

Matkailun kansallinen ajankohtaiskatsaus

Varsinais-Suomen
matkailuparlamentti

14.2.2024

Katarina Wakonen



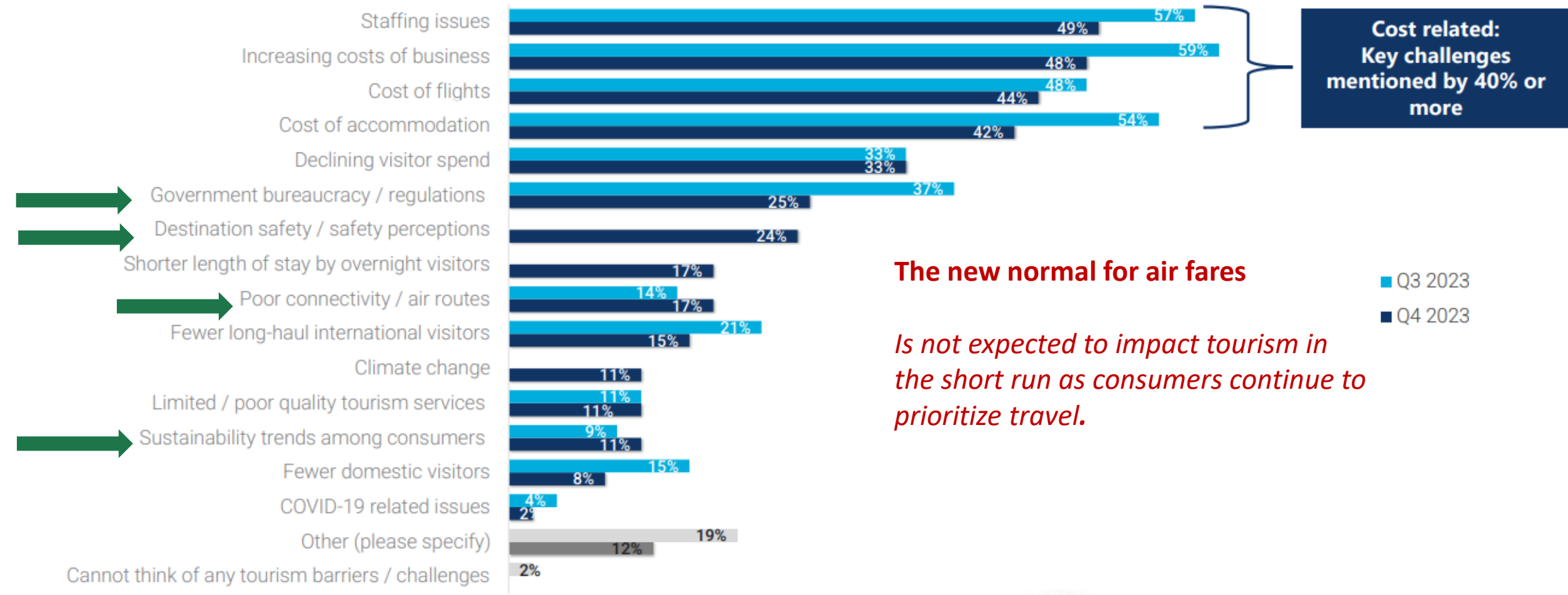
Matkailuvuoden 2024 avainteemat

- Kansainvälinen matkailu palautumassa tänä vuonna v. 2019 tasolle, Suomi v. 2025
 - Euroopan sisäinen matkailu + USA edelleen keskeinen kasvun lähde
- Matkustamisen kallistuminen ei vielä suuresti vaikuttanut matkailuinnokkuuteen
 - Kustannukset nousseet EU:ssa: lennot 36% ja majoitus + lomapaketit 22%
- Kiina elpymässä nopeasti – turvallisuudesta tullut keskeinen osa matkapäätöstä
- Merkittävät tapahtumat Euroopassa vauhdittavat kasvua: Olympialaiset Pariisissa ja UEFA Saksassa -> Huoli liikamatkailu nousemassa paikallisesti

Travel Industry Monitor

Costs remain the biggest risks to the outlook, but are easing

Q: Which, if any, of the following are currently tourism barriers or challenges? (Top five barriers in your country) | Q4 2023: n=106, Q3 2023: n=120
 Note: Changes were made to the questionnaire so not all response options can be compared against historic data



**Cost related:
Key challenges
mentioned by 40% or
more**

The new normal for air fares

Is not expected to impact tourism in the short run as consumers continue to prioritize travel.

■ Q3 2023
 ■ Q4 2023

Questions: Use the question panel

Matkailuvuoden 2024 avainteemat

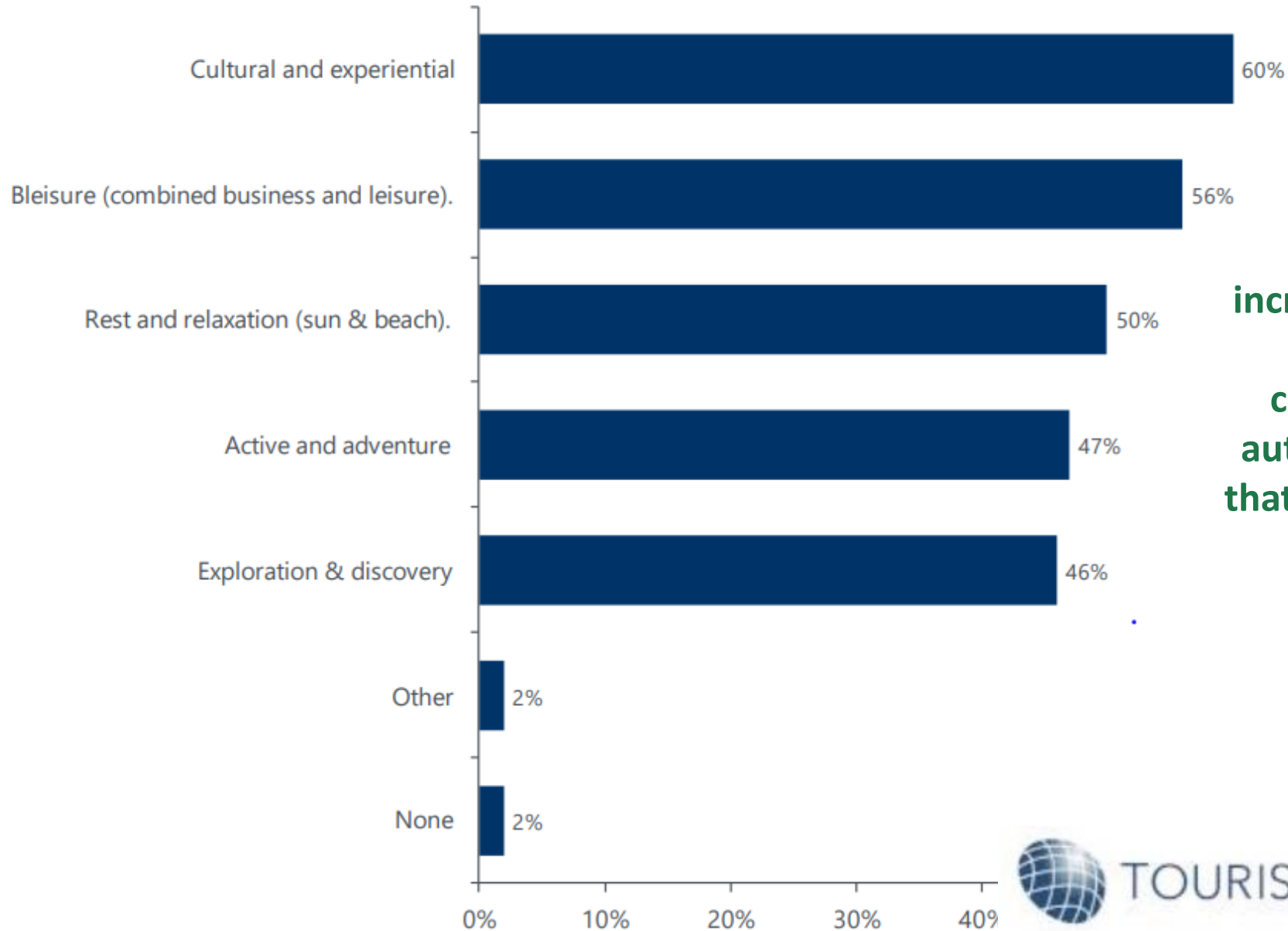
- Matkailijat hakevat yhä enemmän "aitoja" matkaelämyksiä
- Kohteet markkinoivat entistä laajemmin ainutlaatuisuutta ja autenttisuuttaan
- ”Kulttuuri- ja elämys” tärkeimpiä vapaa-ajan matkustusmotiiveja
- Aktiviteetteja ja kokemuksia etsitään pääkohteiden ulkopuolelta



Travel Industry Monitor

Chart 7: What will be the most popular type of travel in 2024?

What will be the most popular type of leisure travel in 2024?



Destinations are increasingly promoting their unique characteristics and authentic experiences that are only possible in that place

Yöpymisten palautuminen 2019 tasolle

Päivitys joulukuu 2023



Matkailijamittari - uusi kuukausitilasto

Täyttää merkittäviä tietoaukkoja matkailijoiden määrän ja rahankäytön mittaamisessa



[AJANKOHTAISTA](#)

[Suomen matkailudata](#) » Matkailijamittari

MATKAILIJAMITTARI TUO PÄÄTTÄJILLE RAHANARVOISTA TIETOA

Visit Finland on käynnistänyt uuden kuukausitilaston, joka mittaa ulkomaisten matkailijoiden määrää, rahankäyttöä, hiilijalanjälkeä ja matkailijasegmenttejä.

TULEVAT JULKAISUT

Julkaisupäivä ja julkaistava aineisto:

- 8.3.2024, Tammikuu
- 9.4.2024, Helmikuu
- 10.5.2024, Maaliskuu & Q1
- 10.6.2024, Huhtikuu
- 8.7.2024, Toukokuu
- 8.8.2024, Kesäkuu & Q2
- 9.9.2024, Heinäkuu
- 8.10.2024, Elokuu
- 8.11.2024, Syyskuu & Q3
- 10.12.2024, Lokakuu

Varsinais-Suomen tulokset

MatkailijaMittari
Visit Finland

Vuosi: All | Kvartaali: All | Kuukausi: All

Lähtömaat: All | **Varsinais-Suomi** | Matkan tyyppi: All

Start date: 03/2023 | End date: 11/2023

Menu | Kartta | FI | EN

Matkat

183K

Yön yli matkat: **167K**

Päivämatkat: **15K**

[Näytä lisää ...](#)

Rahankäyttö

135M €

Per matka: **738**

Per päivä: **62**

[Näytä lisää ...](#)

Hiilijalanjälki

75,480 tonnia CO2

Per matka: **413** Kg CO2

Per päivä: **35** Kg CO2

[Näytä lisää ...](#)

Profiili

Keskimääräinen ennakkovarausaika: **2.1** kk

Valmismatkojen osuus: **6%**

Lentäen: **46%** | Laivalla: **54%**


Vapaa-aika: **64%** | Työ: **36%**

Mediaani-viipymä: **5**

Todennäköisyys palata Suomeen lomalle (1-5): **4.0** Kesällä | **3.2** Talvella

[Näytä lisää ...](#)

Varsinais-Suomen tulokset

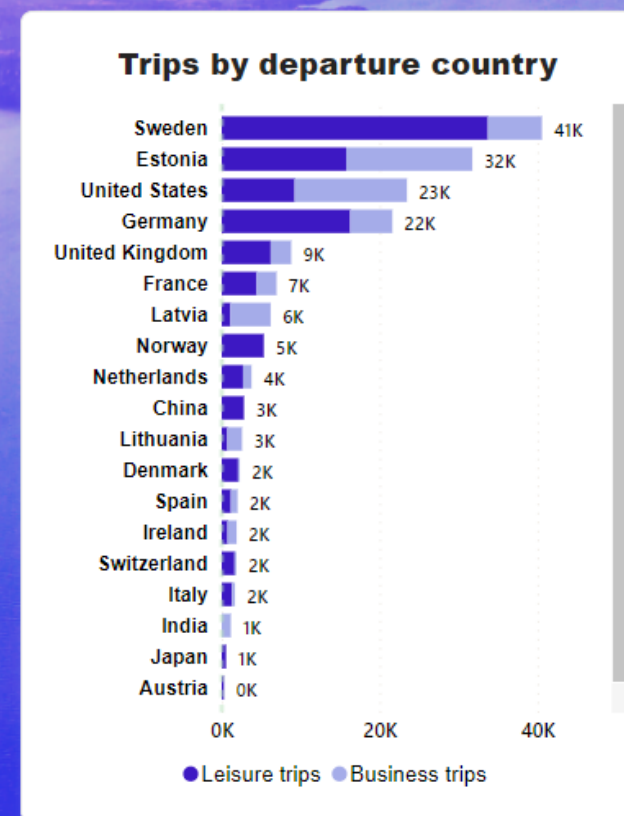
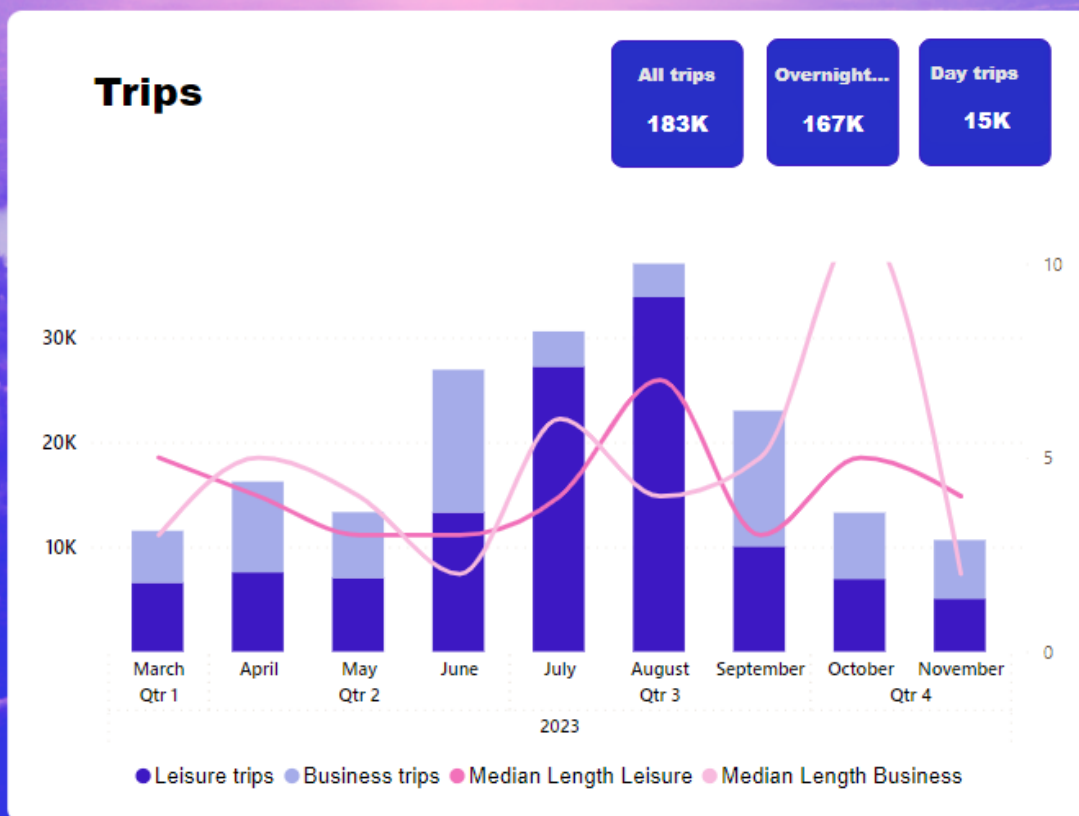

MatkailijaMittari
 Visit Finland

Year: All | Quarter: All | Month: All

Departure Countries: All | **Travel Destinations: Varsinais-Suomi** | Travel Type: All

Start date: 03/2023 | End date: 11/2023

Menu | Home | Map

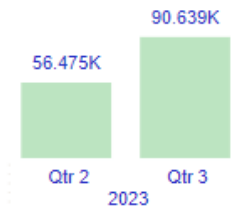




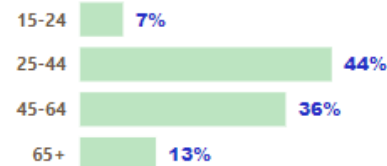
Year: All | Qrt: All | **Kohdealueet: Varsinais-Suomi** | Matkan tyyppi: All | Kulkuväline: All | Matkaseura: All | Alku kk: 03/2023 | Loppu kk: 11/2023

Vierailut alueelle 182.583K	Alueen yöpymiset 1.864M	Alue pääkohteena 71 %	Mediaani viipymä 5 päivää alueella	Rahankäyttö 134.778M Suomessa	Hiilijalanjälki 75.480K Tonnia CO2
---------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------	--	---	--

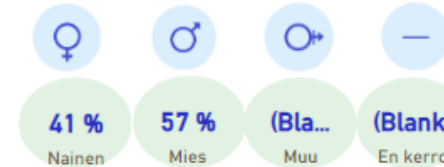
Vierailut alueelle



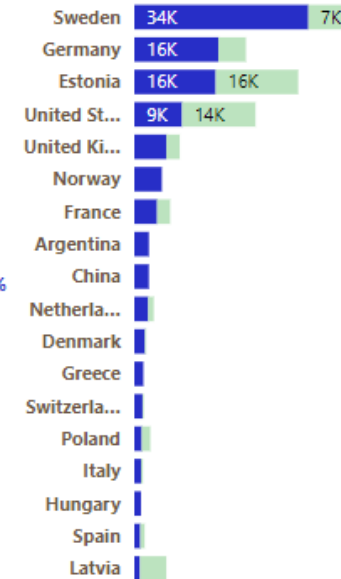
Ikä



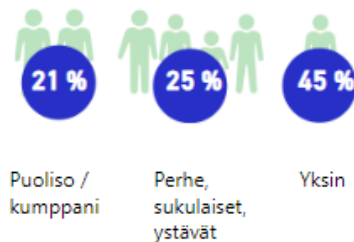
Sukupuoli



Matkailijavirrat alueelle

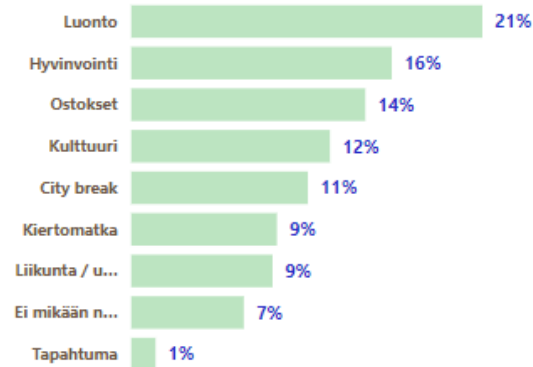


Matkaseurue

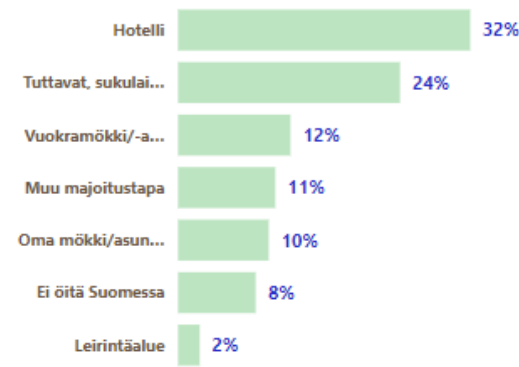


* Kategoriat Muu ja Ei vastattu eivät näy tässä Matkaseurue-visuaalissa.

Elämykset ja kokemukset



Majoitusmuodot



● Vapaa-aika ● Työmatka

Segmentointimalli tukee matkailun kestäväää kasvua

Tutustu kohderyhmiin ja rakenna kanssamme yhteistä viestiä maailmalla!

- Tuote- ja palvelukehitykseen
- Viestinnän suunnitteluun
- Strategiseen työhön
- Myynnin edistämiseen



^ HARJOITUKSET

[Suomen matkailudata](#) > Matkailun kohderyhmät


TUNNISTA KOHDERYHMÄSI

Uusi vapaa-ajan matkailijoiden segmentointimalli tukee matkailun kestäväää kasvua. Tutustu kohderyhmiin ja rakenna kanssamme yhteistä viestiä maailmalla!

Matkailijasegmentit

NATURE AND DISCOVERY



 Nature lover

 Lifestyle traveller

CULTURE AND LEARNING



 Culture traveller



 Foodie




 Group traveller




 LGBTQ+ traveller

ENTERTAINMENT AND WELLBEING



 City life enthusiast



 Sun & beach lover



 Wellbeing seeker

SPORTS AND ACTIVITIES



 Outdoor explorer



 Active hobbyist

Visit Finlandin pääsegmentit



Nature lover

“Luonnonihmeiden kokemisessa on jotain taianomaista. Se muistuttaa meitä kuinka pieniä olemme isossa kuvassa ja kuinka paljon kaikkea kaunista ja ihmeellistä maailmasta löytyy arjen rajojen tuolla puolen.”



Culture traveller

“Taiteella ja kulttuurilla on voima ylittää rajoja ja yhdistää meitä kaikkia. Kulttuuriset kokemukset ovat minulle olennainen osa matkustamista.”



Lifestyle traveller

“Matkustamisessa kyse ei ole vain uusien paikkojen löytämisestä, vaan myös uuden näkökulman löytämisestä. Kyse on syventymisestä paikalliseen kulttuuriin ja elämäntapaan sekä syvemmän ymmärryksen saavuttamisesta ympäröivästä maailmasta”



Outdoor explorer

“Luonto ei ole paikka, jossa vierailta, vaan se on koti. Suuri ulkoilma- ja matkailu tarjoaa loputtomasti mahdollisuuksia haastaa itsemme ja ylittää omat rajamme. Oliipa kyse juoksemisesta, patikoinnista tai pyöräilystä, nämä aktiviteetit antavat meille mahdollisuuden löytää yhteyden luontoon.”



Visit Finlandin tukisegmentit



Active hobbyist

“Itsensä haastaminen, seikkailut ja ilo omasta onnistumisesta ovat loputon inspiraation lähde, mikä kannustaa urheilemaan ja kokeilemaan uusia asioita”



Visit Finland

SUOMEN ESSENTIAALIT - PÄÄKIRJA KOTIMAAKSI



City life entusiast

“ Matkustaminen ei ole pelkästään uusien paikkojen tutkimista, se on myös irtautumista rutiineista ja uppoutumista vilkkaan kaupungin energiseen tunnelmaan ja sykkeeseen, joka ei koskaan nuku. ”



Visit Finland

SUOMEN ESSENTIAALIT - PÄÄKIRJA KOTIMAAKSI

Asiakaslähtöisyys luo alustan, johon eri toimijoiden on helppo linkittyä

Segmentointi on silta, joka yhdistää tarjonnan ja viestinnän kohderyhmään



Segmenttikohtaiset profiilit ja persoonat

Culture traveller

Arkkitehtuuri Moderni kulttuuri design & moderni taide Klassinen kulttuuri Musiikki & teatteri Historialliset nähtävyydet Uskonnolliset kohteet

Visit Finland SUOMEN POTENTIAALI POSITIIVIA KOKEMUKSIA

Culture traveller

- Tämä segmentti on innokas oppimaan uutta ja omaa laajan kiinnostuksen erilaisiin kulttuuriin liittyviin aiheisiin, kuten historiaan, muotoiluun, taiteeseen ja arkkitehtuuriin. Kaupungit ja kaupunkikohteet ovat mieleenkiinnittävänä kohteena.
- Kiinnostus kattaa kaikki kulttuuritarjonnat ja historialliset nähtävyydet. Vähäisempi kiinnostus urheilu-, ranta- tai luontokohteisiin.
- Inspiraation lähteenä toimivat kansalliset tai paikalliset matkailusivustot, matkailualan liittyvä kirjallisuus, matkailuaiheet TV-sarjat tai elokuvat sekä artikkelit sanoma- ja aikakauslehdissä.
- Matkustusfrekvenssi on keskimääräistä suurempi
- Korkea ostovoima. Ei ole erityisen hintaherkkä ja matkustusbudjetti on yleensä keskimääräistä suurempi.

TASASESTI NAISIA JA MIEHIÄ
Miehiä 50% / naisia 50%

VANHEMPI IKÄPROFIILI
Yli 55-vuotiasta 44%

USEIMMIN ESPANJASTA
Espanja 18% / Italia 15% / Yhdyvallat 14% / Britit 12% / USA / Britannia 11% / Alankomaat 11% / Saksa 10%

MATKUSTAJAPROFIILI

DIGITAALISUUS
Kokonaissuudessaan hieman vähemmän aktiivisia digitaalisissa kanavissa. Hieman yli puolet jaksaa aktiivisesti kokeillaan sosiaalisessa mediassa (keskiarvon alapuolella jakamiansa).

MATKASTUSUUNNITTELU
Loma-aihoissa perustellinen suunnittelija. Aikatauluiltaan aloittaa matkoihin suunnittelun kansainvälisiä lomaa ajatellen 3-6 kuukautta tai alle 3 kuukautta etukäteen.

MATKUSTUSUSEUS
28% matkustaa useammin kuin kerran vuodessa (koko näytteen keskiarvo 26%)

ARVO

POTENTIAALI SUOMELLE

Visit Finland SUOMEN POTENTIAALI POSITIIVIA KOKEMUKSIA

Culture traveller

Viestintä & kiinnostuksen kohteet Suomessa

Viestintään tulisi korostaa kiinnostavia kulttuuri-kohtaimia, kuten vierailuja museoihin, kokemuksia arkkitehtuurin ja designin ympärillä ja elämyksiä esittävien taiteiden parissa. Lisäksi Helsingin kokeminen on erityisen houkuttelevaa tälle kohderyhmälle.

KIINNOSTAVAA SUOMESSA

- Nähdä suomalaista arkkitehtuuria ja muotoilua
- Vierailu UNESCO:n maailmanperintökohteissa
- Kokea Helsinki
- Käydä museoissa
- Nauttia esiintyvistä taiteista, kuten tanssista, oopperasta tai klassisesta musiikista

Visit Finland SUOMEN POTENTIAALI POSITIIVIA KOKEMUKSIA


YHTEENVETO: Culture traveller -segmentin potentiaali Suomelle


- Laaja segmentti, joka on erityisen relevantti kaupunkikohteille, kuten Helsingille.
- Esimerkiksi suomalainen arkkitehtuuri ja muotoilu sekä Helsinki ovat kiinnostavia, mutta globaalisti tunnetun johtavan kulttuurinähtävyyden puute saattaa rajoittaa kasvua.
- Segmentillä on selvästi potentiaalia, mutta vahvempi ja paremmin tunnettu kulttuuritarjonta on tarpeen, jotta saavutetaan suurempi osuus kyseisestä segmentistä.

Visit Finland SUOMEN POTENTIAALI POSITIIVIA KOKEMUKSIA

Segmenttien persoonat

PROFIILIKORTTI

 **Active hobbyist**



NIMI: Lucas
IKÄ: 34 v.
AMMATTI: Autokauppias

"You miss 100 percent of the shots you don't take."

MILLAINEN ON PERSOONANA?

- On ihmisenä **aktiivinen ja liikunnallinen**. Harrastaa talvisin mm. lumilautailua ja osaa monipuolisesti erilaisia lajeja.
- **Viihtyy ulkoilmassa**, mutta ei ole varsinainen luontomatkailija
- Nauttii uusista **elämyksistä ja uuden kokeilusta**
- On kuluttajana **ostovoimainen, laatu tietoinen** ja mutta myös **impulsiivinen**

MITÄ HAKEE MATKAILIJANA?

- Suunnittelee viikon **urheilullista** lomaa, jossa yhdistyy **aktiivinen tekeminen ja yöelämää**.
- **Uudet ja jännittävät sekä ainutlaatuiset** kokemukset herättävät aina kiinnostusta. On valmis myös kokeilemaan **spontaanisti uutta**
- Suunnittelee matkustavansa **yhdessä puolisonsa** sekä mahdollisesti myös ystävä pariskunnan kanssa.


MITEN VALITSEE KOHTEEN?


- On kokeneena matkustajana **nopea päätöksentekijä** ja jättää varaamisen usein viimehetkeen
- Hakee ennen matkaa **inspiraatiota ja suosituksia sosiaalisesta mediasta ja podcasteista**. On valmis ottamaan myös riskejä ja voi valita helposti kohteen, jota ei tunne ennestään
- Varauksen tekemisessä **suosii digitaalisia kanavia** kuten Trivagoa ja Skyscanneria. Kääntyy vain harvoin perinteisen matkatoimiston puoleen

Visit Finland Pictures by Dreamstudio/ Red Note

Tiivis persoonakuvaus, joka luo pohjan tunnistaa kohderyhmä

AKTIVITEETTIKOLLAASI

 **Active hobbyist**



"You miss 100 percent of the shots you don't take."

Visit Finland

Visuaalisempi "mood board" tyyppinen kuvakollaasi

Rohkeasti hyödyntämään!





Visit Finland

Kestävyyys ja digitaalisuus
tukemassa menestyvää
matkailuliiketoimintaa

STF tänään

30.1.2024

STF-merkin saaneita

395 yritystä

5 destinaatiota

(Savonlinna, Kristiinankaupunki, Posio, Tahko, Puumala)

Suuralueittain:

Tieto päivittyy STF-raportille helmikuussa

DataHub

256 STF-yritystä

1 340 STF-tuotetta

STF-ohjelmassa mukana

1 192 yritystä

65 destinaatiota

Aktiivisimmat destinaatiot & yritysverkostot:

Eniten STF-merkkejä

- 63 Helsinki
- 24 Rovaniemi
- 21 Espoo
- **20 Turku**
- 17 Tampere
- 15 Ruka-Kuusamo

Eniten yrityksiä mukana

- Helsinki
- Rovaniemi
- **Turku**
- Ruka-Kuusamo
- Tampere
- Espoo



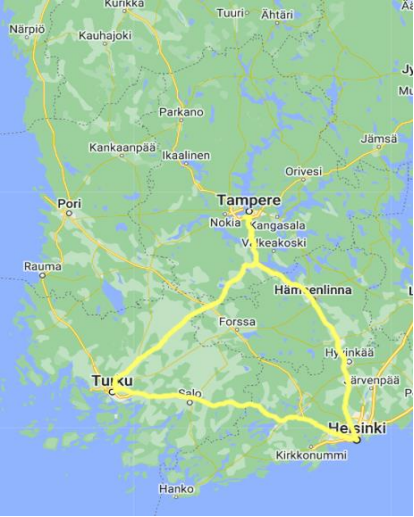
Sustainable Routes

- Kymmenen kestäväää Suomea esittelevää matkailureittiä
- Teemat vaihtelevat ruuasta kulttuuriin
- Reittien elementit kuljetuksesta aktiviteetteihin on valittu kestävyys edellä
- Reiteille järjestetään työpajoja sekä FAMEja vuoden 2024 aikana.
- Reitit lanseerataan vuoden 2024 aikana Visit Finlandin kanavissa ja elinkeinon toivotaan hyödyntävän niitä omiin tarpeisiinsa (esim. matkanjärjestäjät, DMC). Lisäksi niitä hyödynnetään B2C inspiroinnissa (vf.com).



ESIMERKKIREITTI

Green Triangle



Green triangle is a perfect itinerary for foodies and culture lovers who enjoy the hustle and bustle of cities and want to travel responsibly. The route combines three of Finland's cherished cities - **Helsinki, the capital of Finland, Turku which the oldest city of Finland and Tampere**, the most beloved residential and tourism city of Finland. The diverse culture and high quality food is enjoyed in carefully selected Sustainable Travel Finland labelled companies.

Highlights:

Take yourself on a green getaway to the three biggest cities of Finland

- Stay in carefully selected Sustainable Travel labelled accommodations in the heart of the cities
- Enjoy the wide variety of cultural attractions, high quality restaurants and local food and urban nature of the three cities

Mode of transportation: Train



Visit Finland Akatemia

- ESITELLÄÄN NYKYAIKAISEN TEKOÄLYN PERUSTEITA
- CASE ESIMERKKEJÄ MATKAILUSTA JA MUILTA TOIMIALOILTA
- YHDESSÄ IDEOINTIA
- KEHITYSAIHIOIDEN TYÖSTÖÄ

KOHTENA EDISTYNEEMMÄT MATKAILUYRITYKSET

1. ALKUKARTOITUS
2. TYÖPAJAPÄIVÄ
3. JATKOSPARRAUS
4. SEURANTA



[Liiketoiminnan kehittäminen](#) // Tekoälyn mahdollisuudet matkailutoimialalle

TEKOÄLYN MAHDOLLISUUDET MATKAILUTOIMIALALLA

1 päivä + jatkosparraus (Go)

VALMENTAJAT

JONE KORPI →

VILLE NIEMIJÄRVI →

JONNA PITKÄNEN →

Menestystä tulevalle sesongille!

