

Nationalparkerna och utländska besökare

Jenny Jonevret
Senior Projektledare
Visit Sweden



Visit Sweden

Visit Sweden marknadsför Sverige så att fler utländska turister reser hit.

Det skapar intäkter och sysselsättning i hela landet.



Vi finns på plats

Tyskland
Nederländerna
Storbritannien
Frankrike
USA
Kina
Indien



Besöksnäringens och statens marknadsföringsbolag

Visit Sweden ägs till
...50% av besöksnäringen via Svensk Turism AB
...50 % av staten via Näringsdepartementet

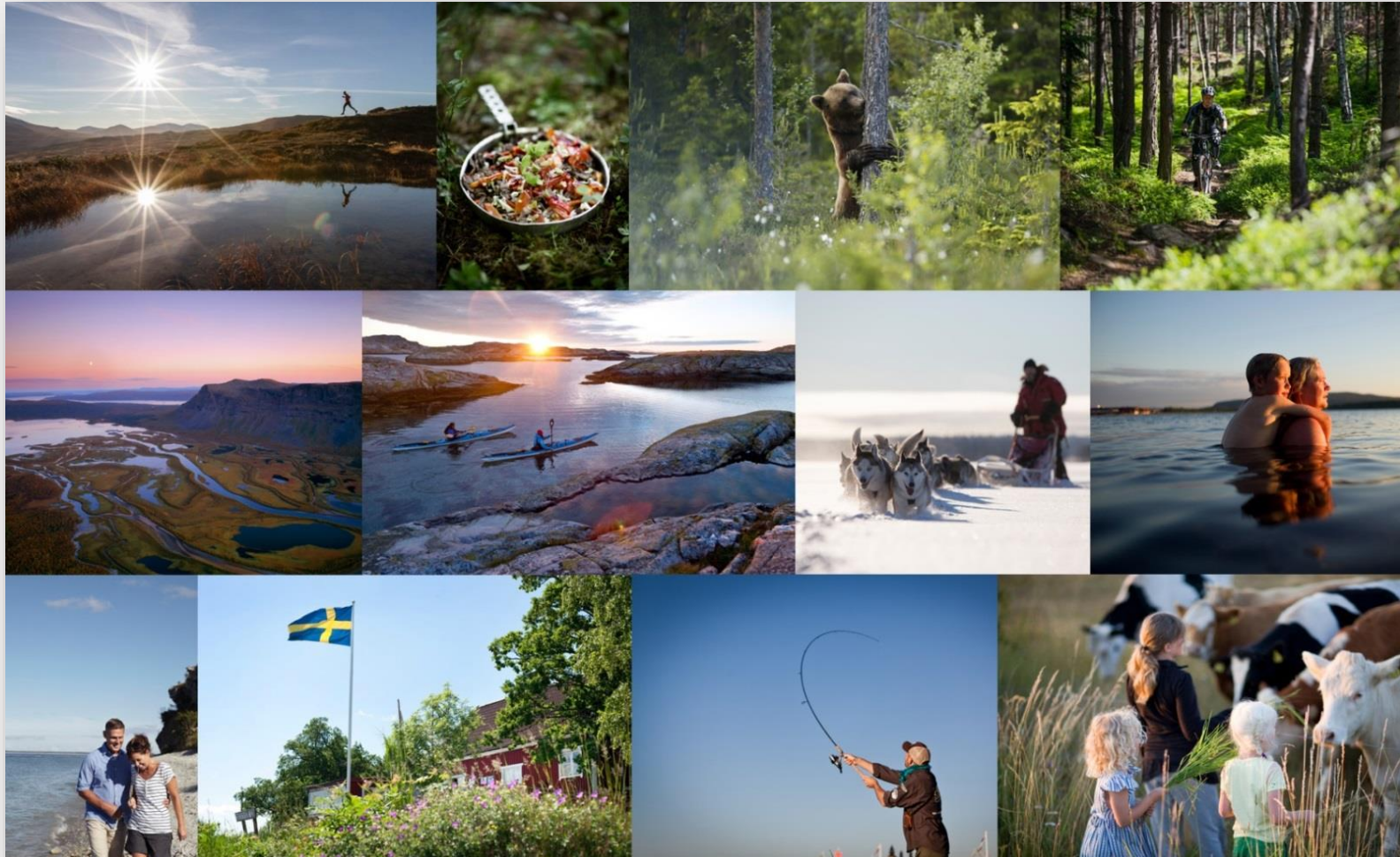
Utländsk turism är viktig för Sverige

Fler utländska turister – och fler som stannar längre – ger intäkter och skapar jobb.

Turism bidrar till regional tillväxt i stora delar av landet.

Ett besök som turist ökar kännedomen om Sverige – vilket är bra för andra branscher.

Naturturismprogrammet 2016- 2019



Visit Sweden

Foto: imagebank.sweden.se; Niclas Vestefjell, Miriam Preis, Håkan Vargass, Helena Wahlman, Folio, Henrik Trygg, Fredrik Broman, Johan Willner, Erik Lindvall, Tuuka Ervasti, Ulf Huett

Hur jobbar vi?

- Ta fram en strategi för kommunikationen



Utö

VEM pratar vi med?

Vald målgrupp

- Resenärer med Sverigeintresse
- Vill uppleva naturen
- Bryr sig om miljön/naturen

➡ *De Naturfokuserade resenärerna*



Drivkraft: Nyfikna Upptäckare

- Lära sig om svensk kultur/livsstil
- Intresserad av svensk landsbygd
- Vill komma året om
- Vill göra många aktiviteter
- osv



VEM pratar vi med?

10 miljoner Naturfokuserade nyfikna upptäckare

- Fokusmarknader
 - Tyskland
 - Frankrike
 - Storbritannien
 - USA



Vad ska vi berätta?

Val av Position

Hur vill vi att målgruppen skall uppfatta svensk naturturism?

- Den skall vara unik och särskiljande mot konkurrenterna
- Trovärdig
- Den skall vara attraktiv utifrån målgruppen

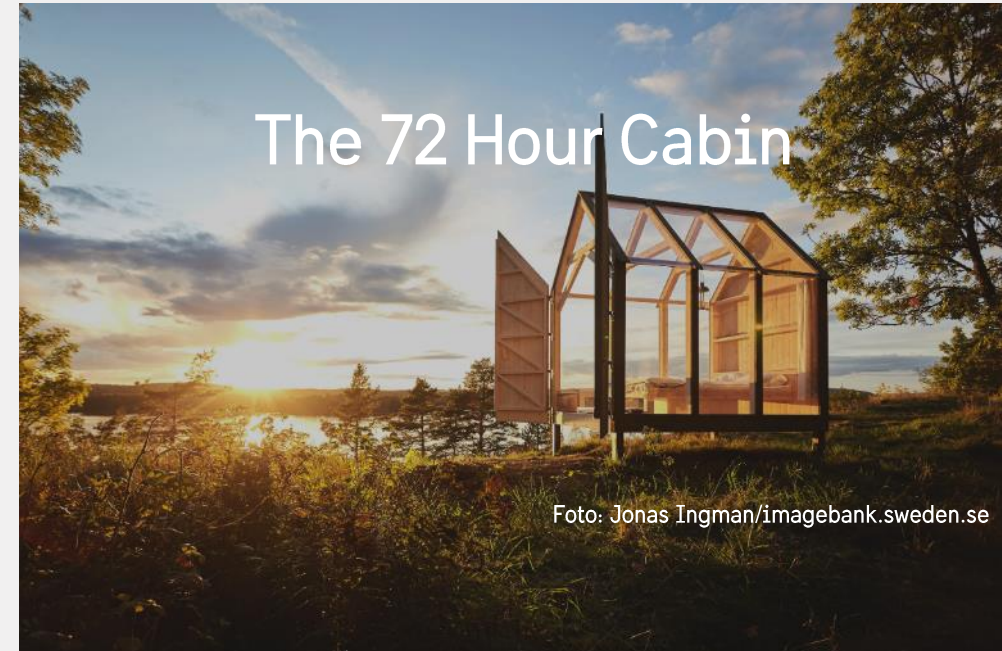
Vad ska vi berätta?



Inbjudande livsmiljö



Global kommunikation



Marknadskommunikation

The Edible Country



Foto: August Dellert

Resultat 2019

The Edible Country har spridits i en total upplaga på 257 miljoner.

Internationella medier som Washington Post, Guide Michelin och Le Figaro har skrivit om Sverige som resmål.

Dessutom har vi haft över 300 bokningar (mer än 1000 gäster).



Marknadskommunikation

Informationsfilm allemansrätten

Samverkan med Naturvårdsverket



Tillgängliggöra svenska produkter via utländska researrangörer

- Visningsresor för tur operatörer, press
- "Matchmaking"projekt RESA



A scenic photograph of a fjord at sunset. Two kayakers in blue and white kayaks are on the water, surrounded by rugged, rocky islands. The sun is low on the horizon, casting a warm glow over the scene. The water is calm, reflecting the sky and the surrounding rocks.

ATWS 2019

Adventure Travel World Summit, Göteborg

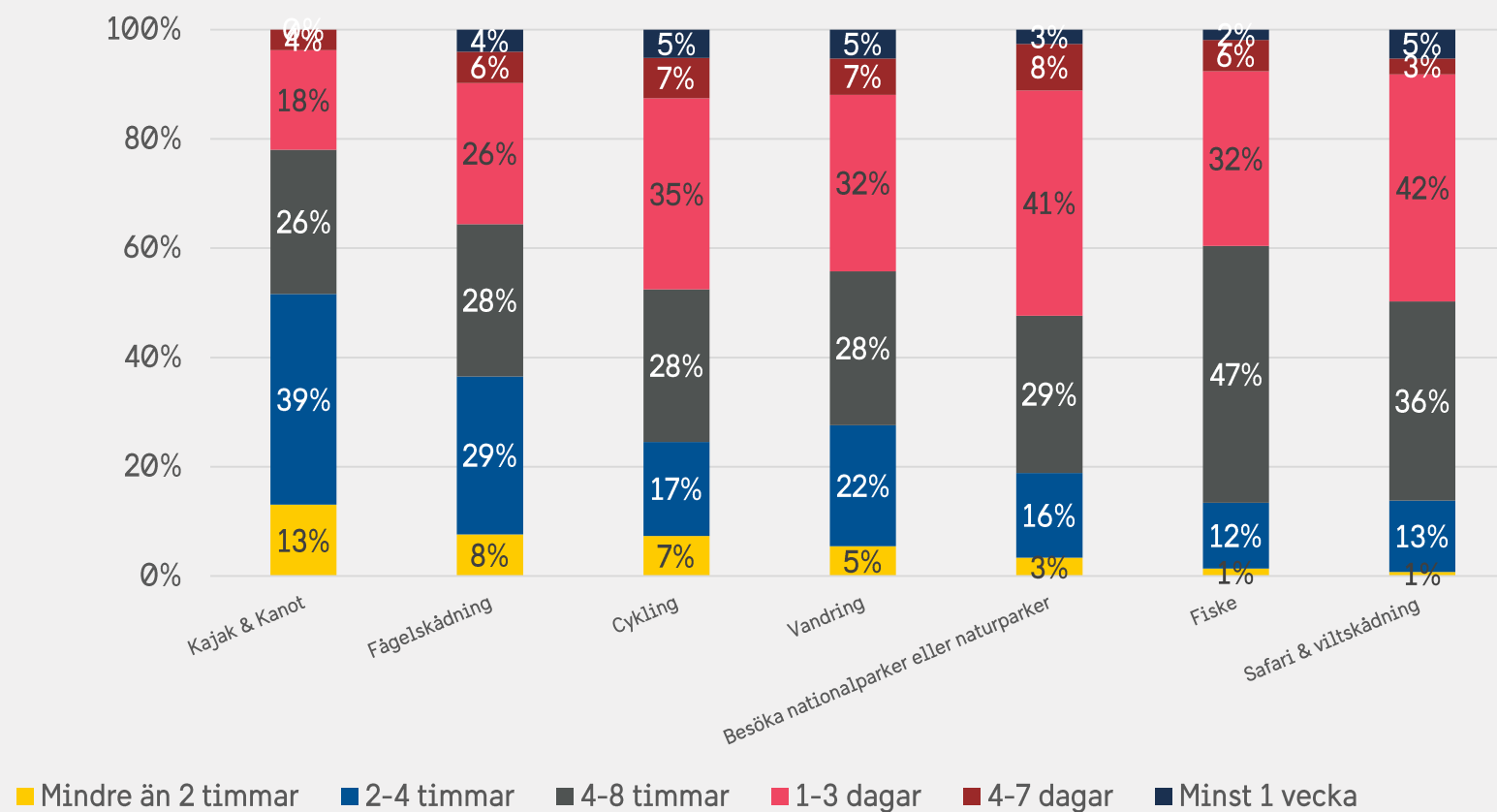
Mest intressanta naturaktiviteter

- Se på soluppgången eller solnedgången
- **Besöka nationalparker eller naturreservat**
- Bara vara i naturen t.ex. sitta på en stubbe, ligga på en äng
- Uppleva de ljusa nätterna under sommarmånaderna
- Vandring

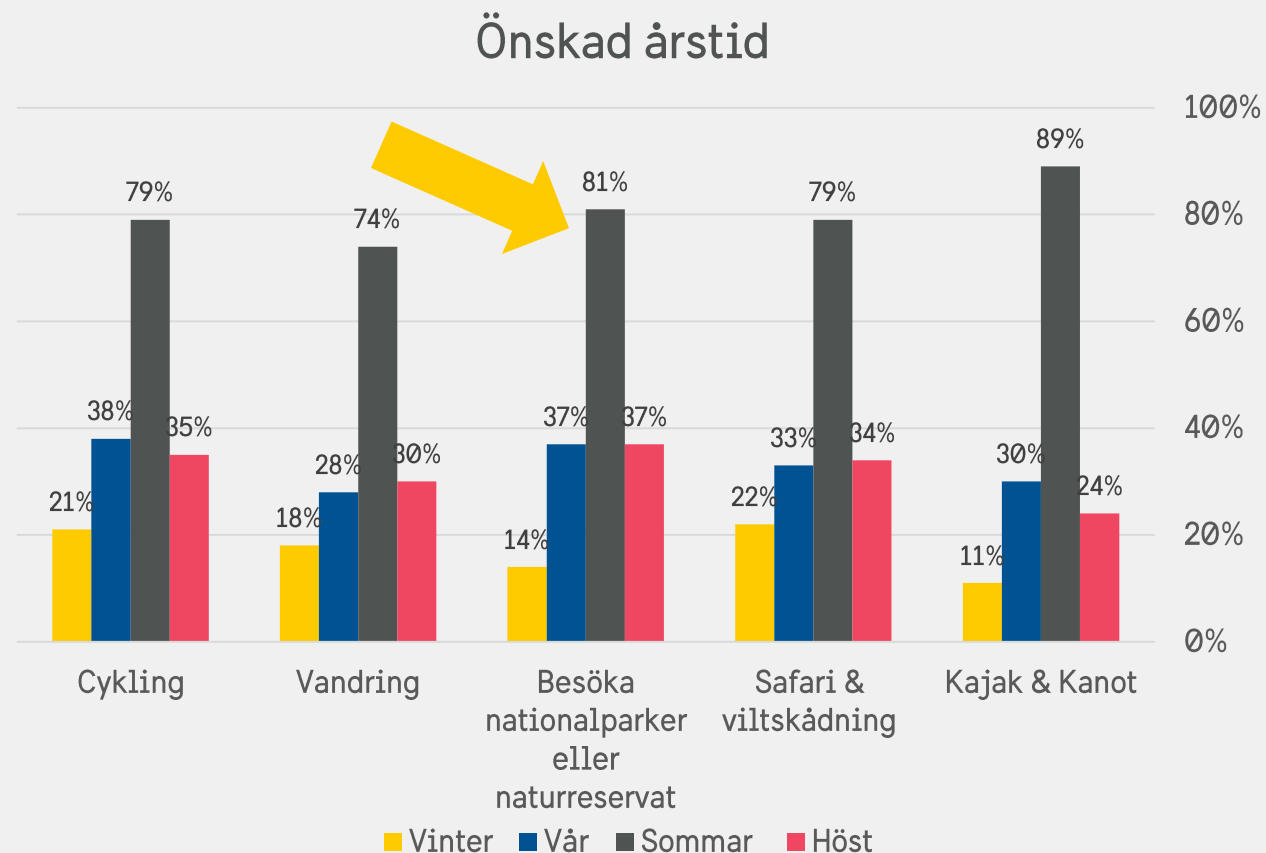


Önskad tid att spendera på olika aktiviteter

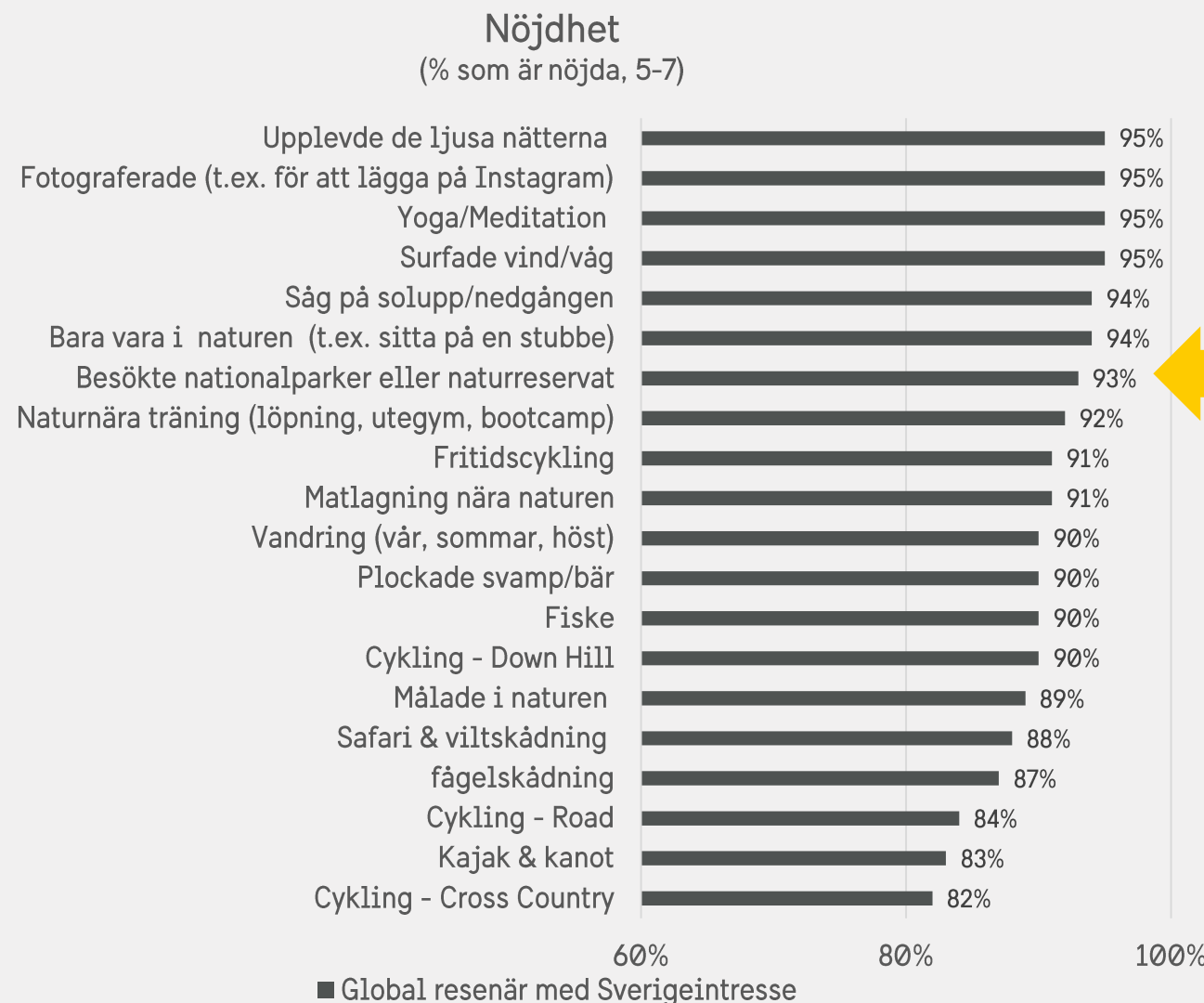
Hur mycket tid under din semester skulle du vilja lägga på ...



Hela 81% vill besöka nationalparker under sommaren men potential finns för vår och höst



De som har besökt nationalparker i Sverige är väldigt nöjda



Fråga: "Hur nöjd eller missnöjd var du med aktiviteten/aktiviteterna som du gjorde under din senaste Sverigeresa?" (7)

Den globala resenären med Sverigeintresse

Källa: Målgruppsanalys 2018, Visit Sweden / Nepa

2018 års resultat sökningar via google



Naturturismsökningar

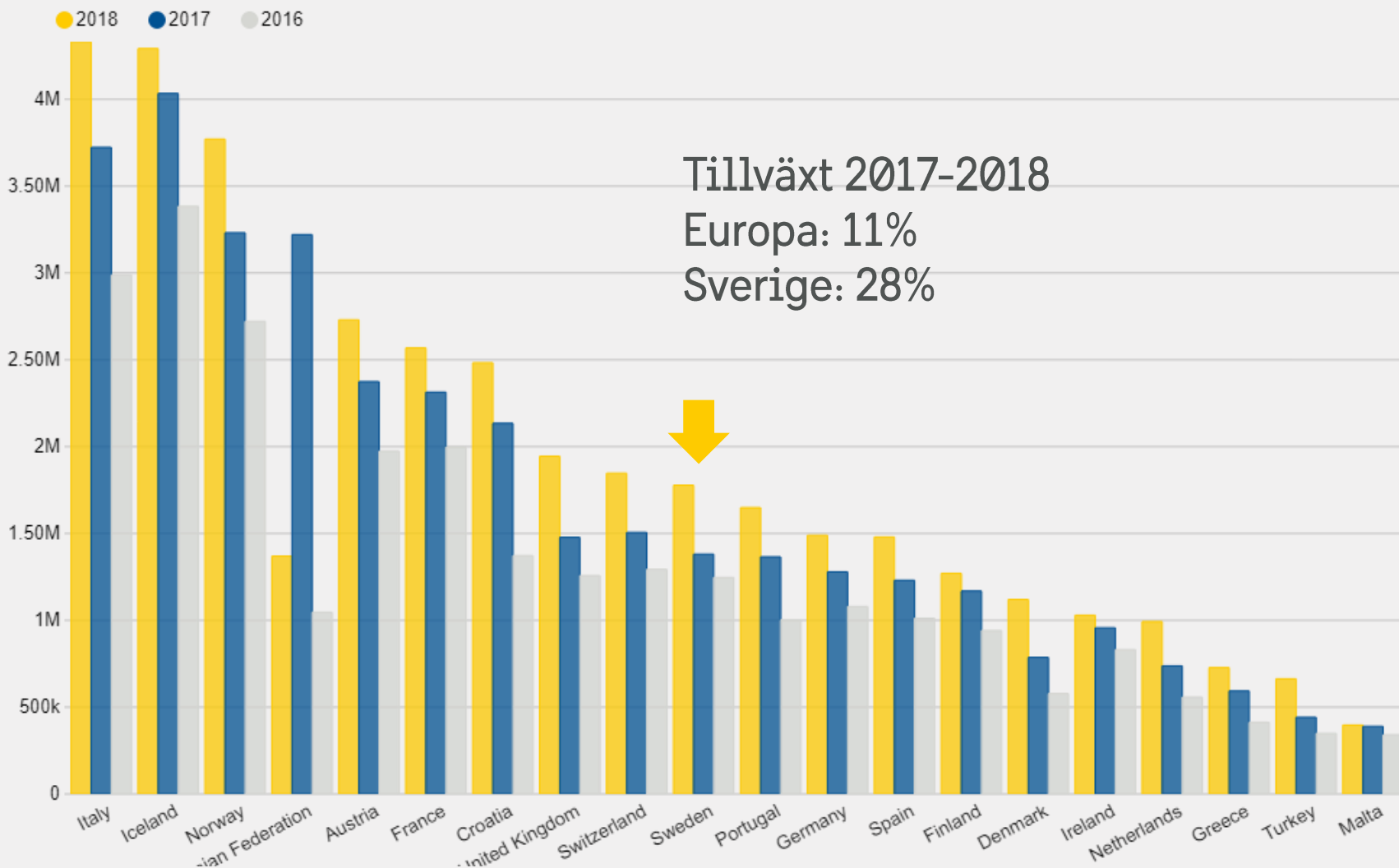
1,8 milj.

Sökningar om
naturturism i Sverige
2018

+28

% ökning av sökningarna
2018 jfr 2017

Naturturismsökningarna om Sverige växer starkare än motsvarande om Europa



Visit Sweden

Topp 10 naturaktiviteter i jämförelse

På 10:e plats kommer "nationalparker" när utländska besökare söker på Google om Sverige kopplat till naturen

Jämfört med utvalda konkurrenter* hamnar Sverige + nationalparker som nummer 1 gällande sökningar



Topp 10 naturturism-aktiviteter som söks om Sverige	Antal	Sveriges placering mot utvalda konkurrenter	Utveckling Sverige 2017-2018 (+28% totalt)	Konkurrent nr 1 (alt. nr. 2 om Sverige är 1)	Utveckling för konkurrent nr 1 (% land)
Skidåkning	155 895	#4	23%	Österrike	2%
Norrskén	131 816	#4	20%	Island	15%
Vandring	85 135	#6	33%	Norge	28%
Fiske	47 590	#4	21%	Norge	14%
Sjöar	44 802	#6	9%	Österrike	31%
Naturfenomen	41 519	#6	54%	Schweiz	44%
Paddla kanot	39 952	#1	22%	(UK)	51%
Cykling	35 290	#3	32%	UK	42%
Meta (fiske)	35 093	#1	7%	(Norge)	9%
Nationalparker	34 143	#1	-5%	(UK)	21%

*Danmark, Österrike, Island, Storbritannien, Norge, Schweiz, Finland

Källa: Digital Demand – Sweden's Touristic Demand, Bloom Consulting 2019

Samtliga naturaktivitesrelaterade sökningar

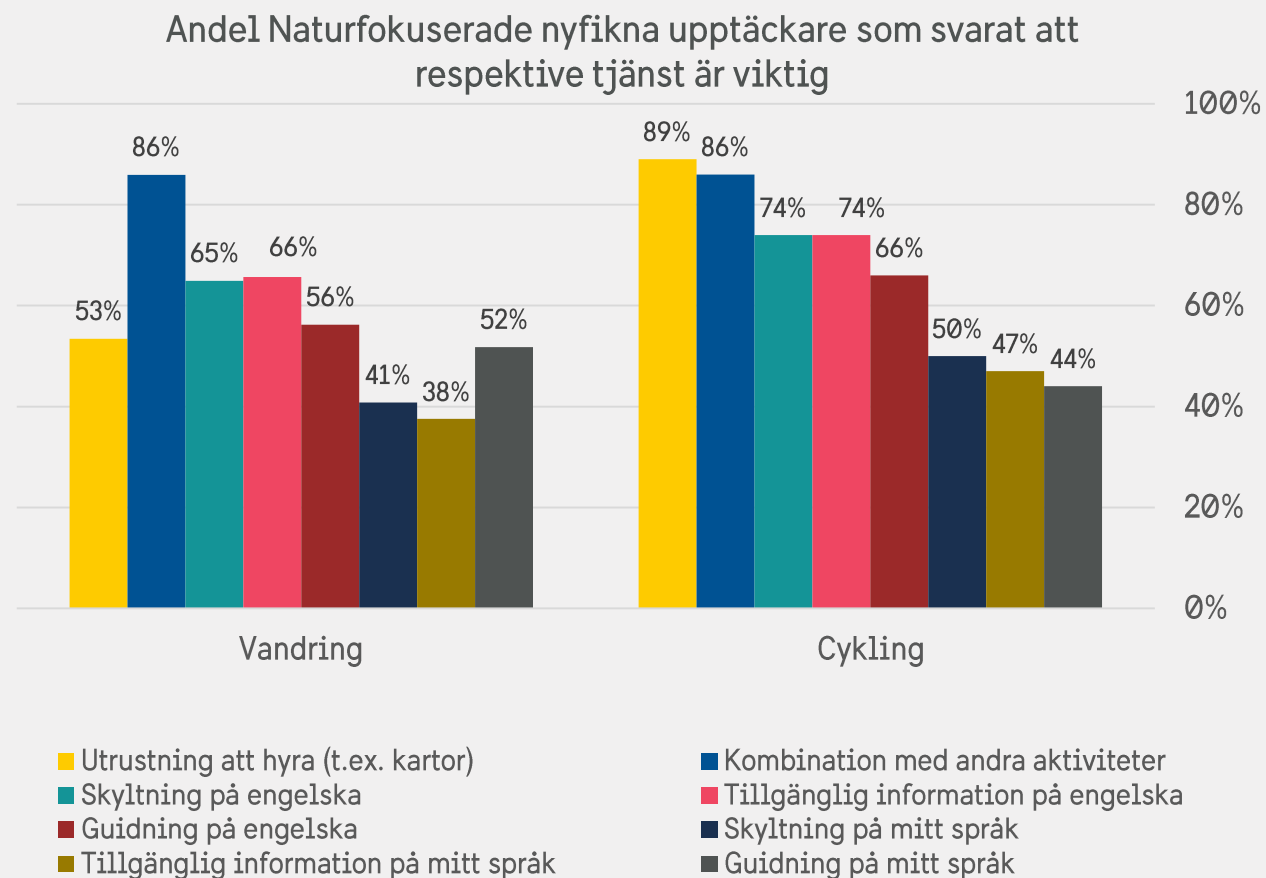
Vilka behov och önskemål har de utländska besökarna inför en resa till svensk natur?

- Mindre kompetens hur man beter sig i naturen, anlitar gärna guide
- Kan ha behov av att hyra utrustning
- Vill ha skyltning och guidning på engelska och helst eget språk som tyska

INSIKTER om sökningar

VANDRING – viktiga komponenter

- Att kunna kombinera aktiviteten med andra aktiviteter
- Information på engelska
- Skyltning på engelska



Fråga: "Du svarade tidigare att du är intresserad av att göra/uppleva följande aktivitet: Vandra/Cykling i Sverige. Hur viktigt tycker du att följande är för den aktiviteten?" (5-7)

Bas: Naturfokuserade nyfikna upptäckare 7 marknader

Källa: Målgruppsanalys 2018, Visit Sweden / Nepa

Visit Sweden

Hållbarhet för Visit Sweden

- Miljömässig hållbarhet:
Tex: Marknadsföra flera säsonger
- Ekonomisk hållbarhet:
Tex: Marknadsföra hela landet
- Social hållbarhet: :
Tex: Den svenska livsstilen kopplat till jämlikhet, demokrati etc



Foto cred: Maskot Hiking

Visit Sweden



Vad händer 2020 kopplat till hållbarhet?

Tagit fram en hållbarhetsstrategi för kommunikationen

15,4 miljoner potentiella besökare i Tyskland, Frankrike, UK och US som vill värna om en bättre värld

- **Vi kommunicerar Sverige som ett hållbart besöksland**

Tex: Vi drar fördel av Sveriges starka varumärke och använder målgruppens drivkrafter kopplat till hållbara attraktiva upplevelser

- **All Visit Swedens marknadskommunikation görs efter hållbara val**

Tex: Vi riktar oss till en målgrupp för vilka hållbarhet är av värde

Vi inspirerar besökarens beteende i hållbar riktning via marknadskommunikation

TACK för idag