

## Kontaktüritustel osalemise tingimused

**1. Kontaktüritustele registreerimise info saadetakse** kõikidele ettevõtetele ja sihtkohtadele, kes on liitunud EASi turismiarenduskeskuse [uudiskirjaga](#).

### 2. Osalustasud ja arved

- Kontaktüritustel osalemine on kõigile ettevõtetele ja sihtkohtadele tasuline kui ei ole märgitud teisiti.

- Osalustasu suurus sõltub kontaktürituse toimumise sihtkohast – mida kaugem turg, seda suurem on EASi poolse toetuse osakaal ja seda väiksem on osalustasu. Messide osalustasud on erinevad, sõltuvalt messipinna suuruselt jm messiga kaasnevatest kuludest.

- *Workshop'i/roadshow* osalemistasu sisaldab ühte kohta ettevõtte või sihtkoha esindajale, va Venemaa *workshop'id*, kus on lubatud kuni kaks esindajat. Erand: Soome äriturismi *workshop*il on lisainimese osalustasu 100 EUR.

- Messi osalemistasu sisaldab kahte kohta ettevõtte või sihtkoha esindajatele, va IBTM äriturismi messi, mis sisaldab ühte kohta ja lisainimese osalemistasu on 600 EUR + käibemaks.

- Kinnitatud kohta ei ole lubatud edasi müüa.

- Sihtkoht tutvustab oma piirkonna turismivõimalusi, ettevõtte müügipakkumisi ei tohi sihtkoha pinnal teha.

#### - Osalustasule ei lisandu käibemaks.

- Osalustasu hulka ei kuulu reisikulud (transport, majutus jms).

- Arved kontaktüritusel osalemise eest saadetakse välja kohe peale registreerimise tähtaja lõppu ning [osalejate väljavõtmist](#). Arved äriturismi messi (IBTM) osalustasude kohta saadab Eesti Konverentsbüroo koostööpartner ja arvele lisandub käibemaks.

- Kontaktüritusel osalemisest on võimalik loobuda koos osalustasu tagastamisega kuni kaheksa nädalat enne ürituse toimumist.

Hilisema tühistamise korral osalustasu ei tagastata. Loobumise soovi korral tuleb vastavasisuline e-kiri saata:

- Ettevõtted, ettevõtete kliendisuhete juhile [piiret.koodi@eas.ee](mailto:piiret.koodi@eas.ee)
- Sihtkohad, sihtkohtade kliendisuhete juhile [kristiina.jors@eas.ee](mailto:kristiina.jors@eas.ee)

### 3. Osalejate valik

- Juhul kui ühel kontaktüritusel soovib osaleda rohkem ettevõtteid kui selleks on kohti, teeb lõpliku osalejate valiku EASi turismiarenduskeskuse koostöös sihtriigi välisesindajaga järgnevate kriteeriumite alusel:

- Õigeaegselt esitatud taotlus
- Kontaktürituse teemadega haakuvate toodete ja teenuste olemasolu ning sobivus sihtturuga
- Sihtturul tegutsemise eripärast tulenevad nõuded (nt sertifikaadid)
- Sihtturult osalevate ostjate huvid
- Valiku tegemisel võetakse arvesse, et kontaktüritusel oleks esindatud Eesti ettevõtted võimalikult laiapõhjaselt (reisikorraldajad, erineva kategooria hotellid, atraktsioonid, teenusepakkujad jne)
- Ettevõtte on tegutsenud turul vähemalt 1 aasta
- *Roadshow* formaadi puhul on eelistatud ettevõtted, kes osalevad kõigis linnades
- Kui valik on samaväärsete ettevõtete vahel, eelistatakse erialaliitusesse ja katusorganisatsioonidesse (ETFL, EHRL, ESPAL, EKB, Ida-Viru turismiklaster jne.) kuuluvaid ettevõtteid
- Õigeaegselt tasutud arve(d) varasemate teenuste eest EASile.

### 4. Tagasiside

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

### 5. Vähesese tähtsusega abi (VTA)

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

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

### Eeltöö olulisus

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

- Loe läbi EASi turismiarenduskeskuse koostatud konkreetse [sihtturu turismiuuringud](#), kust saab palju põhjalikku infot turu eripärast ja sealsete potentsiaalsete turistide ootustest

- Võta messile/*workshop*'ile kaasa tooted, mis on mõeldud konkreetse sihtturu 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 Venemaa ja Aasia turgude puhul).