



Visit Finland

Visit Finland Markkinakatsaus Ruotsi 3.5.2023

Webinaarin agenda

Ruotsi

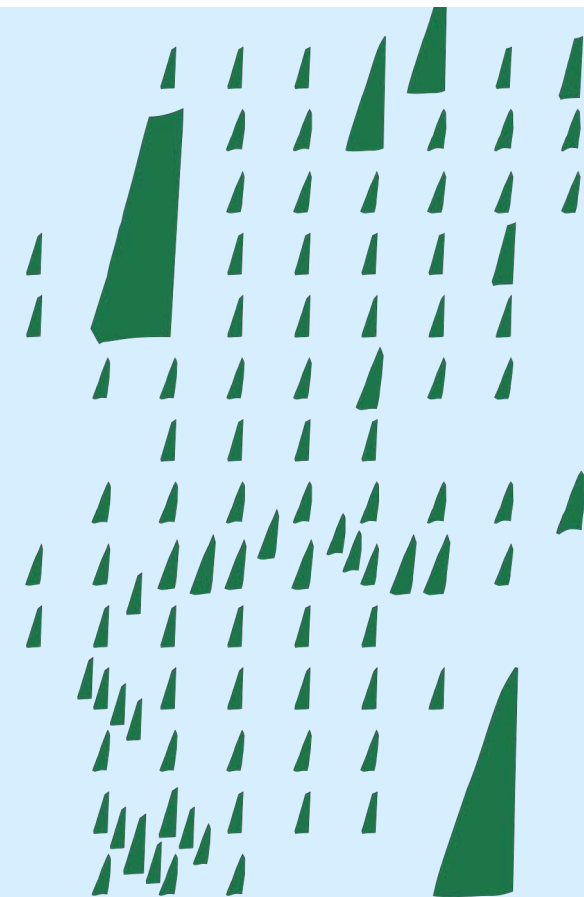
- Facts & Figures
 - katsaus menneeseen vuoteen ja talveen
 - Digital Demand - nettihaut
 - Oxford Economics recovery forecast - ennuste
- Ruotsi kohdemarkkinana
- Kampanjat
- PR työ Ruotsissa

Q & A

Market Insights

Overnights in Finland

Year 2022 & Jan-Feb 2023



Overnights in Finland in 2022 & top source markets

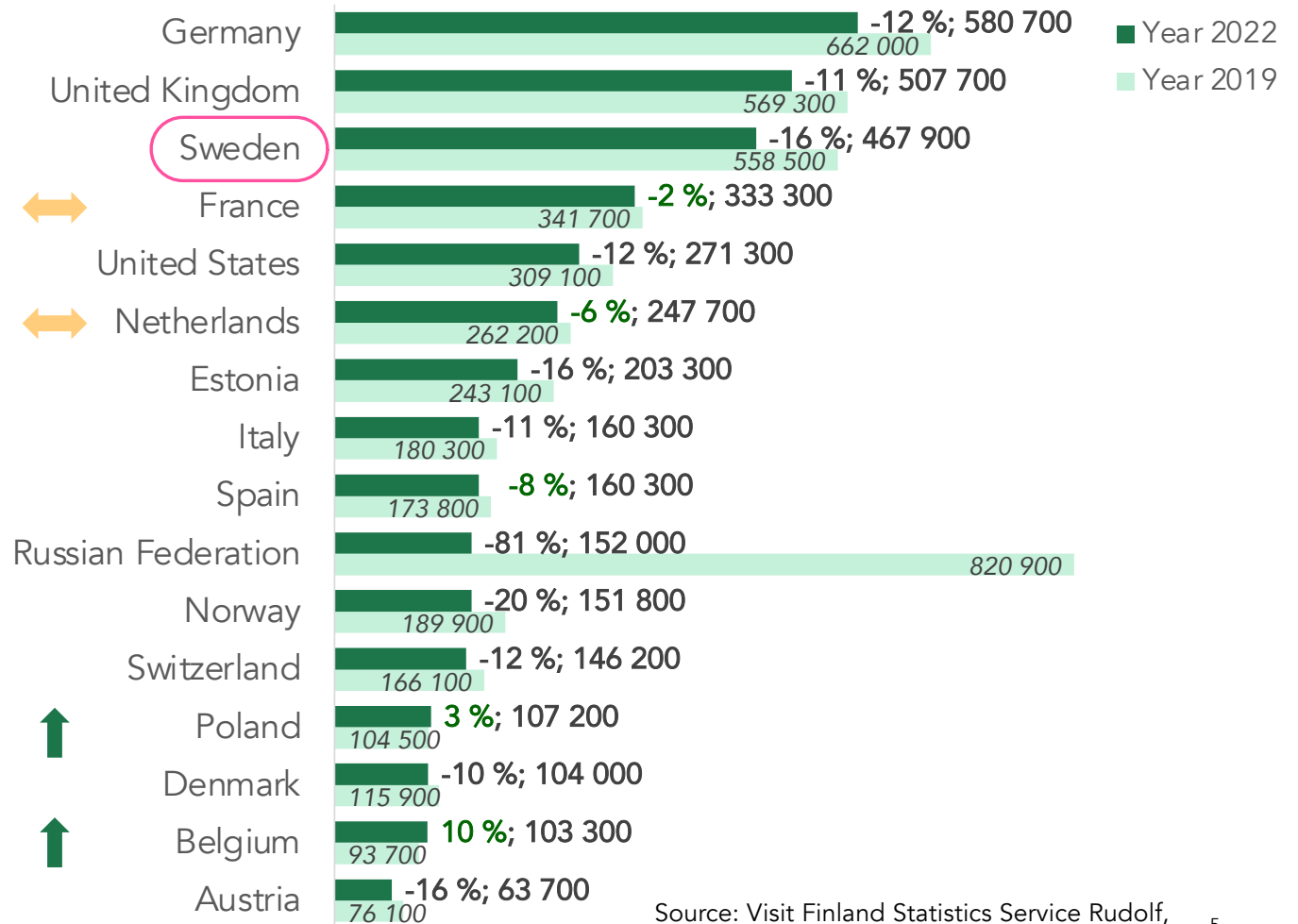
Year 2022 vs. year 2019

Overnights in 2022

Total foreign 5.0 M
(-29% vs. 2019)

Foreign excl. Russia 4.8 M
(-23% vs. 2019)

EU+UK 3.4 M
(-9% vs. 2019)

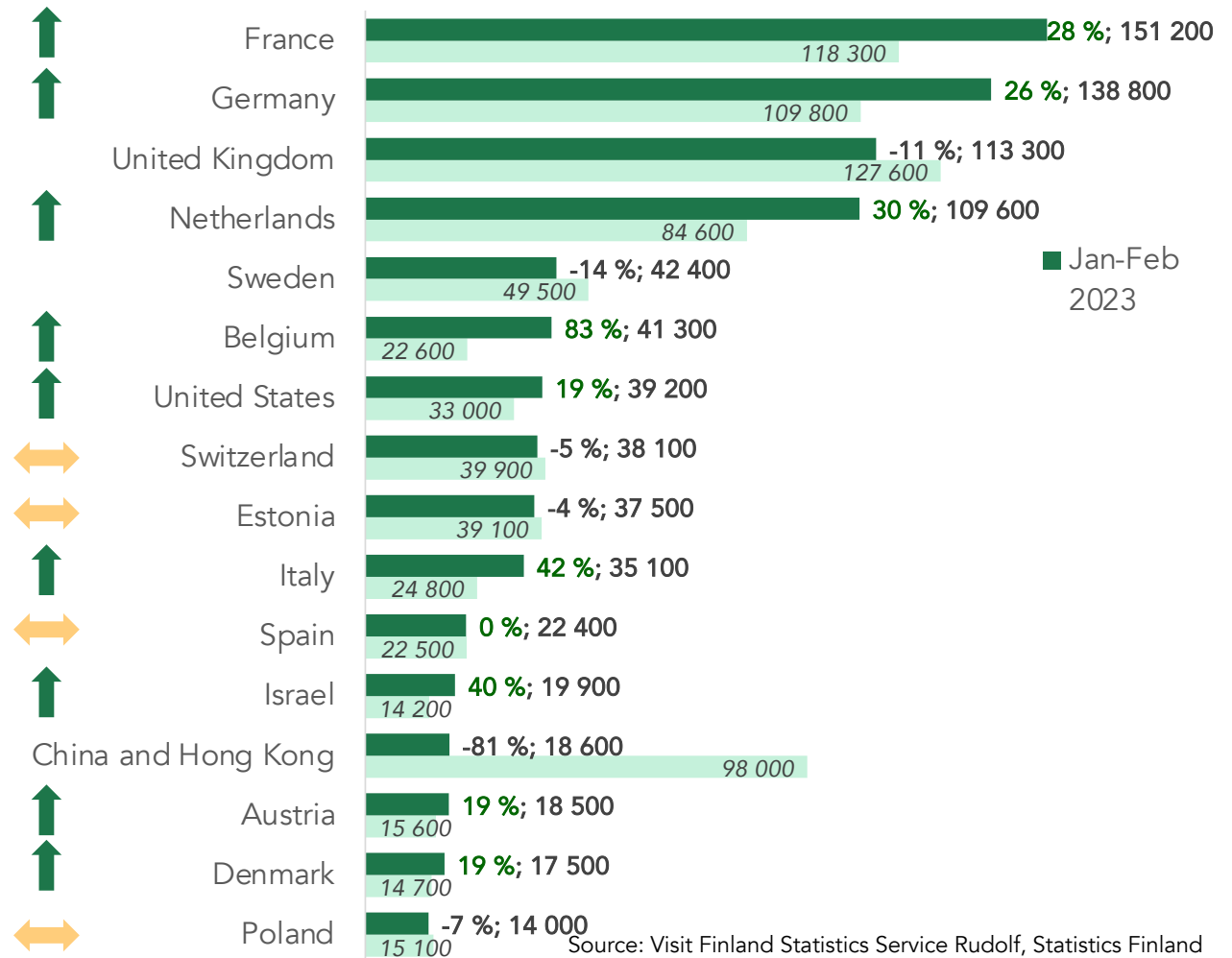


Top16 countries 2023 – overnights in Finland

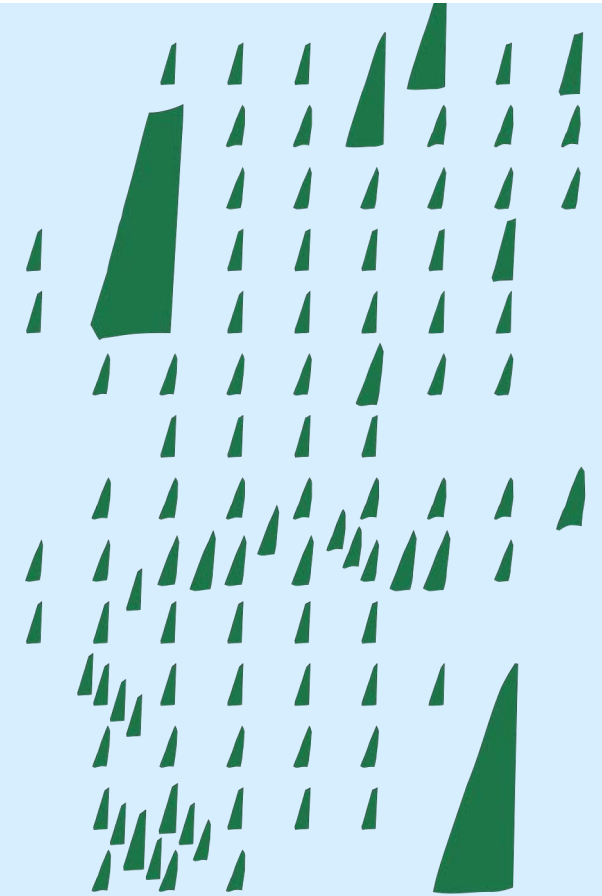
Jan-Feb 2023 vs. Jan-Feb 2019

Top5 origin countries for Feb2023

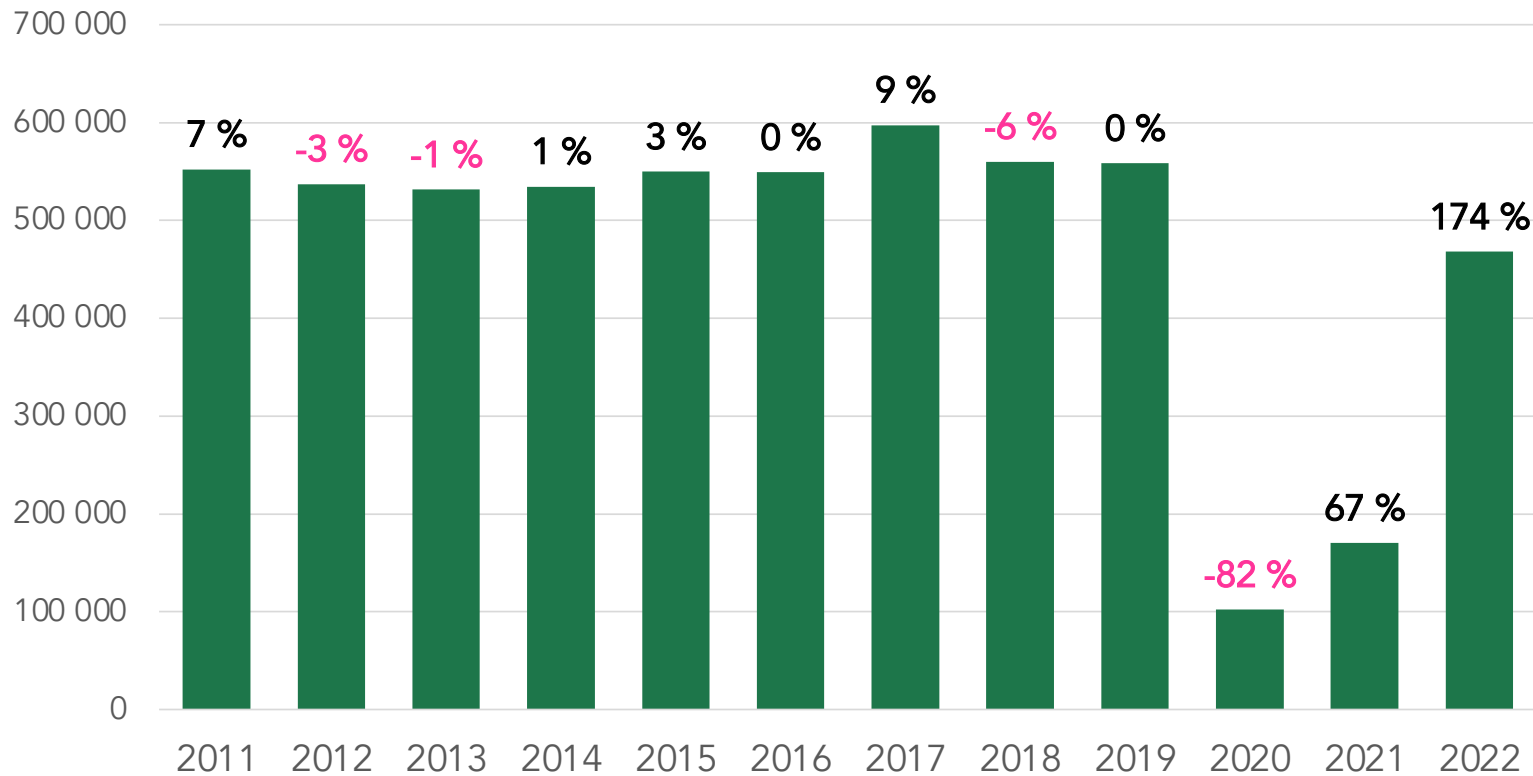
| | Overnights | Change to Feb2019 |
|-------------|------------|-------------------|
| France | 79 800 | +28% |
| Germany | 77 000 | +22% |
| Netherlands | 54 300 | +19% |
| UK | 53 100 | -15% |
| Belgium | 22 800 | +81% |



Swedish overnights in Finland



Swedish overnights in Finland 2011-2022

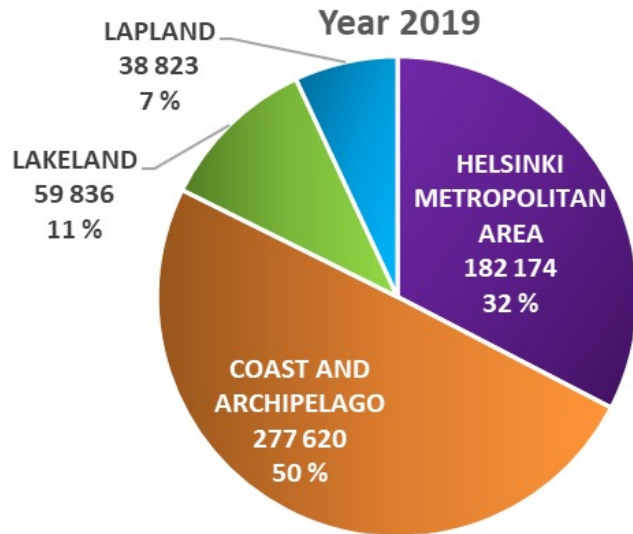


2022
467,900 nights
#3 in market ranking
YoY change +174%
2022 vs. 2019 -16%

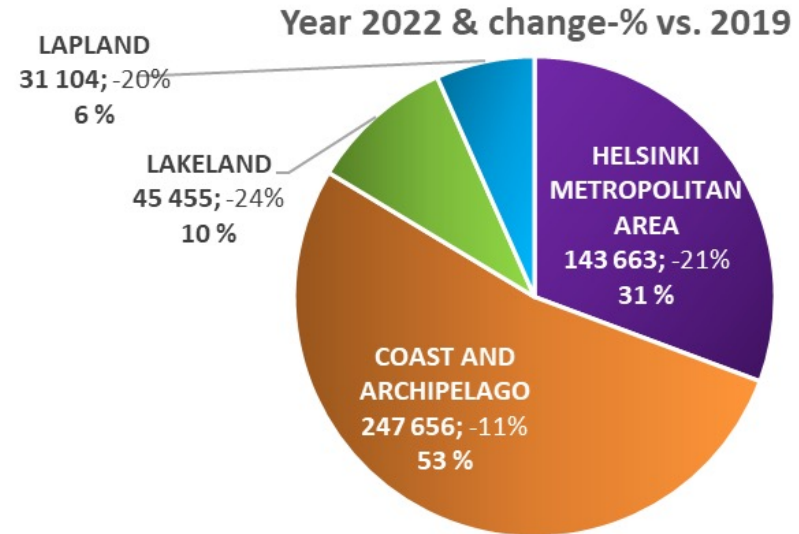
2019
558,500 nights
#4 in market ranking

Swedish overnights in Main Regions 2019 & 2022

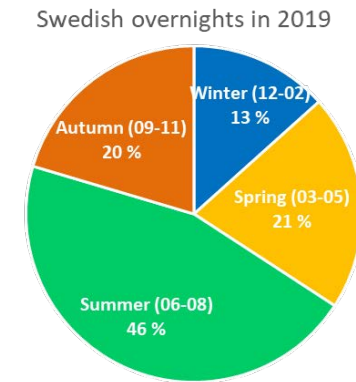
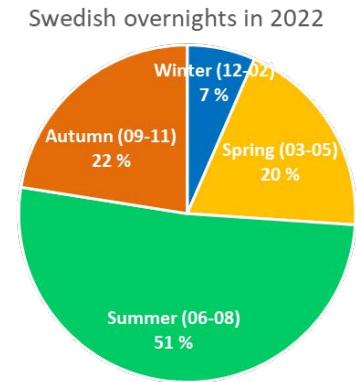
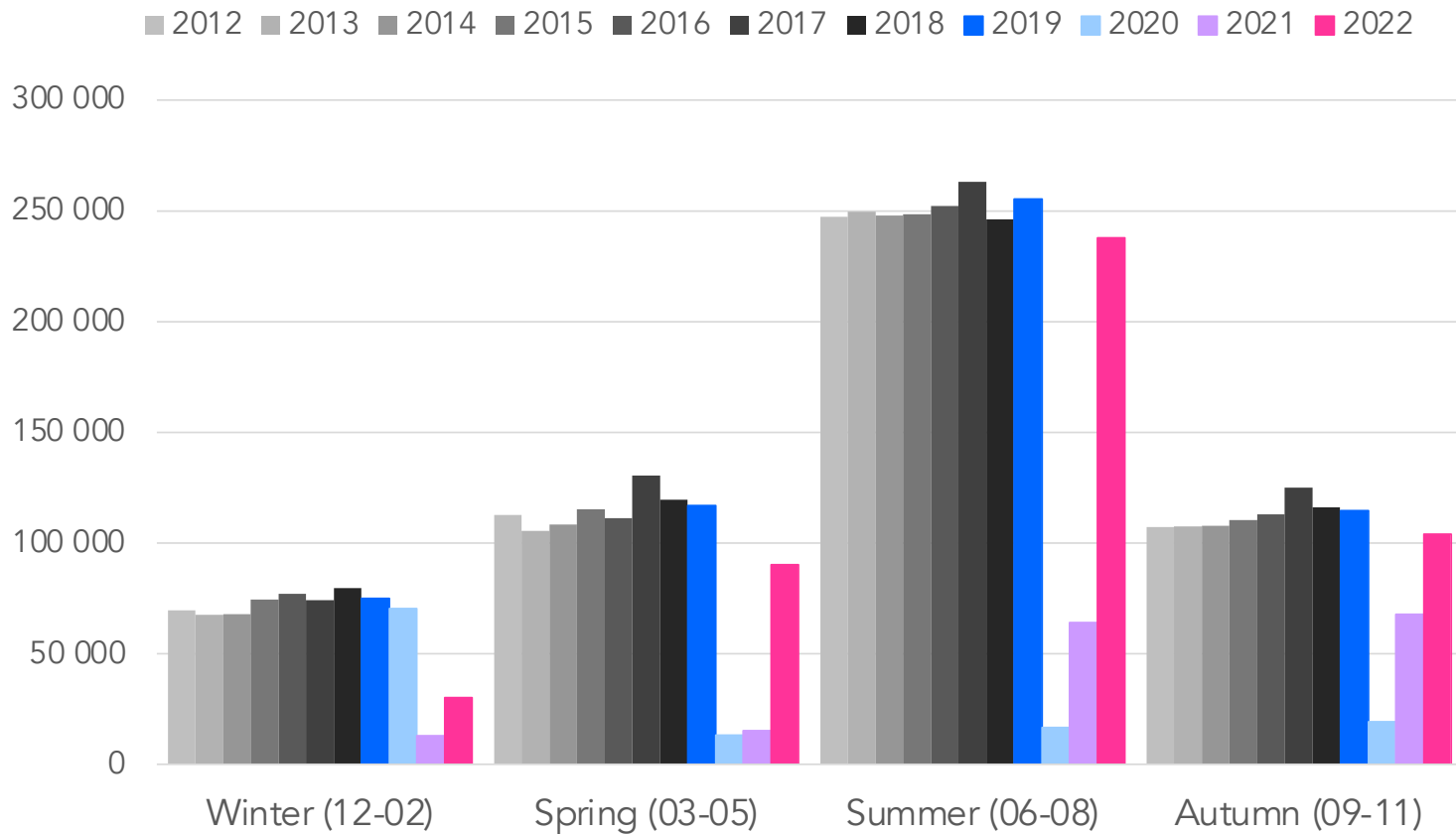
Swedish overnights in main marketing areas



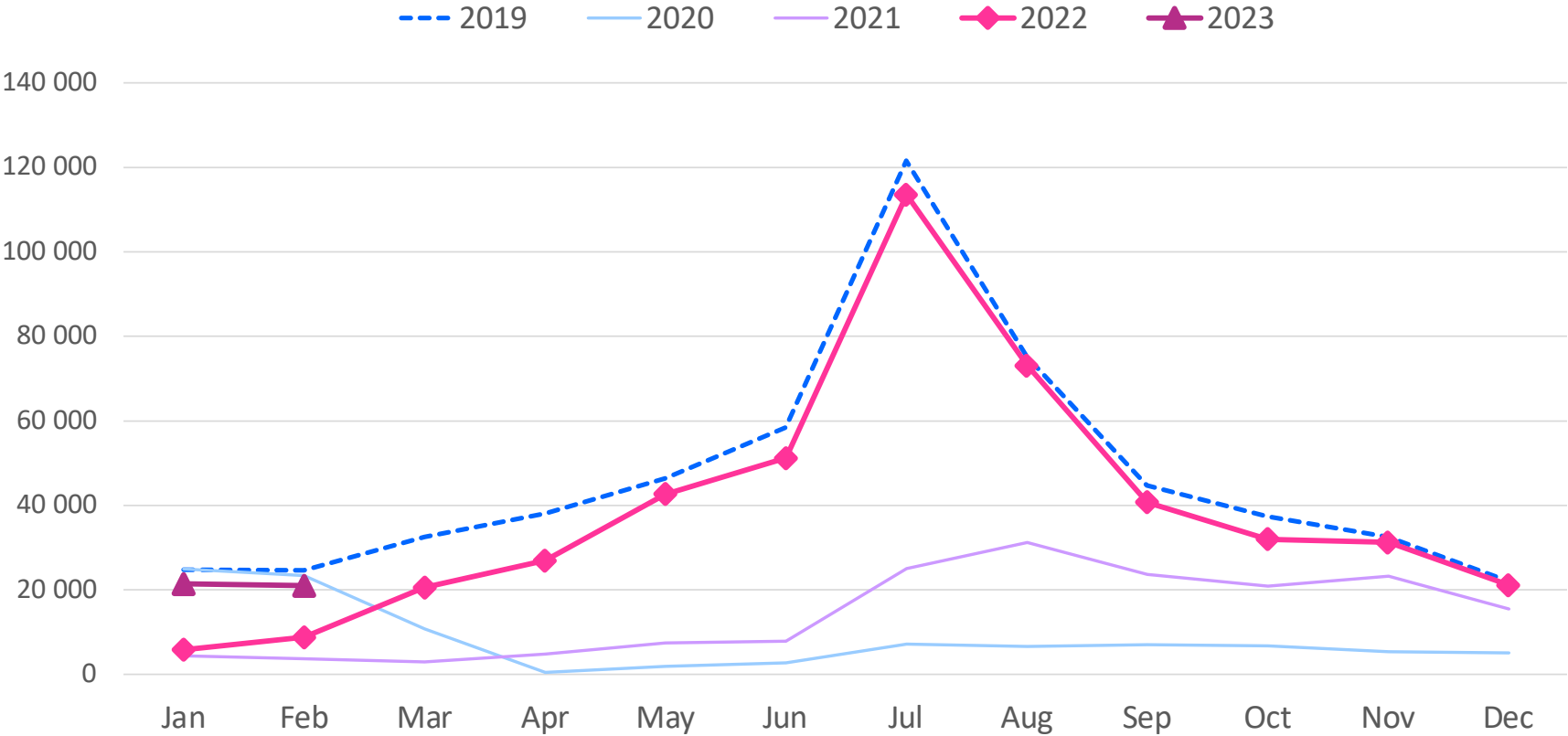
Swedish overnights in main marketing areas



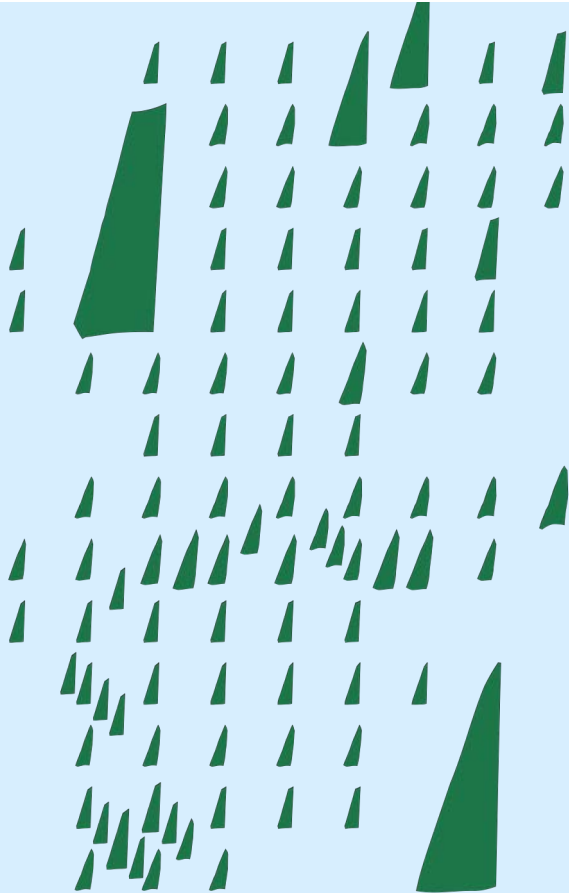
Sweden – Seasonal Overnights in Finland 2012-2022













Swedish monthly overnights in Finland 2019-2023












Travel related internet searches 2022 vs. 2019



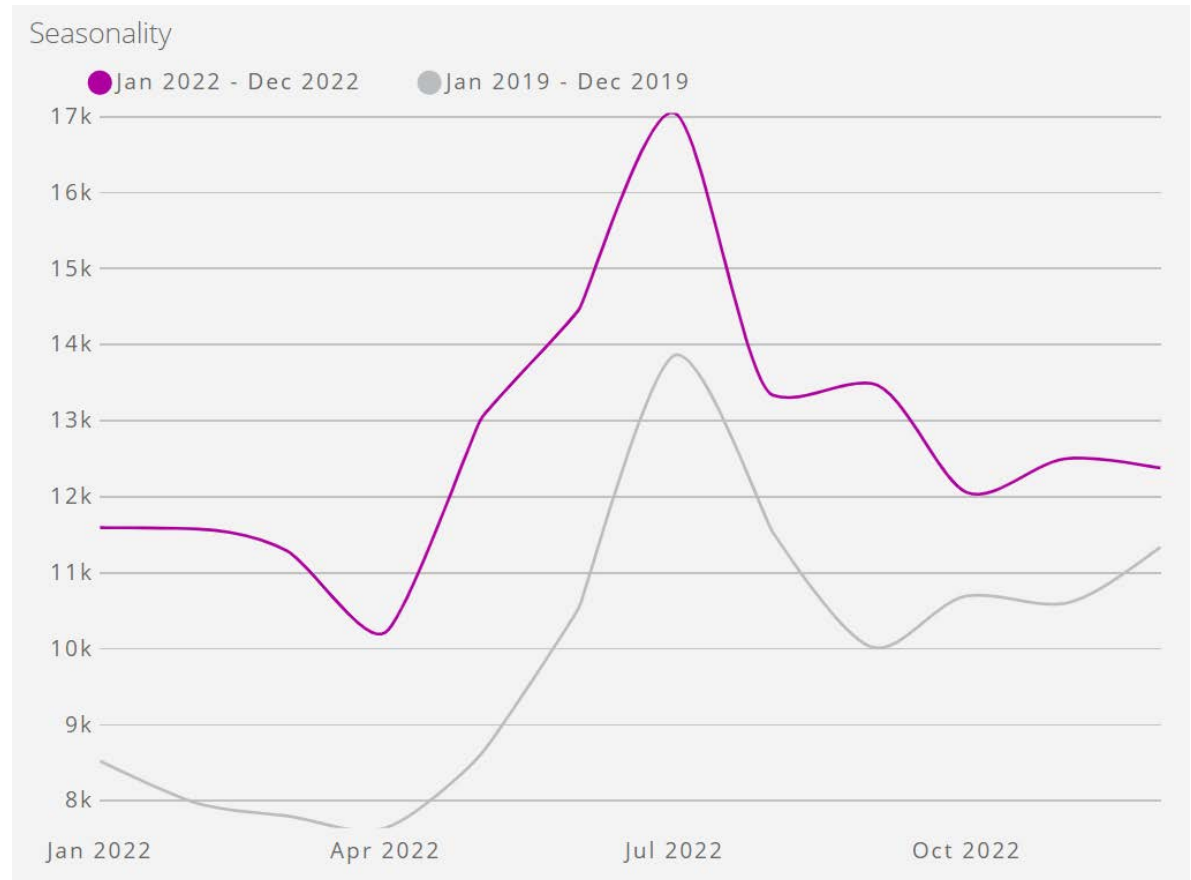
Top Target Markets 2022 vs. 2019

| Target Market Distribution | | | 2022 | 22/19 |
|----------------------------|---|----------------|----------|--------|
| Rank | Flag | Country | Searches | Growth |
| 1 |  | Germany | 635,793 | 36.7% |
| 2 |  | Japan | 592,326 | 7.9% |
| 3 |  | United States | 590,094 | 53.8% |
| 4 |  | United Kingdom | 382,169 | 29.2% |
| 5 |  | Italy | 285,187 | 33.4% |
| 6 |  | France | 283,549 | 20.9% |
| 7 |  | Spain | 243,895 | 30.5% |
| 8 |  | Estonia | 175,015 | 66.0% |
| 9 |  | Netherlands | 166,802 | 38.1% |
| 10 |  | India | 164,824 | 30.7% |

| Target Market Distribution | | | 2022 | 22/19 |
|----------------------------|---|-------------|----------|---------|
| Rank | Flag | Country | Searches | Growth |
| 11 |  | Sweden | 152,968 | 28.4% |
| 12 |  | Canada | 146,342 | 58.3% |
| 13 |  | Switzerland | 136,764 | 22.0% |
| 14 |  | Austria | 99,079 | 24.1% |
| 15 |  | Australia | 88,853 | 28.3% |
| 16 |  | Belgium | 81,009 | 26.4% |
| 17 |  | China | 74,768 | -86.4% |
| 18 |  | South Korea | 58,664 | 42.2% |
| 19 |  | Russia | 0 | -100.0% |

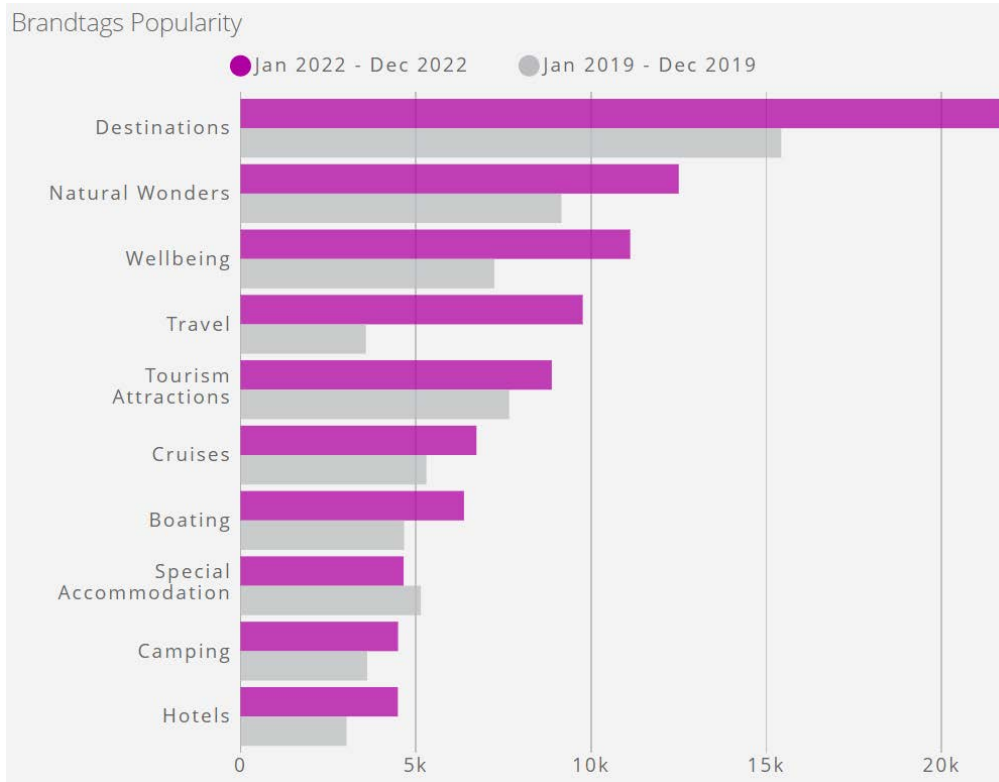
Sweden: Seasonality of Searches

2022 and 2019

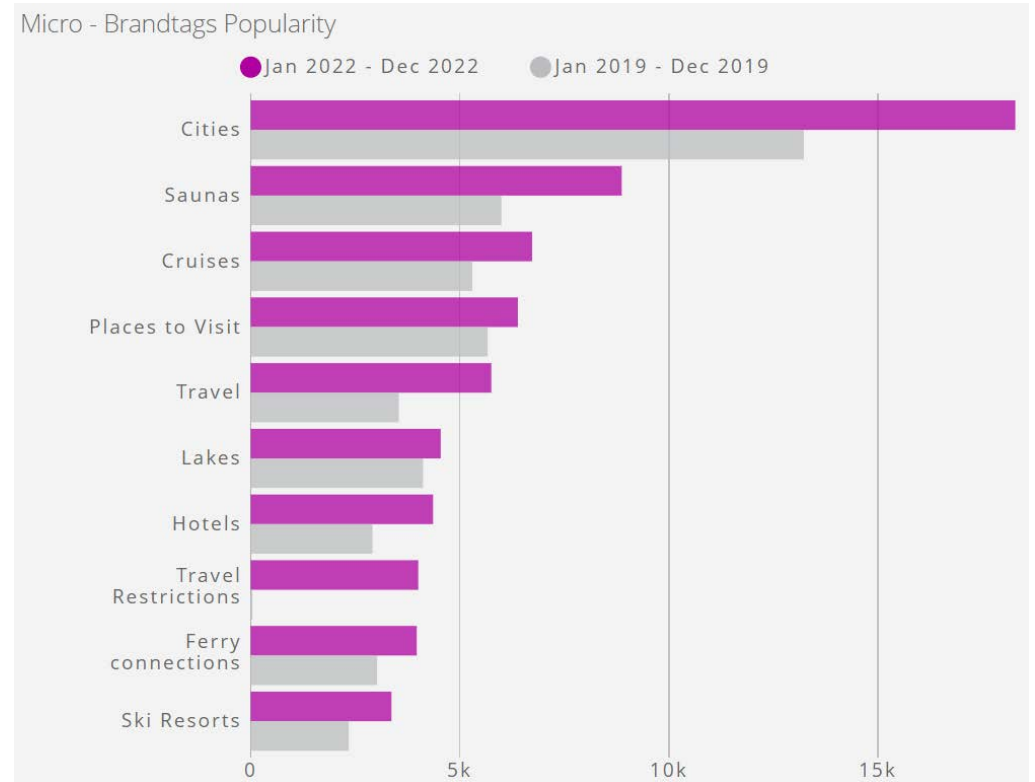


Sweden: Most searched topics and keywords 2022 vs. 2019

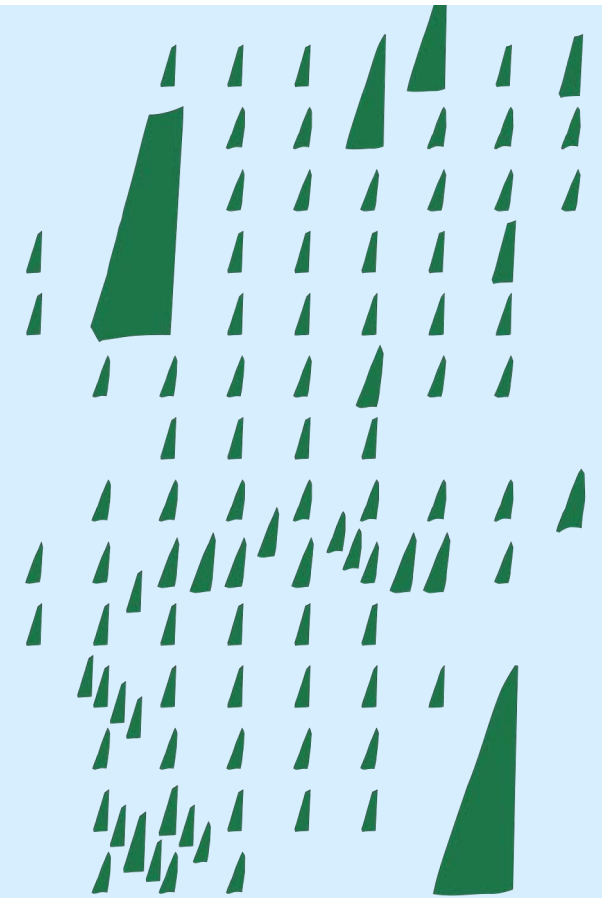
Most Popular Topics



Most Popular Keywords



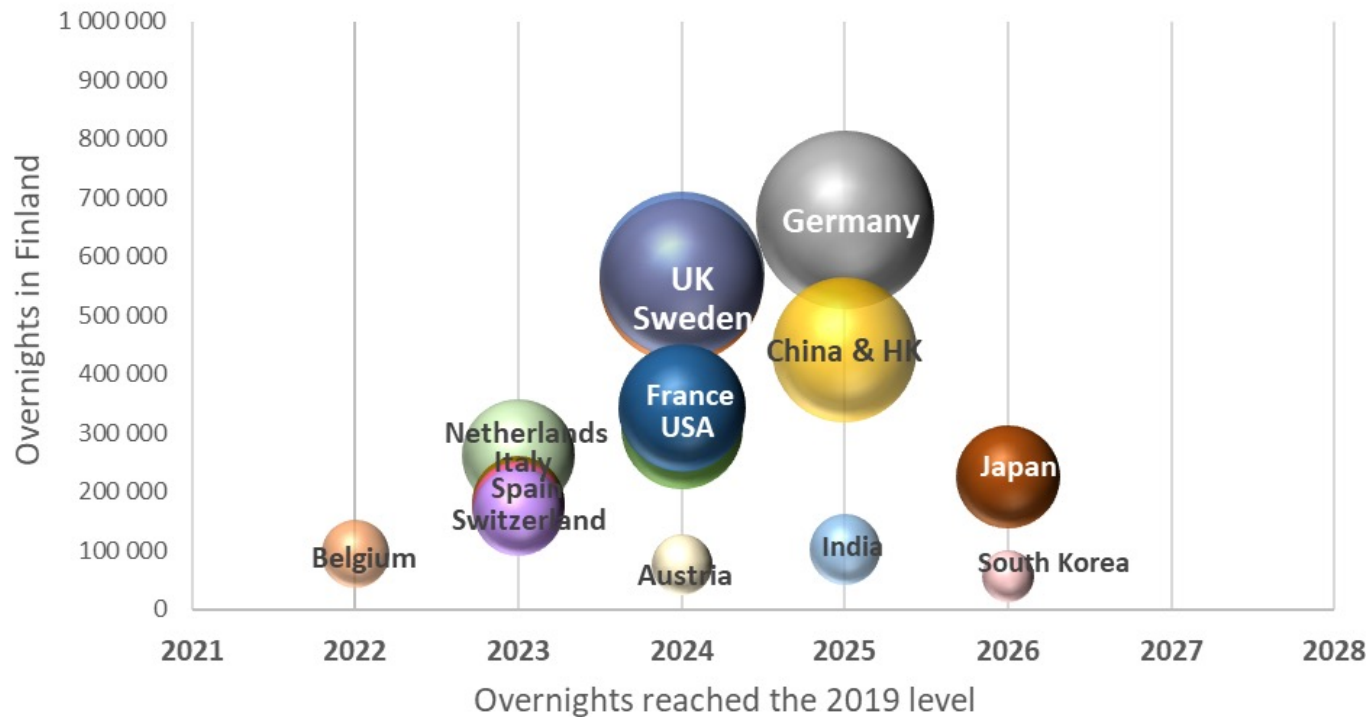
Oxford Economics forecast for Travel Recovery



Overnights – Recovery to 2019 levels

Databank update March/2023

Recovery timeline - Overnights in Finland reached the level of 2019

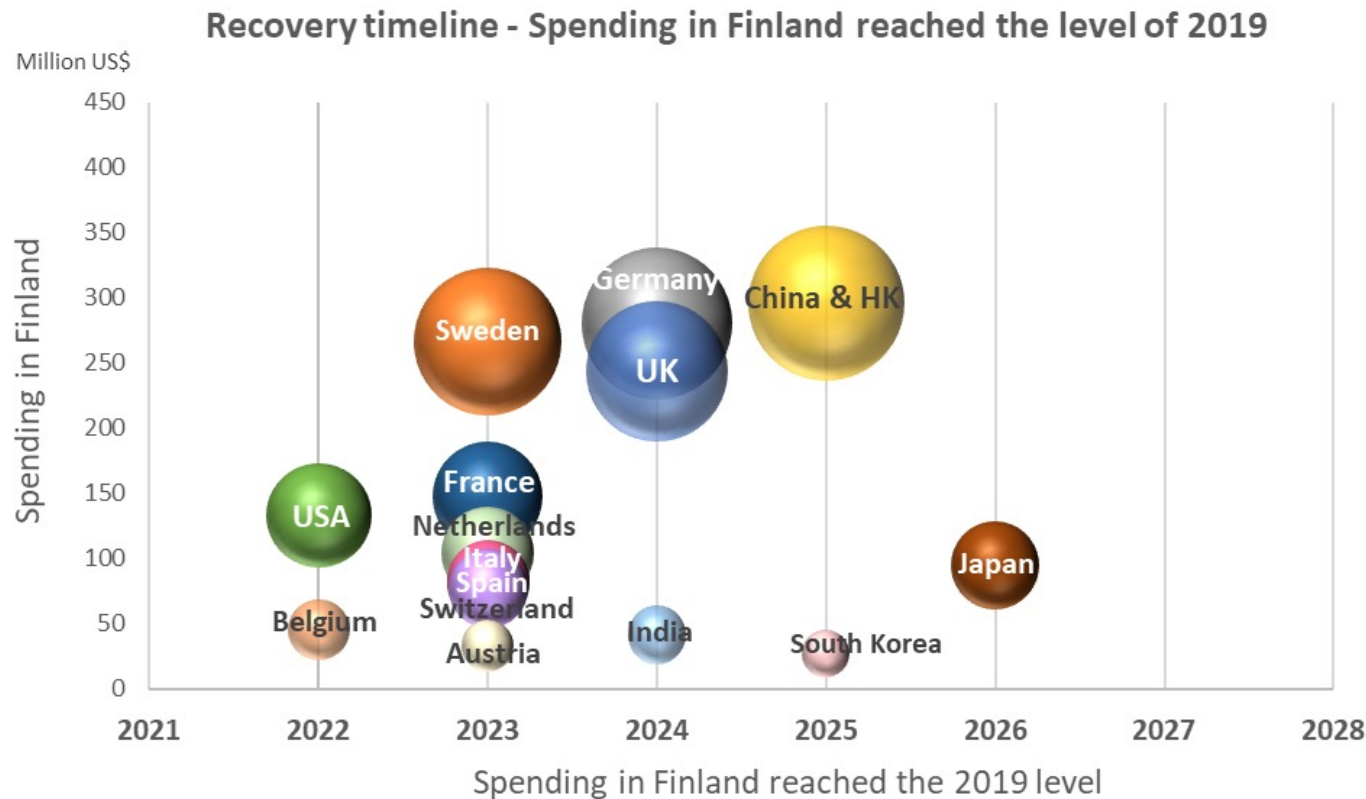


Source: Oxford Economics, databank update Mar 27, 2023

| | No. of overnights in 2023 | comp. to 2019 |
|-------------|---------------------------|---------------|
| Germany | 546 200 | -17 % |
| Sweden | 523 300 | -6 % |
| UK | 503 100 | -12 % |
| France | 329 900 | -3 % |
| Netherlands | 298 100 | 14 % |
| USA | 290 400 | -6 % |
| Italy | 193 800 | 7 % |
| Spain | 193 700 | 11 % |
| Russia* | 180 200 | -78 % |
| China | 174 200 | -61 % |
| Switzerland | 167 700 | 1 % |
| Belgium | 122 200 | 30 % |
| Japan | 91 200 | -59 % |
| Austria | 74 000 | -3 % |
| India | 71 300 | -30 % |
| South Korea | 37 100 | -34 % |

Spending – Recovery to 2019 levels

Databank update March/2023



Source: Oxford Economics, databank update Mar 27, 2023

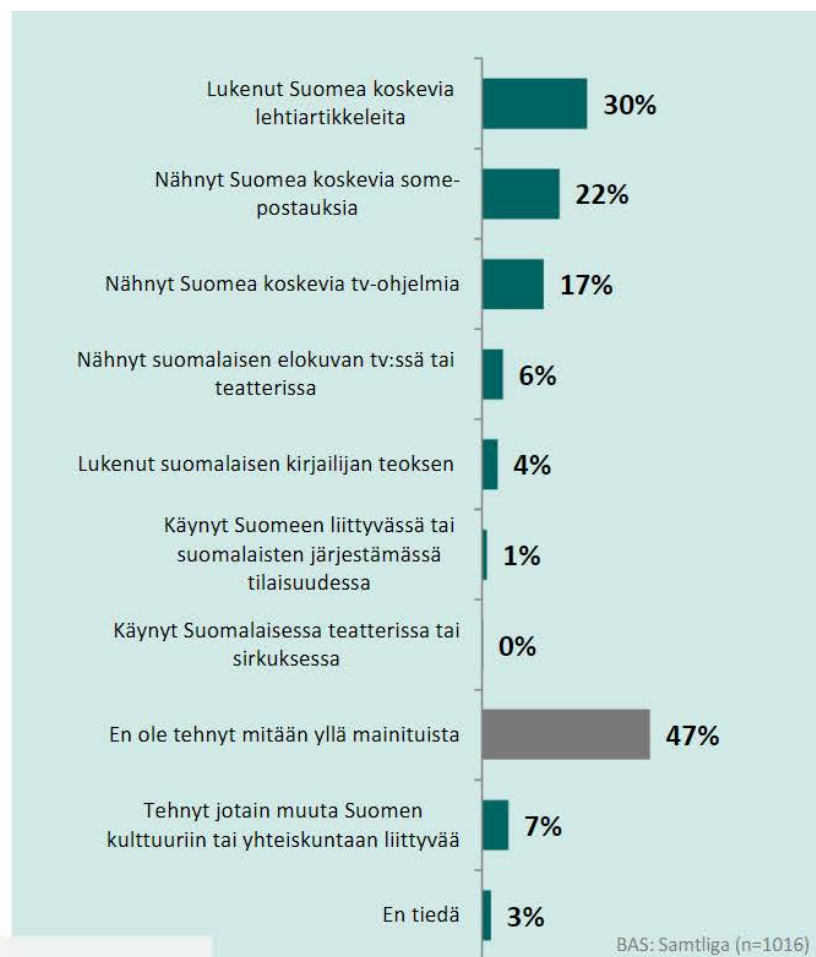
| | Spending (Million US\$) in 2023 | comp.to 2019 |
|-----------------|---------------------------------|--------------|
| Sweden | 260,6 | -2 % |
| Germany | 225,2 | -20 % |
| United Kingdom | 212,1 | -13 % |
| France | 143,6 | -2 % |
| United States** | 124,3 | -6 % |
| China | 113,3 | -62 % |
| Netherlands | 113,3 | 9 % |
| Spain | 89,6 | 9 % |
| Italy | 88,8 | 10 % |
| Russia | 79,2 | -79 % |
| Switzerland | 77,3 | 1 % |
| Belgium | 57,9 | 28 % |
| Japan | 35,7 | -62 % |
| Austria | 32,3 | -2 % |
| India | 30,9 | -25 % |
| South Korea | 19,4 | -26 % |

**) USA will recover to 2019 level in 2022, but will remain slightly below 2019 level in 2023

Ruotsin kohdemarkkinana 2023

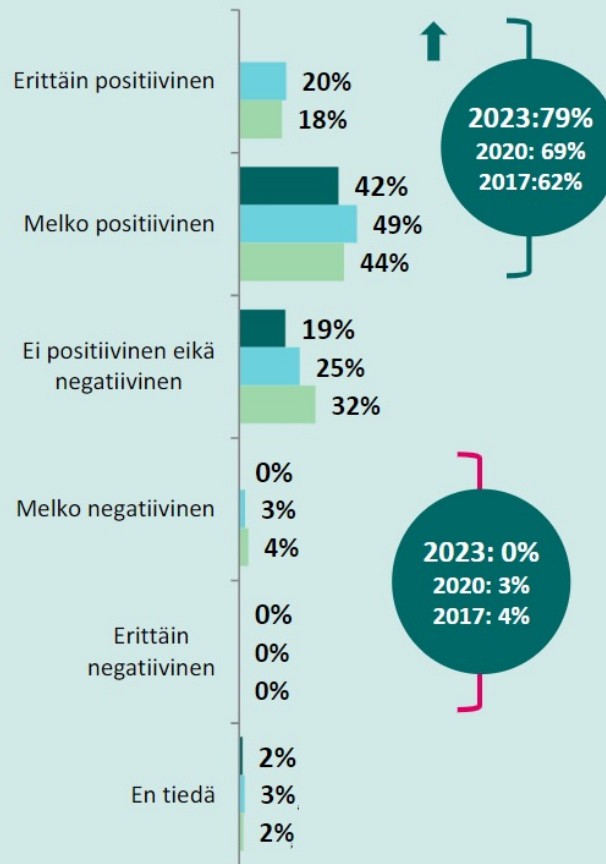
Kolme kymmenestä ovat lukeneet lehtiartikkeleita Suomesta viimeisen puolen vuoden

Viimeisen puolen vuoden aikana olen

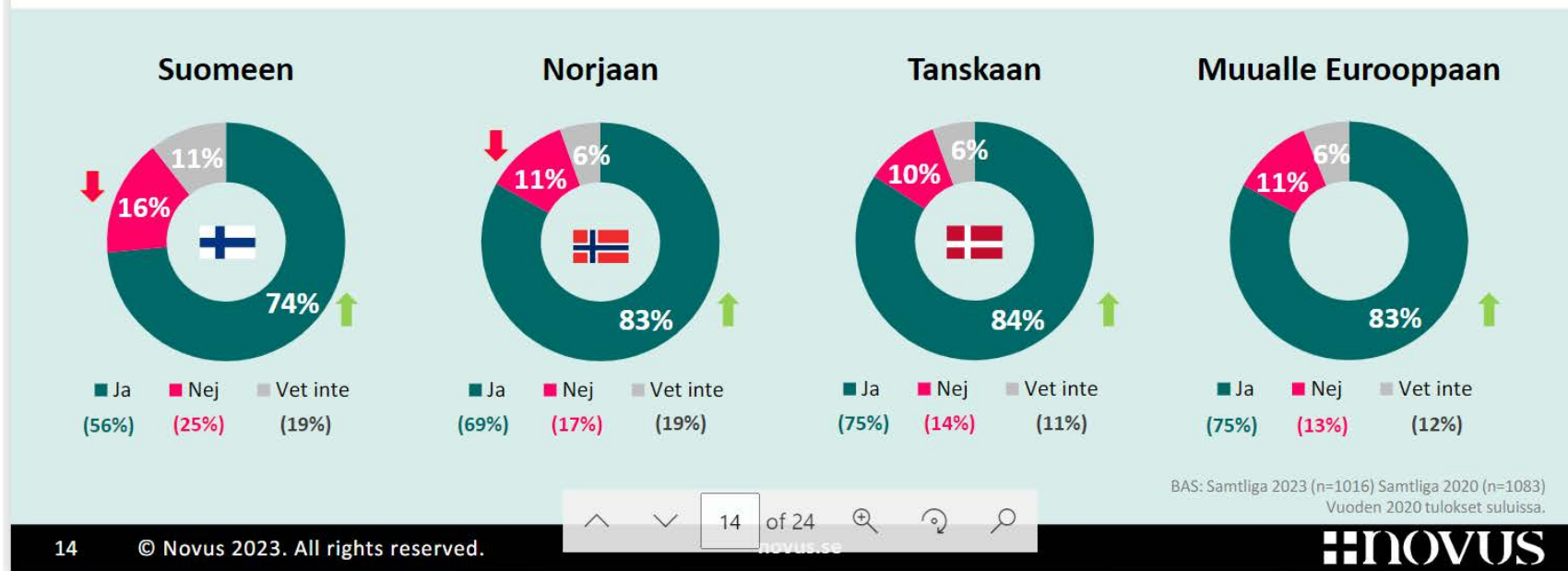


Kahdeksan kymmenestä suhtautuu positiivisesti Suomeen

Yleinen suhtautuminen Suomeen:

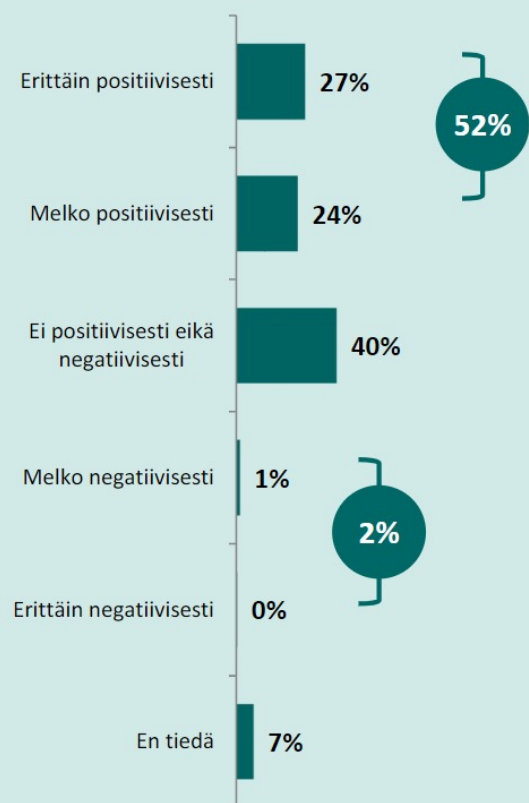


Voisitko ajatella seuraavan vuoden aikana turistikatkoa



Hieman yli puolet uskoo, että Nato-prosessi on vaikuttanut myönteisesti heidän kuvaansa Suomesta

Miten NATO-prosessi on vaikuttanut mielikuvaasi Suomesta?



Ruotsalaiset matkailijoina

Kestävyys noussut aina vain tärkeämmäksi kriteeriksi matkakohdetta valittaessa.

Lomalle matkustetaan mielellään omalla autolla, laivalla, junalla tai bussilla.

Ruotsalaiset ovat hyvin perhekeskeisiä ja lomalle matkustetaan oman perheen ja ystävien kanssa.

Matkakohteiden suositukset ovat tärkeitä.

Ruotsalaiset suosivat kevyitä luontoretkiä ja yksinkertaisia luontokokemuksia, myös kulttuuri ja ruoka ovat tärkeitä matkalla.



First name Last name

Vinkkejä tuotteistukseen ja viestintään



- Miten Suomi ja oma kohde/yritys eroaa muista kohteista
- Suomen USP:t ja alueelliset USP:t yksityiskohtaisemmin kuin muilla markkinoilla
- Hotellien sijaan/lisäksi tietoa käyntikohteista ja elämyksistä (TOP5 listat)
- Miltä tuntuu? Miltä näyttää? Fiilistelyä, kuvia, unelmia....
- Nostettavia teemoja ja näille konkretiaa:
 - Ruotsinkielisyys, sen kulttuuri ja historia
 - Arkkitehtuuri ja design
 - Ruokakulttuuri ja lähiruoka
 - Perhekohteet

Visit Finland toimenpiteet Ruotsissa

Focus B2C toimenpiteissä

Globaali imagokampanja ensimmäistä kertaa myös Ruotsissa

- ruotsalainen Master class-oppilas

Partnerikampanja "Hitta lyckan på nära hall"

OTA kampanja hotels.com

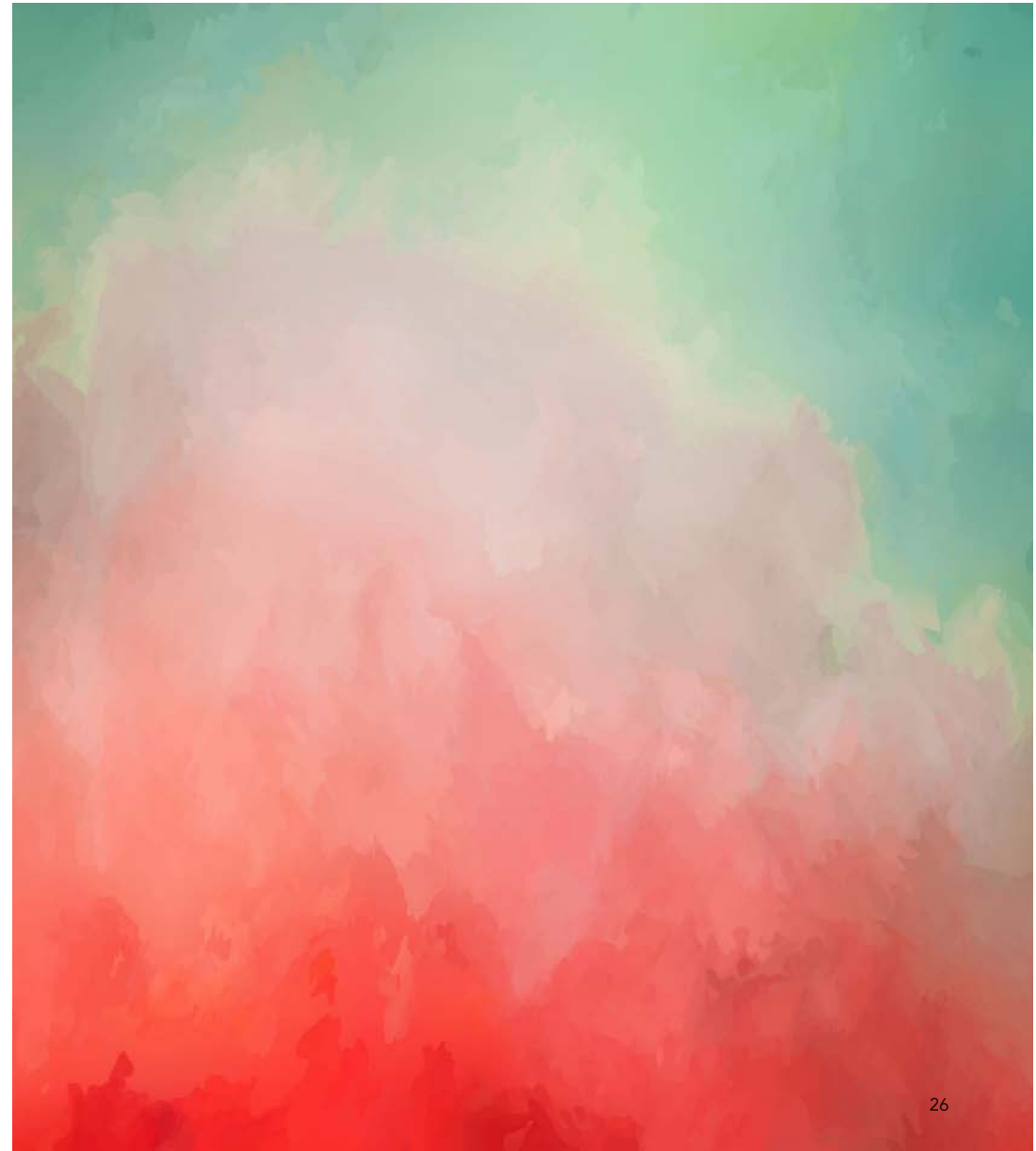
PR työ

- media, influencerit

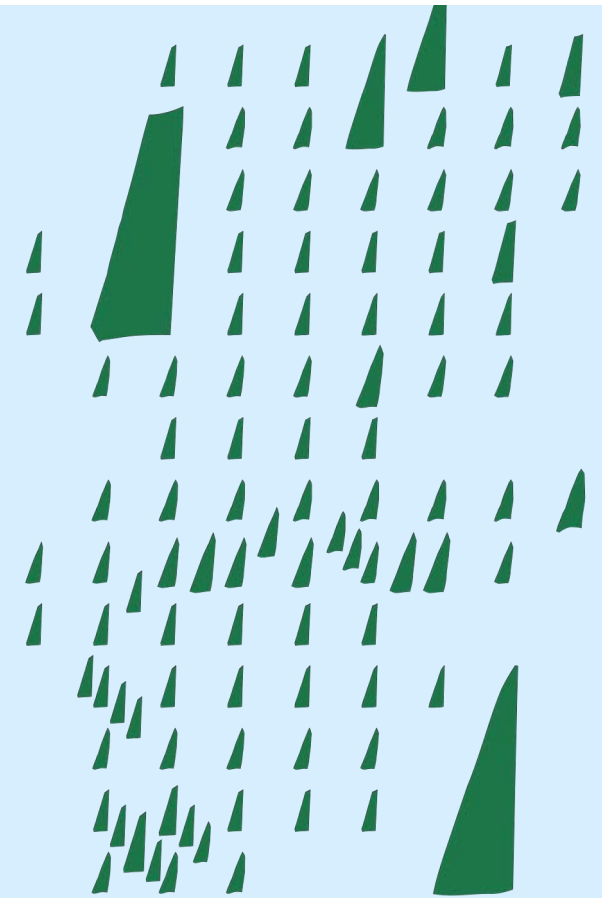
- uutiset, pitchit, kampanjat

Vf.com ruotsinkieliset sivun kehitystyö

SoMe suunnitelmien kehittäminen



Campaigns in Sweden 2023





**FIND
YOUR INNER**
Finn
MASTER IN HAPPINESS



**World's first nation with
its own masterclass**

sharing happiness skills worldwide.

Campaign phases

Reach

PHASE 1

Break the news
in PR globally



March 2023

Engage

PHASE 2

Campaign launch:
The Live Masterclass is
open for applications
on VF Instagram



March 2023

Activate

PHASE 3

The Live Masterclass starts:
Event production, PR actions & live
content for own channels

+ Producing the content for
co-operational platform or
VF channels



June 2023

Nurture

PHASE 4

Campaign hero conclusion:
Masterclass available
for everyone online followed with
PR actions



August 2023



4 days

**4 days for guests
4 days for media & influencers
In June 2023 at Kuru Resort, Lakeland**

**4
themes**

**Nature & Lifestyle
Health & Balance
Design & Everyday
Food & Wellbeing**

4 coaches

**Selected among the most
interesting forerunners for each
theme**



Visit Finland

Resmål i Finland

Saker att göra

Praktiska tips



Det är dags att besöka ditt grannland

Hitta lyckan på nära håll i Finland

Sugen på en speciell semester i sommar? Den finns närmare än du kanske tror. Upptäck Finland, världens lyckligaste land väntar på andra sidan Östersjön.

Hitta lyckan på nära håll

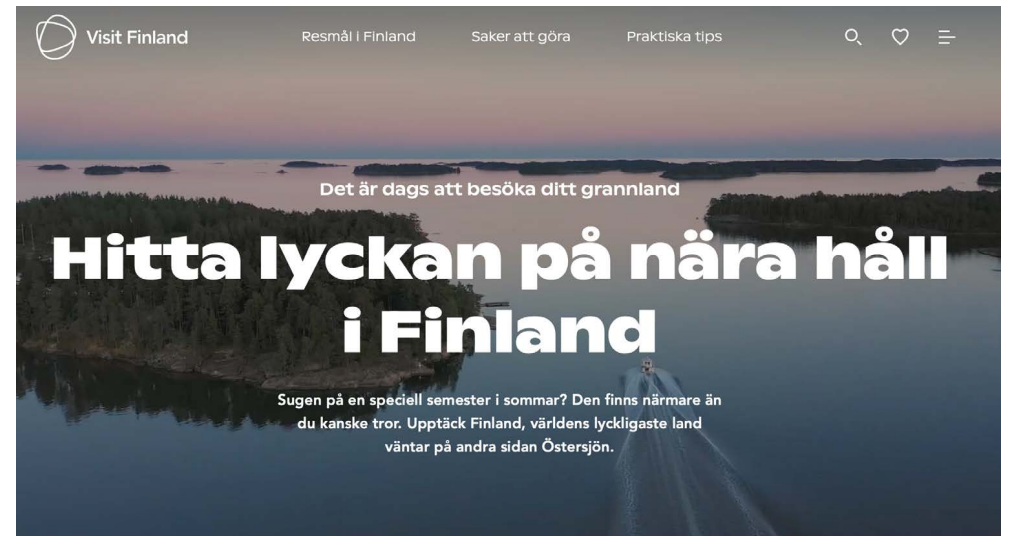
The goal: to raise **awareness** of Finland's travel destinations and to reach travelers from Sweden and they are encouraged to familiarize themselves with the campaign pages and to be inspired by Finland as a travel destination.

Content:

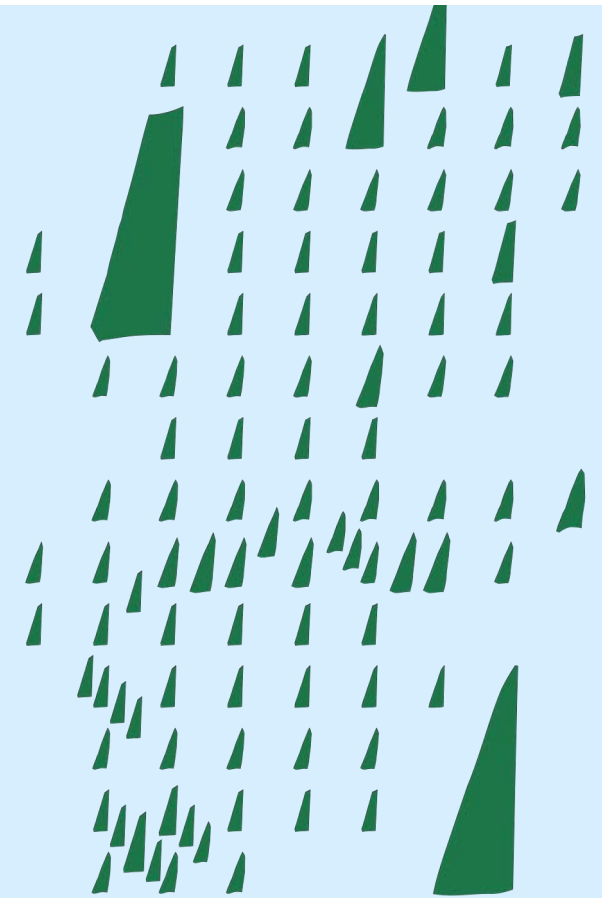
- The partner's visibility on the campaign's main page on visitfinland.com
- The partner's own campaign page on visitfinland.com
- Max 10 Travel DataHub products
- Visibility of the paid media according to the media plan: Meta and YouTube
- Final report
- Total duration: April – September 2023

Hitta lyckan på nära håll

- Including VF budget
- Advertising period: April - May
- Partners
 - Kotka-Hamina
 - Savonlinnan Seudun Matkailu and Savonlinnan Oopperajuhlat
 - Visit Pohjanmaa (Vaasa, Kristiinankaupunki, Kokkola, Seinäjoki, Lakeus, Pietarsaari, Wasaline)
 - Visit Archipelago (Naantali, Pori, Rauma, Parainen, Turku Archipelago)
- <https://www.visitfinland.com/sv/hitta-lyckan/>



Upptäck ett helt nytt Finland i år Hotels.com campaign 2023



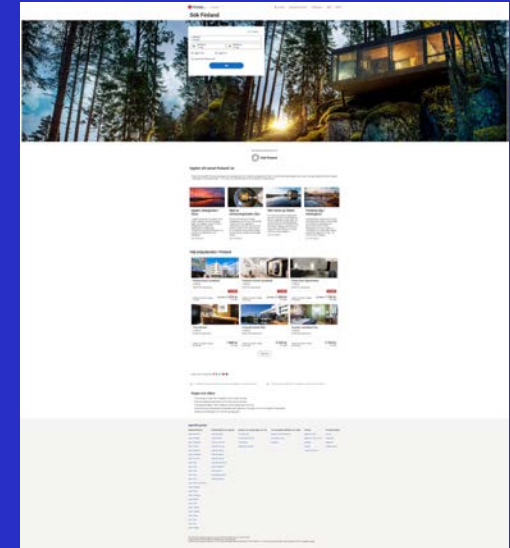
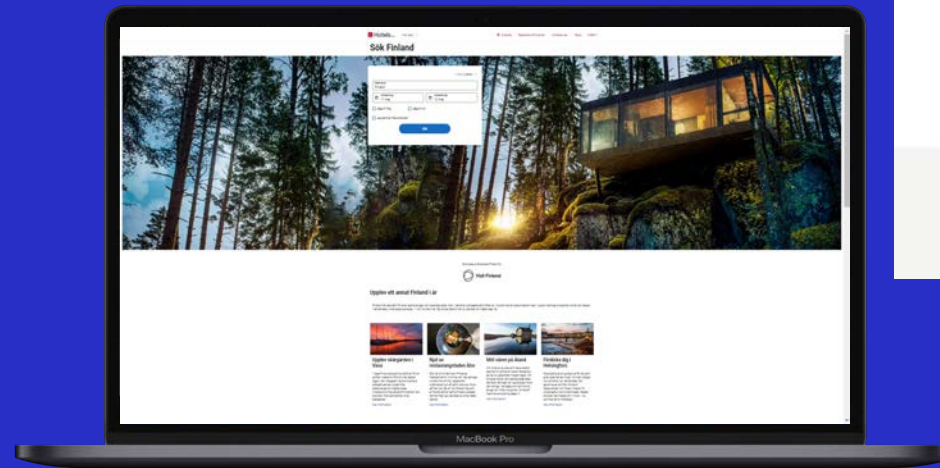
Campaign Landing Page & Listicles Hotels.com Sweden

<https://sv.hotels.com/lp/hotel-deals/ms-b-dmo-hcom-se-visit-finland?siteid=300000011&langid=1053&preview=true&cache=false>

<https://sv.hotels.com/spotlight/VisitFinland-HcomSE?preview=1>

(Themes: food, sauna, accommodation, design&culture, architecture)

expedia group™
media solutions



Hotels.com Sweden



CTR:0,05%



CTR:0,05%

Hotels.com Sweden



Mainos



Visit Finland

Upplöv det unika Finland i år

I Finland finns mer än bara vacker natur. Upptäck hemliga resorter, unika bastur – och mycket mer.



Mainos



Visit Finland

Upplöv det unika Finland i år

I Finland finns mer än bara vacker natur. Upptäck hemliga resorter, unika bastur – och mycket mer.

PR & media in Sweden

What exactly do we do in Sweden right now?

In constant active cooperation with our PR agency in Stockholm, we perform following PR and media activities:

Distribution of international and market specific press releases

Proactive regular pitching to Swedish national and regional media (print, online, social)

Media visits (international group visits, national group visits, individual visits)

for both media and social media influencers

In addition to activities mentioned above, we are currently working on various

PR activities focused on promotion of "Find your inner Finn" campaign – large scale international image campaign by Visit Finland.

Most relevant themes rising interest among Swedish media currently:

Sauna, wellness, happiness, gastronomy, culture, design, art

Sweden coverage highlights - 2023 so far

DAGENS NYHETER. Nyheter Sverige Världen Ekonomi Kultur Sport Klimatet Ledare DN Debatt

Upplev ny arkitektur och design i Helsingfors

Publicerad 2023-04-30



Helsingfors är en skärgårdsstad, och redan i hamninloppet finns öar med fina skärgårdskrogar som enkelt nås med båt. Foto: Anders Pihl

METROMODE

Tåggluffa i Finland i sommar – Här är de bästa tipsen inför din tåggluff

METROMODE 29 JUNI 2023

Tåggluffen är tillbaka, och det finns mycket att upptäcka i vårt grannland Finland. Fynd biljetter, packa väskan och ge dig ut på en oförglömlig upptäcksfärd. Nedan listar vi fyra stopp och anledningar att upptäcka Finland!



Dagens industri START BÖRS MARKNADSHYTT BEVAKNINGAR LEDARE DI TV JOBB ANALYS

Så förändras den finska bastukulturen

Finlands bastukultur är under förändring. Från att vara något finländare helst gör hemma är bastandet numera socialt och gärna kryddat med en upplevelse. Det nya svarta – och svettiga – är glassiga anläggningar med fin mat, dryck, konst och kyliga bad.

Publicerad: 21 januari 2023, 10:33

Maja-Stina Skarstedt



Sweden coverage highlights - 2023 so far



Nu kan alla bli en finländare.
Foto: Julia Kivela

Gå en lyckokurs och lär dig hitta "din inre finländare"

Fem år i rad har Finland utnämnts till världens lyckligaste land i den globala undersökningen Oracle Happiness Report. För att inspirera andra har Visit Finland nu lanserat en gratis "masterclass of happiness" på skogsresorten Kuru 12-15 juni. Tio deltagare kommer att väljas ut för att tillsammans med finska

experter inom områden som design och mat få chans att hitta "sin inre finländare".
– Det är en unik möjlighet för alla som söker äventyr, lycka och lugn, säger Business Finlands senior director Heli Jimenez.

Ansökan är öppen till och med 2 april.
findyourinnerfinn.com SvD

Finland delar med sig av lyckorecept

Finländarna har för sjätte året i rad utsetts till världens lyckligaste folk i en FN-rapport. Men enligt Heli Jimenez, vd för organisationen Business Finland, är den finska lyckan ingen nationell hemlighet utan tvärtom en färdighet som kan läras.

För att bevisa detta ger den statliga turistmyndigheten Visit Finland bort tio gratisresor till Finland för en fyra dagar lång "masterclass" i finländsk filosofi och livsbalans. Expertcoacher ska undervisa i teman som natur och livsstil, hälsa och balans, design, mat och välmående.

Enligt Heli Jimenez härrör finländarnas lycka från en nära rela-



Enligt Visit Finland beror finländarnas lycka bland annat på en nära relation till naturen.
Foto: Wiktor Nummelin/TT

tion till naturen och en jordnära livsstil, och hon får medhåll av vd:n för kundfeedbackföretaget Happy Or Not, Miika Mäkitalo:

– Vi värder balansen mellan arbete och privatliv, tror på vårt samhälle och ägnar tid åt att nyttja vår närhet till naturen, säger han till CNBC.

Han påpekar också att begreppet "sisu" spelar en viktig roll. Ordet saknar både svensk och engelsk motsvarighet, men innebär ungefär att tänja på sina egna gränser och ta sig an till synes oöverstigitliga utmaningar direkt.

– Filosofin är en sammanslagning av uthållighet, motståndskraft och att sätta problem i perspektiv. Sisu definierar vår nationella karaktär och är ett lika igenkännligt och accepterat koncept för finländare som den "amerikanska drömmen" kan vara för amerikaner, säger han.

Finlands första "Masterclass of happiness" kommer att hållas den 12-15 juni på lyxiga Kuru Resort, beläget vid en sjö i södra Finland. Enligt Visit Finland kommer masterclassen att finnas tillgänglig online senare i sommar.

Kristina Erkenborn/TT

BOXVINER FLASKVINER TIDNINGEN BOXTOPPEN



Hem / Åland och Åbo for foodies - upptäck matdestinationerna en färja bort

Åland och Åbo for foodies - upptäck matdestinationerna en färja bort

FLER RECEPT



