

BUSINESS  
FINLAND

VISIT FINLANDIN PALVELUT  
MATKAILUELINKEINOLLE  
– KUINKA MUKAAN TOIMINTAAN

LIISA KOKKARINEN

23.9.2019



# MATKAILU SUOMESSA

# SUOMEN MATKAILUVIENTI 4,6 MRD

*Matkailun kokonaiskysyntä 15 mrd*

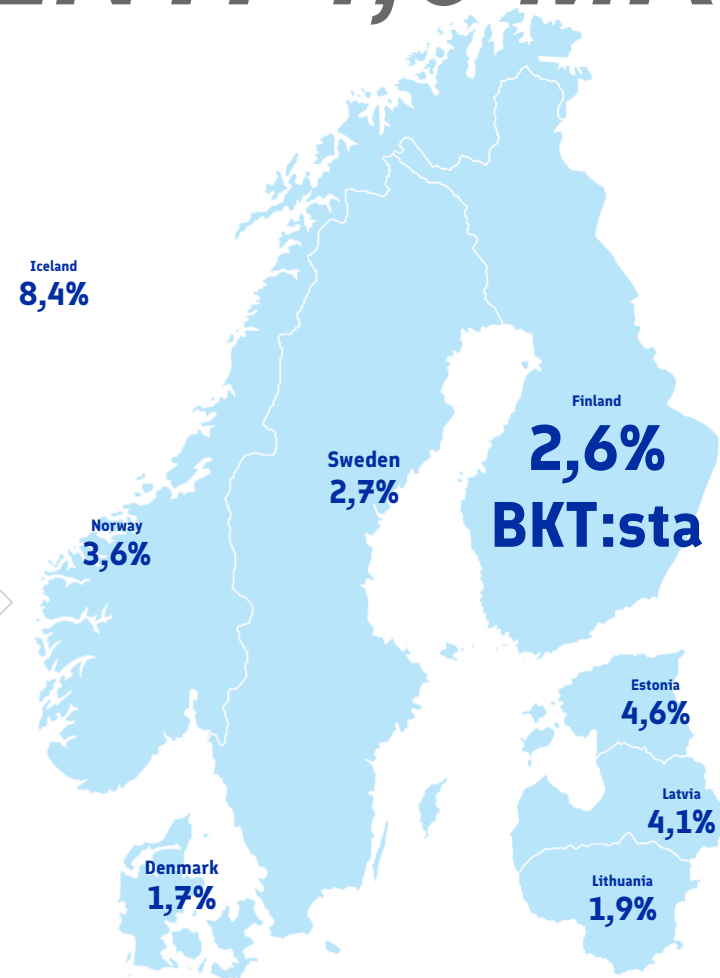
**Ulkomaisten yöpymisten ennätys 6,8 milj.**

**Suuren kasvupotentiaalin palveluala**

**Merkittävä työllistäjä: 140 000 henkilöä, 29 000 yritystä**

**Kerrannaisvaikutuksia: Matkailueuro tuo 56 senttiä muille aloille**

**Aluerakennetta vahvistava elinkeino**



Lähde: Visit Finland, Tilastokeskus: Matkailutilinpito

23.9.2019

**→ Matkailusta on tulossa Suomen elinkeinoelämän yksi tukipilari**

A woman with long, flowing blonde hair is shown in profile, looking out over a vast body of water. The sky is a mix of soft pinks, oranges, and blues, suggesting a sunset or sunrise. The water is dark blue with gentle ripples. The overall mood is serene and contemplative.

# VISIT FINLAND

# VISIT FINLAND

## TEHTÄVÄ & PÄÄMÄÄRÄ

Visit Finland vastaa yhdessä matkailutoimialan kanssa ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun edistämisestä.

Visit Finland luo kansainvälisesti kuvaa Suomesta haluttavana matkakohteena ja tukee valtakunnallisesti alan yrityksiä ja yritysryhmiä kansainvälisille markkinoille tarkoitettujen matkailupalvelujen kehittämisessä ja markkinoinnissa.

Visit Finland on osa Business Finlandia ja toiminta rahoitetaan valtion budjetista.



*SUOMI ON  
POHJOLAN  
HOUKUTTELEVIN  
MATKAILUMAA  
VUOTEEN 2025  
MENNESSÄ.*

# VISIT FINLAND YDINTEHTÄVÄT & TOIMINTAMALLI

## YDINTEHTÄVÄT

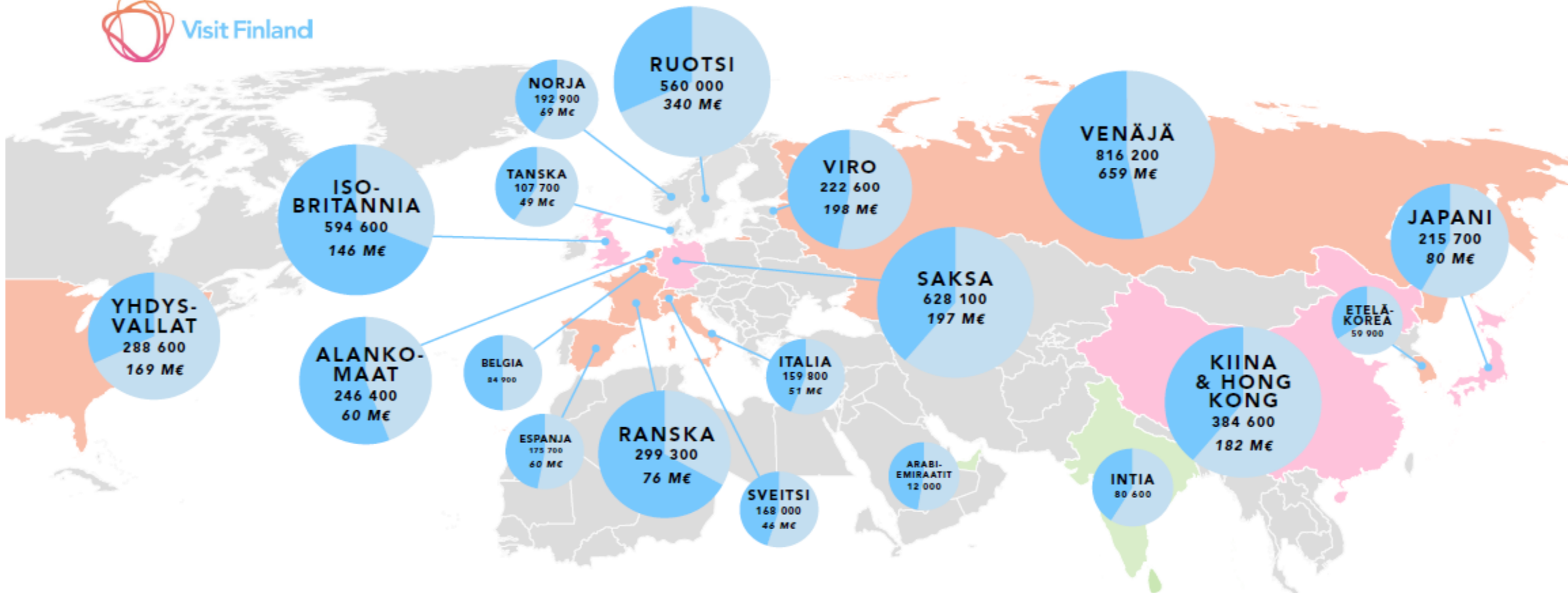
1. Kehittää matkailullista Suomi-kuvaa ja toimii kaupallisen maakuvaviestinnän alustana.
2. Hankkii ja analysoi markkinatietoa matkailuelinkeinon tarpeisiin.
3. Edistää matkailualan yritysten ja alueiden kansainvälistymistä tukemalla tuotekehitystä ja tuotteistamista.
4. Tekee globaalia markkinointia ja myynninedistämistyötä.

## TOIMINTAMALLI

Valituilla kohdemarkkinoilla Visit Finland -tehtäviä hoitavat Business Finlandin toimistoissa nimetyt matkailutoimialan asiantuntijat tai Visit Finland -edustajat. Myynninedistämisen ja markkinoinnin tiimit Helsingissä koordinoivat kaikkia toimenpiteitä Visit Finlandin kohdemarkkinoilla.

Kotimaassa painopiste on alueellisen ja teemallisen yhteistyön rakentamisessa, toimivien yritysverkostojen muodostamisessa sekä matkailun kestäväen kehityksen ja digitalisaation edistämässä.

Visit Finland tukee yrityksissä tapahtuvaa tuotekehitystä kehittämällä yhteisiä työkaluja tuotteistamiseen sekä tarjoamalla neuvontaa ja valmennusta kansainvälistymisen edistämiseksi.



**VISIT FINLANDIN KOHDE-  
MARKKINAT JA MUUT  
SUOMEN MATKAILULLE  
MERKITTÄVÄT MARKKINAT**

Yöpymiset ja matkailutulot  
Suomessa 2018

- YÖPYMISET 2018 KESÄKAUSI
- YÖPYMISET 2018 TALVIKAUSI
- PÄÄMARKKINAT
- VAKAAN KASVUN MARKKINAT
- NOPEASTI KASVAVAT & UUDET MARKKINAT

Ulkomaisia yöpymisiä 6,8 miljoonaa.

Matkailuvienti 4,6 mrd € (ennakko 2017).

Kotimaisia yöpymisiä 15,4 miljoonaa.

Kotimaiset matkailutulot 10,4 mrd. € (ennakko v. 2017).

Lähteet: Tilastokeskus - Visit Finland, tilastopalvelu Rudolf

# 1. MARCOM

KEHITTÄÄ MATKAILULLISTA SUOMI-KUVAA JA TOIMII KAUPALLISEN MAAKUVAVIESTINNÄN ALUSTANA.



# 2. BUSINESS INTELLIGENCE

MARKKINATIEDON HANKINTA JA ANALYSOINTI  
MATKAILUELINKEINON TARPEISIIN



# 4. GLOBAL SALES PROMOTION

GLOBALI MYNNINEDISTÄMINEN

A rustic log cabin built from dark, weathered logs, situated in a dense forest. A chimney on the roof has a plume of white smoke rising from it. The scene is bathed in soft, golden light, suggesting early morning or late afternoon. The cabin has a window with a wooden frame and a door. The surrounding forest consists of tall, thin trees, and a body of water is visible in the background on the right.

# 3. PRODUCT&CONTENT

KANSAINVÄLISTYMISEN, LAADUKKAAN  
TUOTEKEHITYKSEN JA  
TUOTTEISTAMISEN EDISTÄMINEN

# KANSAINVÄLISTYMINEN JA TUOTEKEHITYS

Visit Finland auttaa suomalaisia matkailualan yrityksiä ja alueita kehittämään tuotteita ja palveluita, jotka vastaavat kansainväliseen kysyntään ja asiakkaiden odotuksiin.

- |   |                           |   |                        |
|---|---------------------------|---|------------------------|
| 1 | NEUVONTAPALVELUT          | 2 | RAHOITUSPALVELUT       |
| 3 | KANSAINVÄLISTYMISTYÖKALUT | 4 | YHTEISTYÖ ALUEITTAIN   |
| 5 | YHTEISTYÖ TEEMOITTAIN     | 6 | VISIT FINLAND AKATEMIA |

# SUOMEN MATKAILULLISET SUURALUEET

Suomen matkailua kehitetään ja markkinoidaan neljänä strategisesti profiloituna suuralueena: Lappi, Järvi-Suomi, saaristo- ja rannikkoalueet sekä Helsinki.

## 4 SUURALUETTA



# SUURALUEYHTEISTYÖ

**Suomessa on 4 ainutlaatuista suuraluetta = sisältökokonaisuutta, joista jokaisella on potentiaalia houkutella kasvavia matkailijamääriä.**

**Missiomme on auttaa kaikkia kehityskykyisiä ja -haluisia yrityksiä ja yritysverkostoja kasvattamaan kansainvälistä liiketoimintaansa kaikkialla Suomessa.**

**”Matkailun kestävä kasvu edellyttää, että matkailijavirrat kasvavat eri puolilla Suomea ja ympärivuotisesti.”**



# Suuralueyhteistyön tavoitteet, vol.2

Koordinoidun suuralueyhteistyön tavoitteena on pitkäjänteinen ja suunnitelmallinen yhteistyö yritysten ja alueiden kansainvälistymisprosessin sujuvoittamiseksi.

**1. Määrittää ja tunnistaa suuralueen visio, tavoitteet, vetovoimatekijät ja brändi**

Suomi-USPit erikseen suuralueyhteistyön kattona, käyvät kaikille alueille. Suuralueiden omat USPit ovat erottuvuustekijöitä toisiin suuralueisiin verrattuna.

**2. Määrittää ja tunnistaa alueen tavoitteiden kannalta tärkeimmät teemat, asiakassegmentit, ja niiden perusteella kohdemarkkinat.**

Määritellä sisällöistä (teemoista) nousevat vetovoimatekijät. Tunnistaa alueen kansainvälistymisen hidasteena olevat pullonkaulat ja niiden taklaamiseen tarvittavat toimenpiteet.

**3. Kehittää vetovoimatekijöistä ammentavaa laadukasta tuotesisältöä**

Tarjonnan kartoitus, tuotekehitys ja koulutus, yhteiset tuotemanuaalit. Teemoista sisältöä kohderyhmäkohtaisesti.

**4. Kasvattaa alueen toimijoiden osaamista ja valmiuksia kansainvälisen matkailuliiketoiminnan kehittämiseksi** Alueellisten matkailuekosysteemien vahvistaminen strategisten tavoitteiden ja teemojen edistämiseksi.

**5. Lisätä suuralueen näkyvyyttä, houkuttelevuutta ja tunnettuutta teemojen kärjillä kohderyhmien keskuudessa.**

Alueen valituista teemoista ja USP:eista ammentava tuotteisiin ulottuva monikanavainen viestintä, kampanjointi, PR-työ, muut näkyvyystoimenpiteet myös niche-kohderyhmille

**6. Edistää suuralueen tuotannon pääsyä markkinoille** B2B-myyntinedistäminen, jakelukanavayhteistyön kehittäminen

# LAPLAND - COMMON REGIONAL CONTENT

*A distinguished, attractive brand per region  
– towards a common experience and quality guarantee for customers*

## Main contents of the Finland message

- National Parks
- UNESCO sites
- Extraordinary accommodation
- Wildlife
- Saunas
- Local culture

**Sustainability, safety, purity, equality, honesty**

## Lapland product content:

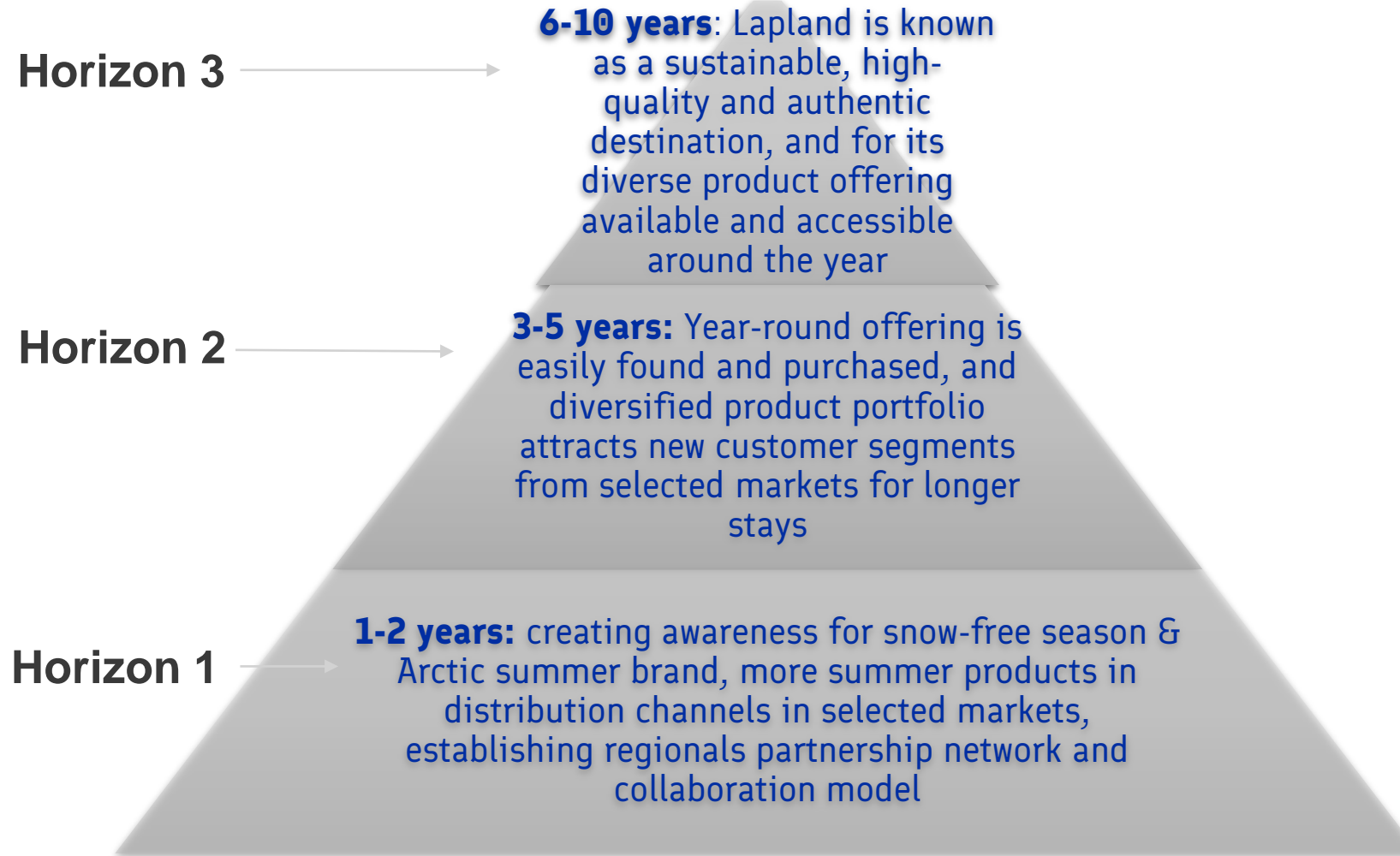
- Outdoor resorts & activities
- Santa Claus & Christmas
- Sami culture
- Reindeer
- Natural wonders / Arctic experiences
- Gems & Gold

## Lapland brand elements:

- Fell landscapes formed by iceage
- Last wilderness in mainland Europe
- Arctic circle
- Arctic
- The Northernmost corner in the EU
- Incredible light
- Natural phenomena
- Purest air
- Lappish villages
- 8 seasons
- Unique Lappish events



# Suuralueyhteistyön visio



# Market selections: main markets, growth markets

Growth for Summer	
NL	11
Germany	10
Spain	9
USA	9
CH	8
France	7
Belgium	7
UK	7
China	7
Japan	7
Italy	7
S Korea	6
India	6
UAE	5
Russia	2

Growth for winter	
Spain	11
Italy	9
France	8
Germany	7
USA	7
UK	7
NL	6
CH	6
Belgium	4
S Korea	4
Japan	3
Russia	3
China	2
UAE	2
India	2

Current main market	
Germany	11
France	11
NL	10
UK	10
CH	8
Italy	5
Spain	4
China	4
Belgium	3
Russia	3
Japan	2
USA	1
S Korea	1
UAE	0
India	0

The selected markets for regional partnerships are: DACH, USA, Spain, France

USA + Spain shows most growth potential, while Germany + France the main markets

UK is the key market for Lapland, but regional collaboration looks into growth from other stable markets (Brexit! Crapland!)

Also Norway and Sweden are very important markets for Lapland. Russia remains important in Eastern border. Asia a key market for some regions in Lapland

# Kehitettävät teemat ja tavoitteet

Kohti kestävä, ympärivuotista matkailua matkailun kaikilla neljällä suuralueella

## Poikkileikkaavina

- Ympärivuotisuus
- Digitaalisuus
- Vastuullisuus





# TOIMINNAN PAINOPISTEET



# DIGITAALISUUS

**Missio:** Digitaalisuus valtakunnallisesti hallussa ja tukemassa Suomen matkailun kasvua yli sykliä, kestävästi.

**Visio:** Suomesta älykäs matkakohde joka tarjoaa matkailijalle sujuvimman polun haaveilusta matkalle.

**Yhteinen valtakunnallinen digitiekartta ohjaa eteenpäin.**

Visit Finland on yhteistyössä alan asiantuntijoiden kanssa luonut matkailun yhteisen digitiekartan. Sen myötä syntyy dynaaminen ekosysteemi, jossa julkinen sektori, suuret ja pienet yritykset sekä matkailualaa hyödyttäviä palveluita tuottavat yritykset toimivat kukin omassa roolissaan. Tiekartta antaa edellytykset reagoida ympäristön muutoksiin ja mahdollistaa sen, että matkailu voi kasvaa kestävästi yli suhdanteiden.

# Digitaalisuus: selvitykset ja työkalut

- Selvitys varausjärjestelmistä ja niiden rajapinnoista
- Aktiviteettien ja elämispalvelujen jakelukanavaselvitys
- Alueorganisaatioiden toimintamallit selvitys
- Digitaalisen asiakaskokemuksen käsikirja (pilottien yhteenveto, työkalu skaalaukseen)
- Matkailuyrityksen digitaaliset perusasiat kuntoon ABC
- Visit Finlandin uusi kansainvälistymisopas ja e-learning
- Tulossa: datavaranto

Suomesta älykäs matkakohde: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/toiminta-suomessa/digitaalinen-kehitys/>



# YMPÄRIVUOTISUUS

Ympärivuotisuus luo hyvinvointia ja parantaa toimialan kannattavuutta.

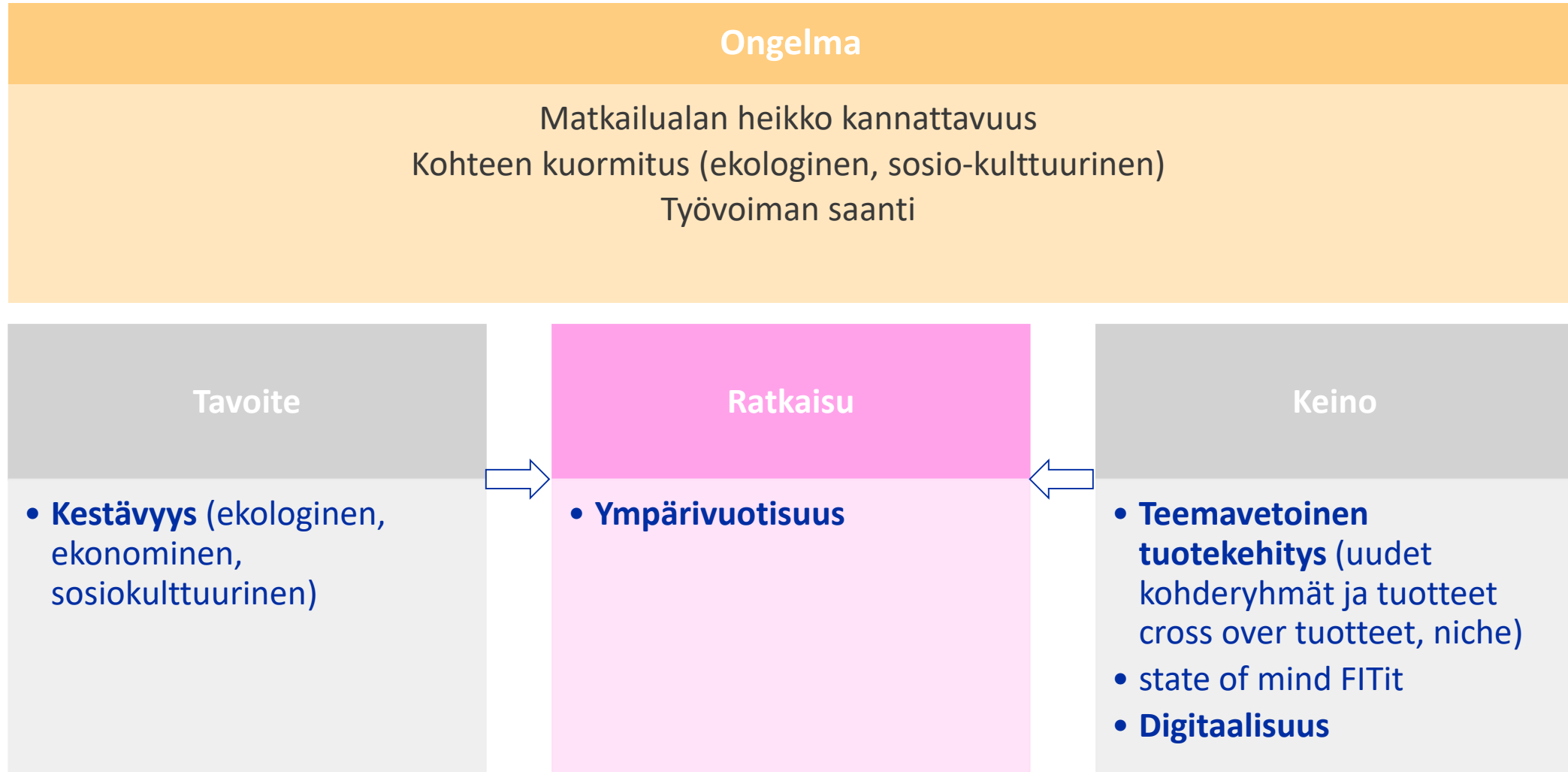
## Ympärivuotisuuden lisääminen

- houkuttelee investointeja
- helpottaa työvoiman kohtaanto-ongelmaa
- tuo tuloa muille toimialoille matkailun kasvaessa
- luo hyvinvointia ympäröivälle yhteisölle

Kehittämällä teemoittaista tarjontaamme monimuotoisemmaksi annamme matkailijoille syitä tulla Suomeen enemmän ja useammin.

Tavoitteena on, että lähivuosina meillä on 4 kohdemarkkinoilla tunnettua, vetovoimaista ja ympärivuotista matkailualueita.

# Poikkileikkaavat teemat aluekehityksen keskiössä







# VASTUULLISUUS

Suomesta kestävän matkailun mallimaa

## Matkailijat haluavat kestäviä palveluita.

Kasvat matkailijavirrat asettavat luonnon ja kulttuuriympäristöjen kestävyden yhä kovemmalle koetukselle. Kestävän kehityksen käytännöt pitää saada kaikkien matkailutoimijoiden päivittäiseen toimintaan, jotta matkailuteollisuuden tasapainoinen kehittyminen ja kannattava liiketoiminta on mahdollista tulevaisuudessakin.

Kestävän kehityksen edistäminen kattaa kaikki 4 kestävyden osa-alueita:

- Taloudellinen
- Ekologinen
- Sosiaalinen
- Kulttuurinen

Visit Finland kasvattaa tietoisuutta, tuottaa työkaluja kestävän kehityksen edistämiseksi, sekä etsii markkinamahdollisuuksia vastuullisesti toimiville yrityksille.

# SUOMI ON SITOUTUNUT!

- Brundtland Report...
- Agenda 2030 tavoitteet...
- Sustainable Development Goals...
- Pariisin ilmastopöytäkirja...
- EU:n rahoitusinstrumenttien vähähiilisyystavoitteet...
- Sitoumus 2050...

→ Suomi on sitoutunut noudattamaan YK:n ilmastomuutosta koskevaa puitesopimusta ja YK:n kestävän kehityksen tavoiteohjelmaa. Velvoittavia sitoumuksia määrittää EU:n yhteinen lainsäädäntö ja tavoitteet.

→ Matkailutoimiala on merkittävänä teollisuudenalana useiden kansainvälisten ja alueellisten sopimusten vaikutuspiirissä.





# KESTÄVÄ MATKAILU SUOMESSA

Matkailu Suomessa on riippuvainen

- puhtaasta luonnosta, ruoasta, vedestä ja ilmasta
  - Hyvinvoivasta ympäristöstä ja yhteisöstä
  - Tasa-arvosta, onnellisuudesta, turvallisuudesta...
- Suomen ja matkailun keihäänkärkiä

Taatakseen tulevaisuutensa, on matkailun(kin) kehityksen oltava kestävä

Matkailutoimijoilla tahtotila kestävämpään liiketoimintaan



# SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND

**Kestävän matkailun ohjelma** matkailualueille ja -yrityksille. Kriteeristö lyhyesti:

- Sitoutuminen
- Yhteiset tavoitteet
- Osaamisen kasvattaminen
- Suunnitelmallisuus
- Vastuullinen viestintä
- Auditointi
- Mitattavuus

→ 7 askeleen polku

**Viestintätyökalu** Visit Finlandille

**Laatumerkki** matkailijoille ja matkanjärjestäjille

*Kestävä matkailu tuo lähiympäristöosi työtä ja hyvinvointia sekä vetää puoleensa matkailijoita, jotka haluavat kunnioittaa paikallista kulttuuria ja ympäristöä.*



# TEE AINAKIN TÄMÄ!

Vinkkejä kansainvälistymiseen ja kestäväan matkailuun

- Tarkista, että yrityksesi tiedot ovat ajan tasalla ja helposti löydettävissä digi-kanavissa
- Tilaa VF uutiskirje
- Tutustu kansainvälistymisen e-learning kokonaisuuteen
- Ole mukana alueorganisaatiosi toiminnassa
- Hae mukaan STF –ohjelmaan
- Tutustu kestäväan matkailun e-oppaaseen
- Tutustu kohdemarkkinoidesi Visit Finlandin koordinoimiin myyninedistämistoimenpiteisiin
- Kartoita alueesi koulutustarpeet ja tutustu VF akatemian tarjontaan
- Kartoita alueen tuotetarjonta sesongeittain ja teemoittain

**BUSINESS  
FINLAND**

**KIITOS!**

Liisa Kokkarinen

Liisa.kokkarinen@businessfinland.fi

Business Finland / Visit Finland



**SUSTAINABLE  
TRAVEL  
FINLAND®**