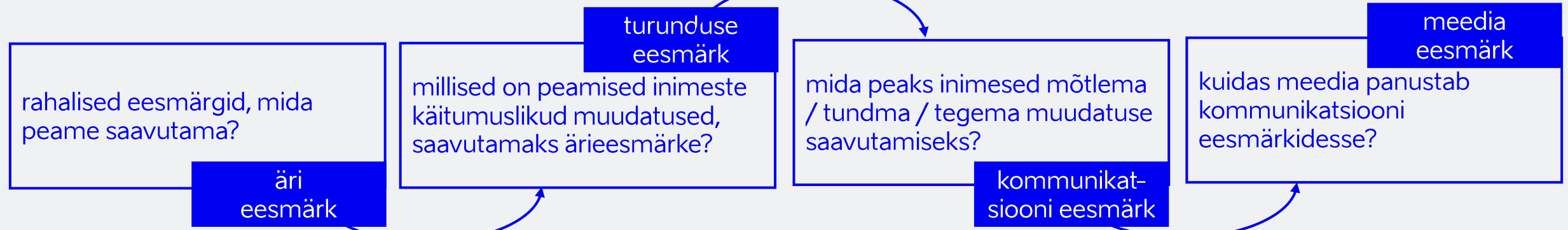


eesmärgid Hollandis 2022+



- kasvatada Hollandi külastajate kulutused Eestis 2024. aastaks 19,1 mln euroni (2019. a 18,5 mln, 2020. a 5,2 mln*)
- kasvatada Hollandi turistide ööbimised Eesti majutusettevõtetes 2024. aastaks 45 000-ni (2019. a 58 000, 2020. a 12 000, 2021. a 22 000)

- mitu reisi tegevust võrdselt olulised (ei ole ühte reisimotivatsiooni) – 43%
- arhitektuur 83% / **49%**
- loodus 49% / **7% (suvel)**
- toidukultuur (läbivalt) **94%** / 0%
- 70% kombineerib Eesti külastuse – Balti riigid, Soome, Rootsi
- kõik on e-leitav
- külastajateks individuaalturistid/paarid, sõpruskonnad ja väikesed grupid
- pakettreisi kasutas 7% Eestisse reisinutest
- infoallikad Eesti-reisi planeerimiseks: internet 66% (sh. reisiblogid ja –foorumid 18%, sotsiaalmeedia 14%), reisifirma 13%, reisiraamatud 11%
- inspiratsioon reisimiseks 90% internetist; reisi ostmise 79% internetis
- suurimad OTA-d: 1. Otravo (5 brändi) 2. Expedia (NL) 3. TIX.nl
- suurimad TO-d: TUI NL, Corendon Air (päikesetoode), Sunweb Gr, ANWB (maad mööda), Belvilla (*self-catering*)

- esmane tunnus ja huvi äratamine
- Eesti on põhjamaine
- Eesti kui äriturismi sihtkoht
- Eesti on kvaliteetse toiduga sihtkoht
- Tallinn on suurepärase linnareisi sihtpunkt, huvitav lähiümbrus

- B2B ja äriturismi kontaktüritused, koostöö *suuremate* reisikorraldajatega (*offline* ja *online*)
- inglisekeelsed inspiratsiooniartiklid Visit Estonias
- reisikorraldajate ja -agentide e-öpe
- FAMide aktiveerimine
- pressireiside aktiveerimine
- B2C tegevused koostöös tuntud Hollandi reisikorraldajatega
- koostöö lennufirmadega
- *offline* ja *online* meedia võimendamine

* ei sisalda rahvusvahelist transporti

Reaalne seis 2016-2017 / mis motiveerib Eestisse reisima. 2020 Aviareps NL info

B2B küsitlus + Meltwater

Allikas: EAS Turismiarenduskeskus