



Visit Finland

VISIT FINLANDIN MARKKINOINTIKAMPANJAT MAAILMALLA

Suomi matkailumaana - tarinat, toiveet ja todellisuus

Heli Jimenez 10.6.2026

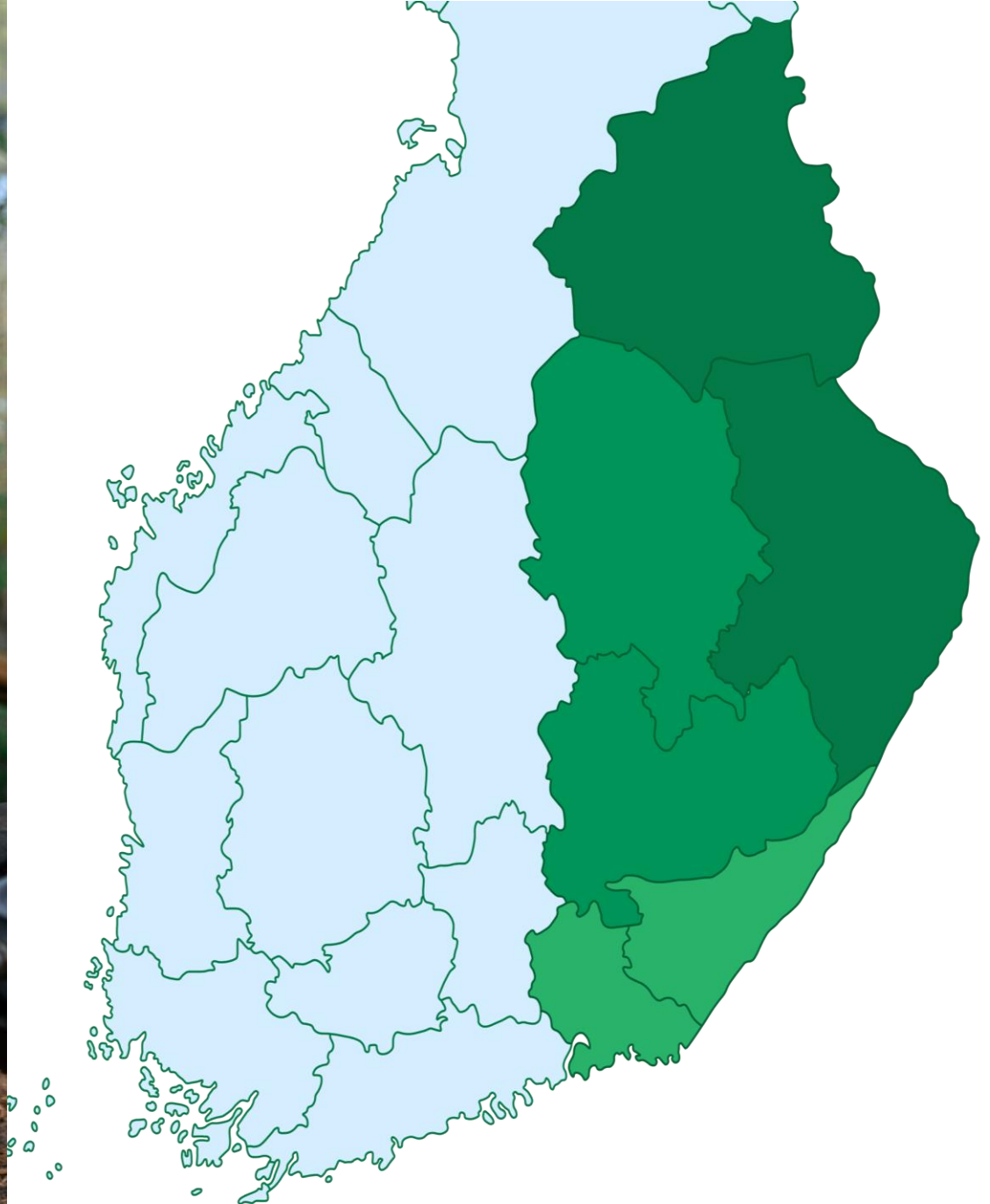


CHILL LIKE A
Finn



Visit Finland

Finnish AKKE-funding





Mitä

Kansainvälinen imagokampanja 03-06/2026

“Chill like a Finn” -kampanja nostaa Itäisen Järvi-Suomen kansainväliseksi kesäkohteeksi. Kampanja rakentuu alueen vahvuuksien varaan ja paketoi suomalaisen elämäntavan houkuttelevaksi, helposti lähestyttäväksi ja elämykselliseksi matkailukokemukseksi.

Kampanjan tavoitteena on kasvattaa Itäisen Järvi-Suomen tunnettua ja vetovoimaa – brändätä se kohteeksi, jossa matkailijat voivat kokea suomalaisen kesän parhaimmillaan. Kampanja kokoaa alueen elämykset ja palvelut yhdeksi selkeäksi kokonaisuudeksi.

Idea

Suomalainen kesäloma kansainvälisten matkailijoiden ulottuville

Chill like a Finn -kampanja tuo esiin suomalaisen kesän parhaat puolet ja tekee siitä helposti lähestyttävän kokonaisuuden. Konseptin toteutus perustuu some-haasteeseen, joka aktivoi osallistumaan ja jakamaan tarinaa suomalaisesta kesästä itäisessä Järvi-Suomessa.

Haasteessa matkailijoilla on 7 päivää aikaa kokea paikallisia tapoja ja aktiviteetteja – yksinkertaisia, luonnonläheisiä ja hyvinvointia tukevia elämyksiä – joista jokainen vie heitä lähemmäs mielentilaa, jota me kutsumme kesälomaksi.



KOHDEMARKKINAT

Saksa, Ranska, UK, Espanja

KAMPANJA-AIKA

Maaliskuu–Kesäkuu 2026

Kampanjan PR-lanseeraus 5.3.

Mainonta alkaa 9.3.

Haku aika 9.–29.3.

KANAVAT

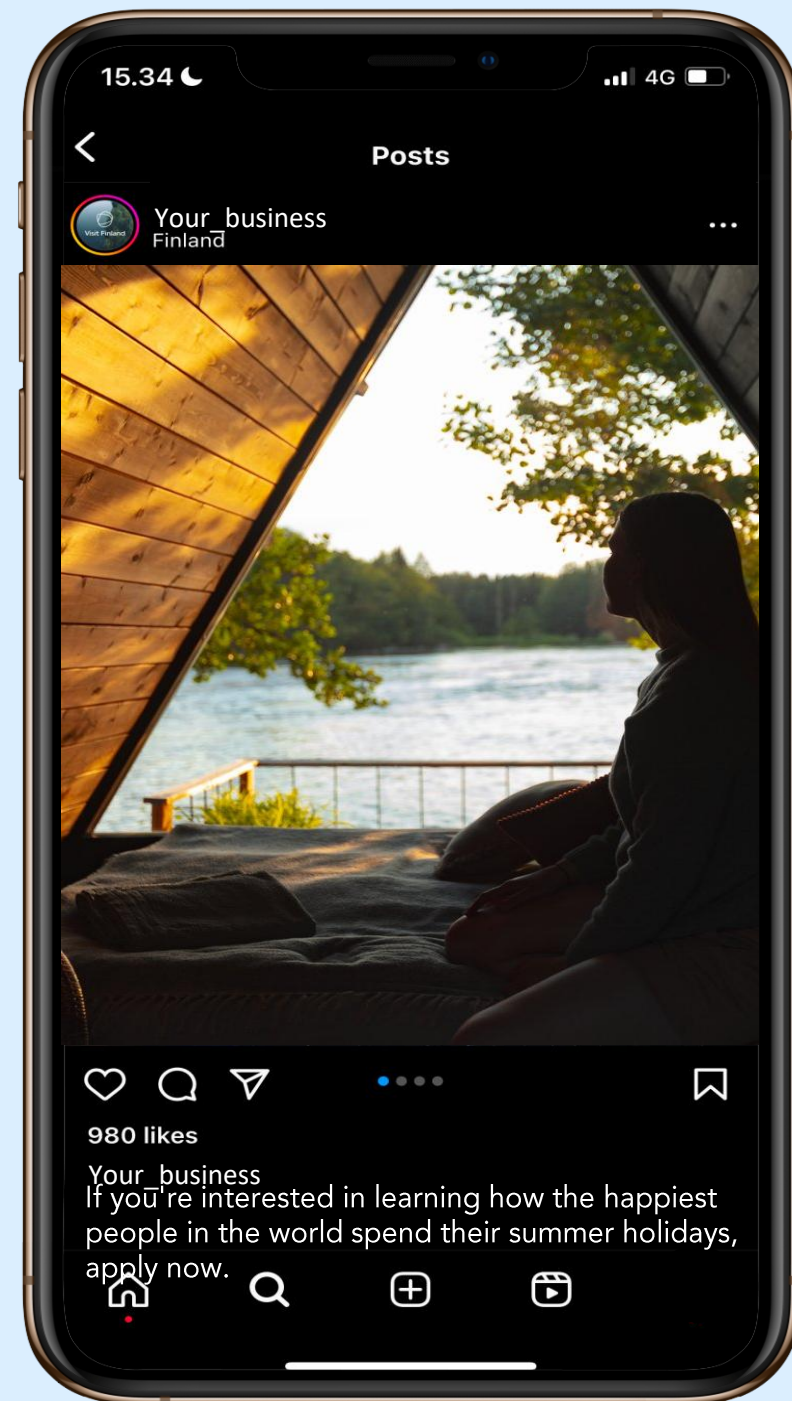
PR, Digitaaliset kanavat,
SoMe

KOHDERYHMÄ

Mindful Travellers

KAMPANJASIVU

ChillLikeaFinn.com



Finnland verschenkt KOSTENLOSE Reisen an 12 Personen!

Habt ihr euch jemals gefragt, warum Finnland acht Jahre in Folge zum glücklichsten Land der Welt gekürt wurde? Nun, die finnische Tourismusbehörde ist bereit, ihre Geheimnisse zu verraten, und sie möchte euch einfliegen lassen, damit ihr es selbst erleben könnt.

Urlaub & Reise

T&T

"Chill like a Finn": Finnland verschenkt bis Ende der Woche Urlaub

FRANKFURT
LIVE

Bewerben für die Challenge

Die Bewerbungsphase für die „Chill Like a Finn“-Challenge läuft noch. Menschen aus aller Welt können sich bewerben und zu erklären, warum ihnen ein richtiger Sommer-Reset guttun würde.

Ausgewählte Teilnehmer reisen diesen Sommer mit einer Begleitperson nach Finnland, um dort sieben Tage lang zu lernen, wie man im finnischen Seengebiet wirklich wie ein Finne chillt – von der Saunakultur bis hin zu langen, ruhigen Tagen am Wasser. Die Bewerbungsfrist läuft bis zum **29. März 2026**; danach werden die ausgewählten Teilnehmer bekannt gegeben.

Weitere Informationen zur Challenge und zum Bewerbungsverfahren finden sich auf der [Website](#) der Kampagne von Visit Finland.

The Happiest Country in the World Is Giving Away Free Trips to Visit This Summer

Six lucky duos will win a week in Finland to learn the art of happiness.

The world's happiest country is offering a free lakeside trip this summer – here's how to apply

Fancy spending a week in Europe's largest lake district? Listen up

Forbes

That emphasis on slowing down and reconnecting with nature has even become part of Finland's tourism messaging: This summer, the country is inviting a small number of travelers to experience its lakeside lifestyle firsthand through the "Chill Like a Finn" challenge. Participants get the chance to win a free seven-day summer trip to Finnish Lakeland for a digital detox experience.

< au Webポータル NEWS

スマホを置いて、フィンランドの森へ 9年連続「世界一幸せな国」で過ごす夏の7日間



国連の「世界幸福度報告書 2026」において、フィンランドが9年連続で首位に選ばれました。その幸福の鍵は、スマートフォンの通知音から離れ、自然の中で静かな時間を過ごすという、ごくシンプルな習慣にあるようです。

現在、フィンランド政府観光局は、こうした「フィンランド流の幸せ」を実際に体験できるキャンペーンを実施しています。

B I B A

Le pays le plus heureux du monde recrute des volontaires pour décrocher (et partent gratuitement cet été) le Bonbon

Un voyage gratuit en Finlande, ça vous dit ?

Pour faire découvrir les pépites dont le pays des Mille Lacs regorge, VisitFinland a mis en place une initiative plutôt singulière intitulée « *Chill Like A Finn* » : offrir un voyage gratuit à plusieurs voyageurs internationaux en plein cœur de la région des lacs finlandais. Une manière d'initier les novices à l'art de vivre à la finlandaise et de leur permettre de vivre, pendant une semaine, comme les Finlandais, en harmonie totale avec la nature. Les candidatures sont ouvertes jusqu'au 29 mars 2026. Rendez-vous [ici](#) pour savoir comment participer !



Learn to chill like a Finn: World's happiest country is giving away Finnish Lakeland trips



El país más feliz del mundo ofrece un viaje gratuito junto a un lago este verano: así es como puedes solicitarlo

¿Te apetece pasar una semana en la región de los lagos más grande de Europa?

Like a Finn campaign results (so far)

290

Media hits
worldwide

613.5

million
BBE in VF
markets

Campaign site: 1,2
million views
&

77,9%

Engagement rate

24 000

Applications
worldwide

Organic some

83 000

Engagements



parris.jocelyn @amyheather12 Finland has now moved up on my list of countries to visit as well. Amy and I will now start making videos when we adventure for when we enter next

1 vk 2 tykkäystä Vastaa



nicolerudoll Freshly smoked fish? Hiking, saunas, and wildlife watching? I don't think Life could get any better. @erinnakielski

3 vk 2 tykkäystä Vastaa



whereiroam_ No wonder you're the happiest country in the world! 🇫🇮

6 vk 67 tykkäystä Vastaa



andrew.j.arbuckle Loved seeing all the creativity in this - such a cool campaign! 🇫🇮 We had a blast imagining what an escape to the lake would look like. Thanks to the crew at @ourfinland for putting this together! 🇫🇮🌲🍷

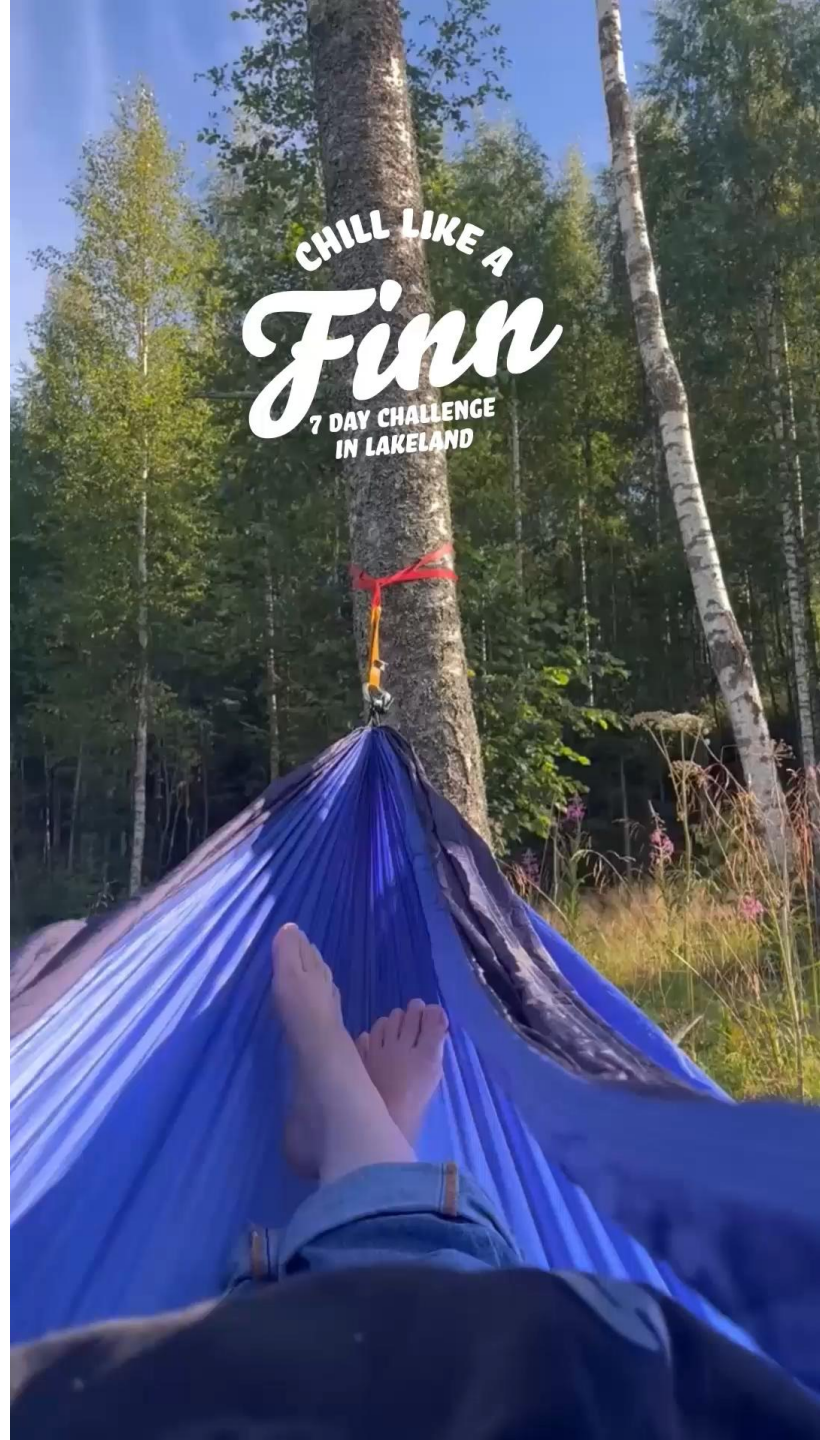
4 vk 2 tykkäystä Vastaa



unboundvitality Thanks for the opportunity to get creative and play! Sad we didn't get chosen, and so happy for those who did! Have a blast in Finland! 🇫🇮🍷🌲🍷

1 vk 1 tykkäys Vastaa

CHILL LIKE A
Finn
7 DAY CHALLENGE
IN LAKELAND

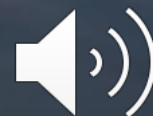


**Have some Finnish -
ruokamaakuvan ja
ruokamatkailun
tunnettuuden**



HAVE SOME
Finnish

A dinner invitation from
the world's happiest nation



Paikallinen ruoka on keskeinen osa matkustamista

Ruoka on välttämättömyys, jolla on keskeinen rooli matkailijoiden valittaessa ulkomaan matkakohdetta.

87%

matkailijoista haluaa maistaa paikallisia raaka-aineista tehtyä ja perinteiden mukaan valmistettua ruokaa

83%

pitää ruokaelämyksiä keskeisinä matkakokemuksen onnistumisen kannalta

81 %

haluaa kokeilla uusia ruokia eri ravintoloissa

Ruoka on

Top5

harkinnan ajureissa Suomea matkakohteena mieltävillä

Tammikuun 2026 ruokakyselyn tulokset



Toteutimme tammikuussa 2026 ruokakyselyn, jossa pyysimme suomalaisia kertomaan miltä heidän Suomensa maistuu. Vastauksia saimme tuhansia.

Kyselyllä kartoitimme aluekohtaisesti tärkeimmät, rakkaimmat ja suomalaisimmiksi koetuimmat maut, sekä ruokalajit – ruoat, jotka suomalaisten mielestä määrittävät Suomen.

Kyselystä nousseita top 10 suomalaista ruokalajia hyödynnetään virallisten Suomen maistelumenujen suunnittelun pohjana.

Suomalaisten äänestämät top 10 ruokalajit

1. Lohikeitto
2. Karjalanpiirakka
3. Karjalanpaisti
4. Mustikkapiirakka
5. Hernekeitto
6. Paistetut muikut
7. Korvapuusti
8. Poronkärjitys
9. Graavilohi
10. Ruisleipä

Onko alueellasi matkailijoille tarjolla riittävästi suomalaisia makuja ja ruokalajeja?

AMMATTILAISET

Kyllä
49 %

Ei
51 %

Kansalliset klassikot

Annokset kokoavat yhteen suomalaisen ruokakulttuurin keskeisimmät maut, raaka-aineet ja klassikot. Ne muodostavat yhteisen pohjan, josta ravintolat voivat luoda omia, ajassa eläviä tulkintojaan suomalaisesta ruoasta – niin matkailijoille kuin suomalaisille itselleen.



Kalakeitto ja ruisleipä



Suomalaiset kalaruoat



Poro ja riista



Karjalanpiirakka



Kahvi ja pulla sekä
sesonkileivonnaiset



Villimarjat



Suomalaiset puurot



Uudet perunat ja Lapin
puikula



Sieniruoat



Kaaliruoat



MITÄ

Kansainvälinen ruokamatkailu- kampanja 2026–2027

Ruoka on yksi tärkeimmistä tekijöistä matkakohdetta valittaessa. Suomalainen ruoka on kuitenkin maailmalla yhä suhteellisen tuntematonta, vaikka sen potentiaali on huomattava.

Kampanjan tavoitteena on tehdä suomalaisesta keittiöstä ja ruokakulttuurista maailmankuulu – ja nostaa Suomi kartalle houkuttelevana ruokamatkailukohteena. Kampanja tuo yhteen tavalliset suomalaiset, alueelliset matkanjärjestäjät, olemassa olevan ruokamatkailutarjonnan sekä ruoka-alan ammattilaiset. Tavoitteena on tarjoilla maailmalle aitoja suomalaisia makuja. Muutamalla kampanjan kohdemarkkinalla järjestetään lisäksi tapahtumat, joissa vieraat saavat maistiaisia suomalaisesta ruokakulttuurista.

Kampanjan kummina toimii Henri Alén.

IDEA

Suomen elämyksellinen illalliskutsu maailmalle

Tammikuussa 2026 kutsuimme kaikki suomalaiset määrittelemään, mitkä ruoat ja makuelämykset kuuluvat Suomen viralliselle ruokalistalle. Vastausten pohjalta rakennetaan alueittain neljä kansallista maistelumenuea, jotka tarjoillaan valikoidulle joukolle matkailijoita neljässä eeppisessä illalliselämyksessä eri puolella Suomea.

Neljän suomalaisen huippukokin loihtimat viralliset maistelumenut tarjoavat herkullisen matkan alueiden ruokakulttuuriin ja kulinaarisiin perinteisiin. Samalla teemme ansaitun näkyvyyden avulla koko Suomea tunnetuksi ja lisäämme matkailuvetovoimaa.

HAVE SOME
Finnish

A Dinner Invitation From
the World's Happiest Nation

RSVP to be selected

Pähkinäkuoressa:

KOHDEMARKKINAT:

USA, Saksa, Ranska

Sekundääriset: Japani, Espanja

KAMPANJA-AIKA:

Tammikuu 2026 – Helmikuu 2027

KV PR-lanseeraus 18.5.2026

Mainonta ja haku 19.5.–9.6.2026

KANAVAT:

PR, Digitaaliset kanavat,
SoMe

KAMPANJASIVU:

havesomefinnish.com

TOTEUTUS

Kiinnostusta, PR-näkyvyyttä ja matkustusharkinnan lisääntymistä

Suomi tarjoilee alueelliset maistelumenut ainutlaatuisissa illallistapahtumissa, kahtena eri ajankohtana (Syyskuussa Lappi ja Rannikko-saaristo, alkuvuodesta 2027 Helsingin suuralue sekä Järvi-Suomi).

Kutsumme ruokaa rakastavia matkailijoita hakemaan paikkaa valitsemalleen maisteluillalliselle. Valituille matkailijoille tarjotaan neljän päivän ruokamatka Suomeen.

Matkailijoiden lisäksi tuomme ruokamatkalle valittuja vaikuttajia ja toimittajia kohdemarkkinoilta.

Pääviestit

The missing cuisine

The world's happiest country has one more secret — its food.

Finland is your chance to discover the final big secret of the world's culinary cultures.

A nation's invitation

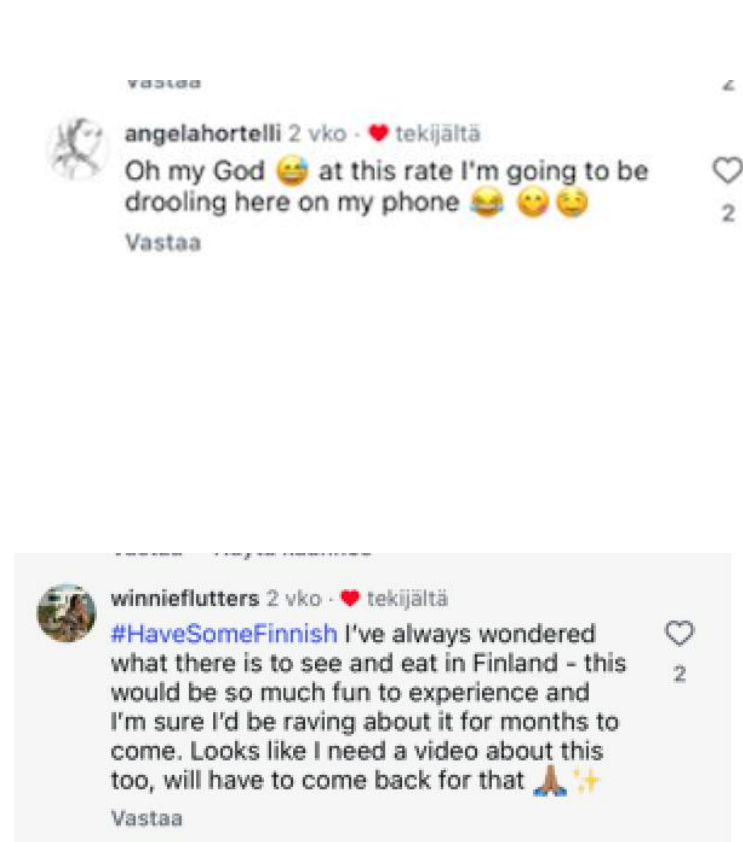
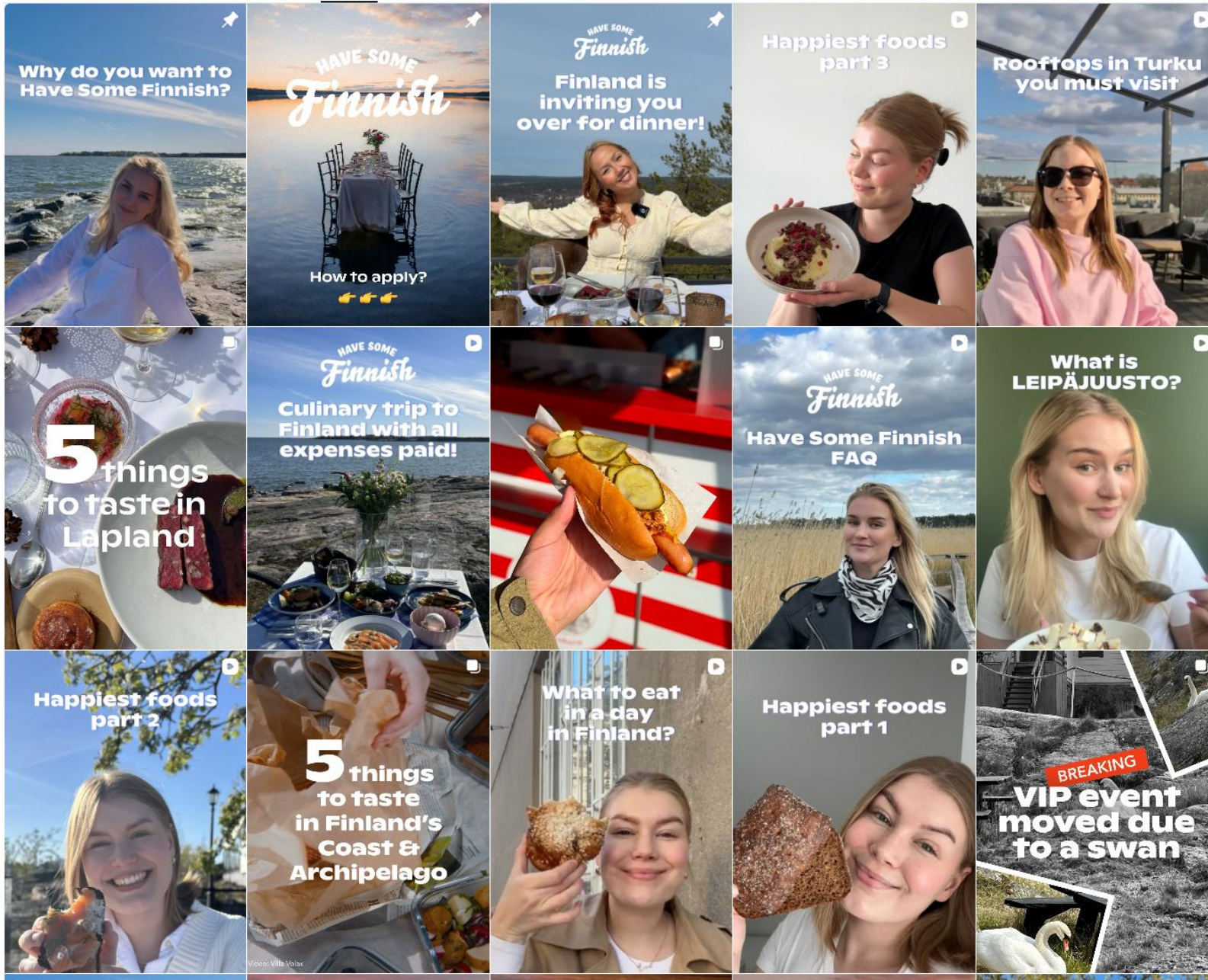
Most people can't name a single Finnish dish. The world's happiest cuisine would like to introduce itself.

Finland is setting the table for the world's first official national tasting and inviting you to have some Finnish.

A dinner at the edge of the world

The most epic dinner tables on Earth.

Finland makes its cuisine an experience you won't find on any map — where the location isn't just the setting, it's part of every bite.



Visit Finland Marketing Themes 2027

STATE OF HAPPINESS

In Finland, happiness is experienced through nature, culture, food and everyday life.

CULTURE AND LIFESTYLE



- We strengthen Finland's ownership of sauna and sauna culture.
- We highlight the Finnish lifestyle and authentic everyday moments
- We showcase Finland's architecture, design, and culture
- We highlight the people, stories and traditions that make Finland unique

FOOD EXPERIENCES



- We raise awareness of Finnish food culture
- We connect food with nature and regional identity
- We highlight local ingredients, pure flavours and seasonal dining

REFRESHING FINLAND



- We showcase Finland as a place for calm and reconnection. We have room to roam.
- We highlight Finland's cool summer experiences in our storytelling and imagery

GUIDING OUR STORYTELLING

We position Finland as a pure and sustainable destination for mindful travellers seeking balance, nature and wellbeing.

Our content is inspiring, authentic, inclusive and responsible. We encourage sustainable choices.



HAVE SOME
Finnish



KIITOS!