



PÄRNU LAHE PARTNERLUSKOGU ROMANTILISE RANNATEE STRATEEGIA 2025-2035



Audru 2025

SISUKORD

Strateegias kasutatavad mõisted:	3
1. SISSEJUHATUS	4
2. ROMANTILISE RANNATEE TURISMISIHTKOHA ÜLDISELOOMUSTUS	5
2.1. Piirkonna ressursid ja hetkeolukord.....	5
2.1.1. Loodus.....	5
2.1.2. Ligipääsetavus.....	6
2.1.3. Sündmused ja üritused	6
2.1.4. Kultuur ja ajalugu	7
2.1.5. Toit.....	8
2.2. Külastaja profiil ja külastusstatistika	8
2.2.1. Pärnumaa majutus, ööbimised ja külastajate lähteriigid.....	8
2.2.2 Romantilise Rannatee piirkonda külastava turisti profiil ja klienditeekond.....	11
2.2.3. Piirkonda külastav loodusturist (RMK loodusalade külastaja).....	17
2.3. Turismitrendid.....	22
2.4 RR kestlikkus	24
2.4.1. RR kuuluvus Green Destinationsi piirkonda	24
2.4.2. Piirkonna turismiettevõtjate roheline jalajälg	25
2.4.3. Keskkonnakvaliteedi näitajad	26
3. SWOT-analüüs.....	28
4. ROMANTILISE RANNATEE ÜHISED PÕHIMÕTTED JA TEGEVUSSUUNAD.....	29
4.1. Põhimõtted	29
4.1.1. Kestlikkus	29
4.1.2. Koostöö ja kogukonna kaasamine	29
4.1.3. Kliendikesksus	29
4.1.4. Romantilise Rannatee terviklikkus	29
4.2. Romantilise Rannatee hüüdlause	30
4.3. Romantilise Rannatee piirkonna sisesed sihtkohad	30
4.5 Visioon.....	30
4.4 Eesmärgid	30
5. TULEMUSED JA SIHTVÄÄRTUSED.....	32
6. ROMANTILISE RANNATEE TURUNDUS	33

6.1. RR tootekuvand	33
6.2. RR sõnum	33
6.3. Sihtturud.....	34
6.4. Sihtrühmad.....	35
6.4.1. Perega puhkajad.....	35
6.4.2. Sõpruskonnad ning sugulaste ja tuttavate külastajad.....	35
6.4.3. Äriturist.....	35
6.5. Huvipõhisus	35
6.5.1. Looduslembed	35
6.5.2. Heaoluhuvilised	35
6.5.2. Kultuurilembesed.....	36
6.5.3. Toidulembesed.....	36
7. TEGEVUSKAVA.....	0

STRATEEGIAS KASUTATAVAD MÕISTED:

DP– Destination Pärnu turismiorganisatsioon, mis tegeleb maakonnaülese turismi turundusega;

Green Key – rahvusvaheline ökosertifikaat majutuskohadele ja teistele turismiteenuse pakkujatele, mis pühendub säästvatele äritavadele;

Heaoluturism – turism, mille eesmärk on edendada tervist füüsiliste, psühholoogiliste või vaimsete tegevuste abil (ingl.k. well-being). See on tihedalt seotud ka meditsiinilise turismiga (ingl.k. wellness). Heaoluturistid ei ole meditsiinituristid, sest heaoluturistide reisi eesmärk on eelkõige tervise säilitamine, terviseprobleemide ennetamine või parandamine. Meditsiinituristid seevastu reisivad osalt diagnoositud haiguse ravimiseks või leevendamiseks;

Kant – sotsiaalne ja kultuuriline asustuse algkooslus, millel on ühine "meie-tunne". Kant moodustub enamasti mitmest asulast. Kandid on enamasti alla 500 elanikuga, sh ääremaa kandid alla 200 elanikuga vallasisesed piirkonnad.

Keskuslinn – Pärnu linna haldusreformieelne territoorium;

Kohalik ettevõtja – on PLP tegevuspiirkonnas kinnisvara või selle kasutamiseõigust omav tegutsev ettevõtja;

Kohalik tegevusrühm – mittetulundusühing, kelle põhikirjaline eesmärk on suunatud kohaliku elu arendamisele ning kes vastab kohaliku tegevusrühma kohta esitatavatele nõuetele.

Kohalik toit – Audru, Häädemeeste, Kihnu, Koonga, Saarde, Sauga, Tahkuranna, Tõstamaa ja Varbla territooriumil kasvatatud toidutooraine, ettevõtjate (sh MTÜde kogukonnaköökid) poolt töödeldud, toodetud toit.

KOV – kohalik omavalitsus.

LLKK – Liivi Lahe Kalanduskogu

LEADER – (Prantsuse keeles: *Liaison entre Actions de Développement de l'Economie Rurale*) Euroopa Liidu maaelu arendamisele suunatud era-, avaliku ja mittetulundussektori koostööl põhinev erinevaid maaelu- ja põllumajanduspoliitikaid horisontaalselt siduv abiprogramm.

Mikroettevõtte – mikroettevõttes peab töötama alla 10 töötaja, aastakäive või aastabilansi kogumaht ei tohi ületada 2 miljonit eurot.

Mõjuindikaator – iseloomustab programmi rakendamisel saavutatud pikaajalisi positiivseid üldisi trende (nagu külastajate arvu kasv jne).

PLP – Pärnu Lahe Partnerluskogu.

Projektitoetus – toetus, mis antakse strateegia meetmele vastava projektitaotluse alusel, sh toetus kohalike tegevusrühmade riigisisestele ja piiriülestele koostööprojektidele ning piiriüleste koostööprojektide ettevalmistavatele tegevustele.

Romantilise Rannatee strateegia – käesolev piirkondliku turismi arengudokument, millele on varasemates PLP dokumentides viidatud ka kui Romantilise Rannatee turismistrateegia.

RR – Romantiline Rannatee turismisihtkoht/piirkond, mis kattub PLP tegevuspiirkonnaga.

SAPA – Sihtasutus Pärnumaa Arenduskeskus

Tegevusrühm – kohalikku arengut juhtiv kogukondlik organisatsioon, nt PLP.

Tegevuspiirkond – Leader-tegevusrühma kuuluvate KOVide territoorium.

Tegevuspiirkonnas tegutsemine – äriühingu, SA või MTÜ peamine tegevus on tõendatud (käive vähemalt kuus kuud) PLP tegevuspiirkonna territooriumil.

Turundus – tegevuste süsteem, mille eesmärk on (võimalike) tarbijate soovide ja vajaduste tuvastamine (või loomine) ja rahuldamine ettevõttele kasumlikul viisil. Kohaturunduse eesmärk on vastava piirkonna tuntuse ja maine parandamine eesmärgiga suurendada külastusi või lisada piirkonna toodetele ja teenustele atraktiivsust.

1. SISSEJUHATUS

Romantiline Rannatee on piirkonna kohaturundusprojekt ja Pärnu Lahe Partnerluskogu kaubamärk. RR kaubamärgi idee on peegeldada piirkonnas kehtivat ühtset väärtussüsteemi ja eesmärke ning anda piirkonnast positiivne, lihtne ja konkreetne ülevaade. RR idee töötati välja esmakordselt 2009. aastal, kui Pärnu Lahe Partnerluskogu liikmed leidsid, et selle tegutsemispiirkonna parema nähtavuse huvides tuleks seda hakata siinsete erinevate organisatsioonide ühisele koostööle tuginevalt turundama. Romantiline Rannatee ühendab endas kõiki Pärnu Lahe Partnerluskogu tegevuspiirkonna omavalitsustes tegutsevaid ettevõtjaid, seltse, MTÜ-sid, kohaliku toidu pakkujaid ja kohalike teenuse pakkujaid, kes soovivad olla külastajatele avatud.

21.01.2010 kinnitas PLP juhatus esmakordse RR projekti, domeeni rannatee.ee ja RR logo, milleks on päikeseloojangust oranžiks värvunud rannamänd. RR, mille egiidi all on PLP ja teised piirkonna organisatsioonid ning ettevõtjad tegelenud ühise piirkonna turundusega juba rohkem kui 15 aastat, registreeriti kaubamärgina 21.12.2015.a.

Pärnu Lahe Partnerluskogu kohaturundusprojekt "Romantiline Rannatee" tuleneb piirkonna strateegia koostamise käigus ühinenud valdade ja osavaldade turismiga tegelevate ettevõtjate ja kogukondade vajadusest ning liikmesvaldade ühishuvist arendada ning turundada piirkonda tervikuna nii siseriiklikult kui rahvusvaheliselt.

Käesolev strateegia on koostatud 2025. aastal, et fikseerida Pärnu Lahe Partnerluskogu piirkonna turismiga seotud huvigruppide ootused, eesmärgid ja suunised Romantilise Rannatee turismiturunduse arendamisel aastatel 2025–2035.

Romantilise Rannatee strateegia koostamisel on võetud arvesse järgmisi arengudokumente:

- Pärnu Lahe Partnerluskogu strateegia 2023-2035
- Turismi pikk vaade 2025-2035
- Pärnu turismisihtkoha strateegia 2025–2029
- Pärnumaa Kalanduspiirkonna strateegia aastani 2030+
- Matsalu turismipiirkonna arengukava 2025-2030

Strateegia SWOT-analüüsi koostamisel, sihtrühmade määratlemisel ja sõnumite väljatöötamisel lähtuti turismiasjaliste kohtumistel ja koolitustel kogutud infost, mis toimusid allolevatel aegadel:

- Mainekujunduse töörühm, 18.01.2023, 31.01.2023, 13.03.2023;
- PLP piirkonna ettevõtjate õppepäev Kihnus, 28.-29.10.2023
- PLP ettevõtjate arengukoosolek Maria Talus, 16.11.2023;
- Maire Milderi poolt läbi viidud õppepäev "Millist kliendikogemust ma loon" Audrus, 25.04.2024.

2. ROMANTILISE RANNATEE TURISMISIHTKOHA ÜLDISELOOMUSTUS

2.1. PIIRKONNA RESSURSID JA HETKEOLUKORD

2.1.1. Loodus

Romantilise Rannatee piirkonna suurimaks tugevuseks on mitmekülgne ja atraktiivne looduskeskkond. Paiknedes Pärnu lahe ümber on RR-l tervelt 242 km liigendatud rannajoont, kust leiab palju poolsaari ja laide, aga ka asustatud väikesaared Manija ja Kihnu. Romantilisel Rannateel on küllaldaselt liigirikkaid rannaniite, aga ka liivarandu, kadastikke ja lüitemännikuid. RR on ka tuntud oma suurte soode ja rabade poolest ning siin asuvad ka Lääne-Eesti suurimad järved Ermistu ja Tõhela järv. Lisaks on RR üks suurima metsasusega piirkondi Eestis, kust leiab palju matkaradasid, vaatetorne ja avalikke puhkekohti, mida haldavad osaliselt RMK ja osaliselt kohalikud omavalitsused. Siinne meri on tänu poolsuletud ja madalale Pärnu lahele üks Baltikumi regiooni soojemaid.

Piirkonna mitmekülgne loodus ja rahulik, nõ linnakärast kaugel kuvand loob tugevad eeldused heaoluturismi arendamiseks. Samas teistpidi Pärnu linna

suhteline lähedus ja selle tugevused, sh spaade rohkus annab head võimalused külastajale ühtse laiema heaoluteenuse pakkumiseks, sh vaimse, füüsilise ja meditsiinilise turismi.

2.1.2. Ligipääsetavus

Romantilist Rannateed läbib osaliselt Via Baltica põhimaantee (Sauga ja Häädemeeste piirkond), Eesti suursaarte suunalt Lihula-Pärnu tugimaantee ja Viljandi suunalt Valga-Uulu ja Tartu-Viljandi-Kilingi-Nõmme põhimaanteed. Piirkond asub suurimatest lennujaamadest (Tallinn ja Riia) vastavalt ca 1,5h ja 3h kaugusel. Lähimad suurimad reisiterminalid asuvad samuti Tallinnas ja Riias. Maakonna bussiterminal asub Pärnu linnas ja rongi Pärnusse hetkel ei käi. Rail Baltica põhitrassi valmimise tähtaeg on 2030. aastal, millal täpsemalt sellel rongid opereerima hakkavad ei ole käesoleva strateegia koostamise ajal veel selge. Selle valmimine loob tulevikus piirkonnale ligipääsetavuse mõttes täiesti uued potentsiaalid ja avab uued turud Kesk-Euroopa suunal ning kindlasti võimendab oluliselt Läti, Leedu ja Poola külastajate arvu, kes on juba ka täna RR piirkonna enda jaoks leidnud ja on külastusstatistika mõttes olulisel kohal.

Suuremate lennujaamade ja reisiterminalide kauguse tõttu on RR piirkond väliskülastajatele võrdlemisi raskesti kättesaadav, seda eriti neile, kes soovivad piirkonda külastada ühistransporti kasutades. Küsimus ei ole ilmselt niivõrd maakonnaliinide piisavuses ja ümberistumiste arvus vaid suuresti ka ühistranspordi kohta info kättesaadavuses ja selle e-teenuste kasutajamugavuses. Eesti keelt mitte valdaval inimesel on üldiselt siinse ühistranspordi teenuse kasutamine info kättesaadavuse mõttes keeruline. Seda on toonud külastajad ka turismipiirkonna uuringutes välja. RR piirkonna kõik erinevad kandidid on tänu heale maanteede võrgule igast suunast hästi ligipääsetavad pigem sisekülastajatele ja inimestele, kes liiguvad oma transpordiga. Seda kinnitab ka külastusstatistika (vt ptk 2.2).

2.1.3. Sündmused ja üritused

Piirkonna erinevates kantides toimub väga palju omanäolisi ühisüritusi, festivale ja sündmusi, mis meelitavad külalisi nii lähemalt kui kaugemalt. Sellisteks sündmusteks on: Kihlepa Võilillefestival, Uulu Lamba vest, Munalaiu RäimeWest, Mikhli laat, Lavassaare laat ja puhkpilliorkestrite ülevaatus, Pootsi laat, Tõstamaa suveteater, Kabli päikeseloojangufestival, Mereküla ahvenapidu, Kihnu Mere Pidude, Romantikaöö, ratsaspordivõistlus CHI Pärnu jne. Selliste ürituste jätkumine on piirkonna turunduse seisukohalt väga oluline. Vajalik on ka uute, omanäoliste sündmuste

lisandumine. Kõige rohkem oleks vaja just hooajaväliste (hilissügis-talv) sündmuste lisandumist, kuna hetkel käivad ikkagi paljud puhkekülad ja söögikohad suvehooaja rütmis ning on sunnitud madalhooajal klientide nappuse tõttu ukсед sulgema.

2.1.4. Kultuur ja ajalugu

Romantilise Rannatee rannakülade lood ja kultuur on kujunenud Läänemere soojade suvede ning lihvitud tormiste tuulte keskel. Tuhandeid aastaid on olnud Läänemere kallas koduks kalur-küttidele, sest vesi ja mets olid kõige tähtsamad elatusallikad. Aastaringne kalapüük on ka täna oluline osa piirkonna igapäevaelust. Heaks näiteks on KIHNU kultuuriruum, mis on kantud UNESCO suulise ja vaimse pärandi maailmanimekirja. Traditsioonid, legendid, tavad ja uskumused on piirkonnas rohkemal ja vähemal määral hoitud. Piirkonnas on võrdlemisi tugevad käsitöölise seltskonnad, kes tegelevad keerukamate rahvarõivastest kuni peenema keraamikani.

RR piirkond on võrdlemisi rikas ka ajalooliste hoonete poolest, olgu siis nendeks siinsed paljud mõisad, sh eeskujulikult taastatud Tõstamaa mõis või Voltvesti mõis Tihemetsas, aga ka teised ajaloolised hooned nagu Hirmus Antsu vägitegudega seotud Pikavere vana vallamaja või piirkonna erinevad kirikud. PLP on läbi aegade olnud vähesel määral abiks ka erinevate selliste ajaloolise väärtusega hoonete säilimise toetamisele ning selle jätkamine on kindlasti kaudselt mingil määral piirkonna turismi seisukohast samuti oluline.

Piirkonnas tegutseb mitmeid eeskujulikke muuseume, sh Kihnu pärimuskultuuri muuseum, Uue-Varbla mõisa muuseum, Tõstamaa mõisa muuseum, Häädemeeste muuseum, Lavassaare muuseumraudtee, Audru muuseum jne. Kuigi kohalike muuseumite üldine tase on väga hea, on probleeme nende lahtiolekuaegadega, mis ei sobi tihti külastajate vajadustega (näiteks nädalavahetusel suletud). Samuti on probleemiks see, et madalhooajal on paljud muuseumid täielikult suletud. Ühtpidi on see muuseumipidajate seisukohast arusaadav, kuid teistpidi võimendab see madalhooajalisust. Ühelt poolt matkarajad, poed jms teenused on kasutatavad, kuid paljud olulised teenused nagu muuseumid ja söögikohad on suletud. Siinkohal tuleb tuua välja statistikat, mis näitab, et vähemasti matkaradu külastab ka madalhooajal arvestatav hulk inimesi ehk ca samapalju kui suvel (vt ptk 2.2.3).

2.1.5. Toit

Pärnumaa piirkond on veiste, lammaste ja kitsede kasvatamise seisukohast Eesti tippude seas. Lisaks on Pärnu ja Liivi lahe piirkond Eesti tähtsaim rannakalanduse piirkond, andes ca 70% kogu Eesti rannapüügist. Sellele vaatamata ei ole piirkonnas just liiga palju toidutootjaid, kes tegeleks nende kohalike ressursside väärindamisega. Kui eraldi välja tuua, siis kalaga on natuke paremini kui veise ja lambaga, st nii restoranidele kui ka kohalikele inimestele on siinne värske kala tõsisele soovijale ikkagi kättesaadav. Samuti leiab kohalikku suitsukala ja erinevaid kalatooteid, tõsi küll, piirkonnad on selles osas väga erinevad ja hooajalisus suur ehk siis kindlasti ei ole kohalik kala igas kandis ja igal ajal kättesaadav. Kohaliku kala kättesaadavuse osas annavad oma olulise panuse piirkonnas tegutsevad natuke suuremad ja erinevad väiksemad tootjad nagu: Kalakuningad, Kalamajakas, Kihnu kalur, Rooslaiu talu, Lumiste talu, Nurmeotsa talu, Naari talu, Kapteni talu, Tiido-Tiiu talu jt. Koostöös Liivi Lahe Kalanduskoguga on kindlasti vajalik selliste ettevõtmiste edasiarendamine, et kohalik kala ja kohalikud kalatooted oleks külastajatele saadaval aastaringelt kogu RR piirkonnas. Samuti tuleb jätkuvalt tegeleda kohvikute ja restoranide nügimisega kohaliku kala pakkumiseks.

Mis puudutab kohalikku loomaliha (sh veis, lammas, kits ja ulukid), siis nende kättesaadavus on pea olematu. Puuduvad sissetöötatud tarneahelad ja RR piirkonnas ei tegutse ühtegi lihatööstust. Enamus piirkonnas kasvatatud või kütitud kvaliteetsest lihast (sh maheveis jm) liigub piirkonnast välja. Ühelt poolt ei ole toidupakkujatel ja kohalikel inimestel stabiilset võimalust kohaliku loomaliha hankimiseks, aga teiselt poolt ei olda ka harjutud seda piirkonnas tarbima ega ka külastajatele pakkuma. Siinkohal oleks kindlasti vajalik tegeleda kohaliku loomaliha populariseerimisega ja aidata kaasa selle tarneahelate arendamisele. Kohaliku toidu populariseerimine üleüldiselt (kõik toidurühmad) ja selle tootmise arendamisele ning tarneahelate väljatöötamisele kaasaaitamine on PLP laiem strateegiline eesmärk, mille lahendamisele on suunatud ka erinevad PLP toetusmeetmed (vt PLP piirkonnastrateegia).

2.2. KÜLASTAJA PROFIIL JA KÜLASTUSSTATISTIKA

2.2.1. Pärnumaa majutus, ööbimised ja külastajate lähteriigid

Allpool on toodud Pärnu kesklinna ja maapiirkonna võrdlev külastusstatistika (Tabel 1). Maapiirkonna külastusstatistika sisaldab kogu maakonda ehk ka Rohelise Jõemaa Koostöökogu tegevuspiirkonda (sh

osaliselt Soomaa). Siinjuures tuleb arvesse võtta, et maakonnas valdav osa väljaspool kesklinna asuvast majutusest koondub ranniku ümber ehk Romantilise Rannatee piirkonda, tänu millele on kogu maakonna majutuse numbrid RR külastustrendide analüüsimiseks vägagi asjakohased ja täpsed.

Tabel 1. Majutatute arv Pärnu maakonnas ja kesklinnas (Statistikaamet).

		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Maju- tatute arv	Pärnu keskuslinn	357 722	387 067	261 052	248 493	364 736	359 140	388 736
	Pärnu maakond	62 192	59 893	45 945	81 162	70 233	65 124	81 745
Ööbi- miste arv	Pärnu keskuslinn	763 477	814 859	498 710	468 340	724 823	738 420	742 593
	Pärnu maakond	110 559	109 698	77 937	118 768	106 278	101 947	123 618

COVID-19

2020.a kevadel kehtestati mitmed koroonapandeemia ohjamise korraldused, sh suleti spaad, baarid, kaubanduskeskused jne. Väliskülalised pidid jääma kaheks nädalaks isolatsiooni. Kui 2020. aastal vähenes majutuste arv kogu maakonna lõikes, siis 2021, vaatamata koroonapandeemia veel laialdasemale levikule, hakkas see kergelt taastuma. Oluliselt muutus siseturistide liikumine, kes hakkasid otsima uusi, vähem rahvarohkeid kohti puhkamiseks, mille tulemusel maapiirkonna turistide arv tõusis erakordsele tasemele, lausa 35% kõrgemaks võrreldes koroonapandeemia eelse ajaga. Kesklinna majutatute arv jäi seevastu rekordmadalaks. 2022 hakkas toimuma normaliseerumine.

Tabel 2. Ööbimiste arv Pärnu maakonnas Eesti ja välisriigid (Statistikaamet).

		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Eesti	Pärnu keskuslinn	270 513	298 501	316 735	345 328	372 202	330 892	324 627
	Pärnu maakond	87 101	85 449	69 753	113 779	89 954	86 374	103 493
Välis- riigid	Pärnu keskuslinn	492 964	516 358	181 975	123 012	352 621	407 528	417 966
	Pärnu maakond	23 458	24 249	8 184	4 989	16 324	15 573	20 125

COVID-19

Tabel 3. Ööbimiste arv Pärnu maakonnas välisriikide lõikes (Statistikaamet).

Lähteriik	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Läti	2 854	3 752	2 569	1 290	4 478	4 082	6 702
Soome	8 579	7 979	2 408	1 002	4 661	4 132	3 118
Leedu	943	729	1 121	614	1 325	1 419	2 682
Saksamaa	3 205	2 935	550	528	1 833	1 518	1 816
Suurbritannia	463	429	80	124	196	633	1 107
Poola	607	816	224	385	378	623	690
Rootsi	1 476	1 077	.	16	227	237	193
Ukraina	935	801	122	9	237	982	151
Itaalia	432	913	10	100	79	135	278
Hispaania	124	229	.	115	405	115	296
Holland	374	324	35	89	193	148	273
Austria	293	438	12	83	80	74	193
Prantsusmaa	248	257	39	89	167	163	175
Tšehhi	141	384	.	56	65	97	97
Šveits	226	319	26	51	116	94	141
Belgia	303	193	19	14	141	75	156
Ameerika Ühendriigid	132	124	12	61	128	67	114
Aasia	73	164	.	12	99	77	106
Slovakkia	22	40	.	91	138	10	91
Norra	262	110	8	7	67	24	108
Taani	117	61	.	.	13	54	120
Malta	0	0	0	0	.	104	140
Türgi	5	38	0	.	101	9	764
Muud riigid	62	85	20	54	105	33	157
Veremaa	1179	1142	127	27	128	105	31
Kreeka	19	.	.	.	0	.	24
Muud Euroopa riigid	133	543	.	48	290	126	22
Kanada	21	26	0	0	5	85	19
Sloveenia	33	29	0	0	61	14	17
Albaania	.	.	0	0	.	0	0
Bulgaaria	.	6	.	.	.	72	0
Iirimaa	35	11	.	.	.	4	0
Jaapan	26	33	0	.	.	36	0
Luksemburg	.	0	.	0	.	14	0
Lõuna-Aafrika Vabariik	0	0	0	0	.	0	0
Muud Aasia riigid	.	71	.	.	.	34	0
Ungari	29	55	.	.	66	5	0
Aafrika	26	0	.	.	.	.	.
Austraalia	15	18	0	0	.	.	.

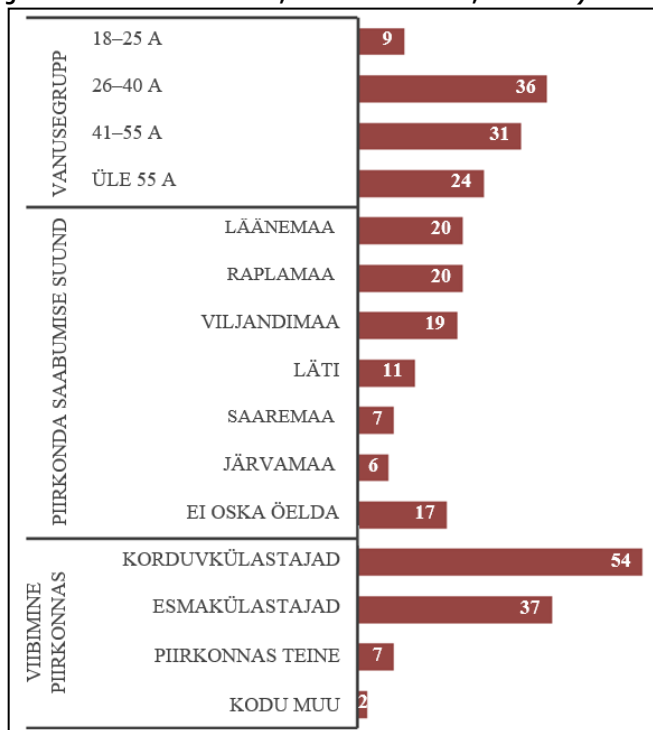
Brasiilia	.	.	0	.	.	.	.
Hiina	14	48	0	0	12	.	.
Horvaatia	.	70	0	.	.	.	.
Island	.	.	.	0	.	.	.
Kesk- ja Lõuna-Ameerika	.	33	0	.	59	.	.
Korea Vabariik	.	12	.	0	0	.	.
Küpros	0	.	0	0	0	.	.
Muud Aafrika riigid	26	0	.	.	.	.	.
Muud Kesk- ja Lõuna-Ameerika	.	.	0	.	.	.	.
Muud Okeania riigid	42	37	.	0	0	.	.
Okeania	57	55	.	0	.	126	.
Portugal	12	27	.	.	51	.	.
Rumeenia	.	21	0	.	.	74	.

. Andmete avaldamist ei võimalda andmekaitse põhimõte

2.2.2 Romantilise Rannatee piirkonda külastava turisti profiil ja klienditeekond

2024 suvel viidi läbi Tõstamaa ja Audru osavalla ning Kihnu valla sise- ja välis turistide uuring, mille peamiseks eesmärgiks oli kaardistada antud piirkondade sise- ja väliskülastajate klienditeekonda ning nende käitumist sihtkohas, sh kestliku turismi potentsiaali. Sarnane uuring viidi läbi ka 2023 Hädemeeste piirkonnas, kuid viimase valim oli küllaltki väike, et sellest olulisi järeldusi teha. Sellele vaatamata võib öelda, et üldised näitajad nagu külastuse planeerimine, sh info otsimise kanalid, reisikäitumine ja külastajate statistika on suures osas Rannatee piirkonna erinevates kantides omavahel kattuvad ehk siis mõlemas uuringus välja toodud näitajaid võib laiendada kogu territooriumi iseloomustamiseks.

Joonis 1. Külastajate jagunemine % (Sise- ja välituristide uuring: Tõstamaa ja Audru osavald, Kihnu vald, 2024).



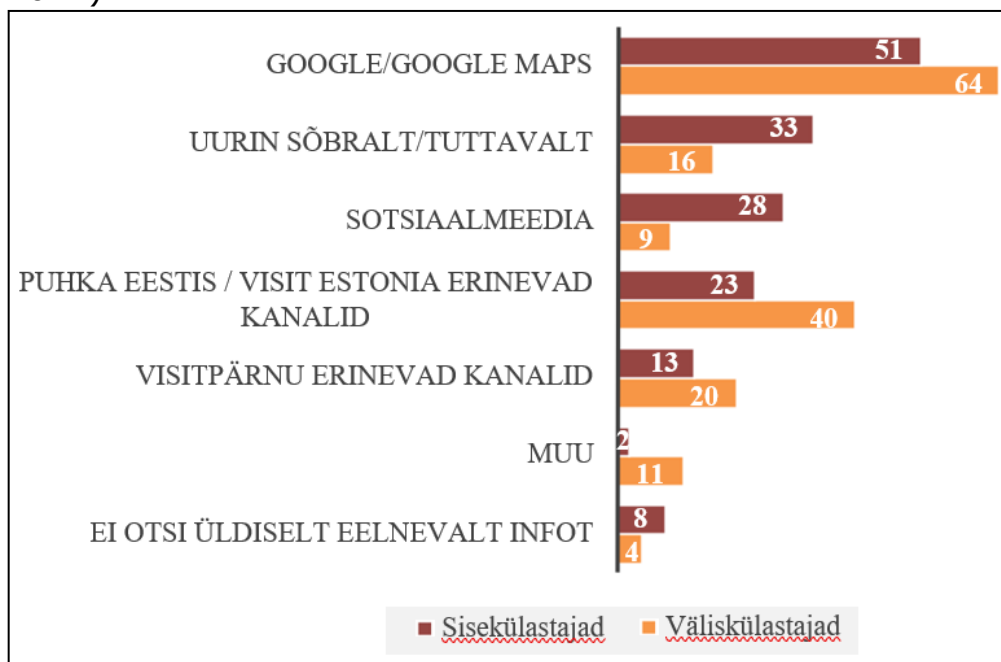
Häädemeeste (2023), Tõstamaa ja Audru osavalla ning Kihnu valla (2024) sise- ja välituristide uuringute järelused on toodud allpool.

Külastuse planeerimine:

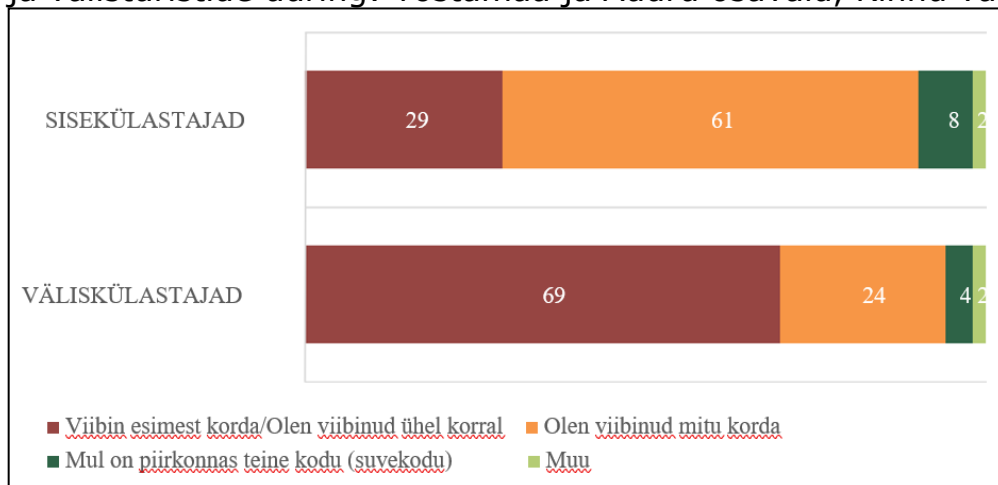
- Kahe **peamise infokanali** seas, mille kaudu eelistatakse otsida infot külastatava piirkonna kohta, mainisid kõigi piirkondade külastajad ning nii sise- kui välituristid ülekaalukalt enim **Google't või Google Mapsi**. Lisaks tulid oluliste infokanalitena kõigis piirkondades esile sotsiaalmeedia, sõbrad/tuttavad ja Puhka Eestis/Visit Estonia erinevad kanalid. Visit Pärnu erinevaid kanaleid kasutatakse info otsimisel tagasihoidlikult. Häädemeeste külastajad mainisid veel ka olulise infokanalina **loodusegakoos rakendust**:
- Info otsimisel kasutatud **märksõnad puudutasid peamiselt tegevusi**, sündmusi ja majutust.
- Reisisihtkoha kestlikest tegevustest ja võimalustest peavad külastajad endi jaoks üldiselt kõige tähtsamateks **avalike tualettide ja puhta joogivee ning veevõtkohtade olemasolu, neile järgneb kohaliku toidu/kohapeal kasvatatud saaduste ostmise võimalus ning arusaadavad keskkonnakäitumise juhised turistidele**. Avalike tualettide ja puhta joogivee ning veevõtkohtade olemasolu tähtsustavad ühtviisi nii sise- kui väliskülastajad.

- **Sihtkoha eriline tähendus, kohalike teenusepakkujate külaliste keskkonnasäästlikult käituma suunamine ja sihtkoha tugev keskkonnahoiu kuvand** on reisisihtkoha valimisel väga või pigem olulised tegurid ca 60–70% Audrut, Tõstamaad ja Kihnut külastanute jaoks. Kõik kolm tegurit on mõnevõrra olulisemad välis- kui siseküllastajatele.
- Kõiki kolme piirkonda **küllastati viimati enim puhkuse eesmärgil** (Kihnu 84%, Audru 75%, Tõstamaa 70%, Häädemeeste 77%).
- Viimasel külastusel **ööbis piirkonnas 80% Kihnu 66% Audru, 50% Tõstamaa ja 74% Häädemeeste külastajatest**. Piirkonnas ööbinud külastajad **broneerisid oma majutuskoha kõige sagedamini otse ööbimiskoha kaudu või Booking.com-ist**. Ligi 30% ööbijatest ei teinud majutuskoha broneeringut ise (broneeris ettevõtte või reisikorraldaja) või ei pidanud ööbimist (ametlikult) broneerima. **Otse ööbimiskoha kaudu broneeringu tegemine on enim levinud viis nii sise- kui välisküllastajate seas.**
- Piirkonna külastuse planeerimise mugavamaks ja sujuvamaks muutmise **ettepanekud puudutasid eelkõige vajaliku info kättesaadavust, transpordivõimalusi, paremaid kaarte/kaardirakendusi ning rohkemaid majutusvõimalusi.**

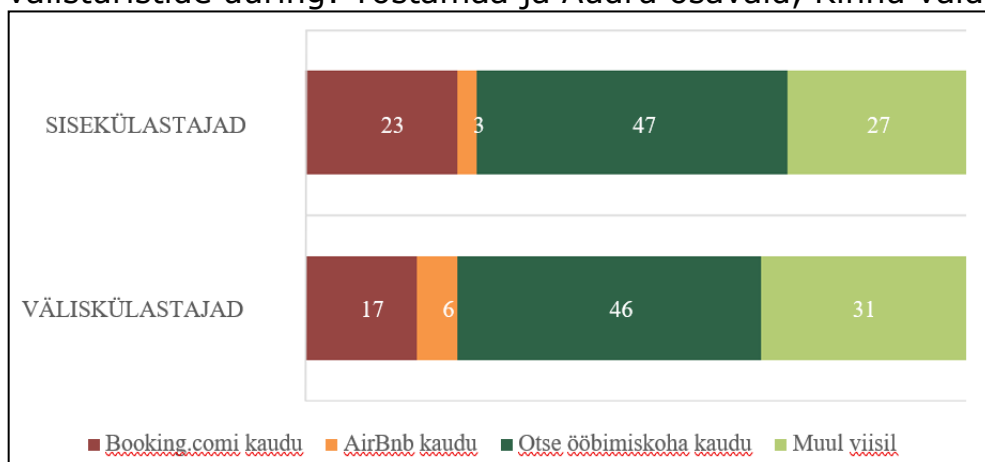
Joonis 2. Peamised külastatava piirkonna kohta info otsimise kanalid % (Sise- ja välis- turistide uuring: Tõstamaa ja Audru osavald, Kihnu vald, 2024).



Joonis 3. Varasem viibimine Audru, Tõstamaa või Kihnu piirkonnas % (Sise- ja välis turistide uuring: Tõstamaa ja Audru osavald, Kihnu vald, 2024).



Joonis 4. Piirkonnas ööbijate majutuskoha broneerimise viis % (Sise- ja välis turistide uuring: Tõstamaa ja Audru osavald, Kihnu vald, 2024).



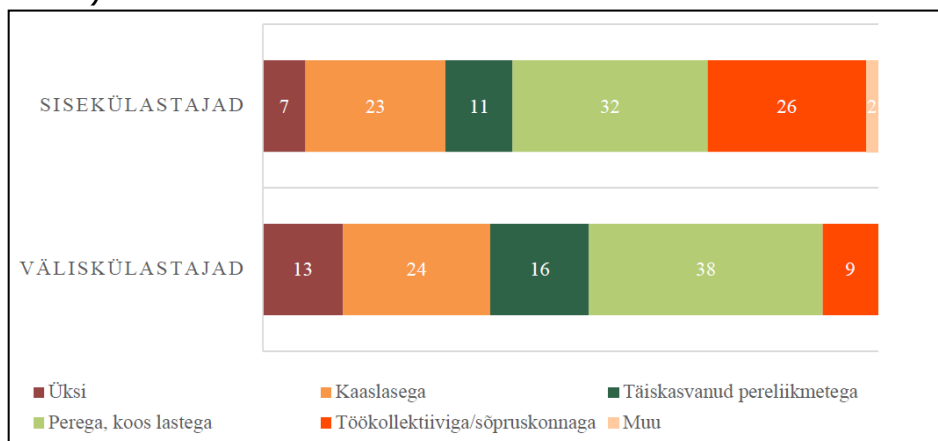
Kohapeal viibimine:

- Viimane Audru, Tõstamaa ja Häädemeeste külastus toimus **kõige sagedamini koos pere ja lastega või kaaslase seltsis, Kihnu saare külastus aga enam koos töökollektiivi või sõpruskonnaga**, millele järgnesid samuti pere ja laste ning kaaslasega reisid. Laste ja perega reisimine oli kõige populaarsem nii sise- kui väliskülastajate seas. Siseturistide puhul järgnesid sellele sõpruskonna või töökollektiivi ning väliskülastajatel koos kaaslasega reisimine.
- Kõigis neljas piirkonnas viibiti viimase **külastuse käigus kõige sagedamini 1–2 kaks ööd**. Tõstamaal, Audrus ja Häädemeestel järgnesid sellele ühepäevased külastused ja lühiajalised paaritunnised visiidid, Kihnu puhul oli aga võrdselt nii ühepäevaseid kui 3–5 päeva kestnud reise. Viimase reisi pikkus oli kõige sagedamini 1–2 kaks ööd

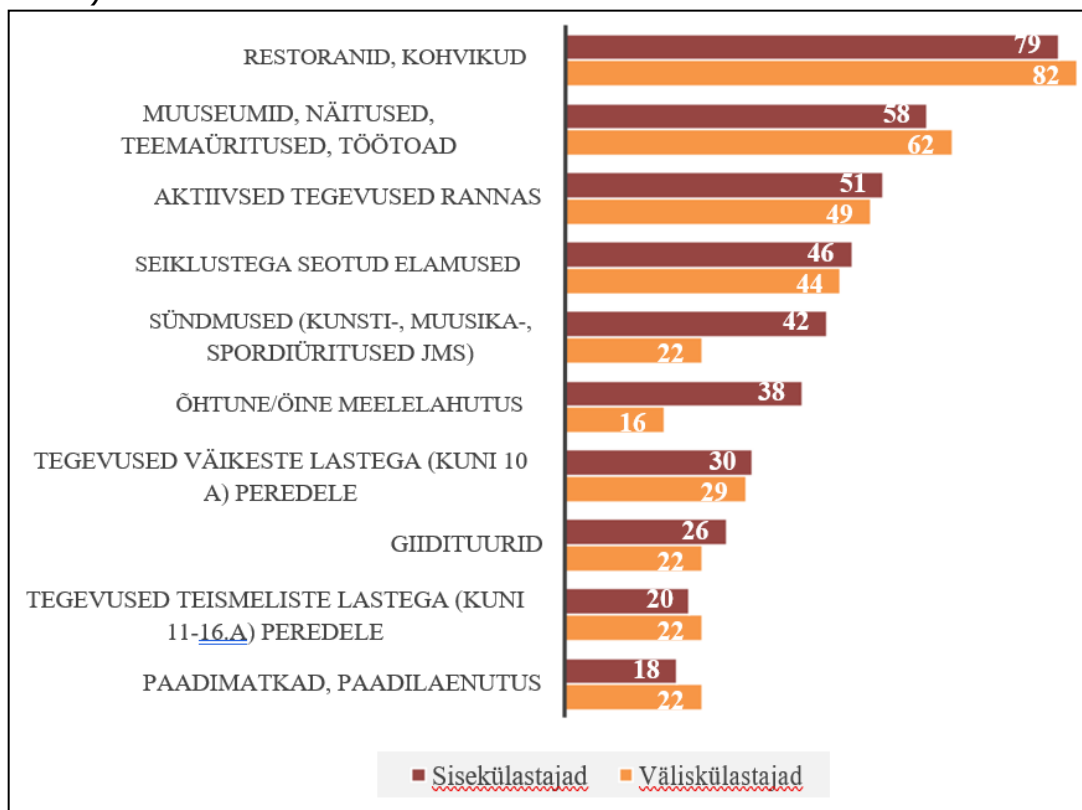
nii sise- kui väliskülastajatel, sisekülastajatel olid aga enam levinud lühiajalised ja väliskülastajatel 3–5 öö pikkused reisirid.

- Piirkonda **öörima jäänud külastajad majutused Audrus, Häädemeestel ja Tõstamaal enim puhkeküla des või kämpingutes ning Kihnus kodumajutuses, külaliskorteris või külalistemajas.** Häädemeestel toodi välja ka sugulaste juures ööbimist. Populaarsuselt **teine majutuskoht on Audrus karavan või telk, Tõstamaal hotell või motell ning Kihnus puhkeküla või kämping.** Sisekülastajatest ööbijate enim levinud majutuskohaks on puhkeküla või kämping, **väliskülastajatel kodumajutus, külaliskorter või külalistemaja.**
- Viimase külastuse **enim levinud tegevuseks oli Häädemeeste, Audru, Tõstamaa ja Kihnu piirkonnas kohvikute ja restoranide külastamine,** Audrus lisaks aktiivsed tegevused rannas, Tõstamaal ja Häädemeestel kohalikel kultuuri- või muudel sündmustel osalemine ning **Kihnus muuseumi, näituse, teemaürituse või töötoa külastamine.** Sise- ja väliskülastajate tegevused sihtkohas on üsna sarnased.
- Viimasel Audru, Tõstamaa, Häädemeeste ja Kihnu külastusel **kasutatud teenuste ja aktiivsete tegevustega jääd i üldiselt rahule.** Väga rahulolevad oldi **Audrus kõige sagedamini seiklustega seotud elamuste ja väikelastega peredele mõeldud tegevustega, Tõstamaal õhtuse ja/või öise meelelahutuse, muuseumide, näituste, teemaürituste ja töötubade ning restoranide ja kohvikute külastamisega, Kihnus giidituuridega ning Häädemeestel muuseumide ja näituste külastuse ning sündmuste külastusega.** Nii sise- kui väliskülastajad oli **väga rahulolevad enim restoranide ja kohvikute külastamisega.**
- **Valdav enamik külastajatest ei tundnud piirkonnas viibides millestki puudust.** Millestki puudust tundnud töid enim välja vajadust rohkemate söögikohtade järele. Häädemeeste külastajad töid intervjuude käigus muuhulgas välja, et **soovitakse rohkem söögikohti, kus pakutakse tavalist, traditsioonilist Eesti toitu,** mitte ainult friikartuleid ja hamburgerit.

Joonis 5. Viimase Audru, Tõstamaa või Kihnu külastuse reisikaaslased % (Sise- ja välis turistide uuring: Tõstamaa ja Audru osavald, Kihnu vald, 2024).



Joonis 6. Viimasel külastusel kasutatud teenused ja aktiivsed tegevused % (Sise- ja välis turistide uuring: Tõstamaa ja Audru osavald, Kihnu vald, 2024).



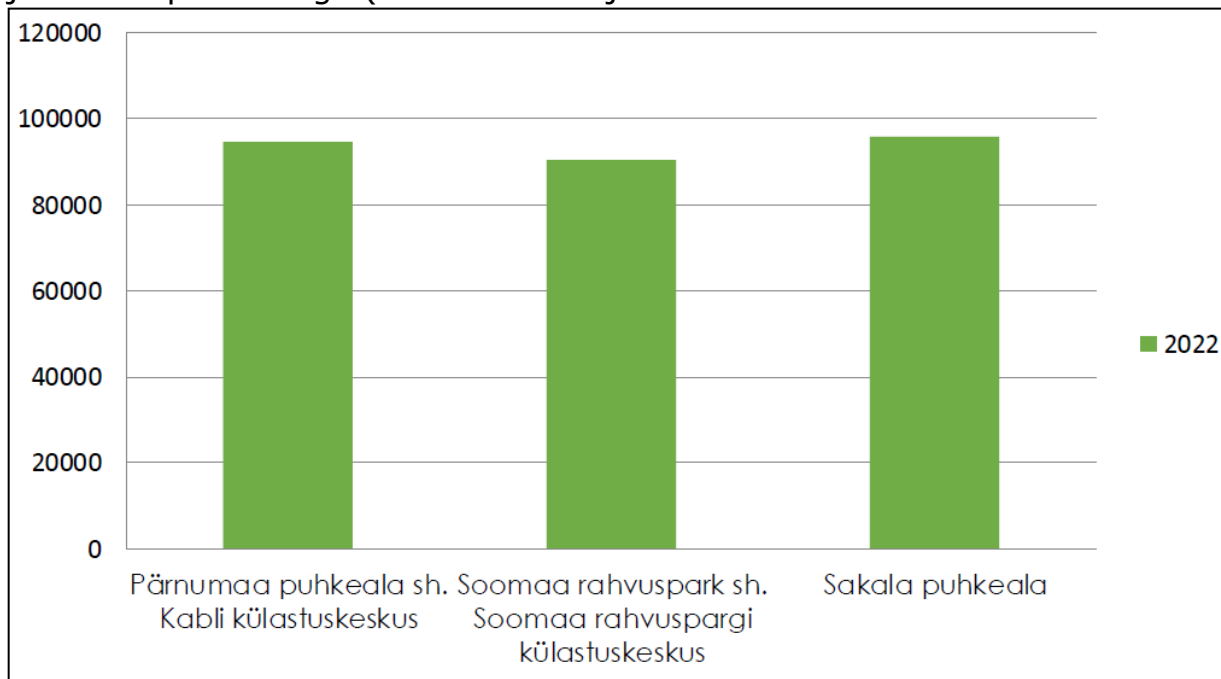
Reisijärgne käitumine:

- Oma piirkonna külastusele tagasi vaadates hindavad uuringus osalejad **kõige kõrgemalt kohalike teenusepakkujate keeleoskust ja külalislahkust**, Kihnus ja Häädemeestel samavõrra ka piirkonda jõudmise lihtsust. Seevastu **kõige kriitilisemad oldi kõigis neljas piirkonnas ühistranspordi korralduse turistidele sobivuse ja toitlustusvõimaluste piisavuse osas**.
- Siseturistid hindavad oma külastusel välisturistidest kõrgemalt **toitlustusvõimaluste piisavust, teeviitade ja juhiste arusaadavust, piirkonda jõudmise lihtsust ja teenusepakkujate keeleoskust**, välisturistid tundsid aga ennast rohkem oodatuna. Kõige kriitilisemad olid sisekülastajad ühistranspordi korralduse turistidele ebasobivuse ja väliskülastajad toitlustusvõimaluste ebapiisavuse osas.
- Tulevikus soovib **Häädemeestet uuesti külastada 71%, Kihnu saart ja Tõstamaad pea 70%** ning **Audrut veidi alla 60%** uuringus osalejatest.
- Oma sõbrale või heale tuttavale soovitaks külastada Häädemeestet 75%, Kihnu saart 81%, Tõstamaad 62% ja Audrut 58% uuringus osalenutest.

2.2.3. Piirkonda külastav loodusturist (RMK loodusala külastaja)

Vastavalt RMK 2022 Pärnu-Viljandi külastusala täitmisaruandele (Lisa 2), külastas Pärnumaa puhkeala 2022. aastal ligemale 94 000 inimest (Joonis 7). 2022. aastal oli mitmetel aladel üle Eesti märgata külastatavuse liikumist üldjoontes sarnasesse rütmi koroonaeelse aja omaga. Pärnumaa puhkeala suure külastusmahuga Rannametsa-Tolkuse looduse õpperaja rekonstrueerimistööd mõjutasid samas suuresti külastusmahtu. Üleüldise trendina on täheldada märke välismaalaste arvu vähenemisest, üks põhjusi võib olla ettevaatlikkus Ida-Euroopasse reisimise osas.

Joonis 7. Pärnumaa puhkeala külastatavus võrrelduna Soomaa rahvusparki ja Sakala puhkealaga (RMK Pärnu-Viljandi külastusala täitmisaruanne 2022)



Eeltoodud aruande kohaselt on Pärnumaa puhkeala kõige enam külastatavad objektid Kabli külastuskeskus/teabepunkt (34% vastanutest külastas või kavatses külastada seekordse külastuse jooksul), Rannametsa-Tolkuse looduse õpperada ja Kabli looduse õpperada (32%), Lemme ja Krapu telkimisalad (27%), Rae järve telkimisala ja matkarada (23%), millele järgnesid teised objektid. **Keskmiselt külastati seekordse külastuse jooksul 3,25 objekti.** Pärnumaa puhkeala külastusest **44% tehakse suvel** (juuni-august), **21% sügisel** (september-november), **19% kevadel** (aprill-mai) ja **16% talvel** (detsember-märts). Suurema külastatavuse poolest paistab erilisel silma Häädemeeste kant (Tabel 4). Nagu ka ülalpool toodud, on Saarde vallas vastu Häädemeestet asuv Rae järve telkimisala ja matkarada ka väga populaarne.

Tabel 4. Külastusala külastusobjektide külastatavus loendusperioodil (RMK Pärnu-Viljandi külastusala täitmisaruanne 2022).

Külastusobjekt	Külastatavus 2022
Lemme telkimisala	21300
Kabli looduse õpperada	14800
Nigularaba õpperada	7100

Vastavalt RMK 2021. aasta külastajauuringule, elab Pärnumaa puhkeala külastajatest **94% Eestis**, järgnevad **Läti (2%)**, **Leedu, Soome, Poola ja Saksamaa (1%)**, seejärel teised riigid. Suurim külastajate hulk elab järgmistes omavalitsustes: **Pärnu linn (14%)**, **Tallinna linn (13%)**, **Tartu linn (7%)**, **Tartu vald (6%)**, **Häädemeeste vald (5%)**, **Viljandi vald (4%)**, **Tori vald ja Viljandi linn (3%)**, millele järgnevad teised omavalitsused. Eelpool lõigus toodud 2021 aasta andmeid tuleb vaadata sellel ajal veel tugevalt levinud COVID-19 mõjude tõttu kriitiliselt. Näiteks enne koroonapandeemiat läbiviidud RMK külastuskorralduskava alusel oli 2015 Eestist 92% külastajatest ja Pärnu linna elanikke 20%. Varasemate ja hilisemate uuringute võrdluses võis täheldada väliskülaliste kasvu. Koroonapandeemia 2021. aastal kindlasti veel mõjutas siseturistide arvu kasvu ja välituristide arvu langust. **Tänaseks võib arvata siseriiklike külastajate osakaaluks kindlasti alla 90%.**

Seltskonna, sihtpunkti, tegevust jms osas ei ole varasemate uuringute ja 2021 läbiviidud uuringu osas märkimisväärsed kõrvalekaldeid ehk siis vaatamata koroonapandeemia mõjudele on 2021 uuringu tulemused siiski üldise külastajaprofiili hindamiseks asjakohased.

Puhkeala külastati peamiselt **2-5 inimese seltskonnas (66%)** ja **6 või enama inimese seltskonnas (25%)**. Igas teises seltskonnas viibis ka alla 15-aastaseid inimesi. **Seltskond koosnes peamiselt oma pere liikmetest ja sõpradest** (Joonis 8).

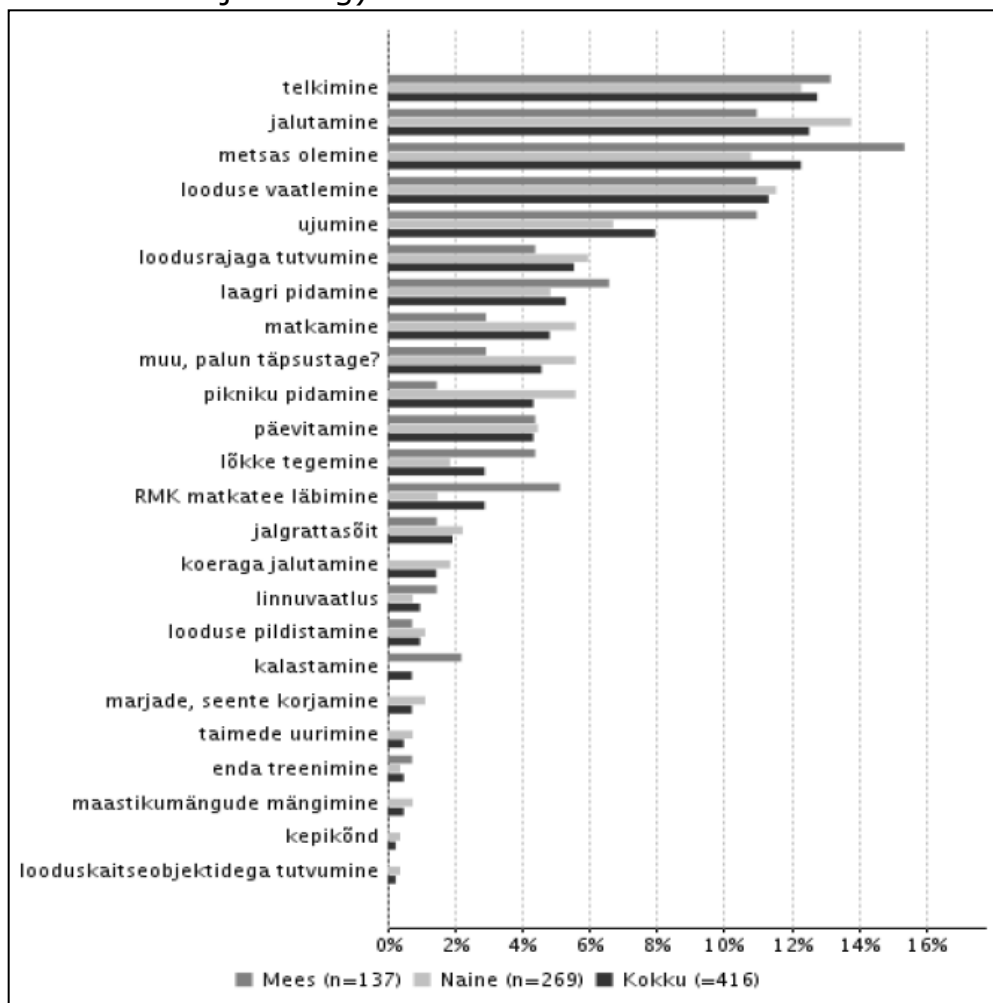
Tabel 5. Seltskonna koosseis (RMK 2021. aasta külastajauuring).

Seltskonna koosseis	tk.	%
oma pere liikmed	257	63
teised sugulased	14	3
sõbrad	96	24
töökaaslased	15	4
klass	12	3
lasteaiarühm	4	1
kutse- või ülikooli õpilasgrupp	2	0
pensionäride grupp	2	0
organiseeritud tegevusi pakkuva ettevõtte kliendid	1	0
klubi, ühing vms	1	0
teised, kes?	4	1
Kokku	408	100

Pärnumaa puhkeala oli reisi ainus või kõige tähtsam sihtpunkt 72%-le, üks mitmest planeeritud sihtpunktist 22%-le ja planeerimata sihtkoht 7%-le vastanutest.

Kõige olulisemateks tegevusteks pidasid looduse puhkealade külastajad telkimist, jalutamist, metsas olemist, looduse vaatlemist, ujumist jne. (Joonis 8).

Joonis 8. Looduse puhkeala külastajate kõige olulisem tegevus (RMK 2021. aasta külastajauuring).



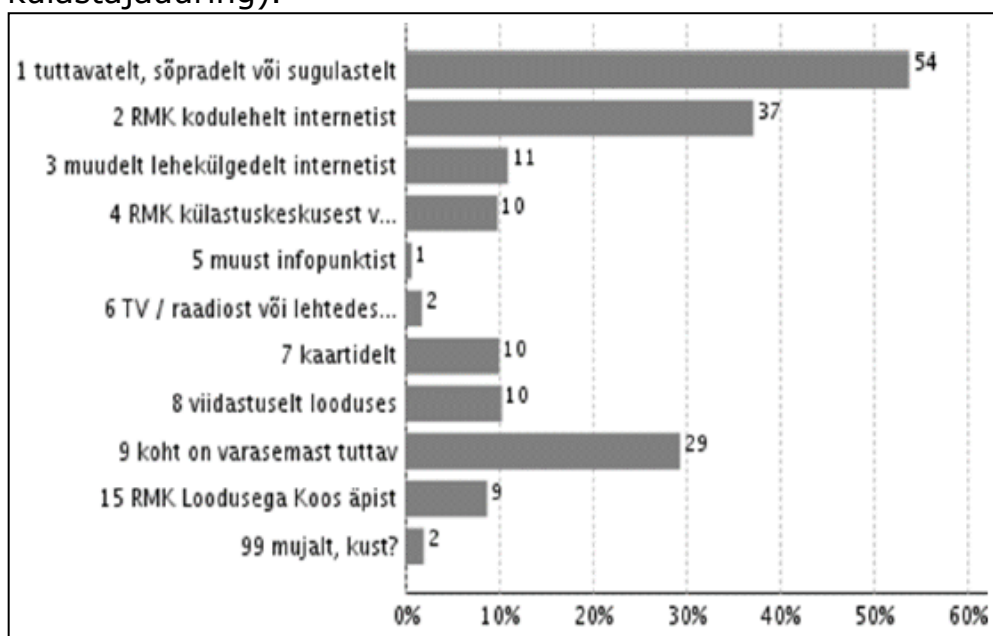
Päevaseid puhkealade külastajaid oli 38% kõigist külastajatest ja **nad viibisid puhkealal keskmiselt 3,5 tundi. Ööbijaid oli 62%** ja **nad viibisid puhkealal keskmiselt 3,5 ööpäeva** (mediaan 2 ööpäeva). Ööbijatest 36% veetis alal ühe öö, 29% kaks ja 15% kolm ööd. Peamiselt

kasutati ööbimiseks telkimisalasid ja lõkkekohti, aga ka metsaonne ja majutusettevõtteid.

Esimest korda Pärnumaa puhkealal viibijaid oli 28% külastajatest. **Alale saabumiseks kasutatakse ülekaalukalt sõiduautot (79% vastanutest).** Alal liikumiseks kasutatakse samuti kõige enam sõiduautot (74%), **millele järgneb sõiduauto haagissuvilaga või matkabuss ning jalgratas (8%),** jalgsi liikujad (6%), tellitud buss (2%), liinibuss ja mootorratas (1%).

Ala kohta informatsiooni hankimise kohta annab ülevaate Joonis 9.

Joonis 9. Ala kohta informatsiooni hankimine (RMK 2021 aasta külastajauuring).



Rahakasutuse hindamiseks paluti vastajatel arvestada kulusid, mida nad on teinud või kavatsevad teha puhkealal ja selle ümbruskonnas seekordse reisi jooksul. **50% puhkealal käinutest kinnitas, et oli seekordse külastusega seoses raha kulutanud.** Külastajad kulutasid **keskmiselt 61,78 eurot külastuskorra kohta** (mediaan 35,00 eurot). Kõige enam kulutati raha ostudele kauplustes, seejärel ostudele bensiinijaamades, kohvikutes ja restoranides ning majutusele.

Külastajate tähtsamad puhkusemotiivid olid **ilusad maastikud, looduse tunnetamine, meelerahu, mürast ja saastest eemal viibimine,**

viibimine koos oma seltskonnaga, stressi maandamine, meeldivad varasemad kogemused, olla perega, tutvumine alaga jne.

Üldiselt hinnati puhkeala teenuste ja rajatiste kvaliteeti ning keskkonda positiivselt. Parimaks hindasid puhkeala külastajad külastuskeskuse ja selle teenuste, telkimis-, parkimis- ja tuletegemise kohtade, vaatetornide, metsaonide ja metsamajade kvaliteeti. **Halvima hinnangu andsid külastajad erivajadustega inimestega arvestamisele, kirjalikule infomaterjalile ja lõkkepuudele.**

2.3. TURISMITRENDID

Tänast turismi mõjutavad väga palju erinevad geopoliitilised tegurid ja välised mõjud. COVID pandeemia ja sellest taastumine, Ukrainas toimuv sõjaline konflikt, kliima jms meist sõltumatud tegurid võivad väga kiiresti ja massiivselt muuta turistide eelistusi reisisihtkoha valimisel. Koroonast ja nõ sõjahirmust taastumine on olnud küll stabiilne, kuid piirkondade (Balti riigid vs muud Euroopa riigid) lõikes ebaühtlane. Mujal Euroopas on olukord stabiilsem, aga Ida-Euroopa suunal pigem mitte. Kesk ja Lõuna-Euroopa ning Skandinaavia lääneosa inimeste hirm Eesti idanaabri suhtes mõjutab jätkuvalt tugevalt nende reisisihtkoha eelistust. Võib eeldada, et sellele aitab tugevalt kaasa peale igat intsidenti (olgu siis selleks mõne merekaabli lõhkumine või mõni idanaabri riigiduum liikme ebaadekvaatne sõnavõtt) rahvusvahelises meedias, sh sotsiaalmeedias, tulvana levivad erinevad teema piire ületavad intervjuud, sõnavõttud ja spekulatsioonid, et mis võiks olla idanaabri järgmine samm, kas NATO ikka on valmis jne.

Riikliku „Turismi pikk vaade kuni 2035“ alusel pole Eesti enam odav sihtriik. Kliimamuutused ja digiareng loovad (ise)teadlikke ja uut tüüpi tarbijaid. Kõrghooaeg on endiselt juunist augustini. Üha enam hakkab tulema päevakorda kliimaturistid ja neile suunatud turundus.

Vastavalt üleriigilisele arengudokumendile „Turismi pikk vaade kuni 2035“ on turismi trendid järgmised:

Üldised trendid

- **Ekstreemsed ja kiiresti muutuvad ilmastikuolud:** Mõjutavad reisiotsuseid, üldisi väärtusi, poliitika ja majandust;
- **Kestlikkuse väljakutsed ja ülereguleerimine:** Kestlikkus on oluline, kuid selle järgimine võib olla kulukas ja tarbijate reisieelistusi on raske muuta;
- **Sihtkohtade kandevõime:** Kliimamuutused nõuavad kestlikkuse põhimõtete järgimist. Kestlikkuse eesmärgid sihtkohtade

koormustaluvuse arvestamist. Samal ajal suureneb inimeste teadlikkus loodushoidlikkusest ja reisihäbist;

- **Põlvkondade vahetumine ja vananev rahvastik:** Uued sihtrühmad ja erinevad vajadused, sealhulgas tervise ja pikaeealisusega seotud teenused;
- **Tehnoloogia areng ja andmete kasutamine:** Tehnoloogia ja andmestumine pakuvad uusi võimalusi kliendisuhtluses ja protsesside juhtimises, kuid nõuavad ka tasakaalu leidmist inimliku kontakti ja digiteenuste vahel ning oluline on ka andmete mõistmis- ja kasutusvõime kasv;
- **Väsimus tehnoloogiast ja inimsuhete tähtsus:** Kasvav soov puhata tehnoloogiast ja otsida rohkem inimsuhtlust;
- **Geopoliitilised pinged:** Suurenev ebakindlus, mis nõuab paindlikke strateegiaid ja kohanemisvõimet.

Turismitrendid

- **Reisisoov ja virtuaalne reisimine:** Inimesed jätkavad reisimist, kuna see on loomumane, sealhulgas virtuaalne reisimine;
- **Turismi sihtkohtade kontsentratsioon:** Suur osa reisijatest keskendub vähestele populaarsetele sihtkohtadele, samas reisikulutused on sageli kodulähedased;
- **Nišiturismi ja autentsuse kasv:** Vähem tuntud sihtkohad muutuvad populaarsemaks, sealhulgas suunamudijate ja kõneisikute mõjul, sest turistid otsivad autentseid kogemusi ja olulist väärtust võib pakkuda ootusi ületav külalislahkus;
- **Huvipõhine ja ootamatutel põhjustel reisimine:** Reisi eesmärgid on mitmekülgsed, sealhulgas eraldusturism ja altruistlik reisimine, mis peegeldavad uue põlvkonna reisijate eelistusi;
- **Aeglase ja nomaadse reisimise trend:** Kasvab soov ühendada reisimist ja elustiili, eelistades pikemaid ja rahulikumaid kogemusi;
- **Vaikuse ja eksklusiivse turismi kasv:** Luksusturism ja vaikuse pakkumine muutuvad nišisihtkohtade võimaluseks;
- **Regeneratiivne turismi kasv:** Kasvab reisimine, mis on suunatud sihtkohtade ja kogukondade aktiivsele taastamisele ja positiivse mõju loomisele.

Seosed Eesti turismi tulevikuga

- **Kliimamuutused muudavad turismivooge ja sihtkohtade eelistusi Euroopas** - Eesti mõõduka kliimaga suved, pikenevad soojad sügised, neli või koguni viis aastaaega koos Soomaaga; laeva- ja rongisõidu kaugusel olevate sihtkohtade atraktiivsuse kasv;
- **Enam hinnatakse riikide ja turismiettevõtjate pühendumist kestlikkusele ning arusaadavaid ja ühtseid kestlikkuse**

sertifikaate - kestlikkus on Eesti turismis hügieenifaktoriks ja oluline on Eesti kõrge koha hoidmine rahvusvahelistes kestliku sihtkoha indeksites, külastaja harimine kestliku turismi teemadel;

- **Aeglane turism kogub hoogu**- meie tugevuseks on kiire internet ja kaugtöövõimalused üle Eesti, stabiilne ja hea taristu, turvaline elukeskkond;
- **Eeldatakse personaalsust ja ligipääsetavust** - meie võimaluseks on Eesti digiühiskonna võimaluste rakendamine turismis erinevate vajadustega sihtgruppide ootuste täitmiseks;
- **Tehnoloogia aitab luua sujuvaid reisikogemusi** digiplatvormide ja andmestumise abil turistide huvidele vastavate reisitoodete loomine ja parema leitavuse tagamine;
- **Eelistatakse enda profiilile sobilikke huvitavaid ja unikaalseid sihtkohti, kus ei ole massiturismi** - Eesti kui kestliku turismisihtkoha nähtavuse kasvatamine vastutustundliku avastaja sihtkohana.

2.4 RR KESTLIKKUS

Üha enam on tarbijate valikute tegemisel muutunud oluliseks kestlikkuse ja keskkonnahoiu küsimused. Näiteks vastavalt 2024 Tõstamaa, Audru ja Kihnu sise- ja välis turistide uuringule peab 66% sisekülastajatest ja 78% väliskülastajatest oluliseks oma turismisihtkohas arusaadavate keskkonkakäitumise juhiste olemasolu. 66% sisekülastajatest ja 73% väliskülastajatest peavad oluliseks ka prügi liigiti kogumise võimalust ning sellest veel rohkem hinnatakse kohaliku toidu ja saaduste ostmise võimalust, vastavalt 82% nii sise- kui väliskülastajatest.

2.4.1. RR kuuluvus Green Destinationsi piirkonda

Kogu Pärnumaa kuulub Green Destinationsi ehk roheliste sihtkohtade võrgustikku.

Roheliste sihtkohtade võrgustiku põhiväärtuste märksõnadeks on:

- **ehe** – väärtustatakse kohalikke traditsioone ja pärandkultuuri;
- **vastutustundlik ja lugupidav** – arvestatakse kohaliku kogukonnaga ning välditakse massiturismi;
- **majanduslikult jätkusuutlik** – turismi edendades luuakse töökohti ning kaasatakse kohalikke;
- **keskkonna- ja kliimasõbralik** – välditakse keskkonna halvendamist ja saastamist, tegeletakse kliimamuutusest tingitud probleemidega sh rahvatervise eest hoolitsemine;

- **loodussõbralik** – kaitstakse väärtuslikke maastikke, ilusaid vaateid, elupaiku ja elusloodust.

Pärnu liitus Green Destinations programmiga Eesti esimesel pilootaastal linnana, mil saavutati peale esimest auditeerimist pronkstase. Järgmisel auditeerimisel laiendati programmi ja protsess kaasas kogu maakonda. Pärnumaa viimane auditeerimine toimus 2023. aastal, mille tulemusena tõusis sihtkoht pronkstasemelt hõbetasemele.

Pärnumaa tugevused turismisihtkohana on audiitorite hinnangul sihtkoha juhtimine, kultuuri- ja looduspärandi säästev eksponeerimine turismi huvides, sotsiaalne heaolu sihtkohas ning kohalike ettevõtete toetamine. Arenguvajadusena toodi välja külastustiheduse ja kohalike elanike rahulolu seire, kestlike väärtuste edendamine ettevõtetes ning jäätmed – teadlikus nende vähendamise osas on aasta-aastalt kasvanud, kuid rohkem tuleb tegeleda nii nende vähendamise kui ka ringlussevõtmise võimaluste tutvustamisega, ning julgustada ettevõtjaid neid lahendusi proovima. Lisaks ettevõtjatele tuleb teadvustada ka külastajaid sellest, mis mõju nende tegevus sihtkohas võib avaldada ning kuidas saaksid nad ise anda oma panuse, et see oleks võimalikult minimaalne.

2.4.2. Piirkonna turismiettevõtjate roheline jalajälg

Täna kehtivad piirkonna turismiettevõtjatele jäätmete liigiti kogumise nõuded, mille kohaselt tuleb jäätmetekkekohas eraldi koguda pakendijäätmed, segaolmejäätmed, paber ja kartong, biolagunevad köögi- ja sööklajäätmed jne. Külastajauuringu kohaselt peab külastaja prügi liigiti kogumise võimalust väga oluliseks. Samas tuuakse välja, et tihti ei ole selleks piisavalt konteinereid. Vaatluste käigus on olnud näha, et üldiselt on olemas segaolmejäätmete konteiner, aga tihti teised (pakend jne) puuduvad. Puhkealadel toimub prügi liigiti kogumine enamasti üksikute suurematel objektidel (näiteks Tolkuse raba matkarada). Mis puudutab turismiettevõtjaid, siis **ilmselt ei ole küsimus selles, et nad ei koguks prügi liigiti, vaid pigem selles, kui kättesaadavaks nad on teinud liigiti kogumise oma külastajatele ehk taganud oma territooriumil piisavate konteinerite olemasolu ja nende arusaadava tähistamise**, lisaks prügivedajaga sõlmitud lepingus toodud konteineritele. Siinjuures on veel kindlasti paljudel juhtudel ruumi arenguks.

RR piirkonnas ei ole energiamahukaid turismiettevõtteid (SPA-d jms), mille roheline jalajälg oleks tavapärasest turismiettevõtlusest suurem. Sellele

vaatamata on tänu tehnoloogia odavnemisele ja kõikuvale elektri hinnale **teinud paljud turismiettevõtjad investeringuid oma elektrienergia (päike) tootmisse. See paistab olevat jätkuv trend ja PLP pakub selleks muuhulgas ka investeringutoetust.** Nende tegevuste jätkamine on kindlasti ettevõtete rohelise jalajälje vähendamise ning piirkonna kestliku kuvandi kasvatamiseks vajalik.

Kestlikkuse üks teemasid on kohaliku tooraine kasutamine toidu valmistamisel. Selles osas on piirkonnas kindlasti vajakajäämisi. Enamik suvekohvikuid eelistavad pakkuda lihtsasti valmistatavat toitu (sügavkülmutatud poolvalmis toorainest) ja kohaliku tooraine kasutamisele tähelepanu ei pöörata, kuigi vastavalt uuringutele on see turistide suur ootus.

Peamine probleem turismiettevõtjate kestlikkuse osas on ilmselt see, et nende **täna tehtavad kestlikud tegevused**, olgu siis selleks tegevused vee säästmiseks, ökopuhastusvahendite kasutus jms., **ei ole täna külastajale nähtavad.**

2.4.3. Keskkonnakvaliteedi näitajad

Romantilise Rannatee piirkonnas on 2025. aasta seisuga erinevatel andmetel 2-3 Green Key keskkonnamärgisega turismiettevõtjat. Maakonnas kokku on neid 29-30, kellest lõviosa paiknevad linnas. Vaatamata laialdasele teavitustööle ning tasuta koolitustele ei ole selle märgise taotlemine osutunud RR ettevõtjate seas kuigi populaarseks. Peamise takistusena nähakse selle taotlemisele kuluvat aega ja vaeva, milleks väiksema mahuga ettevõtjal (kes on RR piirkonnas peamiselt esindatud) puudub ressurss. Tänapäevaks on lisandunud selle taotlemisele/pikendamisele ka tasud, mis seab märgise vajalikkuse veelgi enam kahtluse alla. Kusjuures paljud ettevõtjad täidavad täna nagunii suuresti Green Key nõudeid ja selles osas ei ole selle taotlemiseks takistusi, pigem ollakse lihtsalt skeptilised selle vajalikkuses, st küsitav on selle taotlemisele tehtav kulu (sh mitterahaline) võrrelduna saadava tuluga.

Tuleb tõdeda, et ilmselt palju olulisem on piirkonna turunduse mõistes kogu Eesti värskest saadud **EPI (Environmental Performance Index) kõrge tulemus, mille kohaselt on Eesti 2024. aastal keskkonnakvaliteedi seisukohalt maailmas juhtival kohal** (Tabel 6). Sellele tasub piirkonna turundusel panna kindlasti olulist rõhku ja loomulikult tasub näha vaeva selliste erinevate kõrgete tulemuste hoidmisega ja tuleb mõnda, et

eraldiseisvatel erinevatel turismi keskkonnamärgistel, nagu Green Key, on sellele ka mõju. Aktiivse Green Key nügimise asemel tasub RR piirkonnas aga ennekõike tegeleda jätkuvalt ettevõtjate keskkonnateadlikkuse tõstmisega läbi erinevate koolitustegevuste. **Oluline on tuua välja senised tugevused ja ettevõtjate juba tehtavad keskkonda ja kestlikkust suurendavad tegevused ning teha need külastajatele rohkem nähtavaks.** RR teemagruppides on arutletud ka eraldi RR-le omase kestlikkuse tunnustamise/märgise loomist, kuid on jõutud järeldusele, et see pole perspektiivikas ja sellest lähtuvalt käesoleva strateegiaga seda ette ei nähta.

Tabel 6. EPI 2024 keskkonnategevuste tulemuslikkuse maailma esikümme (EPI 2024, Yale University).

RANK	COUNTRY	SCORE
1	Estonia	75.3
2	Luxembourg	75.0
3	Germany	74.6
4	Finland	73.7
5	United Kingdom	72.7
6	Sweden	70.5
7	Norway	70.0
8	Austria	69.0
9	Switzerland	68.0
10	Denmark	67.9

3. SWOT-ANALÜÜS

Tabel 7. SWOT-analüüs vastavalt turismiasjaliste koosolekutele.

TUGEVUSED	NÕRKUSED
• Omapärane ja eriline looduskeskkond • Toodete-teenuste hooajaline mitmekülgsus • Avastamata sihtkoht • Tartu-Saaremaa transiit • Turvaline keskkond • Pika traditsiooniga puhkuse piirkond • Kokkuhoidvad pereärid • Loodusmatkad • Individuaalsus	• Hooajaline • Suur eraldatus ja hajaasustus • Väike valik teenuseid on nähtav/leitav • Hooajaline tööjõu puudus ja töötajate ülekoormus • Vähene märgistus ja viitade puudus • Vähene koostöö • Põhiteenuste vähene pakkumine sh teenuste vähene nähtavus ja keelebarjäär (toitlustus, majutus) • Vilets taristu ja ligipääsetavus • Nõrk sihtkoha turundus • Puudulik klienditeekond tarbimiseni
VÕIMALUSED	OHUD
• Ettevõtete teenuspakettide laiendamine • Hooajaliste pakettide väljatöötamine • RR ühiste õppereiside korraldamine teistesse külastuspiirkondadesse (teistelt õppimine) ja ühine teenuste pakkumise oskuste lihvimine sh turismi ja toidualaste koolituste aj seminaride läbiviimine • Kogukonna koostöö suurendamine turismiteenuste paremaks pakkumiseks • Külastusteedekondade väljatöötamine nähtavuse suurendamiseks ja külastajamugavuse	• Kehv kliima • Sääsed, puugid • Töötajate ülekoormus • Sõda • Majanduspoliitika • Sündmuste kattumine ja hooajaline üleküllus • Konkurents

kasvatamiseks • Turunduse arendamine sh läbi uute digitaalsete võimaluste • Sündmuste lisandumine piirkonda läbi RR toetuste ja koostöö • Visit Pärnuga koostöö suurendamine	
--	--

4. ROMANTILISE RANNATEE ÜHISED PÕHIMÕTTED JA TEGEVUSSUUNAD

4.1. PÕHIMÕTTED

Strateegia elluviimisel on aluseks RR teemagruppides ühiselt kokku lepitud tegutsemispõhimõtted.

4.1.1. Kestlikkus

Oleme uhked oma piirkonna ja inimeste üle ning kommunikeerime seda väljapoole. Väärtustame kestlikke tooteid ja lahendusi, kohalikku kultuuri, keskkonda ning kogukonda. Hoiame tasakaalu inimestele heaolu loomise ja planeedi piiratud ressursside vahel.

4.1.2. Koostöö ja kogukonna kaasamine

Turismiturundus peab toetama kohalikele kogukondadele, väärtustama ja hoidma atraktiivse elukeskkonna säilimist ja loomist, mis tagama positiivse eluhoiaku. Omavaheline koostöö ja kogukondade kaasamine loob lisandväärtusi piirkonna hea maine kujundamisel ja suurendab läbi kasvava turismimajanduse arengu kohaliku tööhõivet.

4.1.3. Kliendikesksus

Asetame turismiturunduse tegevuste keskmesse külalislahkuse. Külalistele pakutakse vaheldusrikast, ehedat, kvaliteetset ja turvalist külastuskogemust. Oleme avatud muudatustele, paindlikud ja koostöövalmid. RR vastutab väärtuspõhiste reisielamuste eest, mis säilitavad ja kaitsevad meie loodust, kultuuri ning edendab vastutustundlikku reisielamust. Iga külastaja kogemus on unikaalne ja kordumatu.

4.1.4. Romantilise Rannatee terviklikkus

RR on aktiivne, avatud, hooliv ja kokkuhoidev kogukond. RR turismipiirkond on ühtne tervik, mida toetab visuaalne identiteet, sõnumid ja lood. Meie inimesed ja nende olemus on piirkonna kultuurikandjad, kes vahendavad

külastajale parimat mõistmist piirkonnast. RR piirkonna koostöövallad on Häädemeeste vald, Kihnu vald, Pärnu linna Audru ja Tõstamaa osavallad, Saarde vald (haldusreformieelne Saarde valla territoorium), Tori vald (haldusreformieelne Sauga valla territoorium), Lääneranna vald (haldusreformieelsed Varbla ja Koonga valla territooriumid). Kuigi merepiiri on ainult viiel KOV-il, on piirkonna kõigi kantide kultuur ja elukeskkond ühtne, mille suurimaks väärtuseks ja kandjaks on mitmekülgne looduskeskkond.

4.2. ROMANTILISE RANNATEE HÜÜDLAUSE

Hetked, mis jäävad südamesse? (It's about heartfelt moments)

4.3. ROMANTILISE RANNATEE PIIRKONNA SISESED SIHTKOHAD

RR piirkonna sisesed sihtkohad on:

- **Häädemeeste** (Ikla-Häädemeeste-Tahkuranna-Uulu-Reiu);
- **Saarde** (Laiksaare-K.-Nõmme-Allikukivi-Tihemetsa-Kärsu);
- **Audru-Sauga** (Eassalu-Lindi-Lavassaare-Valgeranna-Sauga);
- **Varbla-Koonga** (Mihkli-Tuhu-Paatsalu-Matsi);
- **Tõstamaa** (Tõhela-Ermistu-Kastna-Pootsi);
- **Manija**;
- **Kihnu**.

4.5 VISIOON

Romantiline Rannatee on turvaline ja omanäoline turismisihtkoht, mis baseerub koostööl, külalislahkusel ja väärtustatud keskkonnal ning on tuntud kogu Eestis ja kaugemalgi.

4.4 EESMÄRGID

RR strateegiaga on seatud allolevad eesmärgid, mille saavutamiseks ei pea viima läbi ühte konkreetset tegevust, vaid mille saavutamine saab olla kombinatsioon erinevatest tegevustest, sh nii otsestest kui kaudsetest.

Eesmärgid ja tegevused:

- külastajatele on tagatud terviklik teekond, kus info on lihtsasti leitav ja kättesaadav;
- RR teekond sh ettevõtted, objektid jmt, kuhu on külastaja oodatud, on tähistatud ühtse RR sümboolikaga, mis on maanteedel liikuvatele külastajatele hästi nähtavad;
- teenused/tooted vastavad külastajate ootustele, st on kvaliteetsed ja ligipääsetavad, sh on loodud elektroonilised broneerimissüsteemid ning ingliskeelne teenuste nähtavus jms;
- piirkonna turismitooted väärtustavad kohalikke traditsioone ja kultuurilist eripära;

- puhkekohad ja turismiteenused on liikumisraskustega inimestele ligipääsetavad;
- uuenduslike ja piirkonnale ainuomaste turismitoodete arendamine ja mitmekesistamine;
- turismitoodete mitmekesistamine;
- toitlustusasustused väärtustavad piirkonnapõhist toorainet;
- igal Romantilise Rannatee piirkonnal on oma eristuv tugevus;
- Romantilise Rannatee ühisüritused on piirkonnaspetsiifilised;
- tehnoloogiliste lahenduste integreerimine sihtkoha atraktiivsuse säilitamisel ja arendamisel võimaldavad rikastada külastuskogemust;
- tegevused, mis kaasavad jätkusuutlikkuse mere-, vee- ja rannategevustesse ning lisavad neile väärtust;
- elustada ja väärtustada mereturismi toetavaid tegevusi;
- tegevused, mis toetavad heaolurismi lisades väärtust meie looduskeskkonnale;
- tegevuste ümberstruktureerimine vastavalt erinevate vajadustega sihtrühmade ligipääsetavustele – pered, eakad, nutikad noored jne.
- piirkonna kestliku kuvandi edendamine läbi energiatõhususe, ringmajanduse ja kohalike ressursside väärimise (sh toit);
- sündmuste parem ajastatus, et külastajal oleks põhjust pikemalt RR piirkonnas sisukalt aega veeta ja avastada lisaks sündmusele ka erinevaid külastuskohti (sündmuste eel- ja järelkursioonide pakkumine);
- Romantilisel Rannateel on turvaline, kerge ja mugav reisida – piirkond on viidastatud ning varustatud piisaval hulgal turismiinfoga;
- viiakse läbi Romantilist Rannateed tutvustavaid ringreise;
- RR kodulehe pidev arendamine ja usaldusväärne veebikohalolu sh ettevõtete, sündmuste jmt kajatamine;
- uuenduslike RR turunduslahenduste loomine;
- iga olulisemat RR turismipiirkonda on võimalik külastada kohaliku giidi vahendusel. Teenus on kergesti kättesaadav ning vähemalt kahes erinevas vöötkes;
- RR ühisüritused on turunduskanal, mis võimaldab toetada turismihooaja pikendamist;
- külastaja teekond on turismiettevõtete ja –arendajate poolt hoolikalt läbimõeldud tagamaks parim külastajakogemus;
- RR teenuste kvaliteet on vastavuses hinnatasemega;
- RR tutvustavate materjalide, trükiste ja meenete loomine ja arendamine;
- digiturundus lähtub kokkulepitud RR ühtselt kasutatavatest sõnumitest;
- sihtrühmapõhiste ja mitmekesiste kohalike/toodete ja teenuste loomine;

- toota ja teha kättesaadavaks ajaloolis-kultuuripärandiga seotud sisu ja info-reklaammaterjale, sealhulgas tehnoloogilise iseloomuga materjale;
- programmid, mis toetavad turismipakkumiste digitaliseerimist;
- teematurismi ja elamusturismi arendus ja turundus;
- tehisintellekti ja virtuaalreaalsuse võimaluste kasutamine uute turismiteenuste loomiseks ja arendamiseks ning külastajaprofiili analüüsimiseks;
- Romantikaga seotud teenuste arendamine.

5. TULEMUSED JA SIHTVÄÄRTUSED

Romantilise Rannatee ääres elab kokkuhoidev külalislahke rahvas, siinsed söögikohad pakuvad kohalikku toitu ning suviti toimuvad tuntud ja omanäolised rahvarohked sündmused. Piirkonna kõikides kantides on külastajatele rohkelt erinevaid tegevusi (teemaparke, muuseume, seiklusparke jne) nii noorematele kui eakamatele, sh aastaringseid tegevusi. Tegevuspiirkonna külaliste arv ja külastajate rahulolu pakutavate teenuste, toodete, sündmuste jmt on aastaks 2035 oluliselt kasvanud. Turismi- ja puhkemajanduse arengule annab hoogu juurde soodne asukoht, suvepealinna Pärnu vahetu lähedus, ettevõtlik ja külalislahke rahvas ning mitmekesine kultuurimaastik pärandkultuurist kõrgkultuurini. Üha rohkem hinnatakse siinset loodusrikkust ja selle mõjusid inimeste heaolule ning vaimse ja füüsilise tervise edendamisele.

Möödik:

- majutatute ja nende ööbimiste arv – suhtarvuna Pärnumaa vastavatesse näitajatesse (Statistikaamet);
- Romantilise Rannatee külastuste arv (PLP).

Seatavad tulemused

- külastajatele on tagatud terviklik külastajateekond, kus info on lihtsasti leitav ja kättesaadav;
- teenused/tooted vastavad külastajate ootustele ning tagatud on ligipääsetavus;
- piirkonnaspetsiifiliste turismitoodete loomine väärtustab kohalikke traditsioone ja kultuurilist eripära;
- uuenduslike ja piirkonnale ainuomaste turismitoodete arendamine;
- turismitoodete mitmekesistamine;
- toidlustusasustused väärtustavad piirkonnapõhist toorainet;
- igal Romantilise Rannatee piirkonnal on oma eristuv tugevus;
- Romantilise Rannatee ühisüritused on piirkonnaspetsiifilised;

- tehnoloogiliste lahenduste integreerimine sihtkoha atraktiivsuse säilitamisel ja arendamisel võimaldavad rikastada külastuskogemust;
- tehnoloogilised lahendused, mis aitavad parandada külastaja kogemust;
- tegevused, mis kaasavad jätkusuutlikkuse mere-, vee- ja rannategevustesse ning lisavad neile väärtust;
- elustatud ja väärtustatud mereturismi toetavaid tegevusi;
- tegevused, mis toetavad heaoluturismi, lisades väärtust meie looduskeskkonnale;
- piirkonna kestliku kuvandi edendamine läbi energiatõhususe, ringmajanduse ja kohalike ressursside (sh toit).
- piirkonnas on palju eristuvaid teenuseid sh romantikaga seotud teenuseid

6. ROMANTILISE RANNATEE TURUNDUS

Romantiline Rannatee on tugev tootekuvand, mida toetab tuntav visuaalne identiteet. Sihtkoha turunduses ja arenduses on kuvandipõhine, kus külastajad mõistavad meie peamisi väärtusi üheselt. Piirkonna unikaalsust turundatakse läbi koostöövõrgustikul põhinevate piirkonnaspetsiifiliste turismitoodete (sündmused, teenused, atraktsioonid, marsruudid, turismiteed, trükised) ja ühtset visuaalset identiteeti kajastavate trükiste. RR turunduse peamine sihtrühm on pered, sõpruskonnad ja FIT (ehk Free Independent Traveller).

6.1. RR TOOTEKUVAND

RR kuvandi kontseptsioon koosneb kolmest põhialusest: inimesed, asukoht (loodus) ja pärand. Rannatee on meie kodu ja elustiil. Rannatee on ka kogukond, kes on üksteisega arvestav, väärtuseid jagav ja õigeid prioriteete seadev. RR kuvand on emotsioon läbi meie oma inimeste lugude, kogemuste ja väärtuste, emotsioon kõigest, mis on meile olulised. RR on suhtumine - oma inimestesse, külalistesse, keskkonda, koostööpartneritesse, mis kujundavad RR terviklikku tajumist.

6.2. RR SÕNUM

Romantiline Rannatee on kõige romantilisem sihtkoht Pärnumaal. Meil on kõige soojemad rannaveed, kõige metsikumad metsad ja rabad ning kõige rohkem päikest. Metsik ja jõuline, tuuline ja päikseline, salajane ja väikeste soojade lahesoppidega Romantiline Rannatee kulgeb Iklast Virtsuni pikki Liivi Lahe kallast ning viib eheda loodusega mitmekesistele maastikele Pärnumaa rannikul ja seda ümbritsevate metsade ning rabade vahel. Rannatee on koht, kus lapsed saavad olla lapsed ja külastajad on hoitud väiksele

kogukonnale omasel muhedal moel. Meil on aeglased elamused, meil on päristegevused ja pärismaitset, mis kõik hoiavad Rannatee ehedaid elumusteid.

6.3. SIHTTURUD

Vastavalt turismistatistikale ja liikumismugavusele (sh mööda maanteed ja otselennud Riiast ja Tallinnast) on RR sihtturud tähtsuse järjekorras järgmised:

- **Eesti >80%;**
- **Läti;**
- **Soome;**
- **Leedu;**
- **Saksamaa;**
- **Suurbritannia;**
- **Poola.**

Ebaselgel määral on RR sihturuks ka **Rootsi**, kelle külastajate arvukus on peale sõda ja koroonapandeemiat massiliselt langenud. Lisaks on olulisel kohal **Itaallased**, kes külastavad piirkonda pigem madalhooajal jahituristina.

Külastaja (EIS sihtriikide analüüside andmetele tuginevalt):

- Eestist - eelistab nädalalõppu maal, päristegevused ja pärismaitset, mida me elame ja mida teeme, rahulolu ja kooseksisteerimine, otsib vaikust ja elamust, vabaduse ja kerguse tunnet. Reisib perega või sõpruskonni;
- Soomest - hindavad heaolu ja turvalisust. Motivaatoriks on loodus, keskkonnasäästlik turism ja heaoluteenused.
- Lätist - motiveerib lühike ja elamusterohke nädalalõpp. Reisivad enamasti peredega. Hindavad turvalisust ja elamuskogemust.
- Saksamaalt - motivaatoriks looduskauid kohad, ajalugu, kultuur, kompaktsus ja mugavus, kestlikkus ja jätkusuutlikkus. Kavandab ja planeerib oma reisi ette, hinnates aktiivse puhkuse võimalusi, personaalsust ja mugavust. Reisib enamasti autokaravaniga või oma autoga, ka rattaga.
- Poolast - motivaatoriks kultuur ja loodus, sündmused, muuseumid UNESCO kultuuripärand ja saunatraditsioonid. Eelistavad lühikest puhkust, reisib lennuki ja autoga.
- Leedust - motivaatoriks matkamine ja looduselamused, aga ka linnapuhkus ja SPA-d. Reisib enamasti perega.
- Suurbritanniast - motivaatoriks aastaringised aktiivsed tegevused looduses, lihtsalt ja kiirelt kättesaadavad kestlikud tooted ja teenused, kõrge toidukultuur. Meeldib lihtsasti kombineeritav linna- ja looduspuhkus, sh omapärased talvetooted.

6.4. SIHTRÜHMAD

6.4.1. Perega puhkajad

Perega puhkajad väärtustavad koos veedetud aega ja ühiselt loodud mälestusi. Hindavad tegevusi, mida perega teha. Eelistavad turvalist ja iseseisvat reisielamust võimaldavaid teenuseid. Turunduses hoiame fookust perekesksetel teenustel ja lastesõbralikel puhkekohtadel.

6.4.2. Sõpruskonnad ning sugulaste ja tuttavate külastajad

Elavad mujal, aga neil on juba varasemast ajast tugev kohakiindumus ja hoiavad sidet sõprade, sugulaste ja tuttavatega või on neil mõni muu lapsepõlvest pärit ere mälestus. Turunduses hoiame fookust ühtsustundel ja kohaidentiteedil.

6.4.3. Äriturist

Äriturismi turunduses keskendume pigem kaugtöö võimalustele ja diginomaadidele. Piirkonna kompaktsus, looduskeskkonna lähedus, keskuste lähedus ning samas eraldatus loovad head võimalused ühildada töö- ja pereelu või keskenduda omaette.

6.5. HUVIPÕHISUS

Reisimotivatsioon liigub üha enam huvipõhise reisimise suunas – inimene soovib reisida, et saada elamus just teda sügavalt puudutaval ja huvitaval teemal. Põhifookus on kolmel sihtrühmal, millele kõigile lisandub pereturism ja heaoluturism.

6.5.1. Looduslembesed

Nii kiire elutempoga tegusad inimesed kui ka aeglasemat elustiili viljelevad, kes soovivad puhkusereisile tulles või ühepäevasel seiklusel aja maha võtta ning leida eheda ja rikkumata looduse rüpest heaolutunnet ja tasakaalu iseendas. Turunduse fookus on puutumata loodus ja jätkusuutlik eluviis, aeglane elu ja sihtkoht. Olulised on eraldatud rannad, taimeaiad, väikesaared, looduse mitmekesisus, kalastus, metsa ja mere kümblus, RMK matka- ja õpperajad.

6.5.2. Heaoluhuvilised

Praktiliselt sama, mis looduslembesed. Huvitatud aeglase turismi hüvedest, fookuses eelkõige tervise säilitamine, terviseprobleemide ennetamine või parandamine. Looduskeskkonna rekreatsioonialad, saunad ja teadlik looduskeskkonna tarbimine avaldavad positiivset mõju loovusele, vastupanuvõimele, probleemide lahendamisele ja stressiga toimetulekuks.

Turundus keskendub tegevustele, mida võimaldavad piirkonna looduskeskkonnad ja puhkekeskused. Piirkonna loodus pakub rohkelt vaimset kosutust. Rõhk sõnumitele, et inimesed võtaksid aega enda eest hoolitseda.

6.5.2. Kultuurilembesed

Kultuuriga seotud elustiilist inspireeruvad inimesed, meelelahutuslike eesmärkidega reisijad, uute kogemuste otsingul olevad reisijad. Turunduse fookus on piirkonna rikkaliku kultuuripärandi tutvustamisel, ehe rannakülade elu, pärandkultuur ja hooned. Siinkohal on oluline välja tuua, et piirkonna kultuuriline eripära ja traditsioonid võimenduvad ka juhuturisti elamuskogemust.

6.5.3. Toidulembesed

Külastajad, kes on teadlikud tarbijad ning valivad sihtkohti toidu ja joogi järgi. Neid huvitab kõik alates sellest, kust tulevad nende eine koostisosad kuni roogi valmistava koka salajaste nippide ja lugudeni. Enamike külaliste jaoks on toit ja jook igapäevaelu tavaline osa, aga eelistavad siiski nauditavat toiduelamust. Turunduse fookus on kohaliku tooraine väärindamisel, toidutootjatel ja kokkadel. Meie köök on see, mille kaudu me ennast teistele tutvustame.

7. TEGEVUSKAVA

Tegevuse liik	Tegevus	Võimalikud elluviijad	Aeg (aasta)
Otsesed turundus-tegevused	RR kodulehe arendus ja Puhka Eestis liidestus.	PLP, Terra Maritima, EIS	2025
	The Baltic GUIDE jt asjakohastes ajakirjades artiklid piirkonna turundamiseks.	PLP, Terra Maritima, teised tegevusrühmad	jooksev
	Puhka Eestis artiklid.	PLP, Terra Maritima, teised tegevusrühmad	jooksev
	FAM- ja pressireiside korraldamine.	PLP, DP, LLKK, Terra Maritima	2026 ja 2027
	Google ads teenuste ostmine piirkonna turundamiseks ja Google nähtavuse suurendamine ning leitavuse parandamine läbi märksõnade (SEO tegevused).	PLP, DP, ettevõtjad	2026
	Osalemine RR materjaliga messidel ja suursündmustel (ennekõike Balttour Riias, Matkamess Soomes, Poola turismimesse jt asjakohased).	PLP ja teised tegevusrühmad, ettevõtjad, DP	2026 ja 2027
	Virtuaaltuuri edasiarendus.	PLP, ettevõtjad, KOV-id	2029
	Piirkondliku kohaliku toidu populariseerimine läbi sündmuste ja artiklite.	PLP, SAPA, LLKK	jooksev
	RR sündmuste, turismiteenuste, kohaliku toidu ja loodusnähtuste jms jooksev kajastamine sotsiaalmeedias (FB, Instagram ja vajadusel ka teised kanalid) sh suunamudijad.	PLP, DP	jooksev
Turundus-materjalid ja lahendused	RR maamärkide lisamine Lihula poolt piirkonda sisenemisele, Viljandi poolt sisenemisele ja Lavassaaarde.	PLP ja KOV	2025 ja 2026
	Isereisijale turismiteekondade (valmis lahendus koos huvipunktidega) väljatöötamine Google maps vms põhjal ja nende turundamine.	PLP	2025
	Uute RR majasiltide (turismiettevõtjatele) väljatöötamine ja koostamine.	PLP ja ettevõtjad	2025
	Rannatee tahvelkaartide (väiksemas formaadis) koostamine ja paigaldamine puhkekohtadesse ja turismiettevõtjate juurde.	PLP, ettevõtjad, MTÜ-d	2026
	Rannatee infostendide, viitade ja kaartide paigaldamine.	PLP ja KOV	2026 ja edasi
	Rannatee heaoluraamatu (heaoluturism) väljatöötamine ja trükk.	PLP	2026
	Kalendri "Rannatee mehed" väljatöötamine ja trükk.	PLP, ettevõtjad, MTÜ-d, LLKK?	2026
	RR ühiste meenete väljatöötamine ja koostamine (sh kokaraamatu korduustrükk, kruus jne).	PLP	jooksev
	RR külastajapassi väljatöötamine.	PLP, ettevõtjad, MTÜ-d, LLKK?	2025

	Rannatee turundusvarustuse ja välireklaami (sh messivarustus, RR nö "müügivanker, stand", RR atraksioonid jms) loomine ja täiendamine.	PLP, teised tegevusrühmad,	2028
	Investeeringud RR ettevõtjate, SA-de ja MTÜ-de digiteenuste ja kodulehtede arendusse (ennekõike digitaalsed broneerimissüsteemid ja ingliskeelsete teenuste kättesaadavuse suurendamine jms). Mittejuhendatud teenuste (sh giiditeenuste) arendamine ja toetamine.	PLP, ettevõtjad, MTÜ-d ja SA-d	jooksev
Madalhooaja tegevused	Maal elamise päeval osalemine piirkonna turundamiseks.	PLP ja SAPA	2025-2029
	Rannatee ühisürituste ja sündmuste korraldamine talvel (laternamatkad, metsagurmee, jahiromantika, saanisõit jms).	PLP, ettevõtjad, MTÜ-d, LLKK?	2025-2029
	Piirkonda madalhooajal valgusinstallatsioonide jms loomise toetamine, madalhooaja ürituste loomine ja toetamine.	PLP, KOV, ettevõtjad, MTÜ-d	2025 ja 2026 sügis-talv
	Piirkonna madalhooaja aktiivne turundamine läbi loodusnähtuste ja talviste tegevuste (looduslikud uisuväljad, jäält kalapüük, Kabli jääpallid, saunad, taliujumine jms) .	PLP, KOV, ettevõtjad, MTÜ-d	jooksev
Muud toetavad tegevused	Turismiettevõtjatele ühtsete sõnumite ja juhiste lingi loomine RR lehele, kus on muuhulgas toodud ka sellised teenuspakkujad nagu giiditeenused, seiklusmängud jms, aga lisaks ka transpordiühenduste info jne.	PLP	2027
	Turismiasjalistele ja toidupakkujatele asjakohaste koolituste ja seminaride läbiviimine eesmärgiga tõsta piirkonna teenuste kvaliteeti.	PLP, ettevõtjad, MTÜ-d, LLKK, Terra Maritima, teised tegevusrühmad	2025-2029
	Turismiasjaliste ja toidupakkujate ringreisid jms, eesmärgiga saada inspiratsiooni ja suurendada piirkonnasisest ja piirkonnaülest koostööd.	PLP, ettevõtjad, MTÜ-d, LLKK, Terra Maritima, teised tegevusrühmad,	2025-2029
	Rannatee ühisürituste ja sündmuste korraldamine.	PLP, ettevõtjad, MTÜ-d, KOV	2025-2029
	Romantikaga seotud teenuste arendamine.	PLP, ettevõtjad, MTÜ-d	2025-2029