

Miltä matkailu näyttää Koronan jälkeen?

Depth of disruption



How deep are the demand reductions?

Length of disruption



How long could the disruption last?

Shape of recovery



What shape could recovery take?

Kristiina Hietasaari/Visit Finland
3.4.2020

TDM Visitor Growth Forecasts, % change

data/estimate/forecast	Inbound*						Outbound**					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	d	d	e	f	f	f	d	d	e	f	f	f
World	5.6%	3.9%	-39.1%	33.7%	18.8%	8.2%	4.5%	3.4%	-40.1%	34.9%	19.4%	8.3%
Americas	2.7%	1.4%	-39.4%	34.9%	18.9%	9.0%	4.6%	1.7%	-40.2%	35.5%	17.8%	7.7%
North America	3.6%	2.2%	-40.3%	33.7%	18.8%	8.7%	5.5%	3.3%	-41.4%	37.3%	18.1%	7.5%
Caribbean	1.2%	4.1%	-38.4%	35.1%	17.7%	8.4%	3.3%	7.5%	-31.7%	22.6%	15.7%	8.5%
Central & South America	1.0%	-2.2%	-37.3%	38.3%	19.7%	10.0%	1.2%	-4.3%	-36.5%	30.5%	17.2%	8.3%
Europe	5.3%	3.9%	-38.7%	32.5%	18.0%	7.4%	3.8%	3.5%	-39.4%	34.2%	19.0%	8.1%
Western Europe	3.3%	2.5%	-40.9%	33.2%	18.5%	6.9%	2.1%	2.8%	-41.3%	35.3%	19.8%	7.9%
Eastern Europe	9.5%	6.7%	-34.5%	31.4%	17.0%	8.1%	8.8%	5.6%	-34.2%	31.7%	17.1%	8.4%
Asia & the Pacific	6.9%	4.6%	-41.8%	36.2%	20.8%	9.0%	5.9%	3.7%	-43.0%	37.3%	22.0%	9.2%
North East	6.1%	3.1%	-46.9%	41.2%	24.3%	9.0%	5.1%	2.5%	-47.7%	41.8%	24.6%	9.3%
South East	7.7%	7.3%	-38.0%	32.5%	17.6%	8.7%	8.3%	6.5%	-36.4%	30.8%	17.1%	8.2%
South	10.5%	2.2%	-34.8%	33.7%	19.8%	11.0%	5.9%	7.3%	-32.7%	33.0%	21.4%	11.8%
Oceania	3.8%	2.1%	-31.8%	27.2%	16.2%	8.2%	4.7%	2.3%	-33.1%	30.0%	17.7%	8.8%
Africa	13.4%	5.2%	-34.1%	31.1%	17.8%	9.3%	8.3%	1.9%	-32.3%	29.1%	17.0%	8.3%
Middle East	3.6%	7.9%	-34.8%	33.6%	19.2%	8.7%	0.2%	9.4%	-35.4%	32.2%	17.8%	8.1%








* Inbound is based on the sum of the country overnight tourist arrivals and includes intra-regional flows

** Outbound is based on the sum of visits to all destinations

Source: Tourism Economics

The hardest hit sectors may not see restart until 2021

Preliminary views of hardest hit sectors based on partially effective scenario - subject to change

	 Commercial Aerospace	 Air & Travel	 Insurance carriers	 Oil and gas	 Automotive	 Apparel/fashion/luxury
Estimated degree of impact, in terms of duration						
Estimated global restart	Q3 / Q4 2021	Q1 / Q2 2021	Q4 2020	Q3 2020	Q3 2020	Late Q2 / Q3 2020
Avg. change in stock price	-44%	-44%	-33%	-48%	-32%	-28%
Industry specific examples	<p>Preexisting industry challenges, a quick drop in possible revenue, and high fixed costs cause near-term cash flow and long-term growth uncertainty.</p> <p>It may take years to recover from production and supply chain stoppages, due to critical vendors located in areas impacted by the virus.</p> <p>Long order backlogs mitigate some concerns, though rapid adoption of remote work technologies may put a dent in high-profitability business travel.</p>	<p>Deep, immediate demand shock 5-6x greater than Sept 11; ~70-80% near-term demand erosion due to int'l travel bans & quarantines now prevalent in 130+ nations</p> <p>N. Hemisphere summer travel peak season deeply impacted since pandemic fears coincide with peak booking period</p> <p>Recovery pace faster for domestic travel (~2-3 quarters); slower for long-haul and int'l travel (6+ quarters)</p>	<p>US insurers have been strongly affected, especially reinsurers and life & health insurers</p> <p>Reduced interest rates and investment performance impacting returns – esp. for longer-tail lines</p> <p>Disruptions expected in new business and underwriting processes due to dependence on paper applications and medical underwriting</p>	<p>Oil price decline driven by both short-term demand impact and supply overhang from OPEC+ decision to increase production</p> <p>Oversupply expected to remain in the market even after demand recovery, and post 2020, unless OPEC+ decides to cut production</p>	<p>Existing vulnerabilities (e.g., trade tensions, declining sales) amplified by acute decline in Chinese demand, continued supply chain and production disruption (in China, rest of Asia, EU) to amplify impact despite ongoing Chinese economic restart</p> <p>Headwinds to persist into Q3 given tight inventories (<6 weeks), supply chain complexity (therefore, minimal ability to shift)</p>	<p>Overall decline in private consumption and exports of services.</p> <p>Demand for apparel categories down sharply overall and expected to take longer to return than economic restart; online growth exists (though hampered by labor shortage)</p> <p>Retail stores temporarily closed in many parts of the world – high regional variation</p>

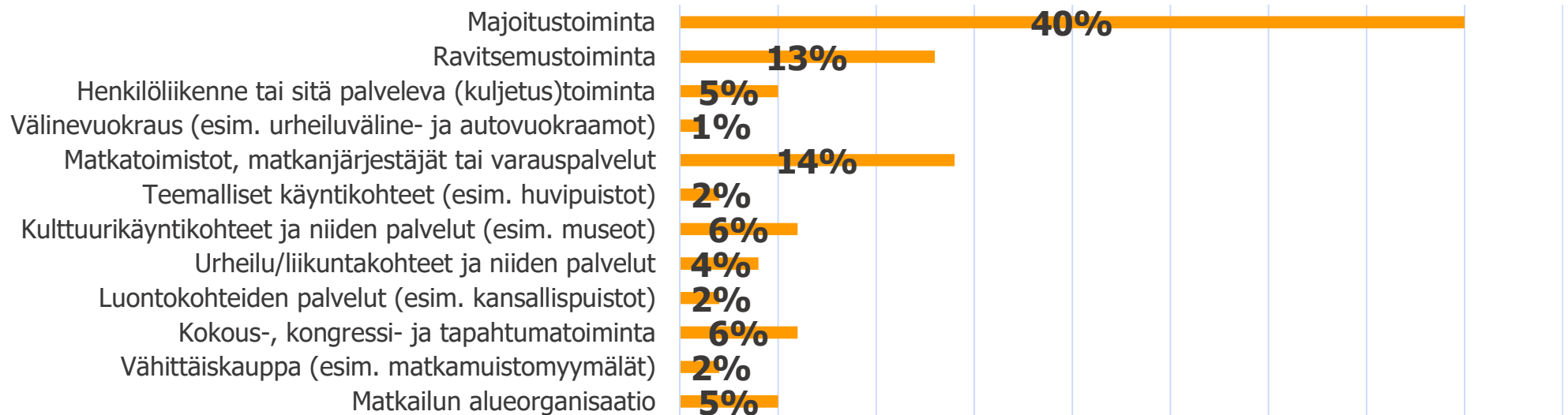
Visit Finlandin kysely: Koronaviruspandemian vaikutukset liiketoimintaan Alustavia tuloksia

Kyselykierrokset:

1. Aikavälillä 23.2.-9.3.2020 kyselyyn vastasi 141 eri matkailualan yritystä tai organisaatiota edustavaa henkilöä eri puolilta Suomea.
 2. Toisen kierroksen kyselyyn 21.-27.3.2020 saatiin 25.3. mennessä 418 vastaajaa.
 3. Jatkokyselyitä tulossa samaa rytmiä Business Finlandin kyselyjen kanssa.
- Kyselyitä jaettiin Visit Finlandin uutiskirjeen yhteydessä, suuralueiden työtiloissa ja sosiaalisessa mediassa, minkä takia vastaukset ovat suuntaa-antavia eivätkä edusta suoraan Visit Finlandin asiakkaita tai matkailuelinkeinoa.
 - Tuloksia ei ole painotettu (esimerkiksi alueittain, toimialan koon tai yrityskoon mukaan).

Kyselykierroksen 2 vastaajajakaumat

- Toiseen kyselyyn vastasi 25.3. mennessä 418 eri matkailualan yritystä tai organisaatiota edustavaa henkilöä eri puolilta Suomea.
- Vastaajista 22 % on Helsingin seuralueelta, 15 % Rannikon ja saariston alueelta, 26 % Järvi-Suomesta ja 37 % Lapista.
- Vastaajista 4 % edustaa suurta yritystä, 4 % Midcap-yritystä, 55 % PK-yritystä, 30 % mikroyritystä, 0 % yliopistoa tai korkeakoulua ja 7 % muuta organisaatiota.

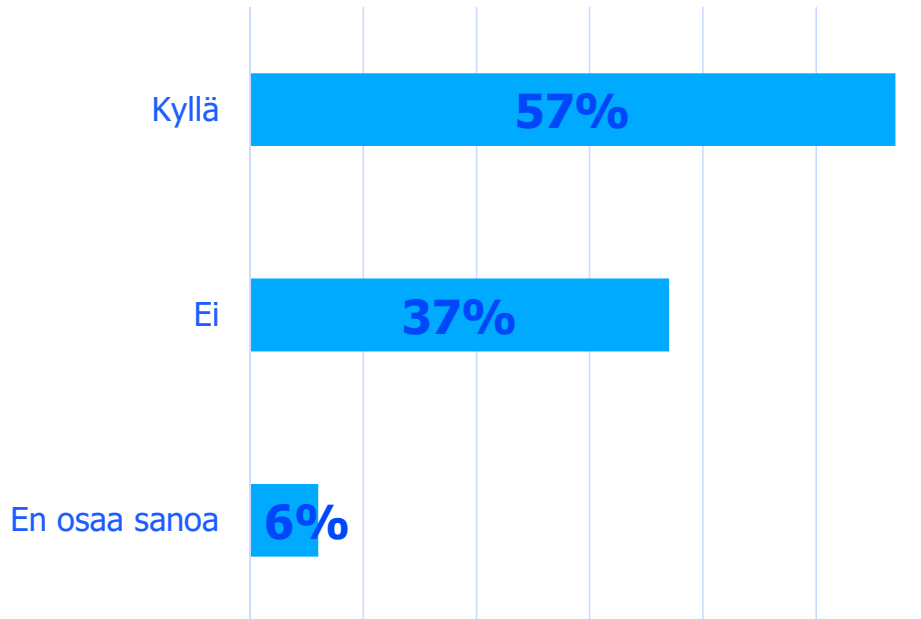


Onko yrityksellenne tullut peruutuksia koronavirusepidemian/-pandemian takia?



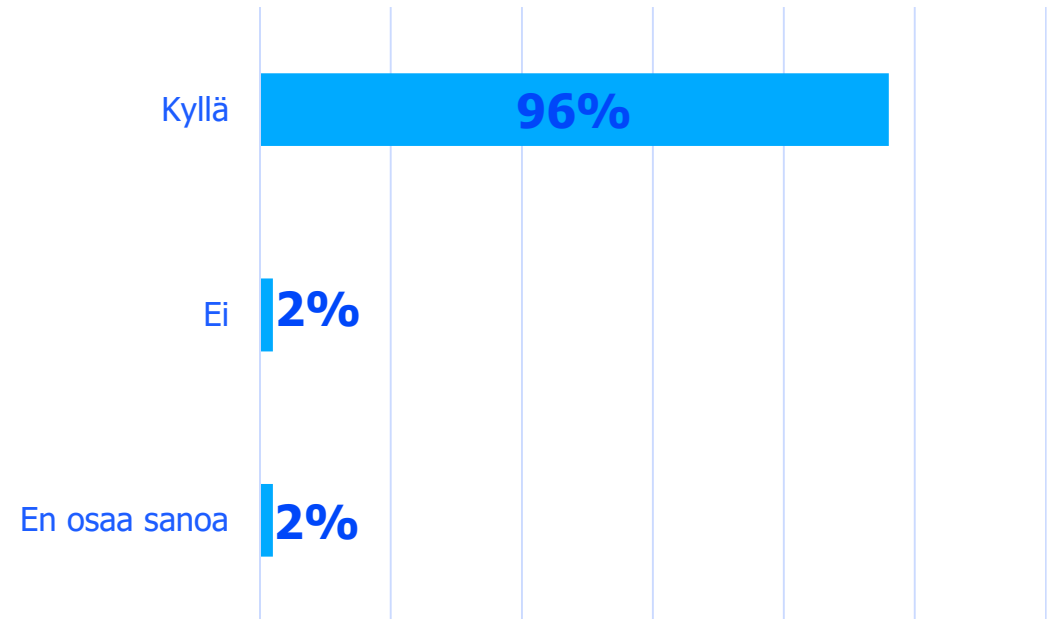
Kierros 1

Vastaajien määrä: 141



Kierros 2

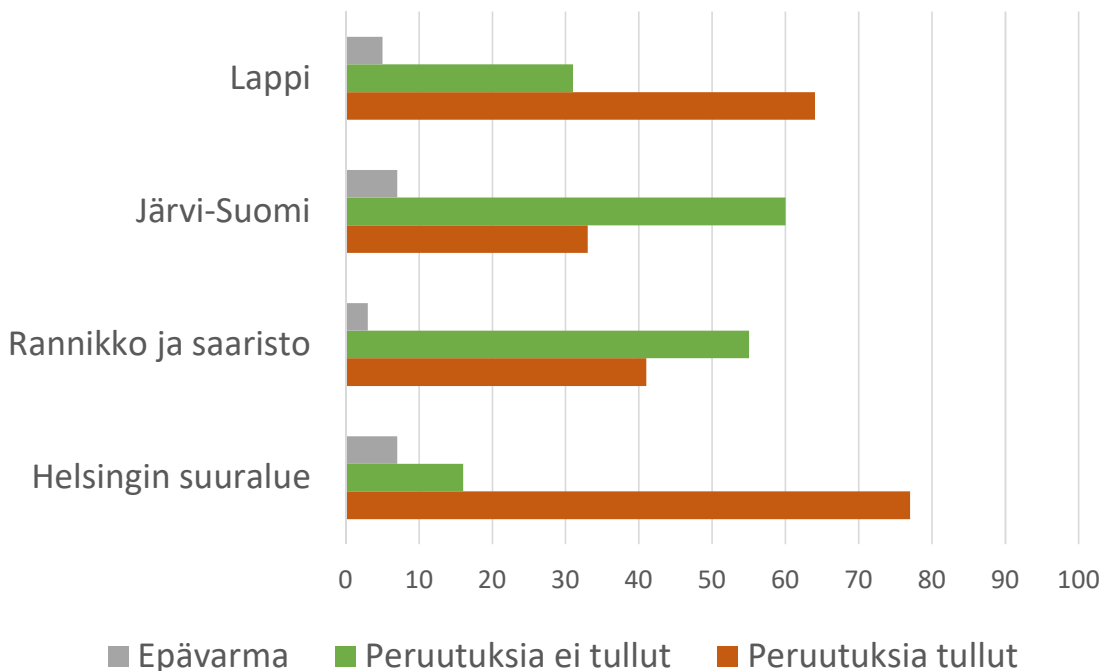
Vastaajien määrä: 418



Peruutukset suuralueittain

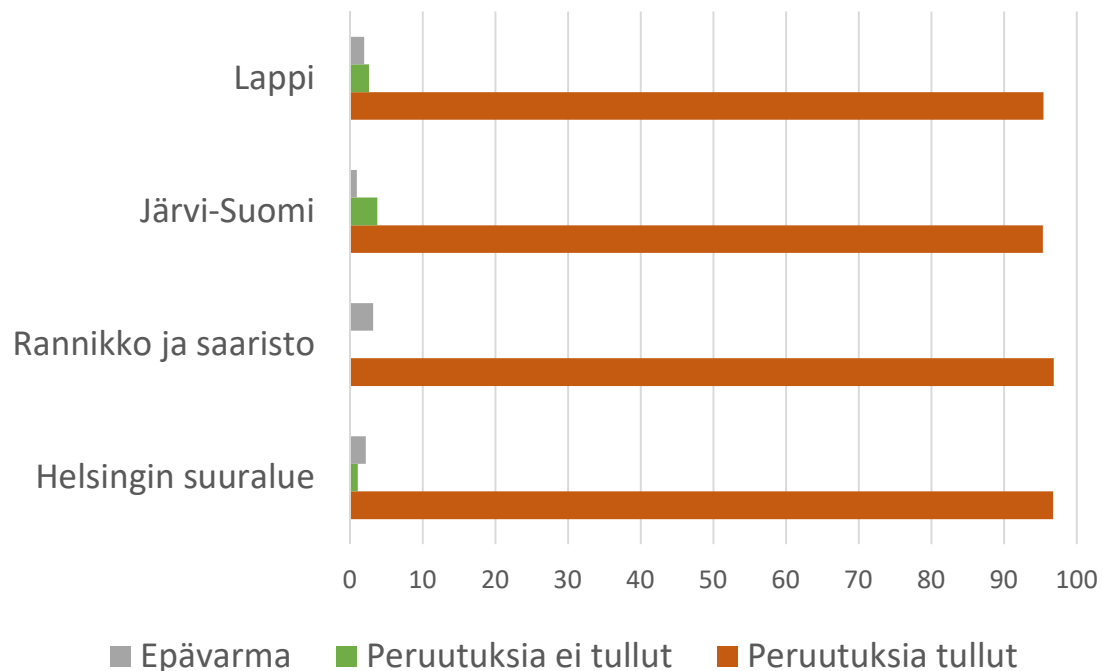
Kierros 1

Ensimmäiseen kyselyyn vastanneista **57 %:lle** (n=80) **oli tullut peruutuksia koronavirus-epidemian takia**. 37 %:lle niitä ei ollut tullut ja 6 % ei osannut sanoa.

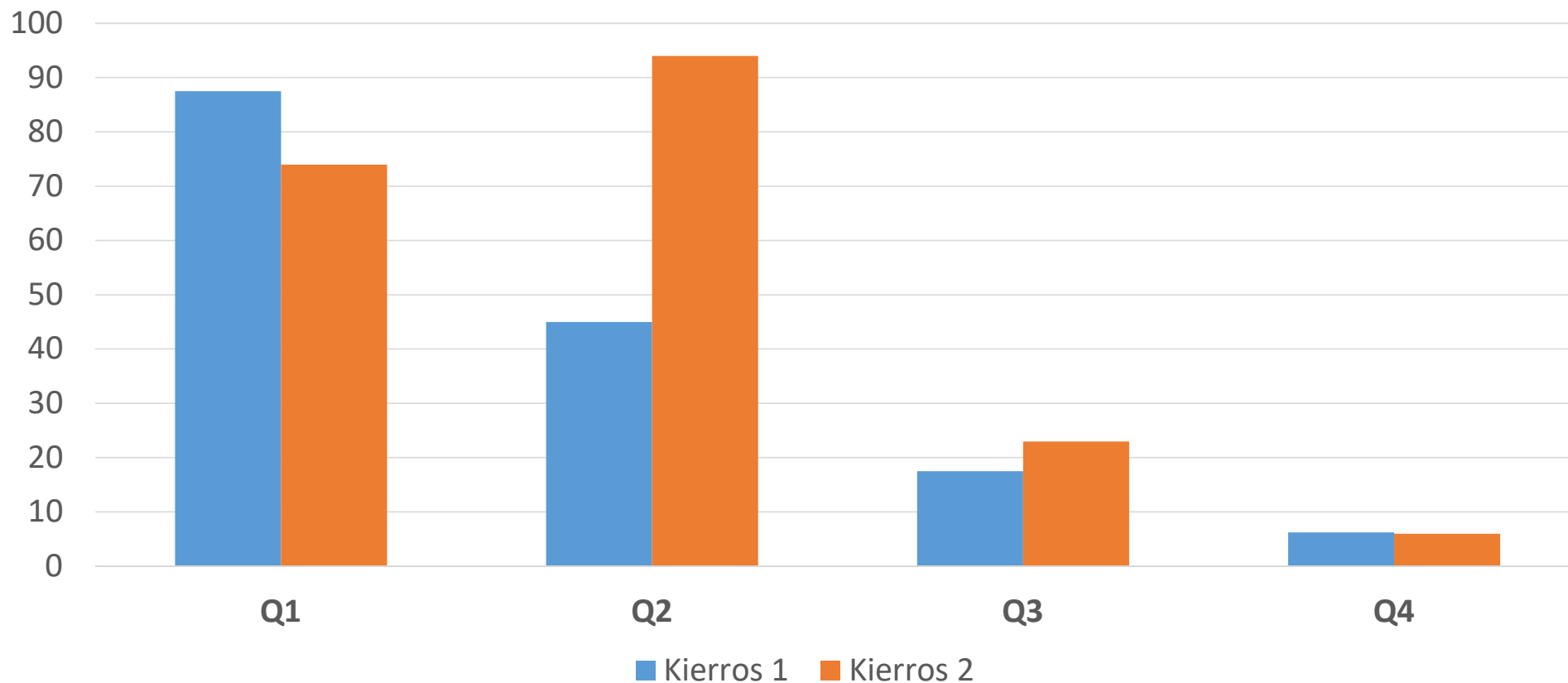


Kierros 2

Toiseen kyselyyn vastanneista **96 %:lle** (n=401) **on tullut peruutuksia koronaviruspandemian takia**. 2 %:lle niitä ei ollut tullut ja 2 % ei osannut sanoa.



Mitä ajankohtaa peruutukset koskevat?



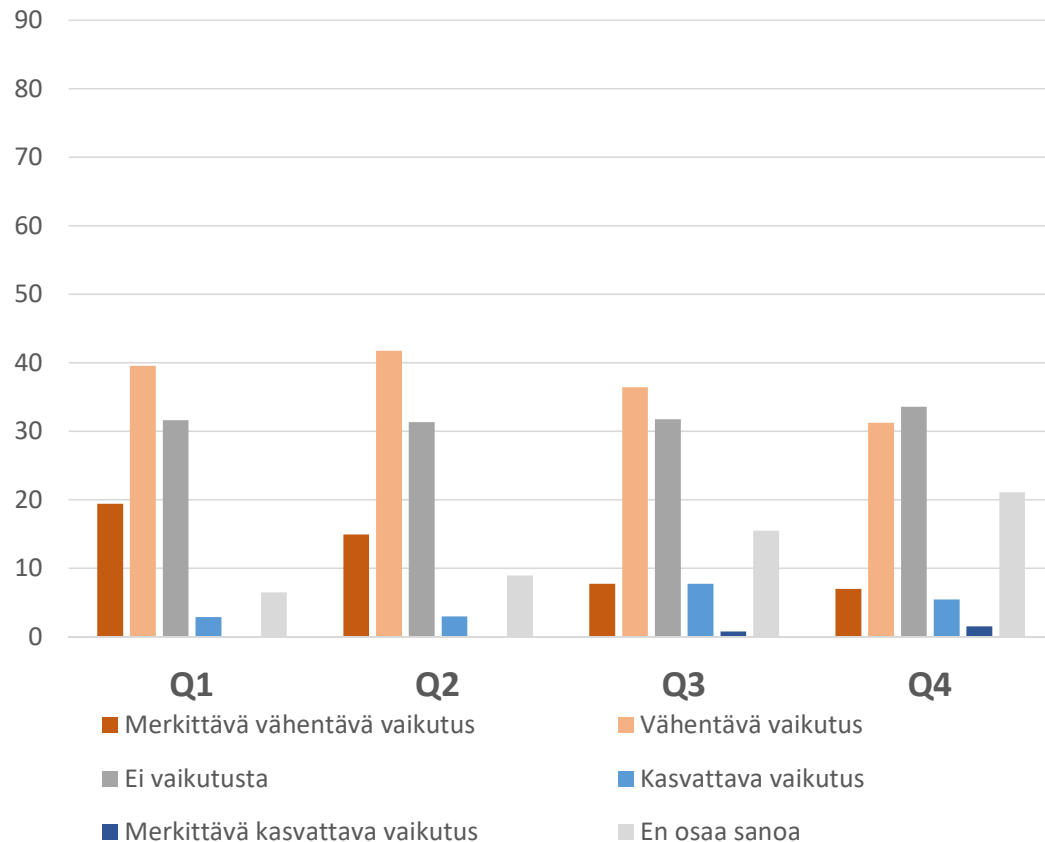
Tulokset on ilmoitettu vertailun vuoksi %-osuuksina niin, että kunkin kvartaalin ja kierroksen osalta osuudet ovat ilmoitettu erikseen.

Miten arvioitte koronavirusepidemian/-pandemian vaikuttavan yrityksenne/alueenne kansainvälisten matkailijoiden määrään?

Tulokset on ilmoitettu vertailun vuoksi %-osuuksina.

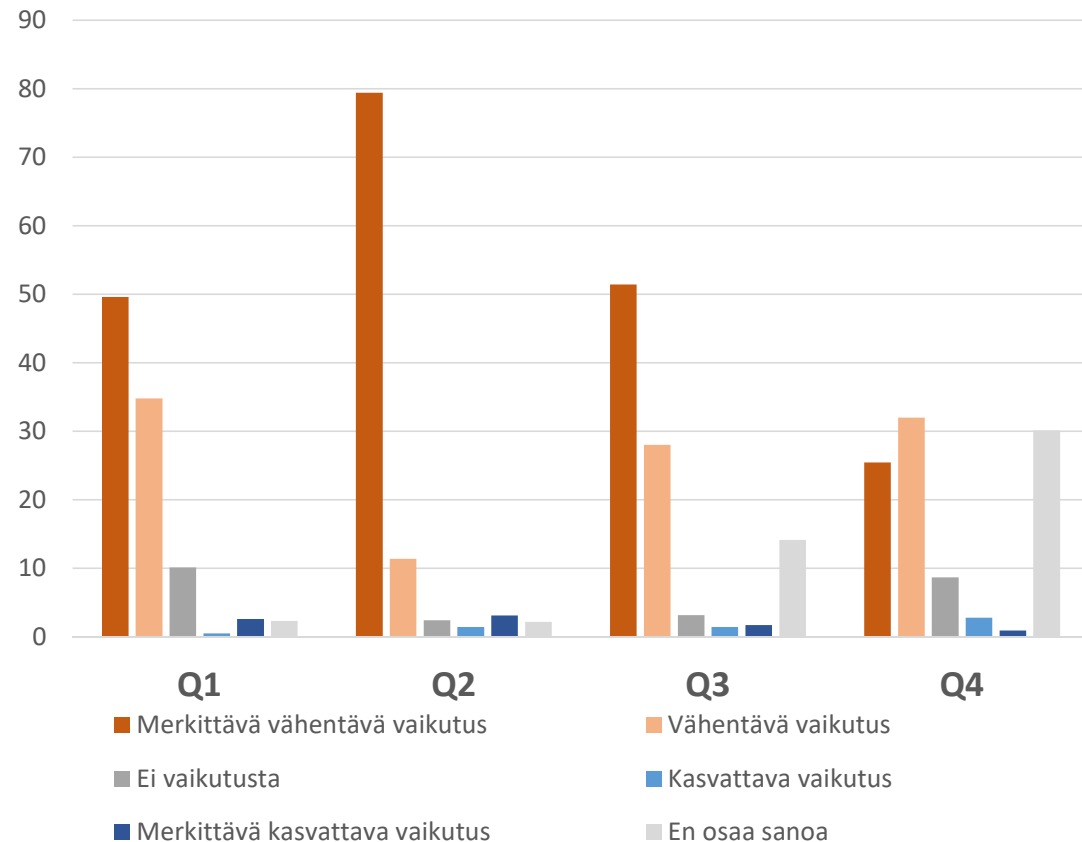
Kierros 1

Vastaajien määrä: 141



Kierros 2

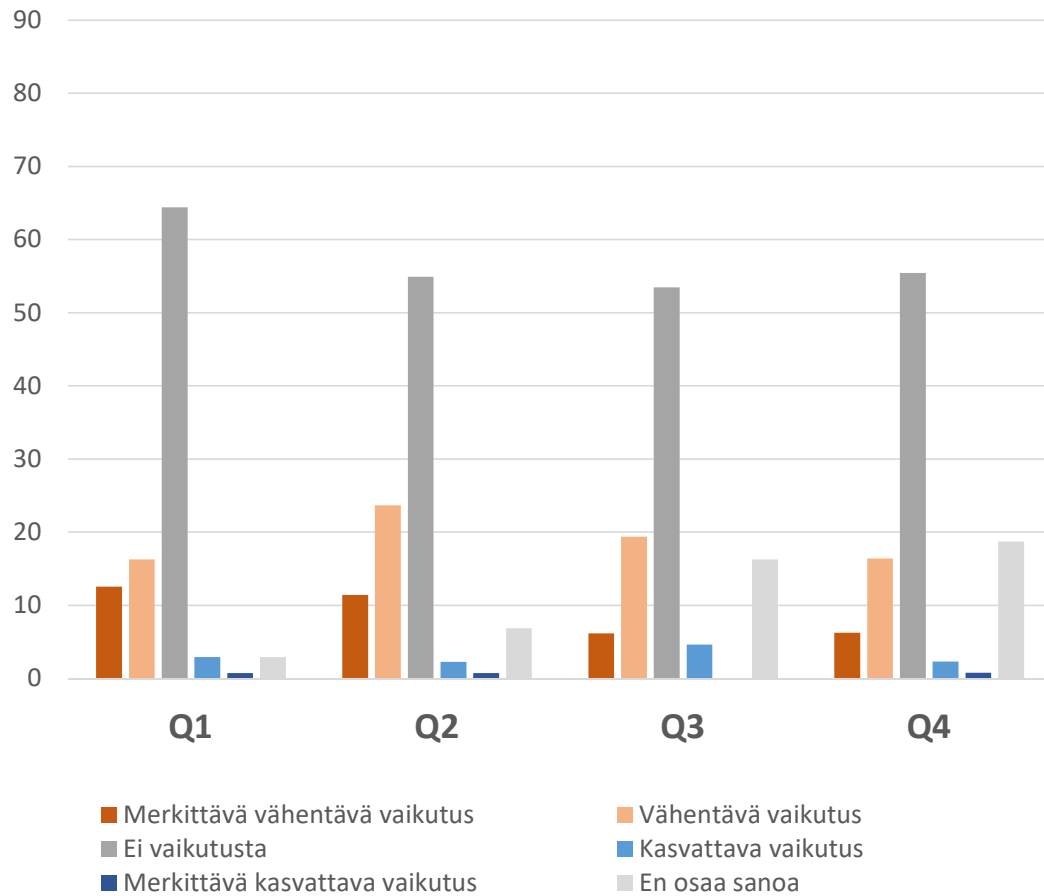
Vastaajien määrä: 418



Kierros 1:

Miten arvioitte koronavirusepidemian vaikuttavan yrityksenne/alueenne työllisyystilanteeseen (väliaikaiset lomautukset mukaan lukien)?

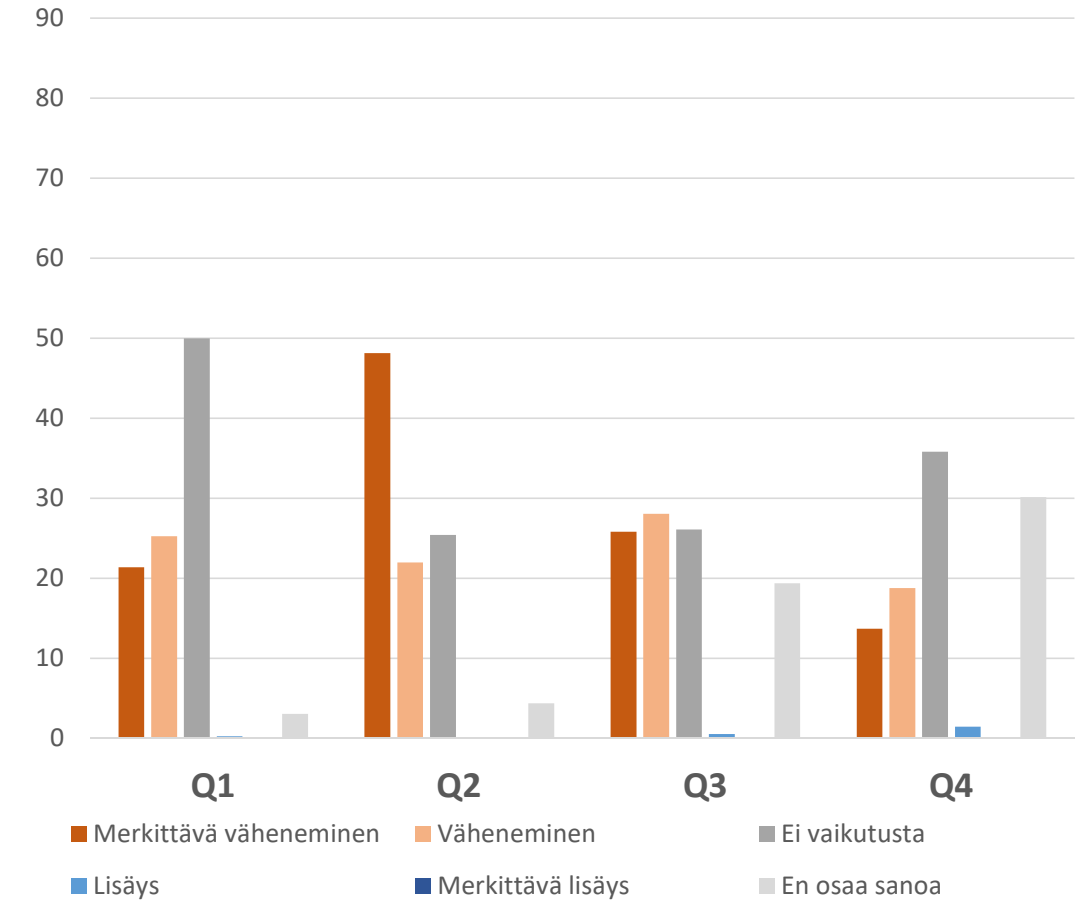
Vastaajien määrä: 138



Kierros 2:

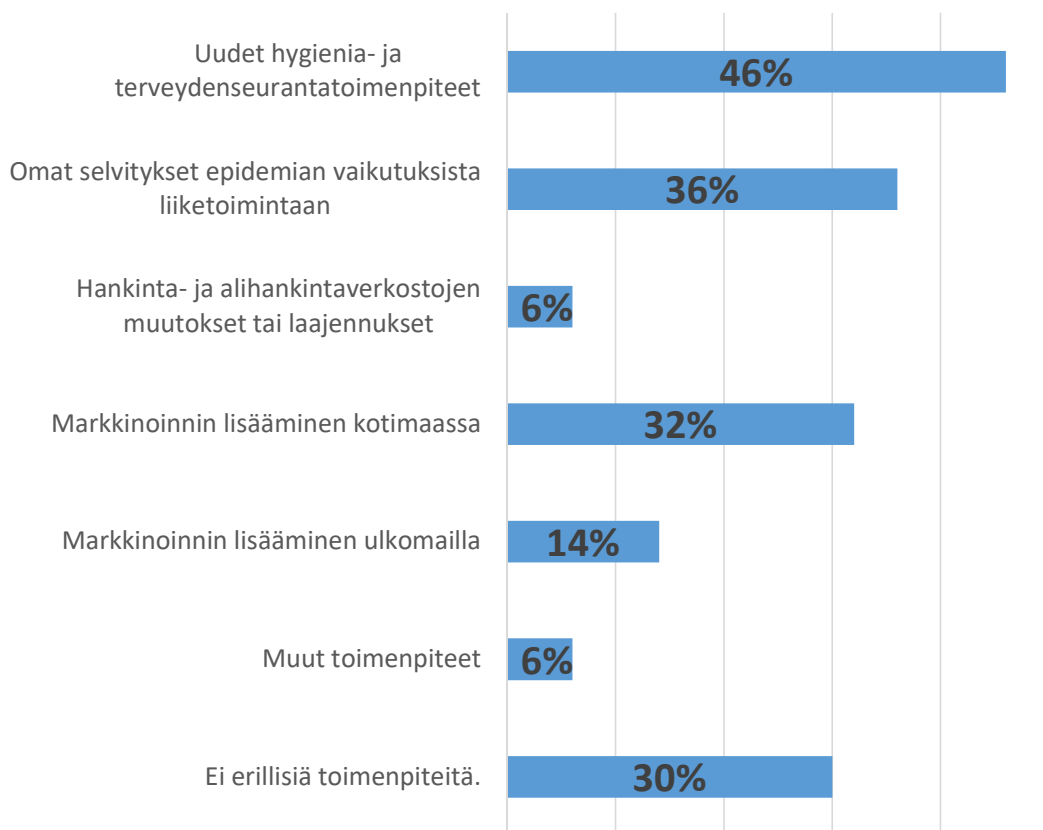
Miten arvioitte koronaviruspandemian vaikuttavan yrityksenne/organisaationne henkilöstön määrään?

Vastaajien määrä: 415

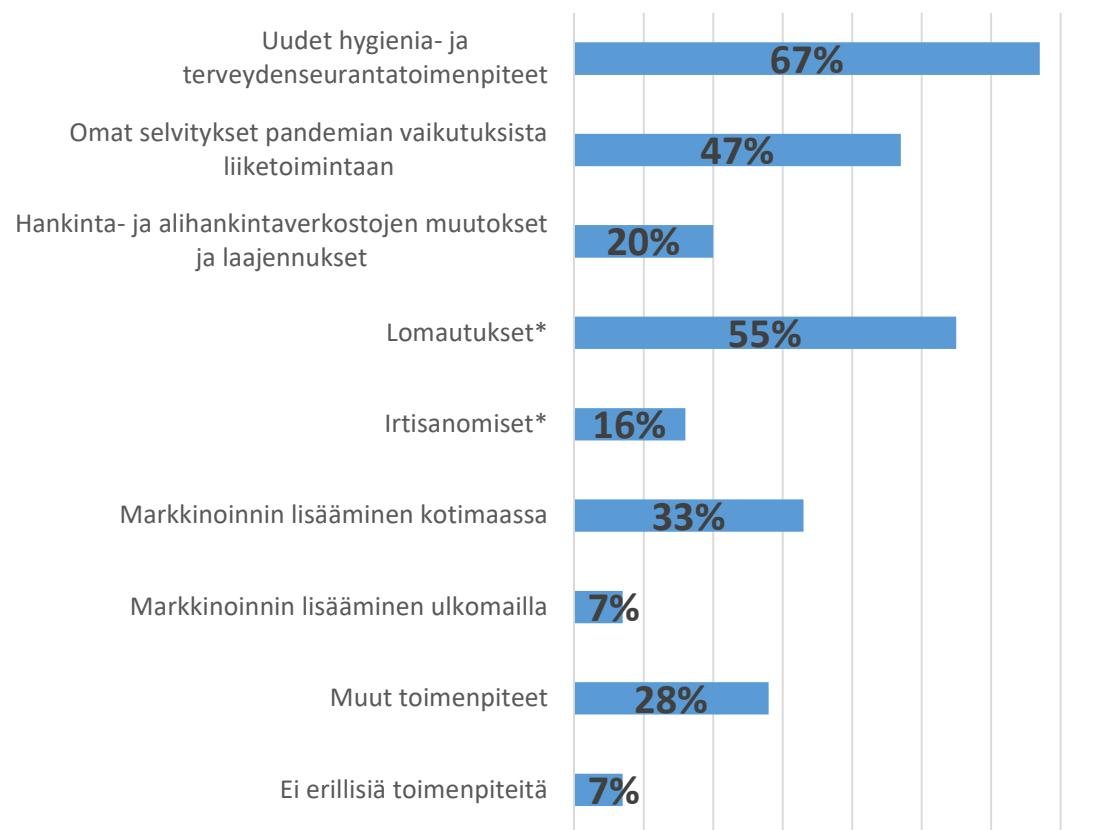


Millaisilla toimenpiteillä yrityksenne/organisaationne pyrkii minimoimaan koronavirusepidemiasta/-pandemiasta aiheutuvia riskejä?

Kierros 1



Kierros 2



*Lomautukset ja irtisanomiset lisätty kierrokselle 2 uusiksi vastausvaihtoehdoiksi.

Leaders need to think and act across 5 horizons

Reform



Be clear about how the regulatory and competitive environment in your industry may shift

Reimagination



Re-imagine the “next normal” – what a discontinuous shift looks like, and implications for how the institution should reinvent

Return



Create a detailed plan to return the business back to scale quickly, as the virus evolves and knock on effects become clearer

Resilience



Address near-term cash management challenges, and broader resiliency issues during virus-related shutdowns and economic knock-on effects

Resolve



Address the immediate challenges that COVID-19 represents to the institution’s workforce, customers, and business partners

Varautuminen Koronan jälkeiseen aikaan

- Maakuvamarkkinointi ja Suomen tunnettuuden kasvattaminen: Happiness School
 - Ajankohta??
- Nopeat taktiset toimenpiteet kaupan käynnistämiseksi: OTA –kampanjat, joint promotions
 - Alueiden ja yritysten valmiudet online –myyntiin
 - Tarjooma, sisällöt ja partneruudet kuntoon
- Syksyn 2020 suunnitelmien ”korjaukset” huhtikuun loppuun mennessä
- 2021 vuosisuunnitelmat 31.5. mennessä
- Kilpailutilanne entistä kovempi
 - ”sotakassan” hankinta

Varautuminen Koronan jälkeiseen aikaan

- Digikehitysohjelman käynnistäminen pilottialueiden kanssa
- Digi ABC –e-learning alustan avaaminen huhtikuussa
- Digiaiheisia webinaareja huhti-toukokuussa

- Kansallinen DataHub/Data-varanto käytössä elo-syyskuussa

- Sustainable Travel Finland –online-alustan avautuminen 1.6.

- Menestyvän matkakohteen johtamisen työkalut

- Suuraluiden visiotyöpajat kesäkuun alussa (?), strategiat/toimenpidesuunnitelmat syksyyn mennessä

- Visit Finlandin asiakaskategorisointi ja palveluiden parempi kohdentaminen

- Kehitysrahoitus!

Varautuminen Koronan jälkeiseen aikaan

- Pandemian vaiheiden seuranta kohdemarkkinoilla
- Markkinoiden elpymisen arviointi
- 13 kohdemarkkinaa ➤ ensi vuonna <10 markkinaa
- Liikenneyhtiöt avainpartnereita
- VF –edustajien asiakkuuksien hoito markkinoilla (webinaarit, e-learning yms koulutus matkanjärjestäjille)
- Matkailunyrkki!

Miten Visit Finland voisi auttaa suomalaisia matkailuyrityksiä ja aluetoimijoita koronaviruspandemian aiheuttamassa tilanteessa?

- Suuri osa vastaajista toivoo eri tyyppistä tiedottamista ja viestintää

