HOOAJALISUSE
VÄHENDAMINE

Voodikohtade arvult oleme nr 2 piirkond Eestis (vaid Harjumaal on rohkem). Ööbimiste arv ning tipphooaja osakaal on kahe kümnendi jooksul püsinud „platool“. Arenguks vajame rahvusvahelisele külastajale suunatud **suure potentsiaaliga sündmusi, tipptasemel restorane ja suurt turismimagnetit.**

TÄNASTE
SIHTTURGUDE
ARENDAMINE

Suurim välisturg on langustrendis ning kaks peamist välisturgu (Soome ja Läti) moodustavad välisturistidest 76%. **Turunduseelarve on piiratud ning esmajoones peame keskenduma nendele turgudele**, et neid sihtturge arendada ja hoida.



PIIRKONNA
ÜHTLANE
ARENG

Kuurortlinna ja suvepealinnana oleme tuntud, aga rahvuspargid, UNESCO pärlid ja erinevate piirkondade turismialgatused aitaks meil **rohkem eristuda ja pakkuda laiemat elamustevalikut.**

KOGUKONNA
KAASAMINE JA
VALDKONNA
MAINE
KUJUNDAMINE

Turismi sektor on suure majandusliku, sotsiaalkultuurilise ning keskkonna mõjuga sektor. Tulenevalt sellest on vaja keskenduda sektori tegevusest tulenevate negatiivsete mõjude minimeerimisele ja selgitada ning tugevdada **turismi positiivset panust** kohaliku elu edendamisse.

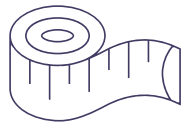
STRATEEGILISE
JUHTIMISE
JÄRJEPIDEVUS

Strateegia elluviimise suurim väljakutse on strateegilise juhtimise **järjepidevus** ja süsteemsus. Loome maksimaalsed eeldused elluviimise järjepidevuse jaoks. Hoiame fookuses ka tegevused, mis täna ei too kasu, aga on pikas perspektiivis olulised.





HOOAJALISUSE VÄHENDAMINE



- Madalhooaja osakaalu kasv aasta ööbimistes. Algtase (2023): madalhooaeg 59%.
- Mai ja septembri ööbimiste arvu kasv. Algtase (2023): mai 63 912, september 61 380.
- Madalhooajal toimuvate rahvusvaheliste sündmuste arv. 2025 aastal defineeritakse sündmuste kriteeriumid ja seatakse moodsikud.

SOODUSTAME RAHVUSVAHELISTE SÜNDMUSTE TOIMUMIST

1. Mais ja septembris toimuvate sündmuste toetamine koostöös kultuuri- ja sporditeenistusega.
2. Välituristile suunatud kultuurisündmus(t)e vajaduse täpne defineerimine ja nende algatamise toetamine.
3. Rahvusvaheliste spordisündmuste ning tuntud rahvusvaheliste sündmuste (alam)sündmuste Pärnusse toomine (PÖFF, Latitude59 vmt).

ARENDAME RESTORANI- KULTUURI

1. Michelini potentsiaaliga restoranide peakokkadega kohtumise korraldamine eesmärgiga luua tegevuskava Michelini soovitude nimekirja pääsemiseks.

ARENDAME *MICE* SEGMENTI

1. Sõlmime koostöölepingud konverentsiturismi edendavate ettevõtetega ning lepime kokku tegevuskava.

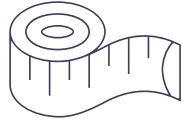
MEELITAME PIIRKONDA UUSI TURISMI- INVESTEERINGUID

1. Initsiatiivgrupi moodustamine.
2. Tegevuskava koostamine.





TÄNASTE
SIHTTURGUDE
ARENDAAMINE



1. Ööbimiste arv kasvab strateegiaperioodi keskel keskmiselt vähemalt 4,6% aastas.
2. Küllastajate rahulolu Pärnu turismiteenustega (GRI indeks) on 88,8%

**PÖÖRAME SOOME
TURISTIDE ARVU
KASVULE**

1. Kaardistame meile olulised segmendid ning nende tänase olulisuse pakkujatele.
2. *Wellness ja medical* kliendisegmentidele suunatud kampaaniad.
3. Kultuuri-ja pärandihuvilise segmendi kasvatamine.

**SUURENDAME
LÄTI TURISTIDE
ARVU**

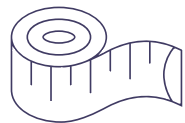
1. Kaardistame meile olulised segmendid ning nende tänase olulisuse pakkujatele.
2. Pereturistidele suunatud kampaaniad.
3. MICE klientide segmendi testimine.

**SISETURISMI
KASVATAMINE**

1. Orgaaniline digiturundus (+ tasuline võimendus).
2. PR tegevused.
3. Ettevõtjate eelarvetest finantseeritavate ühiskampaaniate koordineerimine.

**NIŠITURISMI
SÜSTEEMNE
ARENDAAMINE**

1. Kaardistame loodusturismi ja karavaniturismi mahud.
2. Loodusturism: koostööprojektid VisitEstonia, Loodusturismiühinguga.
3. Karavaniturism: koostööprojektid teiste DMO-dega
4. Nišiturismi orgaaniline sisuturundus

PIIRKONNA
ÜHTLANE
ARENG

- Ööbimiste arvu kasv ja ühtlasem jagunemine maakonnas ja linnas. Algtase: 2023 aastal ööbis linnas 88% piirkonda külastanud turistidest ja linnast väljas 12%.

SUURENDAME
PIIRKONNA
ÜHTSUSTUNNET

1. Loo me turismiettevõtjate kaasamise hea tava.
2. Korraldame kontaktüritusi.

SUURENDAME
RAHVUSVAHELIST
DIGINÄHTAVUST

1. Digiturunduse jätkuv toetamine.
2. Teeme ingliskeelsete kirjelduste „spurdi“ – nügime väliturupotentsiaaliga ettevõtete mitmekeelseks muutmist ning kvaliteetsete fotomaterjalide loomist.
3. Visit Pärnu kanalite rahvusvahelise nähtavuse suurendamine

PARANDAME TEENUSTE
JA TURISMIINFO
KÄTTESAADAVUST

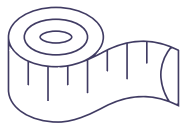
1. „Täna Pärnus“ lehe kuvamine erinevates avalikes kohtades asuvatel ekraanidel.
2. Turismiinfovõrgustiku kasvatamine.
3. Teenuste ligipääsetavuse arendamine keskendudes peamiselt külastajale info levitamisele.

ARENDAME
TURISMITOODETE
JUHTIMIST

1. Arendame turismitooteid (nt rannaala ja Pärnu jõe äärne piirkond) läbi erinevate teemagruppide loomise.
2. Nn „Kuldse ringi“ loomine koos logistikalahendusega (hop on / hop off, teenusepakkuja transfer, rendiauto).
3. „Täna Pärnus 2.0“ – marsruutide koostamine ja ostmine (esimene samm: teostatavuse ja ROI hindamine).



KOGUKONNA
KAASAMINE JA
VALDKONNA
MAINE
KUJUNDAMINE



- Elanike rahulolu kasv turismiga nende kodukohas. 2023 aastal tehti vastav uuring Pärnu linnas. Rahulolud: majandus: 3,47, keskkond 2,98, kultuur 3,43, sotsiaalsus 3,23, rahulolu turismiga 2,99, kaasamine 3,25.

MÕÕDAME JA SELGITAME TURISMI MÕJU PIIRKONNA ARENGULE

1. Loomme koos ekspertidega Pärnu majutussektori turismi-majanduslikku mõju hindava metoodika (hindame kõigi majutusasutuste, sh külaliskorterite ja karavanituristide mahtu ja mõju).
2. Turismi mõju selgitamine kohalikule kogukonnale.

ETTEVÕTJATE NÜGIMINE KESTLIKU MÕTTEVIISI JUURUTAMISEKS

1. Ettevõtjate nügimine kestliku mõtteviisi juurutamiseks.
2. Green Destination programmi koordineerimine ning üle-eestilisest rohelistest sihtkohtade võrgustikus osalemine.

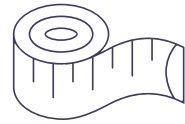
ÕPETAME TURISMIMAJANDUST JA LOOME NOORTELE SUVISEID TÖÖVÕIMALUSI

1. Käivitame gümnaasiumis turismiteeninduse õpetamise pilootprojekti vähemalt ühes koolis.
Õppe eesmärk on tutvustada sektorit ja motiveerida noori sektoris töötama ning seeläbi vähendada ettevõtete tööjõupuudust tipphooajal.





STRATEEGILINE
JUHTIMISE
JÄRJEPIDEVUS



- Mõõdetakse läbi tegevusmõõdikute.

MIDA JA KES
ARENDAB?

ARENDAME RAHVUSVAHELISI ÜHENDUSI

1. Lennuliikluse taaskäivitamine.
2. Alates 2026 RailBalticu peatusest algava klienditeekonna (sh logistika) arendamise tegevuskava koostamine

LEPIME KOKKU PIKA PLAANI

1. Turismi rahastuse proportsioonide kokkuleppimine - omavalitsuste ja ettevõtjate panus
2. Osalemine projektides, mis annab võimaluse suurendada arendus- ja turundustegevuste eelarvet.
3. Regulaarne strateegia mõõdikute analüüsimine.



STRATEGIA ELLUVIIMINE

STRATEGIA LOOMINE

