

EISi turismiosakonna (Visit Estonia) poolt 2026.a korraldatavate kontaktüritustel osalemise tingimused ja juhised

puhka
eestis

1. Kontaktüritustele registreerimise info saadetakse kõikidele ettevõtetele ja organisatsioonidele, kes on liitunud Visit Estonia turismiprofessionaali [uudiskirjaga](#).

2. Osalemine

- Kontaktüritusel osalemine sisaldab ühte kohta ettevõtte või organisatsiooni esindajale, lõpptarbija messil võib osaleda rohkem esindajaid.
- Kinnitatud kohta ei ole lubatud edasi anda teisele ettevõttele või sihtkohale.
- Reisikulud (transport, majutus jms), jäävad iga osaleja enda kanda.
- **Kontaktüritusel** osalemisest on võimalik loobuda kuni kaheksa nädalat enne ürituse toimumist. **Messi** kaaseksponendi kohast on võimalik loobuda kuni kaksteist nädalat enne messi toimumist. Hilisema tühistamise korral loetakse seda mitte ilmuniseks ja osalustasu ei tagastata.
- Kui ettevõtte või organisatsioon on kinnitanud osalemise kontaktüritusel, kuid ta ei ilmu kohale ette teatamata, siis Visit Estonial on õigus tema osalust mitte kinnitada järgmistele 2026. aasta kontaktüritustele.

3. Osalejate valik

- Osalejate lõpliku valiku teeb Visit Estonia koostöös sihtriigi turujuhiga järgnevate kriteeriumite alusel:
 - Õigeaegne registreerumine.
 - Kontaktürituse teemadega haakuvate toodete ja teenuste olemasolu ning sobivus sihtturuga.
 - Sihtturult osalevate ostjate ja edasimüüjate huvid.
 - Ettevõtte/organisatsioonil on teenuseid tutvustav inglise keelne (või sihtturule keelne) koduleht või FB.

- Ettevõtte/organisatsioonil on valmidus regulaarseks koostööks rahvusvaheliste partnerite ja edasimüüjatega ning teenindada rahvusvahelist klientuuri.
- Ettevõtte kasutab kliendirahulolu jälgimise programmi või tegeleb aktiivselt sotsiaalmeedias ettevõttele antud tagasisidega.
- Kui valik on samaväärsete ettevõtete/organisatsioonide vahel, eelistatakse osalejaid, kes on varasemalt panustanud turundus- ja/või müügitegevustega kontaktürituse sihtturul.
- Valiku tegemisel võetakse arvesse, et kontaktüritusel oleks esindatud Eesti ettevõtted võimalikult laiapõhjaselt (reisikorraldajad, erineva kategooria hotellid, atraktsioonid jne).
- *Roadshow* formaadi puhul on eelistatud ettevõtted, kes osalevad kõigis linnades.
- Kui valik on samaväärsete ettevõtete vahel, eelistatakse erialaliitudesse ja katusorganisatsioonidesse (ETFL, EHRL, ESPAL, EKB, Ida-Viru turismiklaster, Eesti Loodusturismiühing jne) kuuluvaid ettevõtteid ja eelistatakse säästlikkuse märgisega (Green Key, Green Destinations jne) ettevõtteid/organisatioone.
- Kui valik on erinevate sihtkohtade vahel, siis eelistatakse sihtkohti, mis esindavad suuremal hulgal teenusepakkujaid
- Õigeaegselt tasutud arve(d) varasemate teenuste eest EISile.

4. Tagasiside

- Selleks, et hinnata kontaktürituste kasulikkust ning tulevikus kontaktüritusi veelgi paremini korraldada on kõigil osalejatel kohustus täita kahe nädala jooksul ja kuus kuud pärast kontaktürituse toimumist tagasisideankeet, mis saadetakse osalejatele e-kirjaga.

5. Väheste tähtsusega abi (VTA)

Eesti kui reisisihtkoha tuntuse suurendamise eesmärgil korraldatavatel kontaktüritustel (infopäev, mess, *workshop* jmt) osalemine võib sisaldada väheste tähtsusega abi.

VTA on „mõtteline rahaline toetus“ ettevõttele EISi turismiosakonna teenustest ja ühistegevustes osalemise eest juhul, kui osalustasu puudub või see ei kata ürituse toimumiseks tehtavaid kulutusi. Ettevõtete võrdseks kohtlemiseks on määratud VTA saamisele lagi ning selle üle peetakse arvestust.

Abiandmise piirmäär on 300 000 eurot kontserni kohta kolme majandusaasta jooksul. Kolmeaastast ajavahemikku hakatakse arvestama jooksvalt.

Vaata riigiabi kriteeriume ja kontrolli oma ettevõtte väheste tähtsusega abi vaba jääki [SIIT](#).

6. Eeltöö olulisus

Kontaktüritustel osalemise tulemuslikkus sõltub paljuski eeltööst, mida ettevõtted/organisatsioonid enne ürituse toimumist on teinud. Toome välja mõned soovitusel:

- Loe läbi Visit Estonia koostatud konkreetse [sihtturu turismiuuringud](#), kust saab palju põhjalikku infot turu eripäradest ja sealsete potentsiaalsete turistide ootustest või [sihtturgude ülevaated ehk onepagerid](#).
- Võta messile/*workshop*-ile kaasa tooted, mis on mõeldud konkreetse sihtturule jaoks
- Tööta läbi *workshop*-il registreerunute nimekiri enne üritust ja selgita välja enda jaoks kõige huvipakkuvad kliendid
- Valmista ette materjalid, mis on sihtturule sobivas keeles (eriti tähtis Aasia turgude puhul).



Kaasrahasanud
Euroopa Liit



Eesti
tuleviku heaks