

visit PÄRNU

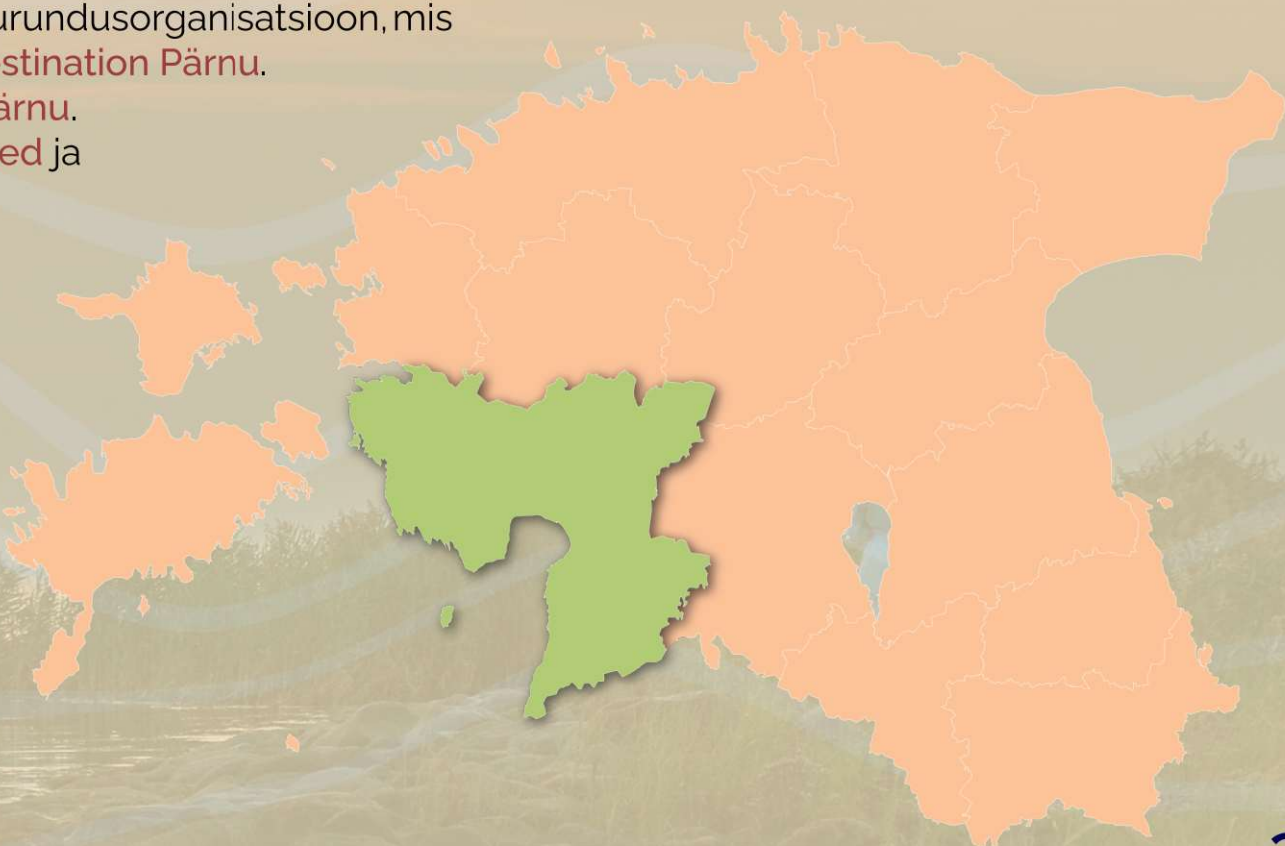
Pärnu  
turismisihtkoha  
strateegia  
2025-2029

# Sissejuhatus

Suvepealinn Pärnu ja kaunis Pärnumaa on läbi aegade olnud hinnatud turismisihtkoht nii siseturistide kui ka välismaalaste seas. Piirkond on tuntud oma kuurortide, spaade, rahvusparkide ja Läänemere kõige soojema mereveega ranna poolest. Viimastel aastatel on turismipakkumisse lisandunud UNESCO maailmapärandi nimistusse kantud objektid ning loodusturism on samuti tõusuteel. Arvestades turismi olulist majanduslikku, sotsiaalkultuurilist ja keskkondlikku mõju piirkonnale, on turismi strateegiline arendamine ja edendamine olulise tähtsusega. Siinne strateegia seab piirkonna arengueesmärgid perioodiks 2025–2029.

Strateegia elluviimist koordineerib **Pärnu DMO** (ingl *destination management organisation*) ehk turismisihtkoha juhtimis- ja turundusorganisatsioon, mis koosneb **Pärnu Linnavalitsusest** ja **MTÜ-st Destination Pärnu**.

Turismi piirkonna brändina on kasutusel **Visit Pärnu**. DMO partnerid on kõik **Pärnumaa omavalitsused** ja **Leader-tegevusgrupid**, kes on esindatud **turisminõukoja** kaudu.



# Turismi mõju piirkonnale

Turismi mõju Eesti majandusele on **oluline**.

- Turismiteenuste eksport 2023. aastal oli 1,9 miljardit eurot, moodustades 6,3% Eesti koguekspordist.
- Iga väliskülastaja kulutatud ühest eurost jõuab 0,26 eurot maksudesse.
- Iga turismiettevõtte käibe üks euro loob 0,46 eurot lisandväärtust teistes sektorites.

Lisaks majanduslikule mõjule aitab turism oluliselt kaasa kohaliku kultuuri ja elustiili arengule. Turism on toetanud restoranikultuuri mitmekesisustumist ja tõstnud esile Eesti toidutraditsioone. Samuti on turismi kasv soodustanud kultuurisündmuste sagedamat toimumist ning seega pakkunud nii kohalikele elanikele kui ka külalistele rikkalikke elamusi. Samas on oluline, et turismi edendamine toimuks viisil, mis ei kahjusta keskkonda ega kohalike elanike heaolu, ning tagaks piirkonna jätkusuutliku arengu.

Seega on turism eksportiva sektorina oluline **heaolu kasvataja**, regionaalse **ettevõtluse ja kohaliku elu edendaja**, kuid seejuures tuleb arvestada ka keskkonna- ja kultuurimõjusid. Riiklik turismistrateegia 2022–2025 on seadnud eesmärgi, et Eesti **kultuuri-, loodus- ja toiduturismi tooted** oleksid omanäolised ja kestlikud ning pakuksid ehedaid elamusi. Sihtkohtade arendamise eesmärk on tuua Eestisse **teadlikke ja mitmekesise tarbimisuviga väliskülastajaid** ning anda neile põhjust siin **pikemalt viibida**.



# Pärnu turismisihtkoha strateegia 2025–2029 koostamise lühiülevaade

Pärnu turismisihtkoha strateegia koostati ajavahemikul aprill kuni august 2024, mille raames toimus veebiküsitlus, neli arutelu ja neli virtuaalkohtumist arutelude tulemuste valideerimiseks.

Strateegia loomisesse olid kaasatud kohalikud omavalitsused, ettevõtjad, Leader-tegevusgrupid, Tartu Ülikooli Pärnu kolledž jt. Täpne loetelu osalejatest on esitatud lisas 1. Koostamise vahekokkuvõtted olid kogu protsessi jooksul osalejatele ja huvilistele kättesaadavad Visit Pärnu kodulehel<sup>1</sup>.

Strateegia koostamist nõustas Loovusait OÜ.



Strateegia alamleht:



<sup>1</sup> Strateegia alamleht: <https://visitparnu.com/parnu-turismisihtkoha-strateegia-20252029/>.

# Trendid turismis

2024. aasta suvel seisab Eesti turismisektor silmitsi **mitme katsumusega**, mis tulenevad koroonakriisist, energiahindade kõikumisest, tarbijaootuste muutumistest ja geopoliitilistest pingetest.

- Kuidas reageerida sellele, et reisi planeerimise ja etteostmise aeg lüheneb ning otsuseid tehakse sageli viimase hetke informatsiooni põhjal? Kas suudetakse kohaneda nende kiirete muutustega ja pakkuda paindlikke lahendusi?
- Milliseid samme peame astuma, et säilitada turvalisuse osatähtsust reisiotsuste tegemisel, arvestades uusi riske ja geopoliitilisi pingeid, mis võivad mõjutada turismi Pärnus?
- Kuidas tagada digikanalite efektiivsus ja usaldusväärsus infoallikatena nii, et säiliks ka omavaheline reisisoovituste olulisus reisiotsuste tegemisel?
- Kuidas tagada, et toodete pakkumise ning sektori arengute käigus säiliks tasakaal looduse, kohaliku kogukonna ja külaliste vahel?

Sektor on hakanud küll taastuma, kuid kriisieelset taset ei ole veel saavutatud – 2023. aastal veetsid turistid Eesti majutusettevõtetes 6,37 miljonit ööd (8% ehk 592 000 võrra vähem kui 2019. aastal). Sealjuures veetsid **siseturistid** 2023. aastal majutusettevõtetes **16% rohkem öid** kui 2019. aastal ning **välisturistid 23% vähem** kui 2019. aastal.

Oluliselt on kasvanud majutusettevõtete kulud – kasvanud on nii energia- kui tööjõukulud ning ees on ootamas maksutõusud. Sektori arenemiseks, töökohtade säilitamiseks ja konkurentsivõime tagamiseks peab lisaks ööbimiste arvule kasvuga käsikäes käima ka majutuse hind. Pärnu turismisektor on liikunud samas rütmis – turiste on järjest rohkem, kuid 2019. aasta tasemele ei ole veel jõutud. Pärnu suurimad sihtturud 2023. aastal olid **Soome** (53% ööbimistest) ja **Läti** (23%). Lätlastest ööbijate arv on 10 aastaga (2013–2023) kasvanud **5,3 korda**, ulatudes 2023. aastal 97 000 ööbimiseni. Soomlastest ööbijate arv on samal perioodil **39% langenud**, ulatudes 2023. aastal 224 000 ööbimiseni<sup>2</sup>.

Pärnu suurimad sihtturud 2023



<sup>2</sup> Muutus aastate lõikes on esitatud lisas 2.

Statistikaameti andmetel on Pärnu voodikohtade arvu alusel (vähemalt viie voodikohaga majutustetevõtted) Eestis suuruselt teine piirkond – siin on üle 8800 voodikoha, millest rohkem on vaid Harjumaal (23 300 voodikohta).  
**Ka ööbimiste arvu järgi ollakse Eestis teisel kohal.**

Majutatute arv on pikalt **sarnasel tasemel püsinud** – perioodil 2005–2023 on kasv olnud 18%. Tippahooaja (juuni– august) osakaal kogu aasta ööbimistest Pärnumaal on aastatel 2005–2023 olnud **umbes 50%** või veidi alla selle (v.a COVID-19 esimene aasta).

### **Eelmisesse Pärnu turismistrateegia (2021–2025) perioodi jääb mitmeid positiivseid saavutusi:**

- Piirkonnas on käivitatud **uus sihtkoha arenduse mudel**.
- **Haabjas** jõudis UNESCO kultuuripärandi nimistusse. Meie piirkonnal on nüüd UNESCO nimistus kaks kultuurinähtust: Kihnu kultuuriruum ning ühepuulootsiku ehitamine ja kasutamine Soomaal.
- Märgiline saavutus on olnud ka Pärnu linna **jõeäärse turismipiirkonna käivitamine**.
- Samuti on tehtud edusamme **roheteemadel**. Pärnu saavutas 2023. aastal Green Destinationsi hõbetaseme, mille raames toodi tugevustena välja Pärnumaa sihtkoha juhtimine, kultuuri- ja looduspärandi säästev eksponeerimine turismi huvides, sotsiaalne heaolu sihtkohas ning kohalike ettevõtete toetamine. Eelneva strateegiaperioodi rohepöörde üheks olulisemaks eesmärgiks oli 15 ettevõtja liitumine Green Key märgisega. Strateegia perioodil oli uus liitujaid kokku 11. Lisaks said 9 Soomaa ja Matsalu piirkonna turismiettevõtjat EUROPARC-i sertifikaadi.
- Kuigi lennuühendused ei ole olnud järjepidevad, on lennujaama olemasolu jätkuvalt oluline eeldus sektori kasvuks lähitulevikus.

**Statistikaameti andmetel  
on Pärnu nii voodikohtade arvu  
kui ööbimiste arvu järgi Eestis teisel kohal.**

# Pärnu sihtkoha visioon ja ühised väärtused

Meie visioon on saada Põhjamaade suvepealinnaks, pakkudes aastaringselt avastamisrõõmu ja mitmekesiseid elamusi. Pärnumaa on koht, kus igal aastaajal ootavad sind unustamatud kogemused. See on nagu mõnus mälestus, mida tahad ikka ja jälle jagada. Siin leidub parimaid elamusi hommikust õhtuni, hotellist restoranini, rannast rabani. Erakordsed inimesed ja meeldejäävad hetked saadavad sind igal sammul. Pärnus tunneme, et suvi on midagi enamat kui lihtsalt aastaaeg—see on tunne.

Piirkonna ühised väärtused turismi arendamisel on jätkuvalt samad, mis eelmisel strateegiaperioodil.

## 1. Väärtustame loodus- ja elukeskkonda

- Hoiame ja arendame Pärnu loodus- ja elukeskkonda.
- Kutsume ka meie külalisi hindama ja väärtustama meie kvaliteetset looduskeskkonda.
- Toetume piirkonna üldistele ja 2035. aastaks seatud arengusuundadele, milles on kesksel kohal loodussõbraliku, jätkusuutliku ja kvaliteetse elukeskkonna areng.

## 2. Oleme külalislahked

- Külalised on alati oodatud.
- Kohalikud elanikud suhtuvad turismi positiivselt.
- Turistidele ruumi jagub. Isegi 2019. aastal, kui turistide arv Pärnus saavutas kõigi aegade rekordi, ei ületanud nende hulk siinsete elanike hinnangul veel kriitilist piiri. Madalhooajal ja maakonnas tervikuna hinnatakse külaliste arvu praegu liiga väikseks ja pingutatakse, et tagada külalistele positiivne kogemus.

## 3. Toimime vastutustundlikult ja kogukonda arvestavalt

- Hoiame tasakaalu elanike ja turistide ootuste vahel.
- Peame esmatähtsaks turvalisust.

Pärnu kui sihtkoha visioon on  
saada Põhjamaade suvepealinnaks.

“

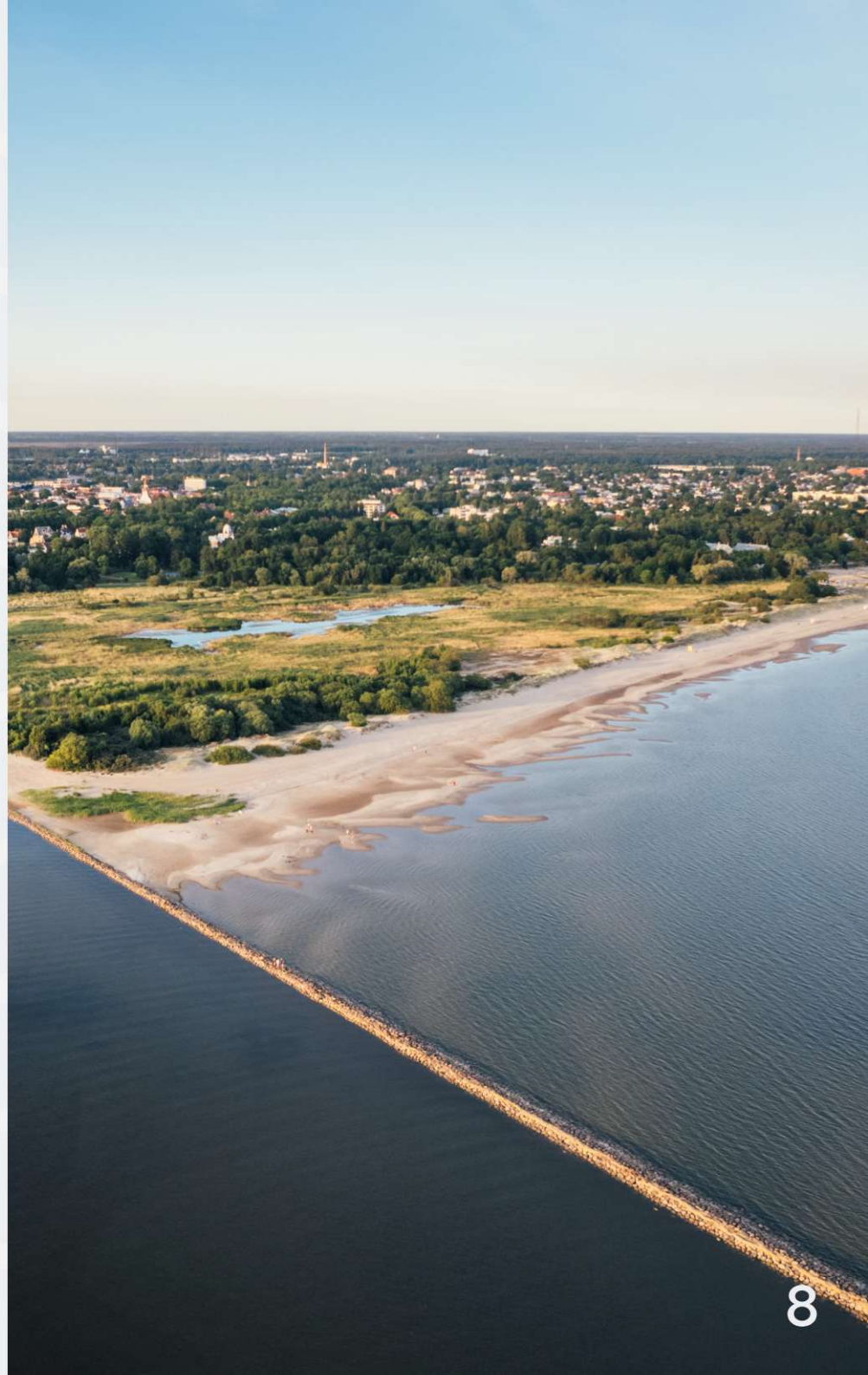
# Strateegiline põhieesmärk ja suurimad väljakutsed selle saavutamiseks

Strateegiaperioodi põhieesmärk on septembrist maini kestva madalhooaja lühendamine. Esmalt keskendume kahele kuule – maile ja septembrile, sest need on vahetult kõrghooajaga külgnevad kuud. Tulemusi hinnatakse järgmiste mõõdikute<sup>3</sup> abil.

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

---

<sup>3</sup> Strateegia koostamise üks lähtekoht oli, et eesmärgid peavad olema mõõdetavad. Turismisektori suur väljakutse on aga sobiva mõõdiku puudumine, kättesaadav info ööbijate arvu kohta ei kajasta kõiki ööbimisi (näiteks Airbnb, Bookingu kaudu broneeritavad külaliskorterid) ega turiste (karavanituristid jmt), samuti ei kajastu piirkonnas tehtud kulutused ega võimalik negatiivne mõju keskkonnale. Üks eesmärk on alatatada koostöös Tartu Ülikooli Pärnu kolledžiga uue mõõdiku loomise pilootprojekti. Lisaks võtame mõõdikuna aluseks GRI ehk *Global Review Index*'i, mis kajastab külastajate rahulolu turismiettevõtjate kvaliteediga. Selle kohta on võimalik leida rohkem infot Puhka Eestis veebilehelt: <https://puhkaeestis.ee/et/traveltrade/kuidas-taiustada-kliendikogemust-reviewpro>.



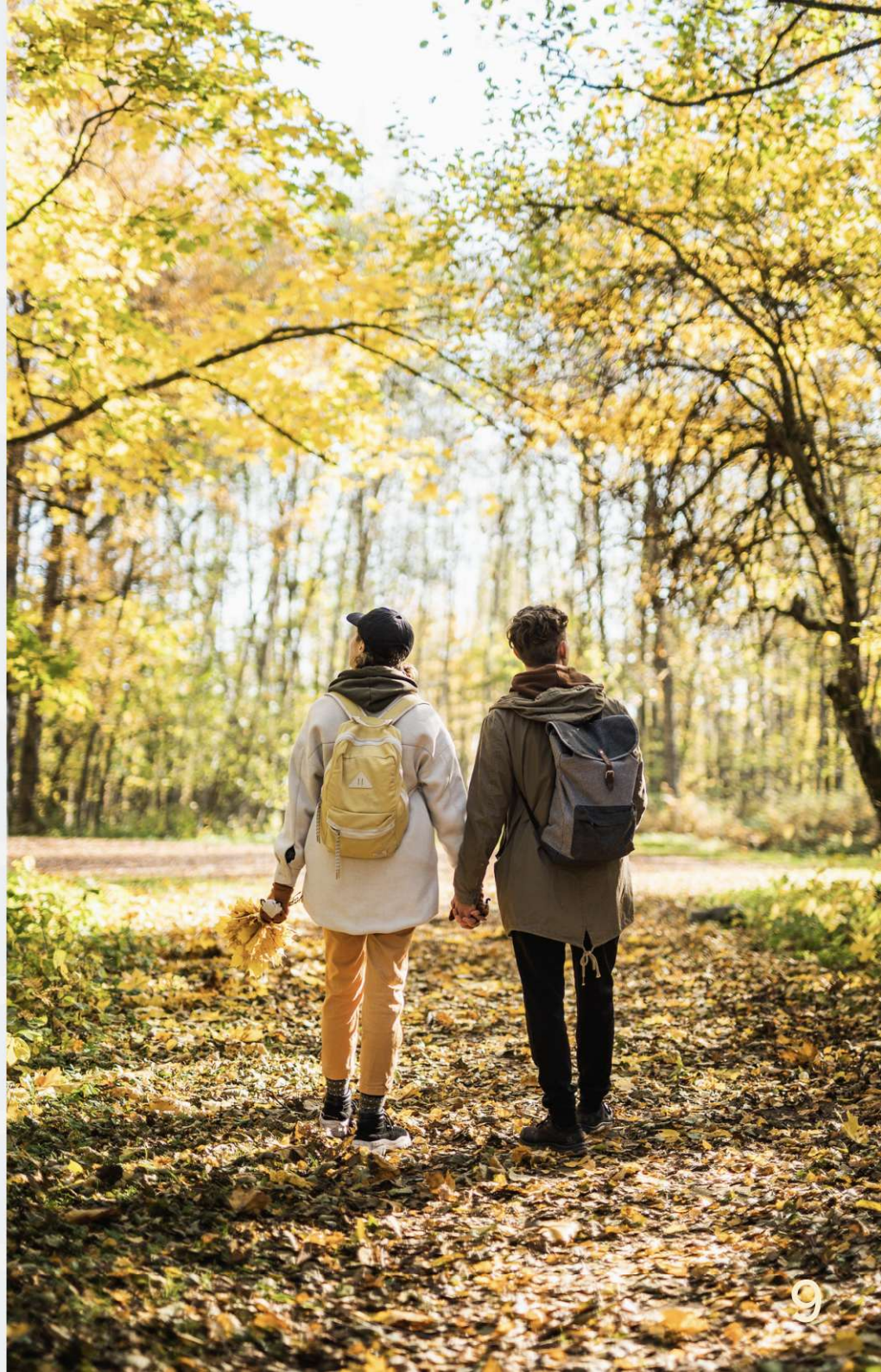
Strateegia koostamise käigus pandi kirja viis põhilist väljakutset, mille lahendamisele sel perioodil keskendutakse:

1. Hooajalisuse vähendamine
2. Praeguste sihtturgude arendamine
3. Piirkonna ühtlane areng
4. Kogukonna kaasamine ja valdkonna maine kujundamine
5. Strateegilise juhtimise järjepidevus

Iga väljakutse juures lepidi kokku arengusuunad, eestvedajad, mõõdik (probleemi lahendamise mõõtmiseks) ja esmased tegevused koos tegevusmõõdikutega. Tegevusi uuendatakse igal aastal.

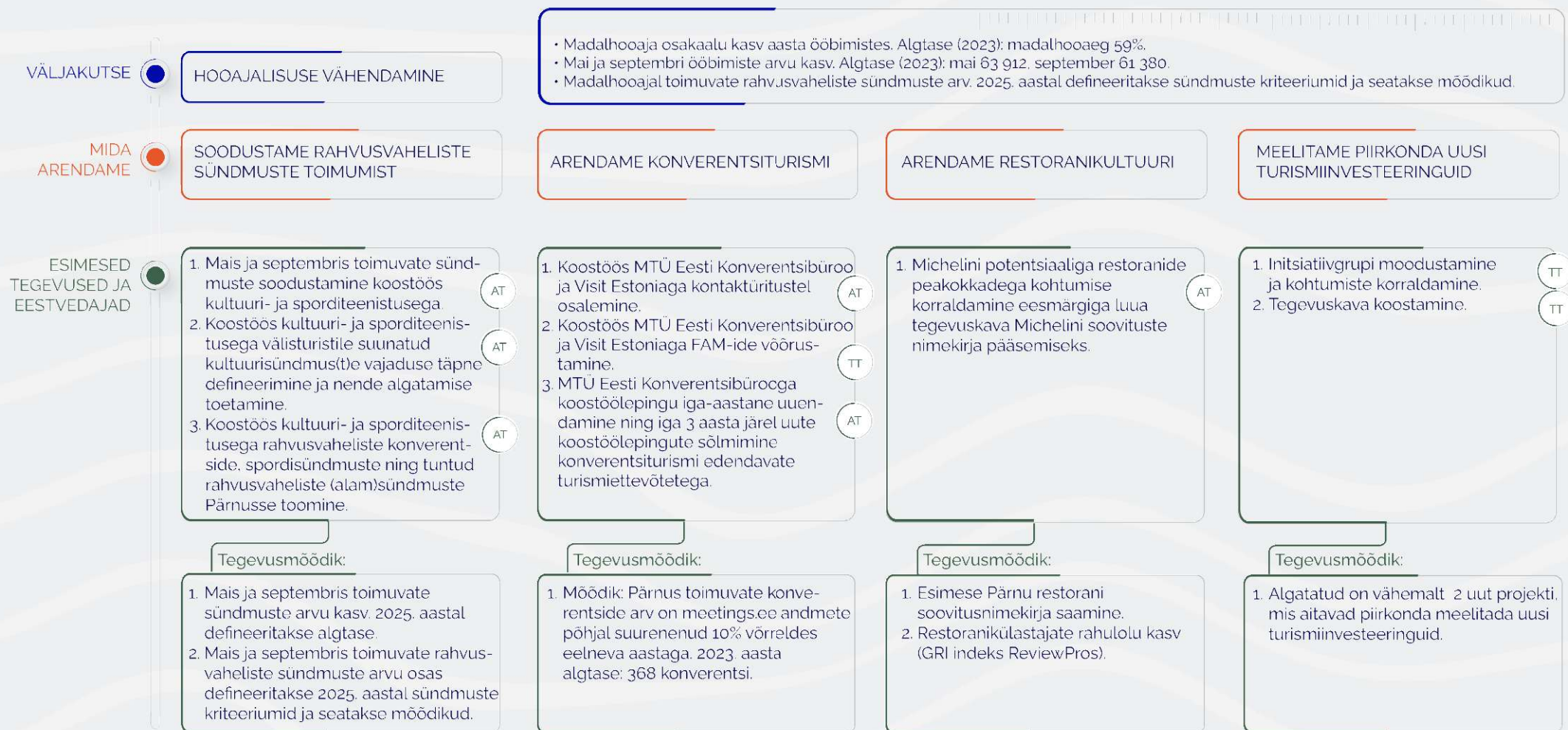
Tegevuste eestvedamine on jagatud arendustiimi (AT) ehk Pärnu Linnavalitsuse turismitiimi, turundustiimi (TT) ehk Destination Pärnu tiimi ja Pärnu linnavalitsuse liikmete (LV) vahel (Lisa 4).

Järgnevad peatükid annavad detailse ülevaate iga väljakutse eesmärkidest ja peamistest tegevustest.



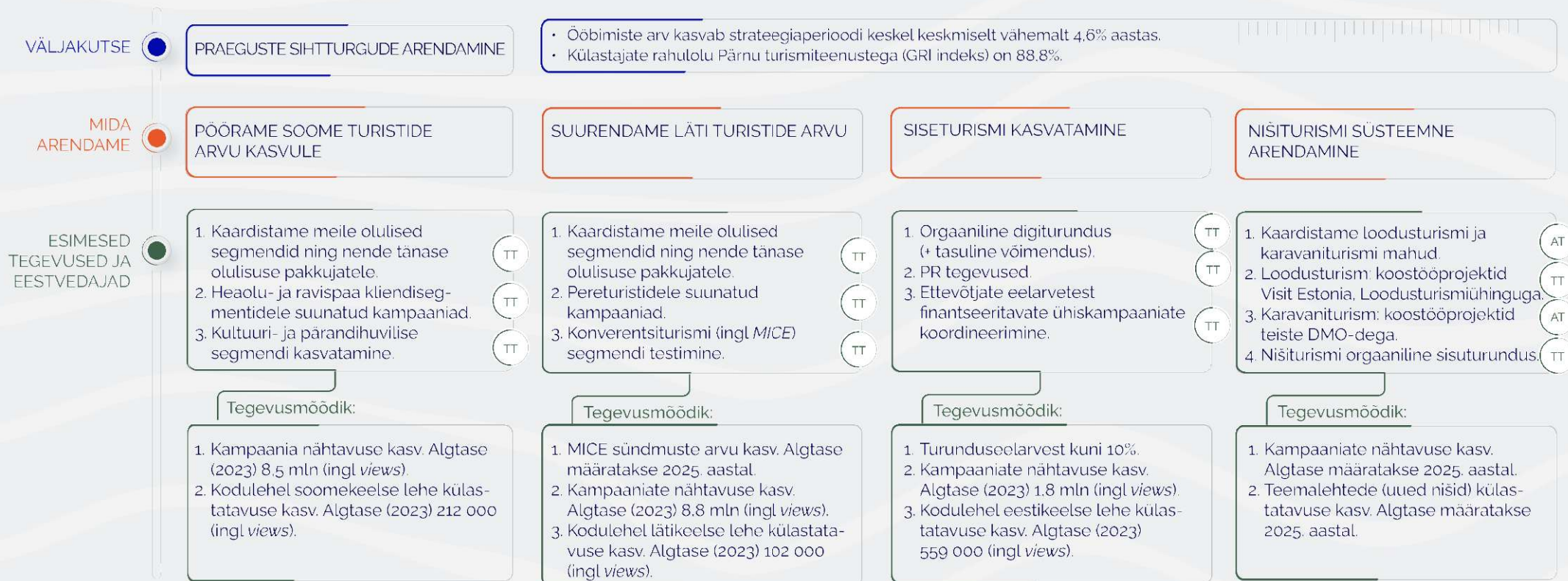
# Hooajalisuse vähendamine

Voodikohtade arvu poolest oleme Eestis teisel kohal (vaid Harjumaal on rohkem). Ööbimiste arv ning tipphooaja osakaal on kahe kümnendi jooksul püsinud platoonil. Arenguks vajame rahvusvahelisele külastajale suunatud suure potentsiaaliga sündmusi, tipptasemel restorane ja suurt turismimagnetit.



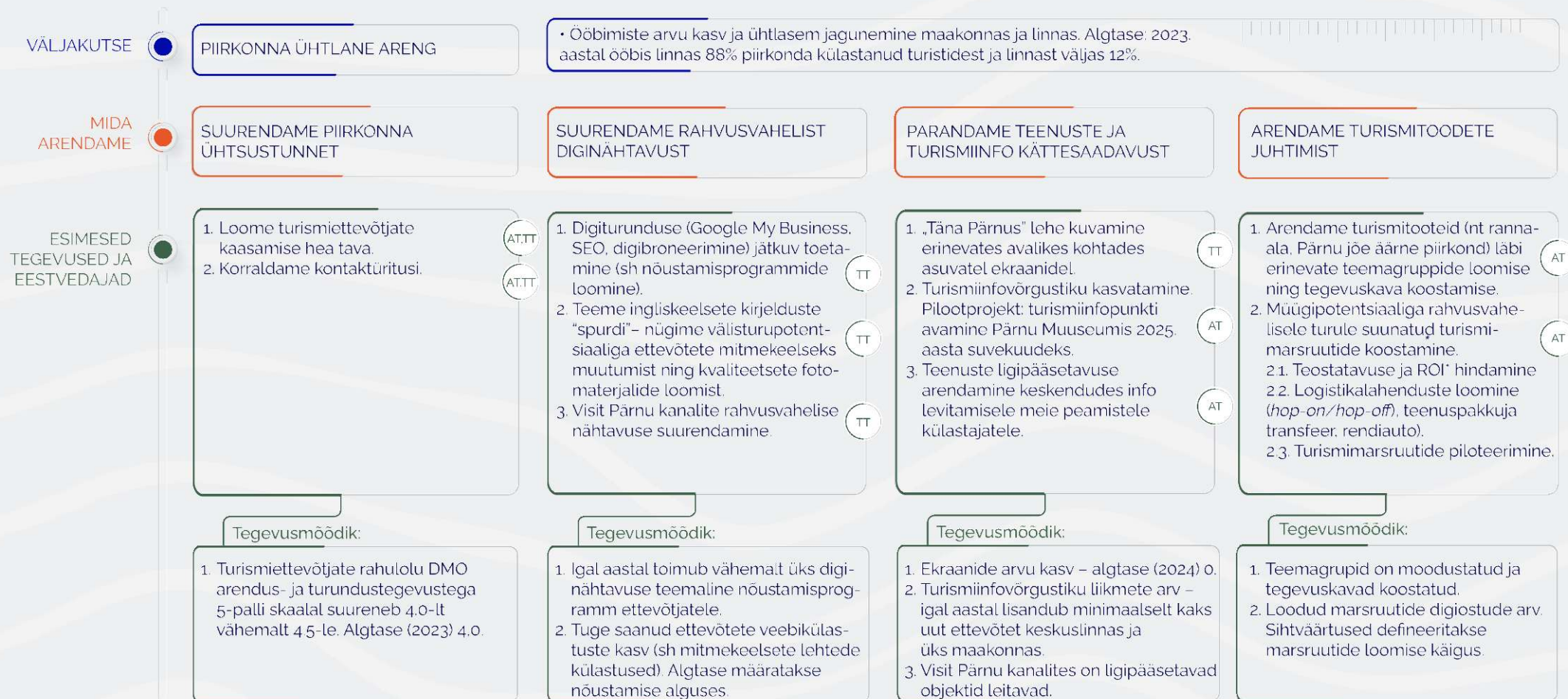
# Praeguste sihtturgude arendamine

Suurima välisturu ehk Soome turistide arv Pärnus on langenud. Meie kaks peamist välisturgu moodustavad välisturistidest 76%, seetõttu on esmatähtis Soome ja Läti välisturge hoida ja arendada.



# Piirkonna ühtlane areng

Oleme tuntud kuurordi ja suvepealinnana, aga rahvuspargid, UNESCO pärlid ja eri piirkondade turismialgatused aitaks meil rohkem eristuda ja pakkuda laiemat elamuste valikut.



\*ROI (ingl *Return on Investment*) ehk investeeringu tasuvus on finantsmöödik, mis väljendab investeeringu tasuvust.

# Kogukonna kaasamine ja valdkonna maine kujundamine

Turismisektor on suure majandusliku, sotsiaalkultuurilise ja keskkondliku mõjuga. Selle tõttu on vaja keskenduda sektori tegevusega seotud negatiivsete mõjude minimeerimisele ning suurendada turismi positiivset panust kohaliku elu edendamisse.

VÄLJAKUTSE

KOGUKONNA KAASAMINE JA VALDKONNA MAINE KUJUNDAMINE

• Elanike rahulolu kasv turismiga nende kodukohas.  
Algtaseme määrab 2023. aastal Pärnu linnas tehtud uuring, kus elanikud hindasid neljapalliskaalal rahulolu turismi mõjuga kuue teema lõikes: majandus 3,47, keskkond 2,98, kultuur 3,43, sotsiaalsus 3,23, rahulolu turismiga 2,99, kaasamine 3,25.

MIDA  
ARENDAME

MÕÕDAME JA SELGITAME TURISMI MÕJU  
PIIRKONNA ARENGULE

ETTEVÕTJATE NÜGIMINE KESTLIKU  
MÕTTEVIISI JUURUTAMISEKS

ÕPETAME TURISMIMAJANDUST JA  
LOOME NOORTELE SUVISEID  
TÖÖVÕIMALUSI

ESIMESED  
TEGEVUSED JA  
EESTVEDAJAD

1. Looime koos ekspertidega Pärnu majutussektori turismimajanduslikku mõju hindava metoodika.
2. Turismi mõju selgitamine kohalikule kogukonnale.

AT

AT,TT

Tegevusmöödik:

1. Viime 2026. aastal läbi uue möödiku pilootprojekti.
2. Kommunikime turismimõju läbi meediakajastuse – vähemalt 2 artiklit vm meediakajastust aastas.

1. Kestliku mõtteviisi juurutamiseks tegeleme ettevõtjate nügimisega.
2. Green Destinations programmi koordineerimine ning üle-eestilises roheliste sihtkohtade võrgustikus osalemine.

AT

AT

Tegevusmöödik:

1. Green Destinations programmi kuldtasemele jõudmine.
2. Keskkonnamärgiste arv: tänased märgiste omanikud säilitavad märgise ja igal aastal lisandub minimaalselt üks uus keskkonnamärgis.

1. Koostöös haridusosakonnaga populariseerime turismiteeninduse õpetamist gümnaasiumi(de)s.

AT

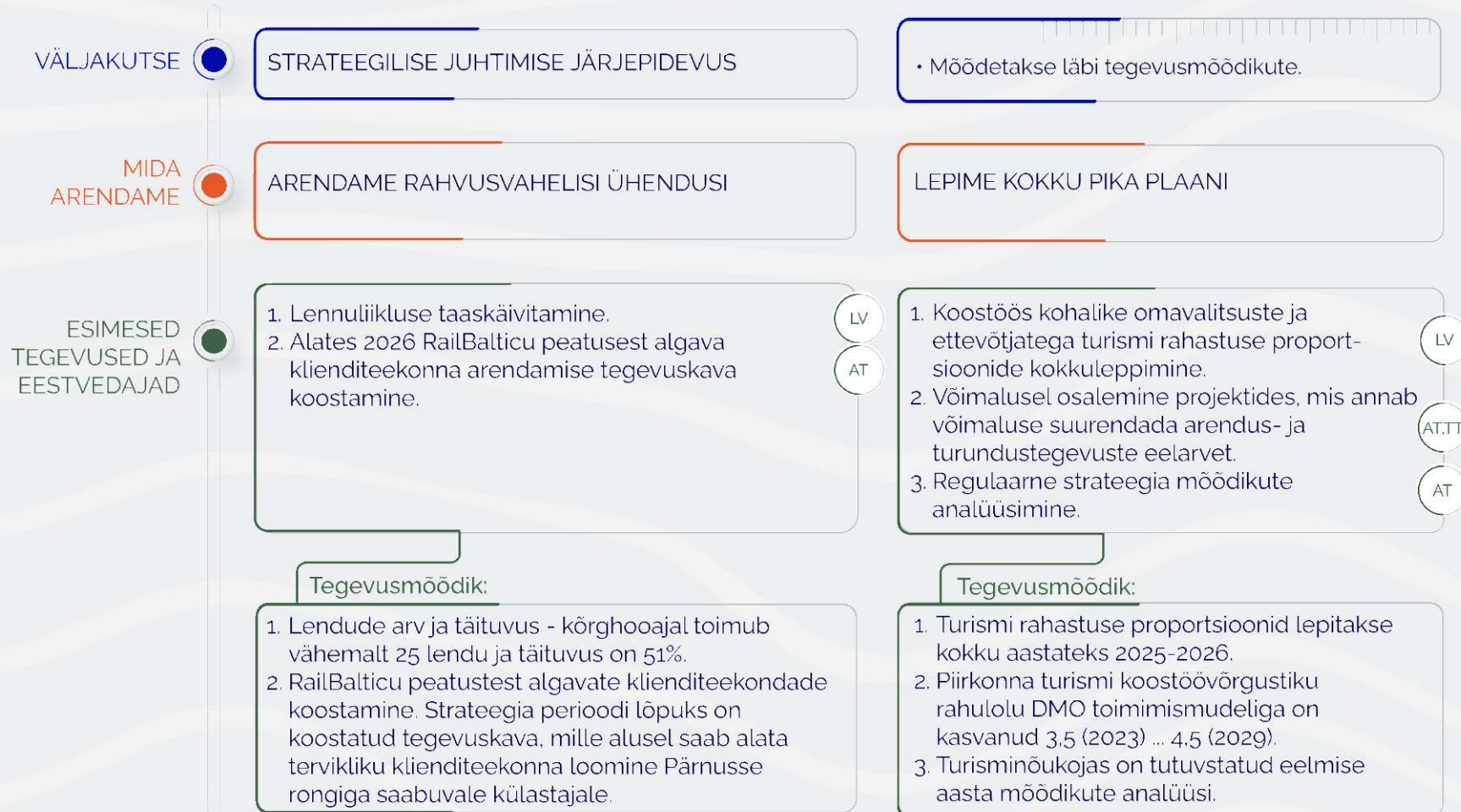
Õppe eesmärk on tutvustada sektorit ja motiveerida noori sektoris töötama ning seeläbi vähendada ettevõtete tööjõupuudust tipphooajal.

Tegevusmöödik:

1. Osalevate gümnaasiumide arv ja nende hinnang tulemuslikkusele (osalejate arv, rahulolu).

# Strateegilise juhtimise järjepidevus

Strateegia elluviimisel on oluline strateegilise juhtimise järjepidevus ja süsteemsus.



# Lisa 1. Pärnu turismisihtkoha strateegia 2025–2029 koostamisel osalejad

## Täname panuse eest turismistrateegia koostamisel:

Heli Tooman, Margrit Kärp ja Aime Vilgas (Tartu Ülikooli Pärnu kolledž), Andrus Aljas (Estonia Spa Hotels AS), Irina Talviste (Pärnu Linnavalitsus), Ene Täht (Pärnu Linnavalitsus), Eveli Ilvest (MTÜ Pärnu Lahe Partnerluskogu), Esta Tamm (MTÜ Liivi Lahe Kalanduskogu), Oliver Paasik (Finest Rannahotell OÜ), Aino Viinapuu ja Annika Parm (MTÜ Rohelise Jõemaa Koostöökogu), Veera Leas (Kihnu vald), Margus Randmäe ja Triin Lorents (MTÜ Destination Pärnu), Helen Huberg (Mamm&Frukt OÜ), Ave Lääne (Tori Vallavalitsus), Raivo Ott (Saarde Vallavalitsus), Diana Nerling (Kihnu Vallavolikogu), Birjo Piiraja (Põhja-Pärnumaa Vallavalitsus), Airi Lääne, Janeli Tehver ja Romet Rahnu (Supeluse Hotell OÜ), Aivar Ruukel (MTÜ Soomaa Turism), Külli Eller (MTÜ Soomaa Turism/Kuusikaru OÜ), Margit Toodu (Lottemaa Teemapark OÜ), Katrin Suu (SA Pärnu Muuseum), Sari Sopanen (Brackmann Arendus OÜ), Tom Aloha (Aloha Surf MTÜ), Teele Karro, Kaire Mertsin ja Gristel Rees (Pernova Hariduskeskus), Kai Tarmula, Hando Murumägi ja Kristjan Kullerkan (Pärnumaa Arenduskeskus), Annika Tamm (MTÜ Pärnu Giidide Ühing), Andres Tõlp (MTÜ Pärnu Loomelinnak), Ede Teinbas, Külli Kraner ja Aleksandr Michelson (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium), Imbi Lepik-Martinson ja Tatjana Koor (Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus), Kadri Karu (MTÜ Eesti Konverentsibüroo), Kristel Saulepp (AS Tallinna Lennujaam), Margus Eisenschmidt (Transpordiamet), Eveli Loorents (SA Eesti Kontsert/Kabli Festival MTÜ), Gerli Kõiv, Gertrud Preis ja Johanna Lepp (Pärnu Linnavalitsuse kultuuri- ja sporditeenistus), Heidy Uustalu (MTÜ Tõstamaa Käsitöökodus), Jane Rebane (Matka-Rebane OÜ), Kristel Kaubi (Pärnu Spa Hotell OÜ), Kristi Pulst (Olavi Kaubandus OÜ), Maarja Karjam ja Maido Puna (Pärnu Linnavalitsuse arenguosakond), Margit Suhhostavets (Metsaluige Turismitalu OÜ), Marika Kose (Kollamaa Puhkemaja), Marina Randväli (Levikivi OÜ), Rauno Kõrgekivi (Tervise Paradiis OÜ), Siiri Otsmann (Aeglane Hetk OÜ), Sven Feofanov (PAV OÜ), Nele Sõber (Keskkonnaamet), Riina Tõnsing ja Tiina Kiibus (Pärnumaa Kutsehariduskeskus), Marju Paas (RMK).

## Turismistrateegia kokkupanekut koordineerisid:

Indrek Maripuu (Loovusait OÜ), Annika Raadik, Silva Koemets, Eveli Uisk (Pärnu Linnavalitsus).

## Lisa 2. Peamiste sihtriikide mahtude muutus 2002–2023

Ööbimised Pärnumaal: lätlased

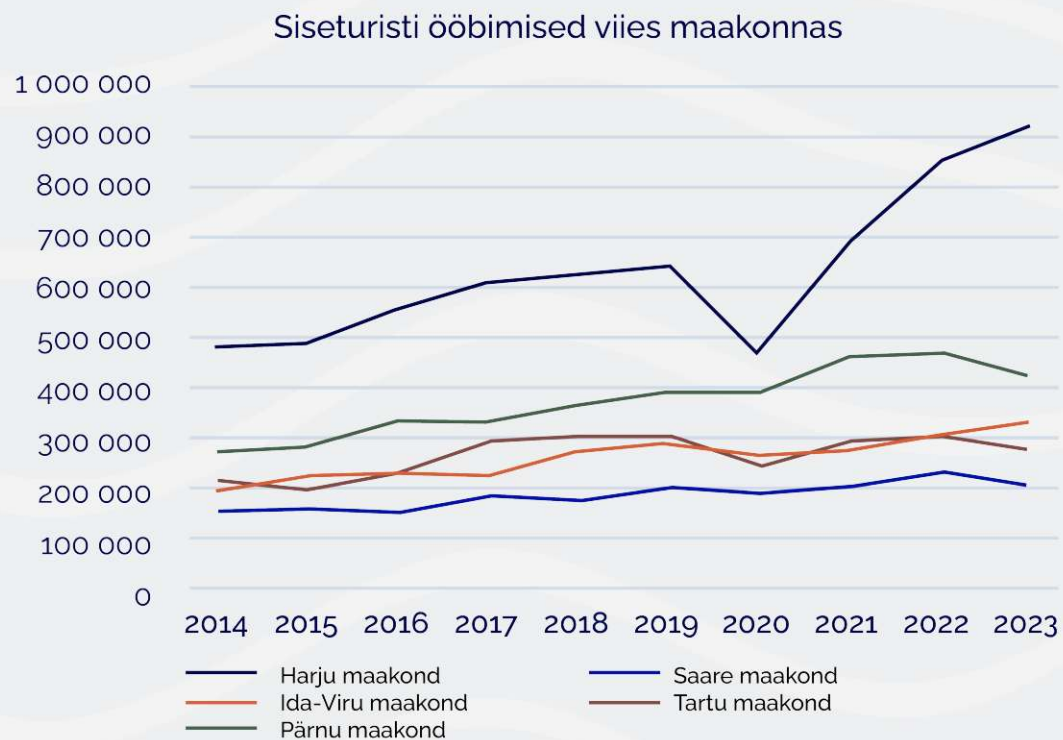


Ööbimised Pärnumaal: soomlased

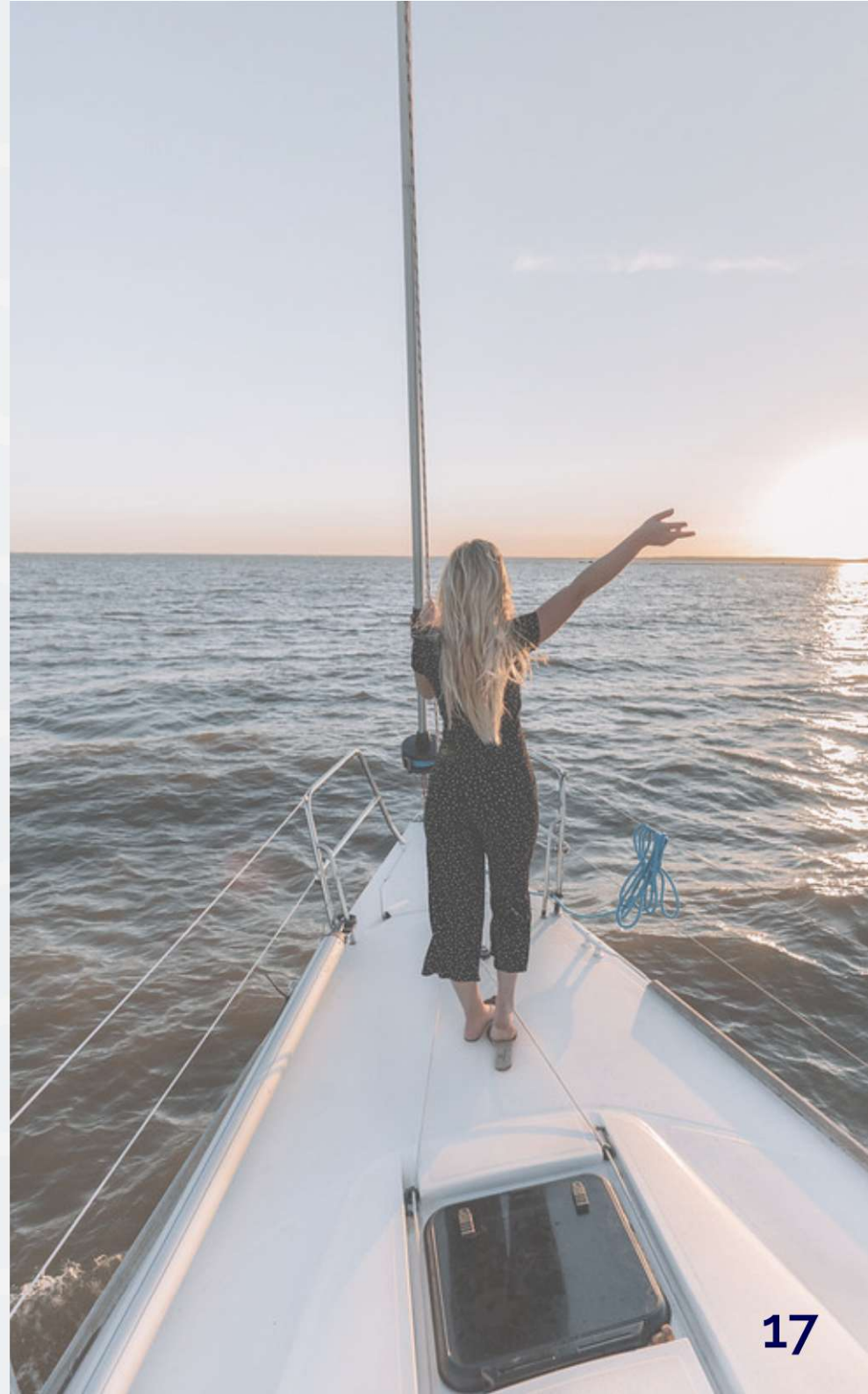


Allikas: Statistikaamet

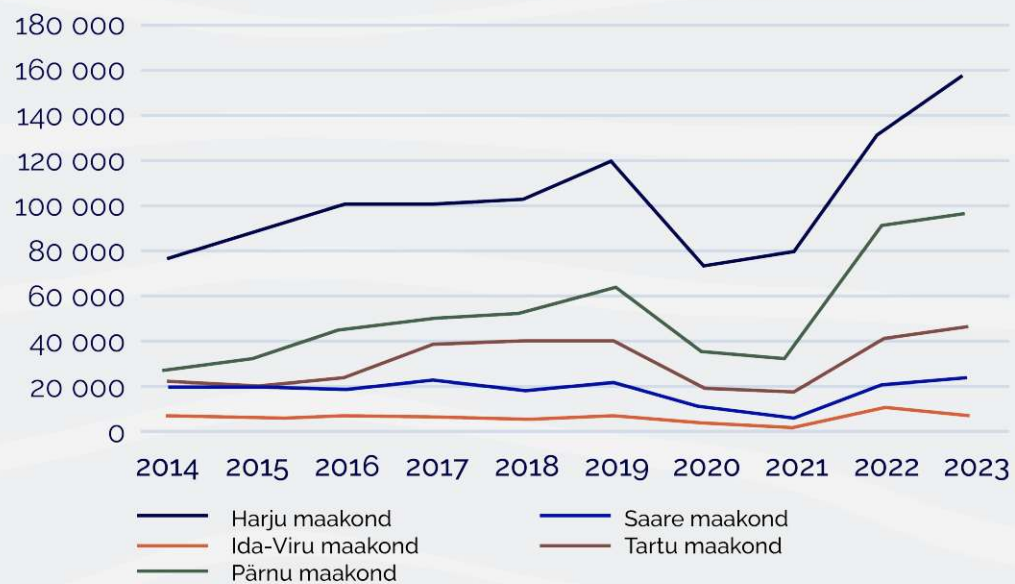
## Lisa 3. Maakondade võrdlus ööbimiste arvu alusel



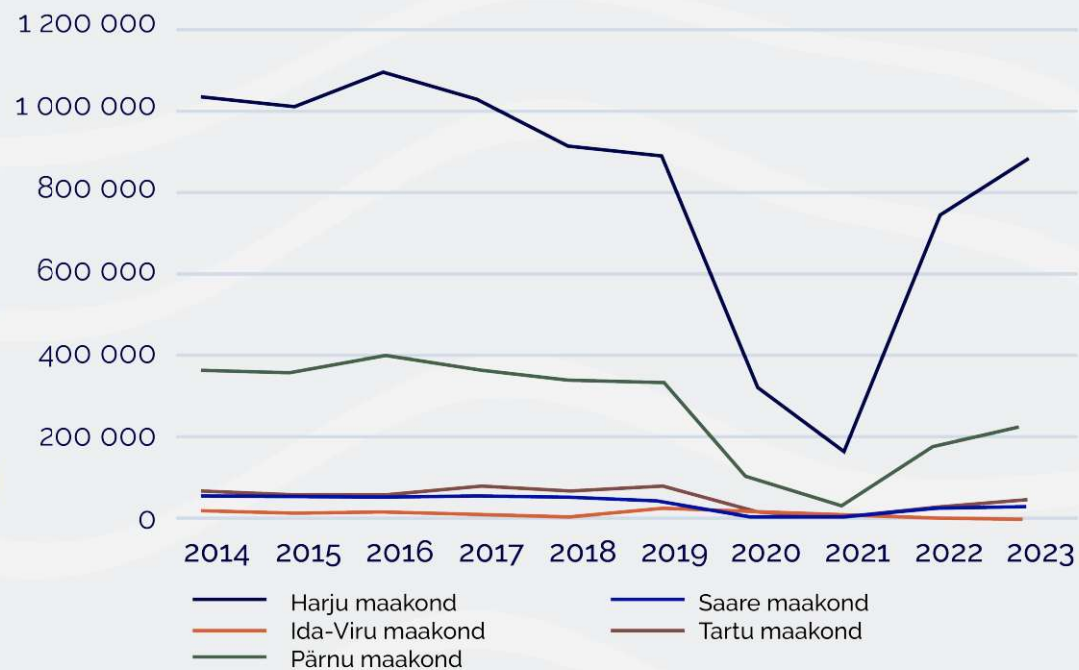
Allikas: Statistikaamet



Lätlaste ööbimised viies maakonnas



Soomlaste ööbimised viies maakonnas



# Lisa 4. Tegevuskava elluviimine 2025–2029

## HOOAJALISUSE VÄHENDAMINE

### SOODUSTAME RAHVUSVAHELISTE SÜNDMUSTE TOIMUMIST

|                                                                                                                                                          |    | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|------|------|------|------|
| 1. Mais ja septembris toimuvate sündmuste soodustamine koostöös kultuuri- ja sporditeenistusega.                                                         | AT | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 2. Koostöös kultuuri- ja sporditeenistusega välituristile suunatud kultuurisündmus(t)e vajaduse täpne defineerimine ja nende algatamise toetamine.       | AT | ✓    |      |      |      |      |
| 3. Koostöös kultuuri- ja sporditeenistusega rahvusvaheliste konverentside, spordisündmuste ning tuntud rahvusvaheliste (alam)sündmuste Pärnusse toomine. | AT | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |

### ARENDAME KONVERENTSITURISMI

|                                                                                                                                                                                |    |   |   |   |   |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|---|---|
| 1. Koostöös MTÜ Eesti Konverentsibüroo ja Visit Estoniaga kontaktüritustel osalemine.                                                                                          | AT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2. Koostöös MTÜ Eesti Konverentsibüroo ja Visit Estoniaga FAM-ide võõrustamine.                                                                                                | TT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 3. MTÜ Eesti Konverentsibürooga koostöölepingu iga-aastane uuendamine ning iga 3 aasta järel uut koostöölepingute sõlmimine konverentsiturismi edendavate turismiettevõtetega. | AT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

### ARENDAME RESTORANIKULTUURI

|                                                                                                                                                    |    |   |  |  |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|--|--|--|--|
| 1. Micheline potentsiaaliga restoranide peakokkadega kohtumise korraldamine eesmärgiga luua tegevuskava Micheline soovitude nimekirja pääsemiseks. | AT | ✓ |  |  |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|--|--|--|--|

### MEELITAME PIIRKONDA UUSI TURISMIINVESTEERINGUD

|                                                              |    |      |      |      |      |      |
|--------------------------------------------------------------|----|------|------|------|------|------|
| 1. Initsiatiivgrupi moodustamine ja kohtumiste korraldamine. | TT | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 2. Tegevuskava koostamine.                                   | TT |      | ✓    |      |      |      |
|                                                              |    | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |

## PRAEGUSTE SIHTTURGUDE ARENDAMINE

### PÖÖRAME SOOME TURISTIDE ARVU KASVULE

|                                                                                  |    | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|------|------|------|------|------|
| 1. Kaardistame meile olulised segmendid ning nende tänase olulisuse pakkujatele. | TT | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 2. Heaolu- ja ravispaa kliendisegmentidele suunatud kampaaniad.                  | TT | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 3. Kultuuri-ja pärandihuvilise segmendi kasvatamine.                             | TT |      | ✓    |      |      |      |

### SUURENDAME LÄTI TURISTIDE ARVU

|                                                                                  |    |   |   |   |   |   |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|---|---|
| 1. Kaardistame meile olulised segmendid ning nende tänase olulisuse pakkujatele. | TT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2. Pereturistidele suunatud kampaaniad.                                          | TT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 3. Konverentsiturismi (ingl <i>MICE</i> ) segmendi testimine.                    | TT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

### SISETURISMI KASVATAMINE

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

### NIŠITURISMI SÜSTEEMNE ARENDAMINE

|                                                                         |    |      |      |      |      |      |
|-------------------------------------------------------------------------|----|------|------|------|------|------|
| 1. Kaardistame loodusturismi ja karavaniturismi mahud.                  | AT | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 2. Loodusturism: koostööprojektid Visit Estonia, Loodusturismiühinguga. | TT | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 3. Karavaniturism: koostööprojektid teiste DMO-dega.                    | AT | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 4. Nišiturismi orgaaniline sisuturundus.                                | TT | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
|                                                                         |    | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |

## PIIRKONNA ÜHTLANE ARENG

### SUURENDAME ÜHTSUSTUNNET PIIRKONNA ETTEVÕTJATE SEAS

|                                                  |       | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|--------------------------------------------------|-------|------|------|------|------|------|
| 1. Loomme turismiettevõtjate kaasamise hea tava. | AT,TT | ✓    |      |      |      |      |
| 2. Korraldame kontaktüritusi.                    | AT,TT | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |

### SUURENDAME RAHVUSVAHELIST DIGINÄHTAVUST

|                                                                                                                                                            |    |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|---|---|
| 1. Digiturunduse (Google My Business, SEO, digibroneerimine) jätkuv toetamine (sh nõustamisprogrammide loomine).                                           | TT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2. Teeme ingliskeelsete kirjelduste „spurdi“ – nügime väliturupotentsiaaliga ettevõtete mitmekeelseks muutmist ning kvaliteetsete fotomaterjalide loomist. | TT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 3. Visit Pärnu kanalite rahvusvahelise nähtavuse suurendamine                                                                                              | TT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

### PARANDAME TEENUSTE JA TURISMIINFO KÄTTESAADAVUST JA LIGIPÄÄSETAVUST

|                                                                                                                         |    |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|---|---|
| 1. „Täna Pärnus“ lehe kuvamine erinevates avalikes kohtades asuvatel ekraanidel.                                        | TT | ✓ |   |   |   |   |
| 2. Turismiinfovõrgustiku kasvatamine. Pilootprojekt: turismiinfopunkti avamine Pärnu Muuseumis 2025. aasta suvekuudeks. | AT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 3. Teenuste ligipääsetavuse arendamine keskendudes info levitamisele meie peamistele külastajatele.                     | AT | ✓ | ✓ |   |   |   |

### ARENDAME TURISMITOODETE JUHTIMIST

|                                                                                                                                                                                                        |    |   |   |   |   |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|---|---|
| 1. Arendame turismitooteid (nt rannaala, Pärnu jõe äärne piirkond) läbi erinevate teemagruppide loomise ning tegevuskava koostamise.                                                                   | AT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2. Müügi- ja turismitoodepotentsiaaliga rahvusvahelisele turule suunatud turismimarsruutide koostamine (teostatavuse ja ROI hindamine, logistikalahenduste loomine, turismimarsruutide piloteerimine). | AT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

2025 2026 2027 2028 2029

## KOGUKONNA KAASAMINE JA VALDKONNA MAINE KUJUNDAMINE

### MÕÕDAME JA SELGITAME TURISMI MÕJU PIIRKONNA ARENGULE

|                                                                                               |        | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------|------|------|------|------|
| 1. Loomme koos ekspertidega Pärnu majutussektori turismimajanduslikku mõju hindava metoodika. | AT     | ✓    | ✓    |      |      |      |
| 2. Turismi mõju selgitamine kohalikule kogukonnale.                                           | AT, TT | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |

### ETTEVÕTJATE NÜGIMINE KESTLIKU MÕTTEVIISI JUURUTAMISEKS

|                                                                                                                  |    |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|---|---|
| 1. Kestliku mõtteviisi juurutamiseks tegeleme ettevõtjate nügimisega.                                            | AT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2. Green Destinations programmi koordineerimine ning üle-eestilises roheliste sihtkohtade võrgustikus osalemine. | AT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

### ÕPETAME TURISMIMAJANDUST JA LOOME NOORTELE SUVISEID TÖÖVÕIMALUSI

|                                                                                             |    |   |   |   |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|--|--|
| 1. Koostöös haridusosakonnaga populariseerime turismiteeninduse õpetamist gümnaasiumi(de)s. | AT | ✓ | ✓ | ✓ |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|---|--|--|

## STRATEEGILISE JUHTIMISE JÄRJEPIDEVUS

### ARENDAME RAHVUSVAHELISI ÜHENDUSI

|                                                                                                |    | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|------|------|------|------|
| 1. Lennuliikluse taaskäivitamine.                                                              | LV | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| 2. Alates 2026 RailBalticu peatusest algava klienditeekonna arendamise tegevuskava koostamine. | AT |      | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |

### LEPIME KOKKU PIKA PLAANI

|                                                                                                             |        |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|---|---|---|---|
| 1. Koostöös kohalike omavalitsuste ja ettevõtjatega turismi rahastuse proportsioonide kokkuleppimine.       | LV     |   | ✓ |   | ✓ |   |
| 2. Võimalusel osalemine projektides, mis annab võimaluse suurendada arendus- ja turundustegevuste eelarvet. | AT, TT | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 3. Regulaarne strateegia mõõdikute analüüsimine.                                                            | AT     | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |