

Tegevusaruanne

Sihtasutus Tartumaa Turism on asutatud 19.07.1999 Tartu Linnavalitsuse ja Tartumaa Omavalitsuste Liidu poolt ning on kantud Tartu Linnakohtu registriosakonna mittetulundusühingute ja sihtasutuste registrisse 09.08.1999.

SA Tartumaa Turism **põhieesmärgiks** on Tartumaa turismialane turundus, piirkonna turismialaste toodete väljatootamine ja turismiteenuseid pakkuvate firmade motiveerimine, osalemine turismimesseidel, turismialaste projektide algatamine ja neis osalemine, turismiinfo kogumine, süstematiseerimine, levitamine.

Sihtasutuse juhatus on üheliikmeline – juhatuse liige on Kaja Allilender. Tema palgakulu 2006 oli ... EEK. Keskmine töötajate arv oli 3,3? Ja nende palgakulu oli kokku....

I. Üldine tegevuskeskkond ja makromajanduslik areng

Eesti tulu välisturismist (turismiteenuste eksport) oli 2006.a. I poolaastal 7,7 miljardit EEK, võrreldes 2005.a. sama perioodiga kasvas see 9%.

Sissetulev turism. 2006.a. jaan-sept ööbis Eesti majutusettevõtetes 1,14 miljonit välisturisti, see arv vähenes 2005.a. võrreldes 2,7%. Majutatud välisturistide koguarvu vähenemine tuleneb Soome ja Saksamaa turistide arvu vähenemisest. 2005.a. suvel alanud langustrend Soome turistide arvus on jätkunud kogu 2006.a. vältel. Saksamaa turismi negatiivseks teguriks on transpordiühendus. 2006.a. on välisturistide hulgas kõige rohkem kasvanud Venemaa ja Läti turistide arv, mis ka juba 2005.a. näitas märkimisväärset kasvu. Mõlema riigi elanike välisreiside arv ja kulutused on kasvanud eelkõige sissetulekute kasvust.

Märkimisväärselt on viimastel aastatel kasvanud majutusettevõtetes ööbinud **siseturistide** arv. Jaan-sept ööbis 2006.a. Eesti majutuskohdades 633 506 siseturisti ehk 34% rohkem kui eelmise aasta samal perioodil. Siseturistide arv kasva pea kõigis maakondades. Kiire kasv tuleneb Eesti elanike suurenenud sissetulekutest, siseturistidele suunatud ajaveetmis- ja puhkamisvõimaluste lisandumisest ning majutusettevõtete turundustegevusest siseturistile.

Tartumaal majutatutest moodustasid siseturistid pea kolmandiku: 2002-2006 on toimunud märkimisväärne (kahekordne) siseturistide osakaalu kasv majutatute seas. Siseturistidest veidi vähem majutatakse arvuliselt välisturiste Soomest, võrreldes siseturistidega, on kasvutrend Soomest pärit välisturistide seas veidi madalam. Võrreldes 2002. aastaga on 2006. aasta juulikuus kahekordistunud majutatute arv Lätist, Leedust, Venemaalt ja Suurbritanniast, veidi suurem kasv on olnud Saksamaalt pärit Tartu külastajate seas. Rootsist pärit turistide arvu kasvus on näha väikest langust.

Arvestades ööbimisega majutatu keskmist ööbimise pikkust, on see riigistatistika (ESA) andmetel Tartumaal olnud 2002-2006 väga visalt 1,6 ümber. Seetõttu on Tartu turismiarenduse üks olulisi ülesandeid pikendada Tartut külastajate viibimist Tartus ja Tartumaal.

2006 aastal toimunud turistide järjekordne suveküsitlus näitas, et Tartu Ülikool on jätkuvalt väga tugev Tartu märk. Ülikooli, üliõpilasi ja noori märgitakse kolmandiku vastajate poolt. Paljud ingliskeelsed külastajad peavad Tartu märksõnadeks ka Tartu sloganit 'Tartu – heade mõtete linn'. Tartut peetakse rohelseks, mugavaks ja rahulikuks linnaks, rõhutatakse mitmeid võimalusi pakkuva ja paljude üritustega Tartu rahulikku toimimist. Tartut peetakse arenevaks ja entusiastlikuks. Nauditakse Tartu rikast kultuurielu ja suvekülastajad on rõõmsad välikohvikute ja kohvikute terrasside, samuti heade majutuskohdade üle.

II. Ülevaade SA Tartumaa Turism 2006.a. tegevusest

1. Tartu Turismiinfokeskuse töö korraldamine (koostöö EAS-ga)

Tartu Turismiinfokeskuse tööülesanneteks on tasuta ja erapooletu turismiinfo jagamine, statistika kogumine ja edastamine EAS Turismiarenduskeskusele; Tartu linna ja maakonna ning Turismiarenduskeskuse turismiinfo andmebaaside www.visittartu.com ja www.visitestonia.com korrashoid; samuti majutuskohtade broneerimine, majutuskohtade atesteerimisel osalemine; trükiste, suveniiride tellimine, jaotus, müük; infopäringutele vastamine (e-mail, telefon, fax, post).

2006.a. olid Tartu Turismiinfokeskuses praktiliselt kõik praktikanti Tartu Kutsehariduskeskusest. 2006.a. teenindas Tartu Turismiinfokeskus 18527 klienti.

2. Turundus

2.1. Turismimessid

Osalemine rahvusvahelistel ja siseturismimessidel: Matka 2006 Helsingi; Balttour 2006 Riia; ITB 2006 Berliin; IMEX Frankfurt 30.05.-01.06. (konverentsiturim); INWETEX 2006 Peterburg 4.-6.10., seminar koostöös EAS-ga 4.10 ning siseturismimessid Tourest 2006 Tallinn ja Tartus Suvi 2006. Turundusmaterjalide saatmine järgmistele välismessidele ja üritustele: Reiseliv Oslo; Reisen 2006 Hamburg, Göteborg Rootsi, Gdansk Poola, Barcelona (konverentsiturim).

2006 a on Tartul uus messistendide püsikujundus (valgustatud 6 roll-uppi, sh kaks kahepoolset, infoalused ja 2 teenindusletti), mis rahastati SA Tartumaa Turism eelarvest ja Tartu LV poolt.

2.2. SATT poolt ettevalmistatud ja väljaantud trükised 2006

SA Tartumaa Turism annab välja koos Tartu linna ja maakonda tutvustavaid trükiseid. Samuti tootepõhiseid trükiseid. Kaks kolmandikku välituristidest saab olulist Tartu külastamisega seotud infot just turismitrükistest (Uuring 2006). SATT poolt välja antud trükised 2006: Tartu County; Tartu&Tartumaa üldine turismiinfo kataloog 2006/2007 eesti ja saksa keeles; Tartumaa Reisipaun. Tartu maakonna kaks marsruuti Põhja-Tartumaa ja Lõuna-Tartumaa eesti keeles; Tartu Conference & Meetings Guide ja Konverentsitrükise mappkaaned; Baronsi ja Petersoni velomarsruut: flaier, plakat, kleeps; Tartu suvised tähtsündmused; Euroopa Tellisgootika Tee marsruut, trükis inglise, saksa ja poola keeles. Venemaa aastavahetuse kampaania trükis ja plakat vene keeles. Tartu kesklinna rebitavad huviväärsuste kaart; Tartu-teemalised taskukalendrid.

2.3. Koduleht www.visittartu.com

Koduleht väga oluline vahend suhtlemisel lõpptarbijaga paljudes turu segmentides. Pea pooled väliskülalistest on külastanud Tartu turismilehekülgi ja teisi internetiallikaid (Uuring 2006). SA Tartumaa Turism uus koduleht www.visittartu.com avati jaanuaris 2006, kodulehe eesmärgiks on turismiinfo vahendamine Tartu linna ja maakonna kohta. Kodulehe kujunduse ja tehnilise lahenduse teostas firma Struktuurmeedia. Veebi ettevalmistustööd algasid sügisel 2005.

Kodulehel on täiesti uued menüüd: konverentsiturim, professionaalide osa, kaartide saatmise võimalus. Samuti on loodud tehniline ühendus Tartumaa kaardiserveriga. Koduleht on viiekeelne: eesti, inglise, saksa, soome ja vene keeles. Lisaks neli keelt lühitutvustusena - hispaania, prantsuse, poola, rootsi. Statistika kodulehe www.visittartu.com külastamise kohta: kodulehte on 2006.a. jooksul külastatud ligi 392 000 korda. Keskmine külastajate arv kasvas kuude lõikes ja ulatus detsembriks 1623-ni päevas.

2.4. Reklaam ja avalikkuse teavitamine, muu turundus

Reklaami osteti rahvusvahelistes erialastes ajakirjades ja on-line keskkonnas, mis on suure lugejaskonnaga. On-line reklaami osteti Läti, Soome ja Vene sihtturul. Tutvustavad artiklid ja reklaami ost sihtturgude meediaväljaannetes: "Secretarius" (Soome); Business Travel (Venemaa); Baltic Guide (Soome, Rootsi).

Artiklid ja reklaamid Eesti ajakirjades: Life in Estonia; Reisimaailm; "In Time"; reklaamide ost Eestis turismialastes hooaja väljaannetes.

Videopostkaartide/videoklippide tootmine DVD-l ja CD-l. Viis teemat tutvustamaks Tartut kui reisisihtkohta. Videoklipid on internetis: <http://www.visittartu.com/655>

e-uudiskiri Tartumaa Turismi Teataja 4 korda aastas kvartaalselt, sh inglise keeles: <http://www.visittartu.com/22090>

Kaardiautomaat TIK seinal. Tulemus: alates kaardiatomaadi paigaldamisest suvi 2005 on 2006.a. detsembri lõpuks müüdnud automaadist ligi 1700 kaarti. Tartu kommid (jaotati messidel, turundusüritustel).

2.5. Kampaniaüritused

1. Saksamaa: Tartu osales Hamburgis reklaamüritusel Estland Fest 2006. Ürituse eesmärgiks oli tutvustada saksa lõpptarbijatele Eestit kui reisisiht, sh Tartut.

2. Venemaale suunatud aastavahetuse kampania

Eesmärk: Madalhooajal Tartu külastatavuse suurendamine ja külastamise kestuse pikendamine. Tartu kui atraktiivse reisisihtkoha tutvustamine.

Kampania raames viidi läbi esitlusi ja seminare Peterburis ja Moskvast, osteti on-line reklaami, anti välja eritrukised ja plakat, osaleti Peterburi turismimesil jms.

3. Soome: Mardilaat 25 nov 2006. Eesmärk on madalhooaja toodete tutvustamine lõpptarbijale – Helsingi ja tema lähiümbruse elanikkond.

4. Eesti - Saatesari "Puhka Eestis" TV3-s kolm pooltunnist saadet: Tartu linn (22.07.), Võrtsjärve piirkond (02.09.), Peipsiveere (09.09.). Tootja Maurum, tootmist Tartus ja Tartumaal toetas SATT. Osalenud firmadelt positiivne tagasiside, firmadel on märgatav tellimuste kasv – viidatakse otseselt saatele. SATT planeerib jätkata koostööd nimetatud saate tootjatega aastal 2007.

3. Tootearendus – projektid

Konverentsiturism

Projekt "Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha arendamine", taotleja ja toetuse saaja oli SATT Phare turismi turunduse toetuskeemist, projekti kogumaksumus 924 000 EEK. Projekti eesmärk: Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha tutvustamine. Projekti **eesmärk** oli tõsta Tartu rahvusvahelist tuntust ja tunnustatust konverentsiturismi sihtkohana. Projekti eduka läbiviimise tulemusel peaks veidigi vähenema Tartus turismist tulenev suur hooajalisus, samuti kasvama üleöökülastajate arv ning kasvama Tartu linna tulubaas.

Muu konverentsiturismialane tegevus: konverentsi otseseid ja kaudseid teenuseid pakkuvate ettevõtetega koostöö arendamine. Konverentsistatistika kogumine (statistika kogumise vajalikkuse selgitamine konverentsikohtadele). Konverentsi otseseid ja kaudseid teenuseid pakkuvate ettevõtetega koostöö arendamine.

Kultuuriturism

- EuRoB - Euroopa Tellisgootika tee II, European Route of Brick Gothic (rahastus INTERREG IIIB). Projekti kestus 2005 – 2007, Saksamaa on juhtpartner; SA Tartumaa Turism üks seitsme Läänemeri riigi 36-st partnerist. Objektideks Tartu Jaani kirik, Tartu Toomkirik ja Eesti Spordimuuseumi võlvkelder. Tegevus ja **tulemused:** turundus seitsmes Läänemere-äärses riigis: trükised, osalemine turismimesidel, internetis mitmekeelne koduleht www.eurob.org.

- Varnja vanausuliste palvela ikoonide ekspositsiooni taastamine, projekti esitaja Varnja vanausuliste Kogudus, projekti kogumaksumus 2 646 550 EEK, SATT projekti partner. Ikoonide taastamine on alanud, projekti järelevalve teostab Muinsuskaitseamet.

Loodusturism

- Integrated and sustainable development of Emajõgi – Peipsi - Velikaja waterway as a tourism destination; projekti esitaja TOL, SATT partner, koostöö Pihkva regiooniga. Projekti rahastaja Interreg IIIA: projekti kogusumma 383 309 EUR, kestus aprill 2006 kuni detsember 2007. Projekti juhtpartner TOL, SATT partner turismivaldkonna täitmisel.

- Tartu – Riia Velotee: Baronsi ja Petersoni jälgedel - "The Bath of Baron's and Peterson's". Koostööpartner Läti Olümpiaklubi. SATT osales partnerina. Projekti rahastaja Interreg IIIA. Projekti kogumaksumus 33 810 EUR. Projekti eesmärk: keskkonnasäästlikkus, koostöö, sõprussuhted ja kultuuripärandi tutvustamine aktiivsele noorele inimesele. Projekti kaugem eesmärk on muuta nimetatud jalgrattaretk traditsiooniks- iga-aastaseks ürituseks. Projekt lõppes oktoobris 2006. Lõpparuanne on 2006.a. lõpu seisuga veel heaks kiitmata.

- "Development of Emajõgi- Peipsi- Velikaja waterway" II stage: Planning small harbours at the River Velikaja on the example of Emajõgi Riverland." Eelarve kokku: 8945 EUR, TOL juhtpartner, SATT partner. Taotlus esitatud detsembris 2006 Interreg III A, Esitatud projekt, rahastusotsuseta.

4. Uuringud

Tartu linna ja maakonna 2006 külastajauuringu ettevalmistamine ja läbiviimine (jätkuuring 2004.a. uuringule, koostöö sotsioloog Anu Laasiga). Uuringu lõpparuanne on avalikustatud internetis SATT koduleheküljel: <http://www.visittartu.com/23799>. Uuringu tulemused aitavad nii turismikorraldajatel kui ettevõtjatel saada tagasisidet turistide ootustest, sihtgruppidest, raha kulutustest, kliendi profiilist jne. Samuti aitab uuring kaasa otstarbekamale turunduskavade rakendamisele.

5. Koolitus ja koostöö

SATT osalusel korraldatud koolitused: Tartumaa 30 turismiettevõtjaele 27.-28.04. kahepäevane benchmarking – koolitusreis Ida-Virumaale, kus osales 26 Tartu linna ja maakonna turismiettevõtjat. Tartu Rahvaulikool (koolitusluba 2368HM, 2481HM) korraldas koostöös SATt-ga klienditeeninduse alase koolituse muuseumide personalile ja giididele. Toimusid kaks koolitust: 20.02., 6.03. Koolituse läbiviimist toetas rahaliselt SATT. Turismiettevõtjatele infopäeva korraldamine detsembris. Osalejaid ligi 80.

Koostöö edendamine turismiettevõtjatega, organisatsioonide ja avaliku sektoriga koostöö arendusorganisatsioonidega: EAS, EKB, Tartu Giidide Ühing, maakondlikud arendusorganisatsioonid – Võrtsjärve SA, VVVS, SALET, Alatskivi Lossi SA, Peipsi Koostöö Keskus. Samuti arengukavade ja strateegiate koostamisel osalemine, sh ettepanekud Eesti riiklikule turismiarenduskavale aastateks 2007-2013. Tartu Kutsehariduskeskuse turismi eriala lõputööde eksamikomisjonis osalemine (juhataja) ewksmaikomisjoni esimehena. Riiklikus Eksami- ja Kvalifikatsioonikeskuse turismikorralduse õppekava koostamise hindamises osalemine eksperdina.

III. SA Tartumaa Turism 2007.a. tegevussuunad

3.1. Turundustegvus

Reklaamüritused ja messidel osalemine

SA Tartumaa Turism osaleb 2007 järgmistel turismimesseidel: Matka 2007 Helsingi, MITT 2007 Moskva, INWTEX/CIS Travel Market Peterburg, Baltour Riia, IMEX Frankfurt, ITB Berliin, Reiseliiv Oslo, London WTM, Tourest 2007 Tallinn, Suvi 2007 Tartu.

Kampaaniaüritused ja esitlused

Soome sihtturul Mardilaat Helsingis novembris (2007 mardilaat on planeeritud Tartu-teemaline) ja Kotka-Sillamäe laevaliini Tartu kui sihtkohta tutvustava kampaania korraldamine.

Venemaa sihtturule (Peterburi ja Pihkva region) aastavahetuse kampaania korraldamine.

Eestis siseturistile – Puhka Eestis kampaania, sh saated TV3-s, ETV suveprogrammis.

Koostöös EAS-ga Tartu kui reisisihtkoha ja Tartu kui konverentslinna esitlused Venemaa, Ukraina, Rootsi, Soome ja Saksamaa sihtturul.

Trükised

2007 annab SA Tartumaa Turism välja järgmised trükised: Tartu kesklinna kaart 3 marsruudiga; Tartu maakonna turismikaart; Tartumaa Reisipaun 4 kaarti, marsruuti eesti; Tartumaa Reisipaun inglise 2 marsruuti; Euroopa Tellisgootika Tee – Tartu kesklinna arhitektuurilisi pärle inglise;

Emajõe - Peipsi veetee kaart ja plakat; kolm tartu maakonna videopostkaarti DVD/CD-l; taskukalendrid; Tartu tähtsündmused ja aktiivse puhkuse võimalused läti keeles; Üldtrükis Soome sihtturule ning Kotka-Sillamäe liinilaevale sihtkoht tutvustav trükis; Venemaa kampaania trükised. Ettevalmistamisel on samuti Tartu kui Konverentslinna imago trükis (rahastus puudub, projektipõhine rahastus).

Avalikkuse teavitamine ja müügiedendus

FAM touride korraldamine (koostöö EAS-ga) sihtturgude reisikorraldajatele. Eesti Turismifirmade Liidu incoming seksioonile FAM-touride korraldamine.

Reklaamide ost sihturumaade on-line keskkonnas jt meediakanalites, vastavalt kampaaniaüritustele ja turismi hooajale.

3.2 Tootearendus

Osalemine käimasolevates projektides:

Kultuuriturism: EuRoB - Euroopa Tellisgootika tee II, European Route of Brick Gothic (rahastus INTERREG IIIB) ning projekt Varnja vanausuliste palvela ikoonide ekspositsiooni taastamine

Loodusturism: Integrated and sustainable development of Emajõgi – Peipsi - Velikaja waterway as a tourism destination.

Tartu Konverentsibüroo tegevuse jätkusuutlik arendamine, sh CVI väljatöötamine, kaubamärgi registreerimine, turundustegevus ja projektivõimaluste leidmine.

Uute projektide ettevalmistamine ja taotlemine EL 2007-2013 eelarve perioodiks toimub koostöös maakondlike arendusorganisatsioonide ja avaliku sektoriga.

3.3. Uuringud

2007.a. on plaanitud läbi viia turismiettevõtjate uuring ning mobiilpositsioneerimisuuring. Samuti osaletakse Tartu turismiarenduskava 2008 - 2013 ettevalmistustöös.

3.4. Koolitused ja koostöö

Turismiettevõtjatele traditsiooniliste benchmarking koolituste kooraldamine, turismiettevõtjate infopäevade korraldamine, ümarlaudade korraldamine jms.

3.5. Tartu Turismiinfokeskuse arengusuund 2007: Tartu Turismiinfokeskus kolib 2007.a. juunis Tartu Raekotta. Vajalikud ümberehitused viib läbi Tartu LV. Teenindussaali pindala suureneb kaks korda ning samas avatakse näitus Raekoja ajalooost.