

Askelmerkit Suomen matkailun elpymiseen koronapandemiasta

Tervetuloa!

Webinaari alkaa klo 10



Visit Finland

Ohjelma

- Koronapandemian tilannekuva ja vaikutukset matkailupolitiikassa
Sanna Kyyrä, johtava asiantuntija, työ- ja elinkeinoministeriö
- Suomen matkailukysynnän elpyminen koronapandemian jälkeen – arviot ja skenaariot
Sanna Kyyrä, johtava asiantuntija, työ- ja elinkeinoministeriö ja **Katarina Wakonen**,
Manager, Research & BI, Visit Finland
- Post Covid-19 Ramp up – Visit Finlandin toimenpiteet elpymiseen valmistautumiseksi
Paavo Virkkunen, Executive Director, Visit Finland
- Rent a Finn goes virtual - ajankohtaista Visit Finlandin markkinoinnista
Heli Jimenez, Senior Director, International Marketing, Visit Finland

Koronapandemian tilannekuva ja vaikutukset matkailupolitiikassa

Askelmerkit Suomen matkailun elpymiseen koronapandemiasta -webinaari 6.5.2020

Sanna Kyyrä

johtava asiantuntija, Työ- ja elinkeinoministeriö



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Hallituksen rajoitusten vaikutukset matkailualalle

- Matkustaminen on pysähtynyt.
- Matkailuyritysten kysyntä romahtanut: lukuisat matkailuyritykset ovat ilmoittaneet akuutista kassakriisistä, yt-neuvotteluista, irtisanomisista. Tiedossa myös konkursseja.
- Yritykset ovat pyrkineet sopeutumaan tilanteeseen mm. lomauttamalla työntekijöitään sekä karsimalla tarvikekuluja.
- Hallituksen päättämät tukitoimenpiteet kohdanneet kritiikkiä
 - Kehittämisavustus vs. suora tuki
 - Kehittämisavustusten (BF, ELY) vaikutusta matkailualan toipumiseen kriisistä ei ole vielä mahdollista arvioida.
- TEM:n korona-sivu <https://tem.fi/koronavirus>
- VN:n korona-sivu <https://valtioneuvosto.fi/etusivu>

Rajoitusten purkamisen tilanne

4.5.2020

	Heti	14.5.	1.6.	31.7.
Uloslainaaminen kirjastoista sallitaan	●			
Varhaiskasvatuksessa ja perusopetuksessa siirytään lähiopetukseen		●		
Lukioita, ammatillisia oppilaitoksia, korkeakouluja ja vapaata sivistystyötä koskevat rajoitukset poistuvat, mutta etä-opetusta suositellaan lukukauden loppuun		●		
Schengenin sisärajat ylittävän työmatkaliikenteen rajoituksia puretaan tietyin edellytyksin		●		
Ulkoharrastuspaikat avataan kokoontumisrajoituksia noudattaen		●		
Ravitsemisliikkeiden asteittainen avaaminen voidaan aloittaa tietyin edellytyksin			●	
Urheilukilpailut ja -sarjat voidaan käynnistää erityisjärjestelyin			●	
Julkisia sisätiloja avataan hallitusti			●	
Kymmenen henkilön kokoontumisrajoitus muutetaan 50 henkilön kokoontumisrajoitukseksi			●	
Yli 500 hengen yleisötilaisuuksien järjestäminen on kielletty				Kielletty tähän asti
Rajoitukset vierailuista sosiaali- ja terveydenhuollon toimintayksiköissä pidetään voimassa toistaiseksi		Asiaa tarkastellaan kesäkuun loppuun mennessä		



Toimenpiteet ja työnjako koronakriisin aikana



Matkailun poikkeustilanneviestinnän kansallinen suunnitelma – Visit Finland

- Suunnitelmassa esitellään toimintamalli ja tukiverkosto, jonka avulla alueellinen matkailuorganisaatio saa poikkeustilanteessa viestintätukea kansalliselta taholta (Visit Finland) ulkomaisen median tai matkanjärjestäjien kanssa tapahtuvaan viestintään. Muun viestinnän hoitaa tutkiva viranomainen (esim. poliisi) ja kriisin kohde (esim. matkailuyritys).
- Päivitys koronaoppien myötä alkusyksystä.
- Linkki tiivistelmään: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/tyokaluja-turvallisuuteen/>

Tilannekuvan laatiminen – TEM-konserni osana valtioneuvostoa

- **Kehittyvän tilannekuvan laatiminen päätöksenteon tueksi, TEM & valtioneuvosto**
 - TEM-konsernissa matkailutoimialan tilannekuva osa laajempaa tilannekuvatyöskentelyä, mm. Business Finlandilla toimeksiantona yritysten ja ulkomaanmarkkinoiden näkemysten kerääminen, Teollisuussijoitus elinkeinotiedon keruu
 - Matkailusta keskusteltu mm. Hetemäen ja Vihriälän työryhmissä, ministeri Skinnarin vetämässä kauppapoliittisessa työryhmässä, ministeri Lintilän elinkeino- ja teollisuuspoliittisessa selvitysryhmässä
 - Tilannekuvan laatimista tukevat monet toimijat, esim. Elinkeinoelämän Keskusliitto, Suomen Yrittäjät, edunvalvontaorganisaatiot
- **Arviot tulevaisuuden näkymistä päätöksenteon ja käytännön toimenpiteiden tueksi, TEM-konserni**
 - Suomen matkailukysynnän elpyminen koronapandemian jälkeen – arviot ja skenaariot, TEM yhdessä Visit Finland, Tilastokeskus, Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry
 - Visit Finland toteuttaa matkailijakysynnän käynnistymisen seurantaan ulkomaisilla kohdemarkkinoilla

Toimenpiteet ja työnjako kriisin aikana



- **Yrityksille suunnatut tukitoimenpiteet – TEM osana valtioneuvostoa**
 - Suoraa avustusta mm. BF:n ja ELYjen uusien rahoitusinstrumenttien kautta, lainarahoitusta Finnveran ja TESIn kautta, yksityrittäjien tuki kunnilta haettavana
 - Yritystoimintaan kohdistuvia muita helpotuksia, esim. yrittäjien oikeus työttömyysturvaan
 - Neuvontaa, esim. Yritys-Suomen Talousapu neuvontapalvelu
 - Tällä hetkellä keskustelua kompensatiomallista ravitsemisalalle, Suomessa ei Finnairin valtioneuvoston lukuun ottamatta ole matkailuelinkeinolle erikseen kohdennettuja tukitoimenpiteitä
- **Elvytyksen käynnistäminen – TEM osana valtioneuvostoa**
 - Suomen exit-strategia pandemiasta
 - Pääministeri Marinin hallitusohjelman päivitys
 - Suomen valtakunnallisen matkailustrategian päivitys

Suomen valtakunnallinen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023



- **Tavoite**
Suomen kansallisen matkailustrategian tavoitteiden ja toimenpiteiden sovittaminen muuttuneeseen tilanteeseen soveltuviksi
- **Tuotos**
täydennysosa nykyiseen strategiaan, aikajänne vuoden 2021 loppuun
- **Aikataulu**
kesäkuun 2020 loppuun mennessä, päivittyvä asiakirja
- **Prosessi**
 - TEM valmistelee yhteistyössä MiniMatka ja mm. VF:n ”elvytystyöryhmä”
 - hallitusohjelman mahdollisen päivityksen huomiointi
- **Linjanvetoja sisältöä koskien**
 - Visio, missio ja pääteemat (kestävyys, digitalisaatio, saavutettavuus, kilpailukykyinen toimintaympäristö) eivät muutu
 - Toimenpiteiden painotuksiin ja aikatauluttamiseen muutoksia, mukaan mahdollisesti uusia toimenpiteitä
 - Määrällisten tavoitteiden nykytavoitteet eivät tule toteutumaan

Pohdintoja herättäneitä teemoja kriisin aikana ja kriisistä selviytymiseen



- Rajaliikenteen avaamisen aikataulu ja perustelut?
- Suomeen suuntautuvan matkailun käynnistämisen aikataulu?
- Kotimaanmatkailua ja mökkeilyä koskevat suositukset tulevana kesänä ja syksyllä?
- Terveys- ja hygieniaohjeistus
- Kotimaanmatkailun edistäminen; koordinointi, markkinointi
- Lisärahoitusta? (hotellien ahdinkoon, elvyttämiseen kuten matkailumarkkinointi)
- Koronakriisin vaikutukset matkaehtojen uudistamiseen tai kuluttajien aiempaa suurempi tietoisuus oikeuksistaan?
- EU:n matkailulle kohdentamien tukipakettien hyödyntämismahdollisuudet?

Kansainvälinen tiedonvaihto matkailualalle kohdennetuista toimenpiteistä pandemiassa



EU

- EU:n matkailusta vastaavat ministerit, neuvoston matkailutyöryhmä
- Jäsenvaltioiden matkailuun kohdennettuja toimenpiteitä ovat mm. peruutuskäytäntöjen muuttaminen erityisesti matkapakettidirektiivin alla toimivilla yrityksillä, kiinteiden kustannusten korvaaminen, yrittäjien vapauttaminen sosiaaliturvamaksujen maksamisesta, lentoyhtiöille kohdennetut takaukset tms., isojen (yli 1000 osallistujaa) tapahtumien peruutuksesta aiheutuvien kulujen kompensointi.
- Komissio (komissaari Breton) esittänyt matkailun elpymissuunnitelman laatimista ja arvioi, että 20–25% EU:n elvytysbudjetista tulisi kohdentaa matkailuelinkeinolle. Keskusteluissa painotetaan EU:n sisäisen matkailun edistämistä ensivaiheessa.
- Jäsenvaltiot ovat peräänkuuluttaneet komissiolta aiempaa vahvempaa koordinoivaa roolia esim. rajojen avaamista koskevaan keskusteluun, terveys- ja hygieniaohjeistuksen laatimiseen, matkapakettidirektiivin soveltamiseen kriisiaikana.

OECD

- Matkailukomitean jäsenvaltioiden toimenpiteet ja OECD:n arviot matkailun kehityksestä [https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19 Tourism Policy Responses](https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses) (15.4. versio)

Pohjoismaat

- Elinkeinoministerit, PMN:n matkailutyöryhmä
- Pohjoismaisen matkailuyhteistyön suunnitelma 2019–2023; toimeenpano uudessa tilanteessa



Kiitos

Suomen matkailukysynnän elpyminen koronapandemian jälkeen – arviot ja skenaariot

Julkistus 6.5.2020, perustuu tilanteeseen 30.4.2020 klo 12.00

Yhteyshenkilö: Sanna Kyyrä, johtava asiantuntija

sanna.kyyra@tem.fi



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Lähtökohtana matkailukysynnän kehityksen ketterä arviointi päätöksenteon tueksi



- Suomen matkailustrategian keskeisenä tavoitteena on Suomen matkailuyritysten kestävän kasvun ja uudistumisen vahvistaminen. **Matkailualan kasvun keskeinen määrällinen mittari on matkailukysynnän eli matkailijoiden rahankäytön kehitys**, jonka avulla seurataan matkailun vaikuttavuutta Suomen yhteiskuntaan.
- Matkailijaprofiilit ja matkailijoiden rahankäyttö eroavat kuukausittain. **Matkailukysyntään pohjautuva arvio antaa siten luotettavampaa kuvaa matkailun kehityksestä** mitä esimerkiksi yöpymisten lukumäärän tarkastelu.
- Käytetty **malli kuvaa makrotason vaikutuksia**. Mallin avulla ei voida arvioida matkailukysynnän elpymistä toimialakohtaisesti (esim. matkanjärjestäjäpalvelut), alueellisesti (esim. maakunta) tai kohdemarkkinakohtaisesti (esim. Saksa). Mallia ei voida soveltaa matkailutyöllisyyden kehityksen arviointiin.
- Arvioita **hyödynnetään suunniteltaessa matkailualan elpymistoimenpiteitä kansallisella tasolla**.

Matkailukysynnän kehityksen arviointimalli



- **Kehityksen arviointi perustuu kansainvälisiin, kansallisiin ja alueellisiin tutkimuksiin ja arvioihin** koronaviruspandemian laadullisista ja määrällisistä vaikutuksista matkailualalle ja alan kehityksestä pandemian jälkeen.
 - Aineiston perusteella on valittu matkailukysynnän kehitykseen vaikuttavat tekijät.
 - Tekijöiden kehittyminen kriisin jälkeen on esitetty kolmen eri vaiheen (vaiheet A-C) avulla.
- Kehitysmuutokset (vaiheet A-C) on **suhteutettu matkailutilinpidon lukuihin Tilastokeskuksen tätä tarkoitusta varten kehittämässä laskentamallissa.**
- **Arvioita päivitetään pandemian keston mukaan tarvittaessa.** Päivityksessä hyödynnetään mm. elinkeinolta saatavia näkemyksiä, kansainvälisiä arvioita matkailukysynnän elpymisestä sekä hallituksen, ministerien ja ministeriöiden nimittämien työryhmien näkemyksiä talouden elpymisestä.
- **Malli ja arviot on luotu yhteistyössä Tilastokeskuksen, Visit Finlandin ja MaRa ry:n kanssa.**

Matkailukysynnän kehitykseen vaikuttavat tekijät



- **Matkailu kotimaassa** toimii matkailukysynnän käynnistäjänä. **Suomalaisten ulkomaanmatkailu** sekä **Suomeen suuntautuva matkailu** käynnistyvät hitaammin. Kansainvälisen matkailun elpyminen on kytköksissä rajojen avautumiseen ja arvioihin lentoreittien palautumisesta.
- **Matkustamisrajoitusten purkamisen (rajojen avaamisen)** aikataulu kansainvälisesti, luopuminen kansallisesta suosituksesta välttää matkustamista Suomessa.
- **Kokoontumisrajoitusten purkamisen aikataulu.** Isoja ihmismääriä kokoavat tilaisuudet (mm. tapahtumat, messut, kongressit) elpyvät viimeisten joukossa.
- Kotimaisten ja ulkomaisten **matkakohteiden saavutettavuus** (reittien säännöllisyys ja kapasiteetti) palautuu asteittain, lentoliikenne hitaimmin.
- Matkailijoiden **turvallisuudentunne** palautuu asteittain, mutta todennäköisesti aiempia kriisejä hitaammin. Esimerkiksi UNWTO:n ja PATA:n arvioiden mukaan Aasian ja Tyynenmeren alueella SARS-epidemiasta toipuminen kesti noin kuusi kuukautta.
- Matkailijoiden **luottamus talouteen** ja käytettävissä oleva rahamäärä vahvistuvat hitaasti. Valtiovarainministeriön (16.4.2020) arvion mukaan Suomen bkt uhkaa nykynäkymällä laskea 5-12 % vuonna 2020. OECD:n (14.4.2020) arvion mukaan monissa suurissa kehittyneissä talouksissa bkt:n taso uhkaa laskea 20–25 %.

Vaihe A – kysyntä käynnistyy



- **Kotimaanmatkailu Suomessa käynnistyy varovaisesti**, kysyntä kohdentuu mökkilomiin tai lähellä oleviin päiväkohteisiin, joissa ihmisten määrää on rajoitettu. Työn takia matkustaminen on pysähdyksissä.
- **Suomalaisten matkailu ulkomaille käynnistyy hitaasti**. Työmatkailu on pistemäistä. Osa valtioista pitää rajat suljettuina, mikä hidastaa kansainvälisen matkailun käynnistymistä.
- **Ulkomaisia matkailijoita saapuu Suomeen harvakseltaan** Venäjältä, Pohjoismaista ja Euroopasta. Työmatkailu Suomeen on pistemäistä.
- **Suomen sisäistä liikkumista välttämään pyrkivät suositukset poistetaan, Suomen rajat avautuvat, yli 10 hengen julkiset kokoontumiset sallitaan, yli 500 hengen yleisötilaisuudet kielletty, ravitsemisliikkeet avautuvat.**
- Raide-, tie- ja vesiliikenne avaavat uudelleen reittejään ja vuorojaan, **lentoliikenne toimii erittäin vajaalla reitityksellä ja kapasiteetilla.**
- **Matkailijoiden turvallisuudentunne on heikko ja suuria ihmismassoja vältellään**, mikä näkyy matkojen ja käytettävien matkailupalvelujen määrässä.
- **Kuluttajien heikko luottamus talouteen** suuntaa kysyntää kohti halvempia matkailupalveluita, osalla kulutus suuntautuu muualle kuin matkailuun.

Vaihe B – kysyntä elpyy



- **Kotimaanmatkailu Suomessa normalisoituu.** Työmatkailu jää etätyöskentelyn tottumusten myötä pysyvästi aiempaa alhaisemmaksi.
- **Suomalaisten matkailu ulkomaille lisääntyy, mutta varovasti.**
- **Ulkomaisia matkailijoita saapuu Suomeen harvakseltaan myös kaukokohteista.** Venäläisten ja pohjoismaisten matkailijoiden kysyntä normalisoituu, **osa Euroopan kohdemarkkinoista vasta käynnistyy.**
- Suomessa yli 500 hengen kokoontumiset sallitaan. **Valtioiden väliset matkustusrajoitukset poistetaan Euroopassa, osassa kaukomarkkinoita rajoitukset voivat olla vielä voimassa.**
- Raide-, tie- ja vesiliikenteen reitit ja kapasiteetti ovat palanneet kriisiä aiemmalle tasolle, **lentoliikenteen verkostoa lisätään hitaasti.** Reitit ja kapasiteetit muuttuvat verrattuna ennen kriisiä olevaan aikaan.
- **Matkailijoiden turvallisuudentunne vahvistuu** turvallisen arjen kokemusten ja matkailualan turvallisuustoimien kautta. Suuria ihmismassoja kuitenkin vältellään yhä.
- **Kuluttajien luottamus talouteen vahvistuu**, mutta kriisin vaikutusten voima alkaa näkyä matkailijoiden valinnoissa entistä vahvemmin; kysyntää aiempaa laajemmalle hintavalikoimalle matkailupalveluissa.

Vaihe C – kysyntä palautumassa kriisiä edeltävään aikaan



- **Kotimaanmatkailu Suomessa voi jopa kasvaa** kriisin aiheuttaman epävarmuuden takia. Lähimatkailusta on tullut houkuttelevaa.
- **Suomalaisten matkailu ulkomaille on palautumassa hitaasti vuoden 2019 lukuihin** saavutettavuuden kehittymisen rinnalla.
- **Ulkomaisia matkailijoita saapuu Suomeen ympäri maailmaa, mutta vuoden 2019 lukuihin on vielä matkaa. Suomi tarvitsee uuden vaihteen löytääkseen takaisin ennätysvuoden lukuihin.** Kansainvälisillä kohdemarkkinoilla Suomi mielletään kestäväksi, puhtaaksi ja turvalliseksi matkakohteeksi, joka houkuttelee matkailijoita erityisesti luontotarjonnallaan.
- **Liikkumis- ja kokoontumisrajoitukset on poistettu kansainvälisesti.**
- Saavutettavuus Suomeen ja Suomesta sekä Suomessa ovat pääosin palautuneet kriisiä edeltävälle tasolle. **Lentoliikenne ei ole vielä palautunut kriisiä edeltävälle tasolle.** Saavutettavuuden reiteissä ja kapasiteetissa pysyviä muutoksia.
- **Rokotteen testaaminen lisää matkailijoiden turvallisuudentunnetta.** Suuriin tapahtumiin ja ihmismassojen kokoontumisiin osallistutaan pysyvästi aiempaa varovaisemmin.
- **Kuluttajien luottamus talouteen vahvistuu**, mutta ei palaa vielä kriisiä edeltävälle tasolle. Matkailuun suunnattu kuluttaminen nähdään kriisiä edeltävän ajan tavoin jälleen omaan elämänlaatuun panostamisena.

Tilastokeskuksen laskentamallin perusoletukset



- **Kysyntää koskevat luvut** pohjautuvat matkailutilinpidon vuoden 2018 ennakkotietoihin.
- **Arvio vuoden 2019 avainluvusta** perustuu matkailutilastojen vuosimuutokseen 2019/2018 (matkustustaseen tulot ja menot, majoitustilaston kotimaiset yöpymiset).
- **Vuosien 2019/2020 ja 2020/2021 vuosimuutokset** ilman koronaa on arvioitu seuraavasti: ulkomaalaisten matkailu Suomeen +4%, suomalaisten matkailu ulkomaille -2%, suomalaisten matkailu Suomessa +2%.
- Kaikki matkan menot kohdistetaan kuukausille **matkustusajankohdan mukaan**, koska mahdollisten ennakkomaksujen ajankohta ei ole tiedossa.
- **Ulkomainen matkailukysyntä eli matkailuvienti** jaetaan ensin vuosineljänneksille matkustustaseen tulojen perusteella ja sen jälkeen neljännekset erikseen kuukausitasolle majoitustilaston ulkomaisen myynnin perusteella.
- **Kotimainen matkailukysyntä (pl. ulkomaanmatkailu)** jaetaan kuukausitasolle Suomalaisten matkailu - tilaston vuosien 2016-2018 aikana tehtyjen yöpymisen sisältäneiden kotimaanmatkojen kuukausittaisen rahankäytön perusteella.
- **Suomalaisten ulkomaanmatkailusta aiheutuva kotimainen kysyntä** jaetaan ensin vuosineljänneksille matkustustaseen menojen perusteella ja sen jälkeen neljännekset erikseen kuukausitasolle Suomalaisten matkailutilaston kuukausittaisen rahankäytön perusteella.
- **Matkustus- ja henkilöliikennetaseen menot eli matkailutuonti** jaetaan kuukausille samalla tavalla kuin suomalaisten ulkomaanmatkailusta aiheutuva kotimainen kysyntä.

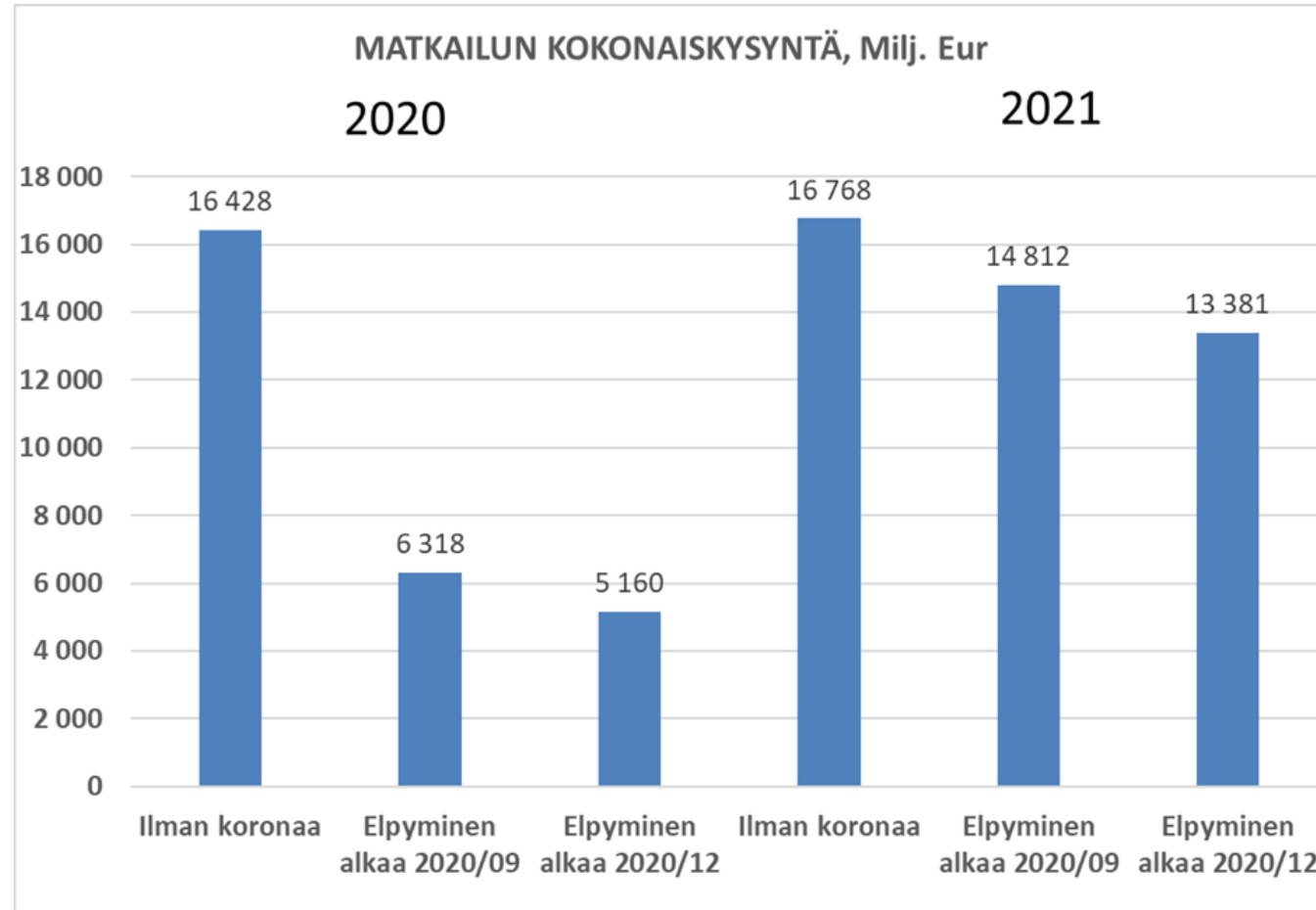
Suomen matkailukysynnän elpymisarviot (30.4. klo 12.00)



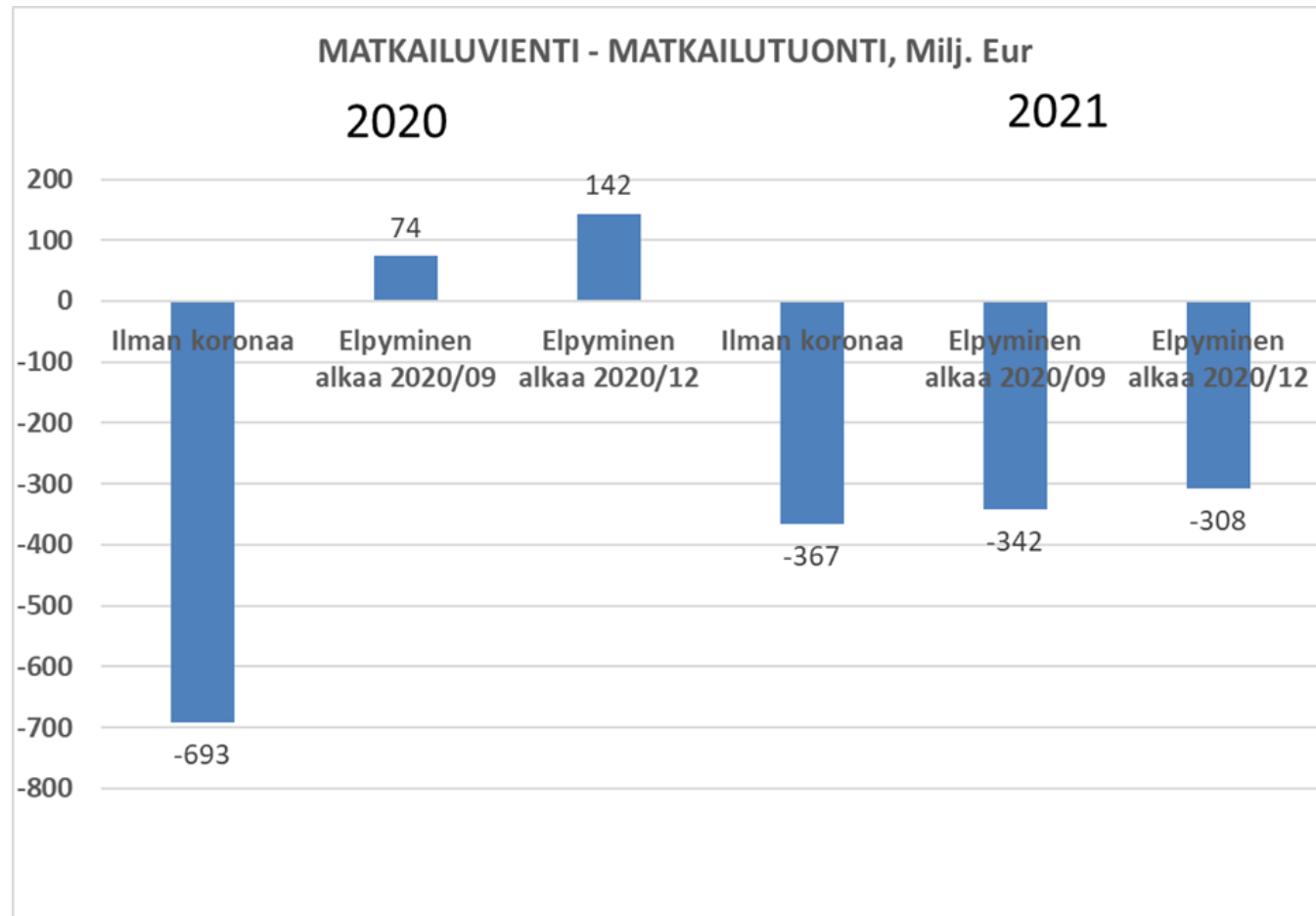
	Business as Usual v.2020	Positiivinen	Pessimistinen
Matkailukysyntä käynnistyy		09/2020	12/2020
Matkailukysyntä vrt. v. 2019 (16,1 mrd. €)	+2% (+0,3 mrd. €)	-60% (-9,8 mrd. €)	-70% (-10,9 mrd. €)
Kotimainen matkailukysyntä (pl. ulkomaanmatkailu) vrt. v. 2019 (8,7 mrd. €)	+2% (+0,18 mrd. €)	-50% (-4,5 mrd. €)	-60% (-5,1 mrd. €)
Suomalaisten ulkomaanmatkailusta aiheutuva kotimaankysyntä vrt. v. 2019 (2,4 mrd. €)	-2% (-0,05 mrd. €)	-75% (-1,8 mrd. €)	-80% (-2 mrd. €)
Ulkomainen matkailukysyntä vrt. v. 2019 (5,0 mrd. €)	+4% (+0,2 mrd. €)	-70% (-3,5 mrd. €)	-75% (-3,9 mrd. €)

Matkailun kokonaiskysyntä (milj. €) ilman koronapandemiaa ja elpymisen käynnistymisen vaihtoehtoissa

(30.4. klo 12.00)



Matkailuviennin ja -tuonnin suhde (milj. €) ilman koronapandemiaa ja elpymisen käynnistymisen vaihtoehtoissa (30.4. klo 12.00)



Huomioita matkailukysynnän elpymisarvioista



- Suomen matkailun kokonaiskysyntä oli vuonna 2019 arvion mukaan 16,1 mrd. €.
- Positiivisen arvion mukaan kokonaiskysyntä supistuu v. 2020 n. -60% (n. -9,8 mrd. €).
- Pessimistisen arvion mukaan kokonaiskysyntä supistuu v. 2020 n. -70% (n. -10,9 mrd. €).
- Arvioiden mukaan palautuminen vuoden 2019 lukuihin kestää ainakin vuoteen 2022.
- Jos elpyminen alkaa joulukuussa, kotimainen matkailukysyntä (pl. ulkomaanmatkailu) voisi palautua vuoden 2019 tasolle aikaisintaan kesällä 2021.
- Kansainvälisen matkailun palautuminen kriisiä edeltävälle tasolle tapahtuu vasta vuoden 2021 jälkeen. Kansainvälinen matkailu jää arviolta vähintään 20 prosenttia vuoden 2019 tasosta koko vuoden 2021 ajaksi.
- Ensimmäistä kertaa vuoden 1981 jälkeen matkustustase saattaa tasapainottua ja kääntyä jopa positiiviseksi. Surullista on, että tasapainottuminen tapahtuu kokonaiskysynnän vähenemisen myötä ja negatiiviset vaikutukset esimerkiksi työllisyyteen ja aluetalouteen ovat isot.
- Ulkomainen matkailukysyntä on tärkeä osa Suomen palveluvientiä. Ulkomaisen matkailukysynnän romahtaessa Suomi menettää vientituloja.
- Matkailun kokonaiskysynnästä 69 % muodostuu kotimaisesta kysynnästä (ml. ulkomaanmatkailu). Suomalaiset voivat itse vaikuttaa valinnoillaan, miten nopeasti matkailuala elpyy kriisin jälkeen.

Vertailuna kansainvälisiä arviota matkailun elpymisestä



- UNWTO arvioi **kansainvälisten saapumisten vähenevän 20-30% vuonna 2020 ja matkailukysynnän supistuvan kolmanneksen.**
- OECD:n arvion mukaan korona **supistaa kansainvälistä matkailua (saapumisia) 45% tai 70% riippuen siitä, toipuuko ala heinä- vai syyskuussa 2020.**
- WTTC arvion mukaan **kansainväliset saapumiset supistuvat 25%, mikä vastaa kolmen kuukauden pysähdystä kansainvälisessä matkailussa.**
- **EU-jäsenvaltioiden arvioita**
 - Ranskassa matkailualan **elpymisen arvioidaan kestävän ainakin vuoteen 2022.**
 - Espanjassa **matkailuyritysten liikevaihdon arvioidaan vähenevän 32% vuoden 2020 aikana.**
- **Pohjoismaissa ulkomaiset yöpymiset vähenevät n. 40% maatasolla vuoteen 2019 verrattuna. Vuoden 2019 ulkomaisten yöpymisten määrä saavutetaan Suomessa uudelleen vuonna 2023. (Oxford Economics)**
 - Tanska -40%
 - Suomi -36%
 - Islanti -40%
 - Norja -36%
 - Ruotsi -36%

Lopuksi



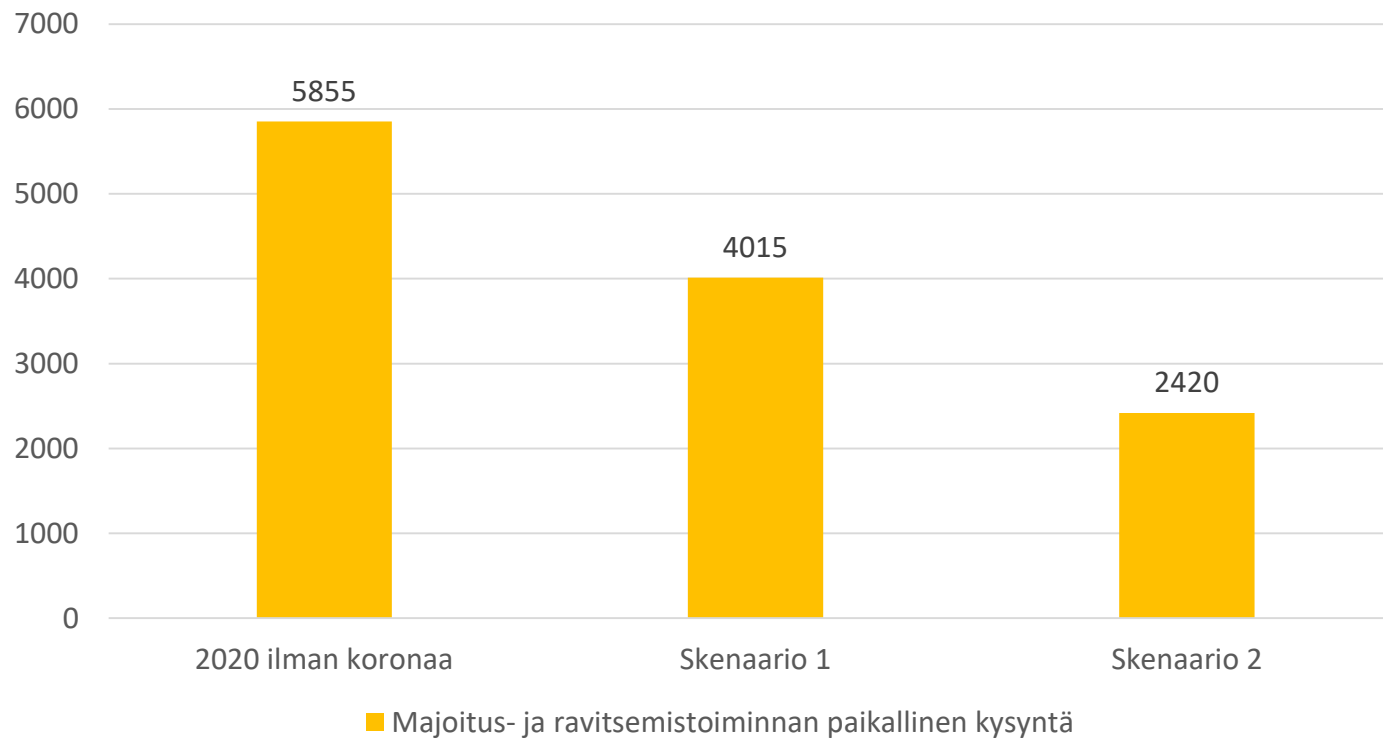
- **Huomioitava, että koronakriisissä ei kyse huonoista matkailupalveluista, matkailun houkuttelevuuden vähenemisestä tai Suomea koskettavasta haasteesta. Kyse on uudesta epävarmuustekijästä, joka ensisijaisesti kohdentuu turvallisuuden ja luottamuksen tunteeseen, toissijaisesti taloudelliseen epävarmuuteen.**
- **Matkailun palautuminen on aiemmissa kansainvälisissä kriiseissä (esim. SARS, taloudellinen lama) ollut nopeahkoa ja edistänyt muiden alojen elpymistä. Nyt tilanne näyttää toiselta; matkailukysynnän elpyminen Suomessa ja maailmalla tapahtuu hitaasti.**
- **Kysynnän elpyminen on vahvasti sidoksissa kansainvälisten ja kansallisten rajoitusten ja suositusten purkamisen lisäksi saavutettavuuden palautumiseen.**
- **Uuden kasvu-uran löytäminen vaatii turvallisuuden tunteen uudenlaista huomiointia sekä matkailijoiden että matkailutyöntekijöiden kohdalla.**

Koronapandemian vaikutus majoitus- ja ravitsemistoiminnan paikalliseen kysyntään v. 2020

- Matkailukysynnässä on mukana eri toimialojen tuotoksesta matkailuun kuuluva osa. Loppuosa tuotoksesta on paikallista kysyntää.
- Tässä liitteessä on arvioitu pandemian vaikutusta majoitus- ja ravitsemistoiminnan paikalliseen kysyntään.
- Matkailutilinpidon mukaan majoitustoiminnan tuotoksesta 19 % on paikallisen kysynnän aikaan saamaa ja vastaavasti ravitsemistoiminnassa osuus on 79 %.
- Paikallisen kysynnän kehitystä arvioivissa kahdessa skenaariossa majoitus- ja ravitsemistoiminnan kuukausittainen liikevaihto on arvioitu kotimaisen matkailukysynnän jakautumisesta eri kuukausille v. 2019.
- Paikallisen kysynnän oletetaan elpyvän hieman matkailun kokonaiskysyntää nopeammin.
- Skenaario 1: kysynnän elpyminen alkaa asteittain kesäkuussa
 - majoitus- ja ravitsemistoiminnan paikallisen kysynnän muutos: -31 %
- Skenaario 2: kysynnän elpyminen alkaa asteittain syyskuussa
 - majoitus- ja ravitsemistoiminnan paikallisen kysynnän muutos: -59 %

Koronan vaikutus majoitus- ja ravitsemistoiminnan paikalliseen kysyntään vuonna 2020

Majoitus- ja ravitsemistoiminnan paikallinen kysyntä vuonna 2020, milj. euroa





Suomen Matkailukysyntä 2020 –luvun alussa - Lasku & Nousu

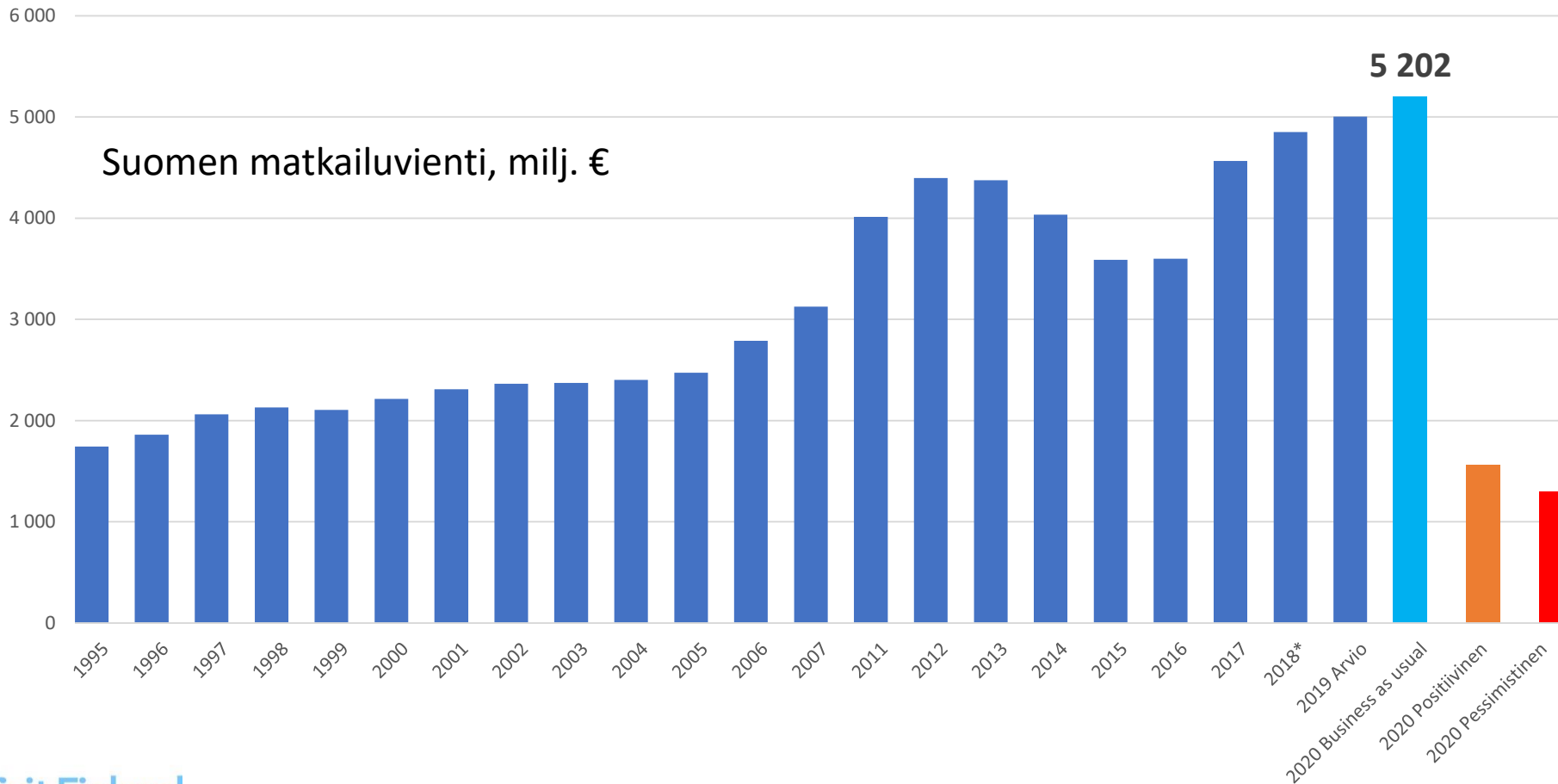
Katarina Wakonen



Visit Finland

Suomen matkailuvienti romahtaa

Koronakriisi leikkaa ulkomaisesta matkailukysynnästä yli 70 prosenttia eli 3,5–3,9 miljardia euroa.

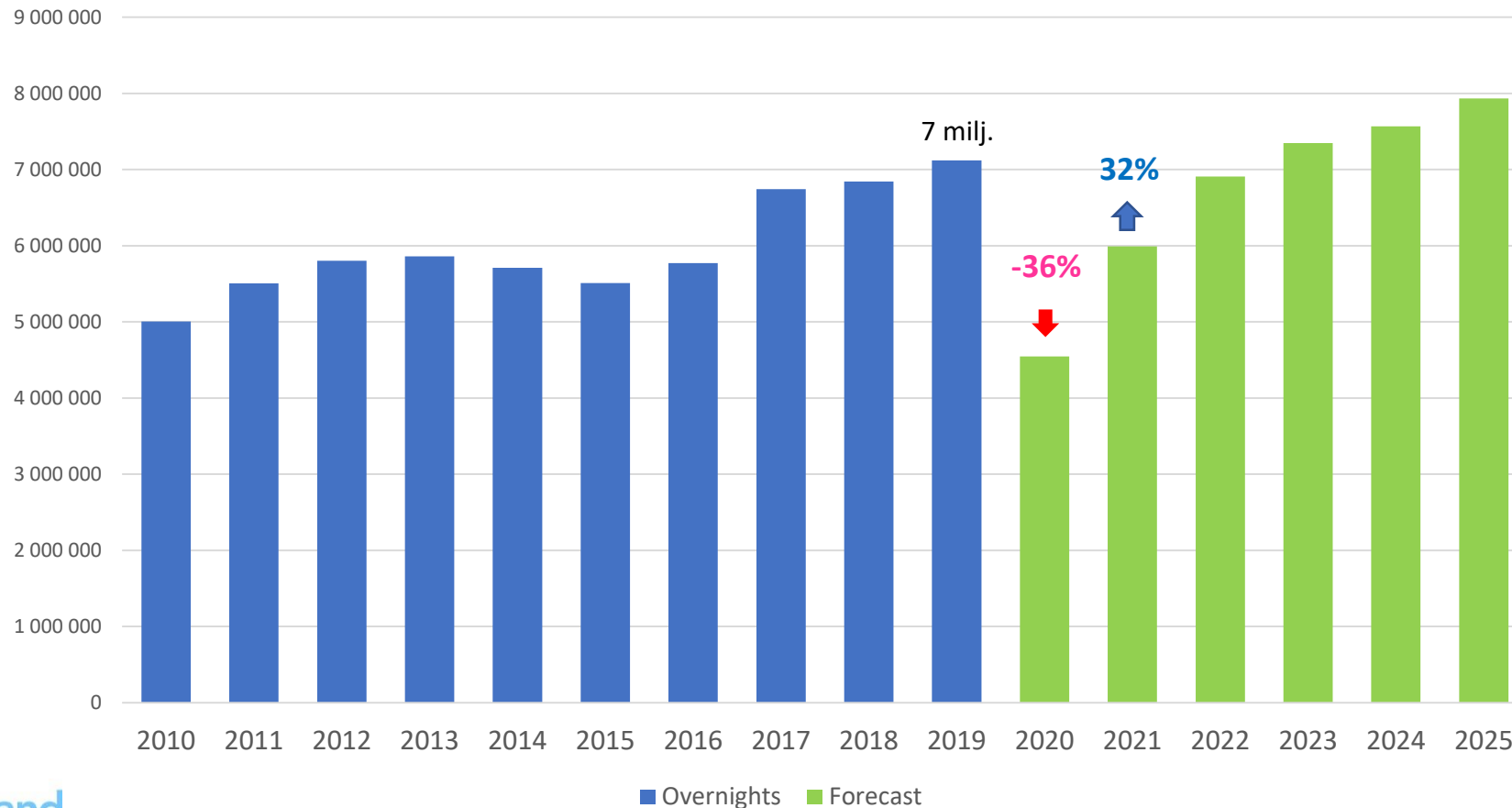


■ Matkailuvienti, milj. € ■ Positiivinen ■ Pessimistinen

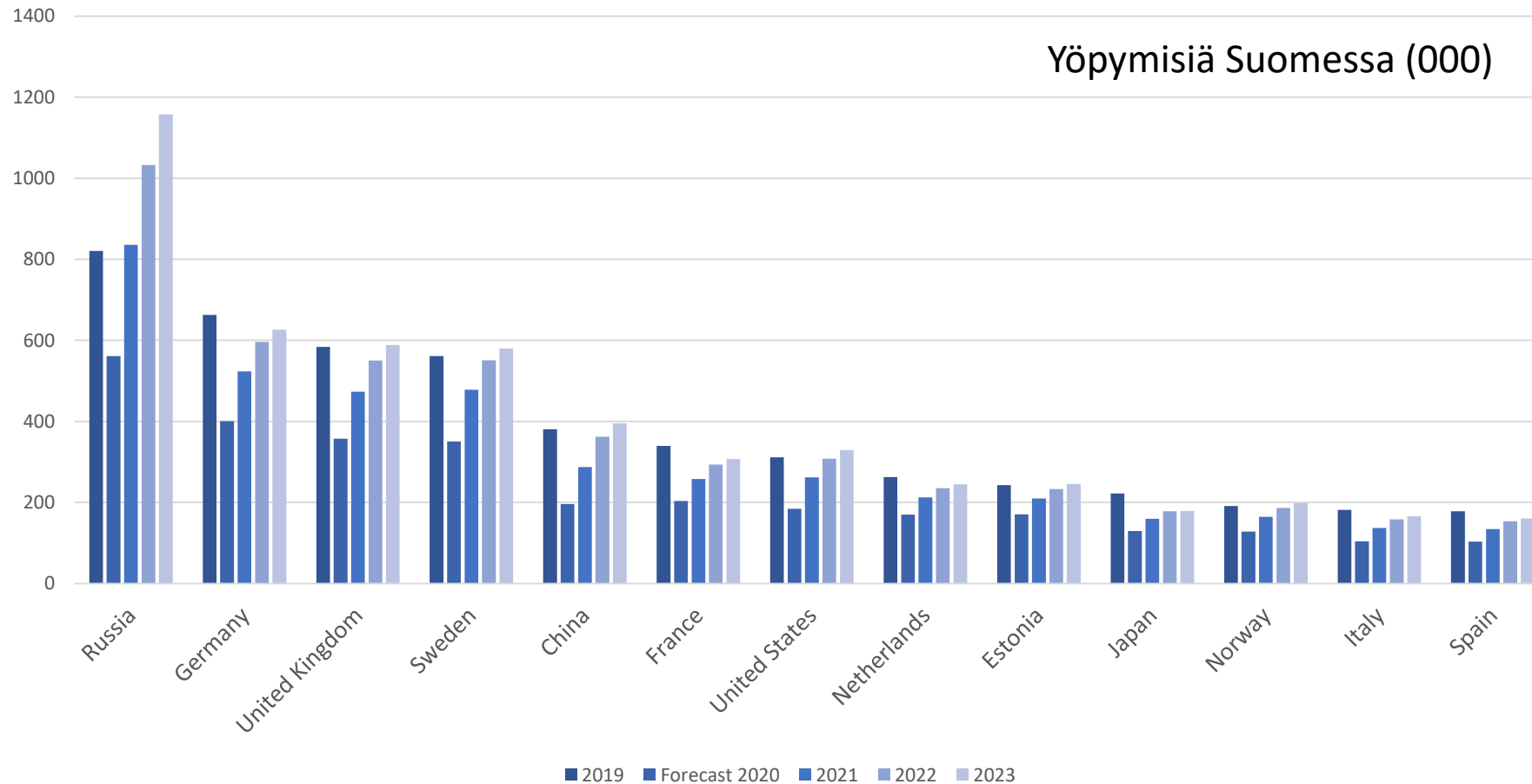
Lähde: Matkailutilinpito, Tilastokeskus, Visit Finland

Vuosien 1995-2007 tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia vuoden 2011 ja sitä uudempien vuosien kanssa menetelmämuutuksesta johtuen

Ulkomaalaisten yöpymisissä 15 vuotta taaksepäin - Paluu vuoden 2019 tasolle aikaisintaan 2023



Markkinat elpyvät eri tahdissa (OE:n arvio)

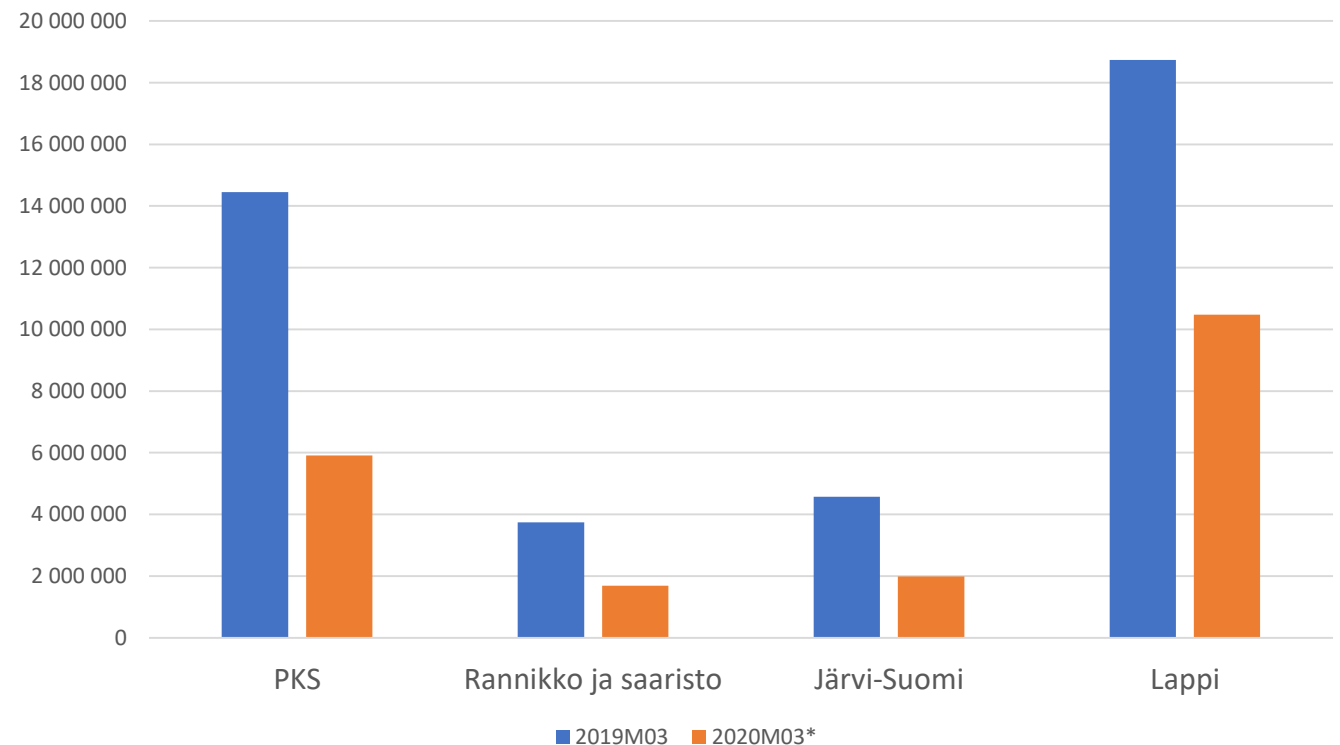


Ulkomaisten majoitusmyynnin muutos suuralueittain maaliskuussa 2020

Ulkomainen majoitusmyynti laski 42 milj:sta 20 milj. euroon (52%) (maaliskuu 2020 vrt. ed vuosi)

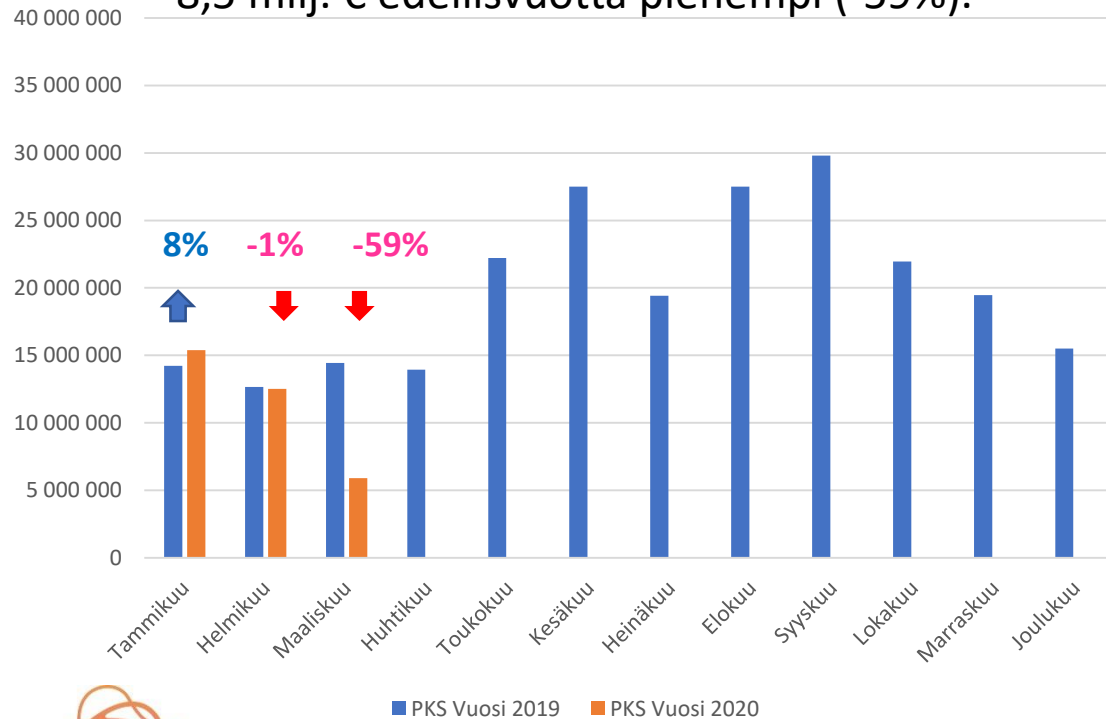
Ulkomainen majoitusmyynti 2019 oli 0,5 mrd €:
Pks-seudun osuus 49% ja Lapin 25%

Ulkomainen majoitusmyynti maaliskuussa 2020

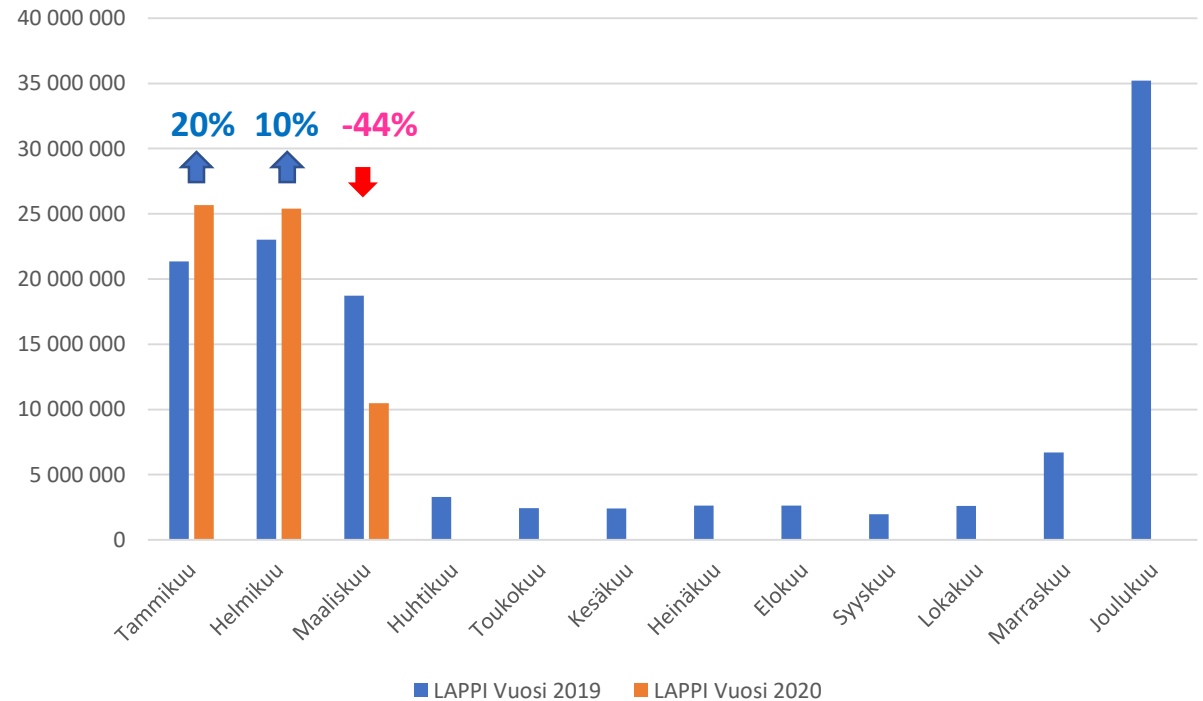


Ulkomaisten matkailijoiden tuoma liikevaihto majoitusliikkeille 2019-2020

Pääkaupunkiseudulla maaliskuun liikevaihto oli 8,5 milj. € edellisvuotta pienempi (-59%).



Lapissa maaliskuun pudotus oli 8,3 milj. (44%).



**POST-COVID-19
RECOVERY & RAMP-UP PLAN
VISIT FINLAND
2020**

06.05.2020

Visit Finland Post-Covid-19 Ramp-up

Pandemia yllätti koko maailman.
Globaalit vaikutukset vielä mahdottomia arvioida.
Matkailu ensimmäisten kärsijöiden joukossa.
Vaikutukset koskevat kaikkia toimialoja, elämme keskellä disruptiota.
Globalisaatio? Lokalisaatio? Eristäytyminen?
Vaikutukset kulutuskysyntään ja kuluttajakäyttäytymiseen ovat pitkäkestoiset.
Työttömyys, ostovoima, liikenneyhteydet, palveluiden kantokyky, arvoketjut.
Miten Oy Suomi Ab pärjää “uudessa normaalissa”?
Miten Suomen matkailu pääsee takaisin jaloilleen?
Tuet auttavat pahimman yli, mutta eivät ole kestävä ratkaisu.
Liiketoiminnan hallittu käynnistäminen sekä kassavirran kautta tapahtuva toipuminen.
Kotimaa, lähimarkkinat, exit-strategiat, terveys ja vastuullisuus.
Maakuvan kautta yhteisillä viesteillä samaan tahtiin markkinoille.
Milloin? Mille markkinoille? Millä viestillä? Millä tarjoomalla?

Visit Finland Post-Covid-19 Ramp-up

1. Travel Industry will change:

1. The legacy structures will change.
2. Business models and earning logic will change.
3. Digital platform economy combined with AI and XR development will change the game.

2. Travel Demand will change:

1. The new Consumer Generations will impose a rapid Value Shift in Leisure Travel demand.
2. Business Travel will not return to the pre-remote era working environment.
3. Much of business travel prerequisites will go on-line – meetings etc; fairs, congresses and promotions too.

3. Every Travel Destination must re-establish and re-justify its position in the market.

1. Demand Value Shift – sustainability, responsibility, ethical & moral considerations

4. Timely recovery plan for every Destination, consolidated as Nation-wide recovery plan, Nation Brand adjustments.

1. Strengthen the strengths, concentrate on basics, re-invent the USP's that have *real* weight.
 1. Happiness, Cleanliness, reliable societal structure, sustainability & responsibility as given components.
 2. Tagwords like Nature, Lakes, Winter, Aurora, Santa, Moomins, Arctic...
2. Only after successful re-entry re-introduce the new development areas. Season? Service Design!
3. No “holding back” –attitude. Things will not be the same any more. Invent, create,

5. Start planning now. Ramp-up Steering Group (Regions, Big Players, Advisory Board) as stabilizer.

1. Prepare alternate plans & scenarios => easier to change direction if/when necessary.

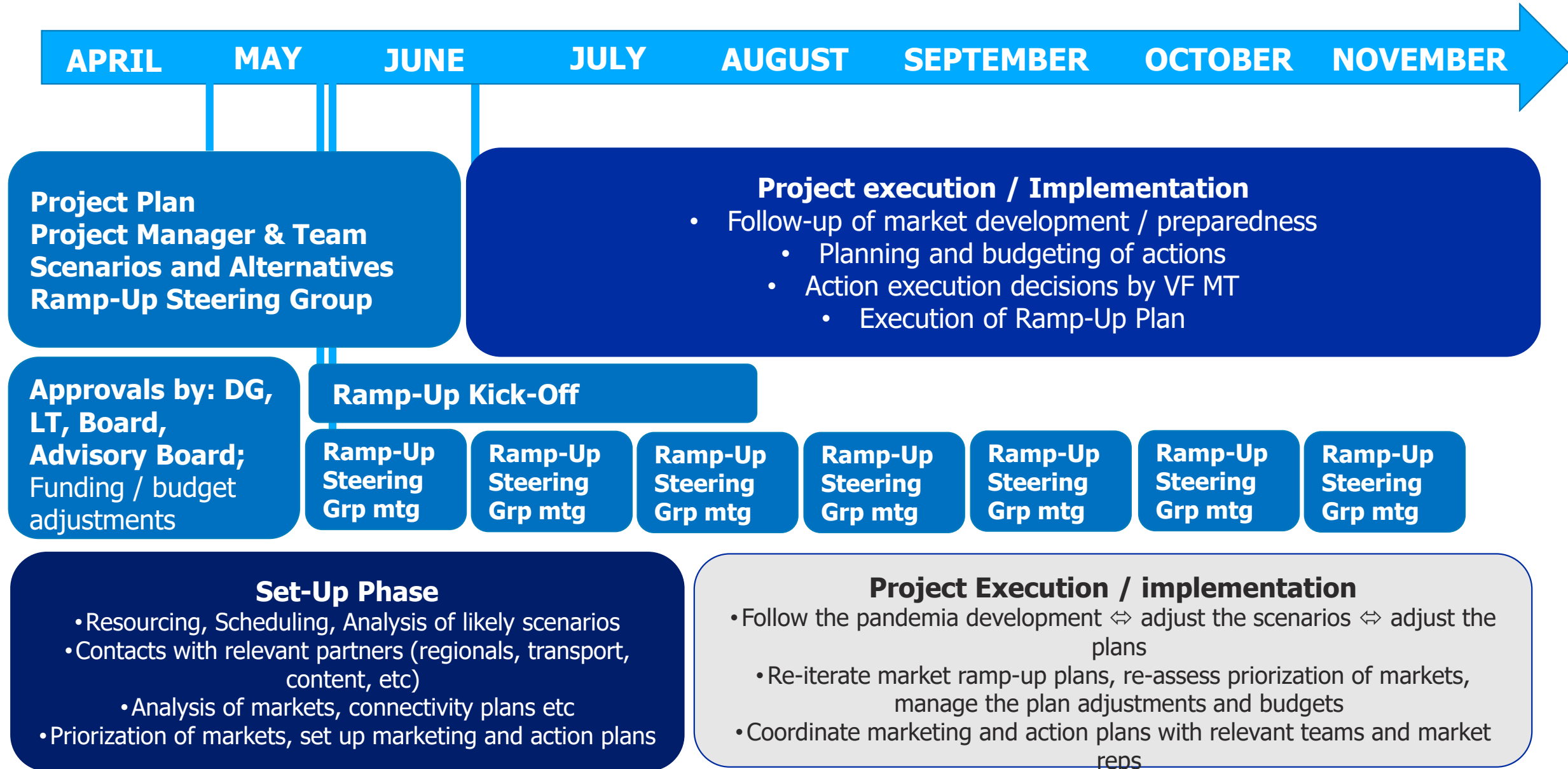
Visit Finland Post-Covid-19 Ramp-up

- 1. Communicate to the Industry. Credibility and sync through the Recovery Steering Group.**
 1. Continuous two-way engagement
- 2. Enforce Travel Community, strengthen the relationships.**
 1. Continuous two-way engagement
- 3. Prioritize the markets, feel the pulse of the markets through active engagement and presence.**
 1. Prerequisite proceeding in unison with airlines re-opening destinations
- 4. Recognize the obvious first travellers – High-End? Trekkers? Study the segments for best guess.**
- 5. Recognize the Survivors and coming players – Airlines, Distribution Channels & Platforms, TO's, OTA's etc**
- 6. Prepare simple and operational ramp-up objectives, KPI's and follow-up.**
- 7. Communicate to the markets. Be careful with the tone-of-voice. Be smart & intelligent and positive.**
 1. Use social & live stream channels – lock-down is teaching the market go virtual
 2. On-line presence & audience is and will be bigger than ever => channel selection driver
- 8. Communicate to the Public Funders (Government - as the SME companies and regions out of cash).**
- 9. Risk and threat assessments, plan and reiterate plans throughout the pre-Day-One –period.**
- 10. Make sure that the Destinations, Service Delivery and Connectivity are ready for the Day-One.**
 1. Destinations short term: Domestic, long term: International
- 11. Make sure the Travel Industry, synched by Project & Steering Group, is ready to kick off actions responsibly on Day One.**
- 12. Go as planned Brand Plan (strengthen the strengths, then add new features when the door is open).**
- 13. Keep on building the Nation Brand, awareness and presence in the markets. Honour the Brand Values!**

COVID-19 restrictions in Finland

	Q1			Q2		Q3			Q4			
Finnish borders closed				Until 13.5 xx	14.5. ➔ within Schengen, duty travel							
Restaurants closed				Until 31.5 xx	1.6. ➔ Opened, with restrictions							
Finnair flights restricted				Until 30.6 minimum		Slow ramp-up? Plan to be published mid-May?						
Gatherings >10 pp Parks etc POI's				Until 31.5 xx	1.6. ➔ Up to 50 pers							
Schools, museums, libraries etc closed				Until 13.5 xx	1.6. ➔ gradual opening, with restrictions							
No Events (public & private, >500 pers)				Until 31.7 banned								

VISIT FINLAND POST COVID-19 RAMP-UP PROJECT



RESOURCES

Project Manager	• Responsible for the management of the project and its results	• Ines Antti-Poika
Project Team	• Representatives of VF Operational Teams • Coordinate with Markets & Operational Teams	• Katarina Wakonen / Business Intelligence • Asta Laaksonen/ Business Development • Tarja Koivisto / Global Sales • Sergei Shkurov / Marketing • Heli Hemgård / Communications
Ramp-Up Steering Group	• Steering group will advise, make recommendations and provide key information • Will act as voice to/from travel industry and business operations • Bring unique knowledge and skills which augment the knowledge • Will commit to the project outputs • Will help to synchronize the planned actions and push through their networks	• Visit Finland Advisory Board • Additional members from Regional Tourism Development organizations in Finnish Greater Travel Districts
Visit Finland Management Team	• Action execution, content decisions, timing and budget	• Paavo Virkkunen • Kristiina Hietasaari • Heli Jimenez • Mervi Toivonen • Katarina Wakonen

KESKEN

A CHALLENGER BRAND ATTITUDE STANDS OUT

We can use our uniqueness, not as something for everyone
but as something special.

Finland offers what people around the world are looking for right now:
the peace and quiet of nature, security, cleanliness and authenticity.

RENT A FINN GOES VIRTUAL - ajankohtaista Visit Finland markkinoinnista

6.5.2020

Heli Jimenez

Visit Finland activities – up to 17.8.2020

ON HOLD

- ➔ No OTA campaigns /Joint promotions
- ➔ No Image campaign
- ➔ No media / influencers / TV and film groups / FAM-trips etc.
- ➔ No sales events in markets
- ➔ Domestic meetings according to gov restrictions

CONTINUED

-
- ➔ Uplifted social media activities (Rent a Finn goes virtual)
 - ➔ Sustaining moderate level of SEM in all markets
 - ➔ Pitching selected themes to media for brand awareness
 - ➔ E-learning activities
 - ➔ Webinars
 - ➔ Development projects

Post Covid-19 Ramp Up Plan / Toolbox for Marketing	REBUILD DEMAND
REBUILD AND GROW AWARENESS • Country Image promotion • Strengthen the strengths (USP's) • Creative approach • Increased share of voice – we need to go big!	Image Campaign • Strong and visible global image campaign - cool, creative, contrast and credible • Increased PR and media activities (featured stories, pitches, media visits, PR events) • Elevated influencer co-operation - discovering new way of working • Digital marketing (display, some etc) • Printed content in selected markets (e.g inserts, advertorials, ads etc.)
ACTIVATE SALES – BOOK NOW • Lift up Finnish offering • Engaging local and global partners and revitalizing partner relations • We need common messages to customers – for stronger impact • Strong CTA for immediate results	Tactical OTA campaigns Continued global campaign in main markets and local OTA campaigns in selected markets • Always on + seasonal bursts • Regionally relevant online platforms • Markets TBC Joint Promotions Global Campaigns in multiple markets Market specific campaigns • Promoting Finland to TO's customer base (market specific partners)
INCREASED DIGITAL PRESENCE • Reinforce own channels • Build new content to different platforms	Ensuring digital visibility and findability • Enhanced SEM (always on – for always searching customer) • Social Media marketing (building stronger engagement with travel audience) • Virtual Travel experiences: AR/VR approach to “new normal” (platforms, content, marketing) • Digital content enhancements (e.g new destination pages to different digital platforms)
DIGITAL COMPETITIVENESS • Pushing digital transformation • Developing new tools	Visit Finland Travel Data Hub • Kick off activities for collecting+ editing + translating the data • Visit Finland Travel Data Hub marketing activities (helps also creating domestic demand) Virtual Sales Promotion • Virtual Travel Finder (as a sales promotion support) • Virtual Reality workshops/trade shows (creating new sales promotion options) • Broader e-learning options

A smiling person is holding a wooden bowl filled with several baked fish, likely salmon, garnished with herbs. The person is wearing a black and white patterned top. The background is a soft-focus outdoor scene with water and a light sky.

RENT A *Finn* GOES VIRTUAL

TO BRING PEOPLE CALM AND HAPPINESS 2020

**2020 the world faces one of the biggest
pandemics of the modern time.**

**Travelling is impossible. Going out is
restricted. The entire world is on hold.**

Many find themselves isolated without anything to do.

**Meanwhile Finland is chosen to be the
happiest nation in the world.**

Third time in a row.

The New York Times

Smile? The Results From the 2020 World Happiness Report Are In

The Finns, known for downplaying their emotions, are the happiest people in the world. Do they have something to teach us about how to respond to the pandemic?



Revelers wore garlands of flowers to celebrate the summer solstice in Helsinki, Finland, in 2018.
Lehtikuva, via Reuters

Suomi on ylivoimaisesti maailman onnellisin maa, ja Helsinki maailman onnellisin kaupunki. Tämän meille kertoo [YK:n onnellisuusraportti](#), joka nimesi Suomen maailman onnellisimmaksi maaksi jo kolmannen kerran peräkkäin.

The New York Times

Smile? The Results From the 2020 World Happiness Report Are In

The Finns, known for downplaying their emotions, are the happiest people in the world. Do they have something to teach us about how to respond to the pandemic?

Yale's most popular class ever is available free online — and the topic is how to be happier in your daily life

HELSINGIN UUTiset

PUHEENAIHE
23.3.2020 11.55

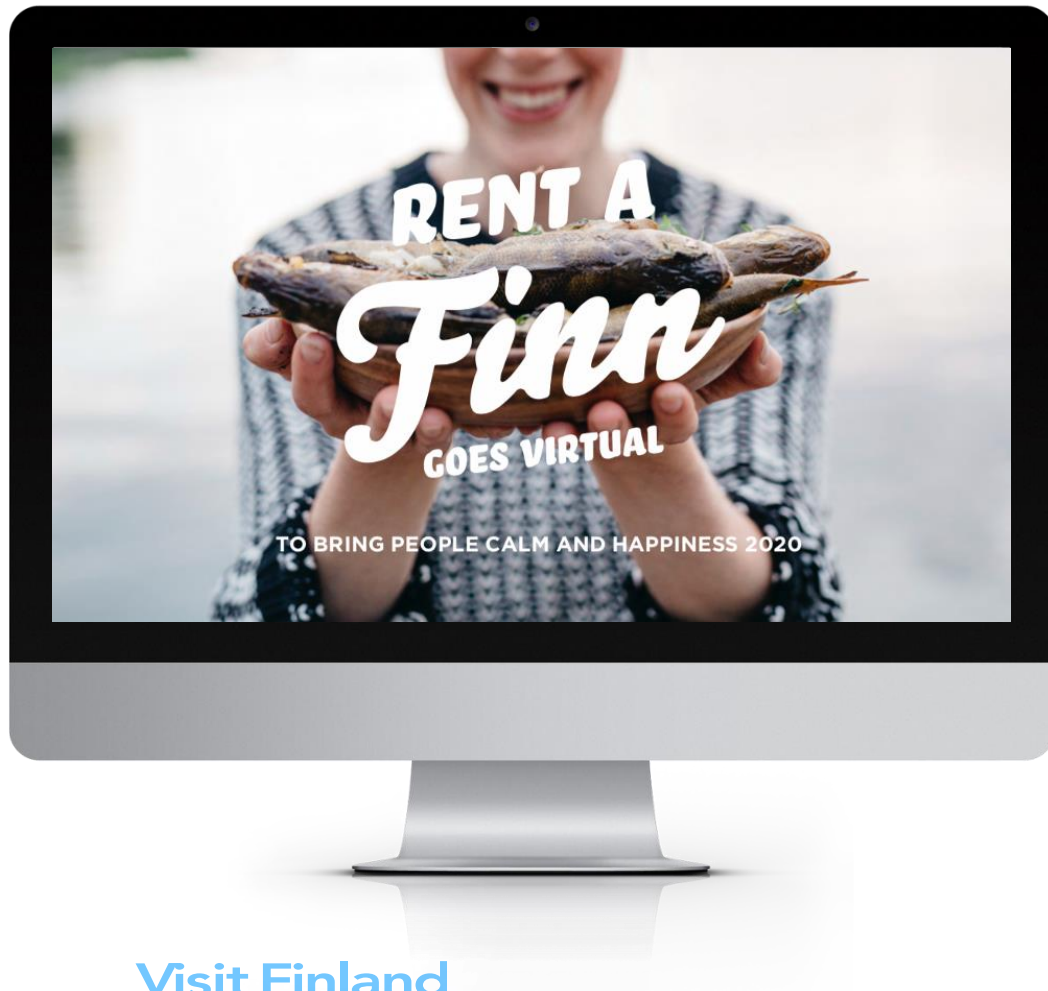
Voisiko Yalen huippuyliopisto opettaa meille onnellisuutta? Suomi ja Helsinki ovat jo maailman onnellisimmat

**We have a chance to make a
difference.**

**Let's give people the happiness and
calm they need - the Finnish way of
course.**

DREAM NOW TRAVEL LATER

Rent a Finn Goes Virtual



We build virtual happiness experiences by showing people all over the world what Finns do in the middle of these crazy times and teach them to use these skills to feel happier and calmer.

This means we get to bring Finnish happiness directly to everyone's home couch regardless where in the world they are.

The goal is to show why Finns are the happiest nation in the world and to share bits of our happiness to others as well.

RENT A FINN GOES VIRTUAL

Happiness Themes

RELAX

#WithAFinn

SPEND TIME

#WithAFinn

STAY ACTIVE

#WithAFinn

EAT

#WithAFinn

STAY HAPPY

#WithAFinn

Virtual Happiness Guides 2020



Päivikki Koskinen –
Relax With A Finn



Molla Mills –
Spend Time With A Finn



Mirja Priha –
Spend Time With A Finn



Antti Etelämäki –
Stay Active With A Finn



Jukka Joutsiniemi –
Stay Active With A Finn



Sasu Laukkonen –
Eat With A Finn



The village of Mathildedal –
Be Happy With A Finn

Content ideas

Relax #WithAFinn

- Shut up with a Finn: Meditation in the nature..
- Chillax with a Finn: Relaxation exercise
- Go sauna with a Finn: Making a vihta
- Listen with a Finn: Listening to nature and to different Finnish instruments.
- Sail with a Finn: Boat trip with enjoying views from lighthouse.

Spend time #WithAFinn

- Craft with a Finn: Knitting while listening to heavy music
- Do nothing with a Finn: Stare into the bonfire
- Play with a Finn: making a "käpylehmä" and other toys
- Paint with a Finn: Painting landscapes from Finnish nature
- Night with a Finn: Preparing to spend the night outside under the stars.

Stay active #WithAFinn

- Shower with a Finn: Avantochallenge done at home
- Get sweaty with a Finn: Exercise outdoors
- Sleep with a Finn: Spending the night outside
- Swim with a Finn: lake jogging
- Wildlife with a Finn: Trying to see as many Finnish wild animals as possible in 60 min.
- Into the wild with a Finn: IG live attendees can control which direction the host goes in a forest.

Eat #WithAFinn

- Brunch with a Finn: Finnish breakfast with a guide
- Snack with a Finn: trying Finland's most popular recipe- makkapalat
- Eat out with a Finn: cooking loimulohi out in the fire
- Get floury with a Finn: baking Karelian pies or rahkapulla
- Farming with a Finn: What to farm in Finland and how to use fermentation.
- Healthy with a Finn: Most healthy ingredients from Finnish nature and how to enjoy them.

Be happy #WithAFinn

- Draw with a Finn: draw your way into happiness
- Walk like a Finn: a meditational slow walk
- Socialize with a Finn: the art of silence
- Wonder with a Finn: nature as a source of happiness

EXCLUSIVE EXPERIENCE

An open calendar for one week where people around the world can book 1-to-1 sessions for 15 minutes with a virtual happiness guide.

EXAMPLE

You got lucky! There's still some sessions available. Be fast and book your 1-to-1 with a virtual happiness guide. There will be no second chances!

9:00					
10:00	Booked				
11:00			Booked		
12:00		Booked		Booked	
13:00	Booked				
14:00			Booked	Booked	
15:00	Booked				Booked

Monday

Tuesday

Wednesday

Thursday

Friday

Visit Finland

Sessions will be held during week 26 / 22.-26.6.

DREAM NOW TRAVEL LATER

Rent a Finn Goes Virtual

Live Streams

5 livestreams of 5 different themes.
Eat, relax, stay active,
spend time and be happy with a Finn.



Channels

You Tube and Facebook for live streams. Instagram
as a secondary channel (with questioning set)
Material embedded to rentafinn.com



Making it big

#WithAFinn
@ourfinland



The site

Campaign landing page
www.rentafinn.com



PR and Media

Press release and story pitching in
all Visit Finland's markets.



Exclusive experience

An open calendar for one week
where people around the world can
book 1-to-1 sessions for 15 minutes
with a virtual happiness guide.

Visit Finland

PRELIMINARY SCHEDULE

Let's do it together

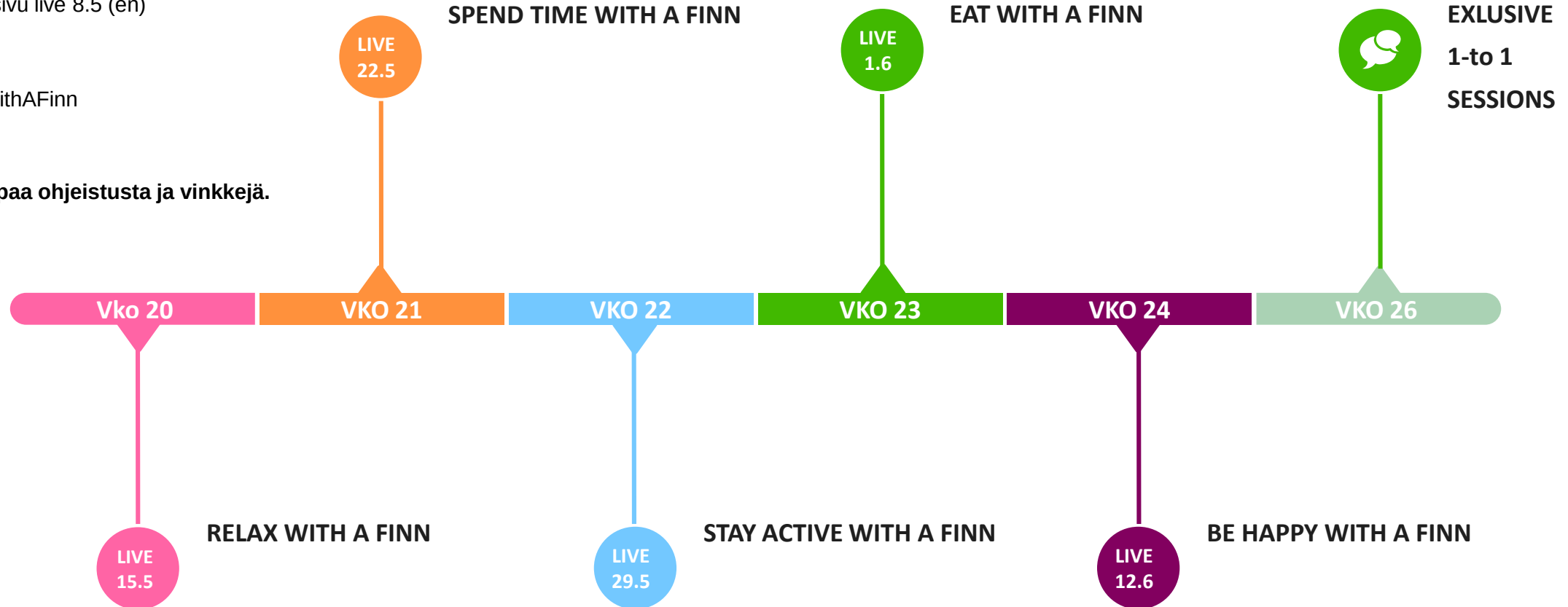
Lanseeraus ma 12.5. (tiedotteet)

Rentafinn.com verkkosivu live 8.5 (en)

HASHTAG KÄYTTÖ

Käytössä teema + #WithAFinn
(esim eat #WithAFinn)

Tulossa asap tarkempaa ohjeistusta ja vinkkejä.



#InThisTogether