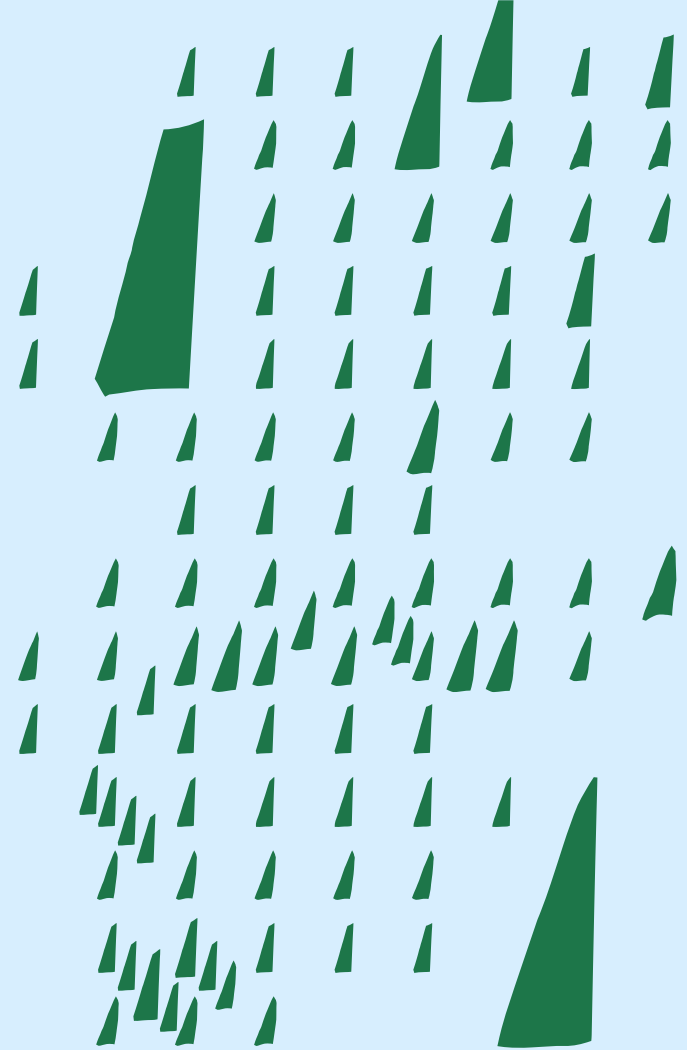


USA

Maaraportti



Tutkimuksen tausta

Tutkimustiedot

Markkinat: Saksa, Espanja, Ranska, USA, Japani

- Espanja, Ranska, Japani: valtakunnallinen
- Saksa: Länsi-Saksa ja Berliini, pois lukien Itä-Saksa
- USA: California, Texas, New York, Massachusetts ja Illinois

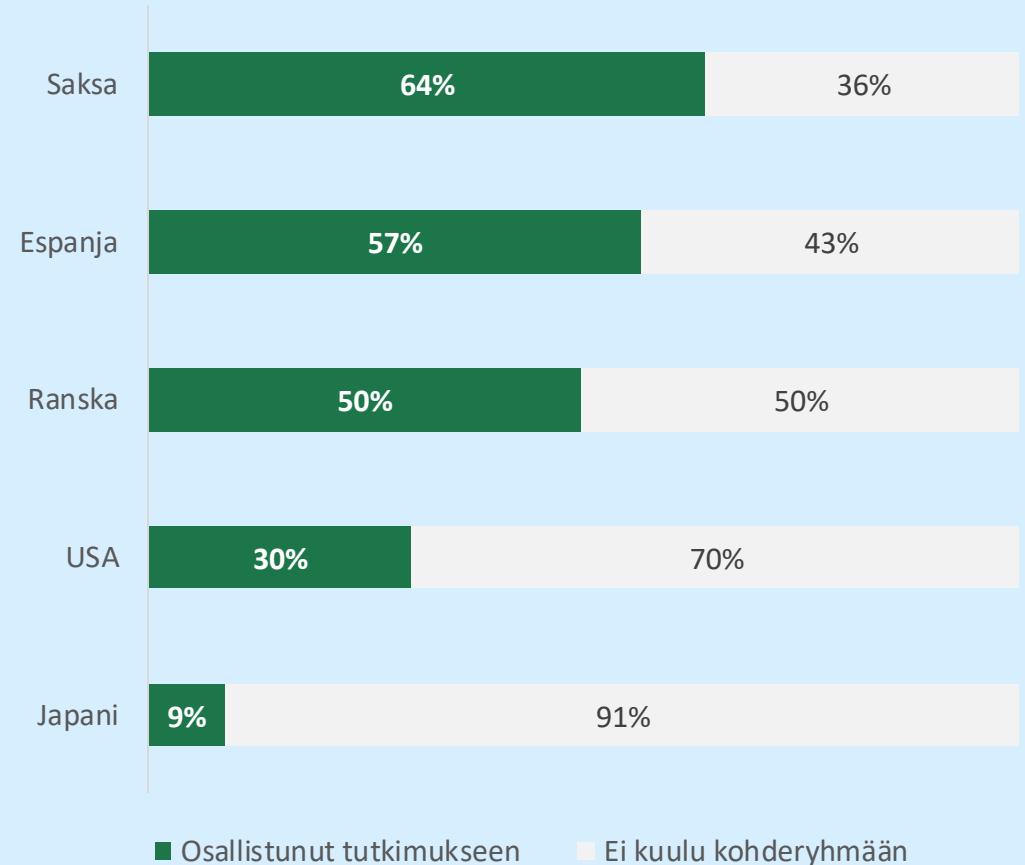
Kohderyhmä: 18-65-vuotiaat, suunnittelee vapaa-ajan matkaa ulkoimaille seuraavan kolmen vuoden aikana (Saksa, Espanja, Ranska), suunnittelee vapaa-ajan matkaa Eurooppaan seuraavan kolmen vuoden aikana (USA, Japani)

Tiedonkeruu aika: 3.-30.7.2025

Tutkimusmetodi: Kvantitatiivinen online-kysely

Otoskoko: Saksa 1020 IP, Espanja 1009 IP, Ranska 1026 IP, USA 1002 IP, Japani 1003 IP

Suunnittelee vapaa-ajan matkaa seuraavan kolmen vuoden aikana



Profiilikortti USA



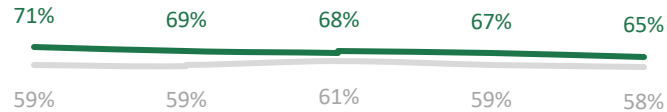
■ USA ■ Kaikki markkinat



SEGMENTIT

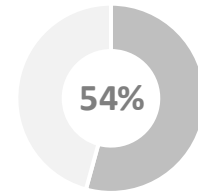
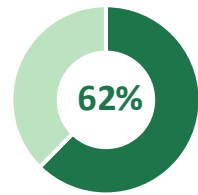


KIINNOSTAVIMMAT MATKATEEMAT

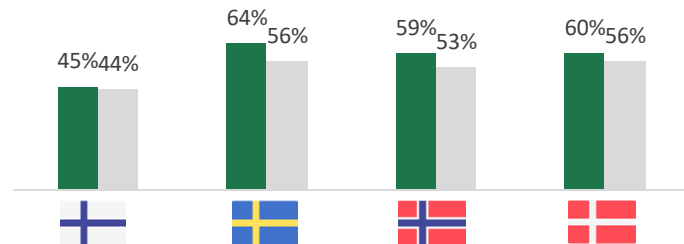


Paikallinen kulttuuri ja perinteet
Historia, taide, arkkitehtuuri (museovierailut, nähtävyydet)
Kaunis luonto ja luonnonihmeet
Ruokaelämykset ja paikalliset herkut
Kaupunkivierailut ja kaupunkielämä

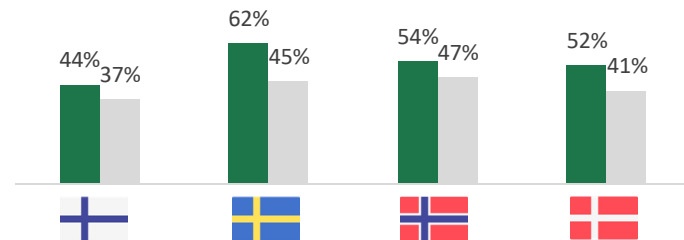
SUOMEN KIINNOSTAVUUS RUOKAMATKAILUKOhteena



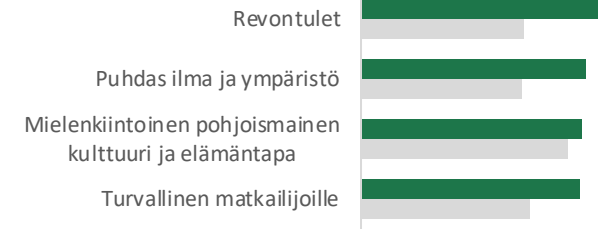
POHJOISMAIDEN TUNNETTUUS



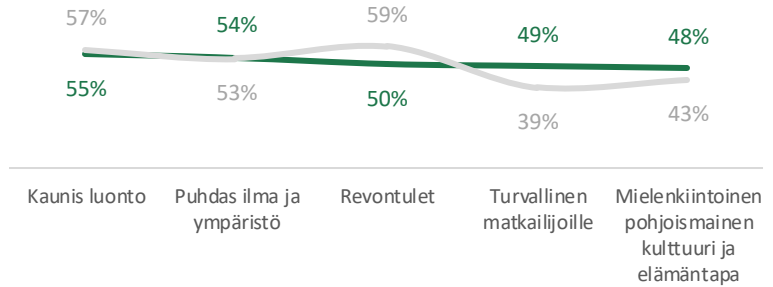
POHJOISMAIDEN HARKINTA



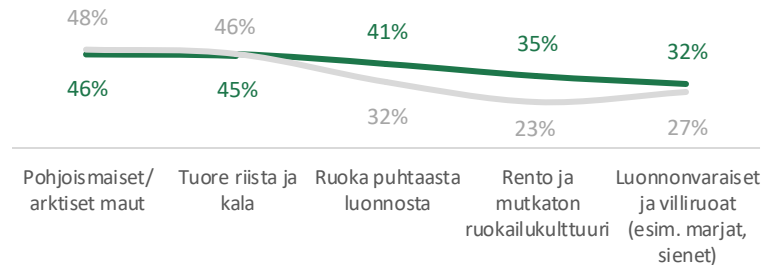
SUOMEN TÄRKEIMMÄT HARKINNAN AJURIT



SUOMEN TOP 5 MAAMIELIKUVAT



SUOMEN TOP 5 RUOKAMIELIKUVAT



Yhteenvedo USA

YHDYSVALTALAISET MATKAILIJOINA



Yhdysvaltalaisia matkustajia kiinnostavat monipuolisesti **erilaiset matkateemat**, kuten **paikallinen kulttuuri, historia, taide, luonto sekä ruoka. Viihde ja ostokset** houkuttelevat heitä selvästi enemmän kuin vertailumaiden matkustajia.

Euroopan maista eniten kiinnostavat **Italia, Ranska ja Espanja**. Suomi ja Tanska ovat kiinnostavuudessa samalla tasolla, kun taas Ruotsi ja Norja ovat hieman harkitumpia vaihtoehtoja. Suurimpana esteenä Suomen valinnalle on **tiedon puute maan matkailutarjonnasta**, mutta silti 44 % voisi harkita matkustavansa Suomeen.

Yhdysvaltalaiset liittyvät sekä Suomeen että Pohjoismaihin ennen kaikkea **kauniin luonnon sekä puhtaan ilman ja ympäristön**. Suomen harkinnan kannalta tärkeimmät mielikuvat liittyvät **revontuliin, puhtaaseen ilmaan ja ympäristöön, pohjoismaiseen kulttuuriin sekä turvallisuuteen**.

SUHDE RUOKAAN



Yhdysvaltalaisille matkailijoille on tärkeää kokeilla sekä **paikallisia että kansainvälisiä, ja ylipäätään uusia ruokia**. Ruoka- ja juomakokemukset muodostavat olennaisen osan heidän matkaansa.

Suomen kiinnostavuutta ruokamatkakohteena vähentää se, että **suomalaista ruokaa ei tunneta** tai sen ei nähdä vastaavan omiin mieltymyksiin.

Pohjoismaiset maut sekä tuore riista ja kala ovat yleisimpiä ruokamielikuvia, joita liitetään sekä Suomeen että muihin Pohjoismaihin. Suomen ruokamielikuva ei eroa naapurimaista, paitsi että leivonnaisia yhdistetään Suomeen hieman vähemmän. Suomen kiinnostavuutta lisäävät erityisesti **pohjoismaiset maut, tuore riista ja kala, ruoka puhtaasta luonnosta sekä luonnonvarainen ja villiruoka**. Näissä mielikuvissa Suomen mielikuva on samalla tasolla muiden Pohjoismaiden kanssa.

Yhdysvaltalaiset matkustajat olisivat kiinnostuneita kokeilemaan erilaisia ruokaelämyksiä, kuten **vierailemaan markkinoilla ja kauppahalleissa, nauttimaan paikallisia erikoisuuksia hotellin aamiaisella sekä maistelevaan paikallisia ruokia**.

YHDYSVALTALAISET VS MUUT



Yhdysvaltalaisten matkailijoiden joukossa **Lifestyle traveller** -segmentti on selvästi suurin, ja heitä on enemmän kuin vertailumaissa.

Suomen harkintaa matkakohteena ohjaavat ennen kaikkea **revontulet sekä puhdas ilma ja ympäristö**, ja nämä tekijät ovat erityisesti tärkeitä yhdysvaltalaisille verrattuna muihin maihin. Revontulet liitetään kuitenkin Suomeen hieman harvemmin yhdysvaltalaisten kuin muiden maiden matkustajien keskuudessa. Sen sijaan Suomi koetaan yhdysvaltalaisten keskuudessa **turvallisemmaksi matkakohteeksi** kuin muiden maiden matkailijoiden mielestä.

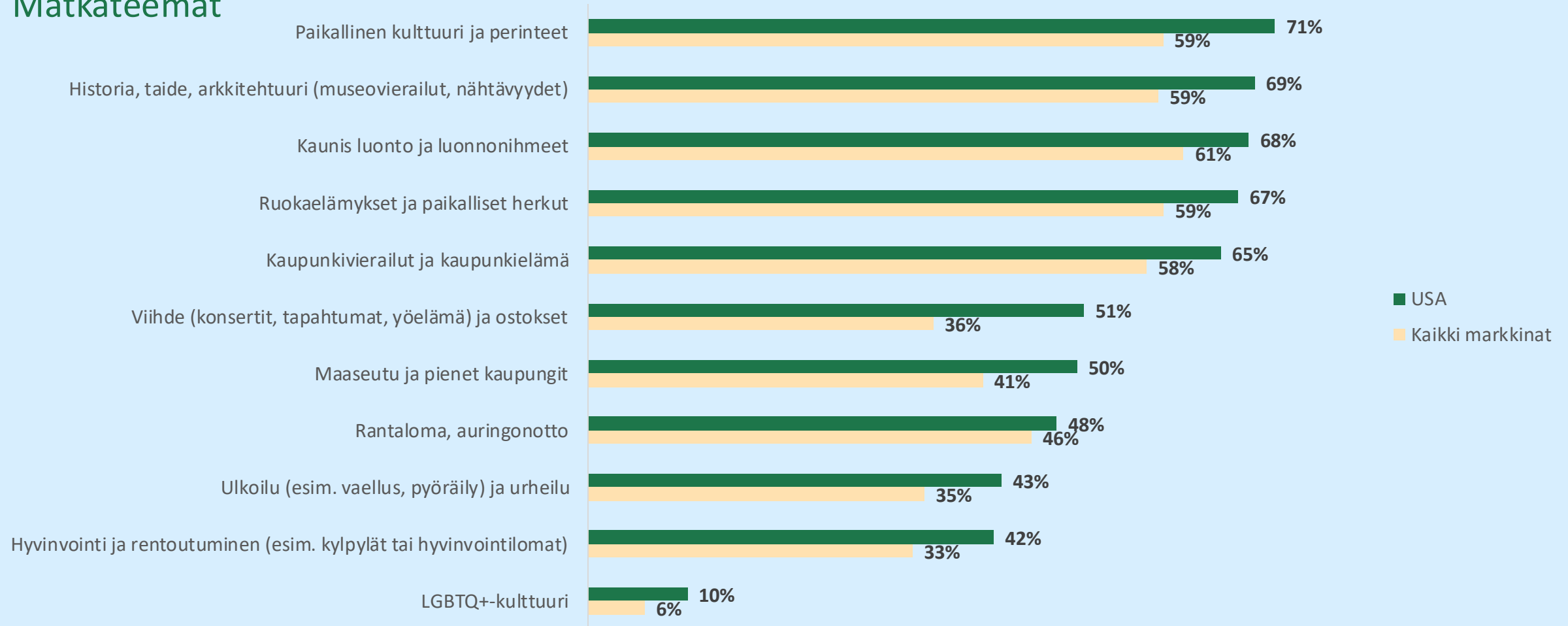
Yhdysvaltalaisten ruokamielikuva Suomesta on samankaltainen kuin muiden maiden matkustajilla: vahvimmat mielikuvat liittyvät **pohjoismaisiin makuihin sekä tuoreeseen riistaan ja kalaan**. Tuore riista ja kala onkin yhdysvaltalaisille hieman tärkeämpi Suomen harkinnan ajuri kuin muiden maiden matkustajille. Lisäksi yhdysvaltalaiset yhdistävät Suomeen erityisesti **puhtaasta luonnosta peräisin olevan ruoan sekä rennon ruokailukulttuurin**.

Matkailukäyttäytyminen ja kiinnostuksen kohteet



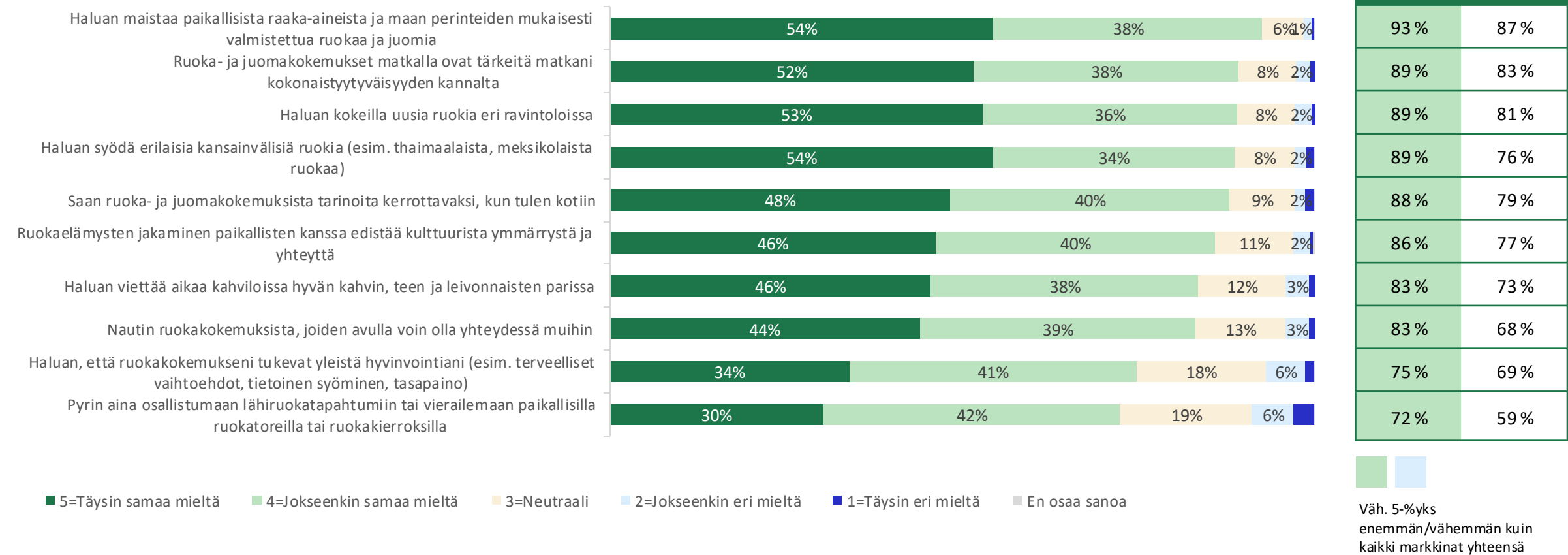
Yhdysvaltalaiset matkustajat ovat kiinnostuneita useista matkateemoista, kuten paikallisesta kulttuurista, historiasta ja taiteesta. Viihde ja ostokset kiinnostavat heitä vertailumaiden keskiarvoa selvästi enemmän.

Matkateemat



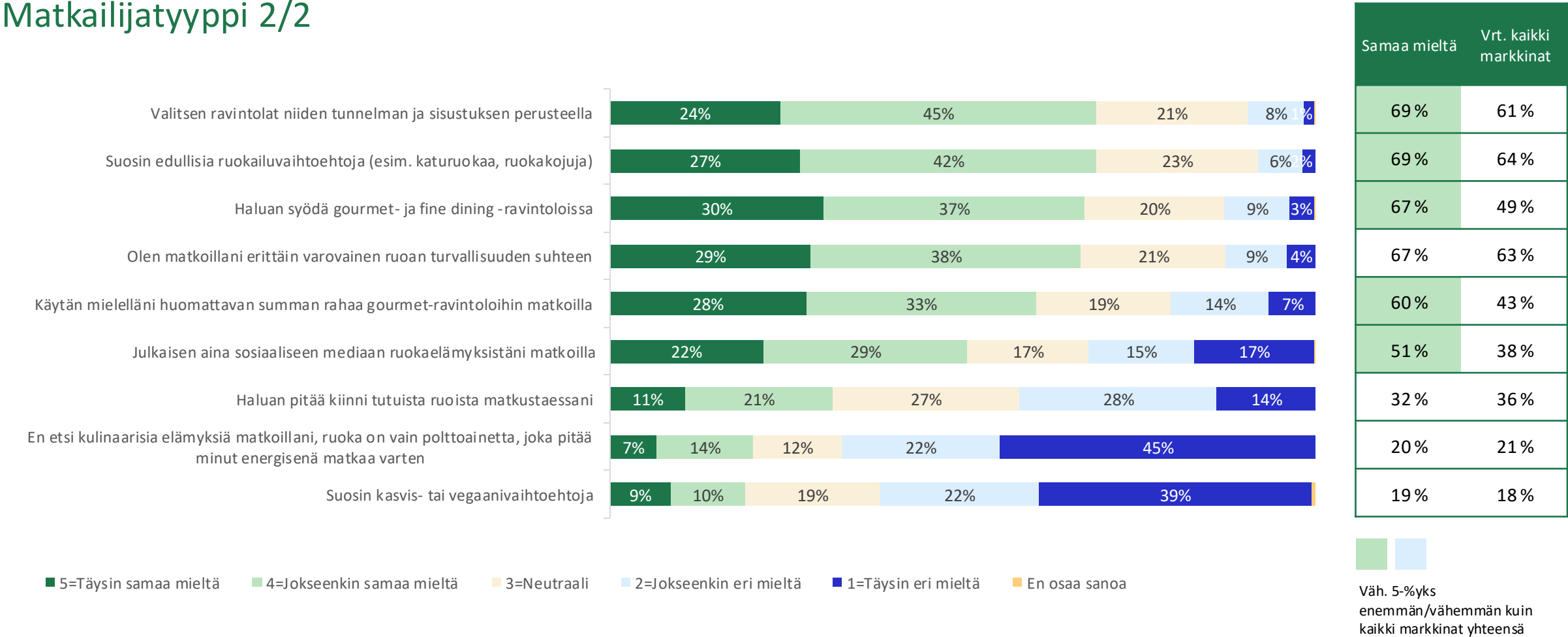
Sekä paikallisten että kansainvälisten ja ylipäätään uusien ruokien kokeileminen on tärkeää yhdysvaltalaisille matkaajille. Ruoka- ja juomakokemukset ovat heille olennainen osa matkaa.

Matkailijatyyppi 1/2



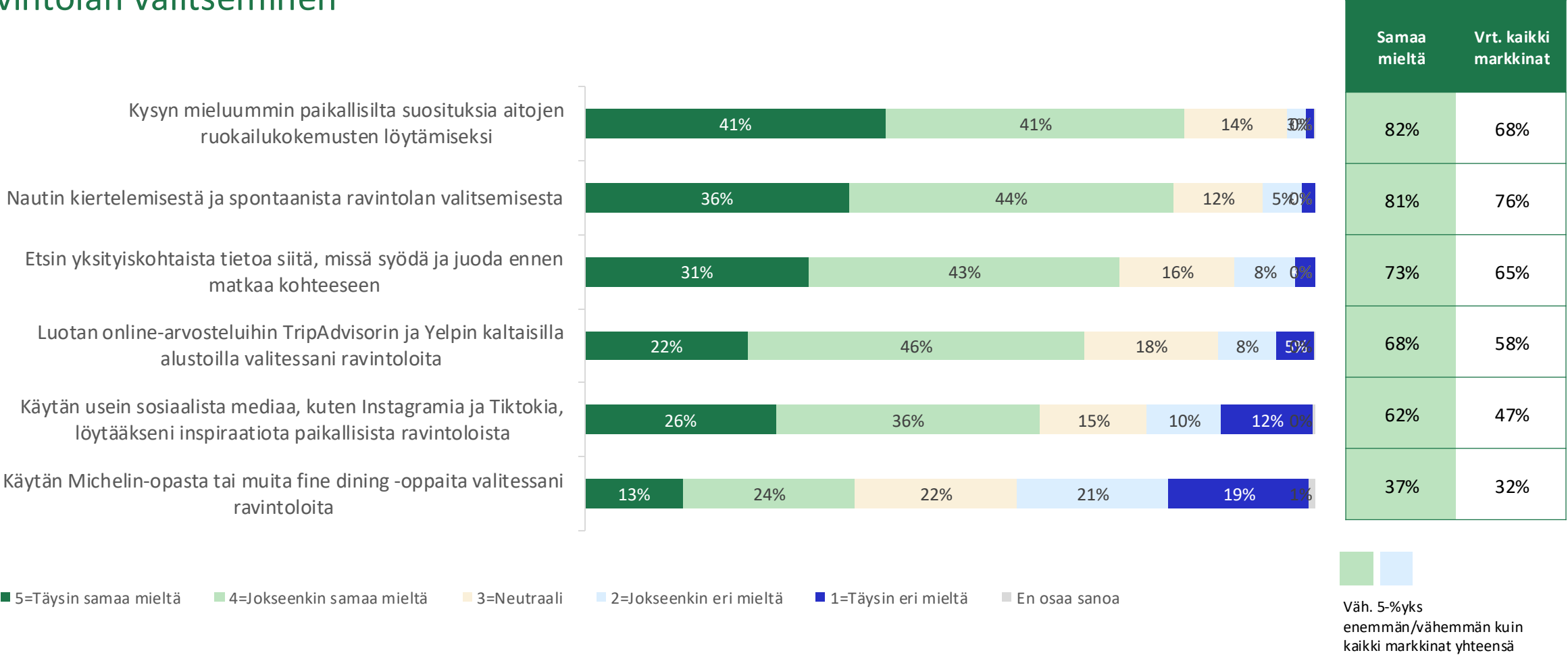
Ruokailukokemusten merkitys näkyy myös siinä, että iso osa ei näe ruokaa matkalla pelkkänä polttoaineena.

Matkailijatyyppejä 2/2



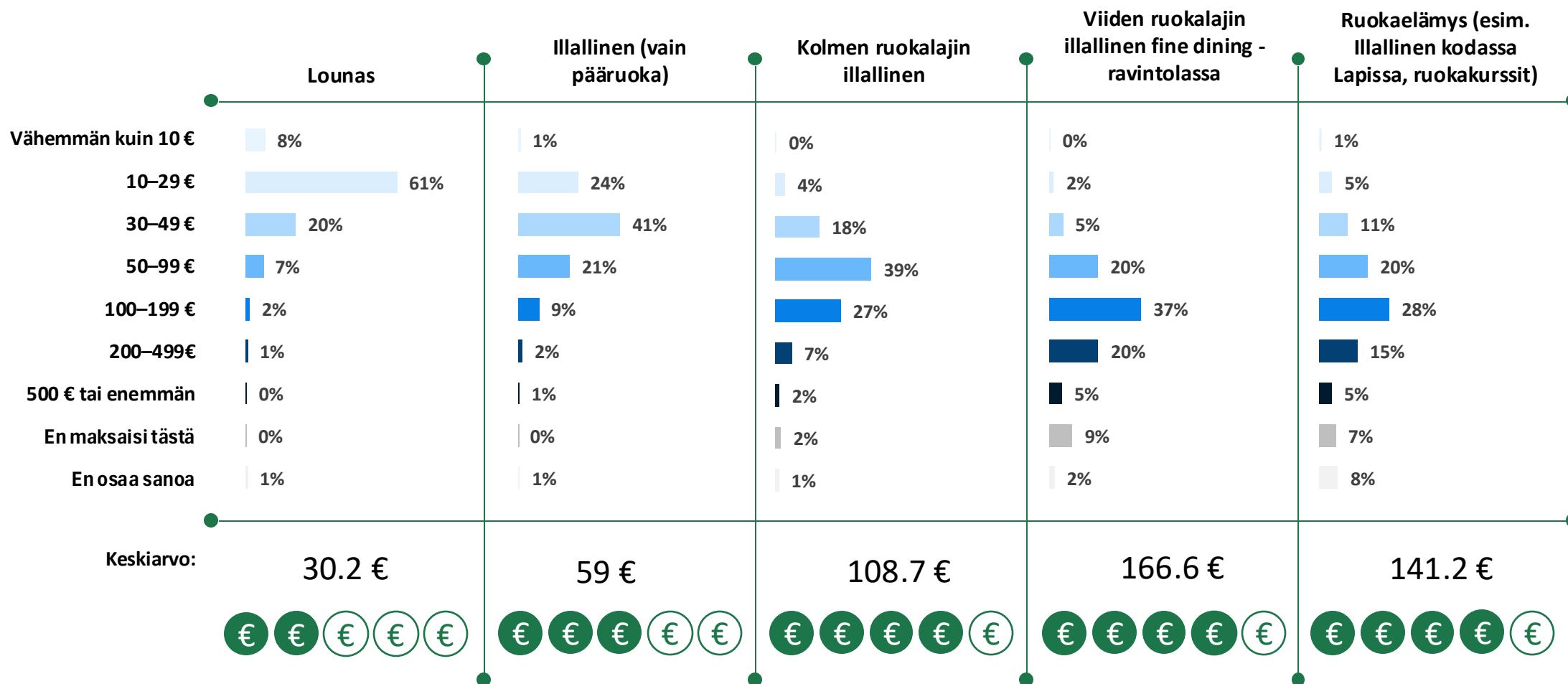
Ravintolan valinnassa arvostetaan paikallisten suosituksia, mutta myös spontaania kiertelyä sekä tiedonhakua ennen matkaa.

Ravintolan valitseminen



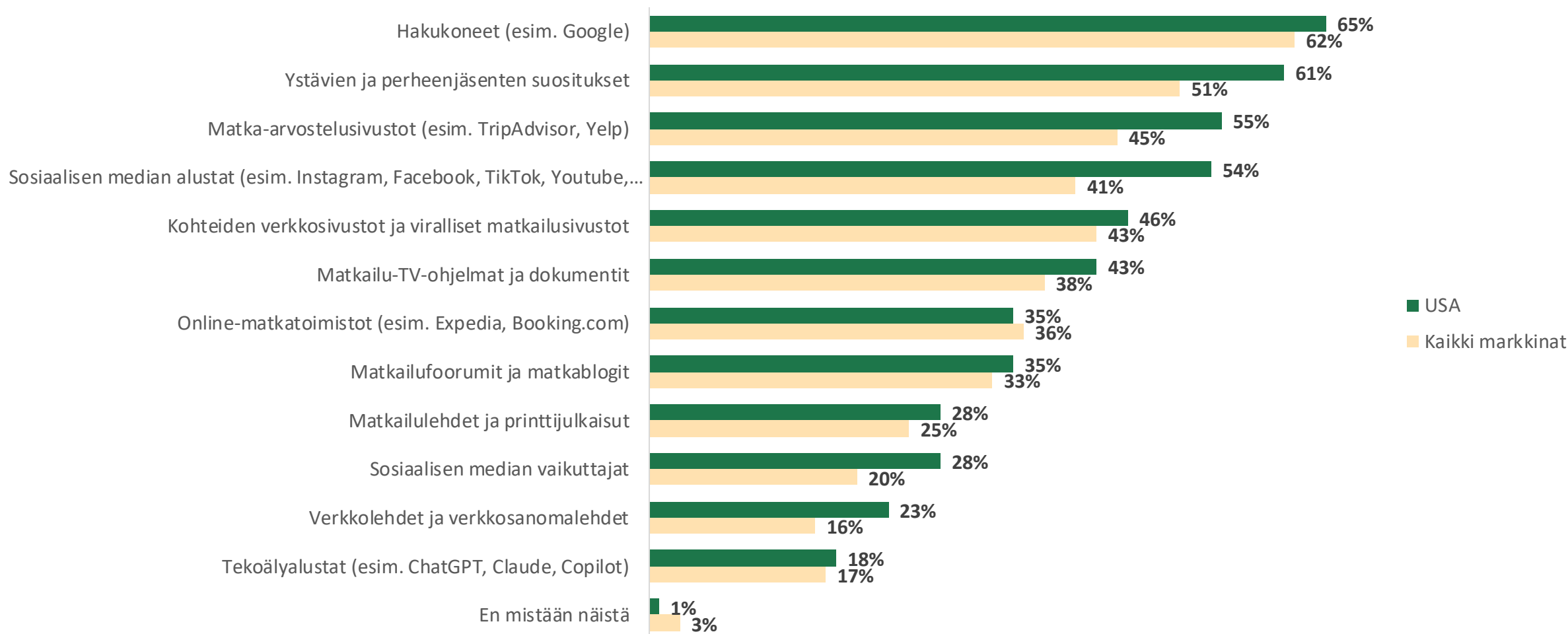
Yhdysvaltalaiset olisivat valmiita maksamaan eniten viiden ruokalajin illallisesta fine dining –ravintolassa.

Maksuhalukkuus

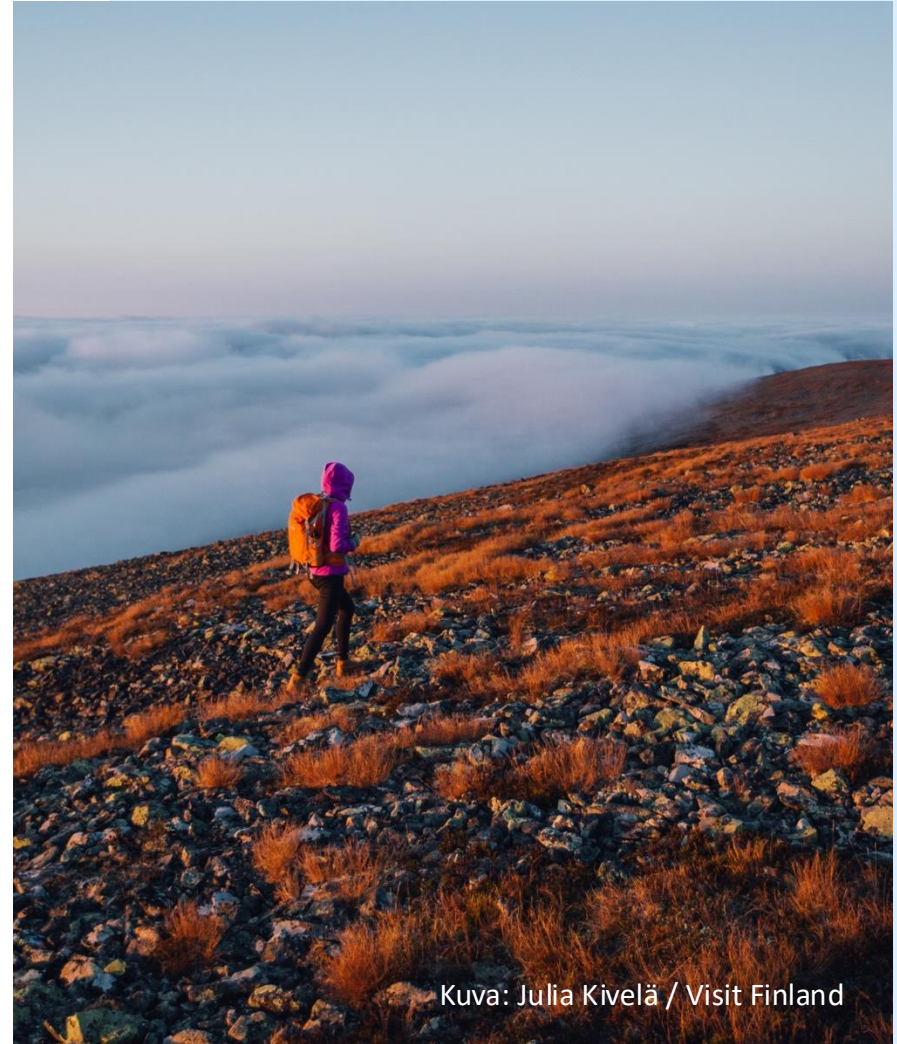


Hakukoneet ovat tärkeimpiä matkailun tiedonlähteitä. Yhdysvaltalaiset hakevat myös korostuneesti tietoa ystäviltä ja perheenjäseniltä, matka-arvostelusivustoilta ja sosiaalisesta mediasta.

Tiedonhakukanavat



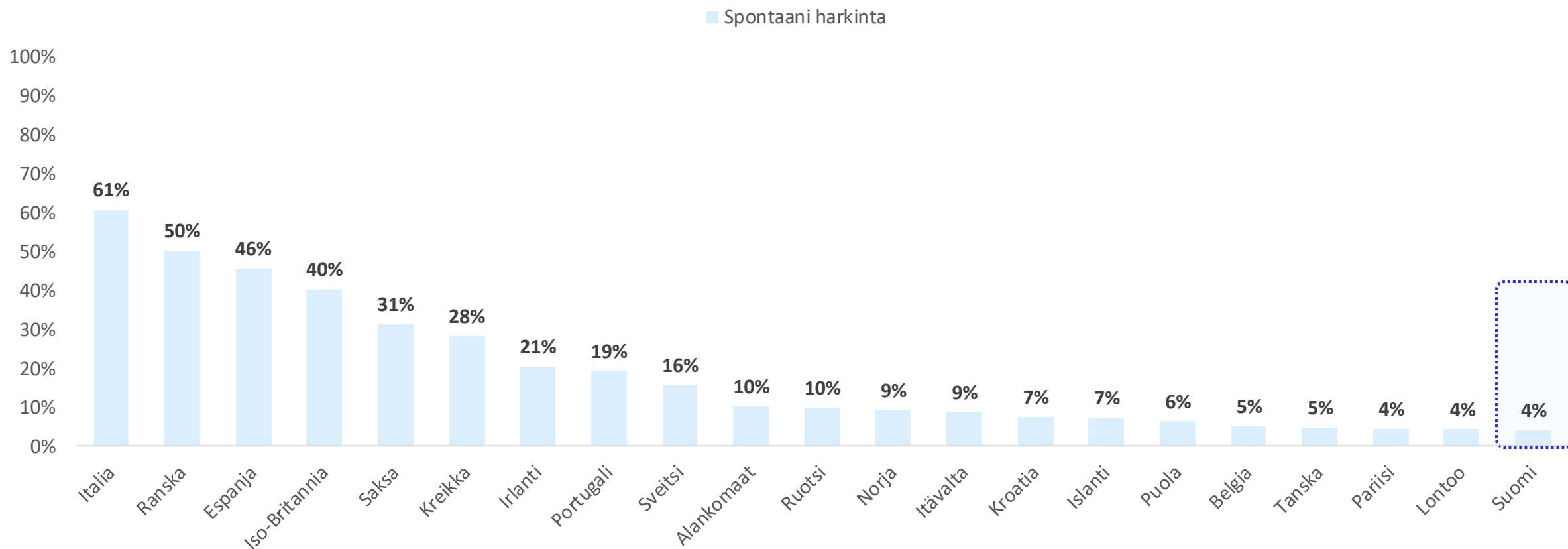
Matkakohteiden tunnettuus ja houkuttelevuus



Kuva: Julia Kivelä / Visit Finland

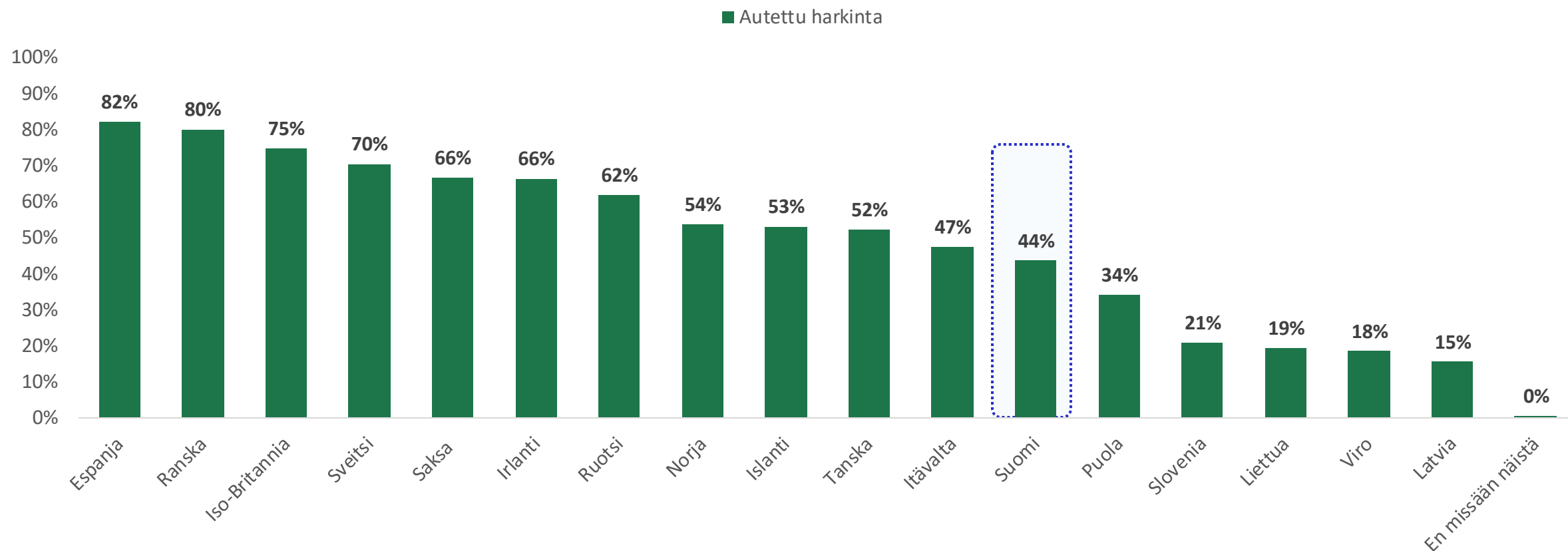
Italia on Euroopan spontaanisti harkituin matkakohde. Suomi ja Tanska ovat samalla tasolla, Ruotsi ja Norja hieman enemmän harkittuja.

Spontaani harkinta



Listatuista maista suosituimmat ovat Espanja ja Ranska. Ruotsia harkitaan muita Pohjoismaita hieman enemmän, Suomea vähiten.

Autettu harkinta



Q: Missä seuraavista maista harkitsisit koskaan vierailevasi (tai vierailevasi uudelleen) lomalla tai lyhyellä matkalla? (Maat listattu)

Vastaajat: 18-65-vuotiaat Euroopan lomamatkaa seuraavan kolmen vuoden aikana suunnittelevat 1002 IP

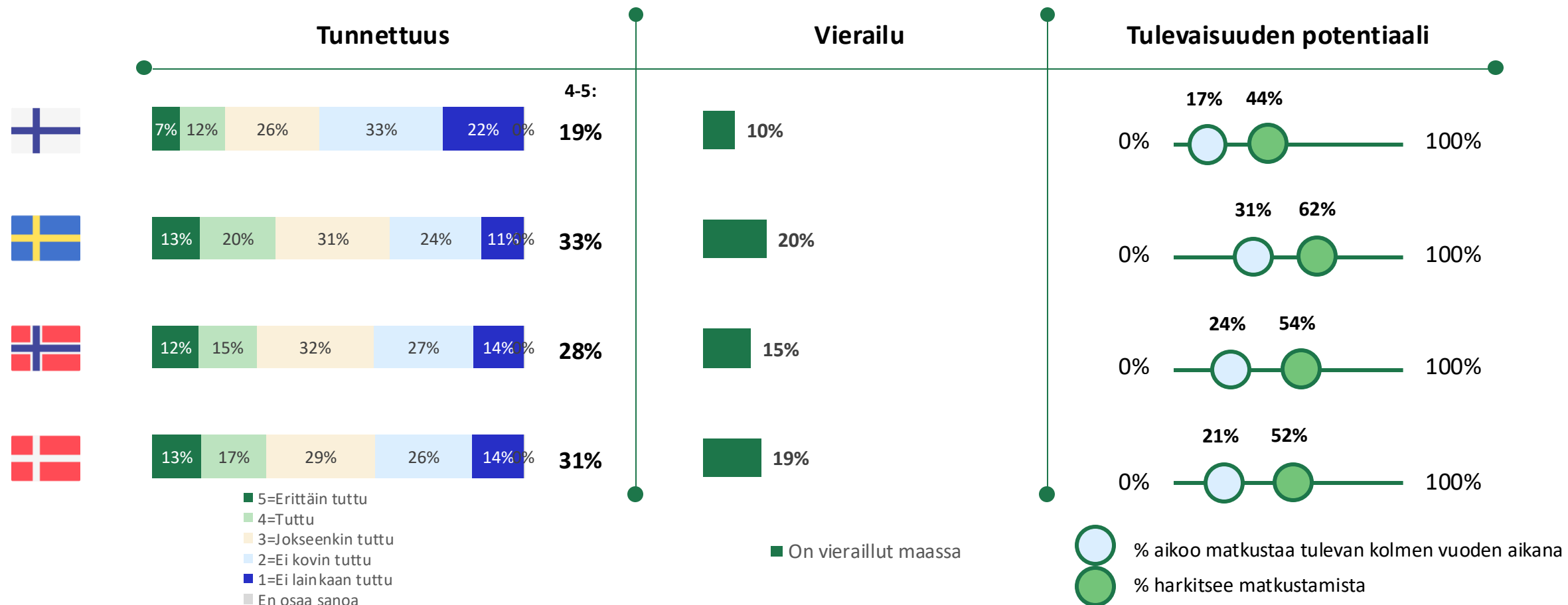
Suurin Suomen harkinnan este on tietämyksen puute Suomen matkatarjonnasta.

Esteet Suomeen matkustamiseen



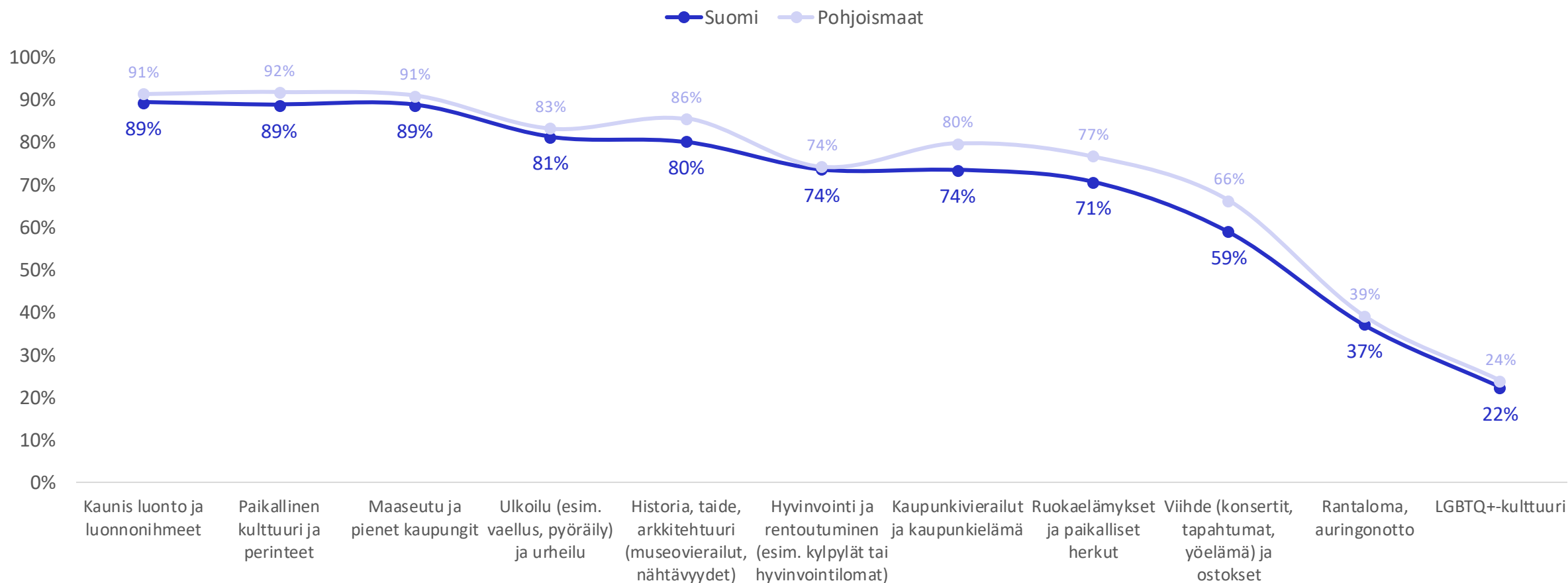
Suomi on vähemmän tunnettu matkakohteena kuin muut Pohjoismaat. 44% voisi kuitenkin harkita Suomeen matkustamista.

Pohjoismaat: tunnettuus, vierailu ja tulevaisuuden potentiaali



Luonto, paikallinen kulttuuri ja maaseutu/pienet kaupungit ovat matkateemoja, joita yhdistetään kaikkiin Pohjoismaihin.

Matkateemojen yhdistäminen Suomeen ja Pohjoismaihin



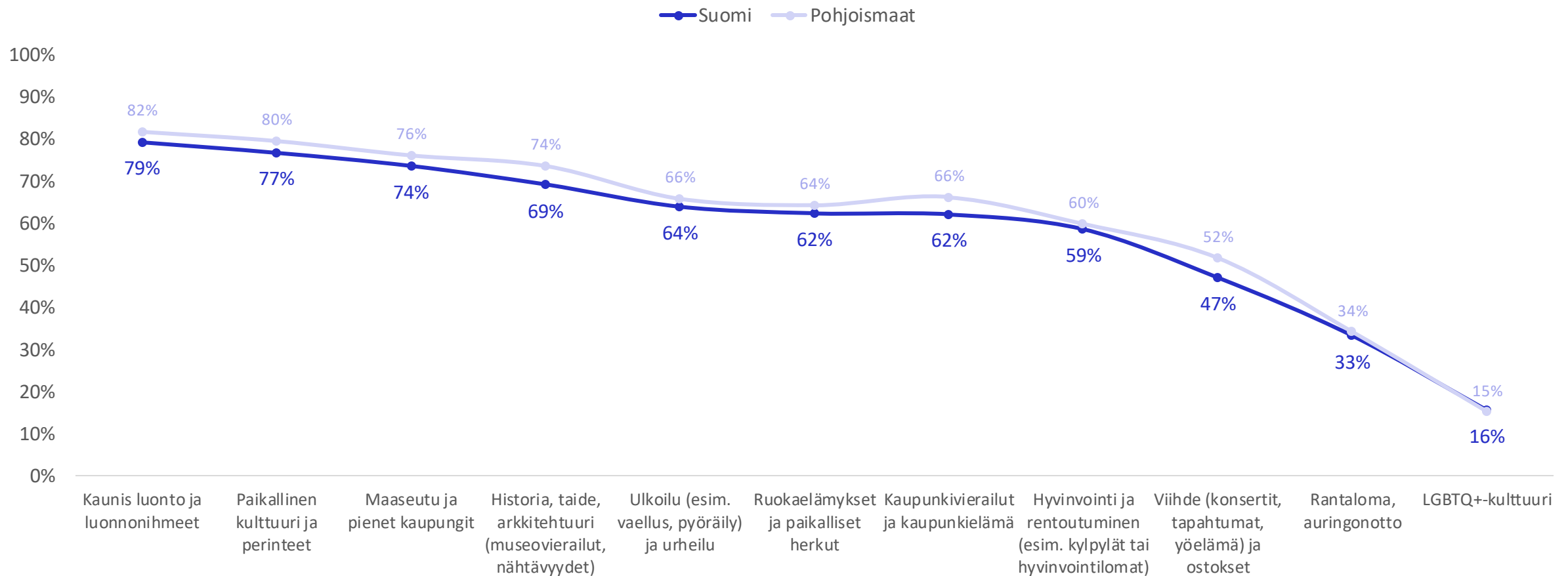
Historia, taide ja arkkitehtuuri –teema yhdistyy selvästi enemmän Tanskaan ja Norjaan kuin Suomeen.

Matkateemojen yhdistäminen Suomeen ja Pohjoismaihin

					Keskiarvo
Kaunis luonto ja luonnonihmeet	89 %	93 %	94 %	90 %	91 %
Paikallinen kulttuuri ja perinteet	89 %	92 %	95 %	92 %	92 %
Maaseutu ja pienet kaupungit	89 %	94 %	91 %	90 %	91 %
Ulkoilu (esim. vaellus, pyöräily) ja urheilu	81 %	85 %	86 %	81 %	83 %
Historia, taide, arkkitehtuuri (museovierailut, nähtävyydet)	80 %	86 %	88 %	89 %	86 %
Hyvinvointi ja rentoutuminen (esim. kylpylät tai hyvinvointilomat)	74 %	78 %	75 %	71 %	74 %
Kaupunkivierailut ja kaupunkielämä	74 %	82 %	83 %	81 %	80 %
Ruokaelämykset ja paikalliset herkut	71 %	78 %	78 %	81 %	77 %
Viihde (konsertit, tapahtumat, yöelämä) ja ostokset	59 %	72 %	64 %	70 %	66 %
Rantaloma, auringonotto	37 %	39 %	39 %	42 %	39 %
LGBTQ+-kulttuuri	22 %	25 %	20 %	28 %	24 %

Luonto ja paikallinen kulttuuri ovat Pohjoismaiden houkuttelevampia matkateemoja.

Pohjoismaiden houkuttelevuus matkateemoittain



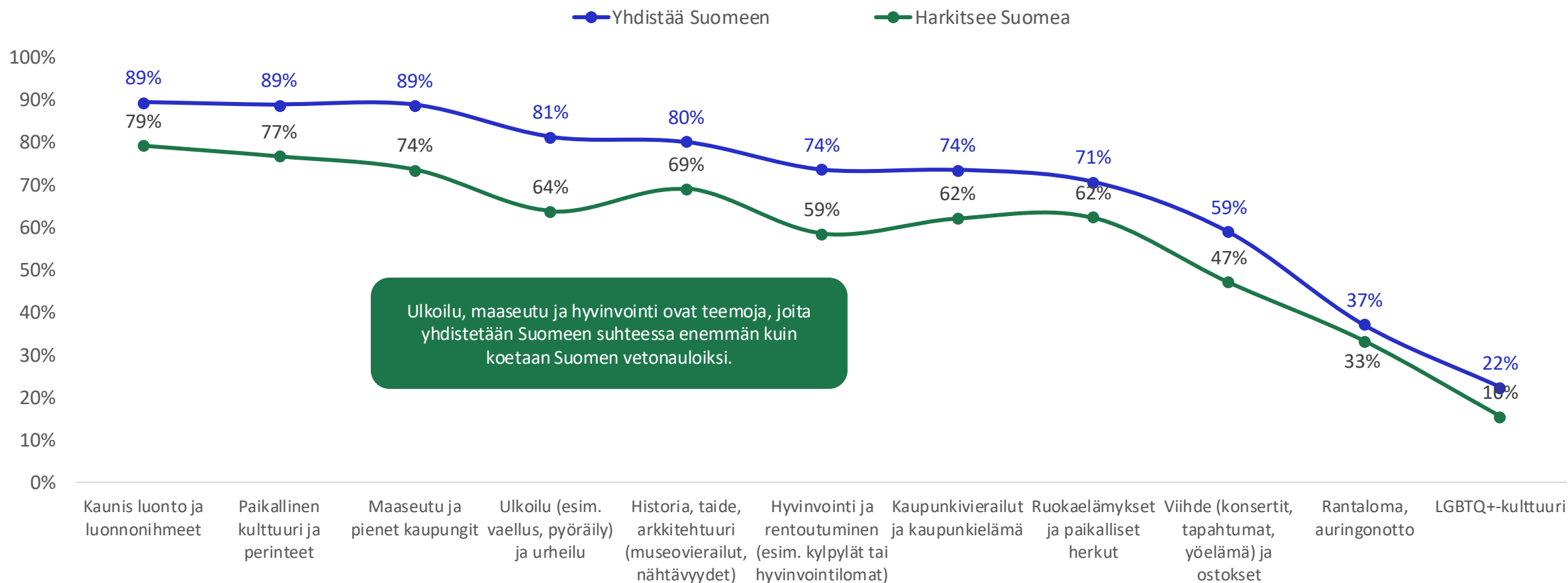
Pohjoismaiden houkuttelevimmat matkateemat ovat pitkälti samantasoisia. Norja houkuttelee hieman enemmän ulkoilulomille, Ruotsi ja Tanska kaupunkivierailuihin.

Pohjoismaiden houkuttelevuus matkateemoittain

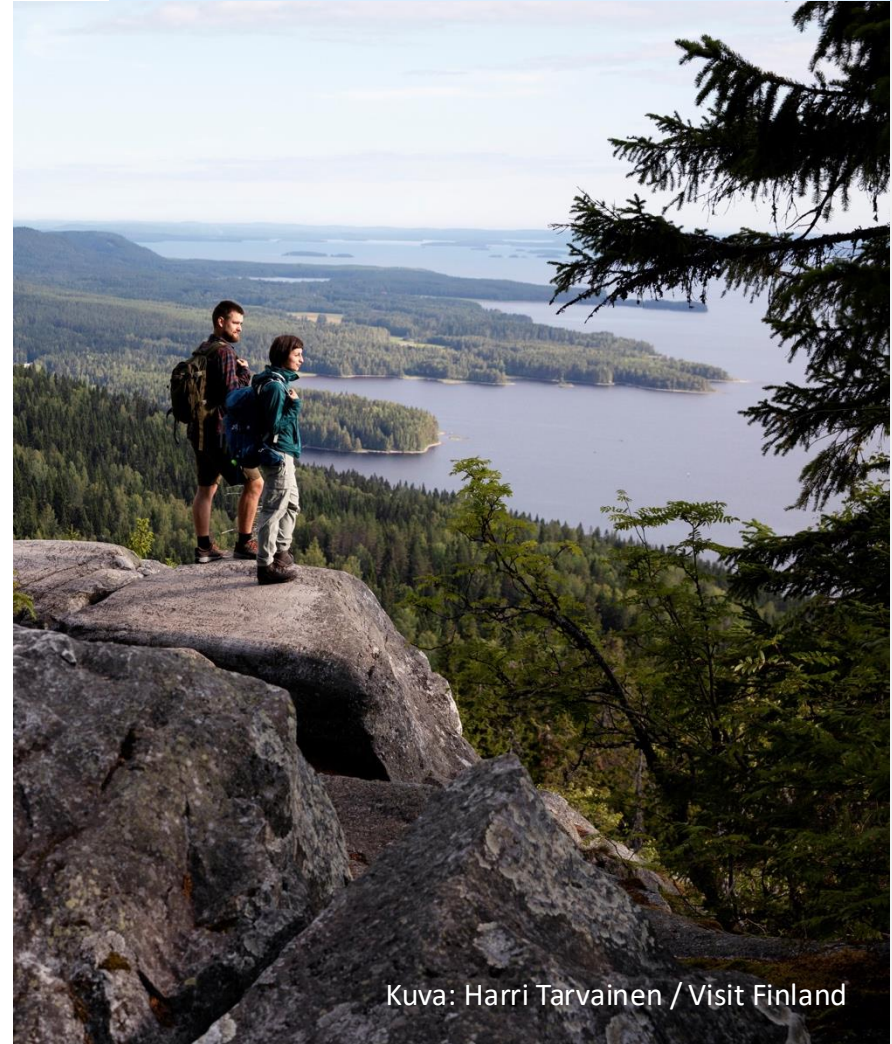
					Keskiarvo
Kaunis luonto ja luonnonihmeet	79 %	83 %	84 %	81 %	82 %
Paikallinen kulttuuri ja perinteet	77 %	81 %	78 %	82 %	80 %
Maaseutu ja pienet kaupungit	74 %	77 %	77 %	77 %	76 %
Historia, taide, arkkitehtuuri (museovierailut, nähtävyydet)	69 %	75 %	74 %	76 %	74 %
Ulkoilu (esim. vaellus, pyöräily) ja urheilu	64 %	67 %	70 %	63 %	66 %
Ruokaelämykset ja paikalliset herkut	62 %	66 %	62 %	67 %	64 %
Kaupunkivierailut ja kaupunkielämä	62 %	71 %	63 %	69 %	66 %
Hyvinvointi ja rentoutuminen (esim. kylpylät tai hyvinvointilomat)	59 %	62 %	59 %	60 %	60 %
Viihde (konsertit, tapahtumat, yöelämä) ja ostokset	47 %	53 %	51 %	55 %	52 %
Rantaloma, auringonotto	33 %	35 %	32 %	37 %	34 %
LGBTQ+-kulttuuri	16 %	14 %	12 %	18 %	15 %

Suomeen yhdistetään luontomatkailua ja Suomi koetaan myös kiinnostavana luontomatkakohteena.

Matkateemojen yhdistäminen ja houkuttelevuus, Suomi



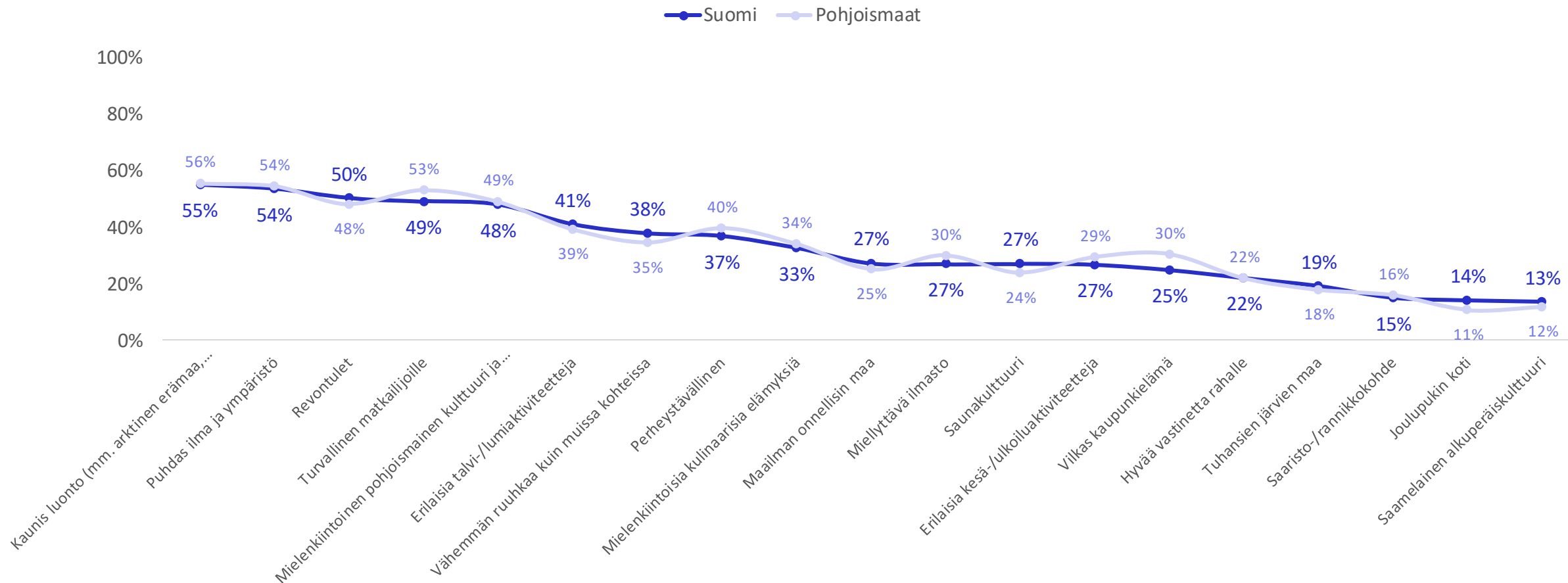
Maamielikuva: Pohjoismaat



Kuva: Harri Tarvainen / Visit Finland

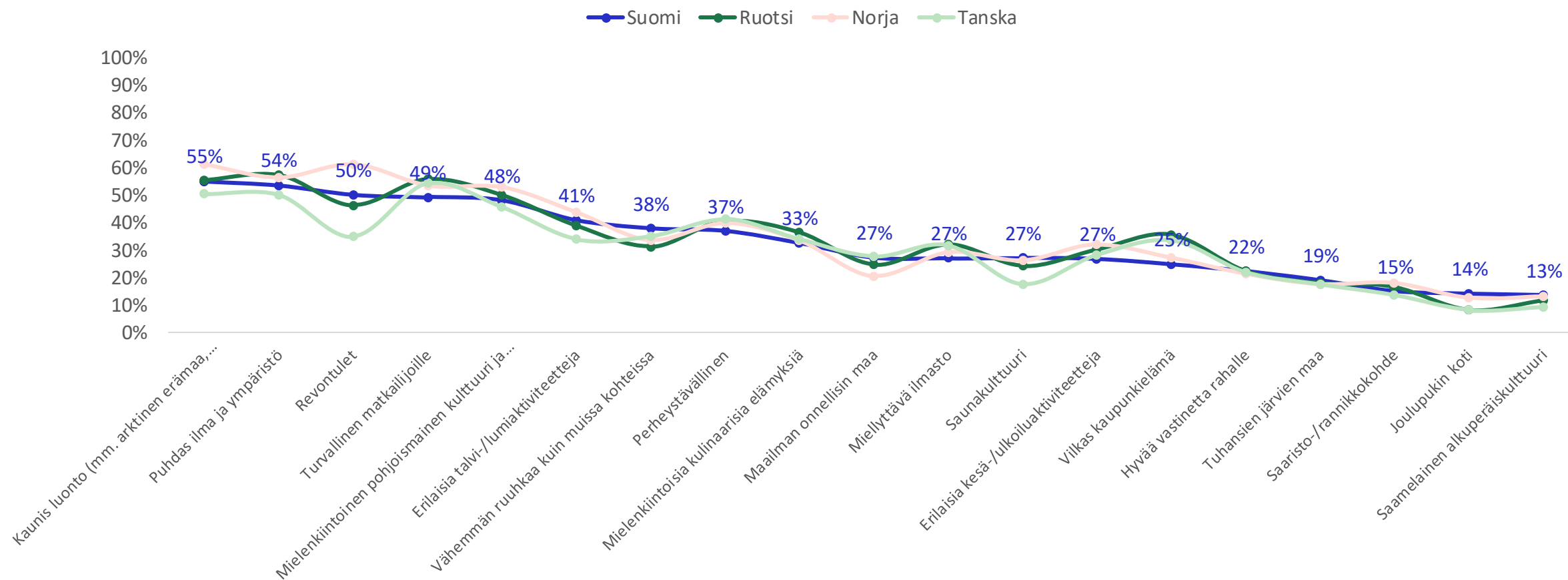
Yhdysvaltalaiset yhdistävät sekä Suomeen että Pohjoismaihin eniten kaunista luontoa sekä puhdasta ilmaa ja ympäristöä.

Maamielikuva, Suomi vs. Pohjoismaat



Pohjoismaiden mielikuva on hyvin samankaltainen. Vain esim. revontulia assosioidaan hieman eri lailla Pohjoismaihin.

Maamielikuva



Q: Mitkä näistä ominaisuuksista yhdistät Suomeen/Ruotsiin/Norjaan/Tanskaan matkakohteena?

Vastaaajat: 18-65-vuotiaat Euroopan lomamatkaa seuraavan kolmen vuoden aikana suunnittelevat 1002 IP

Suomen harkinnan kannalta tärkeimmät mielikuvat ovat revontulet, puhdas ilma ja ympäristö, pohjoismainen kulttuuri ja turvallisuus.

Tärkeimmät harkintaa ajavat attribuuutit

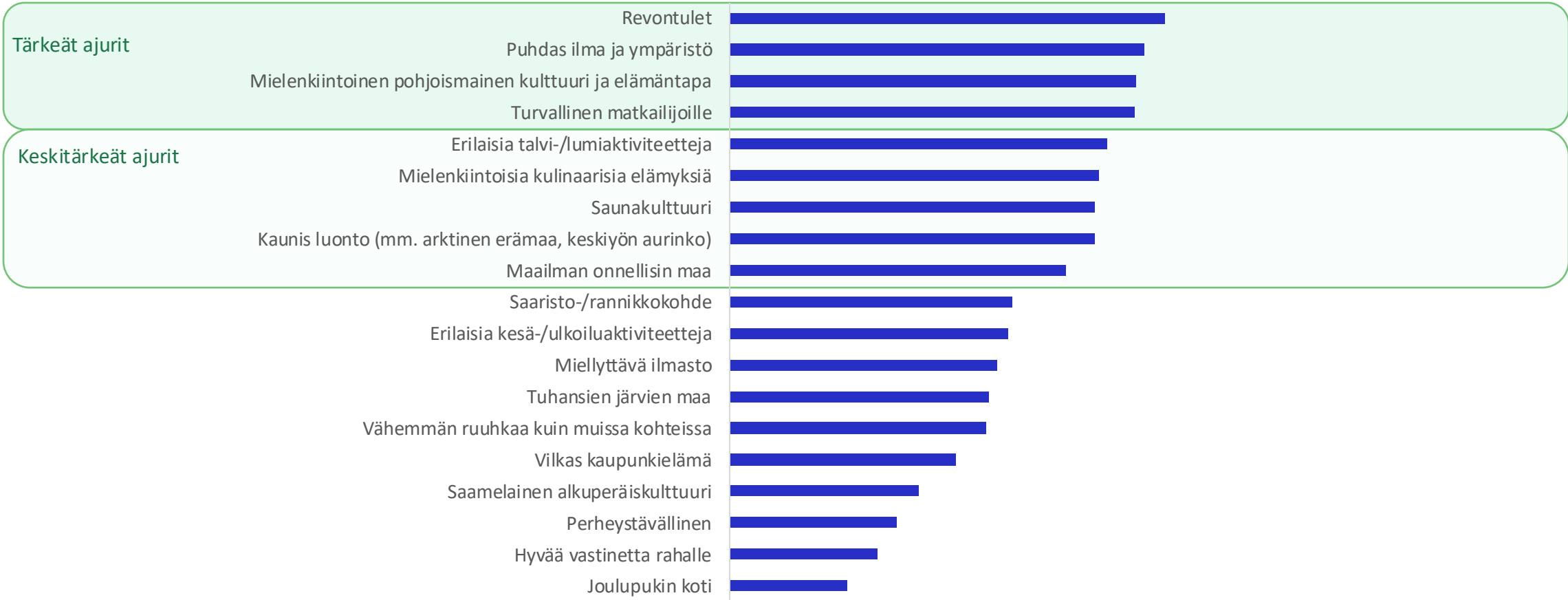


Driver-analyysi tunnistaa korrelaatioanalyysin keinoin ne mielikuvat, jotka vahvimmin edistävät Suomen harkintaa matkakohteena.

- Mitkä mielikuvat ovat tärkeimpiä harkinnan vahvistamiseksi?
- Minkälaista mielikuvaa tulisi priorisoida vetovoiman kasvattamiseksi?
- Mitä mielikuva-attribuutteja kannattaa seurata strategisella tasolla tulevaisuudessa?

Suomen harkinnan kannalta tärkeimmät mielikuvat ovat revontulet, puhdas ilma ja ympäristö, pohjoismainen kulttuuri ja turvallisuus.

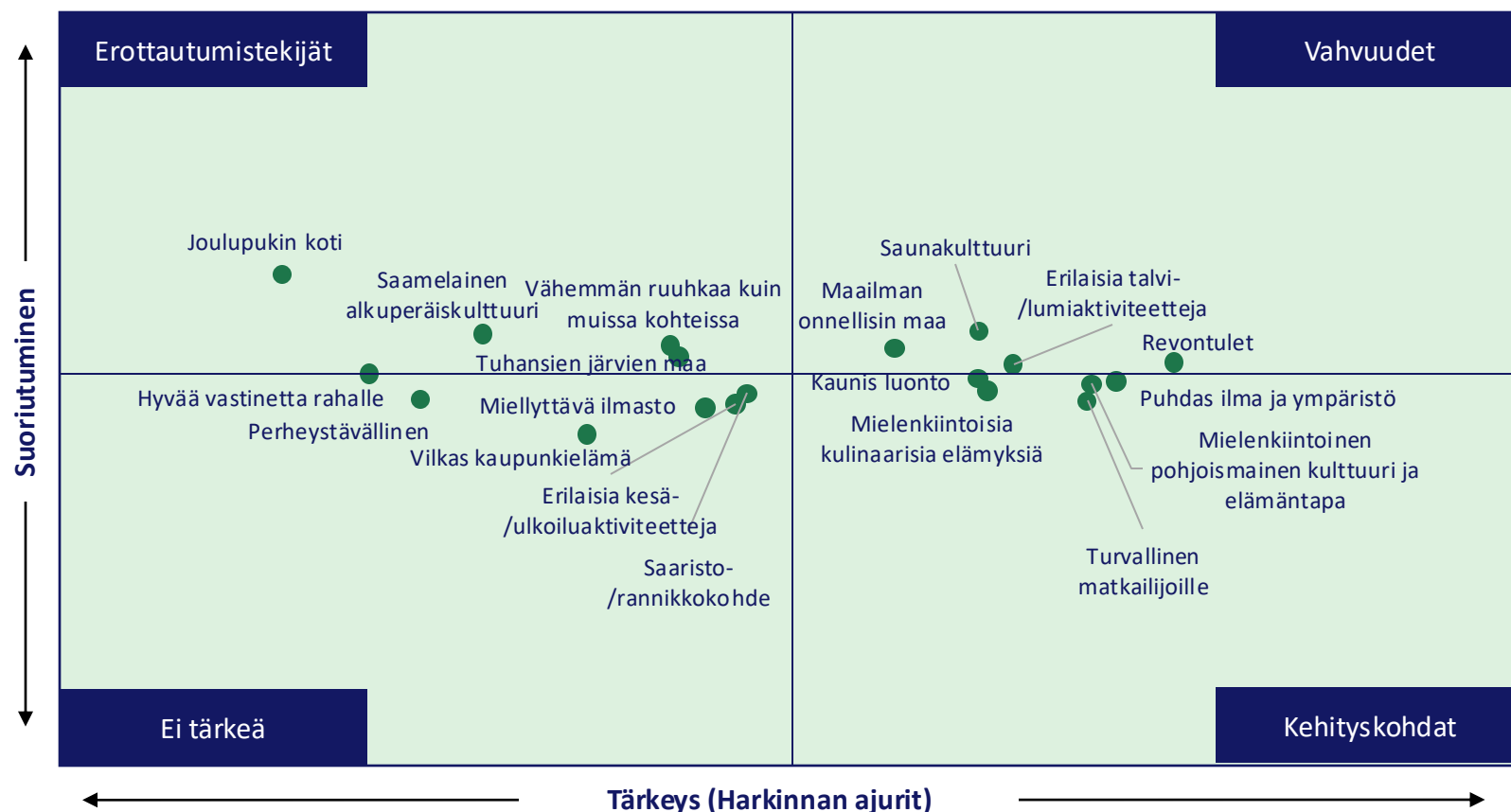
Harkinnan ajurit



Ajurianalyysi: Korrelaatio maahan liitettyjen mielikuvien ja maan harkinnan välillä. Mitä vahvempi korrelaatio, sitä tärkeämpi mielikuva on harkinnan kannalta.
Q: Missä seuraavista maista harkitsisit koskaan vierailevasi (tai vierailevasi uudelleen) lomalla tai lyhyellä matkalla?(Suomi)/ Mitkä näistä ruokaan liittyvistä aiheista tai ominaisuuksista yhdistät Suomeen?
Vastaajat: 18-65-vuotiaat lomamatkaa seuraavan kolmen vuoden aikana suunnittelevat 1002 IP

Suomen suoriutuminen tärkeimmissä harkintaa ohjaavissa mielikuvissa on hyvin samalla tasolla kuin muillakin Pohjoismailla.

Tärkeys vs. suoriutuminen: Maamielikuva



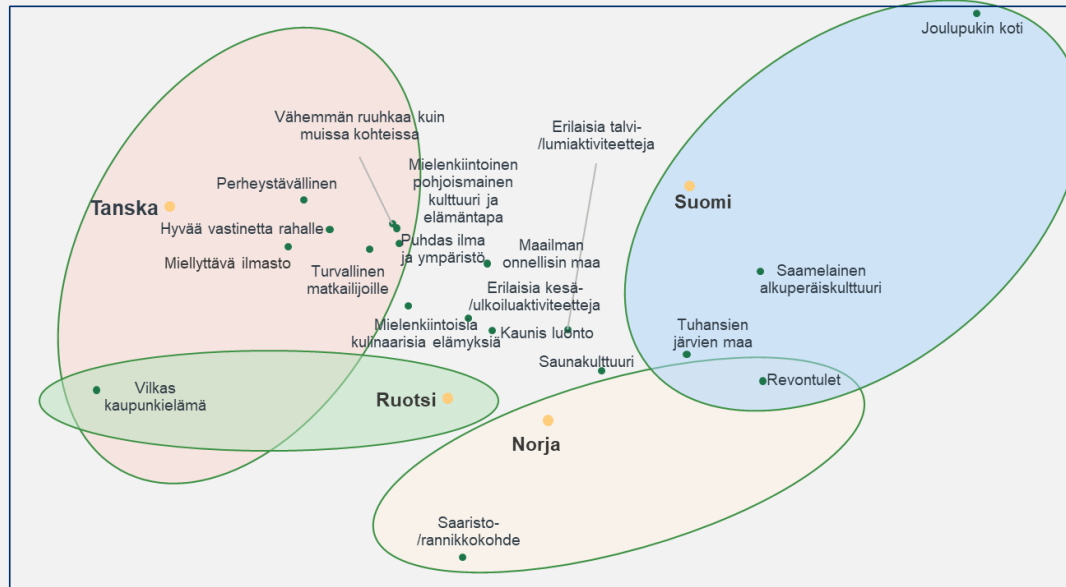
Kommentit

Suomen suoriutuminen mielikuvissa on hyvin samalla tasolla kuin muillakin Pohjoismailla. Tämä voi olla myös mahdollisuus erottua jatkossa muista.

Tärkeimmät harkinnan driverit, joista kannattaa valita ne, joihin panostaa, ovat mm. revontulet, pohjoismainen kulttuuri ja elämäntapa, puhdas ilma ja ympäristö, turvallisuus ja talviaktiviteetit.

Myös kulinaariset elämykset ovat melko tärkeä ajuri.

MIELIKUVAKARTAN LUKUOHJE



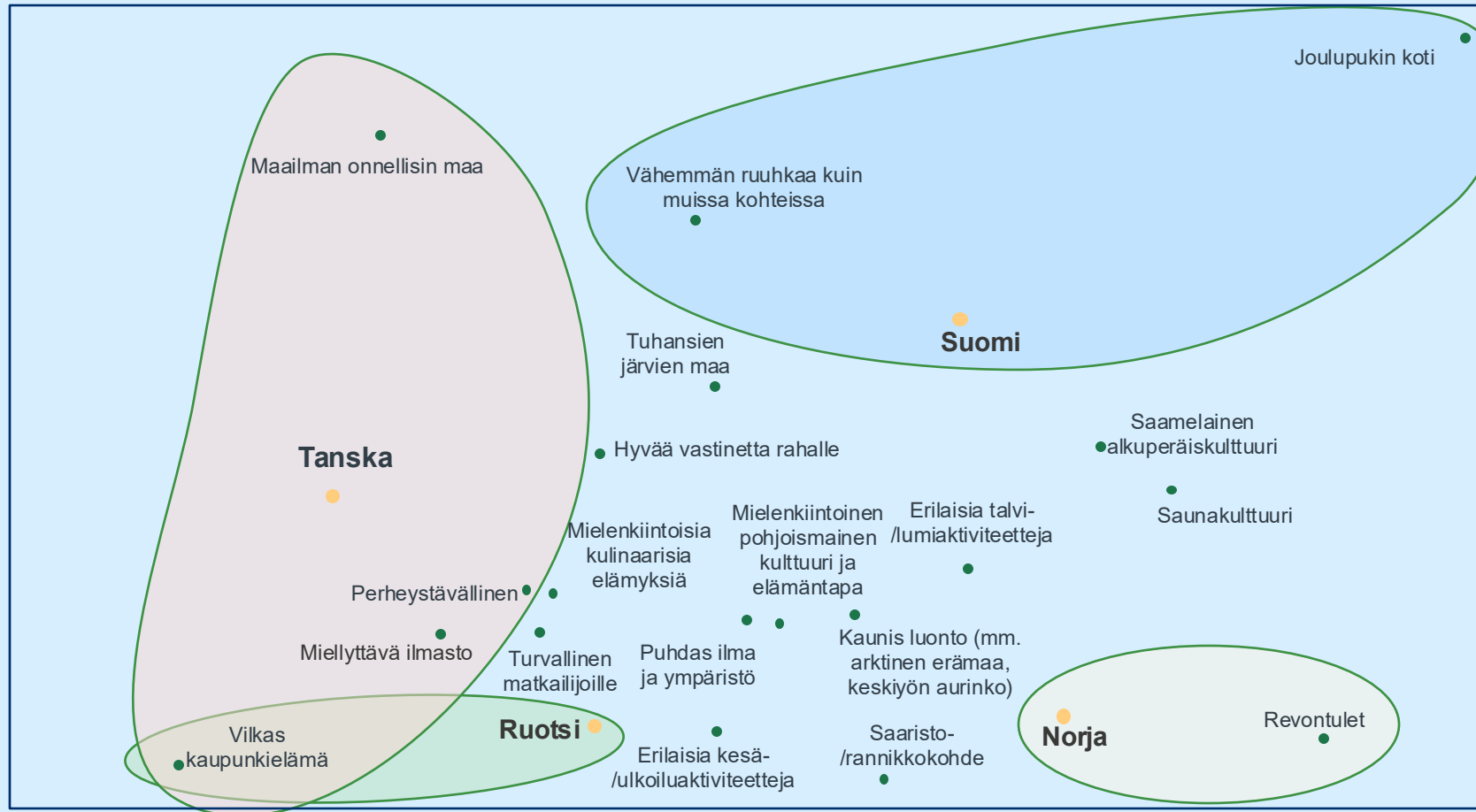
Positiointikartta visualisoi, miten matkustajat kokevat eri maat ja niihin liitetty mielikuvat.

Kartan avulla voidaan tunnistaa, miten eri maat ja ominaisuudet ryhmittelevät toisiinsa nähden ja mitkä tekijät erottavat ne toisistaan.

Karttaan piirretyt korostukset havainnollistavat maiden suhteellisia vahvuuksia muihin maihin nähden.

Mielikuvakartta korostaa pieniäkin eroja – Suomeen yhdistetään suhteessa hieman vahvemmin joulupukin kotia ja ruuhkattomuutta.

Maamielikuva, suhteellinen mielikuva



Kommentit

Pohjoismaiden mielikuva on hyvin samankaltainen yhdysvaltalaisen silmissä. Kartta korostaakin jopa hyvin pieniä eroja mielikuvissa, joten eroja ei kannata ylitulkita.

Suomeen yhdistetään suhteessa aavistuksen enemmän joulupukin kotia ja ruuhkattomuutta. Revontulet liittyvät Norjaan ja kaupunkielämä vahvemmin Ruotsiin ja Tanskaan.

Suomalaisen ruoan mielikuva ja houkuttelevuus



Kuva: Soili Jussila / Vastavalo / Visit Finland

Suomalainen keittiö nähdään luonnonläheisenä, terveellisenä ja tuoreena.

Spontaani vaikutelma suomalaisesta keittiöstä

- **Kala ja merenelävät** ovat yhdysvaltalaisten vahvin mielikuva suomalaisesta ruoasta, usein yhdistettynä **luonnollisuuteen ja tuoreuteen**.
- Ruoka nähdään **yksinkertaisena, terveellisenä, puhtaana ja vähän prosessoituna**, jossa korostuvat paikalliset ja kausiluonteiset raaka-aineet.
- Makua pidetään usein **miedompana ja vähemmän mausteisena** kuin monissa muissa keittiöissä, mutta osa pitää sitä myös "vahvana" ja "uniikkina".
- **Tuntemattomuus** on hyvin yleistä, mutta ruokaan suhtaudutaan uteliaasti.
- Ruoka yhdistetään muihin pohjoismaisiin ja eurooppalaisiin keittiöihin.
- **Leivonnaiset ja "erikoisuudet"** kuten ruisleipä ja karjalanpiirakat mainitaan, samoin **riista ja marjat**.
- Monipuolisuudesta ollaan kahta mieltä: **osa pitää ruokaa rikkaana, osa yksitoikkoisena**.
- Suomalainen ruoka koetaan **kalliina ja harvinaisena** Yhdysvalloissa.

"Vähemmän prosessoitua"

"Kalapainotteista"

"Ajattelen sen olevan tuoretta ja terveellistä"

"Uniikkia ja erilaista"

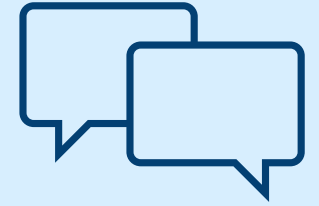
"Kalaa ja lihaa, ehkä sieniä ja vihanneksia"

"Suomalainen keittiö on hyvin samankaltainen muiden Pohjoismaiden kanssa tuoreutensa ja makuprofiilien puolesta... Se on todella hyvää."

"Tarvitsee enemmän mausteita"

"En ole kokeillut, mutta haluaisin kokeilla tulevaisuudessa."

"Suomalainen keittiö vaikuttaa raikkaalta ja terveelliseltä, missä luonnolliset raaka-aineet ovat pääosassa. Yksinkertaisempaa ja vähemmän mausteista, mutta ainutlaatuista lohturuokaa verrattuna muihin."



Suomea ei koeta kiinnostavana ruokamatkakohteena, sillä suomalaista ruokaa ei tunneta, tai oletetaan että se ei ole tarpeeksi houkutteleva.

Syyt miksei Suomea nähdä ruokamatkakohteena



Kala ja karjalanpiirakka ovat maistetuimpia suomalaisia ruokia



Kuva: Elina Manninen / Keksi / Visit Finland

Liharuoat

Poronliha, karjalanpaisti ja muut perinteiset keitot ja padat



Kuva: Harri Tarvainen / Visit Finland

Lohikeitto ja muut kalapohjaiset ruoat

Savustettu, suolattu, grillattu, kalakukko, silli

Leipä, leivonnaiset ja piiraat

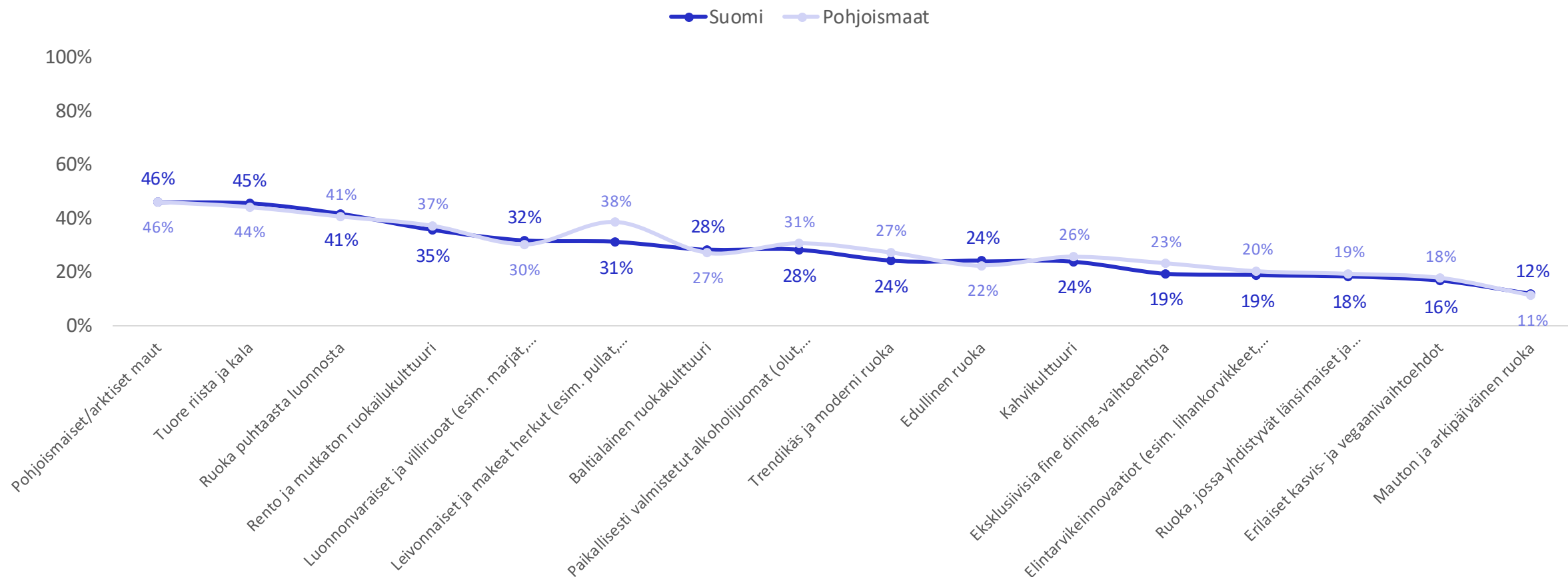
Karjalanpiirakka, korvapuusti, pulla, mustikkapiirakka, letut, leipäjuusto, ruisleipä

Muut maininnat

Salmiakki, makeiset, kahvi

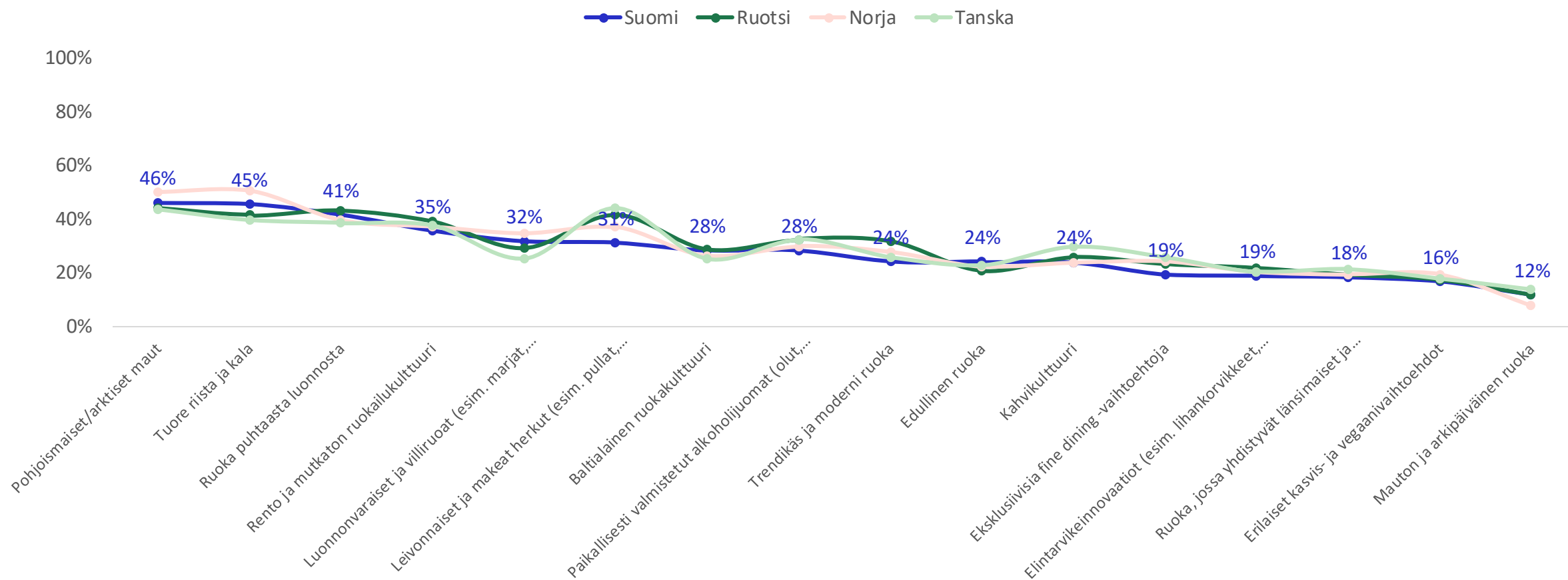
Pohjoismaiset maut ja tuore riista ja kala ovat eniten sekä Suomeen että Pohjoismaihin liitettyjä ruokamielikuvia. Suomen mielikuva ei käytännössä eroa naapureista, paitsi leivonnaisia liitetään Suomeen vähemmän.

Ruokamielikuva



Pohjoismaiden ruokamielikuvat ovat hyvin identtiset. Tuore riista ja kala –mielikuvaa liitetään hieman enemmän Norjaan.

Ruokamielikuva



Suomen harkintaan vaikuttavat eniten mielikuvat pohjoismaisista mauista, tuore riista ja kala, ruoka luonnosta ja rento ruokailukulttuuri.

Tärkeimmät harkintaa ajavat attribuuutit

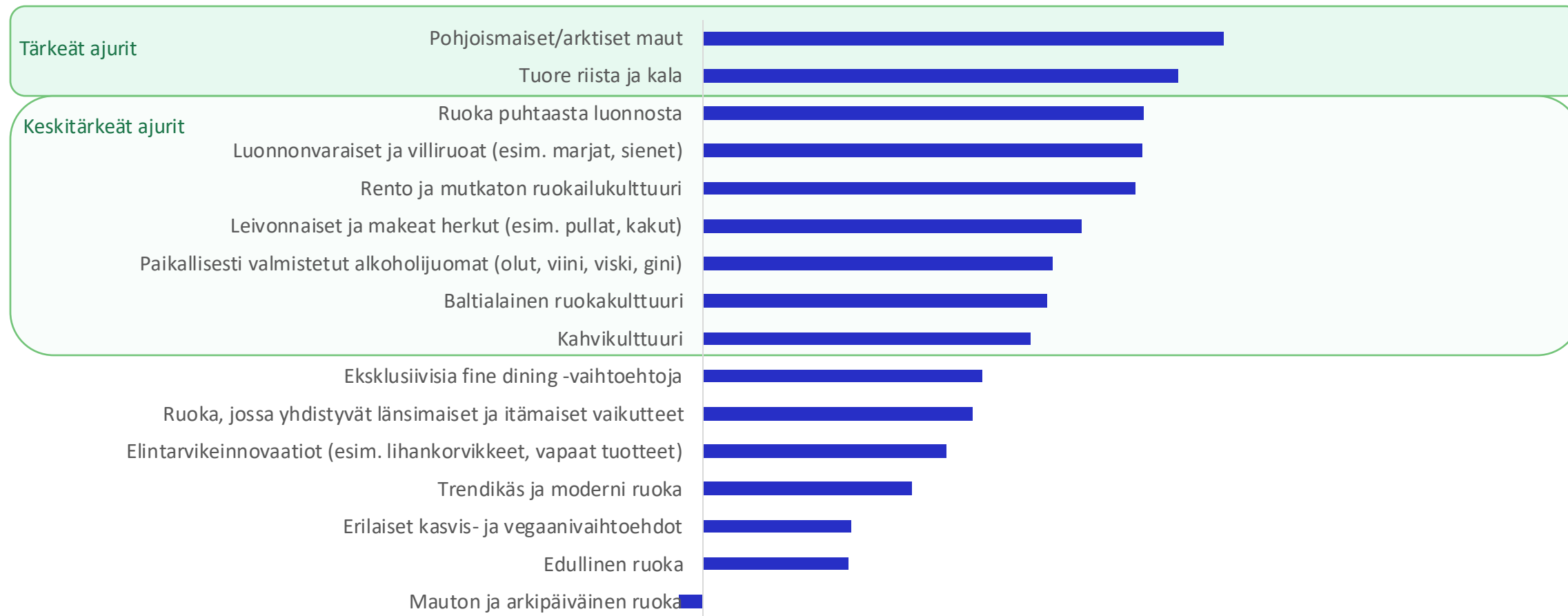


Driver-analyysi tunnistaa korrelaatioanalyysin keinoin ne mielikuvat, jotka vahvimmin edistävät Suomen harkintaa matkakohteena.

- Mitkä mielikuvat ovat tärkeimpiä harkinnan vahvistamiseksi?
- Minkälaista mielikuvaa tulisi priorisoida vetovoiman kasvattamiseksi?
- Mitä mielikuva-attribuutteja kannattaa seurata strategisella tasolla tulevaisuudessa?

Suomen harkintaan vaikuttavat tärkeimpien ajureiden lisäksi myös mm. leivonnaiset sekä paikalliset alkoholijuomat.

Harkinnan ajurit



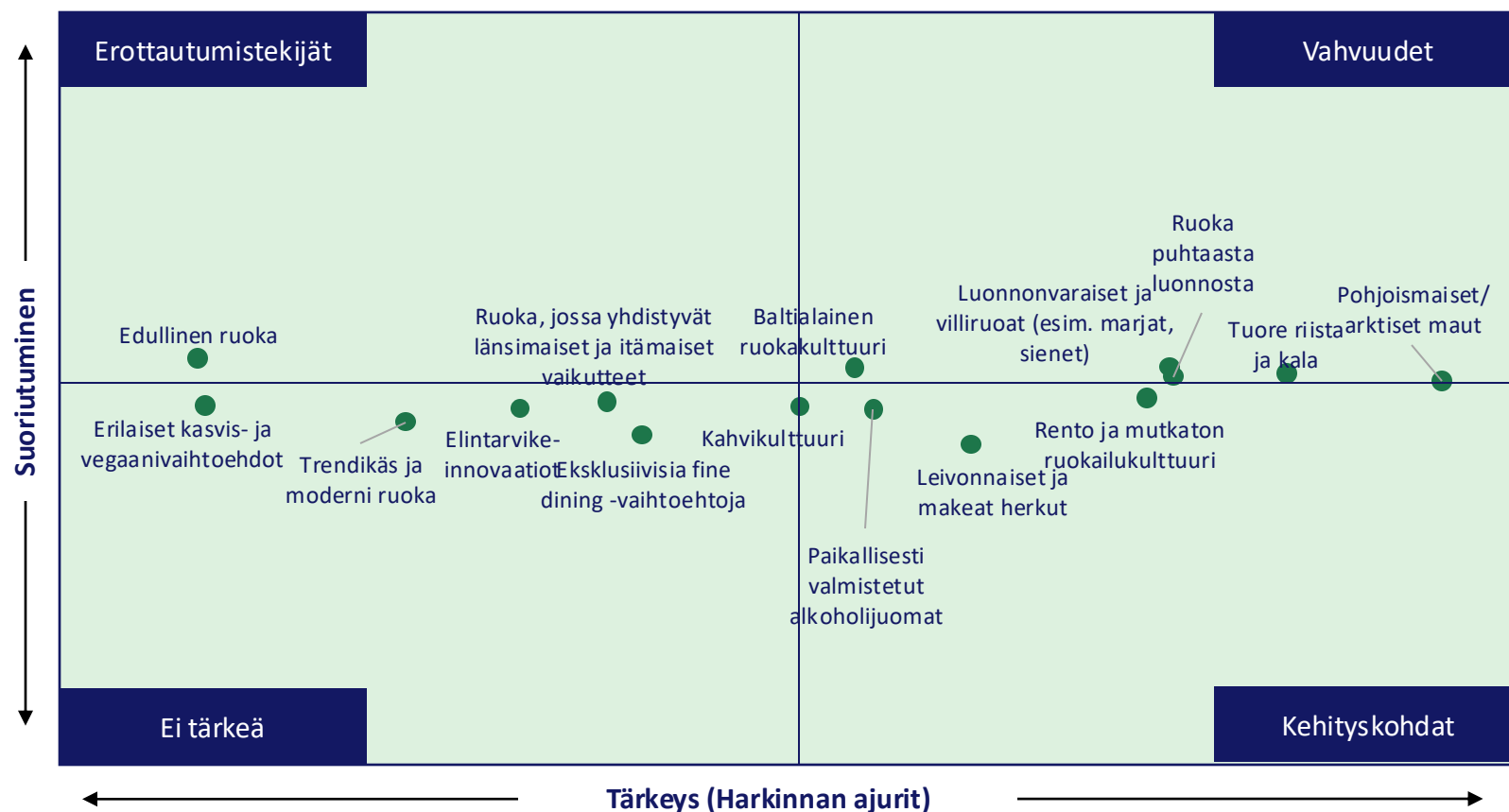
Ajurianalyysi: Korrelaatio maahan liitettyjen mielikuvien ja maan harkinnan välillä. Mitä kovahvempi korrelaatio, sitä tärkeämpi mielikuva on harkinnan kannalta.

Q: Missä seuraavista maista harkitsisit koskaan vierailevasi (tai vierailevasi uudelleen) lomalla tai lyhyellä matkalla?(Suomi)/ Mitkä näistä ruokaan liittyvistä aiheista tai ominaisuuksista yhdistät Suomeen?

Vastaajat: 18-65-vuotiaat lomamatkaa seuraavan kolmen vuoden aikana suunnittelevat 1002 IP

Trendikäs ruoka, fine dining sekä rento ruokailu ovat tärkeimpiä tekijöitä Suomen harkinnan kannalta, joista viestimällä voi puhutella laajempaa yhdysvaltalaisyleisöä.

Tärkeys vs suoriutuminen: Ruokamielikuva



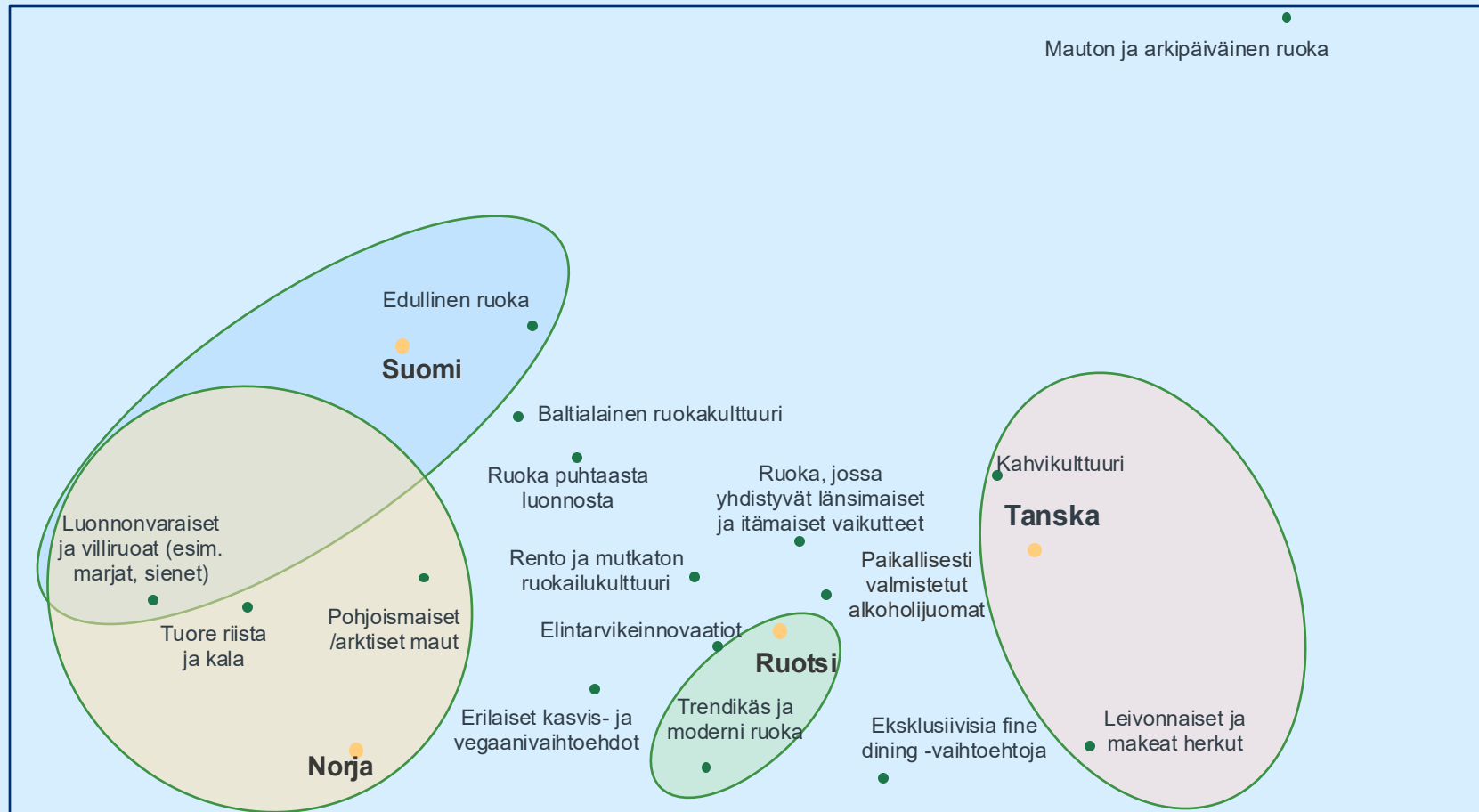
Kommentit

Tärkeimmät ruokamielikuvat harkinnan kannalta ovat pohjoismaiset maut, tuore riista ja kala ja ruoka luonnosta.

Suomi ei erotu näissä mielikuvissa muista Pohjoismaista. Kyseisiä mielikuvia vahvistamalla Suomi voi puhutella entistä laajempaa yhdysvaltalaisyleisöä.

Suomen mielikuvassa korostuu hieman enemmän edullinen ruoka sekä luonnonvarainen ruoka.

Ruokamielikuva, suhteellinen mielikuva



Comments

Kokonaisuudessaan maiden ruokamielikuva on lähellä toisiaan, ilman selkeästi erottuvia mielikuvapositioneja.

Suomi koetaan suhteellisesti hieman edullisemmaksi ja myös luonnonvaraisia ruokia tarjoavaksi maaksi.

Norja erottuu mm. arktisilla mauilla ja tuoreen riistan/kalan osalta.

Tanska profiloituu kahvi- ja leivonnaiskulttuurin maaksi ja Ruotsiin yhdistyy suhteellisesti hieman enemmän trendikäs ruoka.

Yhdysvaltalaiset matkustajat kokeilisivat mieluusti useita ruokaelämyksiä, kuten vierailisivat markkinoilla/kauppahalleissa, söisivät paikallisia erikoisuuksia hotellin aamupalalla ja maistaisivat paikallisia ruokia.



Yhdysvaltalaisen suosikkikuvissa on ihmisiä syömässä, markkinoilla tai kahvilassa. Lähes yhtä suosittuja ovat rennot annoskuvat.



41%



40%



39%



36%



36%



31%



19%



16%



10%

Mikä vaikutti suosikkikuvien valintaan?

Yhdysvaltalaiset valitsivat suosikkikuvansa sillä perusteella, että ne esittivät herkullista ja houkuttelevaa ruokaa kauniissa, luonnonläheisissä ja rennossa ympäristössä, jossa korostuu yhdessäolo, aitous ja mahdollisuus kokea jotain uutta ja elämyksellistä. Suosikkikuvien tunnelma ja samaistuttavuus olivat myös tärkeitä valintakriteerejä.

Liitteet