



Visit Finland

Spain



Visit Finland Spain & Italy market team

Heli Saari, Global Sales Promotion

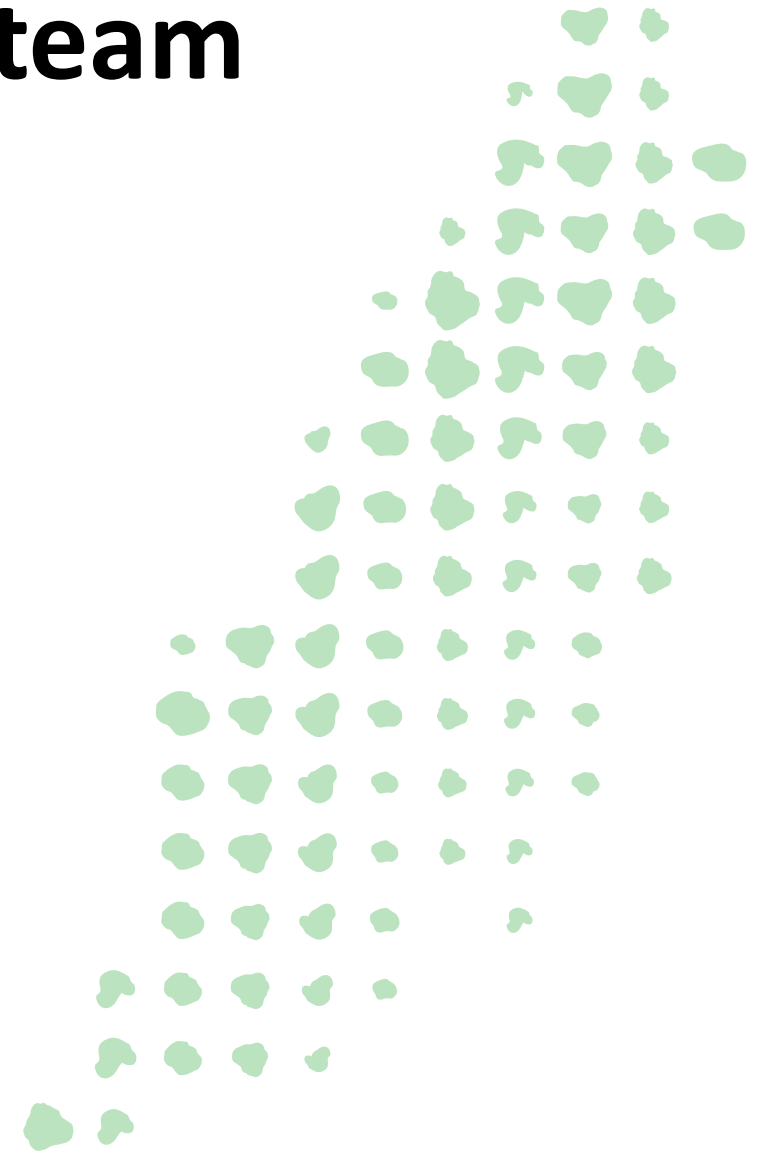
David Campano, International Operations

Mervi Holmén, MarCom

Meri Sipilä, PR

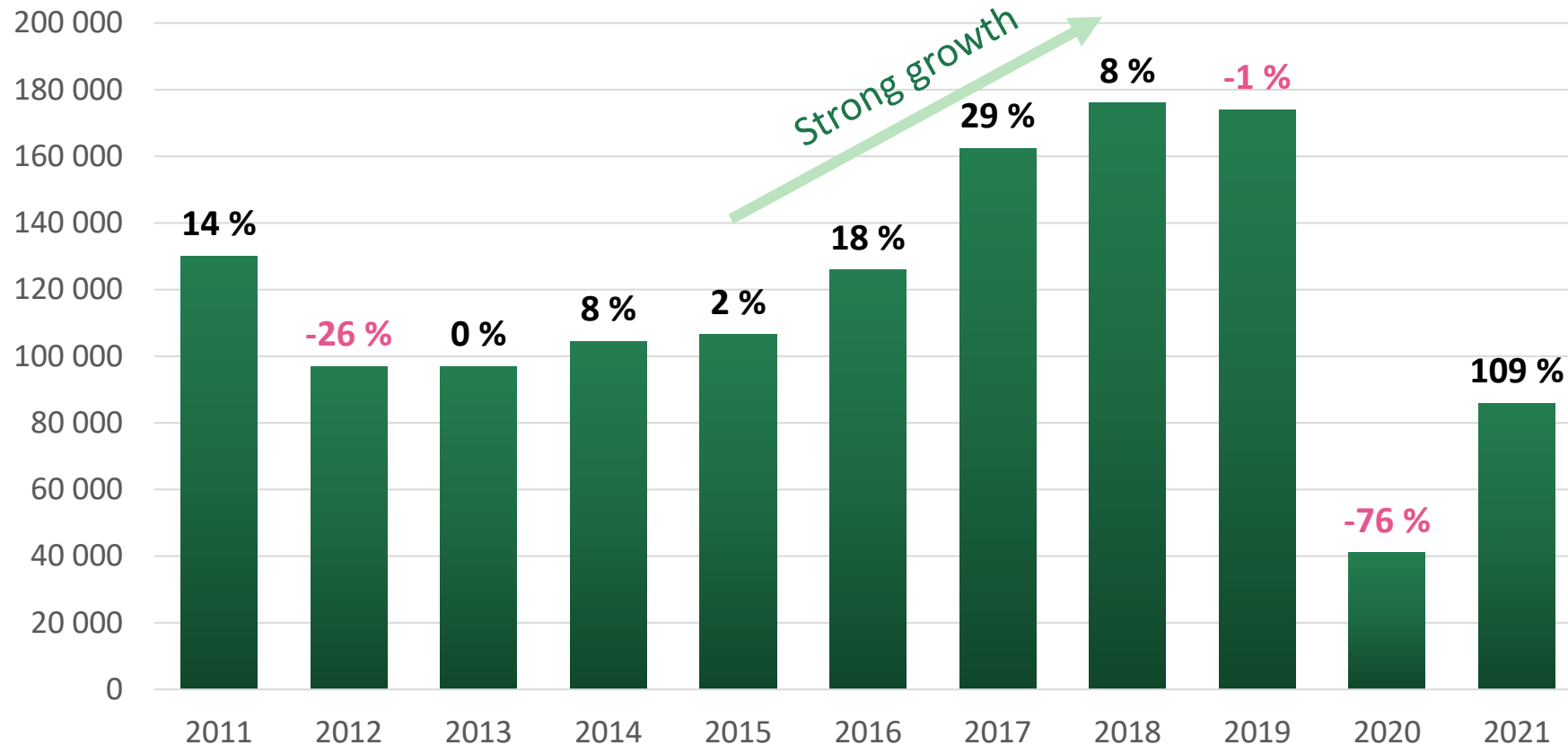
Susanne Heikkinen, Business Intelligence

Hanna Muoniovaara, Business Development



Market Insight Spain

Spain – Overnights in Finland 2011-2021



2021

85,500 nights
No. 7 in rankings
YoY change +108%

2019

173,800 nights
2021 vs. 2019 -51%

Total overnights Jan-Aug22 :

89,600

-18% vs. Jan-Aug19

Spain – Cumulative overnights in Jan-Aug 2022

Area	Nationality	Monthly nights spent	Monthly YoY change (%)	Cumulative nights spent	Cum. YoY change (%)
1 Whole Finland	Germany	81,420	55 ▲	432,775	228 ▲
	Sweden	72,744	133 ▲	340,215	290 ▲
	France	22,904	94 ▲	239,838	771 ▲
	United Kingdom	27,699	251 ▲	206,335	741 ▲
	Netherlands	19,874	66 ▲	198,193	541 ▲
	United States	34,569	204 ▲	172,988	308 ▲
	Estonia	23,524	17 ▲	129,568	48 ▲
	Switzerland	15,026	40 ▲	114,515	373 ▲
	Norway	18,451	222 ▲	110,406	427 ▲
	Italy	22,307	105 ▲	101,923	288 ▲
	Spain	20,839	127 ▲	89,598	286 ▲
	Russia	38,680	857 ▲	82,192	368 ▲
	Belgium	7,291	80 ▲	80,044	687 ▲
	Denmark	9,469	58 ▲	70,981	272 ▲
	Poland	12,853	95 ▲	70,828	137 ▲
	Austria	7,387	48 ▲	47,503	266 ▲
	Israel	5,095	105 ▲	44,360	915 ▲
	Latvia	6,980	105 ▲	40,020	232 ▲
	Czech Republic	4,602	91 ▲	30,965	267 ▲
	Lithuania	5,925	111 ▲	30,417	171 ▲
	Ukraine	5,751	63 ▲	29,200	166 ▲

- Spain is by far the **11th biggest** source market in Finland, with over **89,600** Spanish overnights so far this year
- Last year (2021) Spain was the **7th biggest** source market and in **2019**, Spain was the **13th biggest** source market

Top markets in winter season 2022

And change compared to pre-pandemic

High winter season (12-02)

	Dec2018- Feb2019	Dec2021- Feb2022	Change 2022 vs. 2019
United Kingdom	334 900	278 600	-17 %
France	161 700	180 300	+11 %
Germany	151 300	133 100	-12 %
Netherlands	106 700	111 300	+4 %
Spain	59 400	55 300	-7 %
Estonia	58 200	47 400	-19 %
Belgium	30 300	45 900	+51 %
Italy	42 900	45 200	+5 %
United States	53 800	39 600	-26 %
Switzerland	51 800	37 800	-27 %
Sweden	75 100	30 200	-60 %
Poland	21 900	21 500	-2 %
Denmark	21 200	17 100	-20 %
Russia	261 300	16 100	-94 %
Austria	19 500	15 900	-18 %
China & Hong Kong	139 700	14 800	-89 %

Top destinations from Spain

Winter 2021-2022

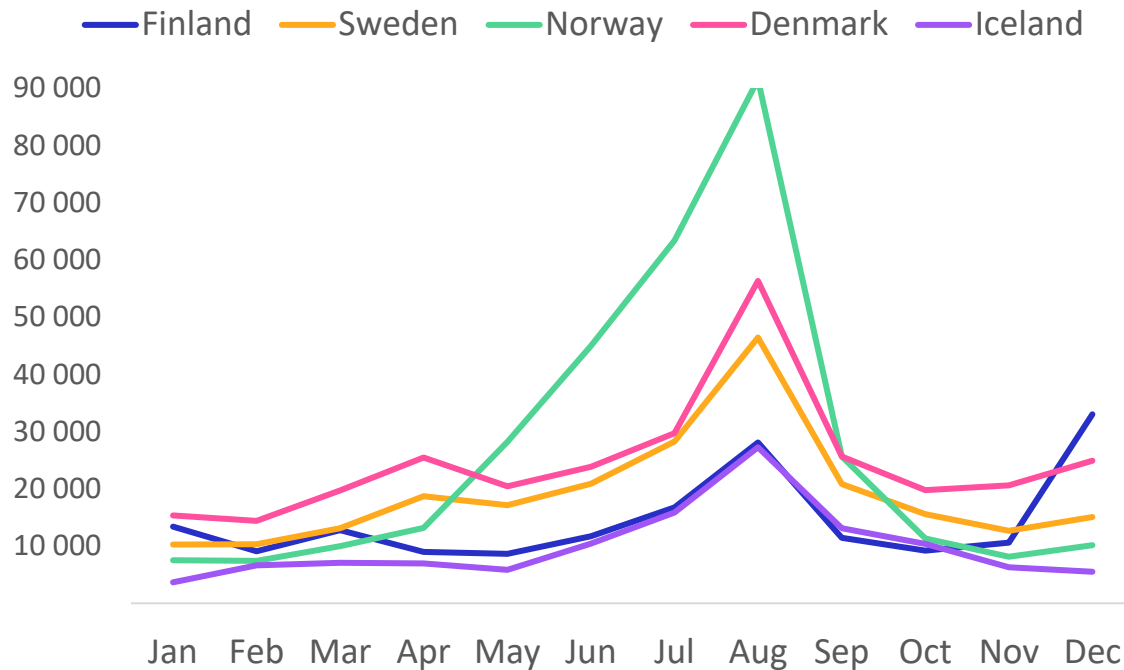
Helsinki	8 400
Kuusamo	6 800
Salla	3 700
Inari (Saariselkä)	3 500
Vantaa	3 300

Winter 2018-2019

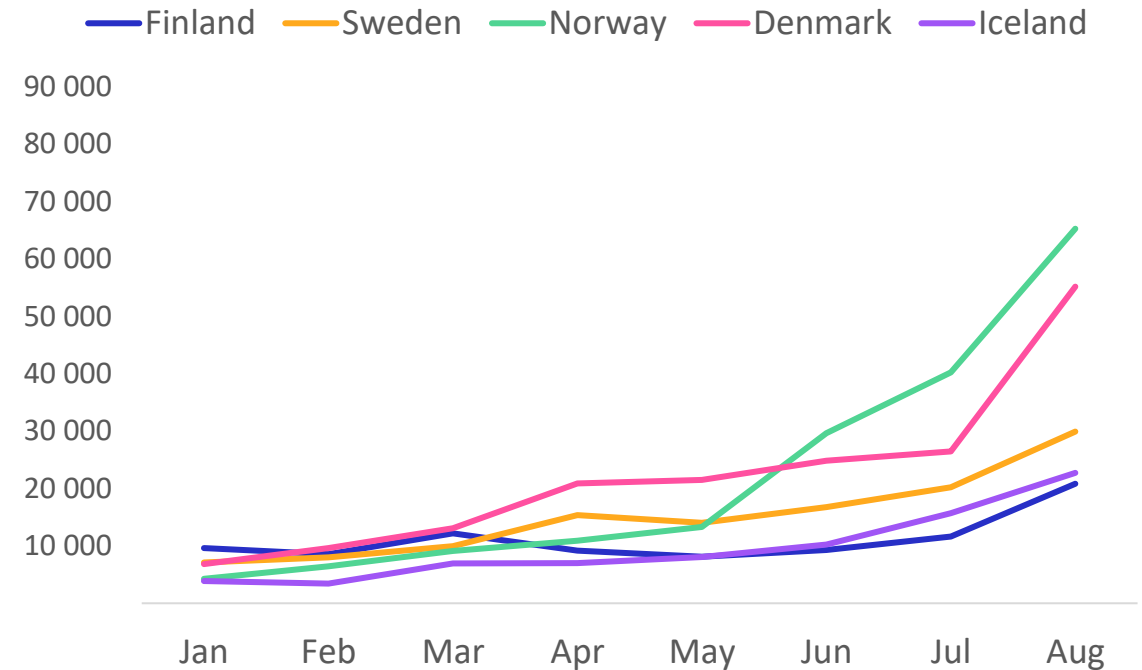
Helsinki	9 500
Kuusamo	7 000
Salla	6 300
Inari (Saariselkä)	5 000
Vantaa	2 800

Spain – Overnights in Nordics (Jan-Aug 2022)

Spanish overnights in 2019



Spanish overnights in 2022*



- **August** is clearly the most preferred holiday month for the Spanish visiting the Nordics
- However, for **Finland** there has been even a higher peak in **December** for the Christmas holidays and visiting **Lapland**.

Change % 2022/2019

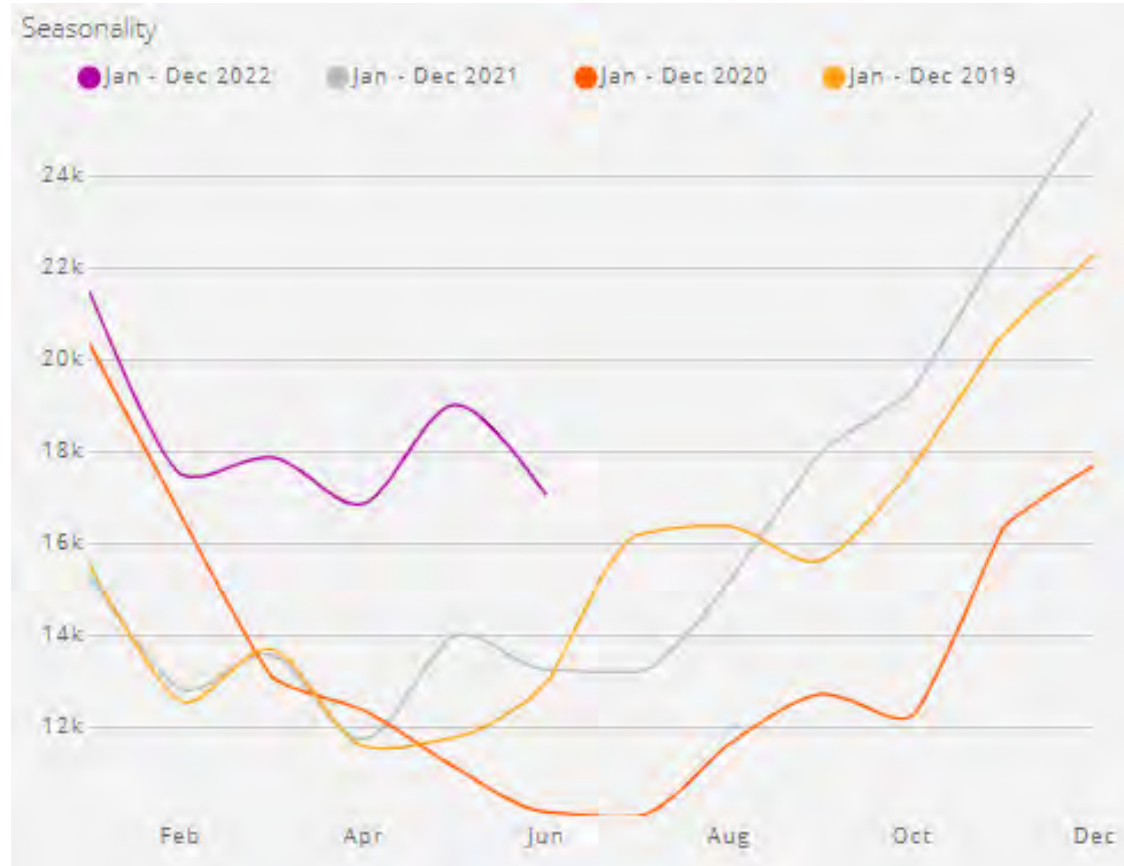
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Share of total:
Finland	-28 %	-5 %	-5 %	3 %	-6 %	-21 %	-31 %	-26 %	Finland: 14%
Sweden	-31 %	-22 %	-24 %	-18 %	-18 %	-20 %	-28 %	-36 %	Sweden: 19%
Norway	-43 %	-13 %	-9 %	-17 %	-53 %	-34 %	-36 %	-29 %	Norway: 28%
Denmark	-55 %	-33 %	-34 %	-18 %	5 %	4 %	-11 %	-2 %	Denmark: 28%
Iceland	6 %	-48 %	-2 %	0 %	38 %	-2 %	-1 %	-17 %	Iceland: 12%



Digital Demand – Travel Related Internet Searches

Q1/2022 & Q2/2022

Spain: Searches in Q1 & Q2 2022



Q1/2022

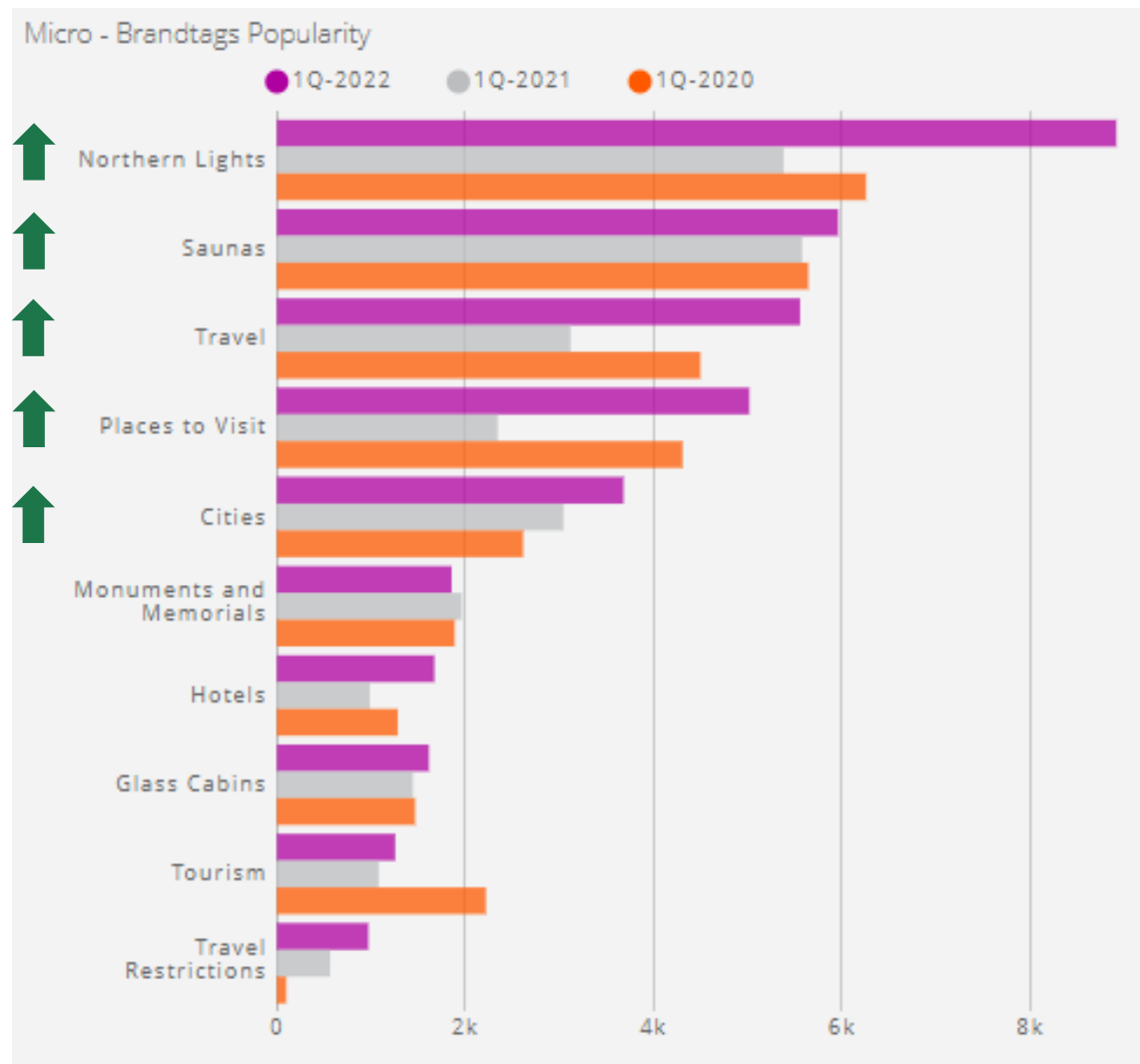
Rank	Flag	Target Market	Searches	Growth
1		Germany	167,283	51.7%
2		United States	151,590	40.5%
3		Japan	122,944	22.5%
4		United Kingdom	102,743	50.5%
5		Italy	76,999	25.4%
6		France	75,588	52.8%
7		Spain	56,833	36.3%
8		Netherlands	54,827	92.1%
9		Estonia	48,181	26.1%
10		India	39,253	20.4%

Q2/2022

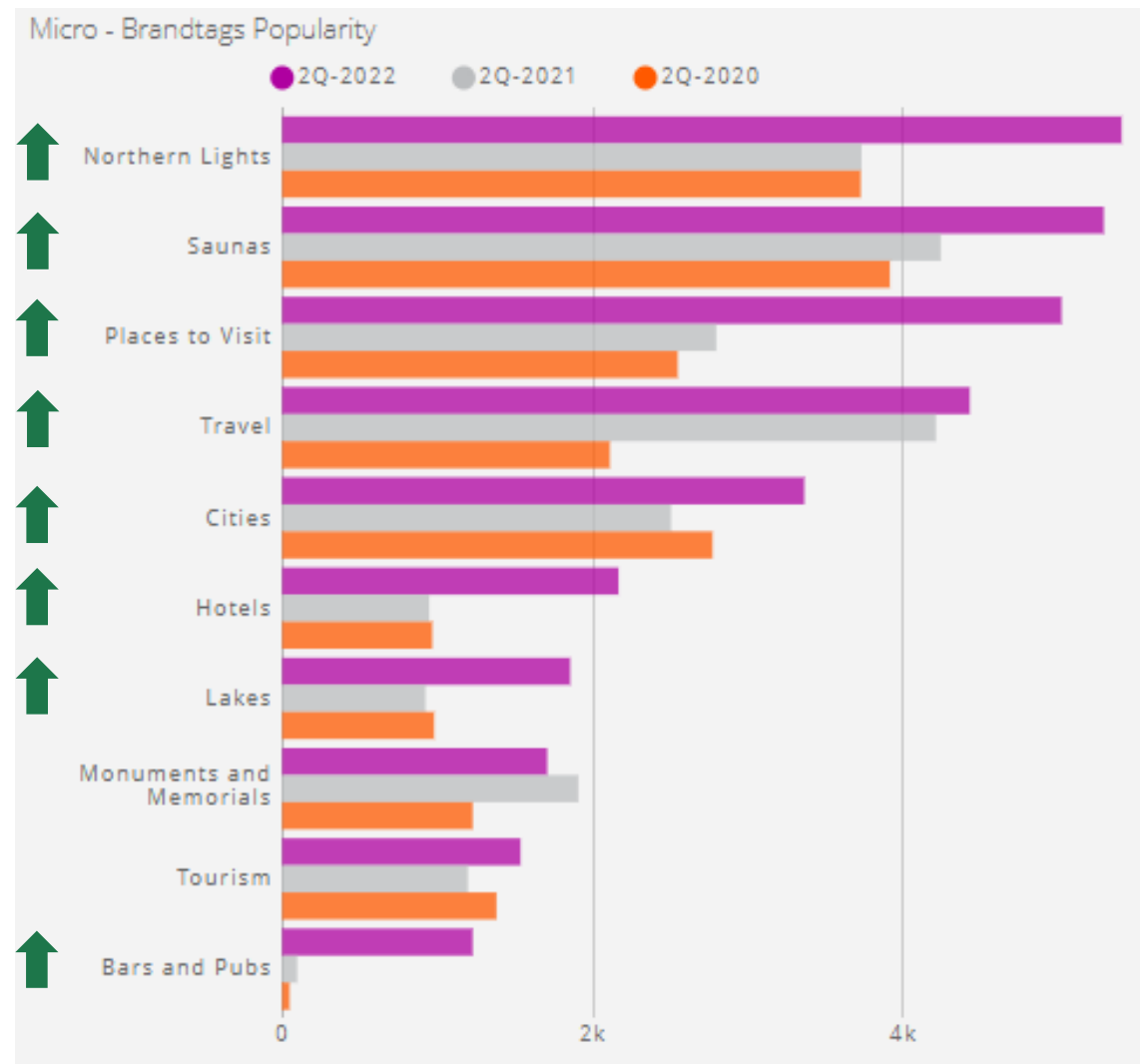
Rank	Flag	Target Market	Searches	Growth
1		United States	134,907	39.5%
2		Japan	119,932	16.7%
3		Germany	113,935	9.1%
4		United Kingdom	68,831	27.8%
5		Italy	59,885	15.9%
6		France	54,190	26.7%
7		Spain	52,910	35.9%
8		Estonia	41,686	11.6%
9		India	38,792	2.9%
10		Sweden	37,606	18.8%

Spain: Most searched topics

Q1/2022



Q2/2022





ForwardKeys

Air travel & Seat capacity

Air arrivals & seat capacity from Spain – summer 2022

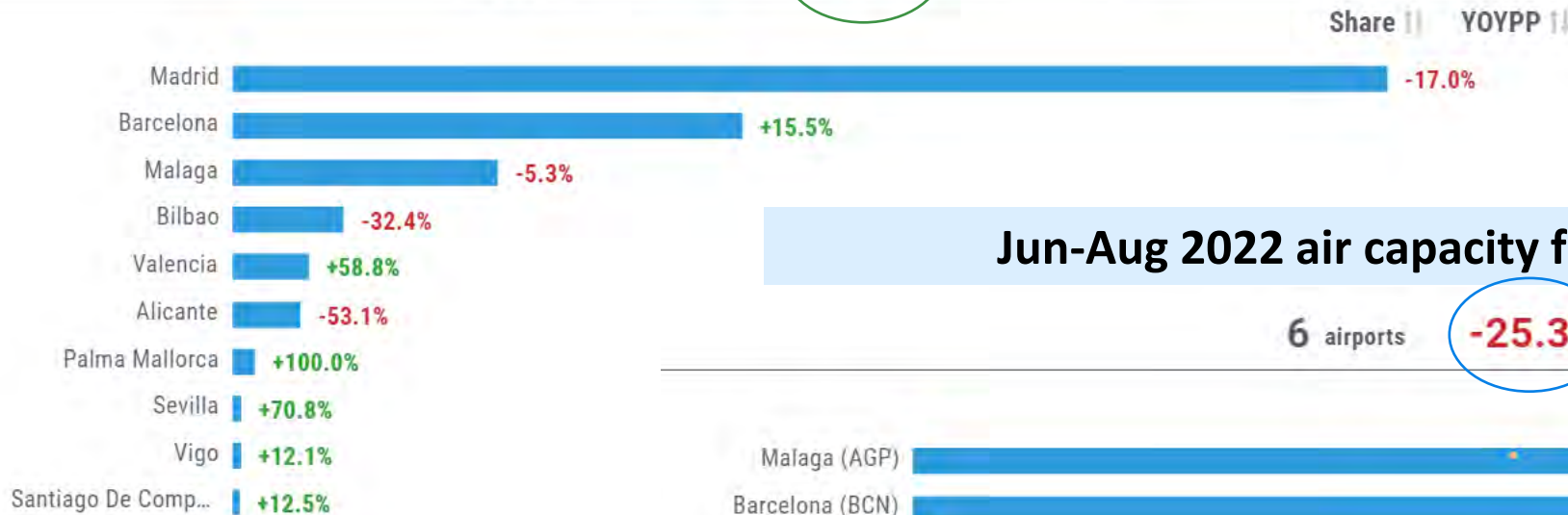
Comparison with pre-pandemic

Main origins of Jun-Aug 2022 air arrivals from Spain

10,406 tourist arrivals

-11.7% YOYPP for selected origins

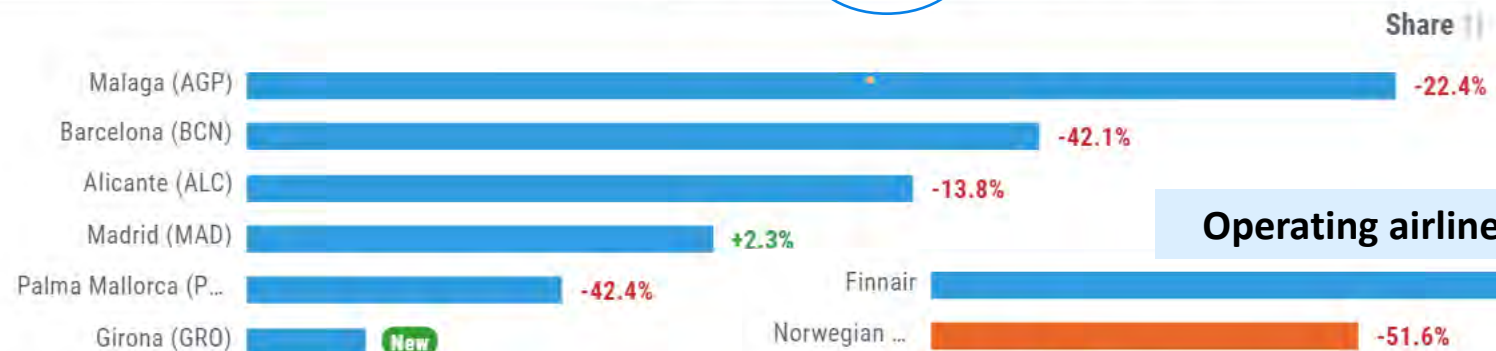
Please note! Bookings for Ryanair are not included



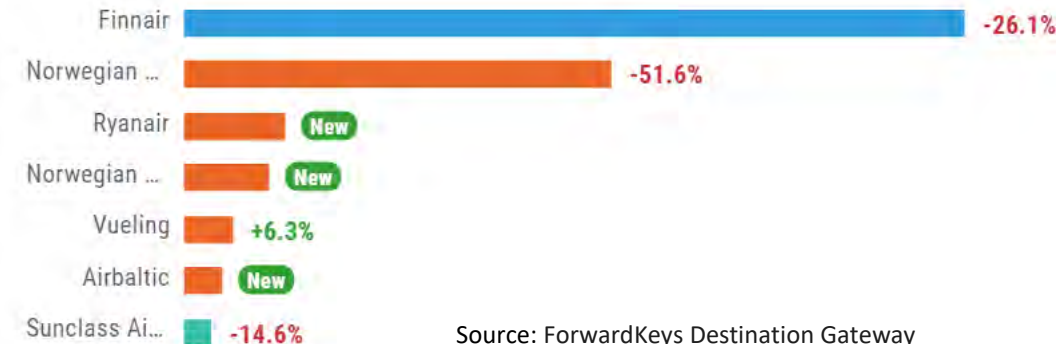
Jun-Aug 2022 air capacity from Spain

6 airports

-25.3% YOYPP for selected locations



Operating airlines



Air bookings for November 2022-March 2023

Comparison with pre-pandemic

Please note! Bookings for Ryanair are not included

Bookings from November 2022 to March 2023



Destination benchmark
YOYPP of tourist arrivals

Spanish arrivals / bookings vs. pre-pandemic



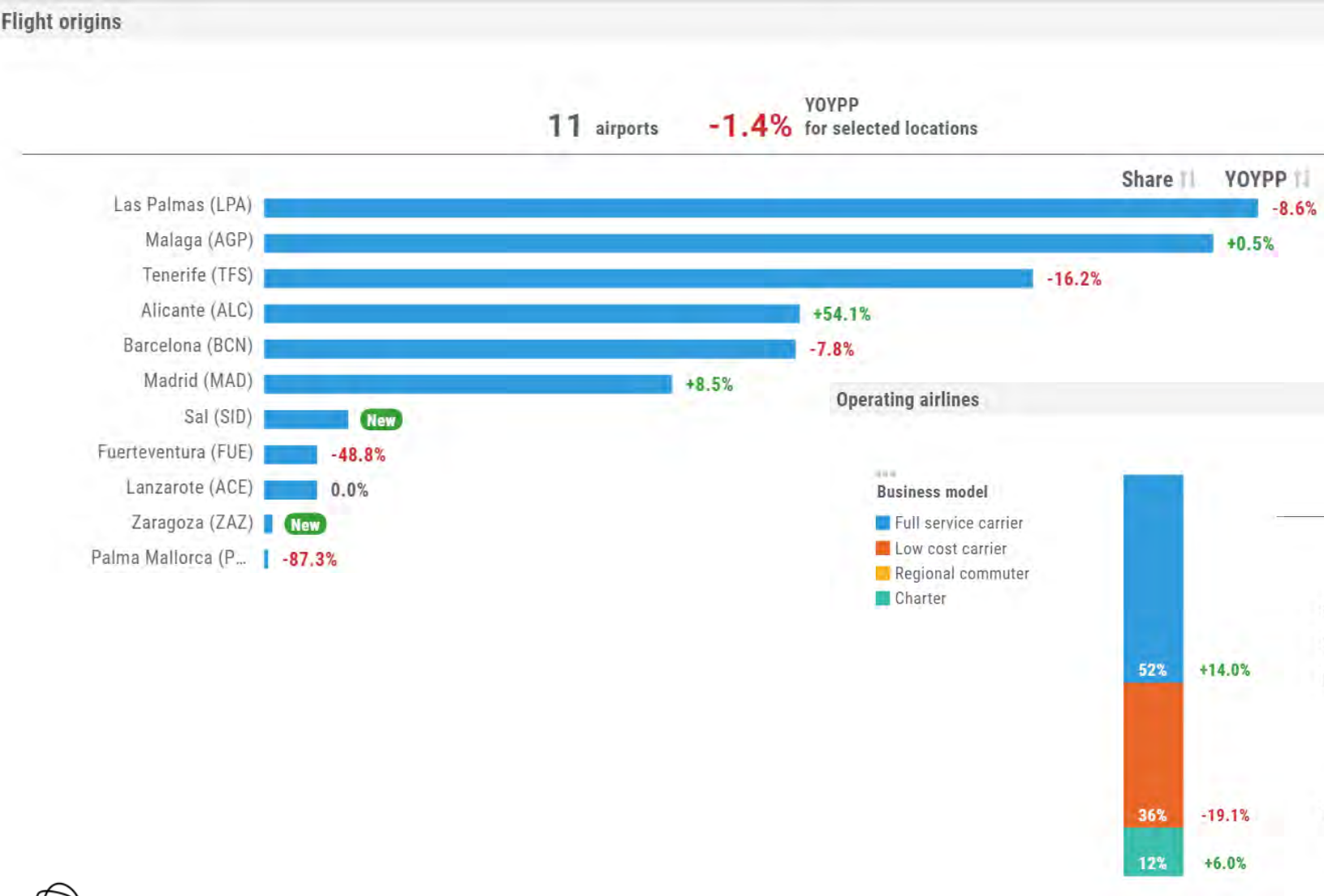
Bookings from Spain / November 2022 - March 2023

	Nov 22	Dec 22	Jan 23	Feb 23	Mar 23
Finland	2 194	3 379	545	342	164
Norway	651	838	194	163	104
Sweden	933	1 291	157	118	84

	Nov 22	Dec 22	Jan 23	Feb 23	Mar 23
Finland	56 %	26 %	-1 %	22 %	91 %
Norway	-13 %	18 %	10 %	-22 %	18 %
Sweden	4 %	23 %	11 %	-16 %	36 %

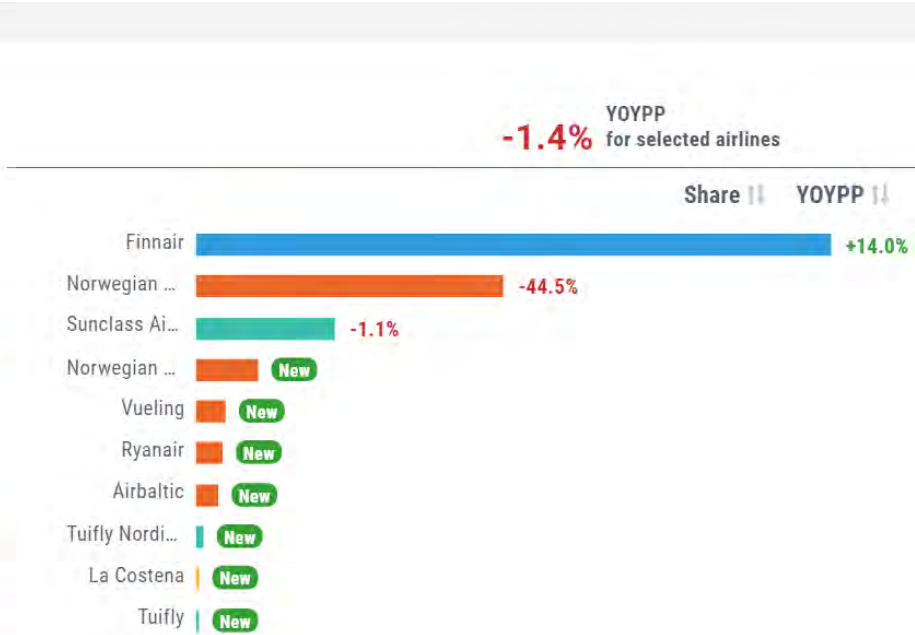
Seat capacity Nov/2022 – Mar/2023

Comparison with pre-pandemic Spain to Finland

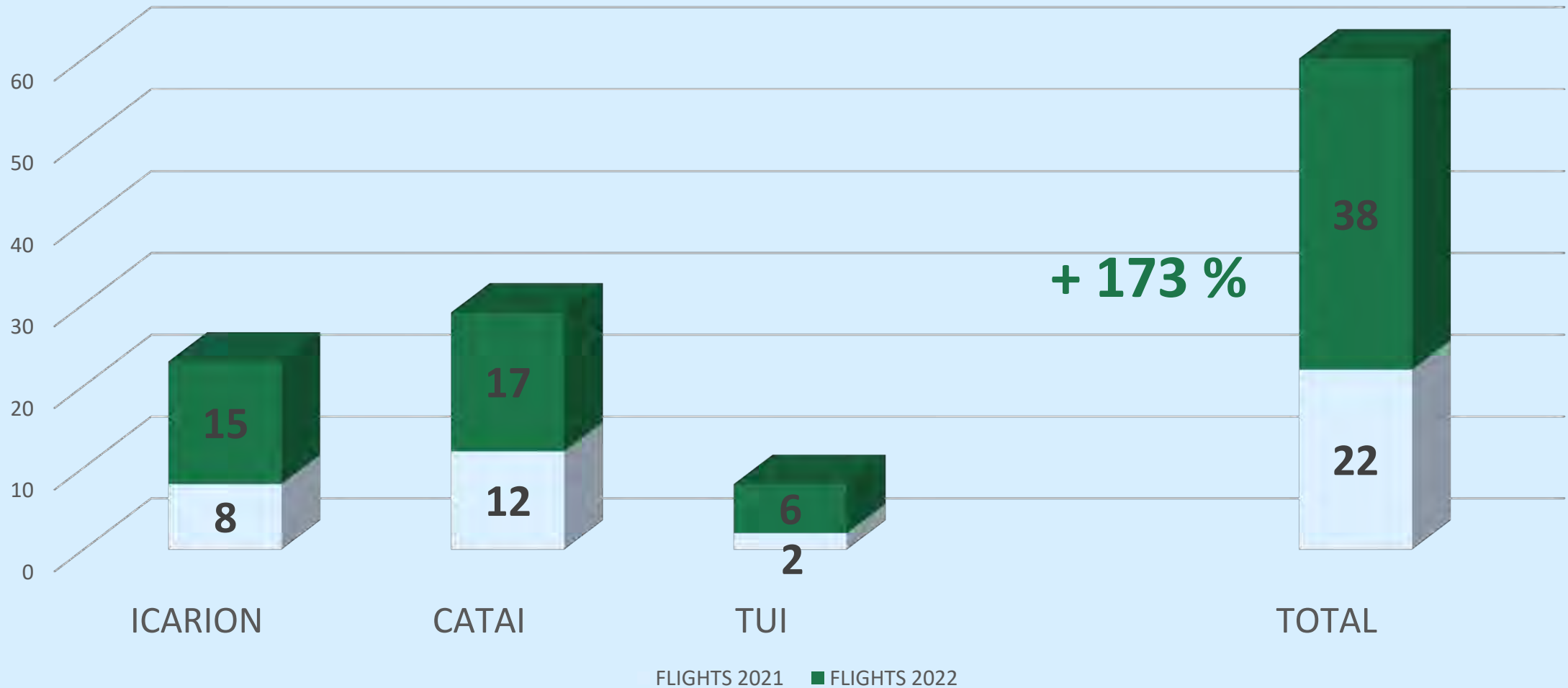


Destinations in Finland:

- **Helsinki**
- Tampere
- Kuusamo



SPAIN – Charter Flights Lapland 2022





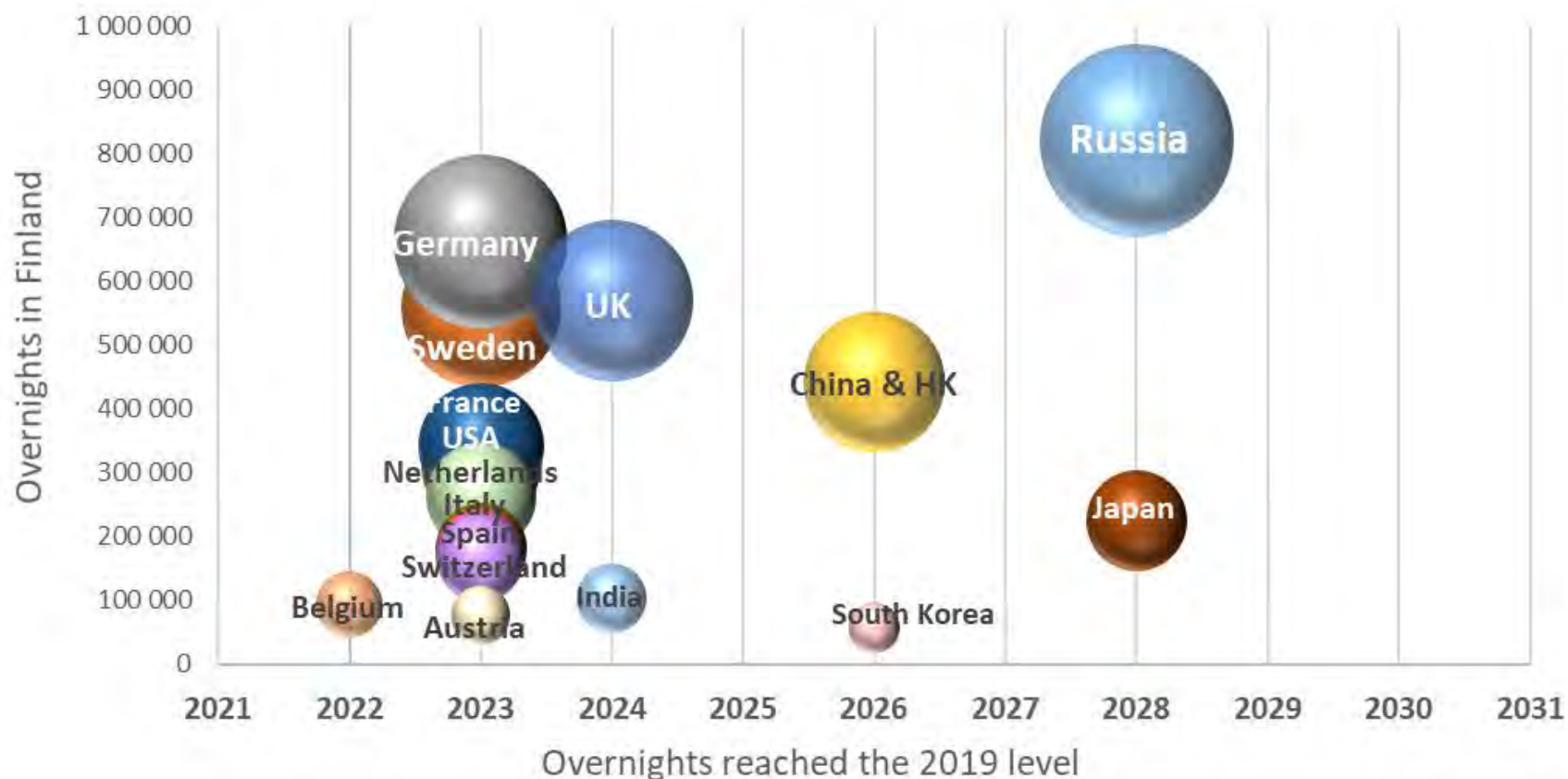
Oxford Economics – Overnights & Spending

Recovery forecasts

Overnights – Recovery to 2019 levels

Databank update June/2022

Recovery timeline - Overnights in Finland reached the level of 2019



Source: Oxford Economics, databank update Jun 30, 2022

	No. of overnights in 2023	comp.to 2019
Germany	691 400	4 %
Sweden	562 000	1 %
UK	556 200	-2 %
France	392 400	15 %
USA	323 100	5 %
Netherlands	308 500	18 %
Russia	215 300	-74 %
Italy	205 100	14 %
Spain	186 100	7 %
Switzerland	167 400	1 %
China	149 800	-66 %
Belgium	122 200	30 %
Japan	87 800	-61 %
India	84 000	-18 %
Austria	79 200	4 %
South Korea	27 600	-51 %

Spending – Recovery to 2019 levels

Databank update June/2022



Source: Oxford Economics, databank update Jun 30, 2022

	Spending in 2023 (Million US\$)	comp.to 2019
Sweden	302,0	14 %
Germany	301,9	9 %
UK	236,0	-1 %
France	182,4	20 %
United States	147,8	10 %
China	130,8	-57 %
Netherlands	123,4	20 %
Russia	108,7	-72 %
Italy	91,7	19 %
Spain	87,1	12 %
Switzerland	70,3	5 %
Belgium	52,6	37 %
Japan	39,2	-59 %
Austria	37,0	10 %
India	35,7	-12 %
South Korea	14,4	-46 %

Market strategy

Why Spain?

SPAIN

[Espanjan markkinakatsaus - Business Finland](#)

- Spain as 4th European market after Germany in overnights to Finland & 3rd largest market in Europe in arrivals to Lapland in December 2021.
- 2022 offering for winter is quite optimistic: exceeding by **73%** last years' availability and above pre pandemic levels.
- In addition to Lapland and Helsinki, Spaniards in Finland are also interested in Lake Finland and the maritime archipelago. Nature, culture & design as well as food offer pleasant experiences. Spain is a growing country of origin for year-round tourism.
- Emerging market: Travel to Spain by Spaniards is growing strongly, with overnight stays increasing by 63% from 2015 to 2019.
- Before the corona epidemic in early winter 2020, Spanish overnight stays increased by 22%.
- Luxury segment/product has proliferated compared to pre-pandemic times: new actors in the marketplace to develop our business.
- Travelzoo study, October 22: 70% of Spanish people will maintain or increase its budget in travel in 2023.
- More new summer programs (mainly fly & drive) launched from our main partners this year.
- Opportunities: restore VF-AY stopover program: Helsinki Area average stay 2 nights.
- Finnair full recovered and increased connectivity for S22 flying from MAD/BCN/ALC/AGP/LPA/TCI
- New airlines routes from Air Baltic (AGP-TME) , Ryanair and Norwegian.
- According to latest Tourspain connectivity & capacity report OCT22 from Spain to Finland is -20% compared to 2019.
- More information: [Espanjan markkinakatsaus - Business Finland](#)

Finland selling points in Spain

VF.fi website: [Spain - Business Finland](#)

- Finnish **happiness** linked to Finnish **lifestyle and culture** (sauna, lakes, cottage, city life) are interesting themes in Spain. These themes must be written into interesting content and produced as travel packages in order to increase interest in Finland and accelerate demand.
- **Santa Claus** is an ambassador of goodwill and already known in Spain. **Winter holidays** Lapland is increasing at an accelerating rate and **attracting families** to travel to Finland. Santa Claus belongs to Finland and Lapland!
- **Sustainability and responsibility** are themes that have become increasingly important in the minds of Spanish tourists as well. Finland, as a sparsely populated country, offers **holidaymakers privacy and space**. In Spain, Finland is also increasingly seen as a summer destination, and there is great interest in **lakes** in particular. This requires good productization and diligent promotion from us.

Activities Spain 2023

B2B activities

Sales Events in 2023

- Joint Presentations with Key TO's Spain: Cities TBC
- Workshops in Madrid & Barcelona September 23 TBC
- Other B2B activities:
 - Sustainable Congress, Málaga : May 2023
 - MICE: EVENTOPLUS in May 2023 & IBTM 2023 (dates TBC)
 - Team Finland event summer 2023: Instituto Iberoamericano de Finlandia, Embassy

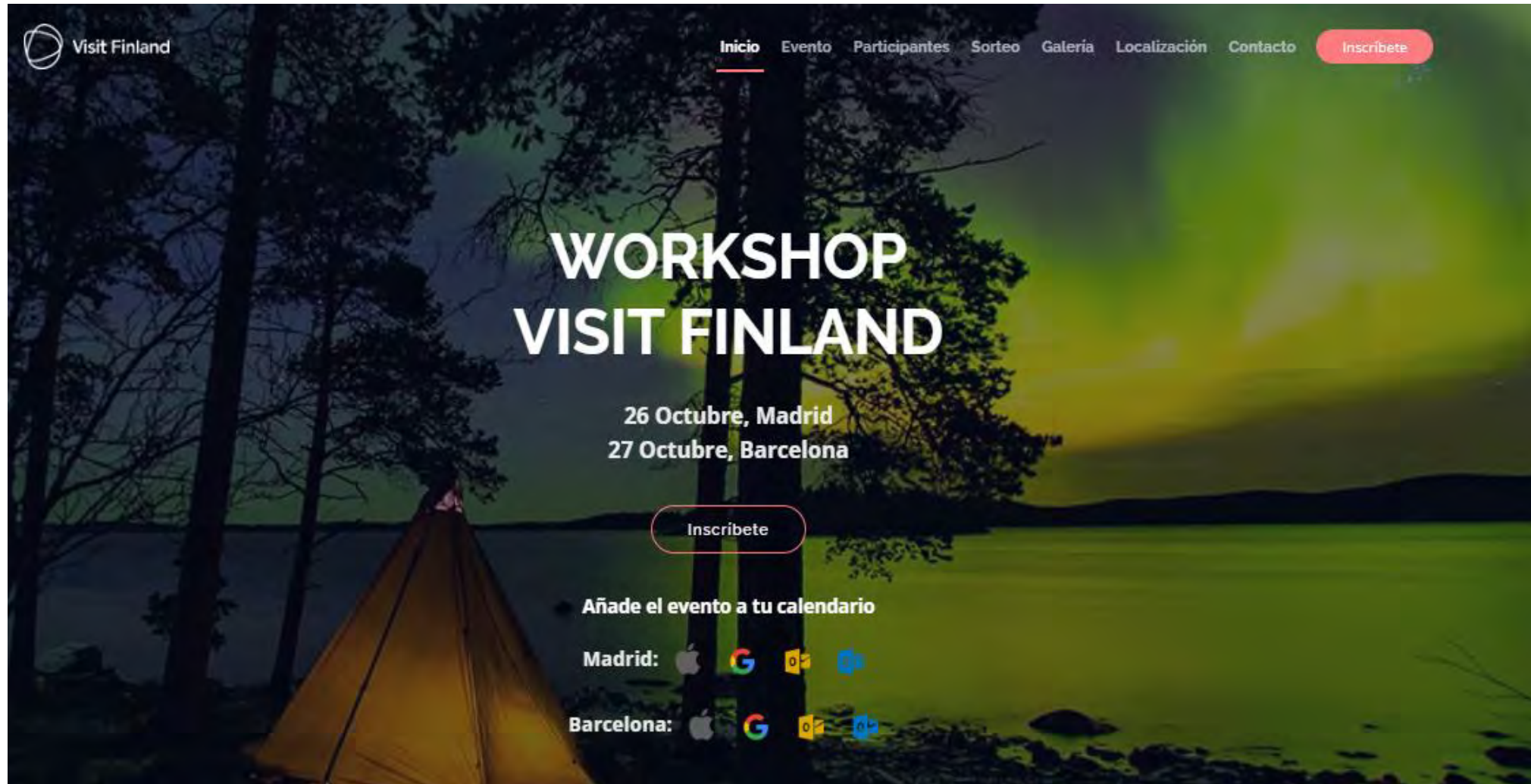
B2B activities

FAM trips in 2023

- Joint Spring famtrip (FR, ES, IT) : April / May 2023, themes: nature & sustainability, TBC
- Autumn famtrip, September/October 2023, nature, sustainability, luxury TBC
- Ad hoc individual tour operator famtrips, TBC

B2B sales events Spain

- **Workshops Madrid & Barcelona 26 & 27.10.22**
 - 12 Finnish partners in both cities
- -So far 150 registrations



The screenshot shows the homepage of the 'Workshop Visit Finland' website. The background is a scenic image of a tent in a forest at night with the Northern Lights. The website features a navigation bar at the top with links: Inicio, Evento, Participantes, Sorteo, Galería, Localización, Contacto, and a red 'Inscríbete' button. The main heading is 'WORKSHOP VISIT FINLAND' in large white letters. Below it, the dates '26 Octubre, Madrid' and '27 Octubre, Barcelona' are listed. A red 'Inscríbete' button is centered below the dates. At the bottom, there is a section titled 'Añade el evento a tu calendario' with links for Madrid and Barcelona, each accompanied by icons for Apple, Google, Outlook, and Facebook.

Visit Finland





Inicio Evento Participantes Sorteo Galería Localización Contacto [Inscríbete](#)





WORKSHOP VISIT FINLAND

26 Octubre, Madrid
27 Octubre, Barcelona

[Inscríbete](#)

Añade el evento a tu calendario

Madrid:    

Barcelona:    

Workshops Madrid & Barcelona 26 & 27.10.22



Roadshows Key Partners 2022

Roadshows in 14 Spanish cities:

Alcalá de Henares, Pamplona, San Sebastián, Barcelona, Sabadell, Bilbao, Vitoria, Zaragoza, Palma de Mallorca, Córdoba, Granada, Tarragona, Lérida, Murcia.



Roadshows Key Partners 2022



Iberoamerican Sustainable Congress Málaga

13 mayo III Foro Iberoamericano de Turismo **SOS**tenible
#TurISOS2022

Master Class.
Caso de Éxito: El Turismo **Sostenible** en Finlandia



David Campano
Country Manager
España e Italia
de Visit Finland

Patrocinadores



Colaboradores Oficiales



Colaboradores



Organizadores



Tourism Innovation Summit 2022 / Sevilla 2-4.11.22



MICE –MIS 2022



IBTM 2022



PR

Current media environment in Spain

- Recovery after the pandemic has started and we have resumed a normal level of activities, including bringing media to Finland. This will help us in achieving our targets, as prominence and thus the overall visibility for Finnish travel is always higher in stories that are the result of media trips.
- The war in Ukraine did not have a significant impact on our PR efforts to attract travelers to Finland. To date, there hasn't been news that would indicate that travelling to Finland would not be safe.
- The current economic situation and the prognosis towards the end of the year are affecting the travel expenditure globally. Factors such as fuel and food prices, inflation, electricity, as well as chaotic international airports are reducing the pace of recovery.

PR & Media activities and results in Spain in 2022

From January to August

- We have resumed our normal level of PR activities: press releases, pitches, media trips (group, individual and influencer), TV productions.
- We have hosted so far 2 group press trips, 2 individual press trips and 1 TV production.
- January-August in total **197** hits (most for Lapland 69, Lakeland 65, Finland in general 46, Coast & Archipelago 32, Helsinki 30)
- Most of the hits appeared in **Tier 1** and Tier 2 media with brand building effect 382 milj.
- Average tone 3.00, average visibility score 59 %
- Main themes: **outdoors, wellness and sustainability**
- Season: Summer 45, Spring 20, Winter 16, Autumn 1, No specific season 100
- Overall satisfaction of all media trips: **4.7/5**

1.The average Visibility Score talks about the attention e.g. an article can be expected to get

2.Brand Building Effect is an estimate of the number of media consumers that have seen the article

Visit Finland PR Activities

SPAIN – COVERAGE

Press release/Pitches

9

Total Clippings

268

Reach

702M



11,6%

Increase compared to 2021

3 Interviews



Individual Press trips

- National Geographic
 - Journalist: Javier Zori
 - Clipping: print report
- El Mundo
 - Journalist: Marta González-Hontoria
 - Clippings: 2-pages print report
- National Geographic
 - Journalist: Javier Martínez Mansilla
 - Clippings: TBC
- El Viajero (El País)
 - Journalist: Victoria Zárate
 - Clippings: 1 online report

FAM Trip - Group

- *Luxury in Lapland*
 - VANITATIS
 - COSMOPOLITAN
 - TELVA
 - MagasIN
 - +1 TBC
- *Savonlinna*
 - VANITAS
 - ABC Viajar
 - GRUPO JOLY
 - 20 Minutos

Visit Finland PR Activities

SPAIN

PR EVENT AT THE AMBASSADOR'S HOUSE



Visit Finland PR Activities

SPAIN

Madrileños por el mundo: Costa Finlandesa



Visit Finland PR Activities

SPAIN

GIDONA

LA REVISTA DE LA DONA DE LES COMARQUES GIRONINES

01 | viatges

02 | viatges

03 | viatges

viatges | 04



En la foto veiem que a les valls del nord, amb una gran quantitat de neu, hi ha un gran nombre de persones que venen a veure el fenomen de les aurores boreals. Aquesta imatge és una fotografia de la regió de Lapland, on es pot veure aquest fenomen natural.

LA SAUNA, PATRIMONI DE LA HUMANITAT

La sauna és una part molt important del patrimoni cultural de Finlàndia. És una tradició que s'ha mantingut al llarg dels segles i que és considerada un dels símbols més importants del país.



En la foto veiem que a les valls del nord, amb una gran quantitat de neu, hi ha un gran nombre de persones que venen a veure el fenomen de les aurores boreals. Aquesta imatge és una fotografia de la regió de Lapland, on es pot veure aquest fenomen natural.

LA SAUNA, PATRIMONI DE LA HUMANITAT

La sauna és una part molt important del patrimoni cultural de Finlàndia. És una tradició que s'ha mantingut al llarg dels segles i que és considerada un dels símbols més importants del país.

01 | viatges

02 | viatges

03 | viatges

viatges | 04



En la foto veiem que a les valls del nord, amb una gran quantitat de neu, hi ha un gran nombre de persones que venen a veure el fenomen de les aurores boreals. Aquesta imatge és una fotografia de la regió de Lapland, on es pot veure aquest fenomen natural.

LA SAUNA, PATRIMONI DE LA HUMANITAT

La sauna és una part molt important del patrimoni cultural de Finlàndia. És una tradició que s'ha mantingut al llarg dels segles i que és considerada un dels símbols més importants del país.



En la foto veiem que a les valls del nord, amb una gran quantitat de neu, hi ha un gran nombre de persones que venen a veure el fenomen de les aurores boreals. Aquesta imatge és una fotografia de la regió de Lapland, on es pot veure aquest fenomen natural.

LA SAUNA, PATRIMONI DE LA HUMANITAT

La sauna és una part molt important del patrimoni cultural de Finlàndia. És una tradició que s'ha mantingut al llarg dels segles i que és considerada un dels símbols més importants del país.

LA SAUNA, PATRIMONI DE LA HUMANITAT



En la foto veiem que a les valls del nord, amb una gran quantitat de neu, hi ha un gran nombre de persones que venen a veure el fenomen de les aurores boreals. Aquesta imatge és una fotografia de la regió de Lapland, on es pot veure aquest fenomen natural.

LA SAUNA, PATRIMONI DE LA HUMANITAT

La sauna és una part molt important del patrimoni cultural de Finlàndia. És una tradició que s'ha mantingut al llarg dels segles i que és considerada un dels símbols més importants del país.

Hay pocos espectáculos que nos regale la naturaleza más impactantes e inolvidables que las auroras boreales. La captada en la imagen ilumina el cielo nocturno de Kallastunturi en Kolari, Laponia (Finlandia). El milagro crómico guarda un prodigio científico: las partículas que constituyen el viento solar son desviadas por el campo magnético terrestre hacia las regiones polares. Allí chocan con las capas altas de la atmósfera y emiten energía en forma de luz. Esa es la teoría, pero más allá de ella, nos encontramos con la magia de una gigantesca linterna que enciende la oscuridad. Ese particular pantano polar es un acorón noctámbulo que guarda vigilia y monta guardia en vela para que los monstruos de la noche den tréque. Las auroras boreales son conocidas también como «luces del norte» y se producen de octubre a marzo, aunque los meses álgidos, según los expertos, suelen ser enero y febrero. En ambos, pues, en temporada alta, una buena. Los afortunados aseguran que esas formaciones y tonalidades han sido las mejores en estos años de pandemia. Como si el dolo de la providencia ganara una acuñada verde esperanza sobre el luto y el duelo.

LA RAZÓN

La foto Arte celestial en Laponia

Juan Luis Carrasco



ESPECIAL GENTE VIAJERA

espafiaverde

CON ESTHER EIROS

Y CARLES LAMELO

Visit Finland PR Activities

SPAIN



El embarcadero y algunas de las cabañas de Saimaa Holiday Oravi. / ABC

FINLANDIA

Descubrimientos junto a los lagos

Savonlinna
Edificios históricos, cabañas, hermosos paisajes, lujo y –por supuesto– saunas rodean las aguas del sureste finlandés, un destino poco conocido y fresco para huir del calor

Hoy, al menos, si se habla de viajes y Finlandia, los tópicos suelen ser Helsinki, Lapueta y los paisajes cubiertos de nieve. Pero este país tiene muchas otras cosas que ofrecer. Por ejemplo los lagos del sureste, una de las zonas preferidas por los propios finlandeses para pasar el verano por su combinación de naturaleza, historia y bellezas paisajísticas. En especial, las cercanías de la ciudad de Savonlinna y, en general, las intrínsecas orillas del lago Saimaa –uno de los más grandes de Europa, con 4.400 kilómetros de extensión– ofrecen una serie de experiencias únicas. Todo ello decorado con una mezcla de recuerdos del glorioso pasado del establecimiento y exhibiciones de arte contemporáneo que van cambiando cada pocos meses. Además, el restaurante del Hotel Punkaharju ha sido recientemente incluido entre los 50 mejores de Finlandia (el índice de esta región en la lista) y combina en sus menús el pescado traído directamente de las limpiadas aguas del lago con setas y hierbas aromáticas de los bosques de alrededor, declarados reserva natural por el zar Alejandro I cuando estas tierras pertenecían a su imperio. El hotel organiza cada año jornadas mitológicas y propone a sus huéspedes excursiones para recoger setas y plantas o para hacer una cata de vino frente al lago, entre pines, abetos y abedules. Ese ambiente de historia y arte del Hotel Punkaharju lo convierte en una base ideal para explorar la cercana Savonlinna y especialmente, el Clavestina, el castillo más al norte de Europa, en el ámbito de Savonlinna. / ABC



Por ejemplo, si se busca kuru Resort. / ABC



EL HOTEL PUNKAHARJU LLEVA RECIBIENDO HUÉSPEDES DESDE EL S. XIX



El Hotel Punkaharju es el más antiguo de Finlandia. / ABC



El Clavestina, el castillo más al norte de Europa, en el ámbito de Savonlinna. / ABC

ABC Viajar

David Campano

Country Manager de Visit Finland para España y Italia

Finlandia es un país nórdico que pretende alcanzar la neutralidad en carbono de aquí a 2035. También es el país más feliz del mundo. En torno al 75 % de su superficie está cubierta de bosques, y cuenta con el mayor archipiélago del mundo, así como con el distrito de lagos de mayor extensión.

y el último gran espacio salvaje de Europa, Lapponia. La capital de Finlandia, Helsinki, es famosa por su diseño y arquitectura. Reconocido por ser un destino comprometido con el turismo natural y seguro, Finlandia ha demostrado ser el destino pospandémico ideal para los viajeros que buscan el equilibrio perfecto entre prácticas sostenibles y experiencias de inmersión en entornos únicos en el mundo. Desde remotas y elegantes rincones en el bosque hasta pequeños espacios junto al lago, Finlandia es el país perfecto para escapar de la vida cotidiana y reconectar con la naturaleza de forma segura. Finlandia ya es conocida por sus impresionantes paisajes naturales y la posibilidad de vivir una gran cantidad de aventuras al aire libre, y actualmente se encuentra ampliando su oferta para incluir nuevos lugares fuera de lo común que inviten a los visitantes a relajarse en espacios privados y rodeados de naturaleza.



Finlandia aspira a convertirse en el destino turístico de crecimiento más sostenible

Finlandia es un destino pionero en el respeto al medio ambiente y referente mundial de sostenibilidad, que encabeza por quinto año consecutivo la lista de países más felices del mundo. ¿Cómo lo ha conseguido? Hay diversos factores que han influido en que Finlandia haya sido elegida por Naciones Unidas, en su informe *World Happiness Report*, como el país más feliz del mundo por quinto año consecutivo y, sin duda, la conexión con la naturaleza tiene mucho que ver. De hecho, existen estudios científicos que demuestran cómo esa relación con la naturaleza influye de forma sustancial y positiva en la salud y el ánimo de las personas. Hablamos de un país donde más del 75 % de su extensión está cubierta por bosques y, además, posee 190.000 lagos. Para los finlandeses, la naturaleza está solo a un paso, incluso en urbes más grandes como Helsinki.

El país ha conseguido implementar una estrategia de sostenibilidad transversal involucrando tanto al sector público como privado y a los distintos actores sociales. Este compromiso de la sociedad, unido a su alto índice de bienestar, la igualdad, la transparencia y la confianza de sus ciudadanos en sus instituciones, son parte de la suma de condiciones que reúne Finlandia para que sus ciudadanos sean felices.

¡Muchas gracias!





Visit Finland

Partner campaign packages

Autumn 2022

Mediterranean: Find yourself in refreshing Finnish summer

https://www.lyyti.fi/reg/VF_kampanjapaketit_2023_5843

Campaign details

Timing

March-May targeting summer and autumn

Audience

Target audience

Preliminary segment: Comfort seekers Secondary: Nature explorers, Authentic lifestyle seekers

Target markets

Spain, Italy, France

Vision & objectives

Campaign objectives

To improve brand awareness (brand refresh) in Mediterranean countries, increase interest and consideration of Finland as a travel destination for the summer and autumn. More tactical: enable travellers to choose amongst destinations and kickoff their planning and booking process.

Distribution & KPI's

Activation

Landing page on VisitFinland.com website, banners, social media posts
- to be further defined in the campaign activation plan.

Campaign KPI's

Awareness: reach, impressions, video views.
Consideration: link clicks, sessions.
Conversions: outbound clicks.

Main themes

Refreshing Finnish climate. Specific themes to be ideated as a part of the creative process.

Tone of voice

Authentic, genuine, emotional

Areas of Finland to be covered

TBC

VF campaign partners

Min. 3, max 8 partners. Minimum investment per partner 10 000 €.

Main competitors for summer and autumn seasons

Other Nordic countries

