



LOODE-EESTI KUI TURISMISIHTKOHA TURUNDUSPLAAN AASTATEKS 2018–2020

Käesolev dokument on koostatud Nelja Valla Kogu, Lääne-Harju Koostöökogu ja Kodukant Läänemaa tellimisel Loode-Eesti kui turismisihtkoha turundustegevuste juhtimiseks aastatel 2018–2020.

“Loode-Eesti kui turismisihtkoha turundusplaani aastateks 2018–2020” koosneb Loode-Eesti turismi korraldamise tegevusplaanist, mis teeb ettepanekuid piirkonna turismiasjaliste¹ võrgustiku aktiveerimiseks ja selle juhtimiseks; Loode-Eesti turundusplaani, mis koondab piirkonna kui turismisihtkoha ja väärt elukeskkonna turundamise tegevused; ning Loode-Eesti turismisihtkoha analüüsist ja lisadesse paigutatud mitmetest täiendavat infot pakkuvatest materjalidest.

Turundusplaani on töövahendiks tegevusgruppidele, turismiasjalistele ja turismiettevõtjatele Loode-Eesti kui turismisihtkoha turundustegevuste kavandamiseks ja elluviimiseks. Turundusplaanis loetletud tegevuste elluviimiseks planeerivad LEADER tegevusgruppid Nelja Valla Kogu, Lääne-Harju Koostöökogu ja Kodukant Läänemaa perioodil 2018–2020 ühist koostööprojekti.

Turundusplaanis käsitletud teemasid nagu sihtrühmad, ideekontseptsioonid ja ettevõtjate ootused turundusplaani elluviijatele arutati 5. detsembril 2017 Kernu mõisas koos 63 turismiettevõtja ja omavalitsuste esindajatega. Varasemalt on samu teemasid arutatud sügisel 2017 piirkonna ettevõtjatele korraldatud koolitustel, Loode-Eesti ühisturunduse projekti meeskonna koosolekul ning eelmise perioodi kohaturundusalastes tegevustes. Lisaks toetub turundusplaani sügisel 2017 toimunud turismiettevõtjate koolituste tagasisidele ning piirkonna ettevõtjate hulgas läbi viidud küsitlusele. Erinevatel aruteludel ja küsitlustel kõlama jäänud arvamused kajastuvad käesolevas turundusplaanis.

Mõnede teemade osas nagu projekti elluviiv koostöögrupp ja prioriteetsed sihtrühmad jõuti aruteludes suuremale üksmeelele. Kuid mõnede teiste teemade nagu Loode-Eesti lood, teekonnad ja piirkonnale iseloomulikud omadussõnad, mille sihtrühmade jaoks piirkonna mainet kujundavad – nende osas tuleb otsused vastu võtta turundusplaani täitma asudes.

¹ **Turismiasjaline** on üksikisik, grupp või organisatsioon, keda mõjutavad turismivaldkonna otsused ja/või kes osaleb külastuselamuse protsessis.

Turismiekspert Ain Hinsberg võttis arutelu kokku järgmiselt:

*“See miski sõna Loode-Eesti ees – olgu ta “teekondade Loode-Eesti” või midagi muud, tuleks püüda erinevatest teemalugudest (loodus, pärimus jne) uuesti välja sõeluda. Kuni jõutakse vastusteni küsimusele:
“Miks Loode-Eesti?””*

Küsimus “Miks Loode-Eesti?” võiks olla piirkonna turundajatele kontrollküsimus, mida piirkonna turundust planeerides endalt küsida tasub.

Miks Loode-Eesti? – see sisaldab ka küsimusi nagu:

- Miks turistid peaksid Loode-Eestisse tulema?
- Miks Tallinna inimesed peaksid linnast välja sõitma?
- Miks Soome turistid peaksid Loode-Eestis end hästi tundma?
- Miks kruisituristid peaksid Loode-Eestit nägema?
- Miks Läti, Leedu, Poola turistid peaksid Loode-Eestis peatuma, kui nad tegelikult on teel Tallinna?
- Miks kohalik elanik peaks Loode-Eesti fänn olema?
- Miks spordihuvilised peaksid Loode-Eestisse tulema?
- Miks ajaloo huvilised peaksid Loode-Eestis kindlasti ära käima?
- Miks Loode-Eesti on parim paik laste ja perega puhkamiseks?
- Miks Loode-Eesti teed ja infrastruktuur peaks korras olema? Jne.

Sarnane küsimuste nimekiri aitab piirkonna turunduses sihti seada, kriitiliselt mõelda ning värskust hoida. Loode-Eesti kui turismisihtkoha ja väärt elukeskkonna turundusplaani koostamisel ja hiljem täitmisel on oluline arvesse võtta piirkonnaga seostatavaid märksõnu, sihtrühmi, kellele piirkonda eelisjärjekorras turundatakse. Samuti tuleks arvesse võtta piirkonnas tegutsevate turismiettevõtete tegevusvaldkondi ning arendusorganisatsioonide, omavalitsuste ja ettevõtjate eelarvelisi vahendeid. Panustada tuleb ressursisäästlikult ja eelkõige sellele, mis külastatavust tõstab.

Turundusplaani koostas kommunikatsiooniagentuur In Nomine.

Koostajad:

Krista Must
Heikki Sal-Saller
Toomas Kään
Kommunikatsiooniagentuur In Nomine

15. detsember 2017

Sisukord

1. LOODE-EESTI KUI TURISMISIHTKOHA KORRALDAMISE TEGEVUSPLAAN	4
<i>KESKNE TEGEVUSE JUHTIMINE</i>	4
<i>TURUNUDUSPLAANI ELLUVIIMISE KOOSTÖÖGRUPP</i>	4
<i>TEGEVUSPLAANI PÕHITEGEVUSTE LOETELU</i>	5
<i>TABEL 1: LOODE-EESTI TURISMIIETTEVÕTJATE JA -KORRALDAJATE VÕRGUSTIKU</i>	
<i>JUHTIMISE TEGEVUSPLAAN 2018–2020</i>	7
2. LOODE-EESTI TURUNDUSPLAAN	9
<i>SIHTRÜHMADE TÜÜBID</i>	10
<i>TURISMIIETTEVÕTETE TEGEVUSVALDKONNAD</i>	11
<i>LOODE-EESTI TURISMITOODETE JA -TEENUSTE RÜHMAD</i>	12
<i>TABEL 2: LOODE-EESTI KUI TURISMISIHTKOHA JA VÄÄRT ELUKESKKONNA</i>	
<i>TURUNDUSTEGEVUSED SIHTRÜHMADENI JÕUDMISEKS 2018–2020</i>	13
3. LOODE-EESTI KUI TURISMISIHTKOHA ANALÜÜS	19
<i>TURISTIDE SIHTRÜHMAD</i>	19
<i>MAJUTUSE STATISTIKA</i>	21
LISA 1. Loode-Eesti kui turismisihtkoha ja väärt elukeskkonna grupiarutelude (05.12.2017) kokkuvõtted	25
LISA 2: ideed Loode-Eesti kui turismisihtkoha turundamiseks (tagasisideleht+kommentaariid)	31
LISA 3: Loode-Eesti kui turismisihtkoha turundamise sihtrühmad (05.12.2017 arutelu tagasisideleht + kommentaariid)	33
LISA 4: 2017. a novembris-detsembris turismiiettevõtjate seas läbi viidud veebiküsitlus (küsimused+vastused)	34
LISA 5. Loode-Eestiga seostatavad märksõnad	39

1. LOODE-EESTI KUI TURISMISIHTKOHA KORRALDAMISE TEGEVUSPLAAN

Loode-Eesti turismiettevõtjate ja -korraldajate võrgustiku juhtimise tegevusplaan teeb ettepanekuid võrgustiku aktiveerimiseks ning selle juhtimiseks. Lähemalt saab tegevusplaani kohta lugeda tabelist 1.

KESKNE TEGEVUSE JUHTIMINE

Hetkel juhib Loode-Eesti kui turismisihtkoha turundust kolm LEADER tegevusgruppi: Lääne-Harju Koostöökogu, Kodukant Läänemaa ja Nelja Valla Kogu. Tegevusgruppidel on piirkonna ettevõtjate, külaseltside ja omavalitsuste esindajatega hea kontakt ja mandaat tegutsemiseks. Lisaks pakuvad neile valdkondlikku tuge Läänemaa Turism, Põhja-Eesti Turism ning Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus. Juurde on vaja organisatoorse jõudu, turundus- ja PR-kompetentsi ja rahastust.

Piirkonna turismiettevõtjate ja omavalitsuste esindajate osalusel käsitleti 5. detsembri 2017 arutelul olulise teemana küsimust: kuidas Loode-Eesti kui turismisihtkoha turundus peaks olema juhitud ja milline peaks olema osapoolte vahel tööjaotus?

Nii sellel kui ka varasematel aruteludel jäid kõlama soovitud tegevusgruppidele jätkuvaks aktiivseks eestvedamiseks, omavalitsustele senisest suurema rolli andmiseks ning kõigi osapooltega ühise eesmärgi nimel tegutsevasse koostöögruppi koondumiseks. Lähemalt saab ettepanekute kohta lugeda lisast 1.

Aruteludel mitmel korral välja toodud keskse koostöögrupi alla peaksid koonduma piirkonna tegevusgrupid, omavalitsused, piirkonna turismiettevõtjad, turismi- ja arendusorganisatsioonid ning turundus- ja PR-partnerid.

TURUNDUSPLAANI ELLUVIIMISE KOOSTÖÖGRUPP

- **TEGEVUSGRUPID** – teevad piirkonna turundamisega seotud otsuseid, korraldavad turundustegevusi ning teevad koostööd turismivõrgustiku ja koostööpartneritega.
- **OMAVALITSUSED** – teevad koostööd ja panustavad rahaliselt eelkõige tugitegevustesse.
- **TURISMIETTEVÕTJAD JA -KORRALDAJAD** – on aktiivsed võrgustiku liikmed, teevad koostööd, annavad enda kohta infot tegevusgruppidele ja projekti partnerile ning panustavad rahaliselt eelkõige konkreetsetesse tegevustesse.
- **TURISMI- JA ARENDUSORGANISATSIOONID** – teevad koostööd. Need on Põhja-Eesti Turism, Lääne-Eesti Turism, Läänemaa Turism, Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus, Läänemaa Ettevõtlus- ja Arenduskeskus, giidide ühingud.
- **TURUNDUS- JA PR-PARTNERID** – viivad tegevusgruppide tellimisel ellu

sihtrühmadele suunatud turundus- ja kommunikatsioonitegevusi, osalevad piirkonna ürituste läbiviimisel, turundusmaterjalide koostamisel ning nõustavad tegevusgruppe kommunikatsiooni ja turunduse alal.

Turundusplaani elluviimise juhtroll on tegevusgruppidel, kes läbi ühise koostööprojekti korraldavad aastatel 2018–2020 piirkonna turismiasjaliste võrgustiku tegevust ning viivad ellu Loode-Eesti kui turismisihtkoha ja väärt elukeskkonna turundamise plaani. Lisaks, perioodi lõpuks valmib projekti koostöögrupi poolt äriplaani, mis võimaldab jätkata tegevusi ka pärast LEADER-toetusperioodi lõppemist.

TEGEVUSPLAANI PÕHITEGEVUSTE LOETELU

- 1. Koostöögrupi tegevuste juhtimine ja projekti esindamine suheldes riigiga, EAS-iga, PRIA-ga, koostööpartneritega.**
- 2. Loode-Eesti turismiettevõtjate ja -korraldajate võrgustiku juhtimine vastavalt tegevusplaanile (tabel 1)**
- 3. Loode-Eesti kui turismisihtkoha ja väärt elukeskkonna turundamine sihtrühmadele vastavalt turundusplaanile (tabel 2)**
- 4. Loode-Eesti kui turismisihtkoha ja väärt elukeskkonna arendamise jätkustrateegia ja äriplaani koostamine aastast 2021+, et tegevused jätkuks ka pärast toetusperioodi lõppemist.**

TABEL 1: LOODE-EESTI TURISMIETTEVÕTJATE JA -KORRALDAJATE VÕRGUSTIKU JUHTIMISE TEGEVUSPLAAN 2018–2020

PROBLEEM	VAJADUS	TEGEVUSED JA VÕIMALUSED	VASTUTAJA	AEG
1. Turismisihtkoha turundustegevusi ei ole tehtud koos turismi-asjalistega	Planeerida järgmiste aastate turundustegevusi koos turismiasjalistega	1.1. Korraldada turismiasjalistega koos arutelusid piirkonna turundamiseks: seada paika üldised eesmärgid, rääkida läbi eesmiseva hooaja tegevused ning panna paika eesmärgid järgmiseks hooajaks 1.2. Tegevus annab eestvedajatele suurema mandaadi tegutsemiseks	Tegevusgrupid Partner	Kord aastas (sügis)
2. Piirkonna turismiasjaliste suhtlus on vähene, mistõttu ka koostöö on vähene	Toetada turismiasjaliste mitteformaalset suhtlust, korraldada üksteise juurde külaskäike, jagada kasulikke teadmisi koolituste ja infopäevade vormis	2.1. Korraldada turismiasjalistele koolitusi, infopäevi, seminare, kohtumisi ja külaskäike 2.2. Külastada uusi turismiettevõtjaid, ühisprojekte, piirkonna kõige paremini end turundavaid ettevõtteid – sellega motiveeritakse nii neid, keda külastatakse kui ka inspireeritakse neid, kes külaskäigul osalevad 2.3. Korraldada koos võrgustikuga arutelusid eesmärgiga töötada välja teekonnad piirkonna turundamiseks sihtrühmadele	Tegevusgrupid koguvad ja koondavad infot Partner viib tegevuse ellu	Vastavalt vajadusele
3. Puudub terviklik ülevaade piirkonna sündmustest ja tähtpäevadest, mis on vajalikud turundusplaani elluviimiseks	Koguda infot ja kaardistada turismiasjaosaliste poolt korraldatavad sündmused ja tähtpäevad, kogutud infot kasutada piirkonna turundamiseks	3.1. Koguda turismiasjaosalistelt kokku info piirkonna sündmustest, tähtpäevadest 3.2. Koostada selle info põhjal hooaja kalenderplaan 3.3. Kasutada seda infot piirkonna turundamisel 3.4. Teha see info kättesaadavaks turismiasjaosalistele, et nad teaksid soovitada naabruses toimuvaid üritusi, saaksid suuremate üritustega liituda või võtta enda ürituste planeerimisel arvesse teiste lähikonnas toimuvate ürituste toimumisaegu	Tegevusgrupid koguvad ja koondavad infot Partner viib tegevuse ellu	Vähemalt kaks korda aastas, täiendada jooksvalt
4. Puudub ülevaade oma piirkonna turismitoodetest	Koguda infot ja kaardistada turismi-asjaosaliste tegevusalad ja nende turismitooted	4.1. Kaardistus võimaldab töötada välja piirkonna turundamiseks turismiteekondasid (turismitooted ja teemapaketid) 4.2. Turismiasjaosalistel on võimalik omavahel koostöökontakte luua 4.3. Piirkonna turundajad saavad ettevõtjatest uudiseid kirjutada	Tegevusgrupid koguvad ja koondavad infot Partner viib tegevuse ellu	2018, edasi jooksvalt ja vastavalt vajadusele

PROBLEEM	VAJADUS	TEGEVUSED JA VÕIMALUSED	VASTUTAJA	AEG
5. Tegevusgrupid haldavad turismiasjaliste kontakte eraldi, turismiasjalised teavad üksteisest vähe	Hallata turismiasjaliste nimekirja ühest kohast Luuu võimalus saata võrgustikku koondunud turismiasjalistele infokirja ühe inimese poolt ja ühekorraga Luuu turismiasjaliste suhtlust toetav veebikeskkond Jagada turismiasjalistele regulaarselt infot	5.1. Koondada turismiasjaliste kontaktid ühtsesse andmebaasi 5.2. Andmebaasile on ligipääs võrdselt kõigil tegevusgruppidel 5.3. Luua võimalus saata infokirju välja kõigile turismiasjalistele korraga 5.4. Võtta loode-eesti.ee (alternatiiv: VisitEstonia) kaart kasutusele kaardina, kuhu märgitakse üles piirkonna turismiasjalised, nende tegevusalad ja kontaktid 5.5. Turismiasjalised saavad kaardilt ise võimalikud koostööpartnerid üles leida ja üksteisega kontakti võtta 5.6. Hakata välja saatma piirkonna turismiasjalistele infokirja, mis sisaldab valikuliselt mõnda järgnevatest teemadest: • artikkel/intervjuu ühe Loode-Eesti turismiettevõtjaga • artikkel ühest Loode-Eesti turismivaldkonna koostööprojektist • ideid ja kogemusi mujalt maailmast (reisikiri) • praktiline info tegevusgruppidele • turismistatistikat (võimalusel, vajadusel) • võrgustiku uudised • piirkonna turismikalender Samu teemasid jagada ka tegevusgruppide kanalites (koduleht, sotsiaalmeedia)	Tegevusgrupid koguvad ja koondavad infot Partner viib tegevuse ellu	2018, edasi jooksvalt ja vastavalt vajadusele
6. Ei koguta ega jälgita süstemaatilist piirkonna turismistatistikat	Jälgida piirkonna turismistatistikat ja trende	6.1. Analüüsida Statistikaameti ja populaarsete turismiveebide statistikat 6.2. Vajadusel tellida uuringuid, küsitleda liikmeid 6.3. Annab sisendit piirkonna turismiasjalistele info jagamiseks 6.4. Annab sisendit turundusplaanide tegemiseks	Tegevusgrupid Partner	Kaks korda aastas

2. LOODE-EESTI TURUNDUSPLAAN

Turundusplaan pakub välja tegevusi Loode-Eesti kui turismisihtkoha ja väärt elukeskkonna turundamiseks. Kui eelmine peatükk keskendus turismiasjalistele suunatud tegevustele, siis käesolevas peatükis on fookus sihtrühmadel.

Sihtrühmadele suunatud turundustegevusi hakkab ellu viima koostöögrupp, mida on kirjeldatud peatükis 1. Sihtrühmadele suunatud turundustegevused on üles loetletud tabelis 2.

Koostöögruppi juhtivatel LEADER tegevusgruppidel on huvi teha nende turundustegevuste elluviimisel koostööd piirkonna turismiasjalistega. LEADER tegevusgrupid Nelja Valla Kogu, Lääne-Harju Koostöökogu ja Kodukant Läänemaa planeerivad perioodiks 2018–2020 ühist koostööprojekti, millega rahastatakse osaliselt käesoleva turundusplaani tegevusi. Osad turundusplaani tegevused, millel on konkreetne seos kitsama ringi ettevõtjatega, näevad ette ka ettevõtjate poolset rahastust.

Lisaks on kõigil kolmel tegevusgrupil olemas taotlusmeetmed, millest piirkonna turismiasjalised saavad turismi edendamise projektide, sh turundustegevuste ja võrgustikutegevuste elluviimiseks toetusi taotleda. Meetmetest saab rahastada näiteks järgmisi tegevusi: ²

- turismiteenuste arendamine
- turismiobjektide korrastamine ja rajamine
- turundustegevused
- kohalikku ressursi rakendavad projektid
- külastajate jaoks oluliste investeeringute tegemine
- ühtse disainiga väikevahendid ja märgistus
- liitumine ja koostöö olemasolevate ja uute turismivõrgustikega
- FAM reisirid
- ühine osalemine messidel-laatadel ja muudel üritustel
- turismiasjaliste koolitused, õppereisirid ja ühisüritused
- mitme ettevõtja ühised ja/või Loode-Eesti sümboolikaga reklaammaterjalid
- piirkonna sündmused/sündmuste sarjad
- turismiinfoteenuste arendamine

Turundusplaani koostama asudes peeti arutelusid Loode-Eesti turunduse ideekontseptsioonide üle. Lõpliku lahenduse aruteludes ei jõutud, kuid kõlama jäi arvamus, et teekonnad on niikuinii osa Loode-Eesti kontseptsioonist. Seepärast on turundusplaanis sihtrühmadele piirkonna turismitoodete ja –teenuste turundamiseks välja pakutud teekonnad. Loode-Eesti visuaalne identiteet ja turundussõnumid töötatakse välja turundusplaani elluviimise käigus. Loode-Eesti turunduse ideekontseptsioonid, mille osas arutelud veel jätkuvad, on leitavad lisast 2.

² Täpsem info meetmete ja taotlusvõimaluste kohta: www.4kogu.ee, www.vomentaga.ee ja www.kklm.ee.

Turunduse prioriteetsed sihtrühmad valiti välja piirkonna turismiasjaliste ja tegevusgruppide soovitusel, võttes arvesse turismistatistikat ning eelarvelisi ja ajalisi piiranguid. Sihtrühmade loetelu on leitav lisast 3, piirkonna külastatavuse statistika sihtrühmade kaupa on leitav ka peatükist 3.

Nagu piirkonna turismi korraldamise tegevusplaan, nii ka sihtrühmadele suunatud turundusplaan on kavandatud aastateks 2018–2020 ning planeeritava koostööprojekti eesmärk on viia koostöötegevused nii kaugele, et need jätkuksid ka pärast 2021. aastat püsivalt.

Aastateks 2018–2020 on Loode-Eesti turunduse sihtrühmadeks valitud Eesti sihtrühmadest tallinlased (eestikeelsed), tallinlased (venekeelsed), grupituristid, ärikliendid ja kohalikud elanikud ning välissihtrühmadest Soome ja Läti turistid ning grupituristid mujalt maailmast.

EESTI PÄRITOLU SIHTRÜHMAD:

- 1. Tallinn (eesti)**
- 2. Tallinn (vene)**
- 3. Kohalikud elanikud**
- 4. Ärikliendid**
- 5. Eesti grupituristid**

VÄLISRIIKIDE SIHTRÜHMAD:

- 1. Soome turistid**
- 2. Läti turistid**
- 3. Grupituristid mujalt maailmast**

SIHTRÜHMADE TÜÜBID

TALLINN (EESTI)

KES: pered, sõpruskonnad, üksikuitajad, erapidude korraldajad, ürituste külastajad

HUVID: vaba aja veetmine, loodus, ajalugu, kultuur, rahvaüritused, meri, rand, sportimisvõimalused, tegevused peredele, kvaliteetne toit ja gurmee, eesmärk kogeda midagi uut ja põnevat

KÜLASTUSE PIKKUS: poolepäevane kuni päevane väljasõit

TRANSPORT: buss, rong, auto, jalgratas

TALLINN (VENE)

KES: pered, sõpruskonnad, üksikuitajad, erapidude korraldajad, ürituste publik

HUVID: vaba aja veetmine, loodus, ajalugu, kultuur, rahvaüritused, meri, rand, sportimisvõimalused, tegevused peredele, kvaliteetne toit ja gurmee, eesmärk kogeda midagi uut ja põnevat

KÜLASTUSE PIKKUS: poolepäevane kuni päevane väljasõit

TRANSPORT: buss, rong, auto, jalgratas

KOHALIKUD ELANIKUD

KES: perekonnad, sõpruskonnad, üksikuitajad

HUVID: sportimisvõimalused, tegevused peredele, kohalikel üritustel osalemine, kvaliteetne toit ja gurmee, vaba aja veetmine, loodus, tegeleda oma hobiga

KÜLASTUSE PIKKUS: mõned tunnid kuni poolepäevane väljasõit

TRANSPORT: auto, jalgratas

ÄRIKLIENDID

KES: Tallinn, Haapsalu ja nende ümbruses tegutsevad organisatsioonid

HUVID: koolituste, suve- ja talvapäevade korraldamine, turundusüritused

KÜLASTUSE PIKKUS: mõned tunnid kuni kolm ööpäeva

TRANSPORT: auto, tellitud reisijatevedu

EESTI GRUPITURISTID

KES: õpilasekursioonid, laagrid, klubid, seltsid

MILLEST HUVITATUD: toidlustuskohad, seminari- jm ruumid, majutuskohad, gurmee, seiklus, loodus, ajalugu ja kultuur, õppeprogrammid, kogeda midagi uut

KÜLASTUSE PIKKUS: päevane külastus, ööbimine

TRANSPORT: rong, buss

SOOME TURISTID

KES: sõpruskonnad, perekonnad

HUVID: hea hinna-kvaliteedi suhtega majutus koos toitlustusega, meelelahutus, puhkamine, liivane rand, soe meri (Haapsalus), laadad, hobidega tegelemine

KÜLASTUSE PIKKUS: päevane külastus, ööbimine

TRANSPORT: rong, buss, jalgratas

LÄTI TURISTID

KES: perekonnad, sõpruskonnad

HUVID: hea hinna-kvaliteedi suhtega majutus koos toitlustusega, Tallinna, Helsingi lähedus, loodus, matkamine, tegevused peredele, teistmoodi loodus (kivised rannad, rändrahnud)

KÜLASTUSE PIKKUS: väljasõit ööbimisega

TRANSPORT: auto, jalgratas

GRUPITURISTID VÄLISRIIKIDEST

KES: turismigrupid, matkajad

HUVID: kvaliteetne majutus, kvaliteetne toitlustus, puhkamine, gurmee, kohalik toit, töötoad, ajalugu, loodus, kultuur, meri, rand, festivalid

KÜLASTUSE PIKKUS: päevane väljasõit, ööbimine

TRANSPORT: buss

TURISMIETTEVÕTETE TEGEVUSVALDKONNAD

Üldistatuna võib öelda, et Loode-Eestis jagunevad turismiettevõtjad majutusasutusteks, toitlustusasutusteks ning aktiivse puhkuse, ürituste korraldamise jms tegelevateks asutusteks. Sisendi selliseks järelدuseks andis projekti raames korraldatud koolitustel osalejate statistika, samuti piirkonna turismiettevõtjate hulgas läbi viidud küsitlusele vastajate andmed (lisa 4). Täpsem analüüs turismiettevõtete tegevusalast valmib planeeritava koostööprojekti käigus, senikaua määratleme aga piirkonna turismitegevusalad järgmiselt:

TURISMIETTEVÖTETE TEGEVUSVALDKONNAD:

- 1. Majutus**
- 2. Toitlustus**
- 3. Aktiivne puhkus, ürituste korraldamine**
- 4. Ruumide rentimine sündmusteks**

2017. aastal ellu viidud Loode-Eesti ühisturunduse projekti käigus koguti Loode-Eesti piirkonnaga seostatavaid märksõnu (lisa 5) ning võttes arvesse olemasolevat infot pakutavate teenuste kohta, pakume välja järgmised teemagrupid Loode-Eesti turundustoodete ja -teenuste rühmadeks.

LOODE-EESTI TURISMITOODETE JA -TEENUSTE RÜHMAD

Ajalugu ja kultuur

- Tšaikovski Filmivõtete paigad Arvo Pärt Põlisasulad Põlisteed Pärimus Amandus Adamson Baltisaksa Mõisad Tsaarid Rannarootsi Vene Külakiiged Viikingid Militaarajalugu Muuseumid Vaatamisväärsused Sakraalehitised Kultuuripärandiaasta 2018
- **Kõik sihtrühmad**
- Keeled: Eesti, inglise, vene, (v.a soome)

Loodus

- Matkarajad Teekonnad Loodus Kivised ja liivased rannad, Loode-Eesti klindilõik Pankrannik Rändrahnud Meri Saared Tuletornid Rabad Taluhoovid Loomad Linnuvaatlus Küttimine Kohapeal valmistatud toit Kohapeal kasvatatud toit Juhendatud retked ja matkad ja laagrid Saared
- **Kõik sihtrühmad**
- Eesti, inglise, vene, (v.a soome)

Lõõgastus ja gurmee

- Restoranid Vee- ja saunakeskused Spaad Mõisahotellid Firmapeod Ruumid konverentsideks, koolitusteks ja seminarideks Kvaliteetne toit Maitseelamused
- **Tallinlased (eesti), tallinlased (vene), Eesti grupituristid, välisriikide grupituristid, ärikliendid**
- Eesti, inglise, soome

Vaba aeg pere ja sõpradega

- Kontserdid Suvekontserdid Laadad Festivalid Kogukonna üritused Tähtpäevade tähistamine Võimalus korraldada erapidusid Kohvikud külakiiged Grillikojad Lastelaagrid Noortelaagrid Koolivaheajad Seiklusrajad Matkarajad Surf Rannad spordirajad Vee- ja saunakeskused Mootorisport Tegevused lastele
- **Tallinlased (eesti), tallinlased (vene), kohalikud elanikud**
- Eesti, vene

TABEL 2: LOODE-EESTI KUI TURISMISIHTKOHA JA VÄÄRT ELUKESKKONNA TURUNDUSTEGEVUSED SIHTRÜHMADENI JÕUDMISEKS 2018–2020

TEGEVUS	TEGEVUSE KIRJELDUS	SIHTRÜHM	KEEL	KULULIIK	VASTUTAJA	AEG	EELARVE
1. Loode-Eestiga seotud lugude ja sõnumite väljatöötamine	1.1. Märgiga seotud Loode-Eesti lugude ja omadussõnade esmane väljavalimine tegevusgrupi poolt 1.2. Kaasata asjatundlik ekspert 1.3. Korraldada koos piirkonna turismiasjalistega laiem aruteluseminar 1.4. Teha arutatud ideedest ülevaade piirkonna turismiasjalistele, teha info kättesaadavaks meediale (Harju Elu, Lääne Elu, KOV lehed), korraldada hääletus 1.5. Korraldada otsustamiskoosolek, kaasata koostöögrupp, vajadusel ka turismiasjalised	Turismi- asjalised Koostöö- grupp	Eesti Vene Inglise	Artuelu- seminar Koostöö- grupi koosolek Eksperdi töötasu	Tegevus- grupid Partner	2018	1 500
2. Loode-Eesti märgi disaini uuendamine ja märgi kasutuselevõtmine	2.1. Märgi disaini uuendamise vajaduse arutelu 2.2. Märgi kujunduse ideekavandite lähteülesande koostamine, hinnapakkumised, töö tellimine 2.3. Arutelu koostöögrupiga ideekavandite üle, sobiva kavandi väljavalimine, märgi kasutuse kokkuleppimine 2.4. Märgi kujunduste valmimine ja selle esitlemine	Koostöö- grupp	Eesti	Disaini- tööd	Tegevus- grupid Partner	2018	3 000
3. Luua veebileht, mis pakub infot piirkonna turismitoodete, uudiste ja sündmuste kohta	3.1. Veebilehe vajaduse arutelu koostöögrupiga 3.2. Veebilehe lähteülesande koostamine ja hinnapakkumiste võtmine, kujunduse tellimine 3.3. Veebilehe tekstide loomine ja fotode hankimine 3.4. Veebilehe avaldamine ja selle populariseerimine sihtrühmade poolt jälgitavates kanalites	Tallinlane (eesti/vene) Kohalik	Eesti Vene Inglise Soom e	Disaini- tööd Tekstid Tõlked Fotod	Tegevus- grupid Partner	2018	6 500

TEGEVUS	TEGEVUSE KIRJELDUS	SIHTRÜHM	KEEL	KULULIIK	VASTUTAJA	AEG	EELARVE
4. Loode-Eesti turismitoodete ja -teenuste turundamiseks temaatiliste teekondade loomine³	4.1. Sihtrühmade huvidest lähtuvalt Loode-Eesti turismi teekondade väljatöötamine	Tallinlane	Eesti	Arutelu-seminarid	Tegevus-grupid	2018	18 600
	4.2. Töötada välja 6 teekonda	Kohalik	Vene	ja koos-olekud	Partner		
	4.3. Kaasata asjatundlik ekspert	Soomlane	Soom				
	4.4. Korraldada koostöögrupi ja turismiasjalistega üldarutelu, kus arutada läbi teekonnakavandid, nende võimalikud alternatiivid ja kaardistada kõik seonduv	Lätlane	e	Eksperdi töötasu			
	4.5. Korraldada iga teekonna kohta eraldi arutelu koos teekonnale jäävate ettevõtjatega, rääkida läbi kogu teekonnaga seonduvad turundustegevused, turundusmaterjalide tootmise variandid ja ettevõtjate poolne valmisolek täiendavaks rahastuseks			Kaardi-põhjad			
	4.6. Iga teekonna kohta kaardipõhjade loomine			Tekstid			
	4.7. Iga teekonna kohta alustekstide loomine			Fotod			
	4.8. Iga teekonna kohta pildimaterjali kogumine			Kujundused			
	4.9. Iga teekonna elektrooniliste ja trükimaterjalide tootmine			Turundustegevused			
	4.10. Iga teekonna kohta turunduskavade loomine ja selle täitmine						

³ Teekondade loomise finantseerimisse võiks kaasata iga konkreetse teekonnaga otseselt seotud turismiettevõtjad.

TEGEVUS	TEGEVUSE KIRJELDUS	SIHTRÜHM	KEEL	KULULIIK	VASTUTAJA	AEG	EELARVE
5. Infokirjad, mis kutsuvad piirkonda külastama	5.1. Infokirjade formaadi väljatöötamine äriklientidele ja grupituristidega tööd tegevatele B2B-partneritele (2018)	Äriklient	Eesti	Tekstid	Partner	2018	400
		Grupiturist	Inglise	Fotod		2019	400
		Tallinlane		Tõlked		2020	1 200
		(eesti/vene)					
	5.2. Infokirjade koostamine ja levitamine B2B-partneritele (2x aastas), andmebaasi haldamine jooksvalt (2018, 2019, 2020)	Kohalik					
	5.3. Infokirjade formaadi väljatöötamine Eesti sihtrühmadele, andmebaasi kontaktide kogumine (2019)						
	5.4. Infokirjade koostamine ja levitamine Eesti sihtrühmadele (4x aastas), andmebaasi haldamine jooksvalt (2020)						
6. Loode-Eesti populariseerimine piirkonna üritustel	6.1. Aktiivne osalemine piirkonna üritustel, kaasahaaravad tegevused, loosimine, mängud, info ja kaartide jagamine (2018, 2019, 2020)	Tallinlane	Eesti	Programm ja esinejad	Tegevus-grupid	2018	Partneri töö osa
		(eesti/vene)		Lava ja heli-tehnika	Partner	2019	või eraldi eelarve eest ⁴
	6.2. Kord aastas ühe piirkonna külastatavust populariseeriva ürituse korraldamine (2018, 2019, 2020)	Kohalik		Auhinnad		2020	
		Soomlane		Toimumis-koht			
				Projekti-juhtimine			
				Turundus			

⁴ Piirkonna turismiasjalistel on võimalik taotleda tegevuseks rahastust tegevusgruppide turismi- ja kohaturundusmeetmetest.

TEGEVUS	TEGEVUSE KIRJELDUS	SIHTRÜHM	KEEL	KULULIIK	VASTUTAJA	AEG	EELARVE
7. Loode-Eesti maine kujundamine kommuni-katsiooniga	7.1. Meediale eksklusiivse info jagamine piirkonnast (2018, 2019, 2020)	Tallinlane (eesti/vene)	Eesti Vene	Tekstid Fotod	Partner	2018	Partneri töö osa
	7.2. Eesti meediale piirkonna uudiste pakkumine (2018, 2019, 2020)	Kohalik Äriklient	Läti Soom	Tõlked		2019	
	7.3. Koos tekstidega alati ka uute fotode pakkumine (2018, 2019, 2020)	Grupiturist	e			2020	
	7.4. Läti ja Soome meediale info pakkumine (2019)	Lätlane					
	7.5. Eesti ingliskeelsele meedia kaasamine infovälja (2020)	Soomlane					
8. Piirkonna populariseerimine sotsiaalmeedias	8.1. Luua ühine konto või kasutada kokkulepitud hashtagi sotsiaalmeedia postituste juures (2018)	Tallinlane (eesti)	Eesti Inglise	Fotod Boosti-	Partner	2018	450
	8.2. Jätkata piirkonna turismi toetavate postituste tegemist, kasvatada fännide arvu ja Loode-Eesti teiste infokanalite külastajate arvu (2019, 2020)	Kohalik Välisturist		mine		2019	450
	8.3. Boostida olulisemaid postitusi, korraldada sotsiaalmeedia mängu ja loosimisi (võimalus teenida tegevusega raha ja auhindu) (2018, 2019, 2020)					2020	450
	Kanalid: Facebook, Instagram						
9. Loode-Eesti info viimine turismi- ja vaba aja portaalidesse	9.1. Loode-Eesti piirkonna info viimine üldlevinud turismi- ja vaba aja portaalidesse (2018, 2019, 2020)	Tallinlane (eesti/vene)	Eesti Vene	Tekstid Fotod	Tegevus-grupid	2018	Partneri töö osa
	9.2. Algatada koostööprojekte ja loosimisi koos erinevate turimis- ja vaba aja portaalidega (2020) Kanalid: VisitEstonia , Kultuur.info , Liigume.ee , Tripadvisor , Kuhuminna.ee , Lastega.ee , Piletilevi.ee , Huvi.tallinn.ee jne	Kohalik	Inglise	Tõlked	Partner	2019	

TEGEVUS	TEGEVUSE KIRJELDUS	SIHTRÜHM	KEEL	KULULIIK	VASTUTAJA	AEG	EELARVE
10. Tasuline reklaam ja turundus meedias	10.1. Piirkonna reklaamimine trükimeedia	Tallinlane	Eesti	Tasulised	Partner	2018	5 000
	temaatilistes väljaannetes (2018, 2019, 2020)	(eesti/vene)	Vene	artiklid		2019	7 000
	10.2. Piirkonnaülestes ürituste reklaamimine meedias (2018, 2019, 2020)	Soomlane	Soom	Reklaami-		2020	5 000
	10.3. Tarbijamängud trükimeedias, teles, raadios, online'is (2018, 2019, 2020)	Lätlane	e	de			
	10.4. Välisest sihtrühmadest võtta 2018. a suurem fookus Soome turistidele ja 2019. a Läti turistidele Kanalid: <u>turismiväljaanded, blogijad, laevade, lennukite, busside pardaajakirjad, elustiiliväljaanded, sündmuste erilehed, kultuuri ja vaba aja meedia, Tallinna TV jne</u>		Inglise	kujundus			
11. Müügitöö koostööpartneritega grupiturismi ja äriklientide suunal	11.1. Otsesuhtlus ettevõtete ja organisatsioonidega (2018, 2019, 2020)	Grupiturist (Eesti)	Eesti	Infomater-	Tegevus-	2018	800
			Inglise	jalide		2019	0
	11.2. Loode-Eesti müügitööd toetavate infomaterjalide loomine (müügikirjad, materjalid, kaardid) ning kujundamine (2018, 2020)	Grupiturist (mujalt maailmast)		kujunda-	Partner	2020	400
	11.3. Töö koolidega ekskursioonide müügi teemal (2018, 2019)			mine ja			
	11.4. Töö uute äri- ja grupiturismi koostööpartnerite leidmise nimel (2019, 2020)			tootmine			
	11.5. Kaardistada äri- ja grupiturismi sihtrühma ootused ning tutvustada neid koostöögrupile (2019)						
	11.6. Uute turismipakettide pakkumine (2020) Partnerid: <u>firmaürituste korraldajad, üritusturundajad, koolituste korraldajad</u>						

TEGEVUS	TEGEVUSE KIRJELDUS	SIHTRÜHM	KEEL	KULULIIK	VASTUTAJA	AEG	EELARVE	
12. Müügitöö koostööpartneritega välituristide suunal	12.1. Otsesuhtlus koostööpartneritega (2018, 2019, 2020)	Grupiturist (mujalt maailmast)	Inglise	Tekstid	Tegevusgrupid Partner	2018	Partneri töö osa	
	12.2. Korralikult vormistatud turismitoodete pakkumised (2018, 2019, 2020)			Fotod		2019		
	12.3. Koostöö EAS-iga välisblogijate suunal (2018)			Infokirjad		2020		
	12.4. Uute koostöövormide ja -võimaluste leidmine (2019, 2020)			Kohtumised				
	Partnerid: turismifirmad, EAS, messidel osalemine							
13. Võrgustiku töö kulud ja 2021+ äriplaani väljatöötamine	13.1. Toimuvad võrgustiku kohtumised: igal aastal toimub vähemalt 2 kohtumist, kokku perioodi jooksul vähemalt 5 kohtumist (2018, 2019, 2020)	Koostöögrupp	Eesti	Ruumirent	Tegevusgrupid Partner	2018	2 400	
	13.2. Kohtumiste ja koostöö eesmärk on töötada välja 2021+ ärimudel (2018, 2019, 2020)			Toitlustus		2019	2 400	
				13.3. 2021+ äriplaani käivitamine ja esitlus (2020 II kv)		Eksperdid	2020	2 400
14. Projekti-juhtimine	14.1. Kogu projekti juhtimine, sisaldab nii tabel 1 kui ka tabel 2 tegevusi (2018, 2019, 2020)				Partner	2018	14 400 ⁵	
						2019	19 200	
						2020	19 200	
KÕIK TEGEVUSED (V.A PROJEKTIJUHTIMINE) ILMA KM-TA							58 350	
KÕIK TEGEVUSED (V.A. PROJEKTIJUHTIMINE) KOOS KM-GA							70 020	
PROJEKTIJUHTIMINE (S.H TÖÖJÕUMAKSUD)							52 800	
KÕIK KOKKU							122 820	

⁵ Eelarve sisaldab tasu alates 2018 II kv-st.

3. LOODE-EESTI KUI TURISMISIHTKOHA ANALÜÜS

Loode-Eestil on turismisihtkohana tugev potentsiaal kasvada ja areneda samaaegselt mitmetes külastuse teemavaldkondades. Paiknemine pealinna külje all, maksimaalselt 1 tunni sõidu kauguselt Tallinnast teeb piirkonna atraktiivseks siseturistidele, aga ka ettevõtetele ja organisatsioonidele oma väljasõitude korraldamiseks.

Välisturistidele on Tallinn oluline tõmbekeskus. Tallinna turundamisel sihtkohana on tehtud pikaajalist ja pidevat tööd. Alljärgnev statistika näitab, et ka Loode-Eesti külastajate arvud võiksid olla suuremad. Selle eesmärgi täitmiseks on välja töötatud käesolev turundusplaan.

Piirkonna külastatavuse analüüsimiseks vaatlesime Statistikaameti, Eesti Panga ja Positium LBS-i statistikat, lisaks Booking.com ja AirBnB majutuskohade arve. Alljärgnevalt toome välja statistikas olulisema.

TURISTIDE SIHTRÜHMAD

STATISTIKAAMETi andmetel majutatakse Eesti majutusasutustes enim **Eesti külastajaid, järgnevad Soome, Venemaa, Läti, Saksa turistid**. Alljärgnevalt on riikide kaupa üles loetletud kõik suuremad Harju- ja Läänemaal ööbinud turistide sihtrühmad päritolumaa järgi:

- **EESTI TURISTIDEST** ööbis 2016. aastal Eesti majutusasutustes 1 268 388 inimest, neist 328 483 Harjumaal (sh Tallinn), ning maakonnas ööbis külastajaid kolmandik – 110 364 inimest. Läänemaal ööbijaid oli sisemaiste turistide hulgas 59 653.
- **SOOME TURISTIDEST** ööbis 2016. aastal majutusasutustes 951 025 inimest, neist suur osa ehk 714 898 Harjumaal (sh Tallinn). Valdavalt ööbiti Tallinnas, maakonnas ööbijaid oli vaid 24 854 inimest ehk 3,5% - see osakaal on püsinud muutumatu. Läänemaal ööbijaid oli Soome turistide hulgas 18 338.
- **VENEMAA TURISTIDEST** ööbis 2016. aastal majutusasutustes 200 972 inimest, neist 129 187 Harjumaal (sh Tallinn) – valdavalt ööbiti Tallinnas, maakonnas ööbijaid oli vaid 5034 inimest ehk 4%. Läänemaal ööbijaid oli Vene turistide hulgas 929. Vene turistidest ööbijate osakaal Eestis on varieeruv, viimasel paaril aastal on see kahanenud.
- **LÄTI TURISTIDEST** ööbis 2016. aastal majutusasutustes 61 111 inimest, neist 41 111 Harjumaal (sh Tallinn) – valdavalt ööbiti Tallinnas, kuid maakonnas ööbimine on kasvamas - 2016. aastal 7791 inimest ehk 12,5%. Läänemaal ööbijaid oli Läti turistide hulgas 1259, ka see number on kasvamas. Eestis ööbivate Läti turistide arv on kasvamas.
- **LEEDU TURISTIDEST** ööbis 2016. aastal majutusasutustes 142 043

inimest, neist 62 072 Harjumaal (sh Tallinn) – valdavalt ööbiti Tallinnas, maakonnas ööbis 6,1% ehk 2425 inimest. Läänemaal ööbijaid oli Leedu turistide hulgas 631.

- **POOLA TURISTIDEST** ööbis 2016. aastal majutusasutustes 27 237 inimest, neist arvestatav osa ehk 20 740 ööbis Harjumaal (sh Tallinn) – maakonnas ööbijaid oli 4,2% ehk 660 inimest. Läänemaal ööbijaid oli Poola turistide hulgas 193.
- **SAKSA TURISTIDEST** ööbis 2016. aastal majutusasutustes 125 942 inimest, neist 90 527 Harjumaal (sh Tallinn) – valdavalt ööbiti Tallinnas, maakonnas ööbijaid oli vaid 2197 inimest ehk 2,4% - see osakaal on püsinud muutumatu. Läänemaal ööbijaid oli Saksa turistide hulgas 1358.
- **ROOTSI TURISTIDEST** ööbis 2016. aastal majutusasutustes 74 415 inimest, neist 54 451 Harjumaal (sh Tallinn) – valdavalt ööbiti Tallinnas, maakonnas ööbijaid oli vaid 970 inimest ehk 1,8% - see osakaal on püsinud muutumatu, kuid Rootsi turistide arv on vähenemas. Läänemaal ööbijaid oli Rootsi turistide hulgas 1524.
- **BRITI TURISTIDEST** ööbis 2016. aastal majutusasutustes 48 733 inimest, neist 41 534 Harjumaal (sh Tallinn) – valdavalt ööbiti Tallinnas, maakonnas ööbijaid oli vaid 777 inimest ehk 1,2% - see osakaal on viimastel aastatel kasvanud. Läänemaal ööbijaid oli Briti turistide hulgas 394, see arv on samuti kasvamas.
- **AASIA TURISTIDEST** ööbis 2016. aastal majutusasutustes 73 093 inimest, neist suur osa 66 438 Harjumaal (sh Tallinn). Valdavalt ööbiti Tallinnas, maakonnas ööbis alla 1% ehk 525 inimest, kuid see arv on kiiresti kasvamas. Läänemaal ööbijaid oli Aasia turistide hulgas 603 ning ka see number on kasvamas.

Statistikaameti kõige esimesed välisturistide päritolumaad olid ka **POSITIUM LBS mobiilpositsioneerimise uuringu järgi tipus**. Positium LBSi järgi külastas 2016. aastal Eestit 5962099 turisti, neist **enim Soomest, Venemaalt, Lätist, Saksamaalt ja Rootsist. EESTI PANGA** statistika toob topina välja samad turistide päritolumaad, vahed on minimaalsed, seetõttu järgnevalt toome välja POSITIUM LBS mobiilpositsioneerimise statistika:

- **SOOME TURISTE** külastas Eestit 2016. aastal 2 271 063 inimest ehk 38% välisturistidest. Külastatavus oli suurem perioodil mai-august, samas on Soome turistidele omane, et Eestit külastatakse aasta läbi.
- **VENEMAA TURISTE** külastas Eestit 2016. aastal 848 785 inimest ehk 14% välisturistidest. Külastatavus kasvas mõnevõrra suvekuudel ning suurenes ka detsembris-jaanuaris. Samas on Vene turistidele omane, et Eestit külastatakse küllaltki ühtlaselt aasta läbi.
- **LÄTI TURISTE** külastas Eestit 2016. aastal 578 820 inimest ehk 9,7% välisturistidest. Külastatavuse tippkuud on suvekuud ning detsember-jaanuar. Ka Läti turistidele on omane, et Eestit külastatakse aasta läbi.
- **SAKSA TURISTE** külastas Eestit 2016. aastal 427 575 inimest ehk 7,2%

välituristidest. Külalastatavus on suurem perioodil mai kuni september. Saksa turistidele, nagu ka teistele Kesk-Euroopa ja kaugemate riikide turistidele, on omane, et suveperioodi turistide osakaal kogu aasta turistide koguarvust on poole rohkem. Näiteks moodustas aasta turistide koguarvust suvekuudel külalastajate osakaal Saksamaa puhul 51%, USA 57%, Aasia 59%, Itaalia 57%, Prantsusmaa 46%, Kanada 57%, Austraalia 54%, Shveits 51%, Austria 51%, Portugal 47% jne.

- **ROOTSI TURISTE** külalastas Eestit 2016. aastal 223 648 inimest ehk 3,7% välituristidest. Külalastatavus suurenes suvekuud ning sarnaselt teiste lähiriikidega on Rootsi turistidele omane, et Eestit külalastatakse aasta läbi.

POSITIUM LBS poolt läbi viidud uuring “Lääne-Harju piirkonna turismistatistika aastal 2016 mobiilipositsioneerimise andmetel” jagas infot piirkonna külalastatavuse kohta nii siseriiklike kui ka välituristide kohta.

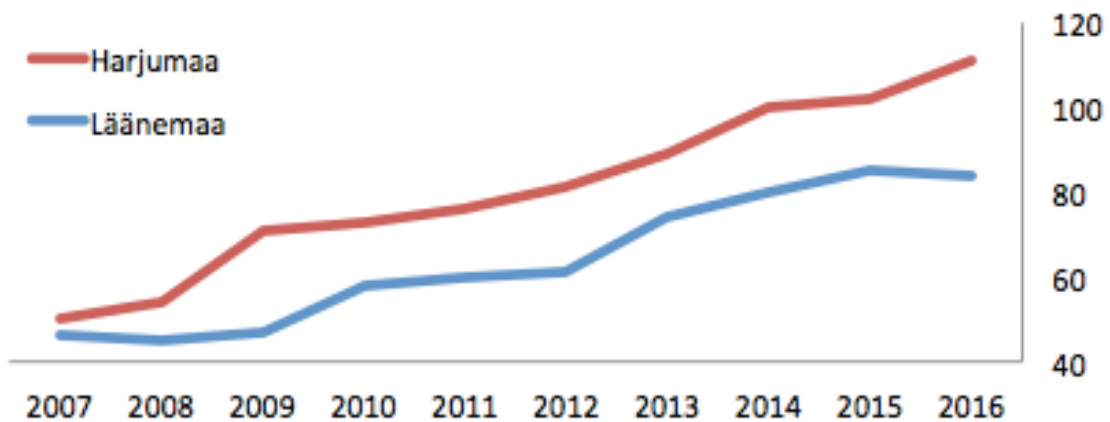
Analüüsitud 2016. aasta nelja kuu vältel Eesti turiste külalastas Lääne-Harju piirkonda 88,7% (915 053 inimest), kõige suurema osa moodustasid Tallinna linna elanikud (35%), järgnesid lähivallad: Harku vald (4%), Keila vald (3%), Keila linn (3%), Saue vald (3%), Rae vald (3%) ja Viimsi vald (2%). Uuring näitas, et piirkonna külalastatavust suurendasid suured üritused (nagu Laulasmaa laht), mis vihjab, et piirkonna suurüritustel tuleks turundajatel planeerida, kuidas sellistel üritustel kohapeal teisi piirkonna külalastuskohti reklaamida.

Väliskülalastajate osakaal Lääne-Harju piirkonna külalastajaskonnas oli 11,3% (116 175 inimest), selle aja kestel tegid väliskülalastajad piirkonda 121 492 reisi, millest 19% (ehk 23 155) juhtudel jäadi piirkonda ka ööbima. Välituristide hulgas oli kõige rohkem Soomest (51%), Lätist (10%) ja Saksamaalt (9%) pärit külalastajaid. Väliskülalastajate poolt olid enim külalastatud Kernu vald (30%) ja Keila vald (20%), märgatavalt suurem oli välituristide puhul ühepäevareiside osakaal, millest sisaldub ka autoga piirkonnast läbisõitmine. Turistide jaoks kõige aktiivsem kuu oli juuli. 2016. aasta juulis tuvastatud 47 443-st Lääne-Harju piirkonna väliskülalastajatest enamuse moodustasid soomlased (59%), lätlased (8,5%), sakslased 6,4% ja rootslased (6%).

MAJUTUSE STATISTIKA

STATISTIKAAMETi majutuskohtade statistika näitab, et 2016. aastal oli Eestis 1454 majutuskohta ning kasv on suhteliselt ühtlane. Harjumaal (v.a Tallinn) oli majutuskohti 111 ja number on kasvamas, samas kui Tallinna (143 majutuskohta) number püsib suhteliselt samal tasemel. Läänemaal oli majutuskohtade arv 84 ning kasv on aeglustunud.

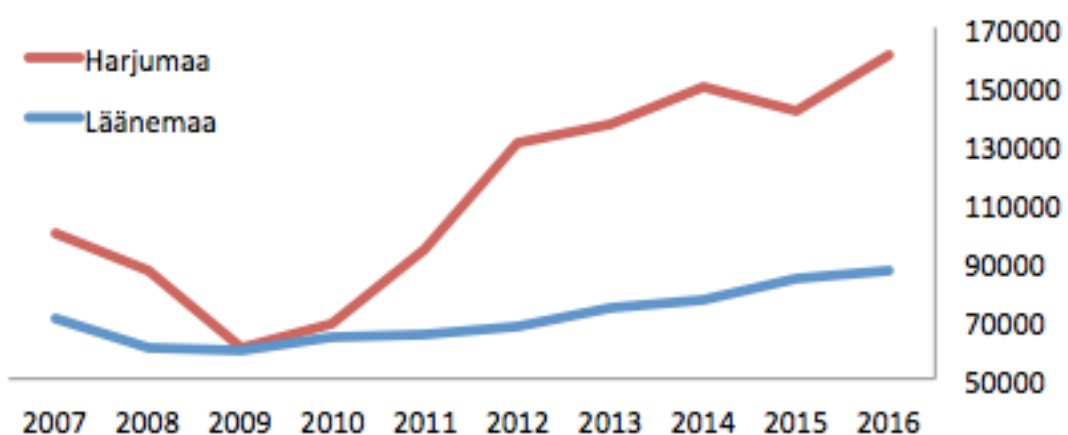
Majutuskohtade statistika 2007-2016 (Statistikaamet)



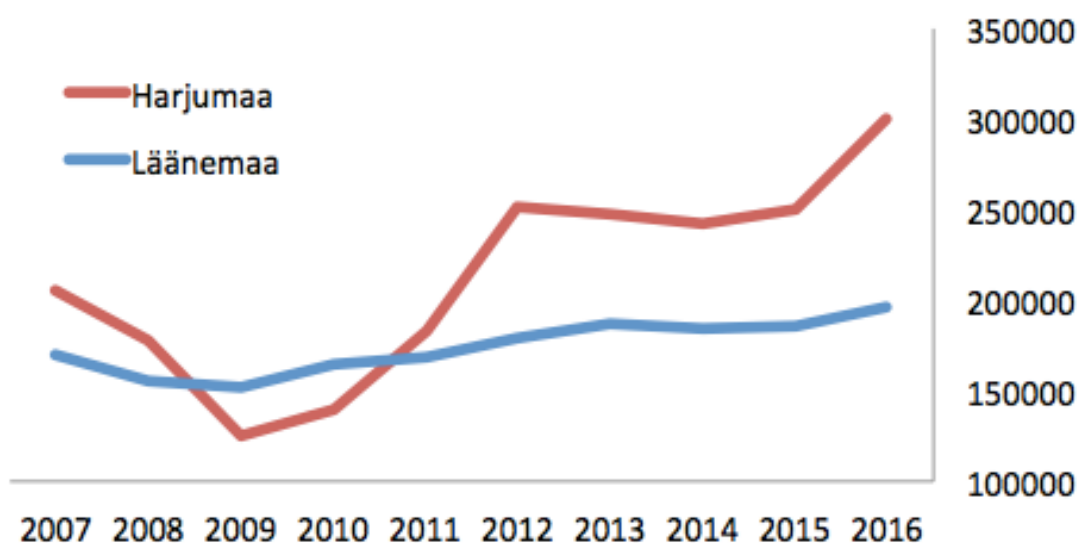
Statistikaameti majutatute statistika näitab, et 2016. aastal viibis Eesti majutusasutustes 3 324 914 majutatut. Neist Harjumaal (v.a Tallinn) oli 160 657 majutatut, mis on 8,7% kogu Tallinn+Harjumaal majutatutest. Läänemaal majutatute arv oli 86 762.

Majutatute arv on kasvamas nii üle Eesti kui ka Harjumaal ja Läänemaal. Statistikaameti näitab, et 2009–2010 ehk kriisiaastad mõjutasid majutuskohtade täituvust, sealhulgas Tallinnas ja Harjumaal. Kõver näitab, et terav oli langus Harjumaal (100 000-lt 60 000-le) ja vähem terav Läänemaal (70 000-lt 60 000-le). Vaadeldes eraldi Tallinna andmeid, kus samuti langus drastiline polnud, võib järeldada, et majanduskriisid mõjutavad tugevalt just maakondade majutuasutuste külastatavust. (Samas on eelmisest majutuskohtade statistikast näha, et kriisi tõttu majutuskohtade arv ei vähenenud.)

Majutatute statistika 2007-2016 (Statistikaamet)



Majutatute ööbimised 2007-2016 (Statistikaamet)



Majutatute ööbimiste arv oli Statistikaameti andmetel Eestis 2016. aastal keskmiselt 1,7, Harjumaal oli ööbimiste keskmine arv 2, Läänemaal 2,3.

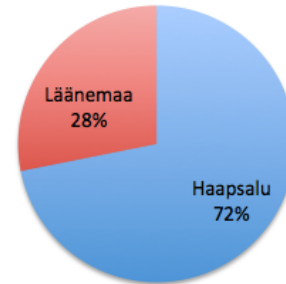
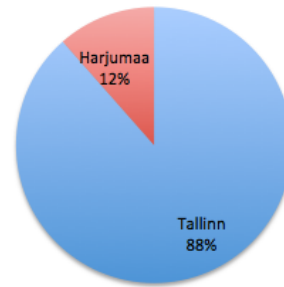
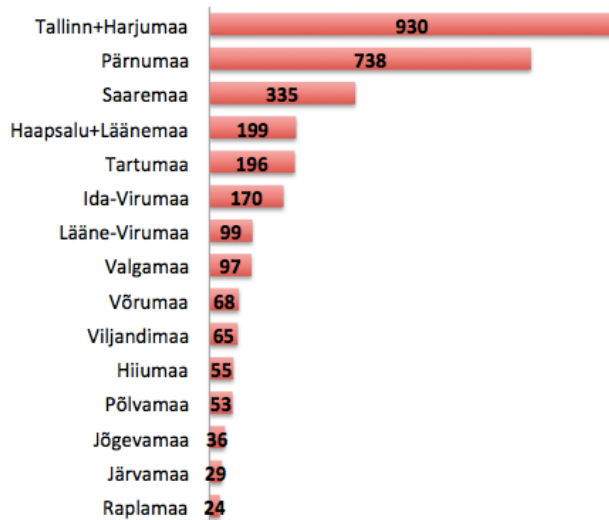
Majutuskohdade täituvuse poolest on Harju- ja Läänemaa võrreldes mitmete teiste Eesti maakondadega heas seisus, liigitudes pigem külastatavamate sihtkohade hulka. Kui kogu Eestis oli tubade täituvus 2016. aastal 45%, siis Harjumaal oli täituvus suurim - 60% (sealhulgas Tallinn 66%) ning Läänemaal oli täituvus 41%. Nende protsentide vahele jäävad Pärnumaa, Tartumaa ja Ida-Viru.

Majutuse eesmärgi järgi ööbitakse Eesti majutusasutustes 69% puhkuse ja 22% tööreisi eesmärgil. Nii Harjumaal kui Läänemaal keskmisega võrreldes suuri erinevusi osakaaludes ei olnud. Teistest maakondadest eristub tugevalt Tartumaa, kus töö tõttu ööbijate osakaal on 34% ja Pärnu, kus töö tõttu ööbijate osakaal on kõigest 6%.

BOOKING.COM-is on registreeritud 3144 Eestis majutusasutust. Enim majutusasutusi on Harjumaal (sh Tallinn), Pärnumaal ja Saaremaal, Läänemaal (sh Haapsalu), Tartumaal ja Ida-Virumaal. See näitab, et Loode-Eesti on ümbritsetud aktiivsetest turismisihtpunktidest.

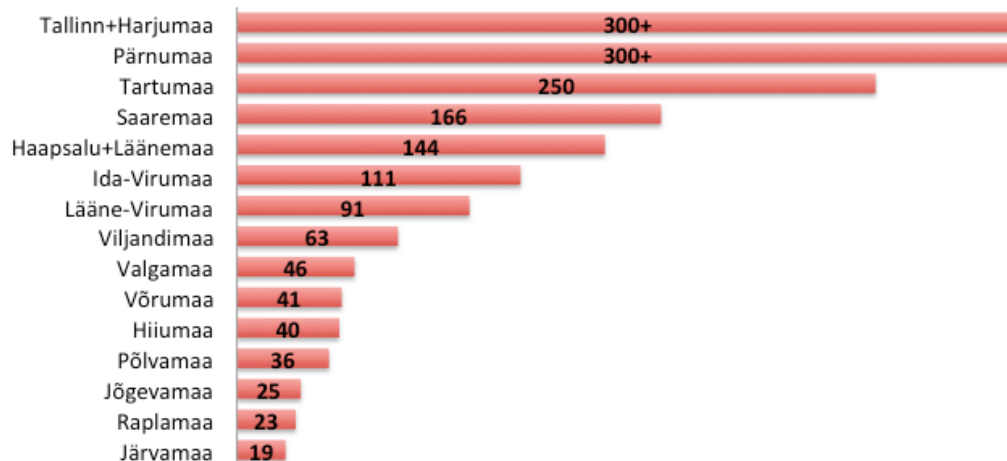
Samas linnadest väljas paiknevate majutusasutuse arvud Harjumaal ja Läänemaal Booking.com-is ei eristu teistest maakondades. (Harjumaal kokku majutuskohdade arv 107 ning Läänemaal kokku 56.)

Booking.com majutasutuste arvud (27.11.2017)



AIRBNB andmetel on arvukamalt majutasutusasutusi samuti Harjumaal (sh Tallinn), Pärnumaal, Tartumaal, Saaremaal ja Läänemaal (sh Haapsalus). AirBnB üle 300 otsingutulemuse numbriliselt ei näita.

AirBnB majutasutuste arvud (27.11.2017)



LISA 1. Loode-Eesti kui turismisihtkoha ja väärt elukeskkonna grupiarutelude (05.12.2017) kokkuvõtted

KAJA KARLSONI GRUPP

KÜSIMUS 1: Kuidas panna ettevõtteid koostööd tegema ning missugust tuge ootavad ettevõtted KOVidelt ja arendusorganisatsioonidelt?

- Turismiinfopunktide võrgustiku loomine & arendamine
- Selgitada välja, kus on tõmbekeskused, kuhu inimesed tulevad - jagada piirkonna turismiinfot neis kohtades
- Kasutada turismiinfo jagamiseks ära olemasolevaid võrgustikke
- Pilootprojektina võiks infopunktideks olla bensiinjaamad
- Riikliku süsteemi peale ei saa loota
- Puhka Eestis keskkonna võimaluste kasutamine (korraldada Visit infopäev uuesti)
- Luua piirkonna ühine sündmuste kalender (+ kaart), info veebis ja äpis (omavalitsustel on kalendrid olemas)
- Kasutada ära huvi.tallinn.ee-d
- Turismikaardil on kasutada eri koordinaatsüsteeme - kaardistada ka muud koordinaadid ning korraldada nende teemaline koolitusi
- Probleem on dubleerimine ja konkureerimine ühtedele ressurssidele
- Ettevõttelt ettevõttele info levitamine: üksteisel külas käimine, soovitude jagamine
- Kust saab infot ja kuidas me seda disainime?
- Vajalik katusorganisatsioon (arendada olevasolevat, nt Läänemaa Turism+omavalitsusliidud).
- KOVid ja katused - nende tegevuste alane abi, mis toovad turisti (avalikkusele suunatud investeeringut)
- Vajalik on eestvedaja; KOVides olemas turismiga tegelevad inimesed, kuid neil puudub tihti vajalik kompetents valdkonna arendamiseks, seega peaks keegi võtma selle rolli, et koolitada omavalitsuste inimesi nendel teemadel.
- Võrgustikku peavad kuuluma KOV (töötaja tasu), ettevõtted (rahastavad tegevusi), tootearendus, turundus
- Omavalitsus peab tegelema ka avalikkusele suunatud investeeringutega, matkaradadega jms.

KÜSIMUS 2: Mida teha, et Loode-Eesti külastatavus kasvaks?

- Kaardistada piirkonnas pakutavad teenused: mis meil on ka kellele see võiks sobida
- Kõik sihtrühmad on olulised: eriti oluline on siseturism, olulised on ka ärikliendid + välituristid.
- Turismi sihtrühmad võiksid olla Poola, Eesti, Leedu, Soome siseturistid, Rootsi.
- Ideed: suvekoolid, ekspordile suunatud tooted, koostöö äriklientuuriga (tuua raha väikestesse kohtadesse, mitte jätta keskustesse)
- Suuremad ettevõtted soovivad koostööd väiksematega: töötoad klientidele, sündmused, tegevused jne

KÜSIMUS 3: Millised peaks olemas lood, mida Loode-Eestist rääkida?

- Rannik ja meri ühendab piirkonda.

- Piirkonnale on iseloomulik looduslik kooslus, see on see, millega eristutakse. Meil on 1) lood ja 2) marsruudid.
- Loode-Eesti lugude loomisel võtta aluseks rohujuure tasandi lood: top 5 loodus, top 5 pärimus
- Meeldis kaksiknimede ja teekondade idee (teekonnad on toode). Loode-Eesti lugu võiks tekkida nende kahe sümbioosist. Ei saa aru tuulelohest.

ANNIKA MÄNDLA GRUPP

KÜSIMUS 1: Kuidas panna ettevõtteid koostööd tegema ning missugust tuge ootavad ettevõtted KOVidelt ja arendusorganisatsioonidelt?

- Kontaktid ja koostöö ettevõtjate vahel olulised. Ettevõtjad ei tunne üksteist, ei tea, mis siin piirkonnas pakutakse. Kui ka näit sündmuste ajal on ettevõtja ise broneeritud, ta ei oska külastajat teise juurde soovitada, teise teenuseid pakkuda.
- Võiks korraldada ettevõtjatele üritusi, mille raames nad saaksid mitteformaalselt koos käia.
- KOVidelt oodatakse infrastruktuuri korrastamiseks, et viidastus oleks olemas, teed korras.
- ühise sõnumina tuli välja: on vaja ühte inimest, kes siin piirkonnas vastutab ja tegeleb turismi arendamisega. Tema oleks see, kes kutsub kokku ettevõtjaid, suhtleb nendega, samal ajal veab eest Loode-Eesti turundamist ja külastatavuse suurenemist.
- Matkarajad peaks olema hästi leitavad, ülesmärgitud ja korras.
- Koostada ka näidismarsruute piirkonnast ja teekondasid.

KÜSIMUS 2: Mida teha, et Loode-Eesti külastatavus kasvaks?

- Sihtrühmad: Tallinn, siseturist, lähiriigid (Soome, Läti, Venemaa), kruisituristid, loodusturistid, pered, ajaloohuvilised, grupituristid
- Kujundada välja, mis on meie ühissõnum
- Turundab teekondi, jagada infot turismifirmadele.
- Sündmusi võis rohkem olla, ka hooajavälisel ajal näiteks septembris, mais
- Koostada uued trükised marsruutidega.
- Marsruutide teekond käis arutelust hästi palju läbi.

KÜSIMUS 3: Millised peaks olemas lood, mida Loode-Eestist rääkida?

- Märksõnad: meri, ajalugu, teekonnad, kultuur
- Vajame omadussõna või tutvustavat sõna, sloganit juurde (nt on olemas imeline Keila)
- Loode-Eesti – vajab tabavat sõnumit juurde.
- Ei meeldinud kakskeelsete nimede kontseptsioon. Teekonnad peaks olema nagunii osa kontseptsioonist.

TOOMAS KÄÄNI GRUPP

KÜSIMUS 1: Kuidas panna ettevõtteid koostööd tegema ning missugust tuge ootavad ettevõtted KOVidelt ja arendusorganisatsioonidelt?

- hea eestvedaja peab olema
- kõigepealt peab üksteist tundma õppima

KÜSIMUS 2: Mida teha, et Loode-Eesti külastatavus kasvaks?

- Sihtgrupid: kõige olulisemad soomlased, neid on palju ja väga erinevaid.

- Võib-olla aga ei peaks rahvus e põhjal määratlema, vaid liigitama neid teistel alustel: kruiisituristid (1 päev), grupituristid, individuaalsed turistid.
- Kõik müügitgevused võtavad raha, kõik see on energia – tuleks keskenduda põhilistele rahavoogudele, kus turistid tulevad - grupituristid, kruiisituristid on välisturistidest kõige olulisemad
- Siseturistidest kõige olulisemad tallinlased.
- Kuidas end reisifirmadele turundada. Kas selleks on ettevalmistusi tehtud? Kas üksikettevõtte, kes enamasti on väga väike ettevõtte – kas tema suudab end reisifirmadele, eelkõige kruiisifirmadele maha müüa?
- Turismi vaadata laiemalt, konverentsid ja koolitused tuleks ka lugeda turismi alla – sellel on väga suur potentsiaal, kuni selleni välja, et firmade
- Aastakoosolekute sihipärane müük majutusasutustes (mõisad jt) on võimalus, mida tuleks ära kasutada – see ei ole sesoonsusega väga palju seotud, ja siin on suured rahad.
- Mida turist otsib: mardilaat, kuhu ma rongiga saan, bussitäis maakohast, jalgratastel?

KÜSIMUS 3: Millised peaks olema lood, mida Loode-Eestist rääkida?

- Väljapakutud ideekontseptsioonides enim kõnetas teekondade idee.
- Seda ühte kõikehõlmavat lugu on äärmiselt raske leida. Kindlasti on võimalik tekitada palju häid lugusid ja neid omavahel siduda. Teekondade temaatika aktiveeris meie grupi inimesi enim.
- Ideed teekondadeks: Arvo Pärt / Pärdi tee, isikutega sidumine, loodus, aktiivne puhkus
- Uued tehnoloogilised vahendid

EDE TEINBASI GRUPP

KÜSIMUS 1: Kuidas panna ettevõtteid koostööd tegema ning missugust tuge ootavad ettevõtted KOVidelt ja arendusorganisatsioonidelt?

- üks katus, mis koondab infot, koondab osapooled, vahendab suhtlust, tooted (marsruudid ja paketid)
- info jagamine – saada kokku võimalike koostööpartneritega, rollide jaotus
- ootus KOV-idele – info seaduste jms kohta, ka teiste ettevõtjatega koostöövõimaluste kohta ja tahe aidata (mitte anda seadus/määrus ette, vaid aidata bürokraatiast läbi)
- ühised koosviibimised, arutelud KOV+ettevõtete vahel
- KOV peaks nägema kasu (turismi)ettevõtjast muuhulgas ka elukeskkonna arendajana
- KOV peaks ju tegelikult olema kodanike ja ettevõtjate teenindaja
- Koostööd kogukonnaga ja elanikuga, teavitada kogukondi, mis on nende kasu ettevõtlusest
- KOV ka ettevõtja häälekandja – vahelüli kogukonnaga
- Kohalik, piirkondlik “turismimess”
- Väga oluline on tahe – see peab olema ettevõtjate ja omavalitsuse vahel ning omavalitsuse ja arendusorganisatsioonide poolt. (Kurdeti, et vahel ei ole heasoovlikku tahet seda koostööd teha). Et tahe tekiks, peab kõigil olema selge, mis on nende kasu sealjuures – ka omavalitsus peab nägema, mis on tema kasu sellest, et turism areneb. Kogukond peab nägema oma kasu ja KOV või KOV-ide nomineeritud organisatsioon (nt turismiorganisatsioon nagu MTÜ Läänemaa

turism Läänemaal) peab olema vahelüli omavalitsuse ja ettevõtjate-kogukondade vahelisel tasandil, kes koostööd edendab ja kasu igale poole selgitab.

KÜSIMUS 2: Mida teha, et Loode-Eesti külastatavus kasvaks?

- Eristati selgelt Eesti turist – kes on meiega ühes inforuumis ja temal on meieni lihtne jõuda. Saab panustada ühtlaselt
- Tallinna klient: nii eesti kui vene – kui eestikeelne. Kui eestikeelse tallinlaseni oleme võib-olla rohkem jõudnud, siis vene keelt rääkiva külaliseni vähem. Kuidas venekeelse sihtrühmani jõuda?
- Kanalitena toodi välja: Tallinna meedia, Tallinna infokanalid, turismifirmad (eesti külastajad).
- Väliturist - oluline eristumine, et silma paista. Loodust on meil palju, nt mustikas, linnud.
- Välituristideni jõuab ilmselt läbi pakettide (ilma nendeta üksikettevõtja kaugele ei jõua), edendada koostööd partneritega (vajalik eestvedaja) EAS, saatkonnad
- Märksõna: transpordivahend – eesti turisti liikumist oluliselt piirab, kui autot ei ole

KÜSIMUS 3: Millised peaks olemas lood, mida Loode-Eestist rääkida?

- Parimate valikutena toodi välja teekonnad (sest see võimaldab tuua välja eripära, siia alla saab kõiki teemasid rohkem tuua: kultuuri, ajalugu, muinasaega, sporti jne. Head kuvandid ja eristumist sel aga veel? pole) ja tuulelohe, sest see on juba logona turundatav, praegu kõnetab rohkem, sest on konkreetsem ja hoomatavam
- liita Hiiumaa
- mereturism
- geoloogia (rahnud), folkloor (hiiesalud, ohvrikivid, ugri & muinaskultuur)

ANNIKA JÖKSI GRUPP

KÜSIMUS 1: Kuidas panna ettevõtteid koostööd tegema ning missugust tuge ootavad ettevõtted KOVidelt ja arendusorganisatsioonidelt?

- koostöö on oluline, selleks peab olema tahtmine – koostööd teevad inimesed! Selleks, et koostööd inimlikul tasemel teha, tuleb meil üksteist tundma õppida, käime külas, siis teame, kellega me koostööd saame teha, kes on usaldusväärne, kelle tegevused mulle sobivad.
- Visit Estonia – see on väga hea tööriist, arutelus jõudsime selleni, et turismiettevõtjad tahaksid saada võimalikult palju informatsiooni nendest mitteklassikalistest turismiettevõtjatest, vaid nendest, kes annaksid väärtust tema tootele, nt pruulikojad, matkaseltsid, väikeste pisiettevõtete omanikud – kes oleksid head partnerid ja koostööst huvitatud. Et nendeni jõuda, selleks peaks olema arendusorganisatsioon, kes nopiks nad kokku ja paneks nad excelisse ehk kaardistaks ja hakkaks neid pakkuma.
- Oluline üksteise tundmaõppimine: milline see teenus on siis, kes mida teeb, me ei tunne teineteist
- Võrgustiku informatsioon: peaksime aitama erinevatel organisatsioonidel Visit Estoniasse
- Asjakohane infokiri välja saata, piirkonna tegijad liitumine – keegi peab selle infoliigutaja rolli võtma. Tihti ei teata, milline on arendusorganisatsiooni roll, mida teeb leader, mis vastutus on maakondlikul turismikoordinaatoril – see

selgus täna veel puudub.

- Teeme omavahel koostöötuuri ja tutvume – et piirkonna turismiettevõtjad teaksid mis ja kes kus toimetavad, mis siin kohapeal sünnib
- Juustuvalmistamine mõnustes (toode), seal on ka 200-aastane karjäär – ettepanek omavalitsusele korraldada festival (tugi!) Mõnuste paekarjäär on väärtus
- Rahalist tuge ootaks omavalitsuselt – kui teie võimalus on infrastruktuuri parandada, siis palun parandage. Kui turismitoodete teenuste loomisel on vaja abi piirkonna korrastamisel, siis seda oodatakse. MTÜd, kes külalistega tegelevad, tahaksid saada ka rahalist tuge, kuid see on läbirääkimiste küsimus. Ootaks ka isikliku, inimlikku suhet omavalitsuselt.
- Ürituste korraldamisel on vaja abi, kellega suhelda
- Oleneb palju inimesest, kes on omavalitsuses tegelevad
- Infra peab olema korras

KÜSIMUS 2: Mida teha, et Loode-Eesti külastatavus kasvaks?

- sisustada madalhooaeg – idee porikuu festival novembris – see oleks piirkonda ühendav üritus, kus kõik saaksid üksikettevõtjana või org-na või külastajale midagi pakkuda või teemakapetud välja pakkuda
- veeburaris saunaralli
- sündmuste sari tekitada
- kui oleks katus, saaksime selle all hakata tutvustama tooteid
- kui sündmusi korraldada – tuleks mõelda, mida me teeme sündmuse ajal sellist, mis tooks kliendi tagasi
- korralik teavitusteha, eelnevalt kokku leppida, mida teha, et külastaja tuleks teine kord tagasi

KÜSIMUS 3: Millised peaks olema lood, mida Loode-Eestist rääkida?

- tuulelohe – aga seda peaks toetama mingid videod
- tuulelohe + loode-eesti teekonnad – ühendaks ära paketid
- kõik, mis seotud tuulega, pole hea
- 59 kraadi – pop ja noortepärane, 69 sobib paremini, siin instgram oluline
- piirkonna teekonnad – regionaalne ja teemapõhine võiks olla
- 7 teekonda ja 7 tuulelohet

GRUPIARUTELUDE KOKKUVÕTE AIN HINSBERGILT

Koostöö:

- Kõige olulisem on üksteise tundmine
- Vajalik on eestvedaja, koordineerija, katus – kas ta on üks inimene, võtab selle rolli keegi olemasolevatest organisatsioonidest – see on vaja paika panna
- abiks selle töö juures on olemasolev infokandjate võrgustik, kes niikuinii selle infoga praegu tegeleb
- korduvalt mainiti PuhkaEestis/VisitEstoniat – soovitada ettevõtjatel end selle kanaliga siduda
- omavalitused: ressursi oleks vaja infra ja mtüde jaoks, koostööd äriturismiga

Sihtrühmad:

- Tallinn
- Siseturism
- Lähivälismaa sh soome

- Pakuti välja, kes on kliendisegment tema tegevuste ja huvide põhiselt (kruiis, pere ajalugu, loodus, ka mittehooaegne tegevus
- kogu info kaardistamine tuleks kokku tõmmata ja läbi töötada, selle põhjal saaks suhelda turismiettevõtetega ja kes teeksid B2B-turundust, millega ei jõua kohapeal ettevõtjad tegeleda, kuid mis tooks kohapeale turiste juurde.
- info peaks olema paketeeritud teekonni, marsruuditi, trükistes
- oluline on eristumine ja sündmuse korraldamine

Kuvand:

- Teekonnad
- see "miski" Loode-Eesti ees, kas ta on teekondade Loode-Eesti või midagi muud, see tuleks erinevatest teemalugudest (loodus, pärimus) katsuda uuesti välja sõeluda. Et jõutaks küsimusest vastuseni: miks Loode-Eesti?
- tuulelohe – olemas märk, leida lugu juurde
- mainiti ka merd, pärimust

LISA 2: ideed Loode-Eesti kui turismisihtkoha turundamiseks (tagasisideleht+kommentaarid)

2014. aastal on Loode-Eesti turundamiseks välja pakutud Tuulelohe kontseptsioon. Sellele lisaks pakkusid käesoleva turundusplaani koostajad välja veel kolm täiendavat ideed: teekonnad, kaksiknimed ja 59 laiuskraad.

Kõiki ideid testiti 5. detsembril 2017. a. peetud arutelul, kus osalejad eelistasid järgmist kaht ideed:

- **Tuulelohe** kui margina turundatav idee, millele aga on vaja luua juurde lugu.
- **Teekonnad**, mis annab võimaluse tuua sihtrühmadele välja kõik piirkonna teemad, ent millel puudub visuaalne kuvandit. Märgiti ka, et teekonnad peaksid nii või teisiti olema osa Loode-Eesti kontseptsioonist.

Osalejate poolt soovitati ka ideede sümbioosi ning lisaks märgiti, et Loode-Eesti ette peaks leidma sobiva omadussõna, millega seda turundada. Lõpliku valiku jätavad turundusplaani koostajad plaani tellijate otsustada.

TUULELOHE

- Loodesse suunduv teemanti kujuline tuulelohe.
- Erivärvilised kolmnurgad tähistavad piirkonna kante ja nutikaid kogukondi, koondudes loode suunda ja moodustades ühtse terviku – teemanti, mis on väärtuslik ja ihaldusväärne. Valged jooned on teed, mis viivad loodesse, loodusesse ja lähedalasuvatesse keskustesse ning sümboliseerivad piirkonna head ligipääsetavust. Tuulelohe nöö on küllalt lühike, mis näitab, et tee piirkonda pole pikk ja Loode-Eesti on lähedal. Lohe lendab, mis näitab, et piirkonnal on tuul tiibades ja elu edeneb.
- Piirkondade sisemised väärtused ja sära on näha kolmnurkade värvilahenduses. Värvid sümboliseerivad piirkonda iseloomustavaid maastikulisi elemente: roheline - maa, sinine - meri, helesinine - taevast, valge - teed. Erinevad värvitoonid koos sümboliseerivad ka mitmekesist tootepakkumist külastajale ja piirkonna eriilmelisust.
- Seonduvad positiivsed emotsioonid ja situatsioonid: puhkus ja vaba aeg, hobid, pere ja lapsed, mõnus äraolemine, vabadus ja palju vaba ruumi, kontakt loodusega, soodsad tuuled ja olud, rand ja päike, romantiline meeleolu, õnnelik olemine.
- Vanasõna: Loode tuul on taeva luud – lubab eeldada positiivseid muutuseid
- Inglise keeles: North-West-Est

LOODE-EESTI TEEKONNAD / NORTH-WEST-EST ROUTES

- Loode-Eesti lugu jutustavad teekonnad, mis kutsuvad inimesi linnast loodusesse ning tutvustavad ajalugu ja kultuuripärandit.
- Kontseptsioon võimaldab luua lõpmatul hulgal erinevaid teekondi: rannarootsi, kunstnikud, gurmee, toidukultuur ja -trendid, muusika, kirikud, Vene tsaariaegne pärand, baltisaksa, rannarootsi, peetriaegne, viikingid, põlisasulad, mõisad, militaar, seiklus, filmivõtete paigad, sport, põlisteed, taimede, lindude tundmine, üritusturunduse/konverentsiturismi korraldajad. Teekondadega on võimalik hõlmata kogu piirkond.
- Piirkond on linnale lähedal, ühe päeva tee kaugusel, ühistranspordiga ligipääsetav ning matkamiseks sobilik.
- Kontseptsiooni uudisväärtuslik idee on õpetada linlikku inimest looduses orienteeruma, loodusesse minekuks õigesti riietuma, oma matkateekonna

pikkust planeerima, nt fotovõistlusi korraldama. Praktilise info kättesaadavaks tegemine võimaldab info kõrval piirkonna ettevõtjate reklaami näidata.

- Visualiseerimine: kompass, kaart, fotod loodusest, teelolemisest.
- Kõneisikud: fotograafid, loodusemehed, matkamehed.

LOODE-EESTI 59°/59 LAIUSKRAAD / NORTH-WEST-EST 59 LATITUDE

- Piirkonna tähiseks on 59. laiuskraadi mahamärkimine ja sellele rajatud kampaania, mis toetab piirkonna külastatavuse suurenemist.
- Kampaania esitab küsimusi “mida teha ülevalpool 59 laiuskraadil”/ “What to do above 59 Latitude” ja pakub neile vastuseid: piirkonnas asuvad söögikohad, toidukultuur, ajalugu, kultuur, seiklus, sport, loodus, meri, matkarajad, kohapeal valmistatud toit, majutus, puhkemajad, suursündmused.
- Füüsiliselt läbib 59 laiuskraad Vormsi saare, kulgeb põhjapool Haapsalut, läbi Risti ning sealt edasi kuni Raplani ja edasi. Laiuskraadi mahamärkimine annab võimaluse tõmmata tähelepanu nii lõunapoolt tulijatele kui ahvatleda Tallinna poolt tulijaid linnast väljapoole.
- Laiuskraad annab võimaluse rääkida samal laiuskraadil teistest riikidest Rootsis, Norras, ning Alaskalt Kamtšatkani.
- Tegemist on ideekontseptsiooniga, mis kõige rohkem keskendub loodusele, looduses liikumisele, meie kliimale, vaatamisväärsustele ja piirkonnas toimuvatele üritustele.

LOODE-EESTI KAKSIKNIMED

- Piirkonna sümboliks on kakskeelsed sildid – ajalooline ja tänapäevane. Rannarootsi aladel on rannarootsi sildid, muudel aladel muinas/viikingi/kesk/NL-aegsed, mõisate, kihelkondade sildid. Kakskeelsed sildid annavad vihjeid piirkonna ajaloost.
- Kontseptsioon toob visuaalsed esemed suhteliselt tühja looduse keskele. Ning apelleerib inimeste pildistamishuvile, guugeldamishuvile, sotsiaalmeediasse postitamise huvile.
- Kontseptsiooni toetab info hästi kättesaadavaks tegemine veebist, sh info kättesaadavus wikipediast.
- Samal ajal kui rannarootsit iseloomustab sajandeid püsinud asustus mere ääres, seostub viikingitega kaubavahetus, rauatootmine, aarded kaugetelt maadelt. NL aeg võimaldab kõita tähelepanu militaarobjektidel.
- Kontseptsioon toetab kitsamate teemalade loomist piirkonnas kohaliku turismi edendamiseks, võimalik on luua mängu.

LISA 3: Loode-Eesti kui turismisihtkoha turundamise sihtrühmad (05.12.2017 arutelu tagasisideleht + kommentaarid)

TALLINLASED

KES: pered, õpilasekursioonid, piirkonna ürituste publik, eestlased, sõpruskonnad, üksikuitajad, firmapidude korraldajad, venelased, erapidude korraldajad, muud kohalikud rahvused

MILLEST HUVITATUD: rahvaüritused, meri, rand, seiklusturism, vaatamisväärsused, toitlustus, päevased väljasõidud, kellegi poolt, eesmärk kogeda midagi uut ja põnevat, organiseeritud ööbimine

EESTI TURISTID

KES: sarnaste huvidega inimeste, noorte ekskursioonid, kontserdi- ja festivalipublik, pered, siitkandist pärit inimesed

MILLEST HUVITATUD: külastuskeskused, mererand, tegeleda oma hobiga, külastada rahvaüritusi, kontserte jms, päevased väljasõidud, info parimate toitlustuskohtade ja majutuse kohta, muuseumid

SOOME TURISTID

KES: sõpruskonnad, perekonnad, turismigrupid

MILLEST HUVITATUD: meelelahutus, kaubandus, puhkamine, liivane rand, soe meri (Haapsalus), laadad, hobidega tegelemine, päevased väljasõidud

VEENE TURISTID

KES: turismigrupid, perekonnad, sõpruskonnad

MILLEST HUVITATUD: kvaliteetne majutus koos toitlustusega, tähtpäevade tähistamine, puhkamine, ajalugu (tsaarid, Tšaikovski, vene mõisad), loodus, kultuurisündmused

LÄTI TURISTID

KES: perekonnad, õpilasgrupid

MILLEST HUVITATUD: soodsa hinnaga majutus koos toitlustusega, Tallinna, Helsingi lähedus, loodus, matkamine, teistmoodi loodus (kivised rannad, rändrahnud)

SAKSA TURISTID

KES: sõpruskonnad, tudengid, pensionärid, perekonnad,

MILLEST HUVITATUD: puhkamine, kvaliteetne majutus, kvaliteetne toitlustus, loodus, meri, ajalugu (mõisad, baltisaksa)

ROOTSI TURISTID

KES: turismigrupid, sõpruskonnad, perekonnad, noored, pensionärid

MILLEST HUVITATUD: elamused, seiklused, meelelahutus, kvaliteetne majutus, puhkamine, ajalugu, rannarootsi, tuntud persoonid ajaloost, gurmee

AASIA TURISTID

KES: turismigrupid, matkajad

MILLEST HUVITATUD: loodus, grupiturism, elamused, puhkamine, kvaliteetne majutus, kvaliteetne toit ja gurmee

KOHALIKUD ELANIKUD

KES: kooligrupid, spordiharrastajad, perekonnad

MILLEST HUVITATUD: seiklusturism, spordirajad, üritused, kogukonna üritused, kohalikel üritustel osalemine, kvaliteetne toit ja gurmee, autoga ligipääsetav, mererand, tähtpäevade tähistamine

LISA 4: 2017. a novembris-detsembris turismiettevõtjate seas läbi viidud veebiküsitlus (küsimused+vastused)

Vastajaid oli 25, neist enamik tegeles mitme tegevusvaldkonnaga, sealhulgas 12 tegeles majutusega, 10 toitlustusega ja 20 aktiivse puhkuse, ürituste korraldamise ja muuga.

Kes on teie ettevõtte kliendid praegu?

1. Valdavalt lääne-Euroopast tulevad paarid ja/või perekonnad.
2. Peamine sihtgrupp on noorte grupid Eestist
3. Klientide profiil on väga erinev. Ettevõtted, eraisikud (vanuses 25-70), kes on huvitatud juustukoolitusest põhumajas.
4. alustame kevadel
5. Ettevõtted (70%), eraisikud (30%)
6. Kliendid on: õpilased, firmad, reisibürood sõpruskonnad, kogukonnad, pered jt.
7. Fännid pealinnast.
8. Suuremas osas Harjumaalt ja Tallinnast tulevad ettevõtted ja ka eraisikud (kelle seas on ka kindel osa välituriste). Liikumist on ka teistest suurematest tõmbekeskustest (eelkõige Tartu). Eelkõige on kliendid Eestist pärit ettevõtted.
9. Välismaalased (Läti, Soome, vene), matkajad ratastega (ka lääne Euroopa) ja autodega
10. turismigrupid
11. Eestlased, lühiajalised puhkajad (nv. 1-2 ööd)
12. Koolid ja lasteaiad, üks turismitalu
13. Peamiselt eestlased ja aktiivse turismi huvilised
14. Kohalikud ja sisse- ja välituristid (50% Soomest)
15. Kodu ja välismaalased.
16. Ettevõtted ja eraisikud
17. Ei
18. Loodushuvilised Lääne-Euroopast ja üha rohkem mujalt maailmast. Kasvab jaapanlaste ja hiinlaste osakaal
19. kohalikud ettevõtted ja eraisikud
20. Harjumaa, Tallinn
21. Saku valla elanikud / erinevad sihtgrupid üle Eesti / soomlased
22. Laulasmaa spaa hotelli soomlastest külalised
23. Suuremalt jaolt Eesti puhkemajutuse kliendid ning osaliselt konverentsi kliendid.
24. Eraisikud ja ettevõtted
25. õpilased, töökollektiivid

Milliste klientideni sooviksite veel jõuda?

1. Skandinaavia turistid
2. Euroopa noorte grupid
3. Siseturismifirmad, kes pakuvad aktiivse puhkuse programme. Turismibürood, kes pakuvad välituristidele elamusturismi pakette.
4. loodusturistid
5. Kõik on oodatud, aga päevaseid kliente (seminarid, koosolekud) võiks olla rohkem
6. Kõik kliendid on omamoodi head. Neil peaks olema piisav huvi paikkonna vastu kuhu nad tulevad.
7. Rikka vene turistini.

8. Sooviksime jõuda rohkem ka välisturgudele (Soome, Rootsi, Venemaa jne) ja Eestist eraisikuteni.
9. Skandinaavia, Rootsi, Holland, Saksa
10. Pereturistid
11. Pikemaajalised puhkajad (nädal, 2 nädalat jne.) nt. Välismaalased, eesti pered kel pole maakodu, loodusturistid, jahimehed, kalamehed
12. Piirkonna majutusepakkujad ja seminarikorraldajad või seminariruumide pakkujad
13. Võiks rohkem noori olla
14. rohkem välituristid (Rootsist ja Lätist ja Venemaalt)
15. Venemaa, Jaapan, Hiina
16. Ettevõteten kes korraldavad oma koolitusi väljaspool Tallinnat
17. Loodushuvilisteni
18. Huvigruppe lisada ei soovi. Soovin pigem näha regulaarset turundust lääne loodushuviliste suunal
19. soome, saksa rootsi vene
20. Tallinn
21. Lähiumbruse vallad
22. ajaloo- ja kultuurihuviliste klientideni
23. Rahvusvahelise segmendi kasvamiseni.
24. Välisturistid
25. Pered

Kus te oma ettevõtet reklaamite?

1. Booking.com, Tripadvisor, Airbnb, visitestonia, enda kodulehekül
2. Kodulehekül, sotsiaalmeedia
3. Põhiliselt läbi sotsiaalmeedia.
4. airbnb
5. Erinevad portaaliid (pidupaev.ee, sekretar.ee, puhkaeestis.ee, booking.com, airbnb.com)
6. Valla kodulehel, Läänemaa Giidide Ühingu kodulehel
7. "Facebook ja dzunglitelefon ehk suust-suhu-juttudega pidi ka levima...
8. Põhiliselt internetis (koduleht, FB ja teised sotsiaalmeediakanaliid, Google, puhkaeestis jne, kuid puudub ülevaade soovitud turgude saitideist, milles võiksime ennast promoda). Väiksemal määral trükised, suvel ürituste plakatid ja bänneriid. Varasematel aastatel ka turismimess. Väga väiksel määral trükireklaam ajalehtedes/ ajakirjades.
9. Booking
10. Visitharju
11. FB lehel, kodulehega, Loode-Eesti turismikaart, puhkaeestis.ee, booking.com, visithaapsalu.com, turismiweb.ee
12. Alustava ettevõtjana pole veel suurema reklaami tegemiseni jõudnud :) kodulehekül ja suust-suhu reklaam on praegu käsil
13. FB, Instagram
14. puhkaeestis, tripadviser, google map, turismikaardiid
15. Ajakirjad, www ja FB-leht
16. Google AdWords ja FB
17. Facebook, posterid
18. Koduleht, booking.com, visitestonia (1-2 kontakti aastas), lääne majutusteenuste lehed

19. facebook, Äripäev
20. FB, koduleht, üleriigilised lehed, raadio (ürituste puhul)
21. erinevad trükiväljaanded ja veeb, Piletilevi, Facebook
22. soomekeelsed flaietid bussis ja Laulasmaa hotellis
23. Sotsiaalmeedias, ajakirjades, kodulehel ning messidel.
24. Koduleht, facebook, Visit Estonia
25. FB, koduleht

Milliste sõnumite, lausetega reklaamite oma tooteid/teenuseid?

1. Come and discover the wonders of Estonian nature, the charms of the capital and the draw of the sauna!
2. Kooliväline aeg tervistavas ja arendavas keskkonnas
3. Maitseelamused (mozzarella valmistamise õpituba), käsitööjuust, elamusturism, ehe maaelu. Ettevõtlus maal.
4. mere äärne maja , keset loodust
5. Meelde jäävad üritused. Meelde jäävad maitset.
6. Vormsi on omanäoline saar Läänemeres
7. Hingega tehtud, ainueksplaarid.
8. Ärkse Hingega talu. Suvekontsertide Paradiis. Elamused taluhoovis ja metsa all
9. Meri, loodus
10. From Padise to Paradise
11. Puhkemaja keset ürgset loodust
12. Salapäraseid ja imelised Pakri saared
13. Restoran ja muuseum, turismipunkt
14. Meeletu vaatega ja heade söökidega kohvik poolsaarel
15. "250 m² saal, Olemas on helitehnika, Projektor ja 3x2 meetrine ekraan, Väga korralik wifi, Majutus 42-le inimesele, Saun"
16. Linnuvaatlus, loodus
17. tulge meile!:)
18. Vanamõisa vabaõhukeskuses toimuvad erinevad sündmused, kontserdid, teatrietendused, kultuuriüritused, firmapeod ja spordivõistlused ning nende toimumist soosib terviklik kompleks. Vabaõhukeskus on suurepärane koht, et korraldada oma ettevõtte suve- ja talvapäevi. Vabaõhukeskuse kompleksi kuulub avar laululava koos kõrvalrajatistega, grillkoda, laste mänguväljakud, korvpalliplats, külakiik ning suur palksaal, mis annab sündmuste korraldamise võimaluse sõltumatult ilmastikuoludest. Vanamõisa vabaõhukeskus asub Tallinna piirist vaid 10 minuti kaugusel.
19. kultuuriretked Lääne-Harjus ja Loode-Eestis
20. Kaunis loodus, rohkete võimalustega spa hotell, vee- ja saunakeskus, ilu- ja spaakeskus, maitsekad restoranid ning konverentsikeskus pakuvad parimaid lahendusi puhkuseks, romantikaks, perega koosolemiseks ja erinevate ürituste korraldamiseks.
21. Mõis on loodud erilisteks sündmusteks
22. tule ja osale

Missugust koostööd teete teiste lähedal asuvate turismiettevõtjatega?

1. Kahjuks ei tee! Aga soovitan alati lähedalasuvaid vaatamisväärsusi, häid restorane, kohvikuid ning soovitan ka teisi majutusasutusi, kui meie puhkemaja pole huvilisele kõige sobivaim.
2. Spa-teenuste kasutamine, tenniseväljakute rent, matkaraja kasutamine
3. Kõikidele meid külastavatele klientidele teeme nõ reklaamipausi, kus

tutvustame lähedal asuvaid ettevõtteid ja vaatamisväärsusi.

4. meelelahutus ümbruskonnas, lisateenused
5. Tihedat koostööd ei ole kahjuks veel olnud. Mõtteid on vahetatud.
6. Majutusettevõtete külalistele pakun giiditeenust ja tutvustan ise meie saare majutusvõimalusi ning söögikohti
7. Tulen vastu kahele kohalikule ettevõttele töötubade korraldamise raames, samuti suunan einestama oma kliente kohalikesse toidukohtadesse.
8. pakume teiste ettevõtete tooteid ja vahendame nende pakutavaid teenuseid
9. Toitlustus, turismiishtpunktid
10. Piirkonna majutusettevõtted toovad ima kliente kloostriga tutvuma
11. Toitlustust oleme pakkunud koos kohaliku kohvikupidajaga, piirkonna üritusi reklaaminud koos teiste majutusasutustega
12. Saarel pakub teine firma toitu, teeme koostööd Padise bussiga ja ümbruse majutusasutustega, et klient ei peaks tegema ise erinevaid päringuid.
13. Tuletornis ja A.Adamsoni muuseumis on olemas meie reklaam
14. on tehtud ühiseid kampaaniaid
15. Kriegeli tallid, mootorrattamuuseum,
16. Toitlustajatega, ettevõtjatega
17. Soovitame piirkonna majutajaid j toitlustajaid
18. ei tee, mõned seiklusmängud oleme sisse ostnud
19. Saue vallas neid vähe aga need kes on nendega püüame ikka koostööd teha (Vanamõisa caravan park, Endla talu, kanuumatkad jne)
20. ei tee kahjuks eriti (koostöö on Saku Pruulikoja ja Metsanurmega)
21. Laulasmaa Spaa
22. Erinevate programmide, ürituste müük. (Kõltsu Mõis, Lohusalu tantsuõhtud, suveteater Laulasmaal)
23. ei ole koostööd teinud

Milliseid sõnumeid, sümboleid või lugusid peaks Loode-Eesti piirkonna tutvustamiseks kasutama?

1. Ürgne loodus ja kultuur ning linnameelu käsikäes. Või- metsailu ja linnameelu koge kõike!
2. Tallinna lähedus, iidne asustus, Balti-Saksa mõisa-ajalugu, pankrannik, kultuuripärand
3. Meie piirkond on erinevate elamuste poolest rikas. Ehk tasuks teha kahe väljundiga tutvustuspakette või näiteks nõ day trips from Tallinn - piirkondlikke(ühes piirkonnas kaasatud erineva valdkonnas tegevad turismiettevõtjad) ja temaatilisi (nature tours, gastronomy journey, handicraft trip, castle tour, manor tour, viking tour?, local traditions and beliefs jne). Vaadata meie piirkonda turisti poolt ja valmistada ette soovituslikke tuure-pakette (ettevõtte, mida pakub, kui kaua kestab, min/max grupi suurus jne), et kliendil oleks lihtsam ja selgem.
4. puhas loodus, matkad looduses
5. Puhas loodus, puhtad maitset, energia, soe vastuvõtt, kvaliteet, väike aga tubli, lihtsalt hea, lähedal, üllatav, sisukas
6. Meri, loodus, puhas elukeskkond
7. Nii kaugel ja ometigi nii lähedal!!
8. "Oleme ka ise proovinud kasutada Loode-Eestit - kui asukoha tunnust, kuid hetkel on suuresti tegu segase määratlusega võõraste jaoks (pole selge, mis piirkonnaga on tegu ja mis on piirkonna väärtused ja eelised).

9. Peaksime ühiselt välja mõtlema, mis on meie eelised ja mida tahame öelda. Kui Loode-Eesti mainimisega kaasneb ka sügavam sisu oleks see ilmselt ka piirkonna ettevõtetele kasulik, kuna asukoha tunnus oleks *""tunnustus"". Tähtsust ja väärtusi kandev määratlus. Ja ettevõtted saaksid uhkelt öelda, et asuvad Loode-Eestis.
10. Käesolev ettevõtmine on selleks kindlasti sobilik ja väga vajalik :) ! "
11. Meri, maastikukaitsealad, mitmesaja miljoni aastane pankrannik
12. Edasi tuleks arendada seda, kuhu Loode-Eesti ühisturundusega mõned aastad tagasi jõuti. Marsruudid, paketid jne.
13. Loodusturism
14. rannarootslased, kerkiv maa, rannaniidud, suursoo, valgejärv
15. Ideaalne sihtkoht ühepäevareisiks, välja töödelda marsruudid koos põnevaga kirjeldusega
16. ainulaadne loodus kiirest eemal
17. Linnuvaatlus. Argumendiks Eesti unikaalne asukoht lindude rändeteel mida läbib miljoneid linde. Suhteliselt lihtsalt tabatav ja organiseeritud sihtgrupp ca' 4milj. huvilisega Lääne-Euroopast
18. näha oma silmaga, tunnetada looduse jõudu ja aja(loo)hõngu
19. Loode- Eesti kaunis ja rahulik loodus sobib suurepäraselt aeglasema tempoga kulgemiseks, kuid samas on siin nii palju avastamist.

Milline on teie ettevõtte tegevusala?

1. Majutus
2. Majutus, Toitlustus, Ürituste korraldamine, Aktiivne puhkus, Noortelaagid
3. Aktiivne puhkus
4. Majutus, Aktiivne puhkus
5. Majutus, Toitlustus, pulmad, lastelaagrid, seminarid, suvepäevad, talvepäevad
6. Aktiivne puhkus
7. Ürituste korraldamine, kunsti-ja käsitööalane tegevus
8. Majutus, Toitlustus, Ürituste korraldamine, Aktiivne puhkus
9. Majutus
10. Ürituste korraldamine, Ekskursioonid
11. Majutus
12. Ürituste korraldamine, Aktiivne puhkus
13. Aktiivne puhkus
14. Toitlustus, Muuseum
15. Toitlustus
16. Majutus, Toitlustus, Ürituste korraldamine, Aktiivne puhkus
17. Ürituste korraldamine, Aktiivne puhkus
18. Majutus, Toitlustus
19. Majutus, Toitlustus, Ürituste korraldamine
20. Ürituste korraldamine, Aktiivne puhkus
21. Majutus, Toitlustus, Ürituste korraldamine
22. reisijatevedu (koolibuss+ ekskursioon)
23. Majutus, Toitlustus, Ürituste korraldamine, Aktiivne puhkus
24. Ürituste korraldamine
25. Aktiivne puhkus

LISA 5. Loode-Eestiga seostatavad märksõnad

Järgnev märksõnade loetelu on korjatud üles erinevatest piirkonna turunduse aruteludest ja dokumentidest.

1 tund tallinnast	kunsti ja käsitööalane	puhas elukeskkond
10 minutit tallinnast	tegevus	puhas loodus
aardeleiud	kunstnikud	puhkemajad
ajaloohõng	lähedalasuv	puhkus
ajalugu	lastelaagrid	puhtad maitseid
ärksa hingege	liivane meri	pulmad
Arvo Pärt	lindude rändeteed	rahvaüritused
Amandus Adamson	lindude tundmine	rand ja päike
autoga ligipääsetav	linnast loodusesse	rändrahnud
baltisaksa	linnuvaatlus	rannaniidud
bussiga	loodetuul	rannarootsi
ekskursioonid	Loodus	restoran
elamused	loodus linnameluga	reval
elamused metsa all	käsi käes	romantika
elamused taluhoovis	looduses orienteerumine	romantiline meeleolu
eriilmelised	loodusjääd	rongiga
erilisteks sündmusteks	maaelu	saar
filmivõtete paigad	maitsekas	salapärase
giidid	matka planeerimine	särav
grillimine	matkamine	saun
gurmee	matkaseltsid	seiklus
hiiesalud	meelde jääv	seminaride, koosolekute
hingege tehtud	meeleto vaade	ruumid
hobidega tegelemine	mereäärne	sõltumata
hotellid	mereturism	ilmastikuoludest
ihaldusväärne	meri	soodne hind
iidne asustus	metsailu ja linnamelu	soodsad olud
imeline	militaar	soodsad tuuled
jahimehed	mitmekesisus	söögikogad
jalgrattaga	mõisad	spaad
järved	mõnus äraolemine	sündmused
joogamõis	mootorrattamuuseum	surfamine
juustukoolitus	muinasaeg	suur-tallinn
kalastamine	muinaskultuur	suursoo
kanuumatkad	muuseumid	suvepäevad
kerkiv maa	muusika	taevas
keset loodust	noortelaagrid	taimed
kirikud	ohvrikivid	tallid
kivine rand	omanäoline	tallinna lähedal
klooster	õnnelik olemine	talvepäevad
kogeda midagi uut	paadiga sõitmine	tantsuõhtud
kohaikud traditsioonid	paekarjäärid	teed
kohalikud uskumused	palju vaba ruumi	toidukultuur
kohalik toit	pankrannik	toidutrendid
kohvikud	paradiis	töötoad
kontakt loodusega	peetriaegne	Pjotr Tšaikovski
kontserdid	pere ja lapsed	tuletorn
konverentsiturism	põhumaja	tuul-tuuline
koosolemiseks loodud	põllisasukad	tenniseväljak
korvpalliplats	põllisteed	ugri
külakiik	poolsaar	ühapäevane väljasõit
kultuuripärand	positiivsed muutused	ühistranspordiga
	pruulikojad	ligipääsetav

ürgne loodus
ürituste korraldamiseks
üritusturundus
väärtuslik
vaatamisväärsused
vaba aeg
vabadus
vene tsaariaegne pärand
viikingid
suusatamine
rulluisutamine
kelgutamine
rula
ratsutamine
laadad
õllepruulimine