



Visit Finland

Matkailun turvallisuushankkeen
loppuseminaari
27.4.2015 Rovaniemi

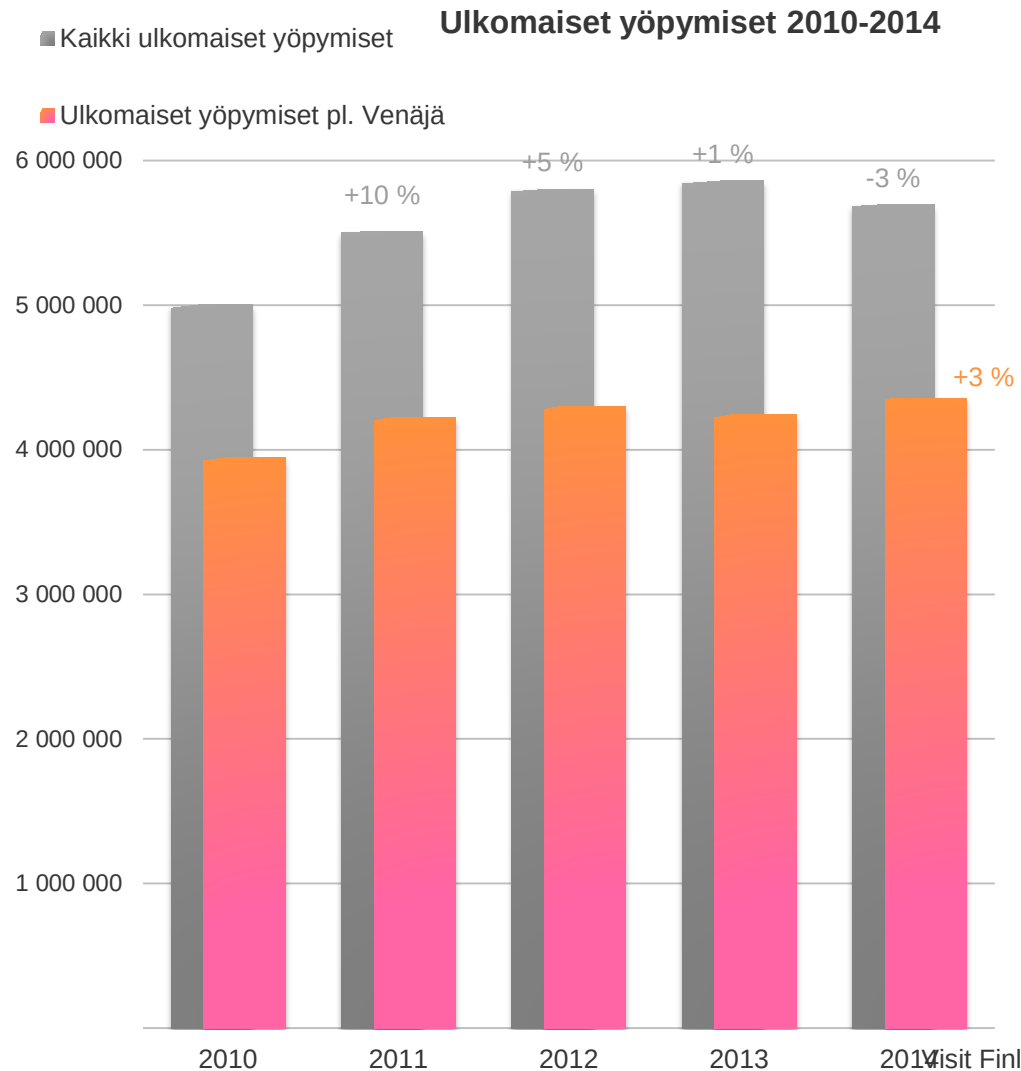
[Visit Finland/TH 04/2015](#)

Matkailusta Suomeen

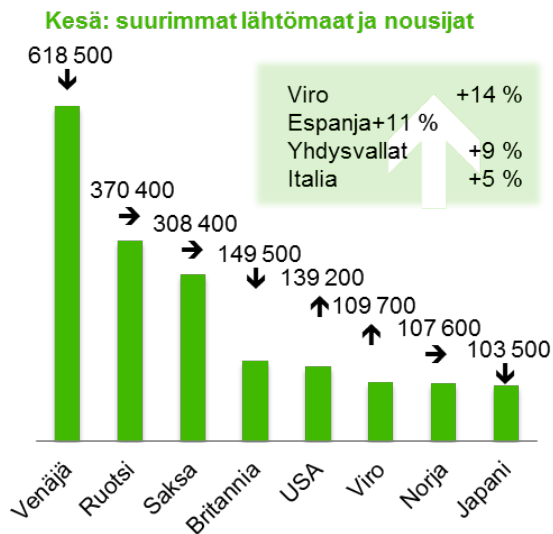


Matkailuvuosi 2014: venäläismatkailijoiden kato käänsi ulkomaiset yöpymiset laskuun

- 5,7 milj. ulkomaista yöpymistä
- -2,8 % vs. 2013
- 29 % ulkomailta
- Suurin osa venäläisiä; 1,3 milj. yöpymistä.
- Venäläisyöpymiset vähenivät 17,4%
- Venäläiset pois lukien ulkomaiset yöpymiset lisääntyivät 2,8 %



Puolet ulkomaisista yöpymisistä tulee EU-maista

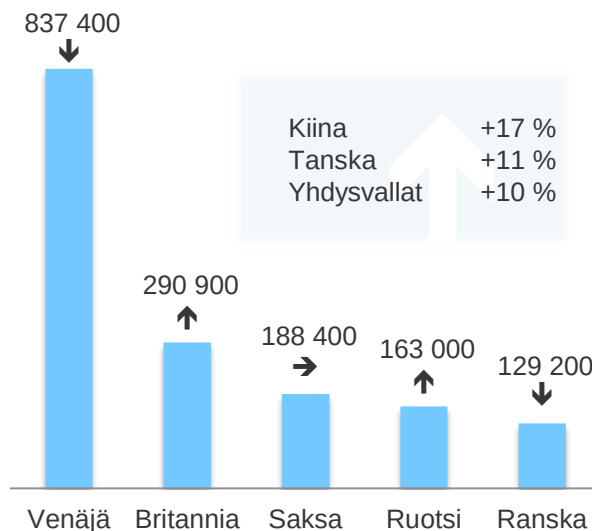


Kesän yöpymiset: -2% - hieman yli 50% kaikista yöpymisistä

Talvi +1 %.

Matkailun suuralueista vain Lapissa talvi oli kesää suositumpi matkailusezonki.

Talvi: suurimmat lähtömaat ja nousijat



Helsinki suosituin matkakohde

- Venäjä ja Saksa kolmen suurimman lähtömaan joukossa kaikilla matkailualueilla.
- Lapissa eniten yöpymisiä Britanniasta.
- Järvi-Suomessa kolmanneksi eniten rekisteröitiin virolaisyöpymisiä.

Top 3 lähtömaat matkailualueittain ja osuus kaikista alueen ulkomaisista yöpymisistä:



1. Britannia 18 %

2. Venäjä 16 %

3. Saksa 11 %

1. Venäjä 53 %

2. Saksa 7 %

3. Viro 5 %

RANNIKKO JA SAARISTO

•1,2 milj. yöpymistä,

•Muutos -2 %

•21 % Suomen yöpymisistä

LAPPI

•1,1 milj. yöpymistä,

•Muutos -2 %

• 20 % Suomen yöpymisistä

JÄRVI-SUOMI

• 1,2 milj. yöpymistä,

• Muutos 9 %

• 21 % Suomen

yöpymisistä

HELSINKI

•2,2 milj. yöpymistä,

•Muutos 0,0 %

•39 % Suomen yöpymisistä



1. Venäjä 14 %

2. Saksa 8 %

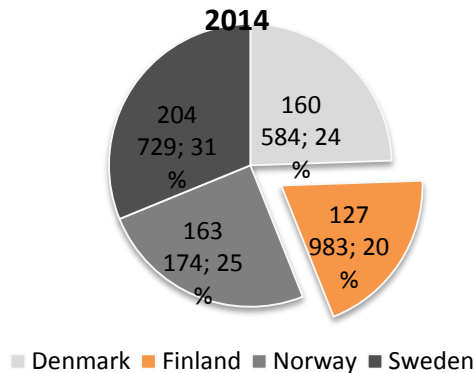
3. Ruotsi 7 %

Pohjoismainen vertailu ja Kiina

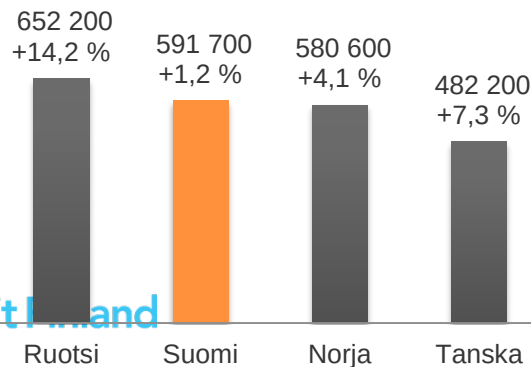
- Suomella 1/5 osuus kiinalaisten yöpymisistä Pohjoismaissa.

- Kiinalaisyöpymisiä (pl Hong Kong) Suomessa 128 000 (+1%), Lapissa 12 000
- Japanilaisyöpymisiä 191 000 (- 7 %), Lapissa 48 000. Suomi Pohjoismaiden markkinajohtaja Japanissa (42% pohjoismaisista yöpymisistä)

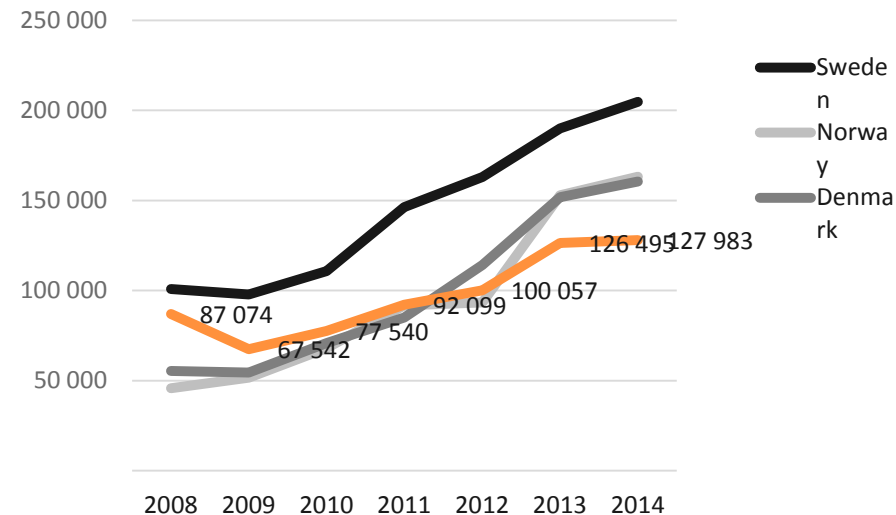
Nordic countries' share of Chinese overnights Jan-Dec



Yöpymiset Aasiasta 2014 ja muutos edellisvuoteen



Development of Chinese overnights 2008-2014





Visit Finlandin tehtävät

Visit Finland tehtävät

- **Matkailumaakuva ja markkinointi kansainvälisillä markkinoilla**
- **B2B mahdollisuudet ja verkostoituminen**
- **Vetovoimaisen tuotetarjonnan vahvistaminen, markkinatieto**
 - **Imagomarkkinointi, tuotemarkkinointi ja myynti**
 - Kampanjat, myyntitapahtumat, edustajaverkosto
 - **Tutkimus ja tuotekehitys ja katto-ohjelmat ja yrityskohtainen neuvonta**
 - Yhdistyminen Finpro - > paljon uusia mahdollisuuksia yrityskohtaiseen kansainvälistymiseen ja synergiat muihin kasvualoihin



Visit Finland – kehitettävät teemat

Hyvinvointi

Kulttuuri

Kesäaktiviteetit

Talvi

VF Kehittämisstrategiat (kesäaktiviteetit, kulttuuri, hyvinvointi, talvi)

Ruoka

Teemoihin liittyvät katto-ohjelmat

Finrelax

Culture
Finland

Outdoor
s Finland

Talvi-
tuotteet

Stopover Finland

Talvi-
tuotteet

Saaristo

Talvi-
tuotteet

Markki-
nointi ja
B2B

Wild &
Free

Cultura
I Beat

Silenc
e
Please

Strategiset projektit = Kärkihankkeet

Visit Finland kansainvälistymispalvelut yrityksille

Kansainvälistymistä
aloittava yritys

Ensikontaktit
kansainvälisille
markkinoille

Kansainvälisillä
markkinoilla toimiva
yritys

KANSAINVÄLISTYMISSNEUVONTA

Kansainvälistymisvalmiuksien
arviointi

Kansainvälistymissuunnitelma

Tuotetarjonnan suunnittelu kv-
markkinoille

Markkinoille menon toteutus

Tuotteiden testaus ja tuotetarjonnan
esittely valikoiduille markkinoille.

Markkina-aseman parantaminen

Uusien markkinoiden avaaminen

Maakohtaiset räätälöinnit

Tuotekehitys uusille markkinoille

TUTKIMUKSET, TILASTOT, MARKKINATIETO JA TYÖKALUT

Työpajat

Markkina- ja tutkimustieto,
kehittämisstrategiat

Katto-ohjelmien jakelukanavakartoitukset

Vientikelpoisuuskriteerit

Matkanjärjestäjien tutustumismatkojen vastaanotto

Kansainvälistymisopas

Katto-ohjelmien toimenpiteet

Networking- ja myyntitapahtumat,
messut ulkomailla

Modernit humanistit – työkirja

Opintomatkat messuille

Teemakohtaiset työkalut

Networking – tilaisuudet kotimaassa

Lehdistömatkojen vastaanotto

Verkostoituminen kotimaassa

Laatutonni Expert

VF What's up-katsaukset

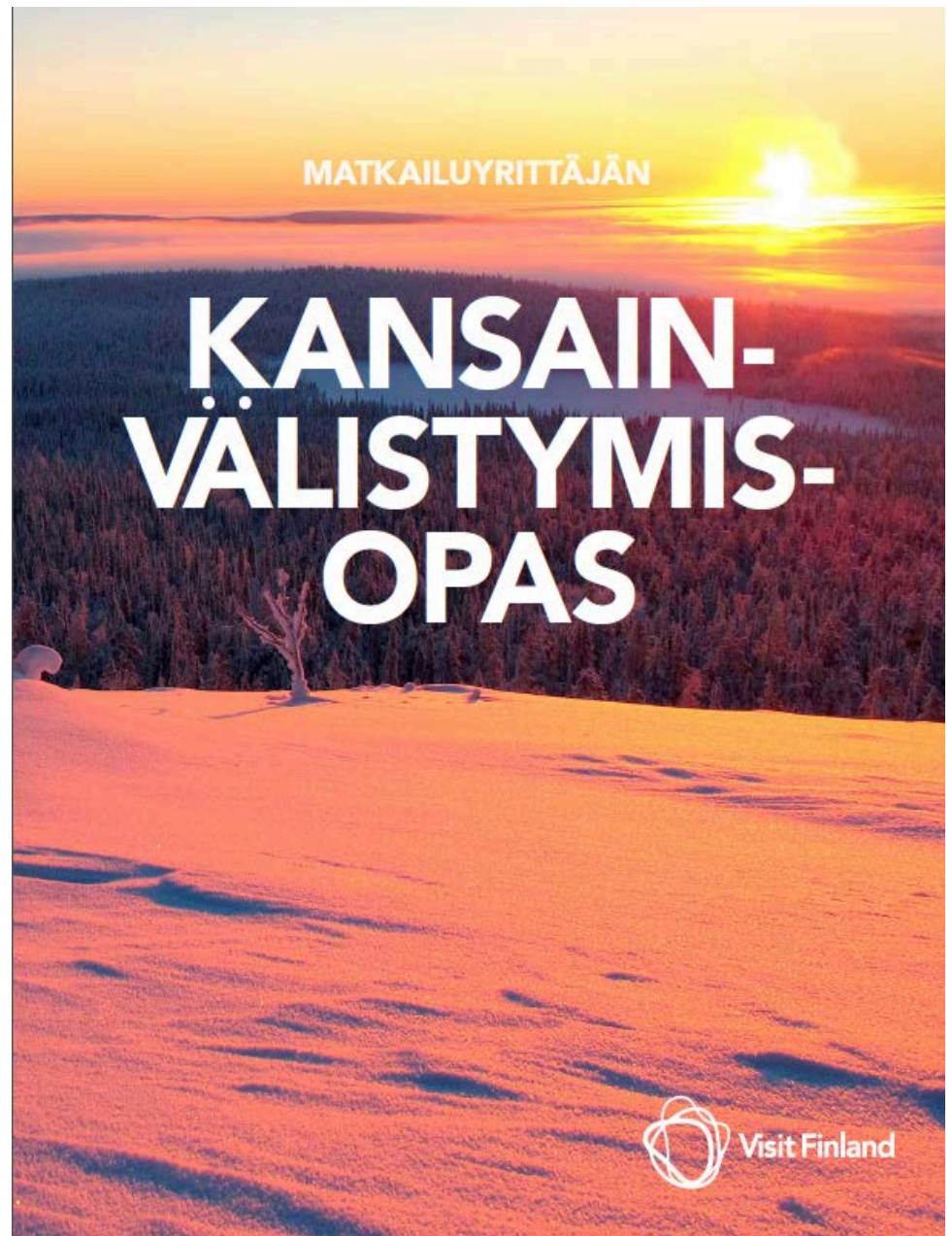
Visit Finland- markkinointitoimenpiteet

Matkailun Laatuosaaja

Laatutonni Advanced, Exclusive

Kansainvälistymis- opas

Oppaan sisällöistä
nyt myös työpaja!



Kehittämisstrategiat 2014 - 2018

- Kehittämisstrategiat ohjaavat MEKin tuotekehitystyötä ja linjaavat kansallisella tasolla koko elinkeinon kehittämistyön suuntaviivat ja päämäärän.
- Teemakohtaisia; määrittelevät teeman kehittämisen painopisteet koko Suomessa:
- [Hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia 2014-2018](#)
[Kesän luontoaktiviteettien kehittämisstrategia 2015-2018](#)
[Talvimatkailustrategia 2014-2018](#)
[Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia 2014-2018](#)
[Ruokamatkailustrategia 2015-2020](#)

Temaattiset painopistealueet talvi

- Revontulet
- Safarit
- Lumi- ja jäätuotteet
- Talven tapahtumat
- Kilpailijoista erottuvat,
 - monipuoliset talven
 - elämystuotteet
- Hiljaisuus

- Monipuoliset
 - luontokokemukset
 - kulttuurielämyksillä
 - rikastettuna
- Teemoja yhdistävät
 - palvelupaketit



• Monipuoliset • talven elämykset



• Elämäntapa



• Erämaa • palveluilla



• Luonto • kulttuurilla maustettuna

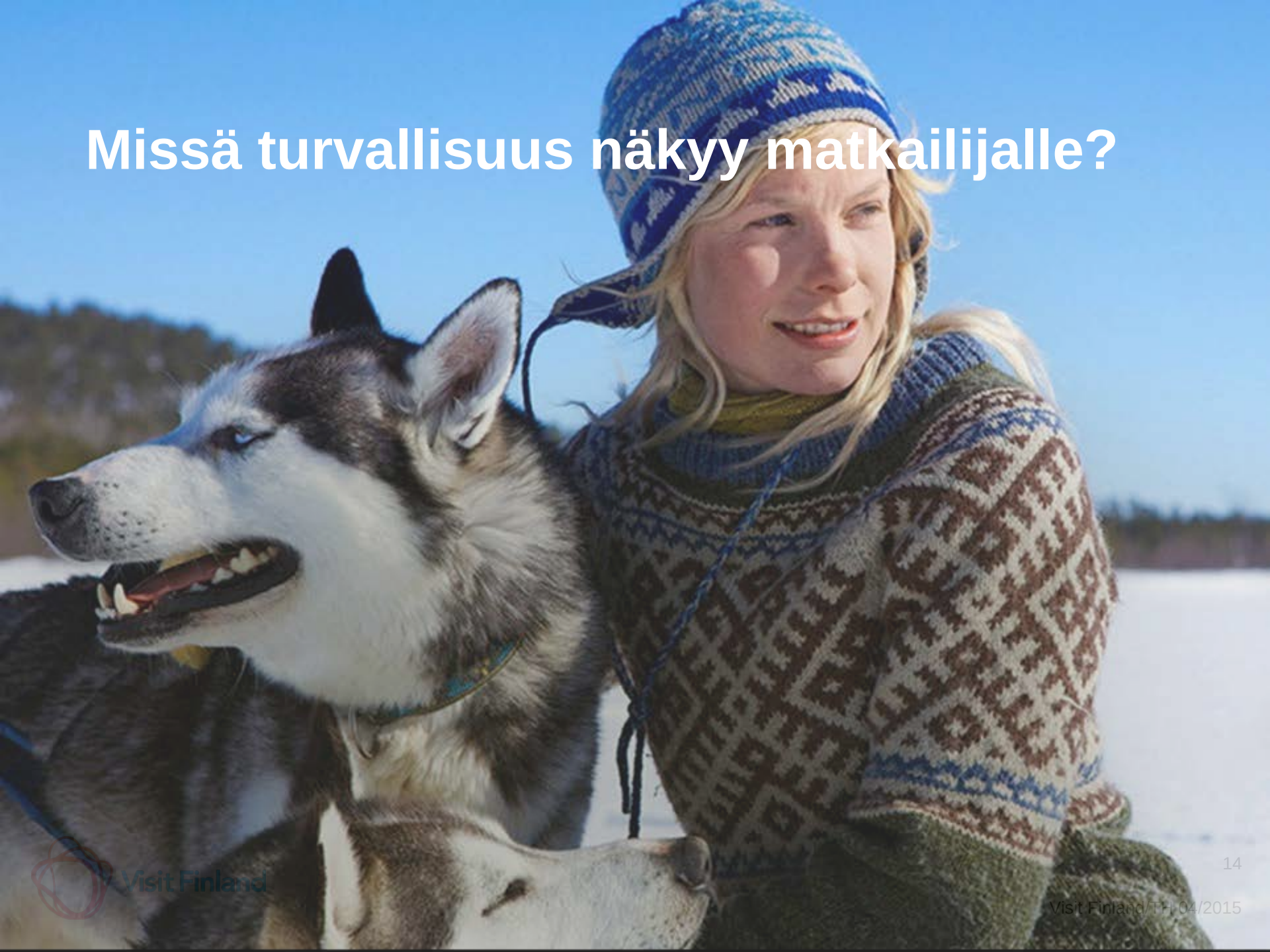


• Ruoka

- Matkailijan kokemat arki-
 - elämän talviset ratkaisut
- Autenttisuus
- Saamelaisuus

- Lähiruoka
- Sesongin ainekset
- Juhlapyhien ruokaperinne
 - (joulu, pääsiäinen)
- Asiakkaan osallistaminen

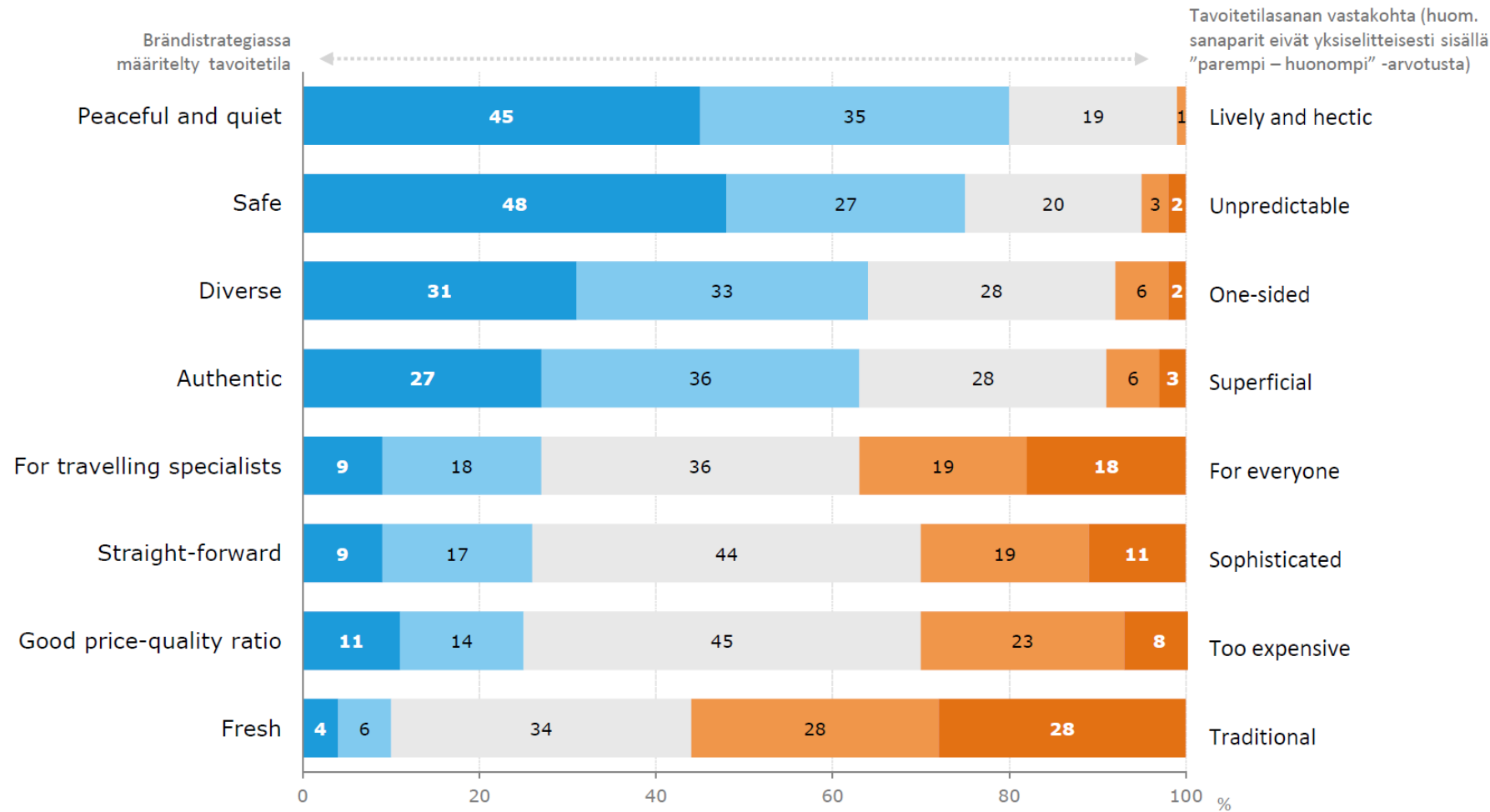
Missä turvallisuus näkyy matkailijalle?





Mielikuva Suomesta

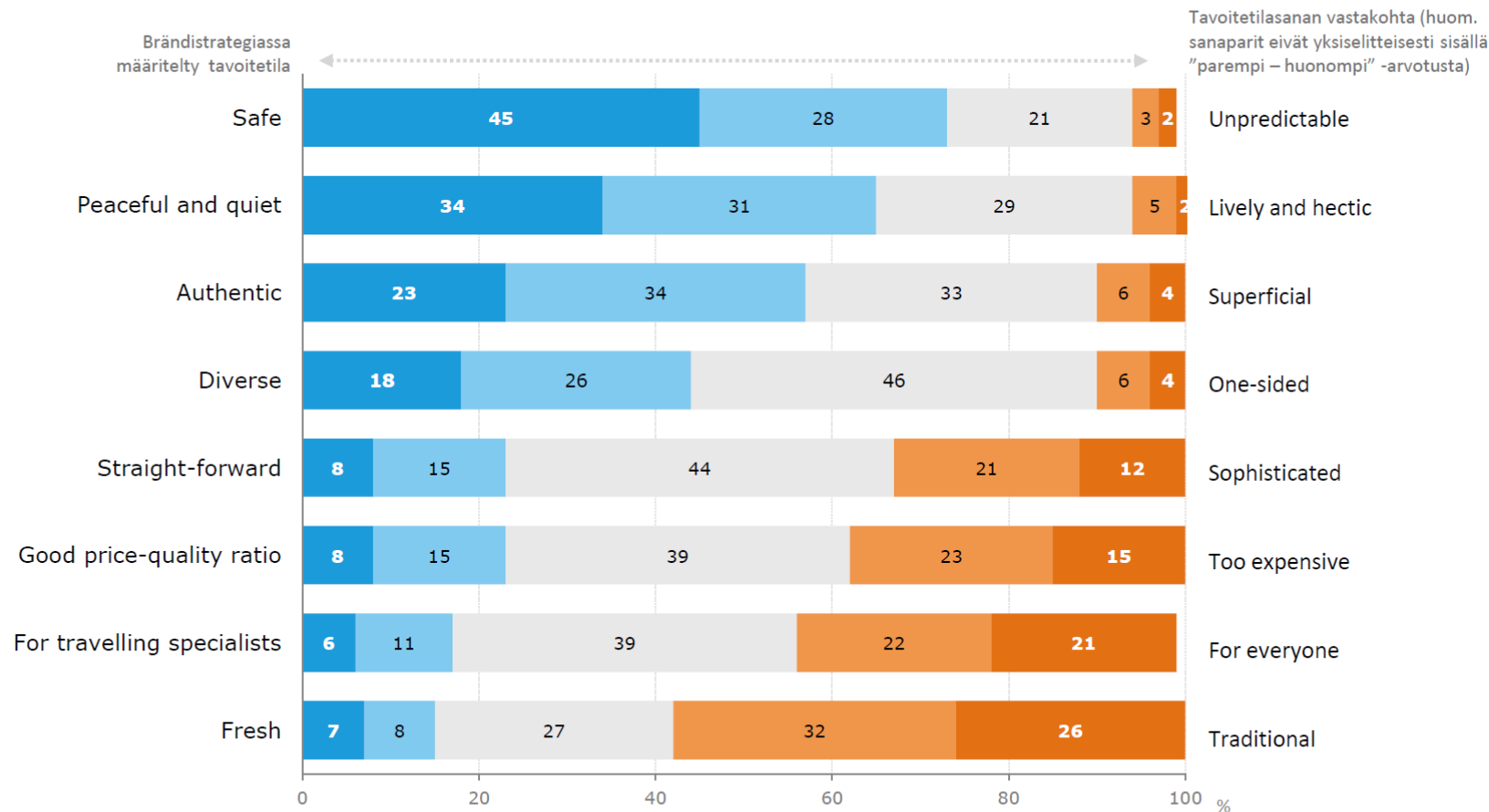
Kaikki – SAKSA n=605





Mielikuva Suomesta

Kaikki – ISO-BRITANNIA n=602



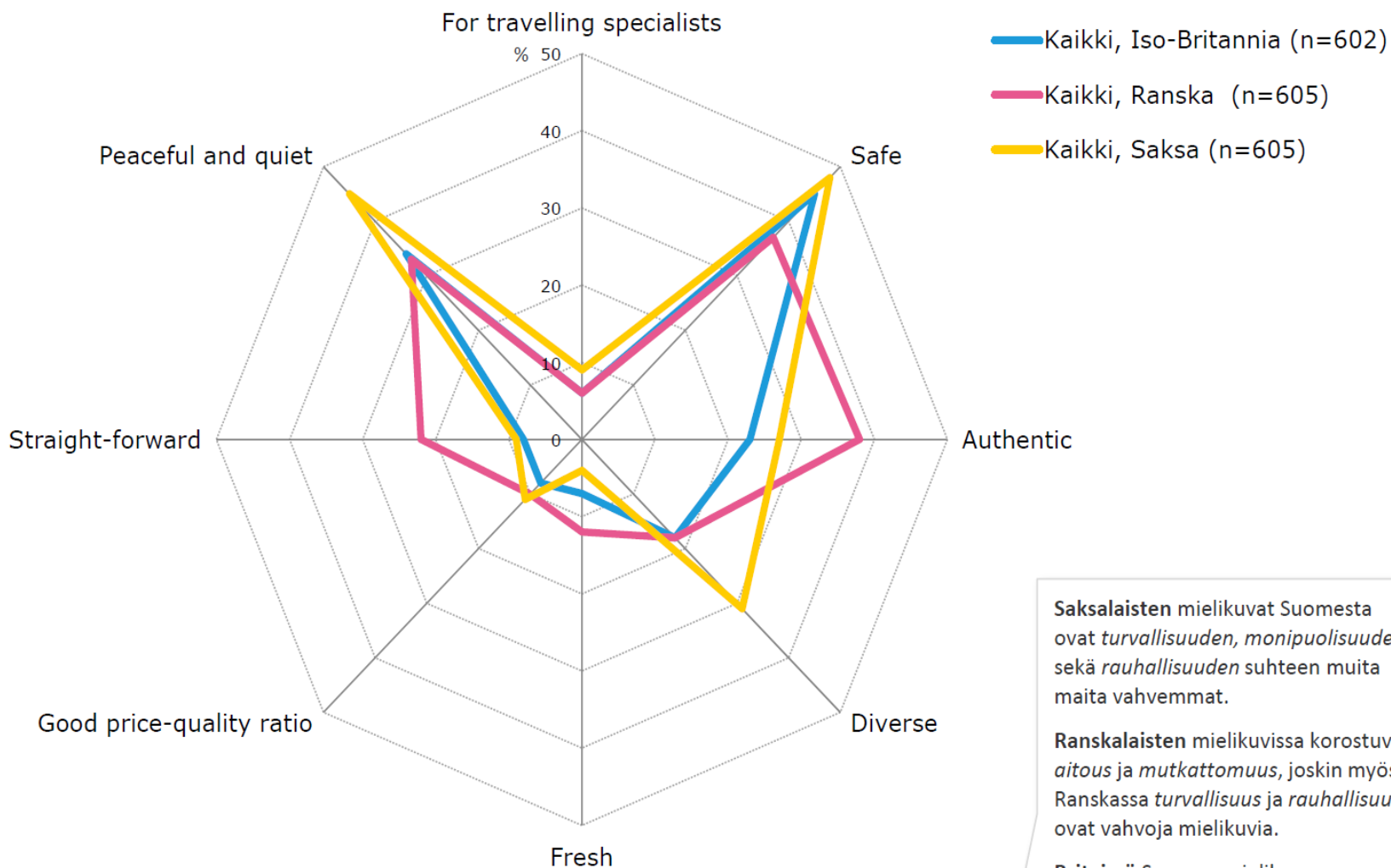
voitto®



Suomen tunnettuus ja mielikuva UK, Ranska, Saksa (marraskuu 2010)

Mielikuva Suomesta – tavoiteominaisuudet (suurin arvo, %)

VERTAILU: ISO-BRITANNIA – RANSKA – SAKSA



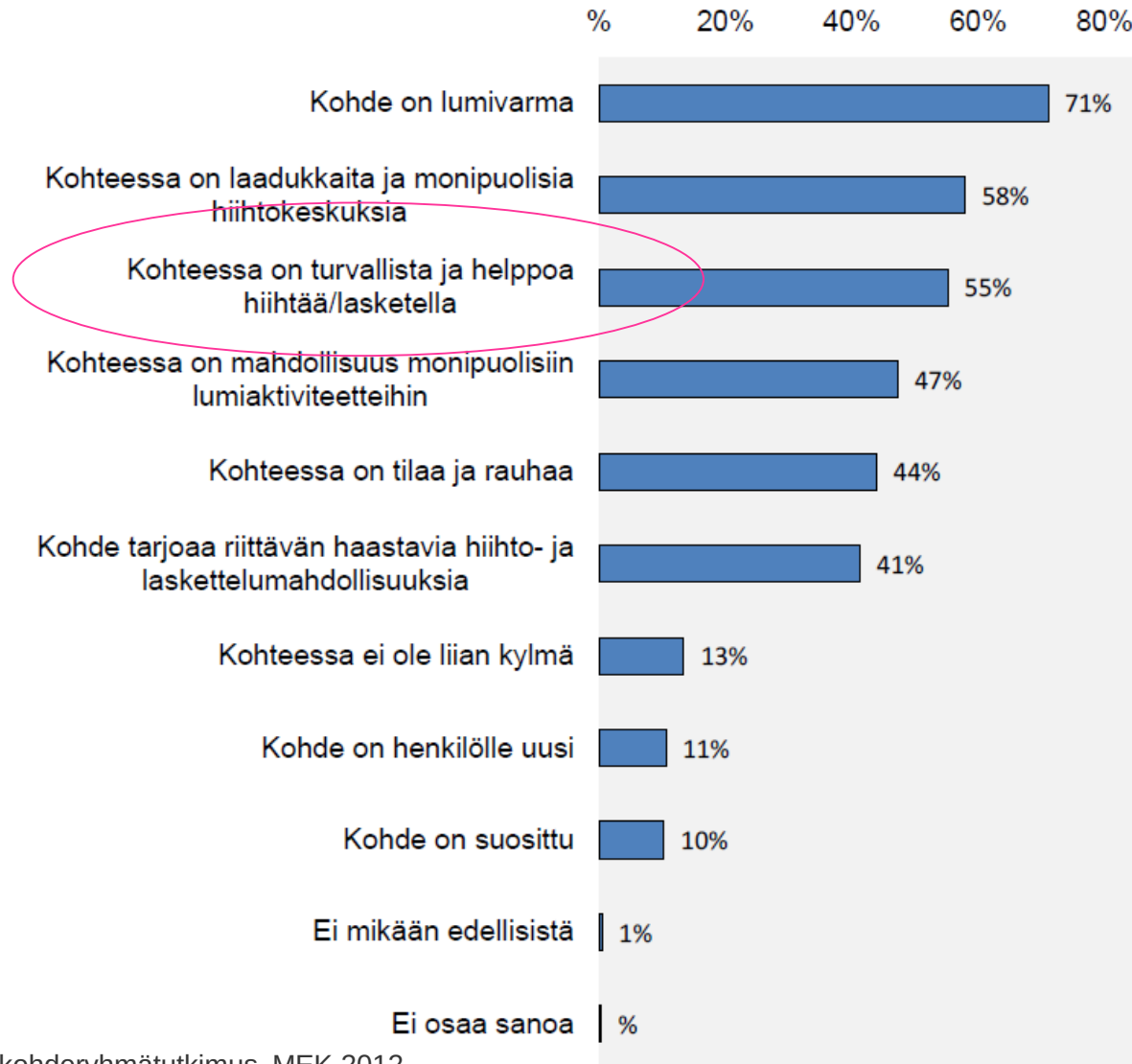
Saksalaisten mielikuvat Suomesta ovat turvallisuuden, monipuolisuuden sekä rauhallisuuden suhteen muita maita vahvemmat.

Ranskalaisten mielikuvissa korostuvat aitous ja mutkattomuus, joskin myös Ranskassa turvallisuus ja rauhallisuus ovat vahvoja mielikuvia.

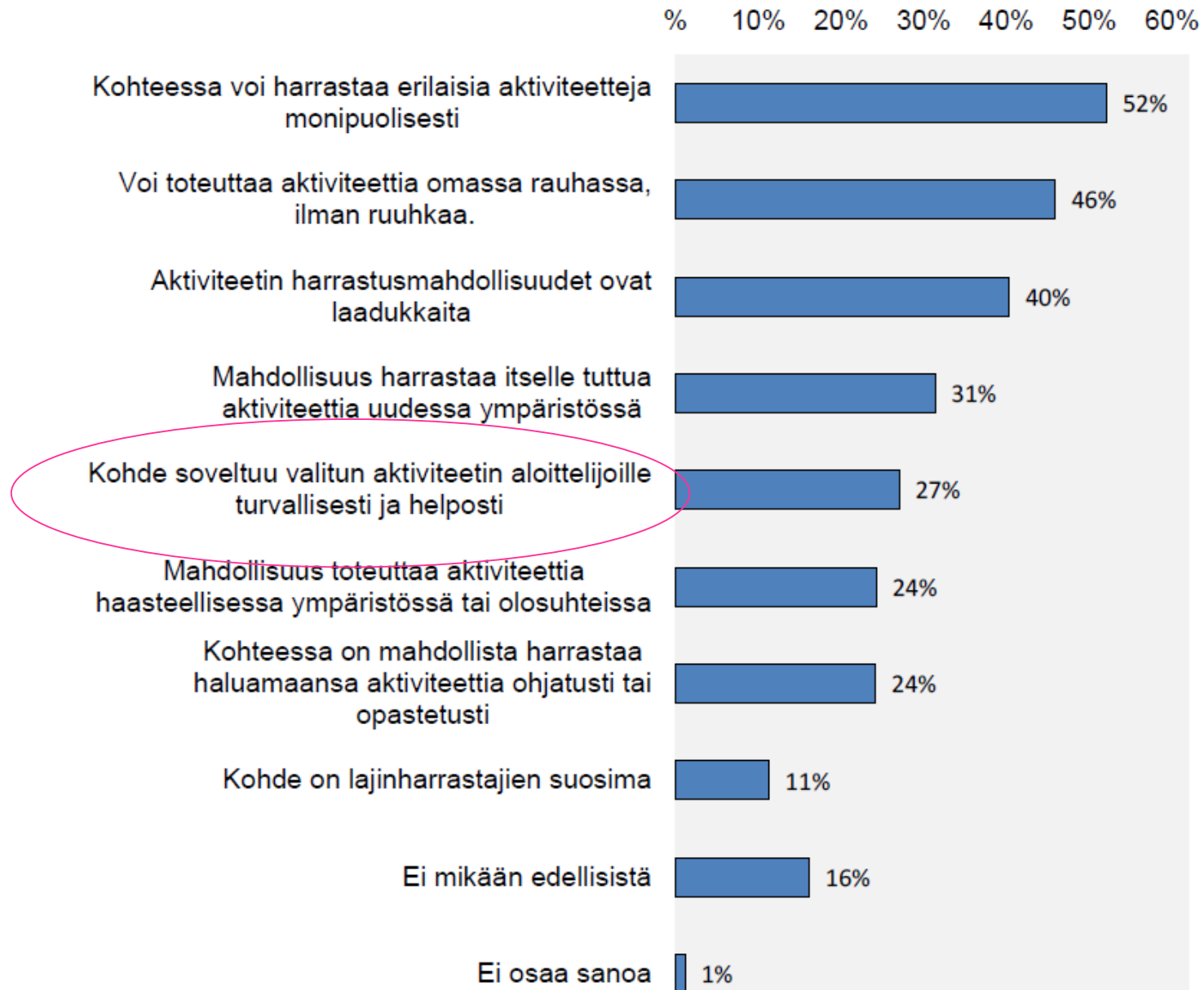
Briteissä Suomen mielikuva on tutkituista maista heikoin, turvallisuus ja rauhallisuus liitetään Suomeen sielläkin.

Mitä mieltä matkailijat turvallisuudesta?

HYVÄN HIIHTO-/LUMILOMAN KESKEISIMMÄT ELEMENTIT (%)



HYVÄN AKTIIVILOMAN KESKEISIMMÄT ELEMENTIT (%)

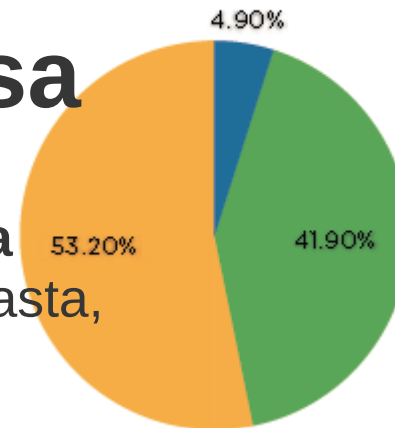


● Hard Adventure ● Soft Adventure ● Other Travel

European Travelers

Turvallisuus matkailussa

- **Aktiviteetit - > Aktiiviset lomat kasvussa**
 - Kasvusta merkittävä osa tulee Euroopasta, jossa ns. soft adventure-aktiviteettien vuosittainen kasvu on 27%*
 - Nousua vuoden 2009 23%:sta 42%:iin (v. 2012).
 - Outdoors Finland – kaikkien teemojen tuotesuosituksissa turvallisuus selkeästi esillä - etenkin talvilajit, melonta, wildlife,
 - Kainuun Wildlife-turvallisuushanke julkaisu: [Turvasatanen](#)
- **Uudet kohderyhmät -> mm. aasialaiset, erityisesti kiinalaiset**



Opastettu melonta

1. Tuotteesta on ilmoitettu kirjallisessa englanninkielisessä (tai kohdemarkkinan kieli) tuotekuvauksessa:

- reitin pituus (km), ohjeellinen kesto (h)
- soveltuvuus: lapsiperheille, aloittelijoille, vähän meloneille, harrastajille

- reitin haasteellisuustaso sekä mahdolliset koskipaikat, kosken pituus ja pudotuskorkeus sekä koskipaikkojen kanto-reitit. Koskien vaikeus määriteltynä kv. koskiluokituksen mukaan.

- palvelukielet

- tarvittavat varusteet: tuotteeseen sisältyvät, asiakkaan omat

- markkinoinnillisen ja elämyksellisen päiväohjelman kuvaus: eläimistö, kasvis-to, maaperä, ilmasto, vesistö, luonnonnähtävyydet, kiinnostuksen kohteet

- tuotteeseen sisältyvien majoituskohteiden tyyppi: esim. laavu, teltta, mökki

- meri-, järvi-, joki- vai koskireitti

2. Tuotteesta on reittikartta (väh. englanniksi).

3. Tuotteeseen sisältyvät varusteet ovat kunnossa ja säännöllisesti huollettu.

4. Yritys tarjoaa/välittää kanootti- ja pelastusliivivuokrauksen, jos ne eivät sisälly pakettiin.

5. Ohjaaja on melontaohjaajakoulutuksen omaava henkilö.

6. Tuote täyttää Melontaturvallisuuden neuvottelukunnan turvallisuusohjeet.

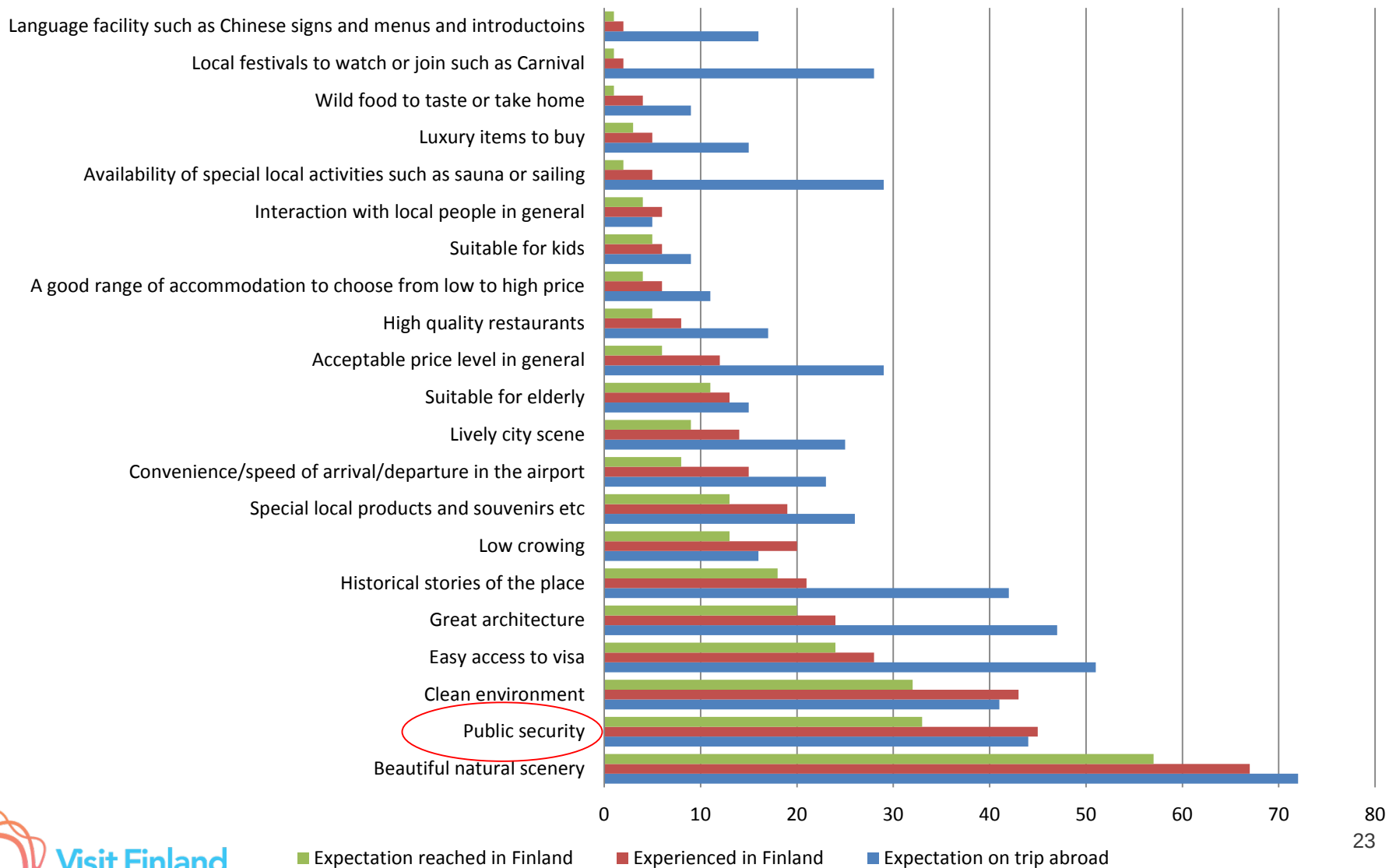
7. Ennen retkelle lähtöä on turvallisuus- ja varustetiedon esittely.



Kiinalaiset

- Kiinalaisten matkustuskäyttäytymiselle on ominaista turvallisuushakuisuus.
- Se käy ilmi sekä meidän tutkimuksista, mutta myös kv-tutkimuksissa *: Kiinalaisille tärkeät asiat matkalla
 - Paljon tekemistä lyhyessä ajassa
 - Ostokset – kansainväliset brändit
 - Hyvä hinta
 - Tuttuja ruokia ja kontakti muihin kiinalaisiin
 - Statusarvo – valokuvaus todisteena
 - Turvallinen ympäristö
- Suomen matkakohteeksi valineet ovat muualla Euroopassa käyneitä turvallisuushakuisempia ja heidän ryhmäkäyttäytymisensä on vahvaa.
- Kiinalaisessa sosiaalisessa mediassa Pariisi ja Lontoo ovat saaneet runsaasti negatiivista huomiota mellakoiden ja epäsiisteyden vuoksi.
- Turvallisuus on kiinalaisten prioriteettilistalla korkealla. Yksi Suomen valttikorteista Kiinan markkinoilla on turvallisuus

Kiinalaiset



Profiling Chinese outbound tourist: an empirical survey in China

MEK A:174 2014

Mahdolliset matkan esteet

- Turvallisuuushakuisuss näkyy: neljän tärkeimmän esteen joukossa korkeat matkakustannukset, viisuminsaanti, valuuttakurssit, turvallisuusriskit.

Table 5.4 Barriers constraining trip to Finland

	All respondents (N=1549)	Respondents who have travelled to Eu- rope(N=498)	Respondents who have trav- elled to Finland (N=216)
Language barriers	3.06	2.54	2.42
Difficulties in getting Visa	3.43	2.96	2.81
High travel cost	3.65	3.26	3.28
High exchange rate from Chinese Yuan to Euro	3.42	3.04	3.13
Long travel time by flight	2.51	2.5	2.44
Difficulties in getting holiday leaves	2.86	2.9	3.08
Lack of information sources about Finland	3.03	2.83	2.65
Lack of travel services offered for travelling to Finland	3.14	2.92	2.75
Safety risks	3.22	2.87	2.69

Visit Finland Kansainvälistymiskriteerit

1) Yleiset kriteerit kaikille matkailutuotteille ja -yrityksille, jotka osallistuvat Visit Finlandin markkinointi- tai b2b-toimenpiteisiin. Jotta markkinointiponnisteluja tehtäisiin julkisella rahalla vain riittävän kilpailukykyisillä ja laadukkailla tuotteilla.

2) Teemakohtaiset kriteerit:

Hyvinvointimatkailu, hyvinvointimökit

Vaellus

Pyöräily

Melonta

Kalastus

Hevosmatkailu

Wildlife – matkailu



Vientikelpoisuuden kriteerit

MEKIN YHTIEMARKKINOINNIN

Päättävänä kansakunta ja kansainvälinen matkailu on suuri osa yritysten toimintaa, josta on hyötyä kaikille. Matkailu edistää yritysten toimintaa ja kansainvälistymistä. Matkailu on myös yksi yritysten tärkeistä markkinointivälineistä. Matkailu on myös yksi yritysten tärkeistä markkinointivälineistä. Matkailu on myös yksi yritysten tärkeistä markkinointivälineistä.

VIENTIKELPOISUUS



Retkipyöräily

TEEMAKOHTAISET TUOTTEIDENKRITEERIT

Retkipyöräily on suosittu matkailumuoto Suomessa. Retkipyöräily on myös yksi yritysten tärkeistä markkinointivälineistä. Retkipyöräily on myös yksi yritysten tärkeistä markkinointivälineistä. Retkipyöräily on myös yksi yritysten tärkeistä markkinointivälineistä.

Visit Finland/TH 04/2015



25



Link: www.visitfinland.fi

Visit Finland Kansainvälistymiskriteerit

A. ASIAKASLÄHTÖISYYS

B. LAATU

C. MARKKINATESTAUS

D. KAPASITEETTI JA VERKOSTOT

E. SAAVUTETTAVUUS

F. SAATAVUUS

Finland Kansainvälistymiskriteerit

G. KIELITAITO

H. AUTENTTISUUS JA VETOVOIMAISUUS

I. TURVALLISUUS

- Noudatatte palveluissanne alakohtaisia turvallisuussuosituksia ja – ohjeita.

J. KESTÄVYYS

Suosittellemme lisäksi, että yrityksellänne on
KANSAINVÄLISTYMISSUUNNITELMA.

Miten muut?

- DZT, Germany Travel
 - Sertifiointit eri teemoille sisältävät turvallisuuden
- Visit Sweden
 - Exportmogen destination
- Visit Scotland
 - Turvallisuus - tuotteisiin liittyen, erityisesti wildlife
 - Wild Scotland - Scottish Wildlife and Nature Tourism Operators Association.
 - Best practice guidelines:
 - Ei vain asiakkaiden turvallisuus, vaan myös vastuullisuuden kannalta ympäristön ja katsottavien kohteiden turvallisuus

Saksa

- Sisällytetty laatutyöhön: erilaiset sertifikaatit mm.
 - Perhelomat – Deutscher Tourismusverband
 - Pyöräily – ADFC Qualitätsradrouten
 - Vesistöaktiviteetit
 - Kaksi sertifiointia, jotka sisältävät vaatimukset turvallisuudesta: Viabono (Die Bundesvereinigung Kanutouristik e.V.) ja Deutscher Tourismusverband (QualitätsManagement Wassertourismus Kanu)

<http://www.bvkanu.de/zertifizierung-der-mitgliedsbetriebe/viabono/>



Ruotsi



Exportmognadsguiden

[Till startsida](#)

Har ditt företag alla erforderliga försäkringar?

Det är viktigt att du kan garantera att alla säkerhetsåtgärder är vidtagna i samband med dina inkluderade aktiviteter och att det finns [försäkringar](#) som täcker eventuella olyckshändelser.

Ja,
det har vi

Troligen,
inom ett år

Möjligen,
inom två till tre år

Nej,
det blir svårt

- OM TESTET
- KONTAKT
- DINA TIPS



LÄS
MER

om export
inom
svensk
turistnäring

Försäkringar

Att produktägaren kan garantera att alla säkerhetsåtgärder är vidtagna i samband med inkluderade aktiviteter är ett absolut krav som alla researrangörer i studien ställer. Detsamma gäller att det finns försäkringar som täcker eventuella olyckshändelser. Kan ditt företag också garantera att eventuellt involverade samarbetspartners har vidtagit säkerhetsåtgärder och att de är försäkrade?

Tips sparat

Isen												Tjänster											Affären																
3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	

Safe walking in Scotland



Find your bearings



Make sure you are well prepared when walking in Scotland by using these simple guidelines to enjoy a walk in the beautiful Scottish countryside safely.

- [Planning your walk](#) ▶
- [What to take](#) ▶
- [On your walk](#) ▶
- [In an emergency](#) ▼

If there is an [emergency](#) and one of your party has an accident and cannot be moved:

- Treat any injuries as best you can
- Calculate your exact position on the map
- If possible, leave somebody to care for the casualty whilst others safely get help
- On reaching a telephone, dial 999 and ask for the police
- Report the map grid reference where you left the casualty and details of their condition

Explore more

- [Walking grades](#)
- [Great Scottish walks & routes](#)
- [Walking holidays](#)
- [Wild camping](#)
- [Frequently asked questions](#)

Quick Finder

[SEARCH FOR PLACES](#) >

[SEARCH ACCOMMODATION](#) >

[SEARCH WHAT'S ON](#) >

[SEARCH THINGS TO DO](#) ▼

Region
-- Any --

Or
Type location / postcode

Type of Things to Do
-- Any --

Keywords

[Search](#)

[SEARCH FOOD & DRINK](#) >



[Download your free Walk in Scotland guide »](#)

Download your Walk in Scotland guide



BOAT SAFETY SCHEME

Go Boating - Stay Safe

[Home](#)
[Boat Examination](#)
[Stay Safe](#)
[About Us](#)
[Contact Us](#)

An introduction to the Boat Safety Scheme



The Boat Safety Scheme



The Boat Safety Scheme, or BSS, is a public safety initiative owned by the Canal & River Trust and the Environment Agency. Its purpose is to help minimise the risk of boat fires, explosions, or pollution harming visitors to the inland waterways, the waterways' workforce and any other users.



The BSS Examination

Just like a car, on most of the UK's inland waterways, a boat needs to be licensed, insured and have the boat-equivalent of a MOT - valid BSS certification - before it can cruise.

Check with your navigation authority if this applies to your waterway.

Here's some links to popular topics:

[Private boat examinations](#)

[Non-private boat examinations](#)

[Extra information for boats with gas \(LPG or propane/butane\)](#)

[Finding an examiner](#)

[Some common questions \(& answers\)](#)

Stay Safe

Most boat-related incidents involve someone on board doing something to cause it, or not doing something to avoid it.

With the help of some of the leading organisations in their fields, we have advice and tips that may help keep you and your crew safe.

Find out more about:

[Fire Safety on Boats](#)

[Carbon Monoxide Safety on Boats](#)

[Beko, Flavel or Leisure cooker safety alert](#)

[Solid fuel stove safety](#)

[Electrical Safety on Boats](#)

The Organisation

You can learn more on how the Scheme is run, the committees that steer its activities, how stakeholders are involved in the decisions and policies, as well as how the appeals and complaints systems work.

Background:

[The purpose of the BSS](#)

[BSS News](#)

[Incident Data summary for 2012](#)

[The Hirer Safety Review 2013](#)

Contact the BSS team

If you cannot find what you are looking for, try the [Search Page](#).

Are you thinking about becoming an Examiner? It's a wholly online process; read about it and apply online.

Did you know that since April 2013, new examination documentation is now in use? There is a new-look, receipt-style BSS certificate with passed examinations.

Need help with anything else?

Quick Links

[Common questions & answers about the BSS \(FAQs\)](#)

[Preparing for BSS examination](#)

[Find an examiner](#)

[Boats with gas \(LPG\) onboard](#)

[Carbon Monoxide - stay safe from the silent killer](#)

[News](#)

[Search this site](#)

[The navigation authority Hirer Safety Review](#)

Latest news

NR15-001 BSS Welcomes MAIB Windermere CO Report

27/01/2015

The report into the deaths of the mother and daughter from carbon monoxide (CO) poisoning on a boat on Lake Windermere was published today by the Marine Accident Investigation Branch... [read more](#)

Triple-whammy wood fuel warning

19/01/2015

Boaters using damp wood and logs in their stoves could be risking a triple whammy including increased costs, stove damage and carbon monoxide poisoning says the Boat Safety Scheme (BSS). [read more](#)

More latest news & press releases





WATCHING WILDLIFE ON FOOT

Introduction

Wild Scotland is the Scottish Wildlife and Nature Tourism Operators Association. We represent wildlife tourism companies across Scotland, all of whom are passionate about Scotland's wildlife. These guidelines provide advice on best practice for wildlife tourism companies whose aims are to provide an enjoyable and memorable wildlife-watching experience whilst minimising the impact on the nature and wildlife.

This document is part of the Wild Scotland Best Practice Guideline Series. More details about other guidelines in the series can be found at www.wild-scotland.co.uk.

CONTENT

- 1. General**
- 2. Responsible Professional Wildlife Watching**
- 3. Good Guiding and Safety**
- 4. The Law**
- 5. Further information**



KIITOS

- www.visitfinland.fi
- terhi.hook@visitfinland.com



Visit Finland