

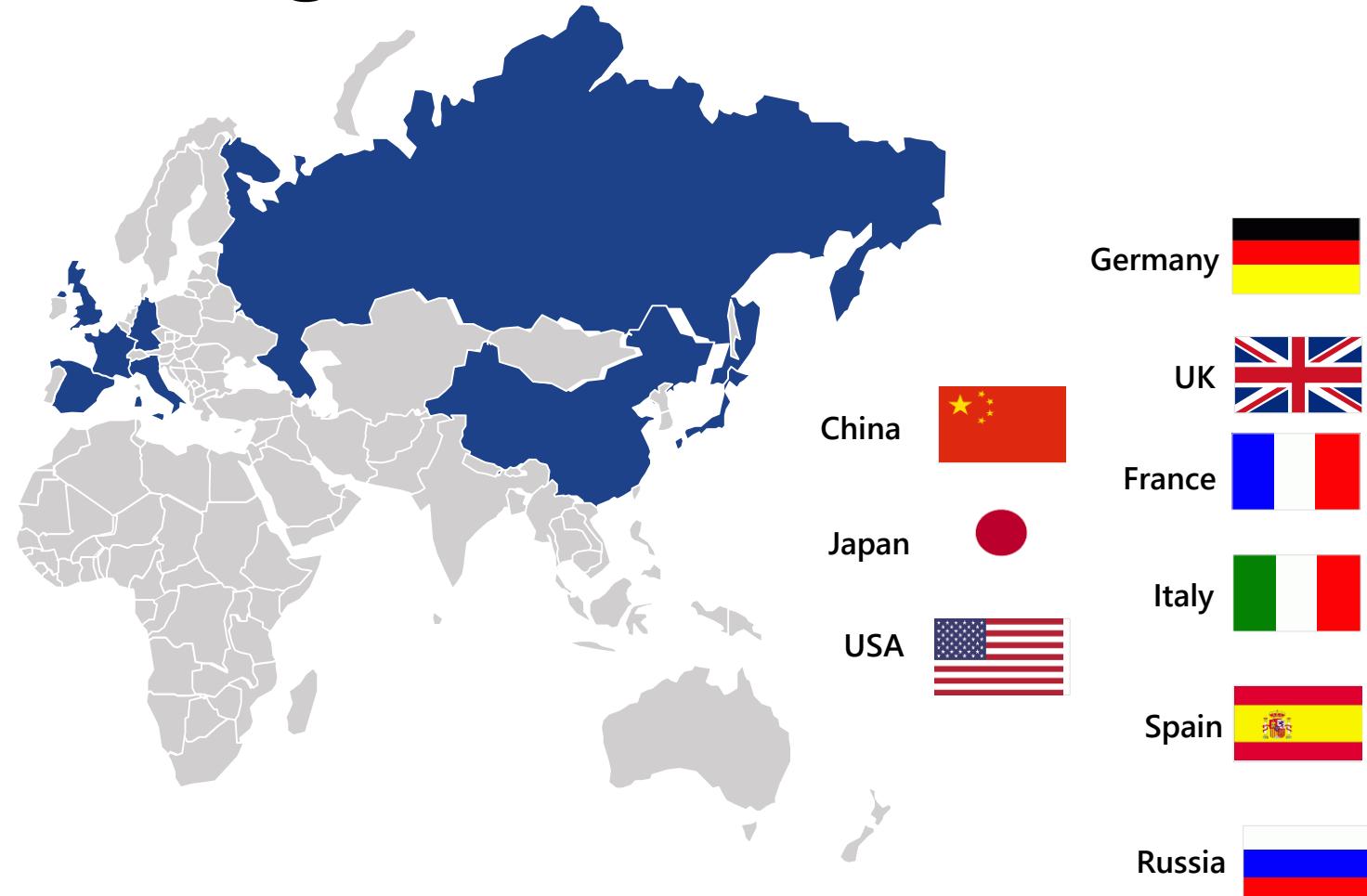


Visit Finland Brand Tracking

Which markets are we looking at?

Reports:

- General
- 9 Country reports
- 4 Region reports

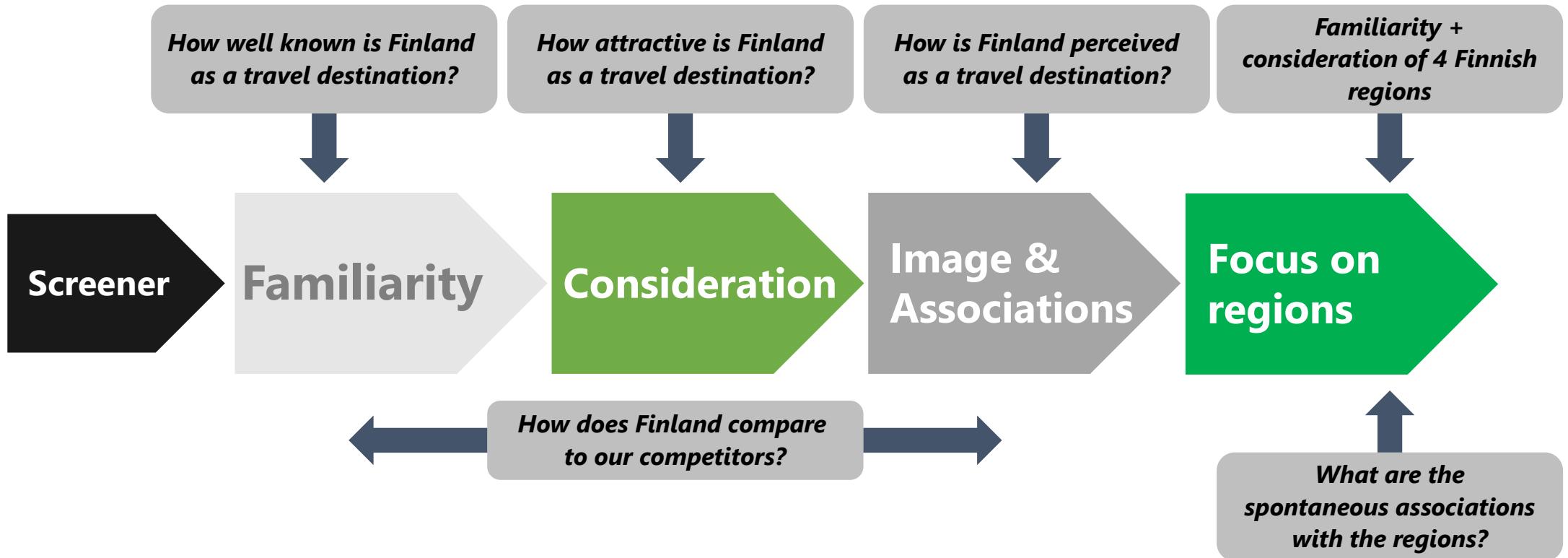


- ❖ UK- National representation + London boost
- ❖ France- National representation + Paris boost
- ❖ Germany- National representation
- ❖ Spain- Madrid, Barcelona

- ❖ Italy- Lombardia Veneto Lazio
- ❖ Russia- Moscow area, St. Petersburg, Vyborg and Leningrad Oblast
- ❖ US- California, Colorado, New York, Oregon, Washington, New England

- ❖ China- Beijing, Shanghai, Guangzhou
- ❖ Hong Kong - Hong Kong Island, Kowloon, New Territories
- ❖ Japan- Tokyo, Osaka, Nagoya

What did we ask them?





0,4%

Globaali

0,8%

Eurooppa

7,2%

Pohjois-Eurooppa

14%

Pohjoismaat

Lähde: Suomen osuus kansainvälistä yli yön matkailijoista

A wide-angle photograph of a frozen lake under a cloudy sky. In the foreground, a man in a green jacket and dark pants is ice skating. His reflection is clearly visible in the smooth, frozen surface of the water. In the distance, a small, forested island sits in the middle of the lake.

To be top of travellers' minds

Consideration of Finland as a holiday destination

Coming to mind spontaneously and ranking high in consideration set is key to compete with other destinations

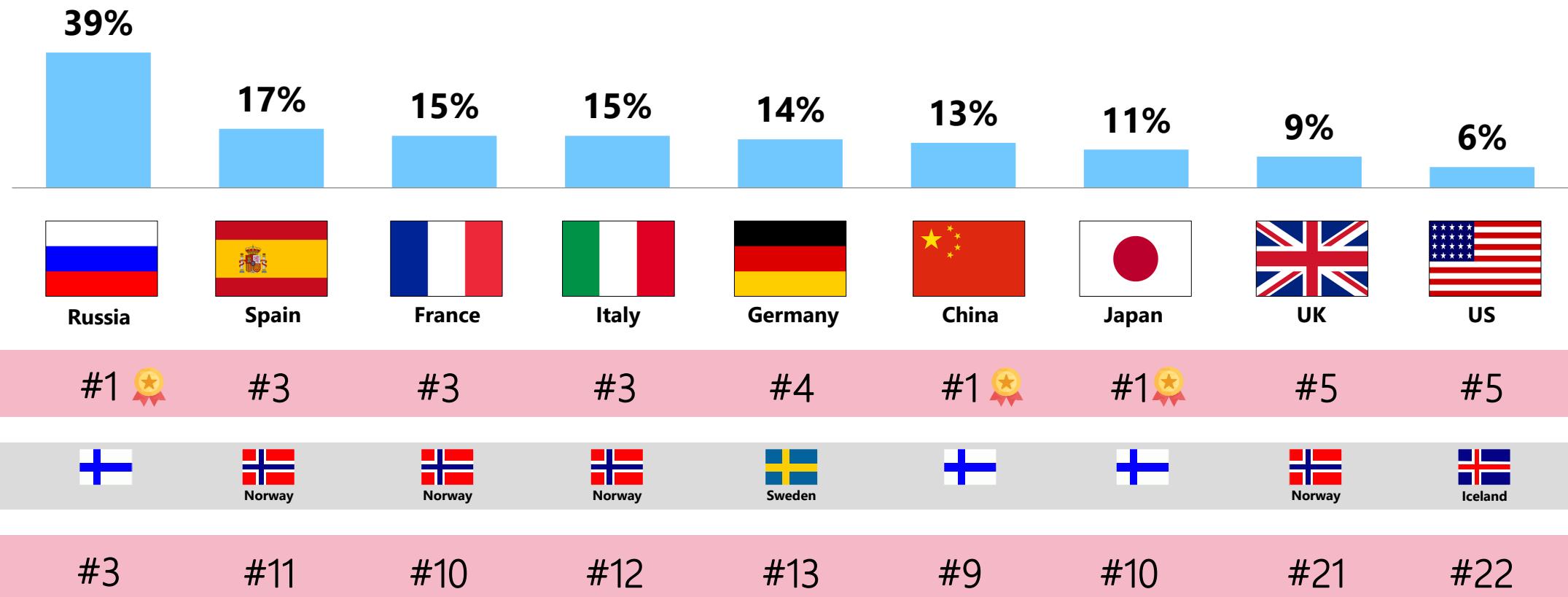


Visit Finland



Finland is top of mind as a holiday destination in Russia, China and Japan but falls behind its Nordic competitors in the other markets. Norway has a strong presence in Europe

Spontaneous Destination Consideration - Finland



Rob Davis from Ipsos UK, summary

- <https://www.youtube.com/watch?v=m0rW6sskFbw&feature=youtu.be>



Visit Finland



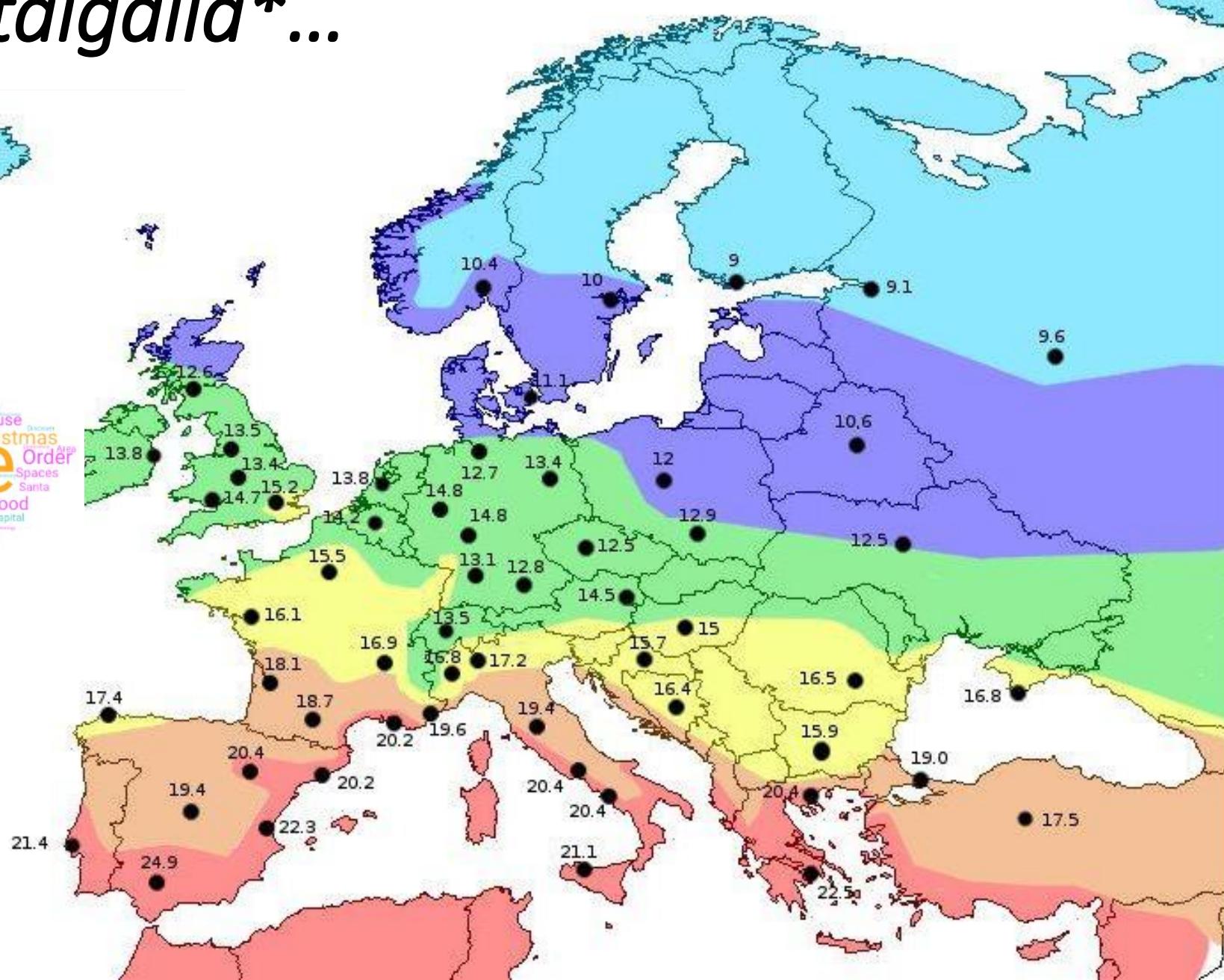
Visit Finland



Suomi sijaitsee taigalla...*



***) Boreaalinen havumetsävyöhyke
Vuoden keskilämpötilat**

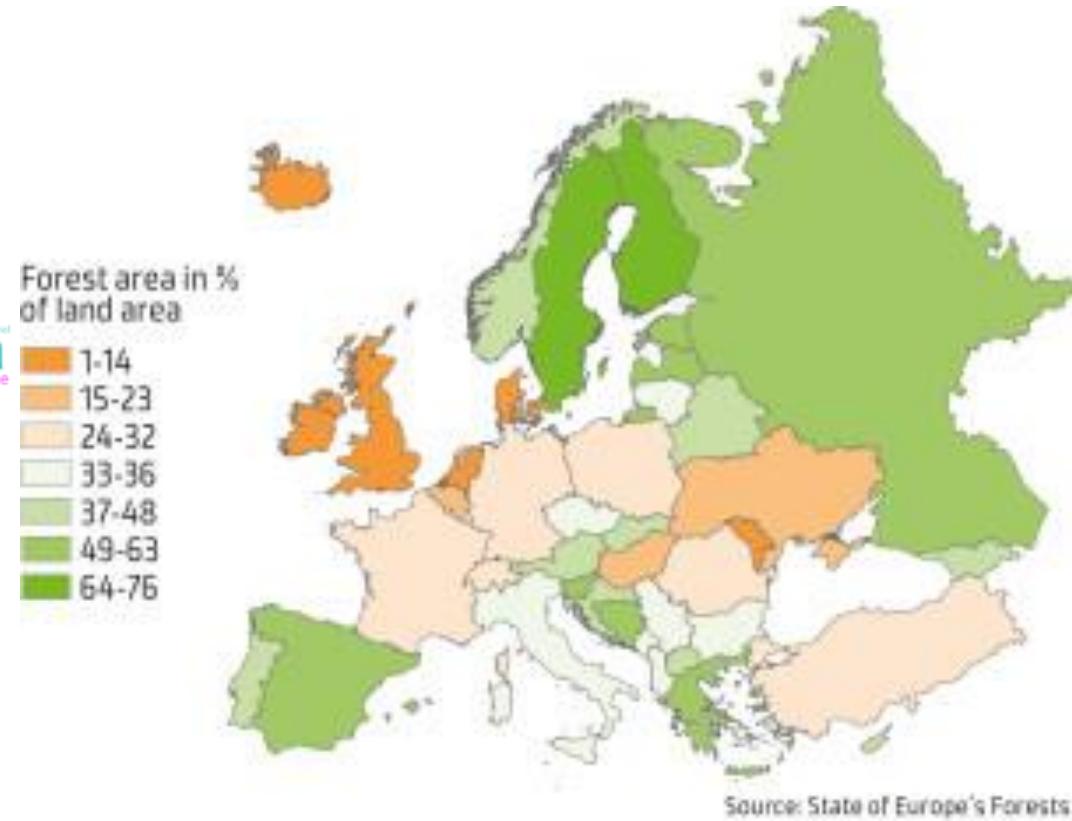




Visit Finland



Suomessa on metsää...



A photograph of a woman with long blonde hair and a pink hat, sitting in the bow of a white boat on a calm lake. She is wearing a dark blue patterned sweater. In the background, a white wooden cabin sits on a grassy shore surrounded by dense green trees. The water reflects the surrounding landscape.

Culture or Nature?



Visit Finland

Culture....

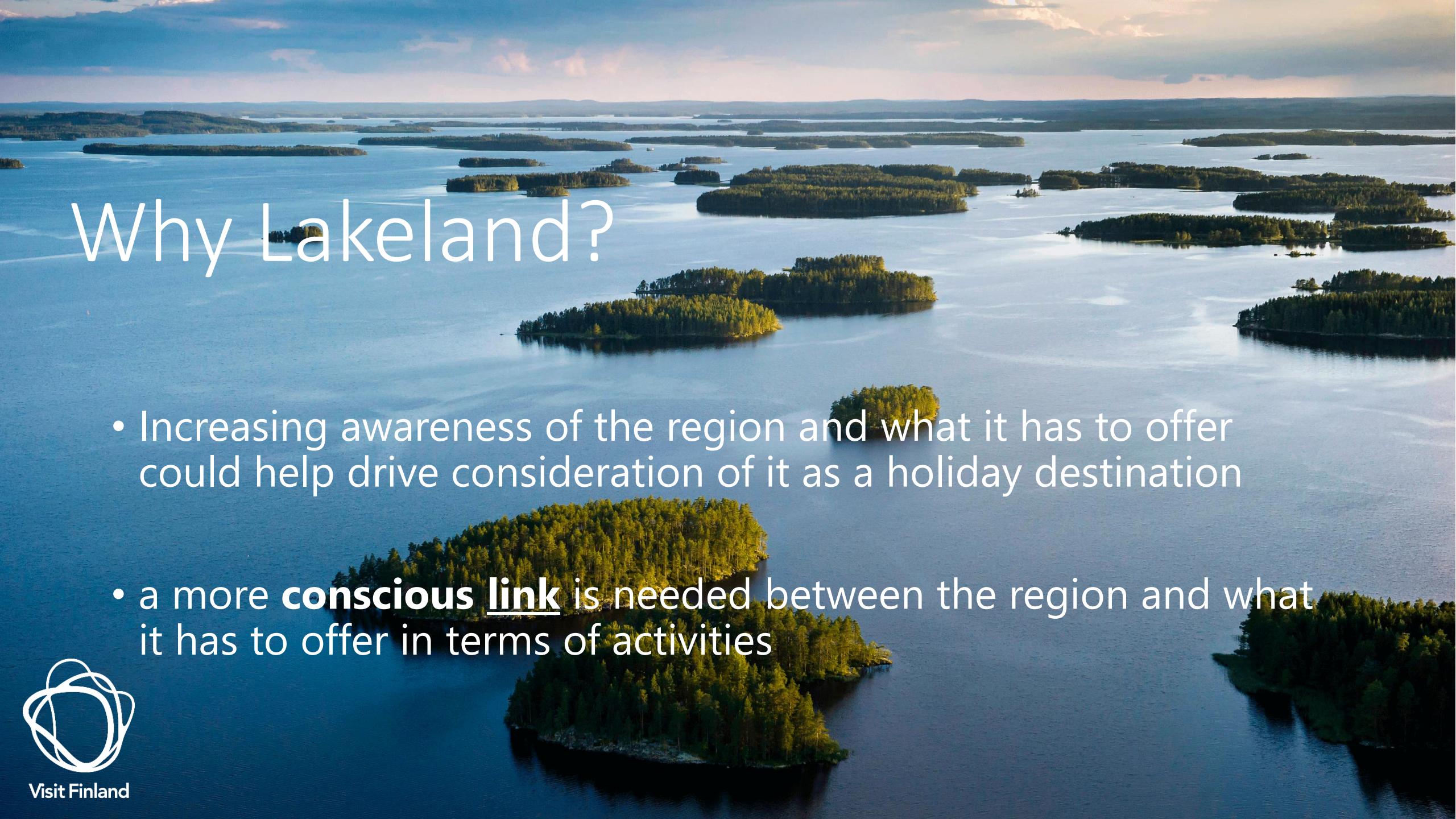


....Helsinki



Lakes...



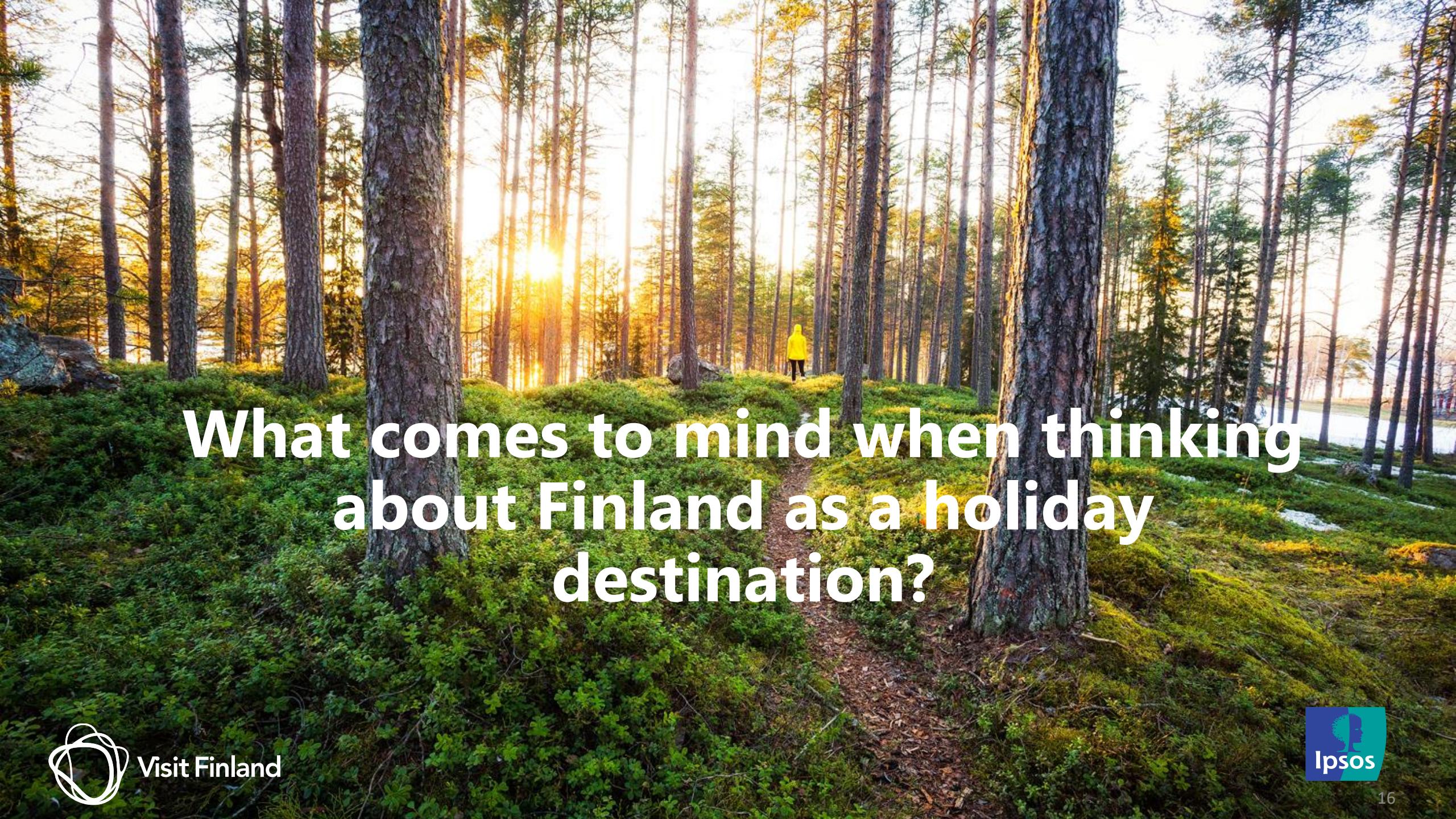
The background image is a wide-angle aerial photograph of a lake, likely Lake Saimaa in Finland. The lake is filled with hundreds of small, green, forested islands. The water is a deep blue, and the sky above is a clear, pale blue with a few wispy clouds.

Why Lakeland?

- Increasing awareness of the region and what it has to offer could help drive consideration of it as a holiday destination
- a more **conscious link** is needed between the region and what it has to offer in terms of activities



Visit Finland



What comes to mind when thinking
about Finland as a **holiday**
destination?

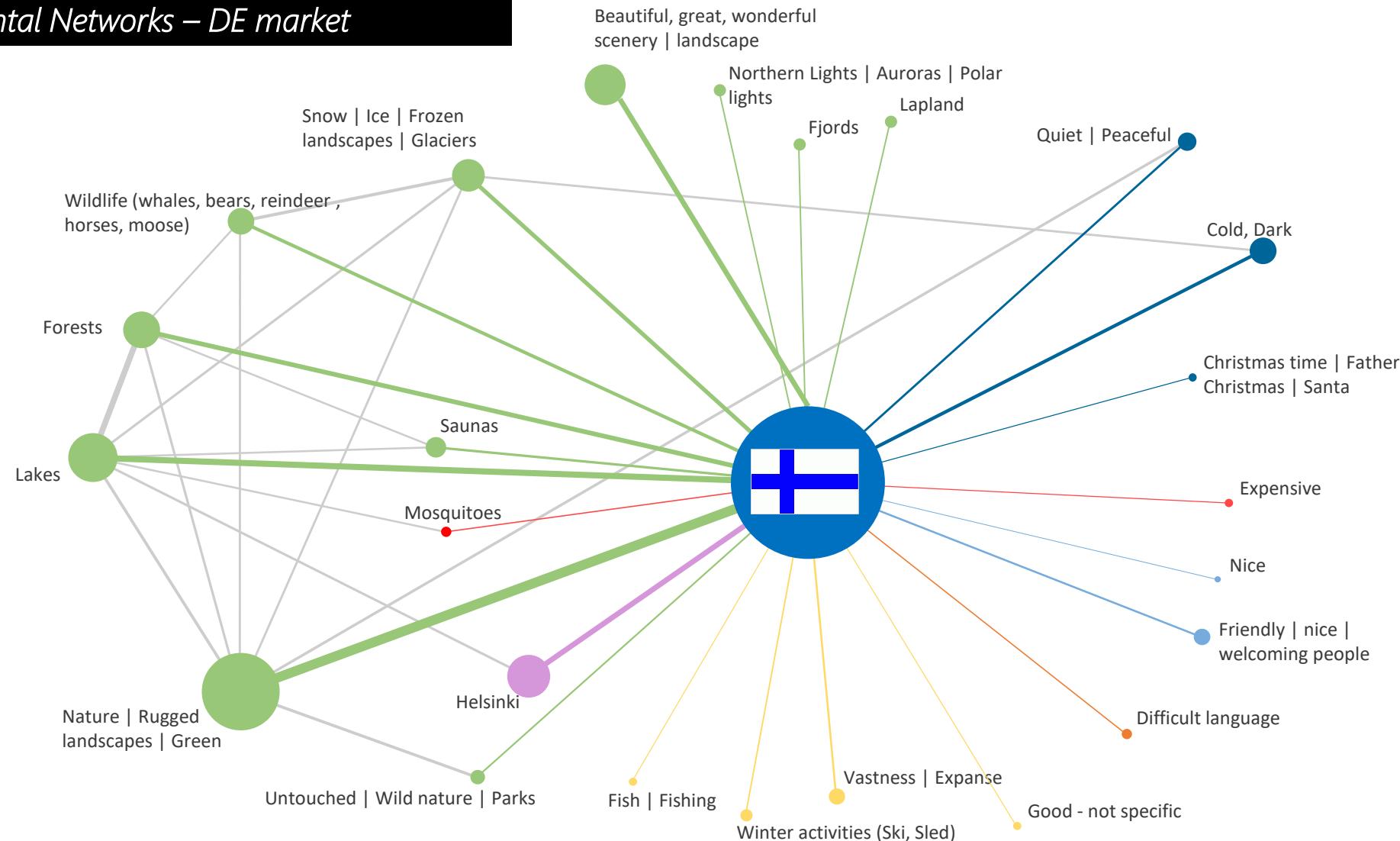


Visit Finland



In Germany, associations are more **focused**, and nature really stands out, with snow being less of the main focus like in the UK

Mental Networks – DE market



Germany

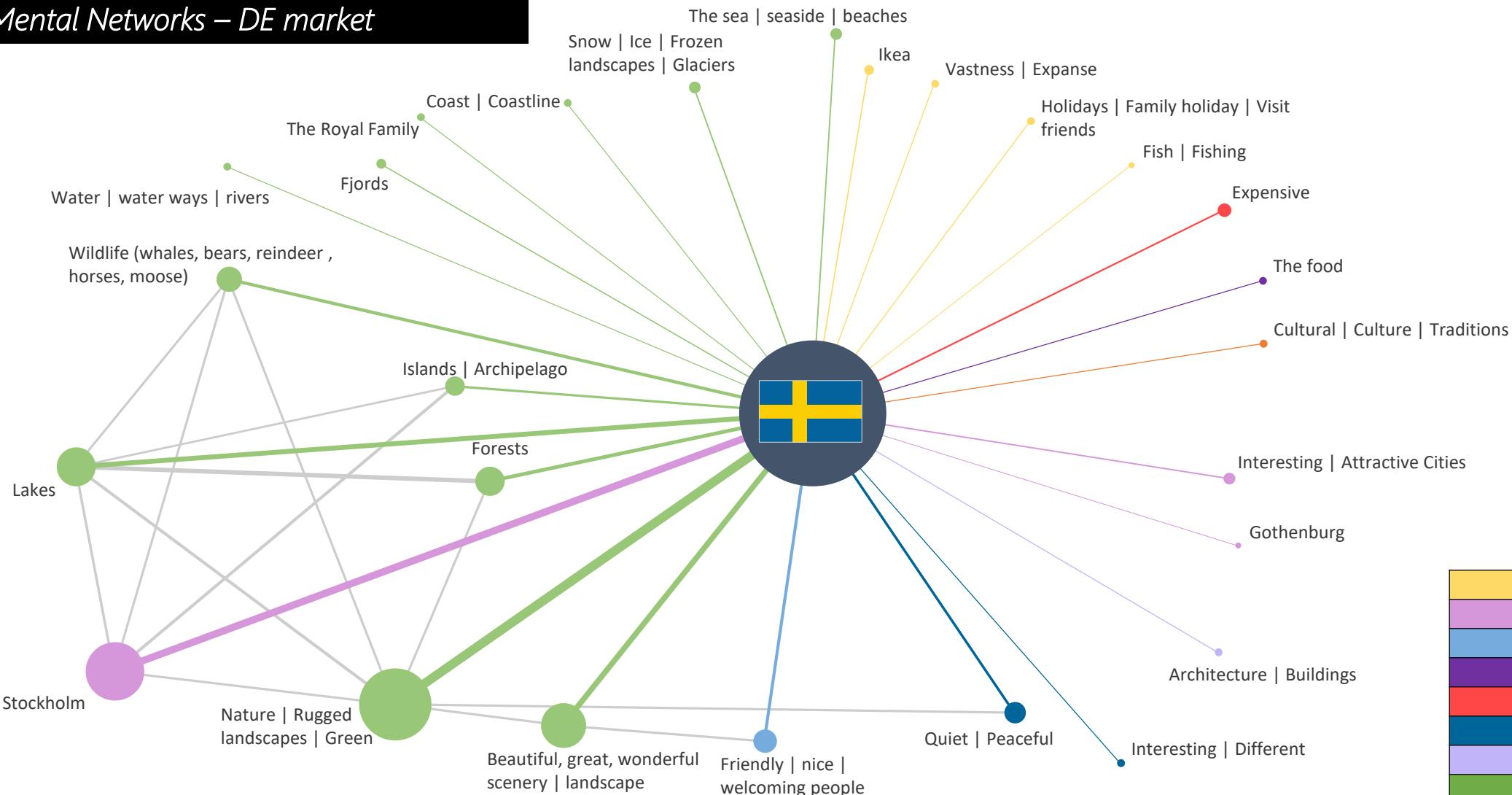
	Functional
	Cities
	Emotional
	Food/Drink
	Negative
	Image
	Landmarks
	Nature, Landscapes

For Germany's top of mind Nordic destination (Sweden), nature is strong too but Stockholm really comes to mind well

Mental Networks – DE market



Germany



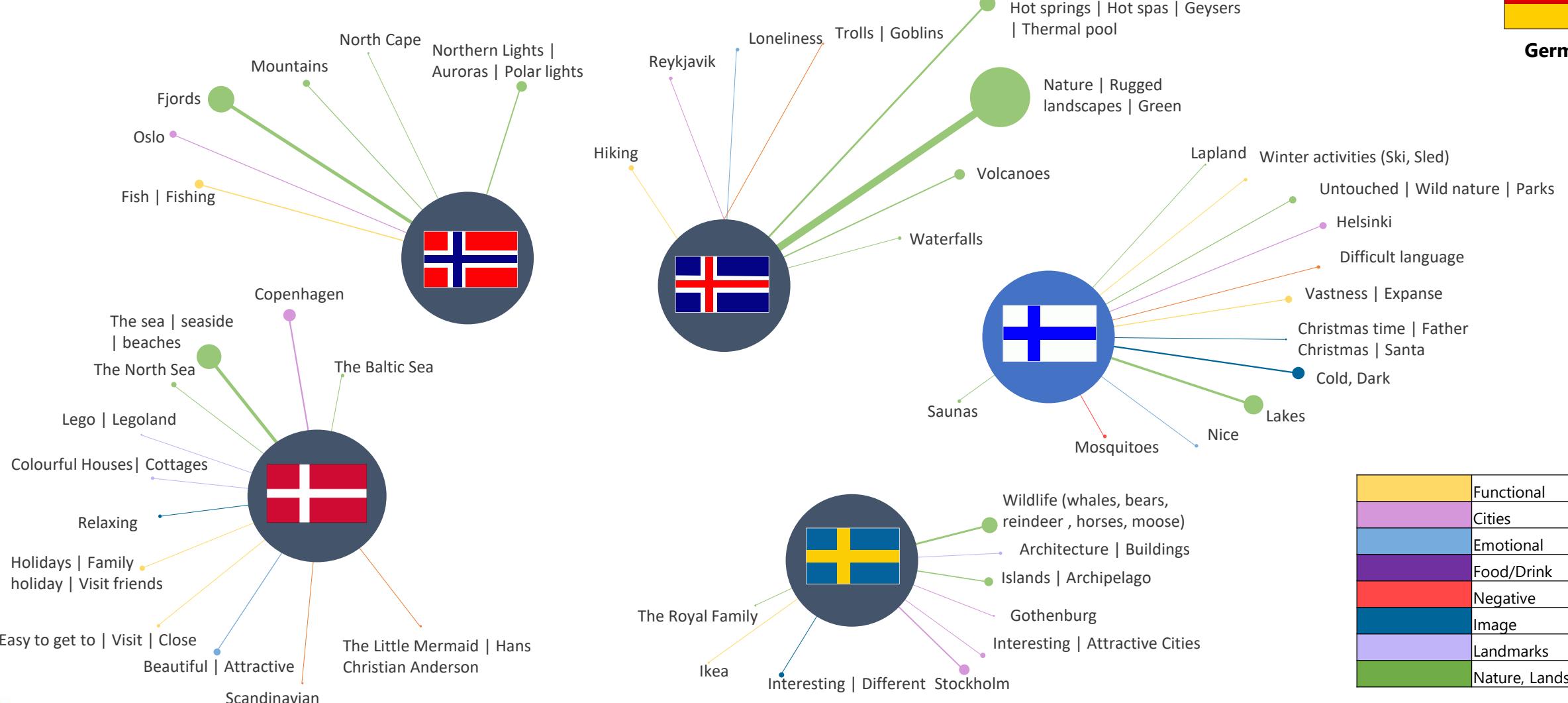
	Functional
	Cities
	Emotional
	Food/Drink
	Negative
	Image
	Landmarks
	Nature, Landscapes

Germany see more unique associations with Finland than the UK. Lakes, Christmas, saunas, Lapland and Helsinki are common themes in the two markets

Mental Networks – DE market



Germany





**What activities are associated
with Finnish tourism?**

The following activities are those where Finland *stands out* from competitors on association, mostly those with a winter theme..

Activity relative strengths



Visiting the home of Santa Claus

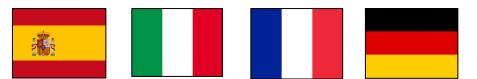
Stands out in:

All markets



Sleigh rides pulled by huskies or reindeer

Stands out in:



Spain Italy France Germany



US UK Russia

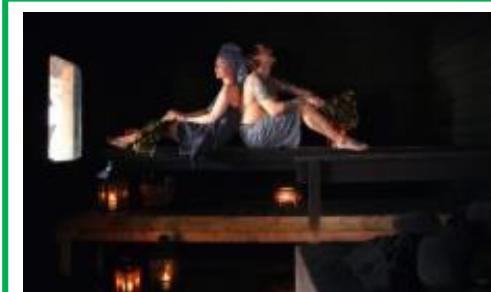


Sleeping in igloos

Stands out in:



Italy France Spain Germany



Saunas

Stands out in:



Germany Russia Japan



Moomins

Stands out in:

All markets

(Please note low awareness)

Final Thoughts



Visit Finland

Summary – 2019 research

- ❖ Consideration of Finland as a holiday destination is strong in Russia, China and Japan but in the US and in the European markets, Finland falls behind its Nordic neighbours.
- ❖ Spontaneously, Finland is strongly associated with 'Snow' and 'Frozen landscapes' but these associations are shared with the other Nordic countries too. Unique associations are more related to Lakes, Forests and seasonal Christmas elements.
- ❖ Perceptions around culture are currently not very strong for Finland. Denmark and Sweden lead the way here.
- ❖ Sustainable tourism isn't really an area which any of the Nordic markets own yet. More is probably needed to educate and grow awareness of these initiatives.
- ❖ In Europe, Lapland and Helsinki are the best known Finnish regions. In the long haul markets like China and US, Lapland is less well known but awareness of Helsinki is still strong.

Final Thoughts

- ❖ Gaining attention is the hardest part of your job. **Focus on core messages and themes**, don't spread yourself too thinly
- ❖ Reinforcing the key messages about what Finland has to offer is key to building familiarity
- ❖ Strengthen the mental network

Core segments

Nature
Wonder
Hunters

Nature
Explorers

Activity
Enthusiasts

Main focus
due to
Finland being
strong on
nature

1



2

Authenti
c
Lifestyle
Seekers
Comfort
Seekers

City
Breakers

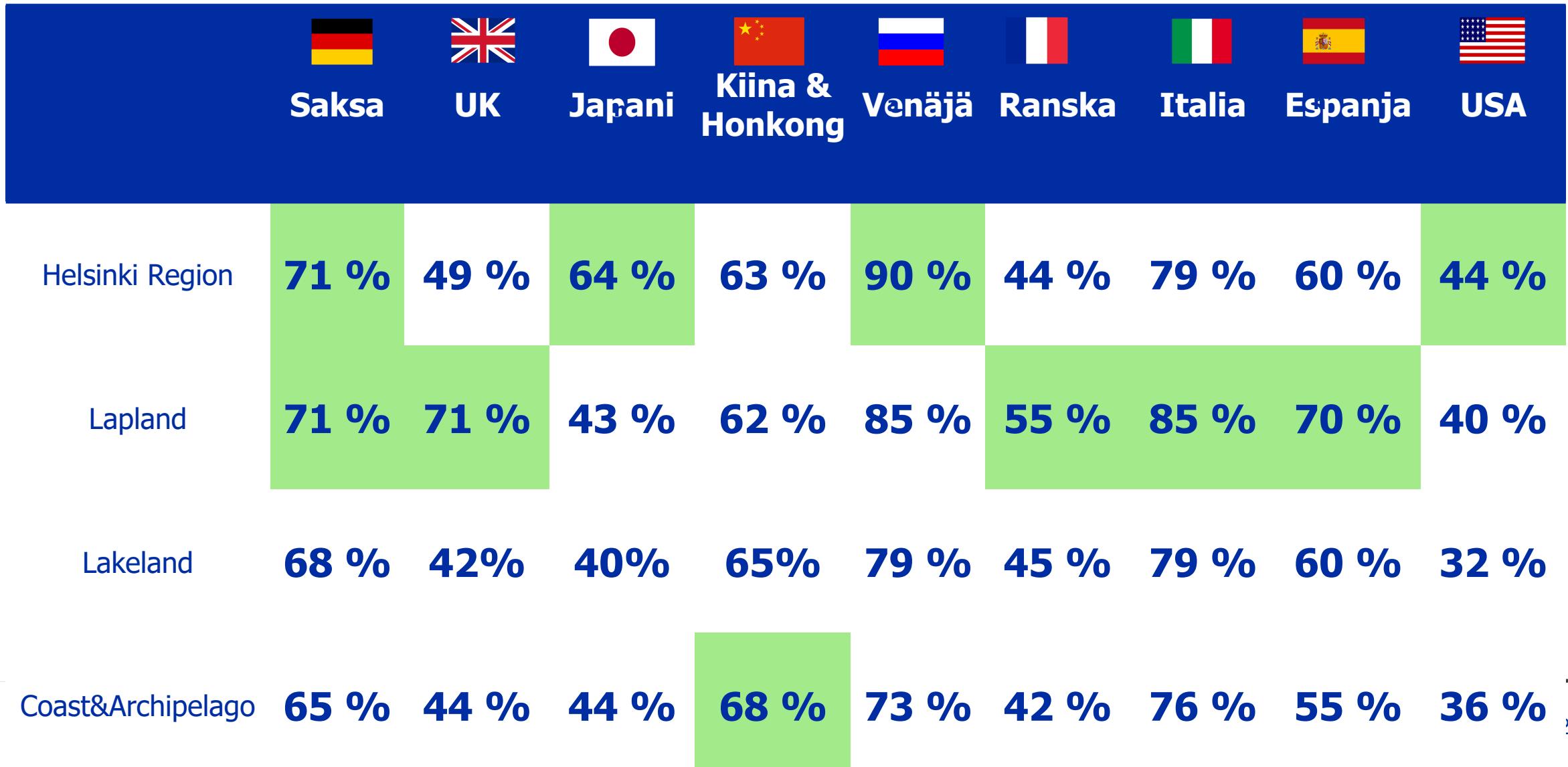
Supporting segments

BUSINESS
FINLAND

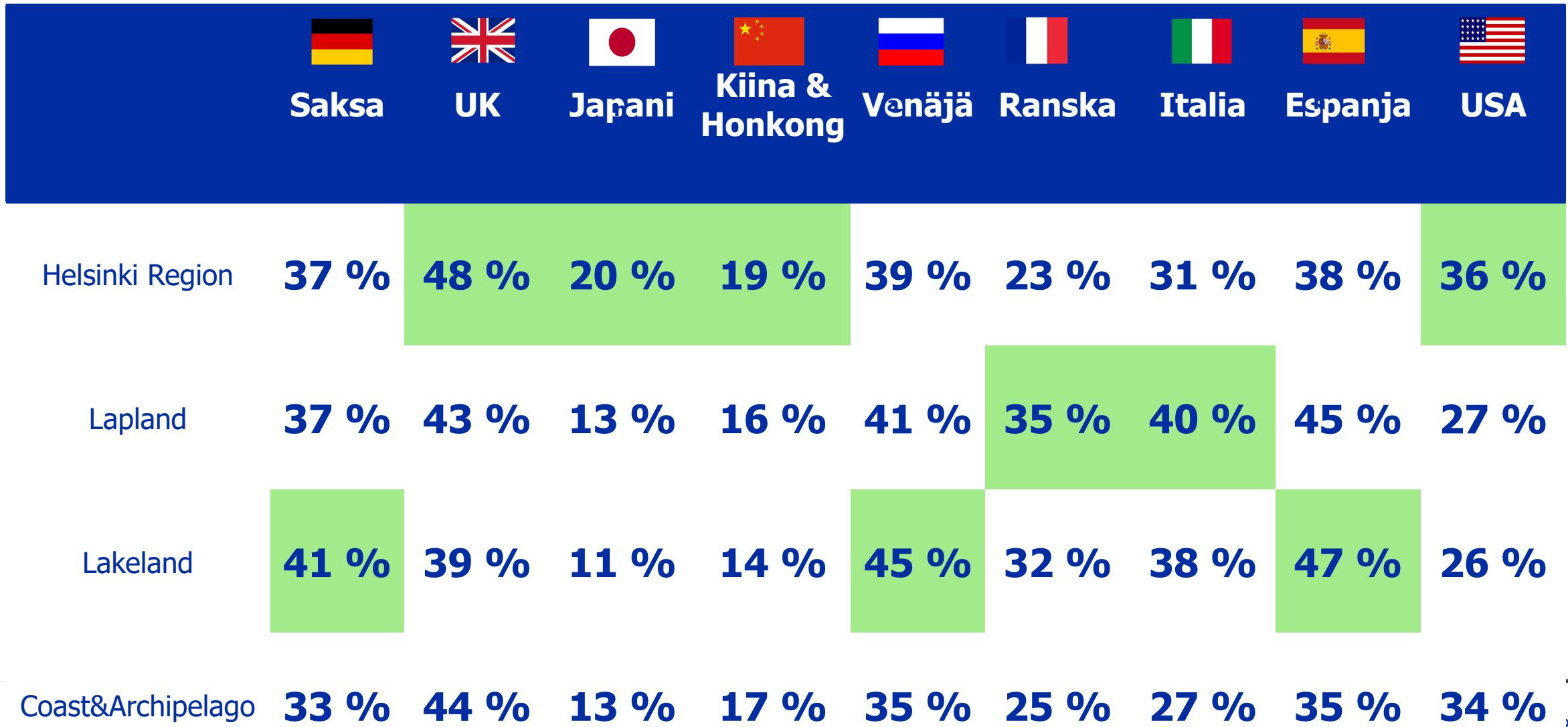


Suuralueiden tunnettuus ja preferenssi

SUURALUEEN AUTETTU TUNNETTUUS 2019



SUURALUEEN AUTETTU HARKINTA 2019



Suuralueiden tunnettuus ja harkinta

- Kaikilla neljällä suuralueella paras tunnettuus Venäjällä ja Italiassa
- Tunnettuus heikointa USAssa, Japanissa ja Ranskassa
- UK:ssa suuralueet Lappia lukuun ottamatta heikosti tunnettuja, mutta harkintaa silti eniten niin pääkaupunkiseudulle kuin rannikolle
- Kaikkien suuralueiden harkinta epätodennäköisintä Aasiassa (Kiina, HK ja Japani)

Pääkaupunkiseutu



- Euroopan markkinoilla Helsinki yhdistetään vahvasti kulttuuriin (spontaani assosiaatio)
- Aasian markkinoilla assosiaatiot ovat monipuolisempia ja yksityiskohtaisempia. Helsinkiin liitetään kirkot ja katedraalit, mutta myös Muumit ja Marimekko.
- Tavoite pääkaupunkiseudun mielikuvasta kestäväänä matkakohteena vaatii vielä työtä. Vielä nyt kestävyyttä ei osata liittää alueeseen millään kohdemarkkinalla

Lappi



- Yleisellä tasolla Lapin tunnettuus on melko hyvä kaikilla kohdemarkkinoilla. Harkinnan parantamiseksi tarvitaan kuitenkin syvempää tietoa alueen tarjonnasta/aktiviteeteista.
- Suomea harkitsevien keskuudessa Lapin kiinnostavuus on korkeinta Euroopassa. Etenkin japanilaiset ja kiinalaiset tarvitsevat vielä vakuuttelua, koska tunnettuus on heikkoa ja vain n. puolet voisivat harkita Lappia.
- Kesän ja lumettoman ajan markkinointi vaatii vielä työtä. Mielikuvat yhdistyvät vielä vahvasti talvisiin elämyksiin.

Järvi-Suomi



- Järvi-Suomen tunnettuus on suhteilisen hyvä nykyisillä päämarkkinoilla (Saksa, Venäjä ja Kiina), Japanissa tarvitaan tunnettuuden kasvattamista.
- Tunnettuus on kuitenkin melko pintapuolista - parempi tietoisuus alueen tarjonnasta parantaisi todennäköisesti harkintaa.
- Mielikuvat liittyvät luontoon ja kauniisiin maisemiin. Vahvat assosiaatiot kalastukseen Saksassa ja erityisesti Venäjällä.
- Ruokamatkailun eteen tehty työ ei vielä näy mielikuvissa.

Rannikko ja saaristo



- Tunnettuus Euroopan päämarkkinoilla (UK ja Saksa) on kutakuinkin samalla tasolla (jossain määrin tai hyvin tuntevat), mutta UK:ssa selvästi enemmän harkintaa
- Suomea matkakohteena harkitsevien keskuudessa rannikkoalueen harkinta on kaikkein vähäisintä muihin suuralueisiin verrattuna. Syitä vierailla rannikolla täytyy korostaa.
- Mielikuvat assosioituvat luontoon, kauniisiin maisemiin ja saariin. Joillakin markkinoilla (Japani) mielikuvat sotkeutuvat muihin Pohjoismaihin (vuonot, risteilyt) heikon tunnettuuden ansiosta.