



Visit Finland

Ruokamatkailuwebinaari
Ruoasta elämyksiä matkailuun
Ajankohtaisia nostoja ruokamatkailun
kehittämiseen

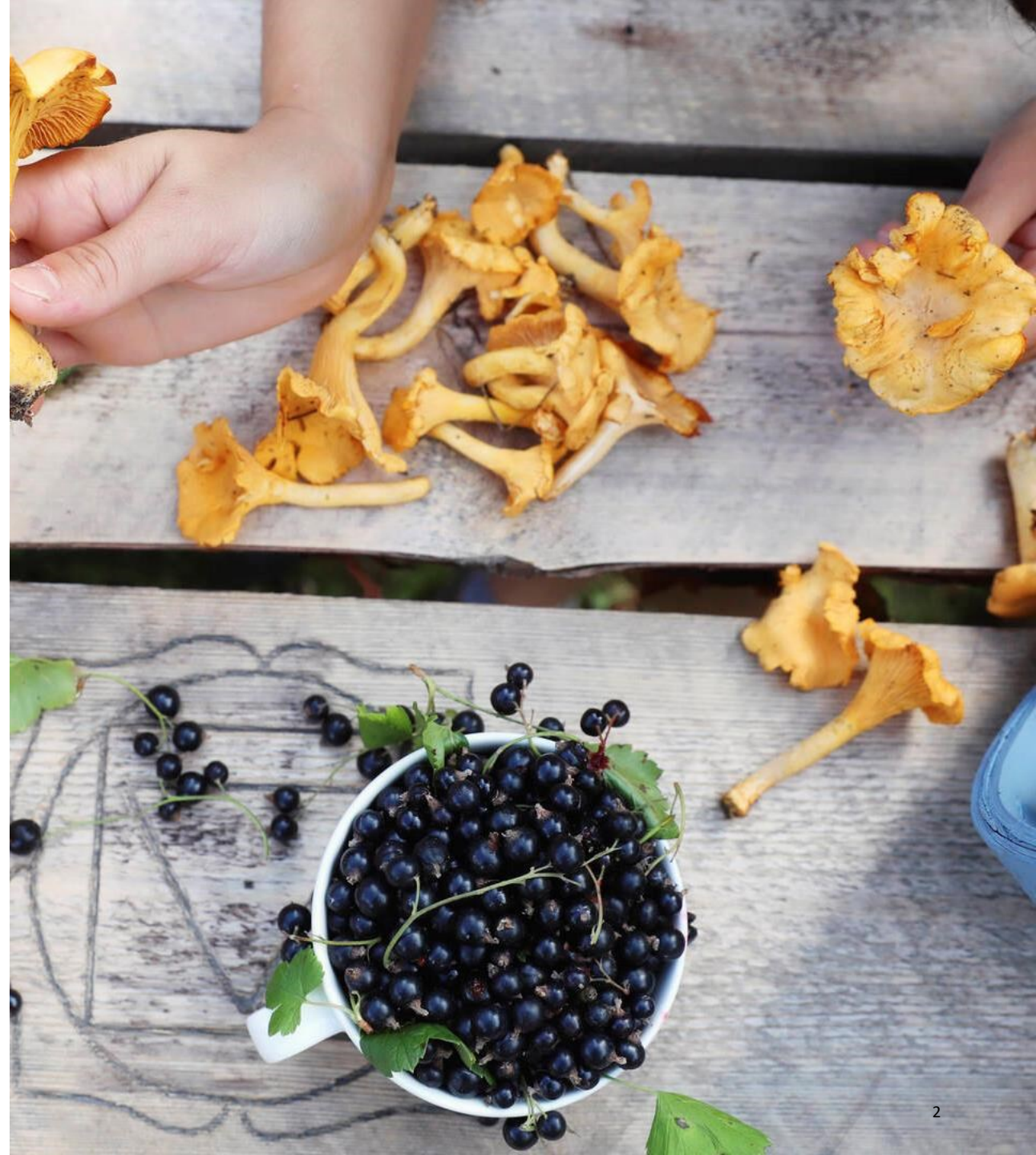
Terhi Hook

30.11.2022 terhi.hook@businessfinland.fi

Kuva: Visit Finland, Clarion Hotel Helsinki

Ruokamatkailun pääviestit

- **Taste of place:** paikallisuus - alueellinen ruokakulttuuri ja suomalainen elämäntapa
- **Pure & natural:** puhtaus –pohjoinen sijainti, suomalainen puhdas luonto ja siellä kasvava ruoka.
- **Cool & creative:** rento, pohjoismainen keittiö ja luovat ja innovatiiviset ravintolat ja ruoka-ala



Suomalaisen ruoan maakuvatarina

Maa- ja metsätalousministeriö on työstänyt suomalaisen ruoan maakuvallista viestintämateriaalia.

Video ja pp-esitys on ladattu Finland Toolboxiin, joka on ulkoministeriön maakuvatyön alla olevan Finland Promotion Board:in tarjoama maakuvan työkalupakki.

Materiaalista löytyy sopivia osia ruoan alkutuottajille, elintarviketeollisuuteen ja matkailuun.

- Power Point-esitys englanniksi: **The smart taste of nature**
- Video englanniksi: **The smart taste of nature**
- Vapaasti ladattavissa ja käytettävissä.



TYÖKALUT JA OPPAAT ruokamatkailun kehittämiseen



- [Ruokamatkailun tuotesuositukset](#)
- [Kestävän ruokamatkailun opas](#)
- [Ruokamatkailustrategia](#)
- [Ruokamatkailun tarina](#) (video käytettäväksi viestinnässä)
- [Evästä matkailuun](#)
- Muut Haaga-Helian Hungry for Finland hankkeen [materiaalit](#)





Visit Finland

Digital Demand

Matkailun nettihaut kohdistuen Suomeen

- Raportissa käytetty data pohjautuu matkailuaiheisiin ulkomaisiin internet-hakuihin, jotka on kategorisoitu omiksi teemoikseen.
- Data kattaa tärkeimmät hakukoneet maailmanlaajuisesti, ja sen kattavuus kaikista internet-hauista on 90 %.

The popularity of discovering food in travelling keeps rising

Japan and U.S. search actively food-related travel topics about Finland

Change from pre-pandemic (2019) to post-pandemic (2022) time

Food Tourism



Restaurants



Fishing



Natural Wonders



Cafes



Bars and Pubs



Bakeries and Patisseries

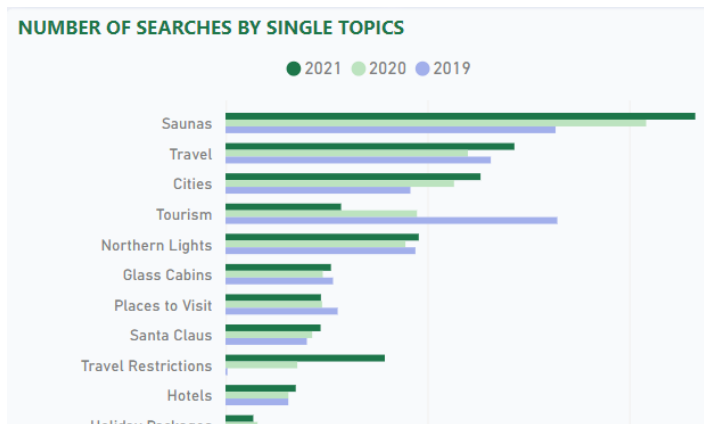


Christmas Market



The popularity of discovering food in travelling keeps rising (Q1-Q3)

	2022	2021	2019	YoY (Q1-Q3)
1. Food Tourism	40K	20.7K	16.4K	+144 %
2. Cafes	32K	24K	27.1K	+19 %
3. Restaurants	28.7K	18.9K	11.9K	+140 %
4. Fishing	22.7K	17.2K	22.2K	+2 %
5. Shopping	10.4K	5.5K	7.9K	+32 %
6. Hunting	7.9K	5.9K	5.7K	+38 %
7. Bars and Pubs	7.1K	2K	2.3K	+207 %
8. Christmas Markets	4.5K	2.9K	3.6K	+26 %
9. Bakeries and Patisseries	4.3K	3.0K	1.9K	+119 %
10. Shopping Malls	2.8K	1.8K	1.6K	+77 %
11. Wine Tourism	1.3K	0.9K	1K	+33 %



4.4M
Total Number of Searches in 2021



Lapin Poron lihat Kuva: Julia Kivelä, aitojamakuja.fi
Suojattu alkuperänimitys (SAN)

Top Target Markets for Restaurants

2021

Japan and U.S. search actively food-related travel topics about Finland

Rank	Flag	Country	'21 Searches	'20-'21 Growth	'19-'20 Growth
1		United States	14,139	58.78%	25.79%
2		Japan	12,301	9.24%	8.30%
3		Germany	2,891	21.11%	32.24%
4		Russia	2,489	4.14%	-12.16%
5		Spain	2,240	42.86%	-11.81%
6		United Kingdom	1,759	13.05%	-14.69%

Maakohtaisessa tarkastelussa:

Restaurants cluster include searches from keywords Restaurants, Cafes, Bakeries and Patisseries, Fast Food Restaurants, Gourmet Restaurants, Vegan and Vegetarian Restaurants, Eat with Locals and Michelin Restaurants.

Q2/2022

Rank	Flag	Country	Searches	Growth
1		United States	4,563	30.8%
2		Japan	4,482	54.6%
3		Germany	1,159	91.3%
4		Canada	802	80.2%
5		Italy	691	109.4%

Q3/2022

Rank	Flag	Country	Searches	Growth
1		United States	5,329	19.0%
2		Japan	3,967	27.0%
3		Germany	1,029	9.9%
4		Canada	854	88.5%
5		Italy	736	82.2%

TARGET MARKET DISTRIBUTION | 2019-2021

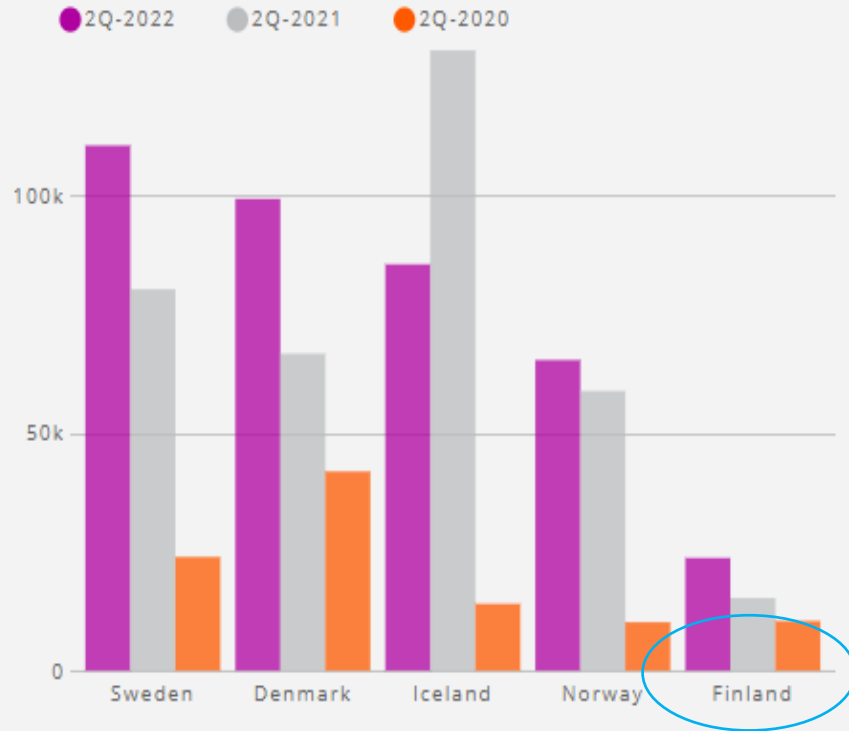
Rank	Country	'21 Searches
1	Germany	499K
2	Japan	484K
3	United States	458K
4	United Kingdom	351K

Nordic Comparison: Restaurants vs. All Intl. Searches

Restaurants

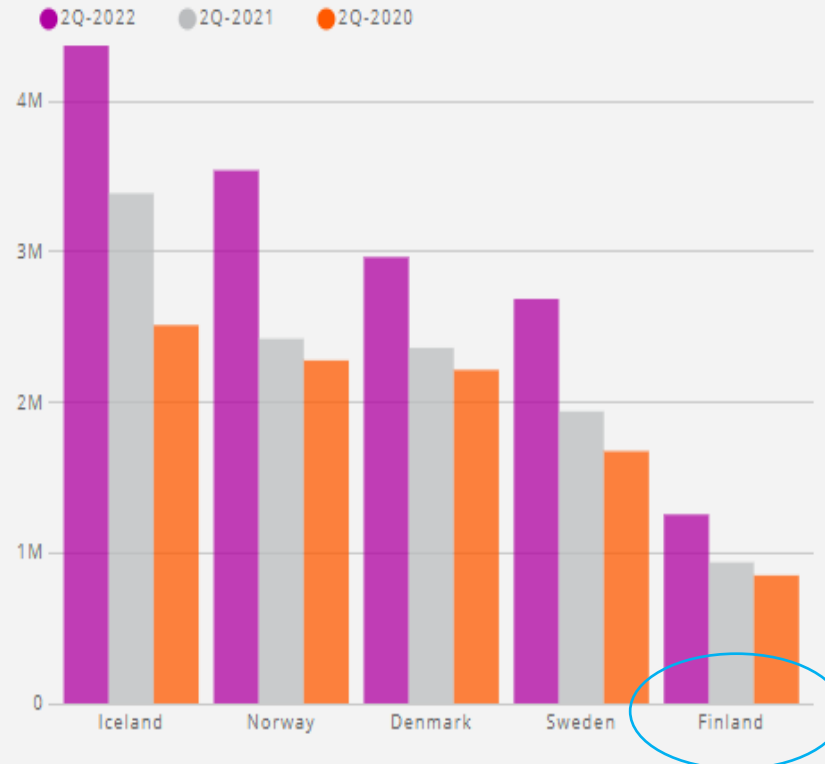
Q2/22

Benchmark Competitors



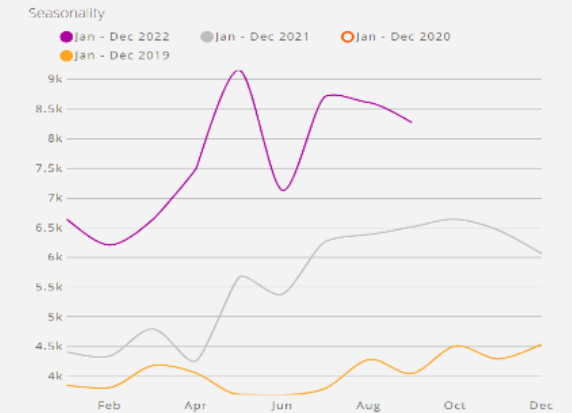
All Intl. Searches

Benchmark Competitors

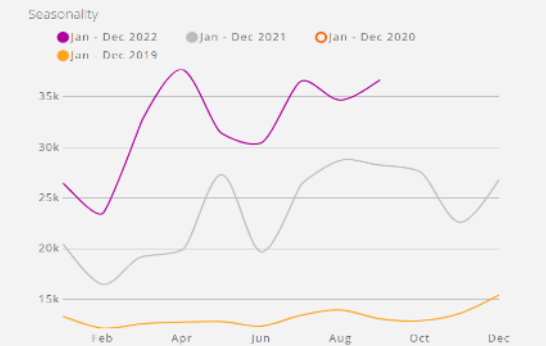


Seasonality – Searches for Restaurants (2019, 2021, 2022)

Finland



Denmark



The searches for **Restaurants** peak in April and May.

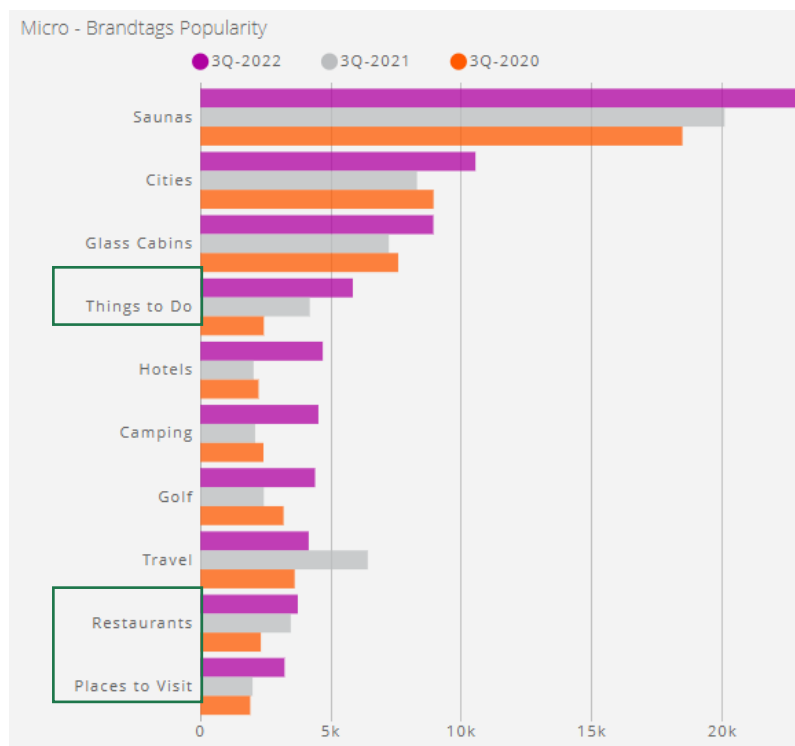
Tässä tarkastelussa "restaurants" klusteroitu kuten edellä.

Source: D2 Digital Demand

What kinds of travel topics Americans search about Finland?

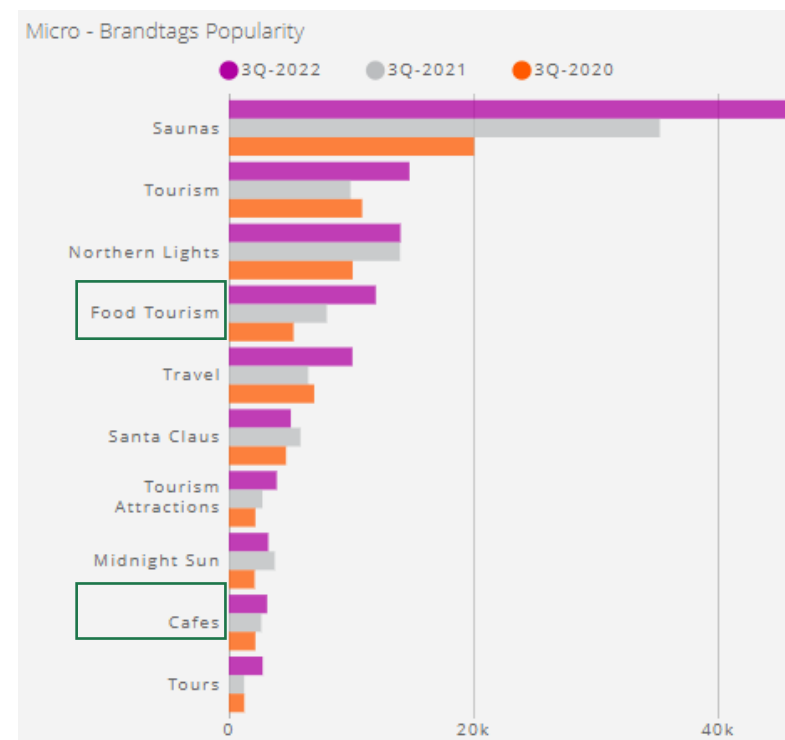
Q3 2020-2022

Q3/2022



What kinds of travel topics Japanese search about Finland?

Q3/2022



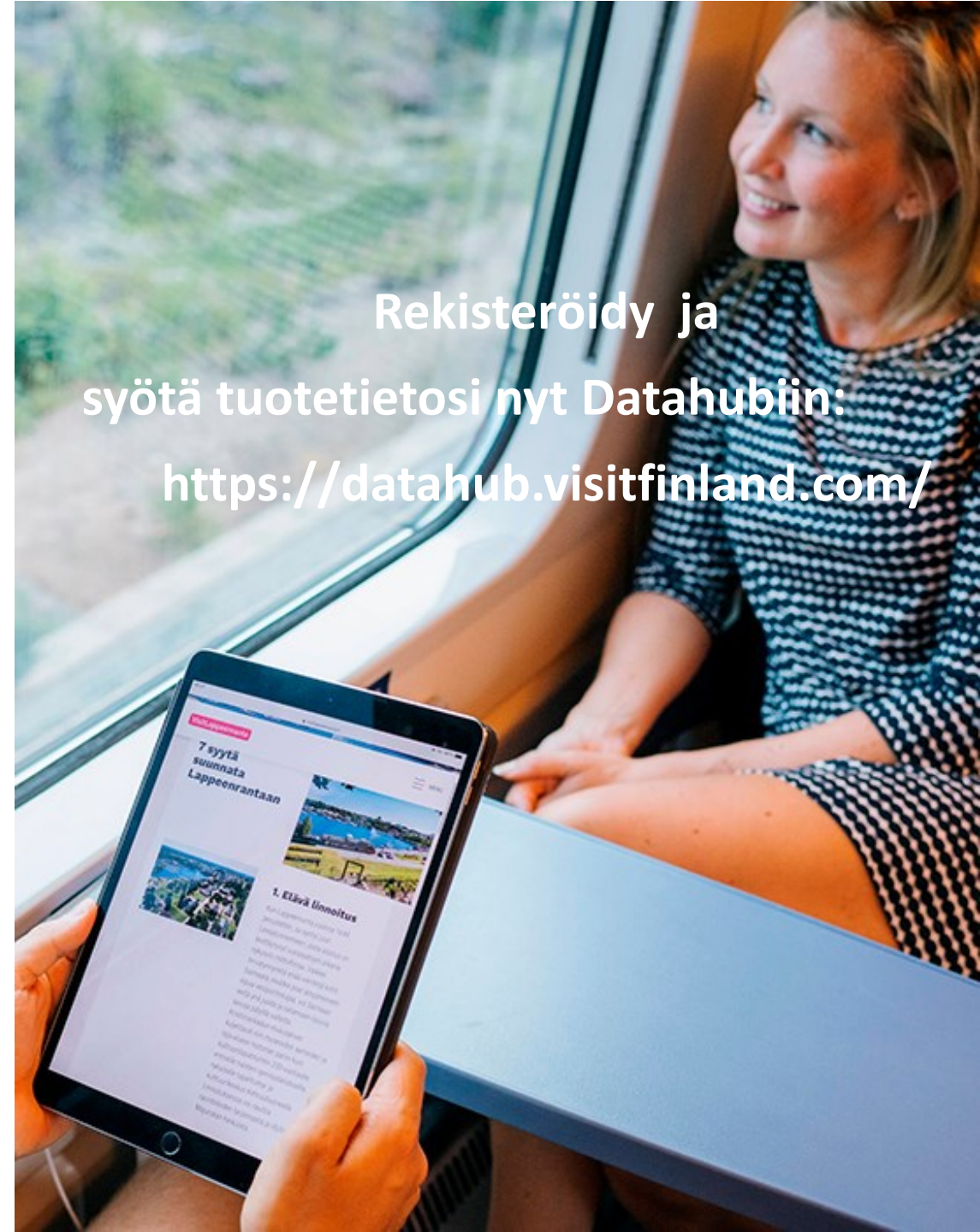


Visit Finland

Visit Finland DataHub

Mikä on Visit Finland DataHub?

- **Tietokanta**, johon suomalaiset matkailupalveluja tuottavat yritykset voivat tallentaa yritys- ja tuotetietonsa ja jakaa sitä sieltä edelleen.
- DataHubin käyttö ilmaista ja syöttäminen helppoa.
- Kun koko Suomen matkailutieto on yhdessä paikassa, samoja tietoja voidaan hyödyntää monissa eri kanavissa.
- Visit Finlandin digikanavat hyödyntävät **DataHubin** tuotesisältöjä:
 1. Visitfinland.com
 - kansainvälisille matkailijoille suunnattu verkkosivu
 - Journeys – reittiehdotuksia, joissa tuotevinkkejä
 2. Finland Travel Pro
 - B2B, eri markkinoiden matkanjärjestäjille tarkoitettu e-learning-työkalu
 3. Visit Finlandin markkinointikampanjat



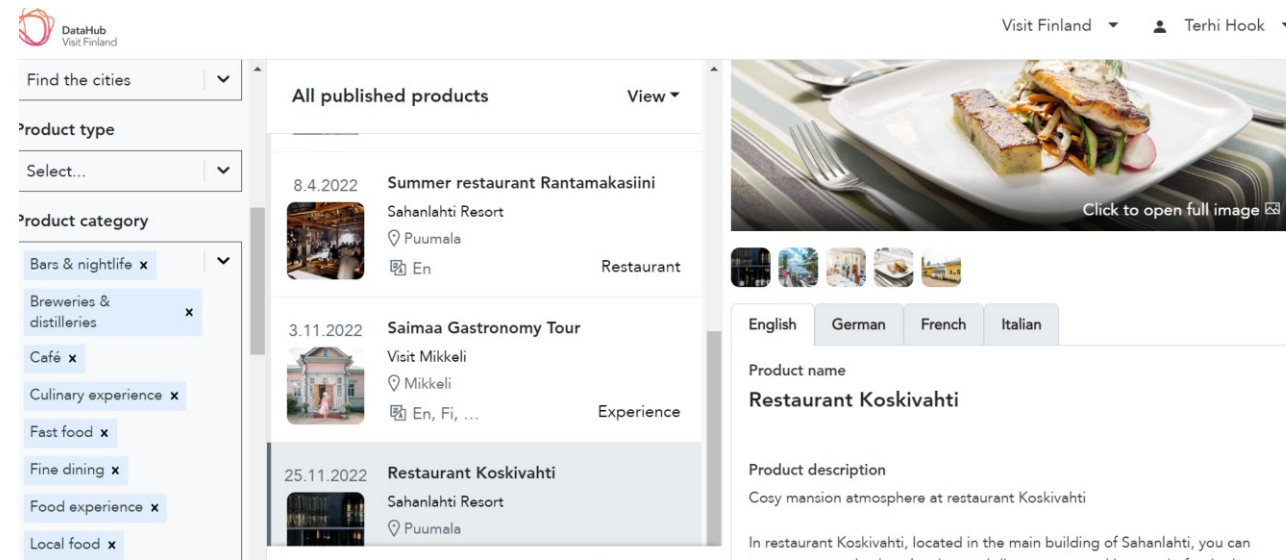
Rekisteröidy ja
syötä tuotetietosi nyt Datahubiin:
<https://datahub.visitfinland.com/>

Mikä on ravintolatuote DataHubissa?

- Yksi ravintolatuote =
 - Ruokaravintola
 - Kahvila
 - Yökerho
 - Pubi/baari

DataHubissa ravintolatuote EI ole

- Ateriatuote (esim. illallinen tai aamiainen)
- Brunssi



- HUOM! **Elämystuotteiksi** lasketaan:
 - Tasting-kierrokset
 - Opastetut panimovierailut
 - Kokkauskurssit

- Ravintolan yhteydessä olevan myymälän tai **lähiruokamyymälän** voit lisätä **kauppatuotteeksi**
- Tilausravintolan tai tapahtumatilat voit lisätä **kokous- ja tapahtumatilat tuotteeksi**

Vinkkejä ravintolatuotteen lisäämiseen

1 Pyri antamaan tuotteelle sama nimi kuin nettisivuillasi

- Näin asiakas löytää tuotteesi helpommin mm. googlaamalla
- Esim. Ravintola Tähtinen, Bistro Papu, Amarillo Lahti, Bar & Grill Lehti, Café Verso

2 Tuotekuvaukseen kirjoita alkuun 1-2 lauseen yleiskuvaus (myyvä lause). Kuvaile tämän jälkeen selkeästi ja houkuttelevasti, minkälainen ravintolatuote on kyseessä

- Esittele tekstissä ravintolatuotteen lokaatio ja asiakasta kiinnostavat faktat innostavasti

3 Valitse korkealaatuiset ja houkuttelevat kuvat (vaaka- ja pystykuvia)

- Kuvilla on suuri merkitys tuotekortin klikattavuuteen, panosta siis hyviin kuviin!
- Huolehdi myös, että kaikki kuvat kertovat samaa tarinaa



• Kiinnitä huomiota kategorioiden määrään, valitse tuotteellesi max. viisi kategoriaa

- Valitse vain kyseiselle tuotteelle olennaiset kategoriat. Yrityksen muusta palvelutarjonnasta voit kertoa tuotekuvauksessa
- Kategorioiden suuri määrä voi sekoittaa julkaisukanavien hakusuodattimien tuloksia.



Visit Finland

Kestävyys



KESTÄVÄ RUOKAMATKAILU Sustainable Travel Finland –ohjelma



- Visit Finland on kehittänyt matkailuyrityksille ja -alueille tarkoitetun Sustainable Travel Finland -ohjelman ja sillä saavutettavan Sustainable Travel Finland -merkin.
- Matkailuelinkeinon pystyttävä vastaamaan muuttuvaan kysyntään ja turvaamaan tulevaisuutensa.
- Vastuullisuutta todennetaan online-alustan seitsemällä askeleella
- Ohjelmassa oma syventävä koulutus ruokamatkailuyritysten vastuullisuuteen
- Sertifiointi-askeleen voi osoittaa
 - [ECEAT Suomi ry](#)
 - [Biosphere](#)
 - [Green Key](#) (tai Green Activities)
 - [Joutsenmerkki](#)
 - tai ns. edelläkävijäyritys
- [Kestävän ruokamatkailun opas](#)



Ilmastoannos -merkki

- Ilmastoannos-merkki auttaa tunnistamaan ravintolan ruokalistalta ilmastoystävälliset annokset.
- Ilmastoannosten raaka-aineiden yhteenlaskettu hiilijalanjälki on enintään 1,0 kg CO₂e eli reilusti alle suomalaisen keskiarvon.
- Ravintola-alan toimijoiden kanssa yhteistyössä kehitetty Ilmastoannos-kampanja on osa Forum Virium Helsingin koordinoimaa Mission Zero Foodprint -hanketta.

Muista myös: Portaat Luomuun –ohjelma ja Luomua-tähtimerkki

- **Luomua** ravintola -ohjelma on ammattikeittiöille suunnattu palvelu, jonka avulla ravintolat ja ruokapalvelut voivat lisätä luomutuotteiden käyttöä asteittain ja viestiä siitä asiakkailleen luotettavasti.

Lisäksi muista viestinnässä myös erilaiset elintarvikkeiden vastuullisuusmerkit kuten Reilu kauppa, MSC, Hyvää Suomesta, EU-luomumerkki ja nimisuojamerkit ym.





Visit Finland

KIITOS

