

ETTEVÕTLUSE JA INNOVATSIOONI SIHTASUTUS		
Otsuse registreerimisnumber DHSis: 11-3/23/1910		Kuupäev ja allkirjastaja digiallkirjas
Kehtib alates:	01.01.2022	
Korra omanik/vastutaja:	Anneli Lepp, valdkonnajuht, turismiosakond	Versioon nr 2

## Nutikas andmepõhine turundusprogramm

### SISUKORD

1. Üldpõhimõtted .....	1
2. Tegevuste kirjeldus .....	2
3. Sihtgrupp .....	4
4. Väljundi- ja tulemusnäitajad .....	4
5. Abikõlblikud kulud .....	4
6. Menetlusprotsess .....	6

### 1. Üldpõhimõtted

- 1.1. Nutikas andmepõhine turismiturunduse programm (edaspidi programm) reguleerib Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse (edaspidi sihtasutus) poolt elluviidava programmi „Nutikas andmepõhine turismiturundus” rakendamise põhimõtteid ja määratleb, mis on programmi eesmärk, milliseid tegevusi finantseeritakse ning millised on tegevuste raames abikõlblikud kulud.
- 1.2. Programmi viiakse ellu perioodil 2022-2025. Programmi rakendatakse tagasiulatuvalt alates 01.01.2022.
- 1.3. Programmi elluviimisel lähtub sihtasutus Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi (MKM) ja sihtasutuse vahel sõlmitud riigieelarvelise sihtotstarbelise toetuse kasutamise lepingust, millega on MKM eraldanud sihtasutusele vahendid programmi tegevuste elluviimiseks.
- 1.4. Programmi eesmärgid tulenevad ettevõtlus- ja infotehnoloogiaministri 30. märtsi 2022. a käskkirjaga nr 63 kinnitatud Turismistrateegiast 2022-2025. Programmi eesmärgiks on suurendada Eesti külastatavust ja turismiteenuste eksporti. Programmi peamiseks tegevussuundadeks on:
  - 1.4.1. Suhtekorraldus ja kommunikatsioon;
  - 1.4.2. Lõpptarbijatele suunatud turundustegevused sihtturgudel;
  - 1.4.3. Sündmusturundus;
  - 1.4.4. Müügiendustegevused sihtturgudel;
  - 1.4.5. Äriturismi tegevused.

- 1.5. Turismiturunduse tegevused on suunatud vastavalt turismistrateegiale Eesti lähiriikidele ja Euroopa mõjukamatele turgudele ning sihtturgudele, kust on kõige mugavam Eestisse pääseda – maismaad mööda, otselennu sihtkohad, laevaühendusega sihtkohad. Jaapani ja Hiina sihtturgudel jätkatakse tegevusi eesmärgiga mitte kaotada varasemate aastate turundustegevusega saavutatud positsiooni. Kaugturgudel tehakse võimalikult palju koostööd naaberriikidega (Soome, Läti, Leedu). Siseturismi võimaluste turundamine aitab kaasa turismi hooajalisuse vähendamisele ja toetab turismi kasvu regionaalselt, väljaspool pealinna.
- 1.6. Tegevuse elluviimiseks kasusaajale antav abi võib olla käsitletav vähese tähtsusega abina (edaspidi VTA) Euroopa Komisjoni määruse (EL) nr 1407/2013, milles käsitletakse Euroopa Liidu toimimise lepingu artiklite 107 ja 108 kohaldamist vähese tähtsusega abi suhtes (ELT L 352, 24.12.2013, lk 1–8), või seda asendava Euroopa Komisjoni määruse (edaspidi VTA määrus) mõistes ning sellele kohaldatakse nimetatud määruses ja konkurentsiseaduse §-s 33 sätestatut.
- 1.7. Sihtasutus hindab, kas tegemist on riigiabiga, kontrollib kasusaaja vastavust VTA määruse tingimustele ning teavitab kui antav abi on VTA ja antava abi summast.

## **2. Tegevuste kirjeldus**

### **2.1. Suhtekorraldus ja kommunikatsioon**

Tegevustes eesmärgiks on suurendada Eesti nähtavust kvaliteetsetes rahvusvahelistes meediaväljaannetes, ennekõike reisimeedias ning seeläbi levitada positiivseid sõnumeid Eesti turismis aktuaalsetest teemadest, mis motiveerivad Eestit külastama. Suhtekorraldustegevuste fookuses on proaktiivne kommunikatsioon koostöös hankepartneritega sihtriikides tutvustamaks Eestit kui sihtkohta, mis pakub mitmekesisest ja vaheldusrikast reisielamust väikesel pinnal ja võimaldades lühikese ajaga kogeda paljut, läbi järjepideva kommunikatsioonitegevuste, pressireiside ning ürituste. Peamiselt keskendutakse põhiteemadele - loodus, kultuur, toit, kuid teemadeks on ka linnapuhkus, perepuhkus, heaolu- ja tervisepuhkus.

### **2.2. Lõpptarbijatele suunatud turundustegevused sihtturgudel**

Turundustegevustes on fookuses teadlik külastaja, kes huvitub Eestist rohkem kui vaid üheks reisiks, soovib jääda kauemaks ning on valmis mitmekesisemalt teenuseid tarbima ja rohkem kulutama. Turunduses rõhutatakse teemasid, mis on reisihuvilistele olulised, nagu näiteks turvaline sihtkoht, jätkusuutlik ja roheline mõtlemine, vastutustundlik ühiskond ja kogukonna kaasatus. Üheks tegevussuunaks on rahvusvaheliste toidukvaliteedimärgiste (nt. MICHELIN) Eestis hoidmine ning info igakülgne levitamine läbi proaktiivse kommunikatsiooni ja turundustegevuste.

### **2.3. Sündmusturundus**

Tegevuste eesmärgiks on suurendada Visit Estonia väljapaistvust Eestis toimuvatel rahvusvahelise huviga suursündmustel, et jõuda muu hulgas teleülekannete ja kajastustega sadade miljonite inimesteni üle maailma ning aidata kaasa rahvusvahelise huviga sündmuste nähtavuse tagamisel prioriteetsetel sihtturgudel. Tehakse koostööd rahvusvaheliselt huvipakkuvate kultuuri- ja spordisündmuste, temaatiliste võistluste ning suurkontsertidega, et kutsuda väliskülastajaid Eestit külastama.

#### 2.4. Müügiedendustegevused sihtturgudel

Tegevuste eesmärgiks on, et Eesti turismitooted oleksid atraktiivselt esindatud välisriikide reisikorraldajate, -agentide ja hulgimüüjate tootevalikus ning et pikendada Eesti turistidele müüdavate pakettide ööbimiste kestvust. Eesmärkide täitmiseks korraldatakse Eestit kui reisisihti tutvustavaid esitlusi, kontaktüritusi, tootetutvustusreise Eesti erinevatesse turismipiirkondadesse, osaletakse rahvusvahelisel turismimessidel, arendatakse sihtturgudel e-öppe keskkondade kaudu reisikorraldajate ja -agentide teadlikkust Eestist kui reisisihist jms.

#### 2.5. Äriturismi tegevused

Äriturismi kõige olulisemad tegevussuunad on Eesti kui konverentside ja korporatiivürituste ning motivatsioonireiside sihtkoha maine kujundamine ja tuntuse tõstmine välisriikidele, sealhulgas kommunikatsiooni ja turundustegevuste korraldamine ning arendustegevused. Tegevuste tulemuseks on Eestis toimuvate rahvusvaheliste konverentside ja nendel välisosalejate arvu kasv ja korporatiivürituste turuosa suurenemine. Tegevuste fookuses on ka kaugtöötajad, diginomaadid ja e-residendid kui potentsiaalsed kaugtöötajad.

#### 2.6. Programmi raames on punktis 2.1.-2.5. kirjeldatud tegevussuundade raames peamised turundus- ja kommunikatsioonitegevused:

- 2.6.1. infopäevade, esitluste, messide, müügivisiitide korraldamine;
- 2.6.2. tootetutvustusreiside korraldamine;
- 2.6.3. pressireiside korraldamine sihtturgude ajakirjanikele;
- 2.6.4. turundusmaterjalide koostamine, valmistamine ja levitamine;
- 2.6.5. suhtekorraldus ja kommunikatsioon, pressireiside ja -ürituste korraldamine;
- 2.6.6. turundusürituste- ja kampaaniate korraldamine;
- 2.6.7. meedianähtavuse suurendamine;
- 2.6.8. digiturunduse, sh sotsiaalmeedia turunduse, sisuturunduse ja veebilehe optimeerimise, virtuaal- ja liitreaalsuse ning metamaailmaga seotud turundustegevused;
- 2.6.9. koostöö arendamine strateegiliste partnerite ja organisatsioonidega;
- 2.6.10. töötajate tööalaste kompetentsidele tõstmisele suunatud tegevused.

### 3. Sihtgrupp

Sihtasutuse poolt programmi alusel elluviidavate tegevuste otsesteks ja kaudseteks kasusaajateks on turismiettevõtjad, sündmuste korraldajad, turismisihtkohtade arendusorganisatsioonid ja koostöövõrgustikud, MKM, turismi erialaliidud, partnerorganisatsioonid, turismiatraktsioonide haldajad/valdajad jm turismiga seotud organisatsioonid ning muud turismivaldkonnaga seotud huvirühmad.

### 4. Väljundi- ja tulemusnäitajad

	<b>Näitaja nimetus</b>	<b>Selgitav teave</b>	<b>Sihtväärtus 2025</b>
Väljundnäitaja	Sihtasutuse turismiosakonna poolt korraldatud ürituste tagasiside	Hinnang 5-palli süsteemis	Vähemalt 4
	Väliskliendi üldine rahulolu kommunikatsiooni ja koostööga (erialaliidud, sihtkohad, rahastaja)	Hinnang 5-palli süsteemis	Vähemalt 4
Tulemusnäitajad	Kõrge lisandväärtusega klientide osakaal portfellis	Portfell moodustub eraettevõtetest, kes on osalenud turundustegevustes	1,25x turismiettevõtete valdkondade keskmine

### 5. Abikõlblikud kulud

5.1. Programmi raames on abikõlblikud kulud, mis on otseselt vajalikud ja mõistlikud peatükis 1 eesmärkide saavutamiseks ja peatükis 2 toodud tegevuste elluviimiseks ning mis on kooskõlas õigusaktides sätestatud nõuetega:

5.1.1. personalikulu ja sellega seotud maksud;

5.1.2. projektijuhtimisega seotud kulud (sh esindusfunktsiooni katmisega seotud administratiiv- ja majanduskulud nt toitlustus, transport, parkimine jne põhjendatud juhtudel);

5.1.3. abikõlblike kulude puhul tekkivad erisoodustusena ja vastuvõtukuluna käsitletavat kulud ja kaasnevad maksud;

5.1.4.reklaami-, meedia-, disaini-, kommunikatsiooni-, suhtekorralduse-, digiturunduse-, tõlke-, projektijuhtimise- ja muude turundustegevusi toetavate teenustega seotud kulud;

5.1.5.teavituskampaaniate, sh meediakampaaniate ja muude teadlikkuse tõstmisele suunatud sündmustega seotud kulud, sh ettevalmistamine ja korraldamine, neil osalemine ning teabevahetuse edendamine, tulemuste analüüs ja levitamine;

5.1.6.väljapanekute, esitluste, kontaktürituste, seminaride, messide, näituste korraldamise ja nendel osalemise kulud;

5.1.7.turundussündmuste ja müügiedenduse tegevuste ettevalmistamise ja läbiviimise ning analüüsi kulud;

5.1.8.ajakirjanikele ja reisiettevõtjatele ning teistele olulistele huvigruppidele Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamiseks korraldatavate tutvustusreiside ja sündmustel osalemisega seotud kulud;

5.1.9.infokandjate (sh fotod, videod, juhendmaterjalid jms.) ja jaotusmaterjalide (sh publikatsioonide, trükiste, meenete jms.) koostamisega, tootmisega, hoiustamisega ja levitamisega seotud kulud;

5.1.10. tele- ja raadiosaadete, internetis, ühismeedias levitatavate saadete ja materjalide kulud, sh tootmine ja edastamine;

5.1.11. uuringute, sh turu-uuringute, kaardistuste, seire, analüüside ja ekspertiiside teostamise ja tellimise ning tulemuste avaldamisega seotud kulud;

5.1.12. andmete, turuinfo kogumise, töötlemise ning avaldamise kulud;

5.1.13. turunduskontseptsioonide ja ideelahenduste väljatöötamisega seotud kulud, sh uute kontseptsioonide väljatöötamise ja arendamisega seotud kulud;

5.1.14. veebiarenduse ja digitaalsete töölaudade loomise, arendamise ja ekspertide kaasamise ning haldamise kulud;

5.1.15. seminaride, töötubade, ümarlaudade, konverentside ja õppereiside korraldamise ja nendel osalemisega seotud kulud (sh koolitajate, ekspertide ja mentorite tasu, tõlkekulud, ruumide ja inventari rent, virtuaalkeskonna kasutamise, toitlustuse ning lähetusega seotud kulud vastavates õigusaktides kehtestatud maksustamisele mittekuuluvate piirmäärade ulatuses jm);

5.1.16. rahvusvaheliste koostöövõrgustike, organisatsioonide jm koostöövormidega seotud kulud, sh algatamine, osalemine ja liikmemaksud;

5.1.17. litsentsitasud (fotod, videod, sisutekstid jm autoriõigustega seotud kulud);

5.1.18. programmi elluviijate valdkonnaspetsiifilise oskusteabe hankimisega seotud kulud (sh rahvusvahelised koolitused, konverentsid, seminarid, turismimessid ja nendel osalemisega seotud lähetuste kulud);

5.1.19. liiklusvahendi lühiajalise kasutusrendi ja kütuse kulu programmi tegevuste raames planeeritud tegevuste korraldamise jaoks;

5.1.20. isikliku auto kasutamise kulu vastavalt Vabariigi Valitsuse 14. juuli 2006. a määruses nr 164 „Teenistus-, töö- või ametiülesannete täitmisel isikliku sõiduauto kasutamise kohta arvestuse pidamise ja hüvitise maksmise kord“ sätestatud maksuvaba piirmäärade ulatuses või muu transpordikulu rakendusskeemi tegevuste raames planeeritud tegevuste korraldamise jaoks;

5.1.21. muud tegevuste elluviimisega otseselt seotud ja põhjendatud kulud.

## **6. Menetlusprotsess**

- 6.1. Sihtasutus koostab programmi iga-aastase indikatiivse tegevuskava ja prognoositava eelarve ning kooskõlastab selle MKM turismivaldkonnaga.
- 6.2. Sihtasutus esitab MKM turismivaldkonnale iga-aastase aruande, mis sisaldab programmi tulemuste ja eelarve täitmise ülevaadet.
- 6.3. Lepingute allkirjastamisel ja abikõlblike kulude tegemisel lähtutakse sihtasutuse tehingute tegemise ja dokumentide viseerimise korrast.
- 6.4. Sihtasutuse kulude üle teostab järelevalvet sihtasutuse järelevalve- ja vastavusosakond.