



ÜLEMINEK KESTLIKULE
TURISMILE EESTI
TURISMISEKTORIS:
HETKEOLUKORD, EELDUSED,
MÕJU NING INVESTEERINGU-
JA TOETUSVAJADUSED

2023

HΛΛP
Consulting

Uuring valmis 2023. aastal Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse ja Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi tellimusel ja rahastusel.

Uuringu viis läbi Haap Consulting OÜ riigihanke viitenumberiga 252613 „Rohepöörde hetkeolukord, eeldused, mõju ja investeeringu- ning toetusvajadused turismisektorile 2022” raames.

Uuringu autorid:

Karl Haljasmets

Ly Lõhmus

Age Toomla

Marleen Pedjasaar

Ekspertidena andsid uuringusse panuse Helen Sooväli-Sepping, Tiina Viin, Marika Kose ja Tarmo Pilving ning praktikandina aitas materjale koondada Elisabet Raig.

Küsitluse andmed kogus [Norstat Eesti AS](#).

Fookusgrupi intervjuud tegi ja soovitusi aitas koostada [Sustinere OÜ](#). Täname: Marko Siller, Markus Kivimägi ja Simone Sui.

Uuringu tegijad tänavad Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse turismiosakonda ja eelkõige Imbi Lepik-Martinsoni hea koostöö eest. Samuti täname kõiki küsitlusuuringus, fookusgrupi intervjuudes ja arutelupäevadel osalenud turismisektori asjaosalisi ning sektoriväliseid eksperte individuaalintervjuude eest. Veel avaldame tänu intervjuudes osalenud välisekspertidele: Romy Bacher (Šveitsi Turismiliit, Šveits), Peter Reelfs (Northflash, Rootsi), Tina H. Zakonjšek (GoodPlace Instituut, Sloveenia), Liisa Kokkarinen (Visit Finland, Soome), Andrus H. Nõmm (Uus-Meremaa) ja Linda Mannerby (Visit Sweden, Rootsi).

HAAP
Consulting



MAJANDUS- JA
KOMMUNIKATSIOONI-
MINISTEERIUM



5. JÄRELDUSED

Järgnevalt võtame uuringu kokku oluliste järeldustega, et vastata uuringu lähteküsimustele: milline on Eesti turismiteenuse pakkujate hetkeolukord (teadlikkus, valmisolek, takistused, võimalused) kestliku turismi vaatest; kuidas saab turismiteenuse pakkujaid kestlikku turismi panustamisel toetada, tõstmaks teadlikkust ja valmisolekut?

Teadlikkus

- Turismiteenuse pakkujate seas puudub ühtne arusaam, mis on kestlikkus turismis ja millised tegevused on kestlikud.
- Teadlikkus ja valmidus kestlike peamiste eesmärkide järgida on kõrgem suuremate, rahvusvahelist koostööd tegevate ja välituristi teenindavate turismiteenuse pakkujate seas, aga ka suurema keskkonnamõjuga ja loodusturismiteenuse pakkujate seas.
- Fookusgruppides osalenute hinnangul on siseturisti teadlikkus kestlikkusest pigem madal ja tarbijakultuur raiskav ehk nõudluse puudumine pole soodustanud kestliku turismi peamiste eesmärkide rakendamist.
- Üldiselt seostavad turismiteenuse pakkujad kestlikkust keskkonnateemadega ning sotsiaalset ja majanduslikku mõõdet ei olda sageli osatud kestlikkusega seostada.

Takistused

- Turismiteenuse pakkujad tunnevad puudust kestlikkuse keskest koordineerimisest riigis ning selgest sõnumist, ootustest, eesmärkidest ja juhistest turismisektorile.
- Teadlikkuse puuduses kardavad turismiteenuse pakkujad teha kestlike valikuid ja/või neid reklaamida, seda ohu tõttu langeda rohepesu ohvriks.
- Samuti takistab turismiteenuse pakkujaid kestlikult tegutsemast selle kulukus, tööjõu-, aja- ja rahapuudus ning muude teemade prioriteetsus (tihti on selleks lihtsalt ellujäämine), aga ka ebakindel majanduspoliitiline olukord praegu ja tulevikus ning nõudluse langus viimastel aastatel.
- Osadele turismiteenuse pakkujatele valmistavad väljakutseid veel jäätmekäitlus ja ringmajandus, milles tuntakse võimetust ise muutusi luua, aga ka kestlikumate alternatiivide (toodete, teenuste) puudus tarneahelas ja kestlike koostööpartnerite vähesus.

Valmisolek

- Turismiteenuse pakkujad tajuvad, et kestlike peamiste eesmärkide ebapiisav rakendamine vähendab nii teenusepakkuja kui ka riigi konkurentsieelist ja mainet turismi sihtkohana.
- Turismiteenuse pakkujate jaoks olulisimad kestlikkuse eesmärgid looduse hoidmine, kogukonna arengu toetamine ning kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine.
- Kuus enamlevinud kestlikku tegevust, mida küsitluses osalenud turismiteenuse pakkujad juba teevad, on energia säästmine, kohalike teenuste ja ostude eelistamine, vee säästmine, prügi vähendamine, jäätmete liigiti kogumine ja ühekordsete (plast)nõude või (plast)pakendite vältimine.

- Samuti on paljudel turismiteenuse pakkujatel lähima paari aasta jooksul plaanis muuhulgas alustada klientide informeerimist kestlikkuse teemadest.

Võimalused

- Turismiteenuse pakkujad teevad juba ka enese teadmata hulganisti kestlikke samme – ringbiomajandus maaturismiettevõtetes, õiglase tasu maksmine, kogukonna heaolu suurendamine, kultuuripärandi hoidmine, energia säästmine jne –, mida ei osata kestlikuna tutvustada, ehkki see võiks luua küllastaja seisukohast lisandväärtust.
- Turismiteenuse pakkujaid motiveerib kestlikult tegutsema enim klientide ootustele vastamine ehk konkurentsieelis, ressursisääst, teiste teenusepakkujate eeskuju ja kogemuste jagamine (nt kestlike turismiteenuse pakkujate võrgustikud), aga ka suurem tulu.
- Samuti oleks laiapõhjalisema muutuse saavutamisel abiks kestlike turismiteenuse pakkujate tunnustamine ja turundamine ning toetamine maksusoodustuste või toetusmeetmete näol.

Toevajadus

- Teadlikkuse tõstmiseks ootavad turismiteenuse pakkujad riigilt turismisektorile vastavalt sektori suurtele mõjukohtadele ühtseid eesmärke ja juhiseid.
- Uuringus osalenud peavad oluliseks, et juhistes olevate kestlike sammude mõju (keskkonnale, ühiskonnale, majandusele) on põhjendatud.
- Samuti ootavad uuringus osalenud turismiteenuse pakkujad haridusasutustelt kestlikkuse laiaulatuslikku lõimimist õppekavadesse.
- Turismiteenuse pakkujate suurim investeeringuvajadus on energiatõhususe tõstmisel -- taastuvenergia kasutuselevõtul, hoonete soojustamisel ja renoveerimisel, ventilatsioonisüsteemide uuendamisel – ning ligipääsetavuse ehk kestliku transporditaristu võimaldamisel.
- Ka muid kestlikumale tegutsemisele üleminekuga kaasnevaid lahendusi – tehnika ja transpordivahendite väljavahetamine, sobilikemate jäätmemahutite hankimine – võiks riik toetada, eriti väikeste ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujate puhul.

6. ETTEPANEKUD JA SOOVITUSED

6.1. Sissejuhatus

Uuringu kvantitatiivse ja kvalitatiivse osa sünteesi tulemusel oleme kujundanud ettepanekud kestliku turismi edendamiseks Eestis. Ettepanekute juures oleme võimalusel toonud ära konkreetseid elluviimissoovitused. Esialgset ettepanekud ja soovitused töötasime läbi kolmes etapis: kahel arutelupäeval turismisektori asjaosalistega ning kolmandal kokkusaamisel kogusime tagasisidet tellijaga (EISI turismiosakonna ja kestlikkuse eest vastutavate töötajatega teistest osakondadest) peetud arutelus.

Ettepanekud oleme jaotanud kolme kategooriasse, tulenevalt uuringus tuvastatud peamistest takistustest, mis pidurdavad turismiteenuse pakkujaid kestliku turismi poole liikumisel, vajadustest ja ootustest riigile.

1. **Teadlikkus ja koostöö:** teadlikkuse, teabe ja sõnumiga ning koostöö, võrgustike ja sünergiaga seotud ettepanekud. Alustame ettepanekutest, mis loovad kestlikkuse arendamisele aluse ehk on seotud turismisektori teadlikkuse tõstmisega, alates riigi sõnumist kuni turismihariduseni (1–5). Seejärel keskendume koostööle ja võrgustikele, kestlikkuse kommunikatsioonile, tunnustamisele, riigi kuvandile, tarbija teadlikkusele ning kestlike toodete-teenuste kättesaadavusele (6–12).
2. **Riigi eeskuju ja turismistrateegia:** riigi ja avaliku sektori asutuste ja teiste institutsioonide tegevuste ja valikutega seotud ettepanekud; samuti „Eesti riikliku turismistrateegia“ valdkondliku mõjuga seotud ettepanekud.
3. **Majanduskeskkond ja taristu:** finantseerimise, toetuste ja investeringutega ning füüsilise ja infotehnoloogiataristuga seotud ettepanekud.

Ettepanekutele ja soovitustele oleme määranud sihtgrupi, kellele ettepanek või soovitus on mõeldud. Enamik ettepanekutest ja soovitustest on suunatud avalikule sektorile, sest see oli lisaks hetkeolukorra kaardistamisele uuringu teine eesmärk – selgitada välja, kuidas saaks riik toetada turismisektoris tegutsejaid üleminekul kestlikumale turismile. Lisaks oleme määranud ajalise perspektiivi: lühike (5 aasta perspektiiv), pikk (kuni 2035) ja ülipikk (kuni 2050). Viimane kategooria sisaldab soovitusi konteksti ja eelduste loomiseks, mille saavutamiseks kulub tõenäoliselt aastakümneid, kuid mis ei tähenda, et nendega ei peaks kohe alustama. Samuti oleme hinnanud iga ettepaneku **prioriteeti, mõju ja teostatavust** järgmistest kriteeriumitest lähtuvalt.

PRIORITEET: Tegevuse asjakohasus ja tähtsus

Kriitiline	Oluline	Kasulik
Tegevused, mis on eesmärgi saavutamisel kõige tähtsamad ja mida tuleks rakendada võimalikult kiiresti	Tegevused, mis on olulised, kuid ei ole eesmärgi saavutamise seisukohast kriitilise tähtsusega	Tegevused, millel on eesmärgi saavutamisele toetav mõju, kuid need saab ette võtta pärast kategooriates „Kriitiline“ ja „Oluline“ hinnatud tegevuste algatamist ja/või teostamist.

MÕJU: Mil määral toob tegevus kaasa märkimisväärse muutuse või tulemused

Kõrge	Keskmine	Madal
Tegevused, millel on potentsiaal tuua kaasa oluline muutus	Tegevused, mis võiksid tuua kaasa mõningase kasuliku muutuse	Tegevused, mis tõenäoliselt toovad kaasa vähese muutuse

TEOSTATAVUS: Tegevuse teostatavus, arvestades praeguseid ressursse, piiranguid ja võimekust

Kõrge	Keskmine	Madal
Tegevused, mis teostatakse tõenäoliselt viie aasta perspektiivis	Tegevused, mis võivad nõuda mõningaid muudatusi või märkimisväärseid lisaressursse	Tegevused, mis tõenäoliselt ei ole teostatavad praeguses olukorras ja piirangutes.

Kõikide ettepanekute puhul tuleb silmas pidada järgmist:

1. Lühikeses, mõne-aastasest vaates tuleks tõsta ja toetada teadlikkust nende turismiteenuse pakkujate puhul, kelle teenuste järele sõltub nõudlus juba praegu kõige enam kestlikkuse kriteeriumitest (nt äriklientidele keskenduvad sündmuste korraldajad ja reisikorraldajad, suuremad majutusasutused). See toob kaasa positiivse sünergia kestlike põhimõtete elluviimisel turismisektoris laiemalt, sest reisi- ja sündmuskorraldajad teevad palju valikuid (pakettide komplekteerimisel, sündmuste ülesehitamisel, sh väiksemate teenusepakkujate seas).
 - 1.1. Selleks jagada reisi- ja sündmuskorraldajatele kestlikke väärtuseid hindavate turismiasutuste/turismitoodete parimaid praktikaid (nt kes on taotlenud Green Key märgist, võtnud kasutusele uuenduslikud kestlikud lähenemised jms).
2. Pikemas (üle viie aasta) vaates keskenduda DMOde ja võrgustike maapiirkondades turismiteenust pakkujate toetamisele, et tagada nende konkurentsivõime ja võimekus pakkuda üle Eesti kestliku turismi teenuseid.

Ettepanekud ja soovitused on esitatud kolmes tabelis vastavalt ülalkirjeldatud kategooriatele. Oleme näitlikustanud ettepanekuid ja soovitusi uuringus analüüsitud teiste riikide parimate praktikatega.

6.2. Teadlikkus ja koostöö

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
ETTEPANEK	1. Kujundada riigipoolset selge ja lihtsalt mõistetav kestlikkuse sõnum, mida kõik osapooled (asutused) ühtselt turismiteenuse pakkujatele kuvavad	Lühike	MKM ja EIS koostöös KliMiga
Prioriteet	Kriitiline: Uuringust nähtuv ebaühtlane arusaam kestlikust turismist viitab, et puudub ühtne ja selge koordineeritud sõnum ja eesmärgid turismisektorile. See on teiste tegevuste (ettepanekute ja soovitude) eeldus ja alus		
Mõju	Kõrge: Uuring näitab, et selged ja ühtsed eesmärgid kõigile on üks olulisimaid ootusi, mida osalejad nimetavad, kui takistuste kohta uurida		
Teostatavus	Kõrge: Eeldab koostööd teadusasutustega sektori suuremate mõjukohtade tuvastamiseks ning riiklikku kokkulepet olulistest suundadest turismisektorile, aga ka sektorite üleselt („Eesti 2035“ ja MKMi koostatav pikk plaan)		
SOOVITUSED	1.1. Sõnastada koostöös teadusasutustega (nt <i>think tank</i> 'i raames) kogu turismisektorit kõnetavad kestlikkuse eesmärgid lähtuvalt sektori suurimatest mõjukohtadest (keskkondlikud, ühiskondlikud, majanduslikud), sektorit mõjutama hakkavatest regulatsioonidest ja tarbija ootustest ning arengueesmärgid, mida nende täideviimiseks sektorilt oodatakse	MKM ja EIS koostöös KliMi ja teadusasutustega	
	1.2. Tagada turismiteenuse pakkujatele avaliku sektori asutuste (näiteks erinevate ministeeriumite ja nende allasutuste) ühtne ja sidus sõnum kestliku turismi eesmärkidest ja oodatavatest tegevustest. Näiteks Šveitsis on turismiliit (Swiss Tourism Federation) loonud kestlikkuse kompetentsikeskuse KONA, mille ülesanded on kestlikkuse kontaktpunktina muuhulgas kestliku turismi alaste teadmiste arendamine ja edasiandmine turismisektorile, sünergia edendamine turismisektoris, kogukondade ja huvirühmade võrgustiku loomine, kestlikkuse mõõtmine ja aruandlus	MKM, regionaal- ja põllumajandusministeerium ja KliM; teised avaliku sektori asutused – ministeeriumid ja allasutused	

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	1.3. Selgitada, kuidas kestlik turism aitab kaasa innovatsioonile, arengule ja võimalustele ning suurendab konkurentsivõimet (võimalusel arvutuslike kulude-tulude prognooside, samuti ökoloogilise jalajälje arvutuste näidete abil), rõhutades selle eelseid (mitte kohustusi, nõudeid ja riske)		MKM, KliMi ja EIS koostöös erialaliitudega
	1.4. Võimaldada turismisektorile ühes kanalis kestlikkuse info: mh konkreetsed sammud ja juhised, head näited, põhimõtted, regulatsioonid, kestlikud partnerid		EIS (Visit Estonia leht)
	1.5. Aidata kaasa kestliku turismi eestkõnelejate kujunemisele ja nende (vabatahtlikkuse alusel) rahvusvaheliste võrgustikega ühinemisele, nagu näiteks Zero Waste Cities saadikud		EIS ja/või turismiliidud
ETTEPANEK	2. Luua erialaliitude ja riigi koostööna konkreetsete tegevusaladele (nt majutusasutused, toitlustusettevõtted, reisikorraldajad, sündmuskorraldajad) mõeldud juhised kestlike põhimõtete rakendamiseks	Lühike	Erialaliidud koostöös MKMi, KliMi ja EISiga
Prioriteet	Kriitiline: Sektori eesmärkidest ja tegevusvaldkonna mõjukohtadest lähtuvad juhised loovad järjepidevuse ja selguse, kuidas valdkonnas kestliku turismi eesmärkide poole liikuda		
Mõju	Kõrge: Uuring näitab, et turismiteenuse pakkujad tunnevad puudust selgetest juhistest ja kestlikkuse kesksest koordineerimisest		
Teostatavus	Keskmine: Võib võtta kauem kui 5 aastat		
SOOVITUSED	2.1. Toetudes andmete analüüsile, tuua välja iga turismisektori tegevusala olulisemad kestlikkuse mõjukohad, millega turismiteenuse pakkujad tegelema peaksid, et kõige suurema mõjuga aspekte juhtida, ning luua nimekiri praktilistest soovituslikest tegevustest ehk teekaart/juhised		Erialaliidud koostöös EISi, MKMi, KliMi ja teadusasutuste/teadlastega
	2.2. Leppida kokku tasemed kestlikkuse rakendamiseks (mitte null vs. maksimum)		Erialaliidud koostöös MKMi, KliMi ja EISiga

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	<p>2.3. Luua valdkondlik „kestlikkuse müüdimurdja“, kus kummutatakse levinud väärarusaamad kestlikkusest ja antakse nõu, kuidas vältida rohepesu</p>		Erialaliidud koostöös MKMiga
	<p>2.4. Luua võimalusi kogemuste vahetamiseks turismiteenuse pakkujate vahel.</p> <p>Näiteks Rootsis pakub Visit Sweden töötube ja veebinare, kuidas viia ellu kestliku turismi strateegiat või kuidas oma ettevõttele kestlikkuse strateegiat või põhimõtteid koostada. Tihti kutsutakse veebinaridele kogemusi jagama eesrindlike piirkondade esindajaid või eksperte. Eesmärk on nii teadlikkuse tõstmine ja nügimine kui ka praktiliste juhiste ja näidete jagamine. EISil on sarnane võimekus ja juba lõimitakse kestlikkust erinevatesse turismisektorile pakutavatesse teenustesse.</p> <p>Visit Sweden tegeleb ühiskonnas laiemalt kestliku mõttelaadi ja koostöö arendamisega, julgustatakse ettevõtjaid iseseisvalt GSTC-kriteeriume rakendama. Erinevad piirkonnad, ettevõtted ja sihtkohad veavad keskkondlikkuse suunas liikumise protsessi, eriti Põhja-Rootsis ja näiteks Järvsös.</p> <p>Rootsis on ka mitmeid piirkondlikke võrgustikke, nagu Klimat Kommunerna ehk kliima-omavalitsused, mis koondab kohalikke omavalitsusi, kes tahavad saada kestlikumaks ning tegutsevad selle nimel ja toetavad üksteist.</p> <p>Näiteks Šveitsis saavad kestliku turismi programmiga Swisstainable liitunud ettevõtted osa <i>online</i>-kogukonnast LinkedInis, kus saab jagada teadmisi-kogemusi ning saadetakse uudiskirju</p>		EIS koostöös erialaliitudega
	<p>2.5. Sõlmida erialaliitude ja turismivaldkonna võrgustike ning sihtkoha juhtimisorganisatsioonide koostööna oma valdkonna ja/või piirkonna turismiteenuse pakkujatega tegevusala hea tahte kokkulepe, st sõnastada ühine valmisolek ja lubadus kestliku turismi edendamiseks (nt loodusturismi pakkujate hea tahte kokkulepe, saarte hea tahte kokkulepe).</p> <p>Näiteks Rootsis lõi Visit Sweden nn <i>brand promise liikumise</i>, mis kutsub turismiettevõtjaid ja -sihtkohti üles kasutama Rootsi turundamisel sarnaseid sõnumeid ja visuaale, mis rõhuvad kestlikkusele ja vastutustundlikule reisimisele. Selle käigus koolitatakse liitunud ettevõtete ja sihtkohtade turundusjuhte, kuidas piirkondades kestlikkust (sh kestlikku turismi) edendada.</p>		DMO, erialaliidud ja turismivõrgustikud koostöös turismiteenuse pakkujatega

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	Ka Uus-Meremaal on sarnase üleskutse, <u>Tiaki Promise</u> , teinud samanimeline kestliku reisimise juhtrühm, kes kutsub turismiettevõtteid üles propageerima ja turiste harrastama kestlikku reisimist. Juhtrühm võimaldab liitunud (lubaduse andnud) osalistele juhendeid ja muid materjale		
ETTEPANEK	3. Koordineerida piirkondades (sihtkohtades) keskselt kestlikkuse edendamist (omavalitsuse, maakondliku ettevõtluse arenduskeskuse ning sihtkoha juhtimisorganisatsiooni vahel), et tagada sidusus turismivaldkonna ja teiste tegevusalade vahel	Lühike	KOVid, DMOd ja MAKid
Prioriteet	Kriitiline: Kestlikkuse keskne koordineerimine on osalenutele oluline. Ühtse ja selge kommunikatsiooni ja toe tagamiseks on vaja koostööd ja kestlikkust keskselt koordineerida		
Mõju	Keskmine: Keskne koordineerimine ja koostöö tagaks sarnase sõnumiga sarnased ootused ja arusaama nii turismiteenuse pakkujate seas kui ka teistes sektorites, millega on oluline tegeleda ja mille tegevused on kestlikud		
Teostatavus	Madal: Koostöö kestlikkuse teemal ja ülesannete jaotamine erinevate osapoolte (KOVid, MAKid, DMOd) vahel on oluline. Eesti mõnedes piirkondades lähenetakse juba kestlikkusele terviklikult seoses Green Destinations tunnustuse saamisega; senine kogemus näitab, et paljude osapoolte koostöö ei ole lihtne		
ETTEPANEK	4. Tõsta turismiteenuse pakkujate teadlikkust kestlikust turismist ning arendada nende kestlikkuse põhimõtete rakendamise oskusi	Lühike	MKM, KliM, EIS, DMOd, MAKid, KOVid, erialaliidud, turismivõrgustikud
Prioriteet	Kriitiline: Iga turismiteenuse pakkuja kõrge teadlikkus tagab, et muutusel – olgu siis enda initsiatiivist või regulatsioonidest tingitud – oleks kandepinda		
Mõju	Keskmine: Teadlikkuse ja oskuste tõstmine üksi ei taga võimekust kestlikkuse põhimõtteid rakendada (oluline takistus on ressursipuudus)		
Teostatavus	Keskmine: Kestlikkus on kõikides EISi turismiteenuse pakkujatele suunatud teenustes suuremal või vähemal määral läbiv teema		
SOOVITUSED	4.1. Luua võrgustik mentoritest, kes nõustaksid turismisektori spetsiifikat tundes turismiteenuse pakkujaid (kaaluda, kas teenus on tasuline või toetatud)		EIS

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	4.2. Tagada, et kestlikkus on läbiv teema kõikides turismisektori teenusdisaini ja tootearenduse koolitustes või arenguprogrammides, ning soodustada ja toetada kestlikkuse koolitusprogrammides osalemist (näiteks Rohetiigri Akadeemia, ülikoolide mikrokraadid). Osalemise motiveerimiseks võiks sellised programmid lõppeda võimalusega taotleda toetust ärimudeli kestlikumaks muutmiseks (ja mitte tingimata taristuinvesteeringuteks)		EIS koostöös DMOdega
ETTEPANEK	5. Luua turismiharidust pakkuvate õppeasutuste tugi turismiteenuse pakkujatele kestlike põhimõtete jõulisemal rakendamisel	Pikk	HTM koostöös MKMi ja KliMi ning haridusasutustega
Prioriteet	Oluline: Haridusse panustamine on oluline, aga see ei too kiireid lahendusi		
Mõju	Keskmine: Suurema potentsiaali muutusteks loob omaniku/juhtkonna, kel (ega ka paljudel töötajatel) ei pruugi olla omandatud turismiharidus, kõrgem teadlikkus kestlikkusest		
Teostatavus	Madal: Õppekavade muutmise protsess on pigem aeganõudev ja eeldab valdkonnaspetsiifilisi kokkuleppeid selle kohta, mida tähtsustada		
SOOVITUSED	5.1. Lõimida kestlikkuse teemad (keskkondlik, ühiskondlik, majanduslik tasand) oskuste ja teadmistena turismivaldkonna õppekavadesse. Näiteks Tartu Ülikool integreerib uuringutest lähtudes kestlikkust teiste tulevikuoskuste seas nii õppekavadesse kui muudesse tegevustesse, nt jäätmete liigiti kogumine ülikooli ruumides		HTM koostöös MKMi ja KliMi ning haridusasutustega
	5.2. Toetada turismiõppureid ettevõtluspraktika ajal praktikakohtades kestlikkuse kohta teadmisi ja soovitusi jagama; samuti soodustada koostööd turismiteenuse pakkujate ja tudengite vahel teenusepakkujatele kasulike rakendusürauringute tegemiseks (õppekavakohased uurimustööd)		Haridusasutused koostöös turismiteenuse pakkujatega
	5.3. Pakkuda turismiteenuse pakkujatele ja valdkonna asjaosalistele kestlikkuse teemalisi täiendõppe võimalusi: mikrokraade, koolituspäevi jmt. Näiteks Soomes pakub Visit Finland võimalust osaleda VF Akadeemias, mis on sisuliselt konsultatsiooniteenus ja sisaldab ka kestlikkuse teemalisi valmismooduleid, mida saab soetada ja läbida (sh STF-programmikonsultatsioonid ja moodul)		Haridusasutused, EIS, erasektori koolitajad

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
ETTEPANEK	6. Edendada koostööd turismiteenuse pakkujate ja teiste tegevusalade ettevõtjate vahel	Pikk	Turismiteenuse pakkujad, erialaliidud, võrgustikud, DMOd koostöös EISiga
Prioriteet	Oluline: Koostöö on kestlikkuse alus, üksinda ei ole võimalik kestlikkuse poole liikuda – ettevõtluskeskkond ja avalik sektor peab seda soosima ja toetama		
Mõju	Kõrge: Suurema mõjuga lahendused saavad tekkida koostöös teiste sektoritega (nt ringmajandusettevõtted)		
Teostatavus	Kõrge: Lahendused sõltuvad valmisolekust ja võimekusest koostööd teha ning riiklikust kestlikkuse tähtsustamisest kõigis sektorites		
SOOVITUSED	6.1. Kujundada ümber endiseid või hääbuvaid tööstusalasid turismisihtkohtadeks ja -atraktsioonideks		Turismiteenuse pakkujad, erialaliidud, võrgustikud, DMOd koostöös EISiga
	6.2. Kasutada kestlikkuse eesmärgil ära olemasolevat taristut turismiteenuse osutamisel, näiteks haridusasutuste kööke toitlustuseks, ühiselamuid majutuseks, ruume seminarideks suvevaheaegadel kohalike sündmuste teenindamisel		Turismiteenusepakkujad, erialaliidud, võrgustikud koostöös EISi ja selliste (haridus)asutustega
	6.3. Luua ühised ringmajanduse lahendused, kus ühe teenusepakkuja ülejäägid on teisele sisendiks; kus osad kasutatavad seadmed/vahendid on teenusepakkujate vahel jagatud vms		Turismiteenuse pakkujad, erialaliidud, võrgustikud koostöös EISiga
ETTEPANEK	7. Toetada turismiteenuse pakkujaid kestlikkuse teekonnal: teadlikkuse tõstmisel kestlikkusest ning rahvusvahelistest standarditest ja märgistest, eneseanalüüsil, kestlikkuse tegevusplaani koostamisel, teenusepakkuja tegevusalale vastava rahvusvaheliselt tuntud märgise taotlemisel ning võrgustumisel, kasutades ära olemasolevaid võimalusi ja teenuseid ning pakkuja tuge nii kohalikul tasandil (DMOde kaudu) kui ka keskselt riigi tasandil (EIS)	Pikk	EIS koostöös MKMi ja DMOdega

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
Prioriteet	Kriitiline: Uuring näitab, et turismiteenuse pakkujad vajavad kestlike teenusepakkujate võrgustikku, ühtseid sõnumeid kestliku turismi eesmärkide, põhimõtete, tegevuste kohta ning juhiseid, kuidas ja milliseid kestlikkuse põhimõtteid rakendada		
Mõju	Kõrge: Järjepidev tugi erinevate koolituste ja teenustena, selged ootused ja eesmärgid ning teiste eeskuju ja head praktilised näited innustavad teenusepakkujaid tegema samme kestlikkuse suunas		
Teostatavus	Kõrge: EISI turismiosakond on juba kestlikkust ulatuslikult oma teenustesse lõiminud ja plaanis on seda veelgi teha: Visit Estonia lehel kestlikud tooted esile toodud, kestliku sündmuse korraldamise juhend ja hindamine, mentorid ärimudeli kestlikuks muutmiseks, kestliku turismi sammuseadja, arendamisel mentorteenus ja teekaart kestlikule ettevõtjale, rahvusvaheliste programmide ja märgiste taotlemise toetamine (Green Destinations, Green Key)		
SOOVITUSED	7.1. Soovitada rahvusvaheliselt tuntud märgiseid, mitte luua kohalikke märgiseid, mida välisurgudel ei tunta (vältida piirkondlike märgiste teket).	EIS koostöös MKMi ja DMOdega	
	Näiteks Visit Sweden Roots si soovitab ja toetab GSTC standardite ja kriteeriumide rakendamist sihtkohtade ja turismiteenuse pakkujate seas ning pakub töötubasid ja veebinare, et tõsta teadlikkust kestlikkuse kriteeriumidest ja innustada neid rakendama		
	7.2. Käsitleda märgiseid kui arenguprogrammi ning soovitada märgiseid, mis annavad taotlejale samsammulise arenguvõimaluse (teenusepakkujate kategoriseerimine kestlikkuse tasemeti), sest nii on sisenemisbarjäär madalam ning ka pärast märgise saamist on motivatsioon veelgi kestlikumaks areneda	EIS, DMOd	
	7.3. Hoida Green Key taotlemine jõukohasena ka kõige väiksematele turismiteenuse pakkujatele, selleks: <ul style="list-style-type: none"> • jätkata liitumistasu ja aastamaksu vabastusega ka pärast 2024. aastat; • pakkuda tegevusvaldkonnaspetsiifilisi soovitusi energiatõhususeks, jäätmete vähendamiseks, vee kokkuhoiduks; • toetada DMOde võimekust kohalikul tasandil väiksemate ettevõtete toetamiseks kestlikkuse poole liikumisel 	EIS	
		EIS	

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	<p>7.4. Toetada ja julgustada äriklientidele suunatud teenusepakkujaid juurutama rahvusvaheliselt tuntud tegevusalade vahelisi kestlikkuse raamistikke (nt ÜRO kestliku arengu eesmärgid; teaduspõhiselt seatud ja Pariisi kokkuleppega kooskõlas olevate kliimamõju vähendamise eesmärkide valideerimine Science Based Targets Initiative'i kaudu, GSTC standardid jt).</p> <p>Näiteks Rootsis veavad piirkonnad, ettevõtted ja sihtkohad oma kestlikkuse suunas liikumise protsessi ise, Visit Swedeni julgustusel ja toel ning lähtudes GTSC-standarditest ja innustades üksteist.</p> <p>Slovenia riiklikus kestliku turismi programmis hindab turismiamet sihtkohti kohalikele oludele kohandatud Green Destinationsi standardi kriteeriumide (kokku 85) alusel</p>		
ETTEPANEK	<p>8. Tunnustada nii riiklikult kui ka piirkondlikult kestlikult tegutsevaid turismiteenusepakkujaid</p> <p>Näiteks Visit Finland eelistab sel aastal toimuvatel müügiüritustel (ettevõtted kohtuvad rahvusvaheliste reisikorraldajatega) esmakordselt kestlikke ettevõtteid ehk kestlikkus (või Soome riiklik kestliku turismi märgis) on osalemise kriteerium nii kohalikele ettevõtetele kui ka reisikorraldajatele.</p> <p>Näiteks pakub Šveitsi kestliku turismi programm Swisstainable liitunud ettevõtetele kajastust turistile suunatud reisiplaneerimise veebilehel MySwitzerland.com ning osalemist ühisturunduses.</p> <p>Uus-Meremaal saavad Qualmarki akrediteeringuga ettevõtted osa turismiameti teenustest, mh nõustamine, hinnang turismiekspertidilt ja parendusvõimaluste väljaselgitamine, turismitoote esmajärjekorras kajastamist veebilehel newzealand.com, kaasamine turismiameti kaubandusvaldkonna tutvustustesse, osalemine turismiameti meediakanalites, üleriigiline reklaam i-SITE võrgustiku kaudu, eelis ülemaailmses kaubanduslikus teabevahetuses ja koolituses reisimüüjatega</p>	Pikk	EIS, MKM, KliM
Prioriteet	Kasulik: Uuringus osalenud teenusepakkujad töid tunnustamise välja kui ühe olulise motivaatori kestlike põhimõtete rakendamiseks		

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
Mõju	Madal: Võib aidata kaasa teadlikkuse ja motivatsiooni kasvule, ent ei taga laialdast kestlike põhimõtete rakendamist, sest üks põhilisi takistusi on aja- ja ressursipuudus		
Teostatavus	Kõrge: On olemas mitmeid tööriistu ja meetodeid, mille abil saab hinnata teenuspakkuja või teenuse kestlikkust. See tähendab, et objektiivsete kriteeriumite loomine peaks olema teostatav		
ETTEPANEK	9. Kujundada Eesti rahvusvahelist tuntust kestliku reisisihtkohana ning edendada Eesti turismisektori konkurentsivõimet	Lühike kuni pikk	EIS, turismiteenuse pakkujad, eriti koostöös välispartneritega
Prioriteet	Oluline: Et püsida konkurentsist teiste Põhjamaadega, kes pakuvad külastajatele sarnaseid kogemusi ning on võtnud kestlikkuse turismis tugevaks prioriteediks, on Eesti kui sihtkoha tutvustamisel oluline kestlikkust rõhutada		
Mõju	Keskmine: Üks asi on turundus, teine kuvand, hoopis kolmas läbib kestlikkus riigi, ettevõtluse, indiviidi tasandil – oluline on eeskätt kestlikkus tegudes ja seejärel turunduses, et kestlik kuvand saaks tekkida		
Teostatavus	Keskmine: Eeldab muuhulgas koordineerimist ning kasvu turismiteenuse pakkujate teadlikkuses ja kestlike põhimõtete rakendamises, sh kommunikatsioonis		
SOOVITUSED	9.1. Kujundada Eesti kui sihtkoha kuvandit ja turundust läbivalt kestlikkuse kaudu. Näiteks on Rootsi turismistrateegia visioon olla 2030. aastaks maailma kestlikem ja atraktiivsem innovatsioonile tuginev sihtkoht ning Soome turismistrateegias visioon saada kõige kestlikumalt kasvavaks turismisihtkohaks Põhjamaades		EIS, turismiteenuse pakkujad, eriti koostöös välispartneritega
	9.2. Pakkuda eeskätt väikestele ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujatele nõu ja tuge, kuidas oma kestlikkuse samme esitleda nii välis- kui ka siseturistile, näiteks võimaldades malle, kuidas ja mida kestlikkuse turundamisel välja tuua. Näiteks Rootsis töötab Visit Sweden välja kommunikatsiooni tööriistakasti, millega anda juba kestlikult tegutsevatele ettevõtetele juhiseid, kuidas enda kestlikkust raamistada ja turundada		EIS koostöös erialaliitude ja DMOdega
ETTEPANEK	10. Kujundada Eesti elanikest turismiteenuste tarbijate reisiharjumusi ja valikuid kestlikkust teadvustavaks ja väärtustavaks	Pikk	Kliim, HTM, TTJA

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
Prioriteet	<p>Oluline: Siseturism moodustab olulise osa koguturismist, seega siseturistide teadlikkuse tõstmine kestlikkusest ja kestlikest tegevustest teavitamine on olulised kestlikkuse saavutamisel; samaväärselt oluline on Eesti elanike teadlikkus reisimisel välismaale, et nad teeksid seal kestlikke valikuid, sest kõikjal on kestlikkuse eesmärk looduse ja inimeste heaolu</p>		
Mõju	<p>Keskmine: Uuringus osalejate hinnangul ei ole kohalikud külastajad kestlikkusest kuigi teadlikud ja kestlikkuse trend ei väljendu enamiku valikutes, seepärast võiks kestlikkusele tähelepanu juhtimine ja kestlikumate võimaluste loomine-edendamine Eesti elanikest turismiteenuste tarbijaid mõjutada teadlikumalt kestlikumaid valikuid tegema</p>		
Teostatavus	<p>Keskmine: Tarbijakäitumise muutmine on pikk ja kompleksne protsess, mis eeldab ühtseid eesmärke ja sõnumeid nii riigilt kui ka turismiteenuse pakkujatel</p>		
SOOVITUSED	<p>10.1. Julgustada ja soodustada siseturismi, sh maksupoliitika, kampaaniate, taristu arendamise kaudu.</p> <p>Näiteks Kanadas Ontario provintsis said pandeemiajärgse meetmena kohalikud elanikud tagasi küsida (tavalise tuludeklaratsiooni osana) 20% 2022. aastal provintsis tehtud majutuskuludelt (kuni 1000 CAD inimese kohta)</p>		MKM, Kliim, EIS
	<p>10.2. Toetada ja julgustada turismiteenuse pakkujaid külastajaid harima ja tõstma nende teadlikkust kestlikkusest</p>		EIS koostöös erialaliitude ja DMOdega
	<p>10.3. Tõsta Eesti elanike teadlikkust teha kestlikke valikuid välisriikidesse reisimisel, näiteks inimõigusi austava sihtkoha ja keskkonnasõbralikuma transpordi valik, kohaliku kultuuri austamise oskus</p>		MKM, Kliim, EIS, HTM, TTJA
ETTEPANEK	<p>11. Kasvatada kestlike toodete ja teenuste pakkuumist ka teistes sektorites, et muuhulgas ka turismiteenuse pakkujatel oleks võimalik valida kestlikumaid alternatiive (kestlikumad pakendid, toiduained, transport, puhastusvahendid jne)</p>	Pikk / Väga pikk	Riik
Prioriteet	<p>Kriitiline: Üleminek kestlikkusele peab olema sektoriülene, et oleks võimalik kasutada turismiteenuse pakkuumisel kestlike ressursse, materjale, teenuseid</p>		

	TEADLIKKUS JA KOOSTÖÖ	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
Mõju	Kõrge: Kui iga sektor tasapisi suundub ühtmoodi kestlikuma tegutsemise poole, siis on kestlikke valikuid erinevates valdkondades aina enam		
Teostatavus	Madal: Ilmselt väga pikaajaline protsess, mis eeldab riiklikku kokkulepet ja tegevusplaani kestlikkuse lõimimiseks igal tasandil ja valdkonnas		
SOOVITUS	11.1. Toetada kestlike toodete ja teenuste arendamist, innovatsiooni ja ringmajanduslike lahenduste teket teistes valdkondades riiklike meetmete toel, näiteks kestlik transport, loodus- ja tervisesõbralikud puhastusvahendid, majutusasutuste patjade-tekkide renditeenus jms		Riik

6.3. Riigi eeskuju ja turismistrateegia

	RIIGI EESKUJU JA TURISMISTRATEEGIA	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
ETTEPANEK	12. Järgida avaliku sektori asutustes ja kohalikes omavalitsustes hangete korraldamisel ning toetuste jagamisel kestlikkuse kriteeriume	Lühike	RAM koostöös avaliku sektori asutuste, sh KOVidega
Prioriteet	Kriitiline: Kuna kestlikkuse saavutamine on peamine eesmärk, on see kriitilise tähtsusega, et tagada kõigi avaliku sektori rahastatavate tegevuste ja protsesside kooskõlalikus kestlikkuse põhimõtetega		
Mõju	Kõrge: Kestlike hangete eelistamine ei ole uuringus läbi viidud küsitluse põhjal väga laialt levinud tegevus, kuid nõudluse loomise kaudu kestlike eesmärkide teadvustamine on potentsiaalselt suure mõjuga		
Teostatavus	Keskmine: Hankeid korraldatakse palju ning hankespetsialiste tuleb põhjalikult ette valmistada, et nad oskaksid asjakohaseid kvaliteedikriteeriume luua ja hinnata. See on ajamahukas protsess		

	RIIGI EESKUJU JA TURISMISTRATEEGIA	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
SOOVITUSED	12.1. Tagada hangete korraldamisel ja toetuste jagamisel sujuv üleminek kestlikkuse kriteeriumidele, seades esialgu kestlikkuse miinimumnõuded		RAM koostöös KliMi ja avaliku sektori asutuste, sh KOVi-dega
	12.2. Seada selged kestlikkuse ootused ja kriteeriumid allhankijatele, tarnijatele ja teenuse osutajatele (nt avaliku sektori reisikorraldus, transport, majutus, sündmused, toitlustus). Näiteks on „Tartu 2024“ strateegilised keskkonnanäesmärgid ja mõõdikud ning keskkonnanäesmärgide sündmuste korraldamise juhend ³⁷ järgimiseks kõigile „Tartu 2024“ ametliku programmi sündmustele ning Tallinna linna keskkonnanäesmärgide ürituste korraldamise juhend ³⁸ rakendamiseks kõigil Tallinna üritustel (kättesaadav ka kõigile teistele ürituskorraldajatele)		Kõik avaliku sektori asutused, sh KOVi-d
	12.3. Seada selged kestlikkuse ootused ja kriteeriumid toetuse saajatele. Näiteks Tallinna linna rahvusvahelise konverentsi toetuse ³⁹ kord seab taotlejale kohustuse korraldada konverents võimalikult kestlikul ja keskkonnasäästlikul moel ning taotluse lisades tuleb taotlejal anda infot selle kohta, kuidas ta seda teeb		Toetusi jagavad avaliku sektori asutused, sh KOVi-d
ETTEPANEK	13. Toetada madalhooajal reisimist soodustavate teenuste arendamist, et hajutada reisijaid aasta peale ühtlasemalt, tagamaks väiksem koormus keskkonnale ning ühtlasem sissetulek turismiteenuse pakkujatele	Lühike	EIS, erialaliidud, võrgustikud, turismiteenuse pakkujad koostöös KOVi, MAKi, DMOga
Prioriteet	Kasulik: Pidades silmas „keskmist“ mõju ja seda, et turismiteenuseid arendatakse pidevalt ja jooksvalt nagunii		
Mõju	Keskmine: Võib aidata vähendada turismi negatiivset mõju keskkonnale ja parandada turismiteenuse pakkujate majanduslikku olukorda, kuid selle mõju sõltub oluliselt ka muudest teguritest, nagu reisijate nõudlus, hinnapoliitika ja turundus		
Teostatavus	Madal: Nõuab turismiteenuse pakkujatelt uute teenuste arendamist ja innovatsiooni, mis võib olla keeruline ja kulukas, eriti väikestele ja maapiirkonna turismiteenuse pakkujatele. Samuti võib see vajada riigi toetust ja koostööd teiste sektoritega, nagu transport		

³⁷ [Keskkonnanäesmärgide sündmuste korraldamise juhend — Euroopa kultuuripealinn Tartu 2024](#)

³⁸ [Keskkonnanäesmärgide ürituste juhend — Tallinn Euroopa roheline pealinn \(greentallinn.eu\)](#)

³⁹ [Rahvusvahelise konverentsi toetus, Tallinn](#)

RIIGI EESKUJU JA TURISMISTRATEEGIA		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
SOOVITUSED	13.1. Kaasata kogukonda, kellega koos korraldada sügisest kevadeni ühiseid ettevõtmisi, nagu näiteks kohvikutepäevad		Erialaliidud, võrgustikud, turismiteenuse pakkujad koostöös KOVi, MAKi, DMOga
	13.2. Korraldada madalhooajal temaatilisi sündmusi: teaduskonverentsid, filmifestivalid jms		Erialaliidud, võrgustikud, turismiteenuse pakkujad koostöös KOVi, MAKi, DMOga
	13.3. Julgustada turismiteenuse pakkujaid kohandama oma ärimudelit madalhooajal nõudlusele sobivaks, näiteks madalhooajal restoran/majutusasutus avatud ainult nädalavahetustel, kasutada ainult väiksemat ruumi vms)		Erialaliidud, võrgustikud, turismiteenuse pakkujad koostöös KOVi, MAKi, DMOga
ETTEPANEK	14. Seada riigi ja omavalitsuse omanduses olevate turismiobjektide ja -asutuste omanike ootustesse mõõdetav eesmärk kestlikkuse edendamiseks igas sellises asutuses ning mõõdikud edukuse hindamiseks	Pikk	Objekti omanik koostöös KliMi, kultuuriministeeriumi, MKMi, KOVide ja teenusepakkujatega
Prioriteet	Kasulik: Toetav mõju, kuid suur osa turismiobjekte ja -asutusi ei ole avalikus omandis		
Mõju	Keskmine: Võib aidata parandada riigi ja omavalitsuse omanduses olevate turismiobjektide ja -asutuste kestlikkust, mis omakorda võib tõsta nende atraktiivsust ja konkurentsivõimet. Kuid mõju sõltub ka muudest teguritest, nagu omanike motivatsioon, ressursid ja võimekus		
Teostatavus	Madal kuni keskmine: Võib olla keeruline ja aeganõudev. Samuti võib see vajada täiendavaid ressursse või toetust kestlikkuse põhimõtete rakendamiseks		
ETTEPANEK	15. Arvestada uute avaliku sektori poolt või toetusel rajatavate turismiobjektide puhul hoonete jt rajatiste projekteerimisel ehituse ja kogu elutsükli keskkonnamõjudega (sh materjalide valik,	Pikk / Ülipikk (kuni 2050)	KliM, MKM, avaliku sektori asutused

	RIIGI EESKUJU JA TURISMISTRATEEGIA	AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	ligipääsetavus, kasutusaegne energiatarve jne) ning luua vastav raamistik		
Prioriteet	Oluline: Ei ole kriitiline, sest ei hõlma kogu turismisektorit		
Mõju	Keskmine: Kõikide tegurite (nagu materjalide valik, ligipääsetavus, kasutusaegne energiatarve) keskkonnamõjuga arvestamine		
Teostatavus	Madal kuni keskmine: Keeruline ja kulukas hinnata ja juhtida ehitise kogu elutsükli mõjusid; võib vajada täiendavaid ressursse või toetust kestlikkuse põhimõtete rakendamiseks		
SOOVITUSED	15.1. Rakendada raamistikku ka juba alustatud ja arenduses olevate objektide juures, isegi kui planeeringus ei ole kestlikkusega arvestatud		KliM, MKM, avaliku sektori asutused
	15.2. Arvestada raamistikus tervikvaatega kogu omavalitsuse territooriumile, sh objektid, keskkond, kinnisvaraarendused, kohalikud elanikud		KOV
ETTEPANEK	16. Olla teadlik globaalsetest n-ö reisihäbi trendidest (nt lennuhäbi(stamine), siseriikliku reisimise eelistamine välisreisidele teatud sihtgruppides) Eesti turismisektori strateegia, kuvandi ja turunduskampaaniate kujundamisel, nt jätkuvalt keskendutakse lähiriikidele	Lühike / Pikk	MKM, EIS
Prioriteet	Kasulik: Toetab Eesti turismistrateegia, kuvandi ja turunduskampaaniate kujundamist, kuid seda saab ette võtta pärast kriitiliste ja oluliste tegevuste käivitamist ja/või teostamist		
Mõju	Madal: Sõltub ka muudest teguritest, nagu sihtkoha atraktiivsus, konkurentsivõime ja kvaliteet		
Teostatavus	Kõrge: Eesti turismipoliitikat juhitakse keskselt, koostamisel on turismi pikk visioon, mis saab sellega arvestada. Eesti kui sihtkoha professionaalse turundamisega tegeleb EIS nagoonii ja trendi arvesse võtmine ei nõua eraldi lisaressursse		
SOOVITUSED	16.1. Sihtkohas läbi viia kvaliteetseid ja läbimõeldud jalajälje vähendamise kampaaniaid, sh neid, kus teavitatakse väikse jalajälje toodetest ja sihtkohtadest		EIS

RIIGI EESKUJU JA TURISMISTRATEEGIA		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	16.2. Võimaldada läbipaistvaid kalkulatsioone reisivalikute jalajälje kohta, sh transpordiliigi, sihtkoha, aga ka kohapealsete valikute ja peatumise kestuse kohta sihtkohtades nii reisikorraldajatele kui ka lõpptarbijale		EIS, Kliim, regionaal- ja põllumajandusministeerium
ETTEPANEK	17. Anda uute regulatsioonide kohta infot turismiteenuste pakkujatele võimalikult vara, et õigusaktide muudatused ei tuleks üllatusena	Lühike	Ministeeriumid
Prioriteet	Oluline: Eelkõige suunatud suurettevõtetele, kuna enamik regulatsioone hakkab alguses mõjutama eeskätt suurettevõtteid		
Mõju	Keskmine: Mõjutab eelkõige suurettevõtteid, kellel on rohkem aega valmistuda regulatsioonidega kaasnevateks muudatusteks (nt lisanduv aruandlus)		
Teostatavus	Kõrge: MKM ja ka EIS on üldiselt muutuvate regulatsioonidega kursis. Oluline on valida sobivad kommunikatsioonikanalid teabe edastamiseks.		
SOOVITUSED	17.1. Anda eelinfot regulatsioonide kohta ka siis, kui tingimused ei ole veel täpselt paigas		Ministeeriumid
	17.2. Kaasata ettevõtteid aktiivselt Eesti seisukohtade kujundamise protsessi		Ministeeriumid

6.4. Majanduskeskkond ja taristu

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
ETTEPANEK	18. Kaaluda ja analüüsida turismimaksu kehtestamist ning selle mõju, riske ja võimalusi, sh riiklikul või sihtkoha tasandil, et reguleerida keskkonna ja kogukonna taluvust, näiteks rahvusparkide, saarte vms piirkonda sisenemise tasud	Lühike	MKM, RAM koostöös KliMi ja sihtkohtade, Keskkonnaameti, KOViga

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
Prioriteet	Kriitiline: Võimaluste analüüsimine on oluline, kuna see aitab reguleerida keskkonna ja kogukonna taluvust ja arvestada piirkondlike eripäradega		
Mõju	Kõrge: Võib tuua kaasa olulise muutuse, aidates piirata ületurismi ja suunata ressursse säästva turismi arendamisse		
Teostatavus	Madal: Nõuab märkimisväärseid muudatusi ja ressursse, sealhulgas õiguslikke ja halduslikke muudatusi, maksusüsteemi loomist ja haldamist, mõju hindamist ja jälgimist		
SOOVITUSED	18.1. Tagada, et saadud tulu suunatakse kogukonna arengusse või sihtkoha hooldamisse- haldamisse	MKM, RAM koostöös KliMi ja sihtkohtade, Keskkonnaameti, KOViga	
	18.2. Selgitada kohalikule kogukonnale, kuidas kogukond ja piirkond turistidest ja sündmustest võidab ehk kuidas maksud piirkonnale ja kohalikele kasu toovad	Sihtkohad, turismiteenuse pakkujad, KOV	
	18.3. Pidada silmas, et turismimaks laieneks nii ööbivatele reisijatele kui ka päevakülastajatele	MKM, RAM koostöös KliMi ja sihtkohtade, Keskkonnaameti, KOViga	
ETTEPANEK	19. Kaaluda teatud sihtkohtades (sotsiaalsetest ja keskkonna) talvuspiiridest tulenevate külastajapiirangute seadmist	Lühike	Sihtkohad, Keskkonnaamet, regionaal- ja põllumajandusministeerium, KOVid
Prioriteet	Kasulik: Vähemalt võimaluste analüüsimine on oluline, kuna see võib aidata reguleerida keskkonna ja kogukonna taluvust ja arvestada piirkondlike eripäradega		
Mõju	Kõrge: Võib tuua kaasa olulise muutuse, aidates piirata ületurismi ja suunata ressursse säästva turismi arendamisse		
Teostatavus	Madal: Nõuab märkimisväärseid muudatusi ja ressursse, sealhulgas õiguslikke ja halduslikke muudatusi, maksusüsteemi loomist ja haldamist, mõju hindamist ja jälgimist		

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
SOOVITUSED	19.1. Võtta kasutusele parkimistasud ja/või -rakendused, mis näitavad vabade parkimiskohtade ja/või külastajate arvu sihtkohas		Sihtkohad, KOV
	19.2. Võimaldada ühistransport ülipopulaarsetesse sihtkohtadesse (nt Viru raba Tallinna läheduse tõttu)		Regionaal- ja põllumajandusministeerium, KOV
	19.3. Suunata külastajaid suurema taluvusega sihtkohtadesse ja teistesse loodusturismi kohtadesse mõne ülipopulaarse asemel		Sihtkohad, KOV
ETTEPANEK	20. Kujundada sarnaselt tööstussektori ja põllumajanduse toetamisele kestlikkuse edendamisel, keskkonnamõjude vähendamisel ja õiglase ülemineku tagamisel toetusmeetmed teenindussektorile, sh turismiettevõtetele	Lühike / Pikk	KliM
Prioriteet	Kriitiline: Koosõlas üldise suunaga suurendada kestlikkust kõigis majandussektorites		
Mõju	Kõrge: Võib tuua kaasa olulise muutuse, aidates turismiettevõtetel minna üle kestlikumatele tavadele, vähendada oma keskkonnamõju ja toetada kogukondi õiglase ülemineku ajal		
Teostatavus	Madal kuni keskmine: Nõuab saavutamiseks märkimisväärseid lisaressursse, nagu poliitika ja regulatsioonide kujundamine, rahastamisskeemide loomine, hindamis- ja jälgimissüsteemide arendamine. Samas on juba olemas mõned head praktikad ja kogemused teistest sektoritest, mida saab kasutada		
SOOVITUSED	20.1. Toetada energiatõhususe tõstmist, sh auditeid, taastuvenergia tootmise rajamise ja liitumistasude maksmise võimekust, hoonete renoveerimist energiatõhususe suurendamiseks, mahuka energiatarbimisega põhivara ja seadmete uuendamist		KliM
			KliM

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	20.2. Toetada üleminekut kestlikule transpordile, sh kestlike transpordivahendite soetamist, ligipääsetavuse parandamist, sh erivajadusega reisijatele		
	20.3. Toetada hoonete renoveerimist kultuuripärandi säilitamise eesmärgil		KliM, kultuuriministeerium
ETTEPANEK	21. Võimaldada turismisektorile osa riigi süsinikuheite kvoodituru tuludest, et tagada püsiv tugi ja vahendid turismisektori jaoks keskselt oluliste arendusteemadega tegelemiseks, sest tegu ei ole projektipõhiste ajutiste toetustega	Lühike / Pikk	KliM
Prioriteet	Oluline: Annab kindluse suuremateks arendustegevusteks; uuringu raames läbi viidud küsitluse järgi on investeeringutoetused selgelt väga oodatud tugi		
Mõju	Keskmine: Kvoodituru tulud võivad olla ebastabiilsed ja sõltuda paljudest teguritest, nagu turuhinnad, poliitilised otsused ja majanduslikud tingimused. Toetuse kasutamine taristu arendamiseks võib tuua kaasa suurema mõju kui toetuse kasutamine tegevuskulude katmiseks		
Teostatavus	Madal: Nõuab märkimisväärsed muudatusi ja ressursse, sealhulgas poliitika ja regulatsioonide kujundamine, rahastamisskeemide loomine, hindamis- ja jälgimissüsteemide arendamine		
SOOVITUSED	21.1. Kaardistada koostöös huvigruppidega (ettevõtted, eksperdid, sihtkohad, omavalitsused, haridus- ja teadusasutused jt) turismisektoris lahendamist vajavad suurima mõjuga teemad ning suunata kvoodituru tuludest vahendeid nendega tegelemiseks		KliM
	21.2. Seada prioriteetseks järgmised teemad: <ul style="list-style-type: none"> energiatõhususe suurendamise ja energiatarbimisega seotud kliimamõju vähendamine, sh taastuvenergia tootmise võimekuse toetamine; kestlikkuse andmete taristu, automatiseerimine – ettevõtjatele lihtsa süsteemi loomine (st vastavate platvormide arendamine), mis võimaldaks lihtsasti koguda, analüüsida ning 		KliM

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	<p>avalikule sektorile edastada kehtivusealaseid andmeid (nt ettevõtte tarbitud energia ja muud ressursid, jäätmetekke ja -käitlus jms);</p> <ul style="list-style-type: none"> • modulaarse ja kestlikku liikumist võimaldava transporditaristu arendamine, sõiduparkide uuendamise toetamine; • teadlikkuse tõstmine, taristu loomine ja sektorite vahelise koostöö soodustamine jäätmetekke vähendamiseks ning jäätmete taaskasutamiseks 		
ETTEPANEK	22. Arendada kestlikku riigisisest transporditaristut	Pikk / Ülipikk	Regionaal- ja põllumajandusministeerium
Prioriteet	Kriitiline: Väga oluline, et võimaldada kestlikku siseriiklikku reisimist		
Mõju	Kõrge: Lisaks keskkonnamõju vähendamisele aitab parandada ka ligipääsetavust		
Teostatavus	Madal: Nõuab märkimisväärseid muudatusi ja ressursse, sealhulgas taristu planeerimist ja ehitamist, poliitika ja regulatsioonide kujundamist, rahastamisskeemide loomist		
SOOVITUSED	22.1. Parandada erinevate transpordiliikide ühilduvust		Regionaal- ja põllumajandusministeerium
	22.2. Arendada ühistransporti, sh rongiliiklust, ja kergliiklusteede võrgustikku, tagades suurema külastatavusega ja avaliku sektori opereeritavate turismiobjektideni mugava ühenduse (nt RMK taristuni)		Regionaal- ja põllumajandusministeerium koostöös KOVide ja maakondadega
	22.3. Toetada piirkondlikke uuenduslikke (nt nõudepõhine, <i>hop-on-hop-off</i> -jagamisteenusena) transpordilahendusi		Regionaal- ja põllumajandusministeerium koostöös KOVide ja maakondadega

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	22.4. Tagada erivajadustega reisijatele mugav ligipääs turismiobjektideni		Regionaal- ja põllumajandusministeerium koostöös objektide omanikega
	22.5. Toetada sõidukiparkide (sh nt elektrirattad) uuendamist		Regionaal- ja põllumajandusministeerium
	22.6. Teha ühistranspordi võimaluste ja graafikute info lihtsasti kättesaadavaks ka välituristile, sh info vähemalt inglise keeles ja ühes kohas		Regionaal- ja põllumajandusministeerium koostöös KOVide ja maakondadega
ETTEPANEK	23. Võimaldada ringmajandust toetava taristu kättesaadavus turismiteenuse pakkujatele	Lühike	Regionaal- ja põllumajandusministeerium ja tootjavastutusorganisatsioonid koostöös ringmajandusettevõtetega
Prioriteet	Oluline: Ulatuslikest teadmistest seoses ringmajanduse vajalikkusega on olulisem käitumist soodustava keskkonna loomine. Siiski on jäätmekäitlus uuringus läbi viidud küsitluse põhjal üks neljast olulisemast teemast, mille kohta teenusepakkujad sooviksid ka enam infot		
Mõju	Kõrge: Taristu loomine on olulise muutuse loomise eelduseks		
Teostatavus	Keskmine: Nõuab mõnevõrra muudatusi ja ressursse, sealhulgas taristu planeerimist ja ehitamist, poliitika ja regulatsioonide kujundamist, rahastamismudelite loomist		
SOOVITUSED	23.1. Jagada häid ideid ja näiteid tegevustest, kuidas teatud jäätmevoost vabaneda ja kuidas korraldada oma tööd nii, et oleks vähem jäätmeid. Näiteks mõelda, kuidas teenindada kesklinnas kaubandus- ja teenindusasutusi nii, et vältida suurte prügiautode ringi sõitmist. Ragn-Sellsil on Stockholmis elektriveokid, mis linna sõites veavad sinna kaupa ja ära sõites jäätmeid. Ka Tallinnas, Tartus ja Pärnus võiks ühendada asutuste teenindamise ja jäätmeveo.		Erialaliidud ja võrgustikud, KOVid, DMOd, MAKid koostöös ringmajandusettevõtetega

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
	Näiteks suurkasutajatele, ka turismiettevõtete sobiksid palju paremini diskreetsed maa sisse paigaldatud jäätmemahutid. Ka Helsingis kasutatakse maa-aluseid mahuteid, mis ei aja üle ääre ja vähendavad ka muid probleeme, nt atraktiivsus lindudele		
	<p>23.2. Tõsta teadlikkust, et ringmajandus on kulude vähendamine.</p> <p>Näiteks jaekabanduses on aru saadud, et iga materjal (veo-, müügipakend) on väärt kraam, mida saab edasi müüa, nii et pakendid kogutakse üheliigiliselt kokku, sorteeritakse ja saadetakse ümbertöötlejatele</p>		Erialaliidud ja võrgustikud, KOVid, DMOd, MAKid koostöös ringmajandusettevõtetega
	23.3. Ühtlustada jäätmete kogumisel ja äraveol omavalitsuste nõudeid ja praktikaid		Regionaal- ja põllumajandusministerium koostöös KOVidega
	23.4. Toetada häid lahendusi, nt üleminekut maa-alustele jäätmekonteineritele ehk süvamahutitele, üheliigilise tekstiili ümbertöötlemise võimekuse rajamist		Regionaal- ja põllumajandusministerium, KOVid
ETTEPANEK	24. Investeerida ja toetada kultuuripärandit ja -taristut, eriti maapiirkondades ning eraomanike kätes olevaid objekte, sest kultuurilise mitmekesisuse säilitamine ja kultuuripärandi kestlik renoveerimine on eeldus turismivaldkonna säilimisele Eesti maapiirkondades ning sellel on omakorda oluline regionaalpoliitiline mõõde	Lühike	Kultuuriministerium ja regionaal- ja põllumajandusministerium
Prioriteet	Oluline: Kohaliku kultuuripärandi ja traditsioonide hoidmine on uuringu läbi viidud küsitluse järgi turismiteenuse pakkujate hinnangul tähtsuselt teine kestliku tegutsemise eesmärk		
Mõju	Keskmine: Parandab kultuuripärandi ja -taristu seisukorda, suurendades turismi atraktiivsust ja mitmekesisust ning toetades kohalikke kogukondi		
Teostatavus	Madal: Nõuab märkimisväärseid muudatusi ja ressursse, sealhulgas investeeringuid, poliitika ja regulatsioonide kujundamist, rahastamismudelite loomist		

MAJANDUSKESKKOND JA TARISTU		AJALINE PERSPEKTIIV	VASTUTAJA
ETTEPANEK	25. Teha kestlikkuse andmete kogumine ja analüüsimise turismiteenuse pakkujatele lihtsaks	Pikk	MKM, Kliim
Prioriteet	Kasulik: Andmed on oluline, aga mitte ainus ja piisav osa kestlikkuse juhtimisest		
Mõju	Kõrge: On eelduseks teadlikumate otsuste tegemisel ka keskkonnamõju vähendamisel		
Teostatavus	Madal: Võib nõuda märkimisväärseid muudatusi ja ressursse, nagu arvutusmudelid, andmete kogumise süsteemide ja digitaristu arendamine, koolituste ja toetuse pakkumine		
SOOVITUSED	25.1. Luua ettevõtetele kasutamiseks tegevusalapõhiseid arvutusmudeleid keskkonnamõju analüüsimiseks, näiteks majutusasutuste, toidlustusettevõtete, reisikorraldajate või sündmuskorralduse jalajälg		MKM, Kliim
	25.2. Arendada andmete automaatset kogumist (reaalajamajandus, integratsioonid, automatiseerimine), sh muutes peamistele teenusepakkujatele selleks vajalike andmete klientidele jagamise kohustuslikuks, näiteks energia-, kommunaalteenuste-, jäätmekäitlusteenuse müüjate seas		MKM, Kliim
	25.3. Arendada digitaristut selliselt, et infosüsteemide kasutamisel tarbitakse võimalikult vähe energiat, hoiustada vaid vajalikku infot ning pakkuda koolitusi, kuidas andmeid kestlikult hallata ja digitehnoloogiat kestlikult kasutada		MKM, Kliim