

Måltidsturism

Trender, målgrupper och hur du når ut digitalt

Rachel Rau, Visit Sweden
JHT Academy, 31 januari 2019

Visit 
Sweden

Agenda för eftermiddagen

- Visit Swedens måltidsprogram
- Trender i måltidsturism 2019
- Vem är måltidsresenären?
- Att finnas digitalt
- Fika och diskussionsstund: att skapa helhetsupplevelser

Projekt från Jordbruksverket

Att utveckla näringslivet inom mat-, dryck- och måltidsupplevelser

- Stärka Sveriges konkurrenskraft som måltidsdestination
- Öka utländska besökares konsumtion av restaurangtjänster och livsmedel
- Skapa ny marknad med en aktiv målgrupp, de matintresserade resenärerna



Visit Sweden

Foto: Conny Fridh/imagebank.sweden.se

Exportprogram Måltidsturism 2030

- Hela Sverige erbjuder måltidsupplevelser 2030
- Nya arbetstillfällen skapas
- En ny exportmarknad etableras



Visit Sweden

Foto: Tina Stafrén/imagebank.sweden.se

Tre huvudområden

- Internationell kommunikation
- Kunskapsspridning
- Nationell handlingsplan



Foto: Simon Paulin/imagebank.sweden.se

Vi är samarbetspartners!

Visit Sweden

20 regioner

Visita

Tillväxtverket



Visit Sweden

Foto: Apelöga /imagebank.sweden.se

Fyra stora trender

Mat med ett syfte

Funktionell hälsa

Autentiska upplevelser

Digital verklighet

Visit Sweden

“

All den forskning som jag har lett vid Stockholm Resilience Centre visar att maten är den största enskilda orsaken till globala miljöproblem. Det innebär att om vi fixar maten så fixar vi också planeten.

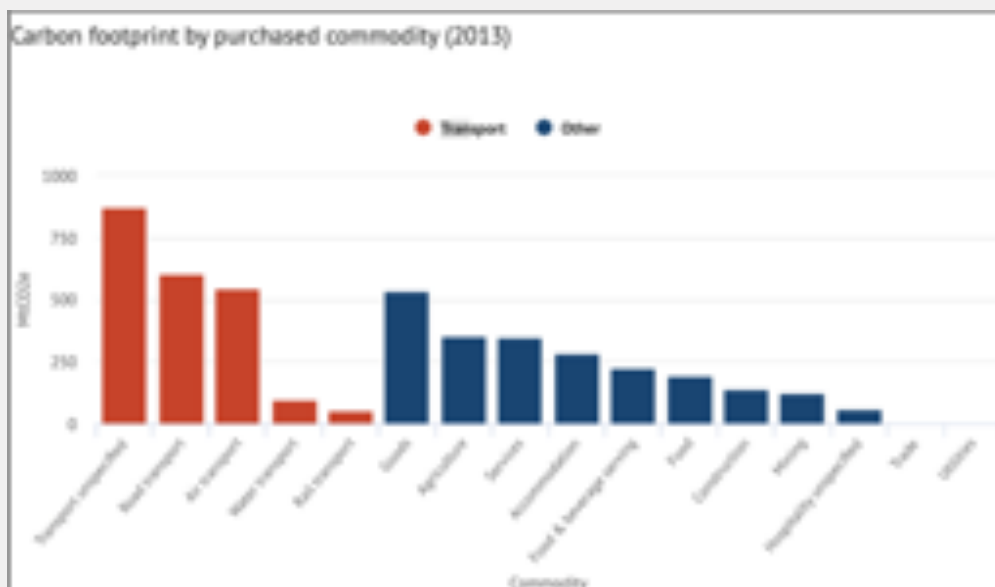
Johan Rockström, agronom och professor i miljövetenskap

MAT – VÅR TIDS KLIMATBOV

Aktuell med kokboken
Eat Good : recept som förändrar världen
med sjuttio recept på mat som är både
hälsosam och hållbar



IFRÅGASÄTTANDE AV TURISM



KOLDIOXIDUTSLÄPP

Amsterdam Cracks Down on Mass Tourism (Again) By Removing Famous 'I Amsterdam' Letters

NEWS ANALYSIS
Your Biggest Carbon Sin May Be Air Travel
By Elisabeth Rosenthal

Environment

Tourism is responsible for nearly one tenth of the world's carbon emissions

Air transport and an expanding demand for luxury travel mean the impact of the high-polluting industry is likely to continue growing

MASSTURISM IFRÅGASÄTTTS

Visit Sweden

EN ÖNSKAN OM ATT RESA HÅLLBART

87%

vill resa hållbart

46%

associerar "hållbar
resa" med att bo i
miljövänliga boende

41%

söker lokal mat

Visit Sweden

TURISM ANPASSAR SIG TILL ÖNSKAN OM HÅLLBART RESANDE



**FINLANDS MILJÖCERTIFIERADE
HOTELL**



**BHUTANS TULL FÖR HÅLLBAR
TURISM**



**HÅLLBARA FOOD TOURS
I KÖPENHAMN**

Visit Sweden

SOCIAL HÅLLBARHET: STÖTTA POSITIV UTVECKLING I SAMHÄLLET



**THE MEANINGFUL TRAVEL
MAP OF JORDAN**



**IMPACTFUL RESOR I
SYDAFRICA OCH COSTA RICA**



**AIRBNB:s SOCIAL IMPACT
EXPERIENCES**

Visit Sweden



“

”Mat är den tydligaste identitetsmarkören för unga just nu. Värdeord som är associerade med att vara vegetarian är så pass centrala för många unga att man upplever sig vara “vegetarian” utan att de facto vara det.”

Lovisa Sterner, livsstilsexpert hos Ungdomsbarometern.

FÖRÄNDRAT MATBETEENDE – « VEG » BLIR MAINSTREAM



34%

är flexitarianer

2%

är vegetarianer

0,5%

är veganer



31%

väljer att äta mindre kött

10%

är vegetarianer

1,6%

är veganer



21%

är flexitarianer

12,5%

är vegetarianer eller veganer

Visit Sweden

FÖRÄNDRAT MATBETEENDE – VEGAN BLIR ALLT MER « MAINSTREAM »



**VEGANPARTY EN GÅNG I
MÅNADEN FÖR ALLA**



**VEGAN
RESTAURANGGUIDE
FÖR RESENÄRER**



VEGAN WALKABOUTS I PARIS

Visit Sweden

DET NYA "ANIMALISKA"



LABBODLAT "KÖTT"



LABBODLAT "FISK"



VEGANSKA "RÄKOR"



DJURFRI "MJÖLK"

Visit Sweden

MAT MED ETT SYFTE: IMPLIKATIONER

HÅLLBAR TURISM

Hållbara lösningar blir allt mer efterfrågade. Här finns bra möjligheter för Sverige då vi besitter det som efterfrågas.

SOCIAL HÅLLBARHET

Lyfta frågor som jämställdhet och annan typ av social hållbarhet i samband med mat – områden där Sverige rankas högt.

MÖJLIGGÖR HÅLLBARA UPPLEVELSER

Upplevelser som innebär att man lär sig någonting, samtidigt som man gör gott kommer att efterfrågas allt mer.

VEGOMAT

Vegetariskt fortsatt viktigt då allt fler åtminstone vill äta mindre kött. Viktigt att anpassa erbjudande efter detta.

[Visit Sweden](#)

HÄLSA, VÅR TID FRÄMSTA STATUSMARKÖR

WEALTH IS WEALTH

TIME IS WEALTH

HEALTH IS WEALTH

Visit Sweden

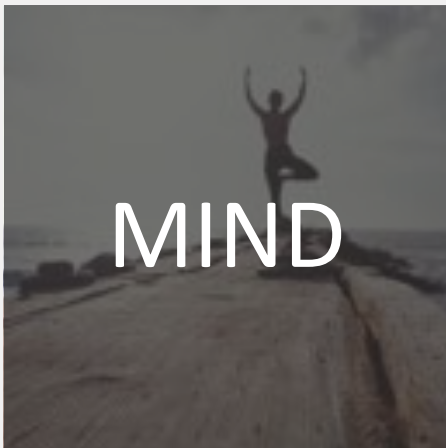
A background image showing a basket of fresh vegetables, including purple eggplants, green leafy vegetables, and orange carrots, with a dark overlay.

“

“Understanding tourists’ needs and wants in terms of healthy food consumption is of paramount importance to hospitality businesses. Food, tourism and health could really be a possible synergy.”

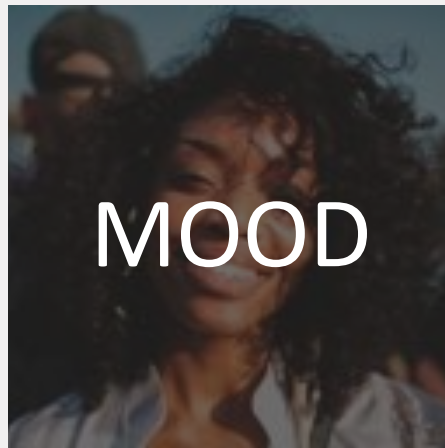
Silvana Hrelia, University of Bologna

MATENS NYA FUNKTION FÖR MILLENIALS OCH GEN Z



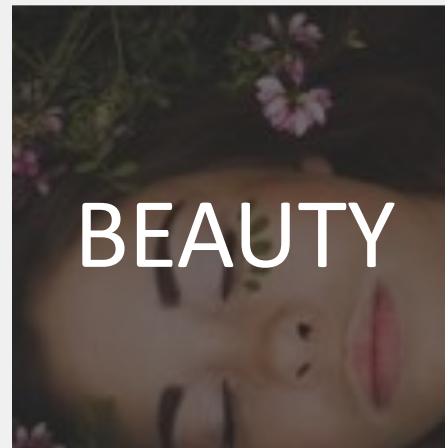
MIND

**MAT SOM
MAXIMERAR
MENTAL PRESTATION**



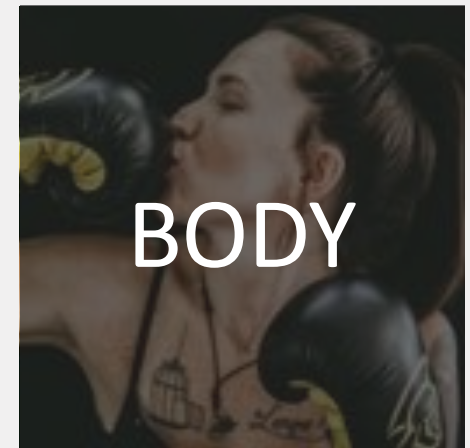
MOOD

**MAT FÖR ATT STYRA
HUMÖRET**



BEAUTY

**MAT SOM EN
BYGGSTEN FÖR
SKÖNHET**



BODY

**MAT SOM BOOSTAR
FYSISK HÄLSA**

Visit Sweden

MAT SOM LÖSNINGEN PÅ ALLA PROBLEM



**TARMENS HÄLSA ÄR
KONTROLLERBAR GENOM
MAT OCH PÅVERKAR DIN
HÄLSA OCH LYCKA**



**GOLDEN MILK ÄR BRA FÖR
DIN KROPP OCH MIN**



SAYURI:S HEALING FOOD

Visit Sweden

HÄLSA UTIFRÅN OCH IN



**SUPERFOODS I
HÅRVÅRDSPRODUKTER**



**KOLLAGEN FÖR ATT
MOTVERKA ÅLDRADE
OCH FÅ BÄTTRE HÅR, HY
OCH NAGLAR**



ADOPTAGENER

Visit Sweden

LAGOMHÄLSA

Mit Lagom werden Sie glücklich wie die Schweden



Lagom, lezioni scandinave di armonia



Lagom : 3 raisons de douter de ce nouveau lifestyle suédois



Lagom: Das steckt hinter dem Lifestyle-Trend aus Schweden



Lagom: la risposta svedese all'hygge danese

Il nuovo stile di vita scandinavo sta conquistando il mondo e molti lo considerano un'alternativa sana al hygge danese. Ma è davvero così? Scopriamo di più su questo nuovo trend e su come integrarlo nella nostra vita.



FUNKTIONELL HÄLSA: IMPLIKATIONER

ALLT NATURLIGARE

Vurmen för det naturliga fortsätter, men själva ordet naturligt börjar utvattnas. För att vara riktigt naturlig måste man idag gå ett steg längre.

FUNKTIONS- ÄTANDET

Funktionsätandet är den viktigaste hälsotrenden. Sverige förknippas redan idag med hälsa, vad har vi som går att visa upp i den här världen?

LAGOMHÄLSA

Samtidigt sker också en förflyttning mot lagomhälsa när hälsan blir ohälsosam – någonting vi i Sverige kan visa upp ännu mer? Visa hur vår avslappnade, hälsosamma livsstil ser ut.

Visit Sweden

FAMILJERS NYA MÅLTIDSMÖNSTER

Enligt Google ser vi följande skiften i hur vi äter:

- Samma tid varje dag → Extra allt på helgerna
- Äta vid matbordet → Äta på engagerande platser
- Dela mat live → Dela mat på avstånd
- "Bara" äta tillsammans → Lära och skapa tillsammans
- Äta för näringens skull → Social manifestation

AVSLAPPNAT OCH FAMILY STYLE PÅ RESTAURANGEN



**FAMILY STYLE – DELA
BORD OCH MAT**



SLOPA BARTENDERN



**TAKE-IN, EN RESTAURANG
FÖR SINGLAR**

Visit Sweden

FOOD TOURS OCH HISTORISKA TOURS ÖKAR I POPULARITET

57%

ökning av bokningar för matlagningskurser och food tours i 2017.

Visit Sweden

MEDIA SOM SKRÄDDARSYDD RESEBYRÅ FÖR EN ÄKTA UPPLEVELSE



NYT CITY TOURS



**SKRÄDDARSYDDA
DESIGNRESOR**



**RESETIDNING MED TURER
DESIGNADE AV
REDAKTÖRER**

Visit Sweden

UPPLEV OCH ÄT LOKALT

Framing the local food experience: a case study of a Finnish pop-up restaurant

Inari Aaltojärvi
School of Architecture, Tampereen Teknillinen Yliopisto, Tampere, Finland
Maija Kontukoski
Sibelius Academy, Taideyliopisto, Seinäjoki, Finland, and
Anu Hopia
Turun Yliopisto, Turku, Finland



**ATT ÄTA LOKALT PÅMINNER
OM BARNDOMEN**

UPPLEV LAPPLANDS NATUR



**LOKALA MATKULTUREN FRÅN
BAKGATORNA**

Visit Sweden

HELHETSUPPLEVELSE: VIN OCH KULTUR



**EN SENSORISK UPPLEVELSE
PÅ MUSEUM**



**MIXA DITT EGET VIN OCH
UPPLEV ALTERNATIVA
VERKLIGHETER**

Visit Sweden

KURERADE MATRESOR



**SKRÄDDARSYDDA MATRESOR
TILL JAPAN**



**SICILIANSK
MATLAGNINGSKURS**



SJÄLVGUIDADE MATTURER

Visit Sweden

AUTENTISKA UPPLEVELSER: IMPLIKATIONER

STORY-TELLING

Viktigt att komma ihåg att besökare vill ha story/minnesvärda upplevelser. Se ditt erbjudande som en upplevelse snarare än en produkt.

ÄKTA UPPLEVELSER

Fortfarande populärt med de ÄKTA upplevelserna. Vi måste skapa upplevelser som sticker ut och känns genuina.

AUTENTISKT UTÖKAS

En autentisk upplevelse eller erbjudande behöver inte följa gamla regler. Gör det som är er "grej" baserat på traditioner, mixat med det ni själva tycker om.

GUIDAT ÄR OKEJ

Det unika och utforskade blir mer värdefullt. Så länge man kan få uppleva någonting unikt, eller lära sig någonting, är det okej att ta del av upplevelser i grupp. Gärna anpassat efter resenärers personliga behov eller preferenser.

Visit Sweden

DET DIGITALA VIKTIGT FÖR BESÖKSNÄRINGEN FRAMÅT



\$50md

AR:s marknadsstorlek ska överstiga 50 miljarder dollar år 2024

59,5mn

Amerikanska vuxna förväntas ha wearables på sig år 2021

Se över

Visit Sweden

WEARABLES PÅ RESTAURANGER



UPPKOPPLAD PERSONAL



FULLSTÄNDIG KOLL PÅ
GÄSTERNA



... OCH PÅ KOSSAN

Visit Sweden

AR & VR FÖRSTÄRKER UPPLEVELSEN



3D MENY PÅ RESTAURANG



VR-RESA TILL ISLAND



**AR FÖR ATT
BERÄTTA EN HISTORIA**

VR UTVECKLAS INOM BESÖKSNÄRINGEN



**UTBILDA PERSONAL MED
HJÄLP AV VR**



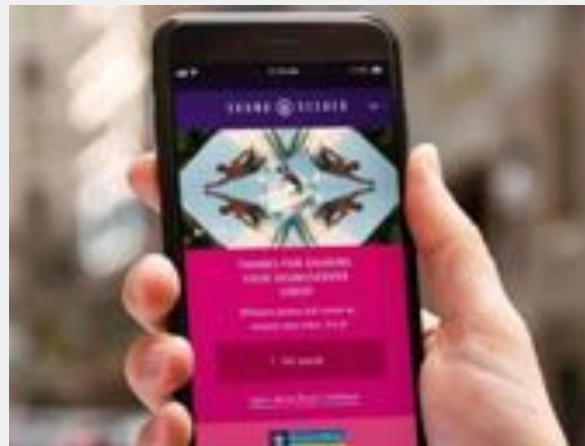
**VR I FÖRSTA KLASS ALASKA
AIRLINES FÖR ATT GÖRA
FLYGRESAN ROLIGARE**

Visit Sweden

VIKTEN AV DEN VISUELLA



**VIRTUELL YOUTUBE-
INFLUENCER**



**AI FÖR ATT SKAPA
MINNESVÄRDA VIDEOS**



**AIRBNB MÖJLIGGÖR
PERSONLIG STORY**

Visit Sweden

APPAR GÖR DET LÄTTARE ATT HITTA MAT BÅDE I NATUREN OCH PÅ LANDSBYGDEN



FARM-TO-TABLE APP



HITTA VILD MAT MED EN APP



MATUPPLEVELSER PÅ
LANDSBYGDEN

Visit Sweden

ROBOTRESTAURANGER



**CHOWBIOTICS – SALLY THE SALAD
ROBOT MÖJLIGGÖR FÄRSK SALLAD
VAR SOM HELST**



**CREATOR HAMBURGERS HAR
AUTOMATISERAT PROCESSEN FÖR EN
PERFEKT HAMBURGARE (\$6)**

DIGITAL VERKLIGHET: IMPLIKATIONER

FÖRSTÄRK & FÖRBÄTTRA UPPLEVELSEN

Teknik som AR oc VR Har länge setts som en fluga men även sådant som inte fungerat till en början kan snart revolutionera allt från service och utbildningar till helt nya typer av upplevelser.

DET VISUELLA ÄR AVGÖRANDE

Det visuella är avgörande – unga använder Youtube före Google och kräver engagerande visuellt material för att bli engagerade.

DIGITALT & NATURLIGT

Det digitala och det naturliga är inget motsatsförhållande, tvärtom så kompletterar de varandra. Med hjälp av ny teknik kan allt fler på enklare vis få oförglömliga naturupplevelser och lära sig mer om maten de äter.

PERSONIFIERING

Personifiering viktigt inom alla områden, detta innebär en större förväntan på att kunna få skräddarsydda upplevelser efter eget tycke och smak.

[Visit Sweden](#)

Lär dig mer:
trender inom
måltidsturism 2019

Fullständig rapport och paketeringar
kommer februari-mars 2019

Visit Sweden

Mat - viktig del av reseupplevelsen

- 95% av resenärer säger att de har varit med om en unik och minnesvärd matupplevelse under en resa
- 1/3 av resebudgeten spenderas på mat
- Utländska turister spenderar mer på restauranger än en genomsnittlig svensk turist



Visit Sweden

Foto: Apelöga/imagebank.sweden.se

44
miljarder
kronor

spenderade utländska
besökare på restaurangbesök
och livsmedel i Sverige 2016;
siffran fortsätter att öka

Visit Sweden

128
miljoner

matintresserade turister
i Europa

Visit Sweden

26
miljoner

kan tänka sig resa till Sverige
med maten som
reseanledning

Visit Sweden



Visit Sweden

Matintresserade resenärer

Nyfikna, aktiva, bryr sig, delar med sig och spenderar mer



Foto: Miriam Preis /imagebank.sweden.se

Vad man vill uppleva inom måltid

Framför allt vill man smaka traditionellt svensk mat och dryck



Resultat för målgruppen "Vill resa till Sverige för matens skull"
Alla marknader
Bas: 2 561

Visit Sweden

Lär dig mer i vår nya målgruppsguide

Finns att ladda ner i Visit Swedens kunskapsbank!



Vilka är de Matintresserade nyfikna upptäckarna?

De Matintresserade nyfikna upptäckarna är resenärer som vill njuta av spännande matupplevelser. De är nyfikna på att upptäcka nya smaker och smaker som de inte har smakat tidigare. De är också intresserade av att lära sig mer om matens historia och kultur. De vill också njuta av god mat och dricka goda drycker. De vill också njuta av att umgås med andra människor och dela sina upplevelser med dem.

Några av gruppens övriga kännetecken:

- Över 50% har en högskoleutbildning.
- 60% är kvinnor.
- 30% av medlemmarna är över 65 år gamla.
- De är intresserade av kulturen och historia.
- De vill också njuta av god mat och dricka goda drycker.
- De vill också njuta av att umgås med andra människor och dela sina upplevelser med dem.

Gruppens största utmaningar:

- Få tillgång till god mat och dricka.
- Få tillgång till information om mat och dricka.
- Få tillgång till andra människor som vill njuta av god mat och dricka.



Visit Sweden

Vi lever i en förändrad värld



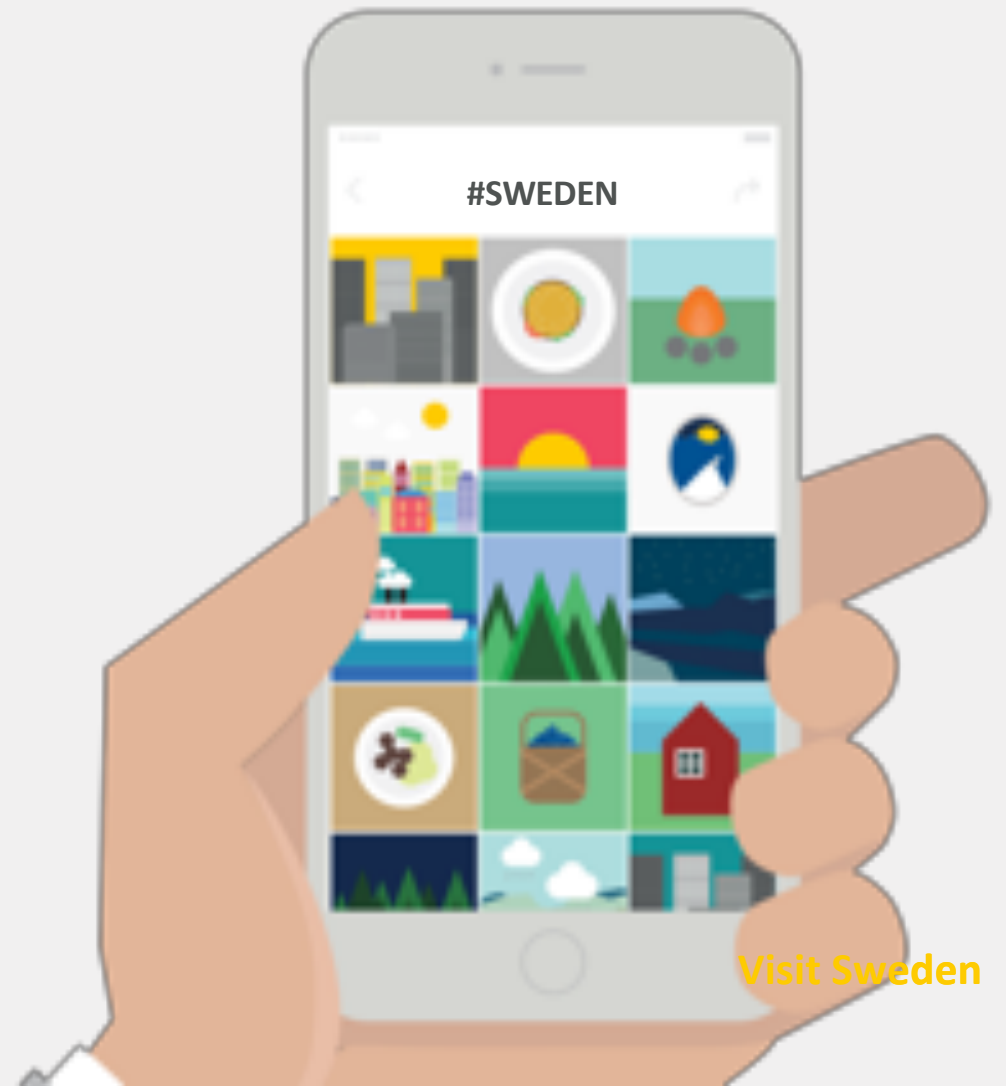
Travel cycle



Travel cycle



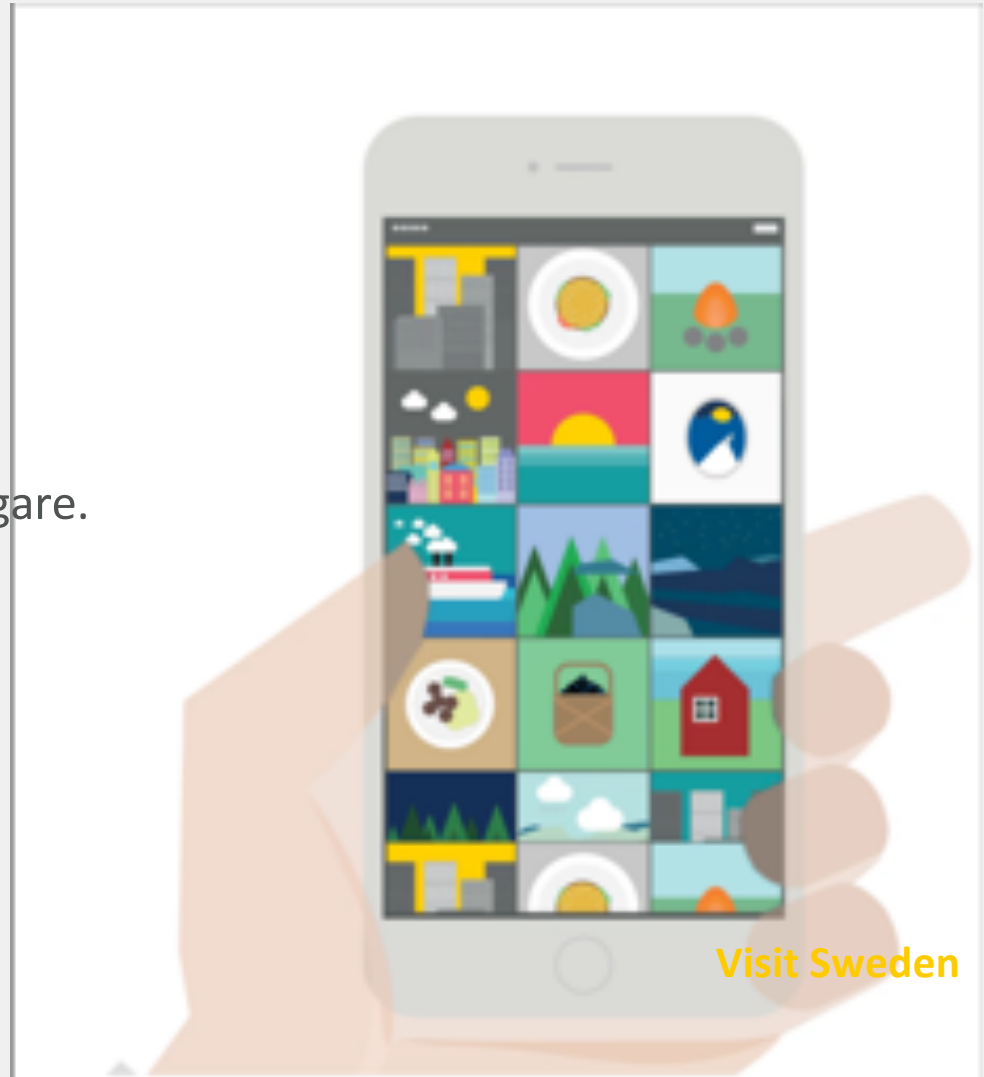
En bra story





Flödet

Innehåll som gillas, delas och sprids gör att Sverige kommer synas oftare, för fler mottagare.





Visit Sweden



Köpt & organiskt

Konkurrensen är stor, i drömma-fasen scannar användarna efter något som triggas.



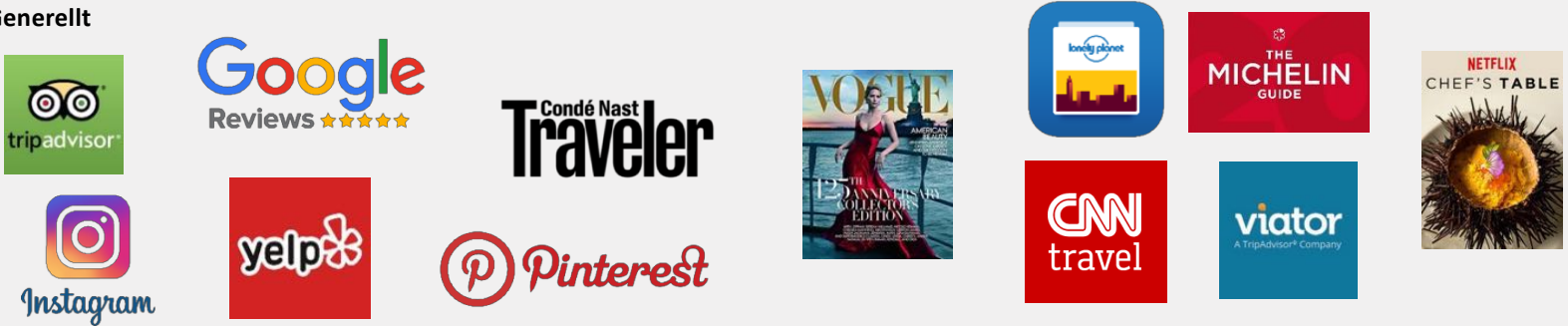
Visit Sweden

Travel cycle



Sök- och inspirationskällor för måltidsresenärer

Generellt



tripadvisor

Google
Reviews ★★★★★

Instagram

yelp

Pinterest

Condé Nast
Traveler

lonely planet

CNN
travel

viator
A TripAdvisor Company

NETFLIX
CHEF'S TABLE

Hamburg




facebook | join our group +

Süddeutsche Zeitung

KITCHEN IMPOSSIBLE

London



London Evening Standard

theguardian

Good Food

the culture trip

SUITCASE

New York



OpenTable®

food network

The New York Times

FOURSQUARE

Visit Sweden

TripAdvisor

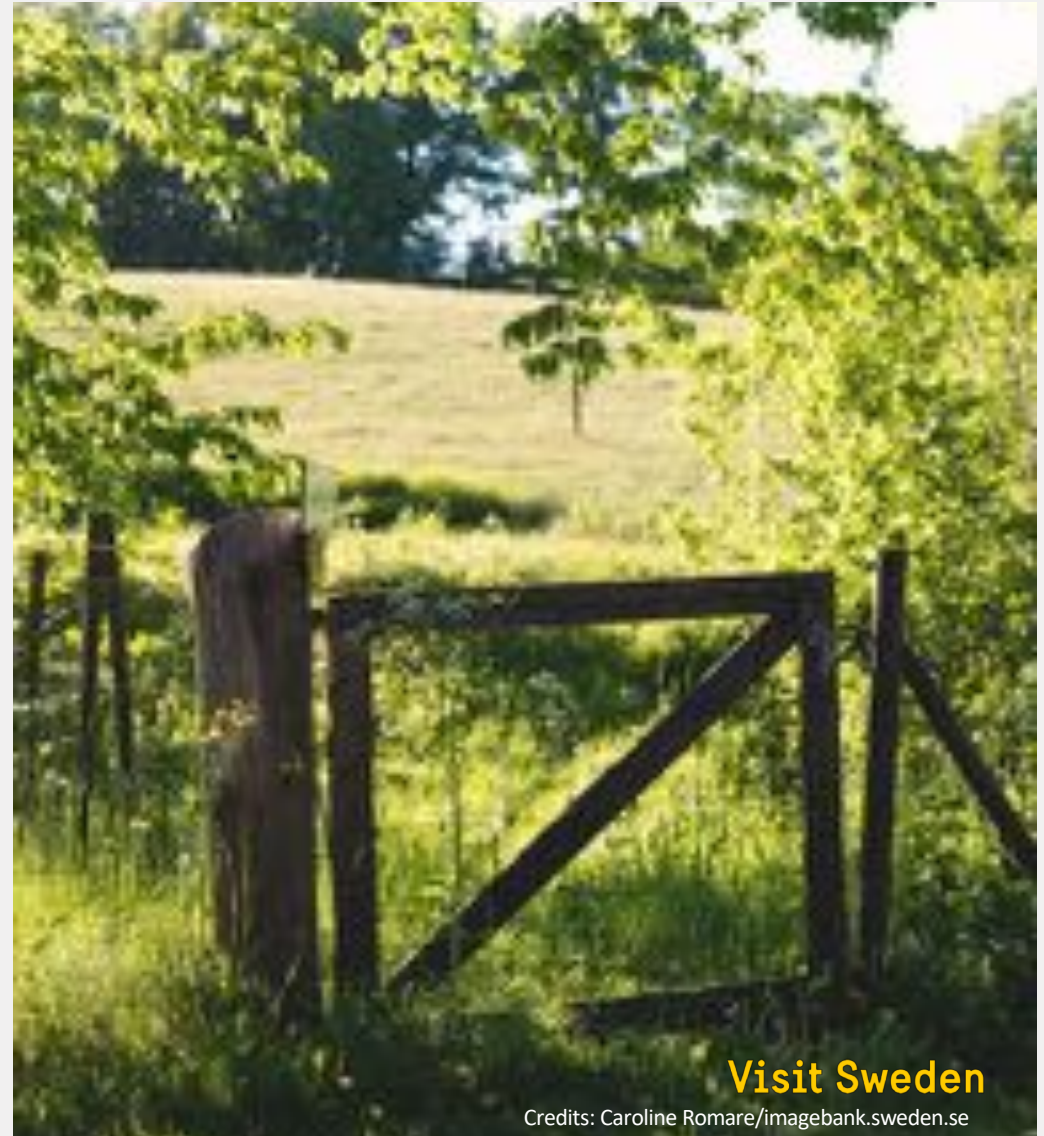


- Världens största resesajt med 390 miljoner unika besökare per månad
- Mer än 435 miljoner omdömen & recensioner från resenärer världen över
- Fler än 7 miljoner listade verksamheter
- Ca 86 % väljer det företag som svarat på omdömen och hamnar högre upp



Hur rankas man?

- Fler omdömen är bättre än färre omdömen
- Nya omdömen är bättre än äldre omdömen
- Bra omdömen är bättre än dåliga omdömen
- Aktivt arbete, (svara på kommentarer, uppdatera bilder osv.) – ger högre rankning

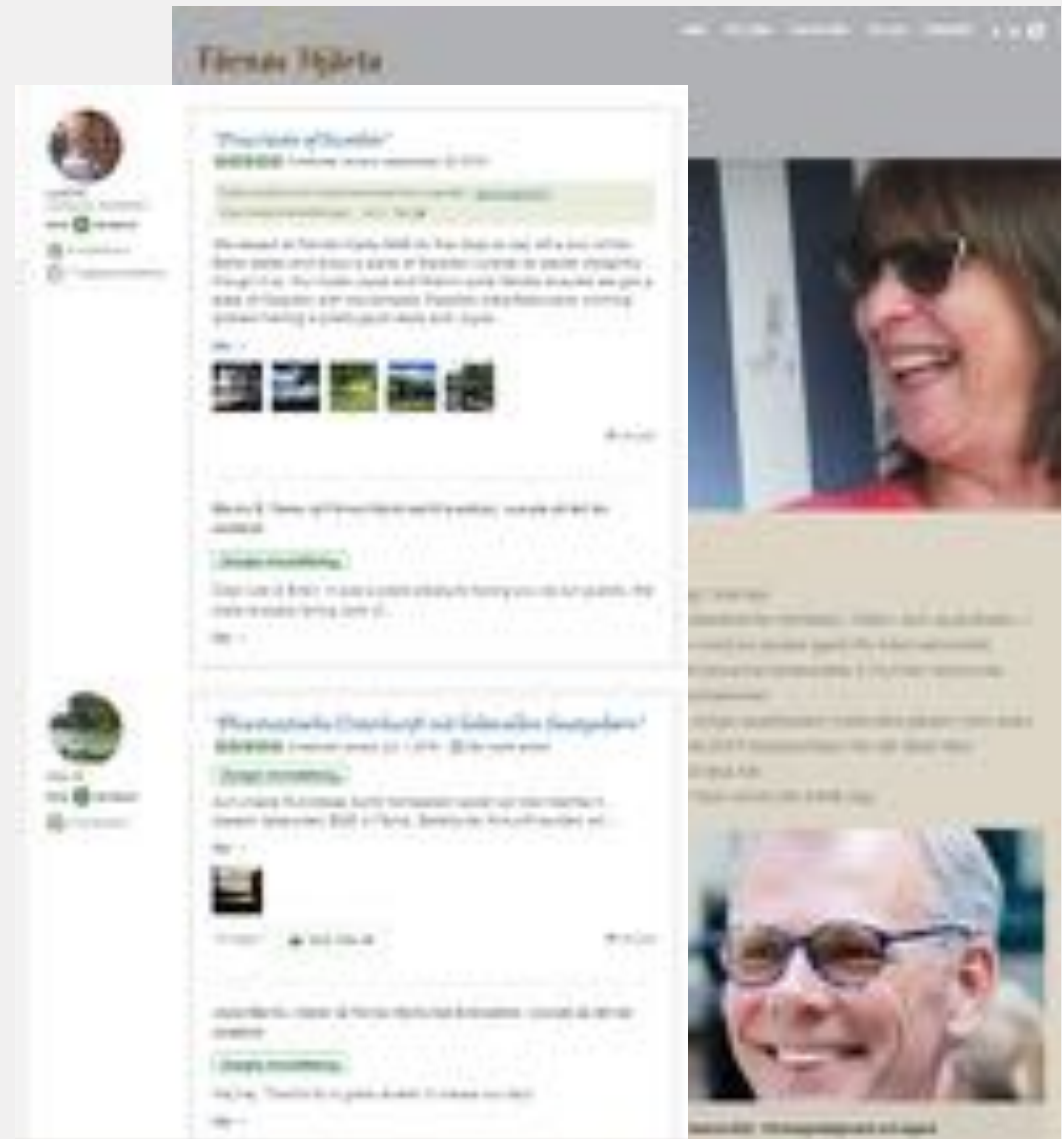


Visit Sweden

Credits: Caroline Romare/imagebank.sweden.se

Varför jobba med TripAdvisor?

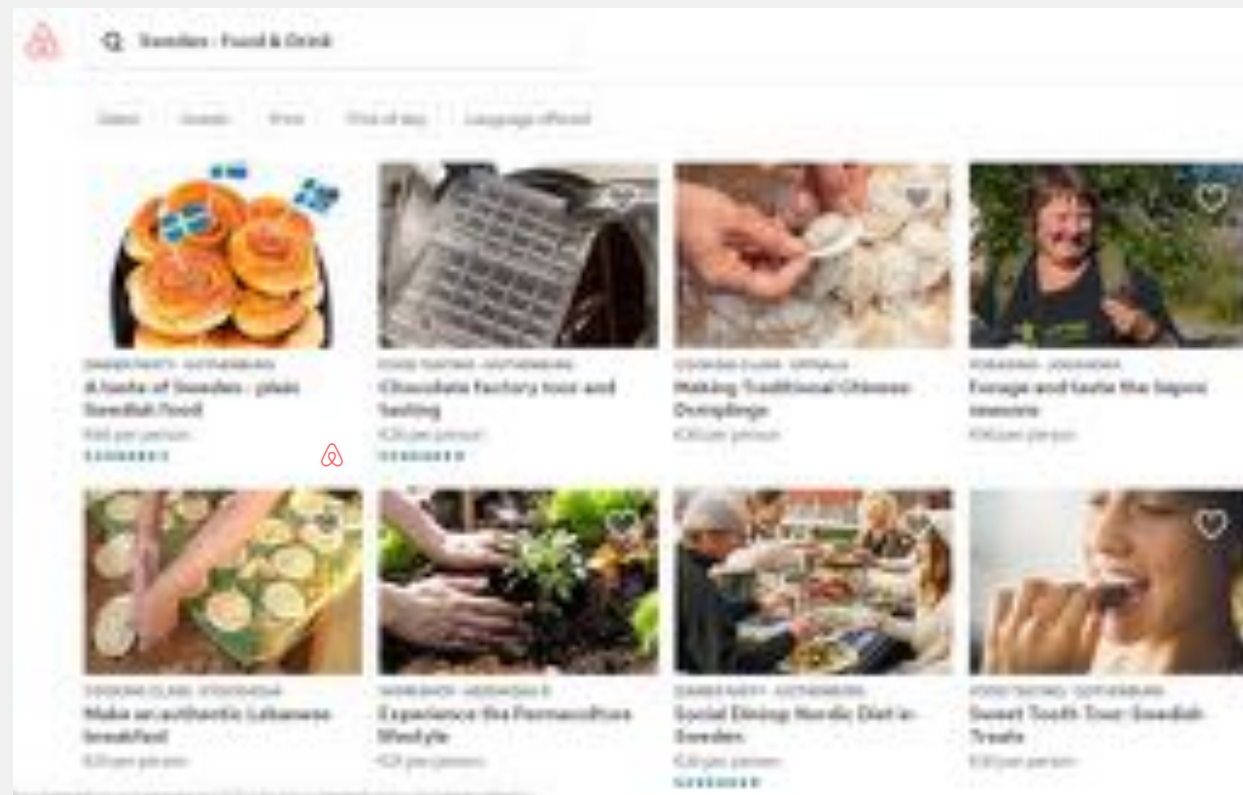
- Stark marknadsföringsinstrument – det är gäster som berättar, inte jag som ägare
- Kostnadsfritt
- Fungerar över hela världen med stor volym
- Kan även använda gästens omdömen på andra kanaler





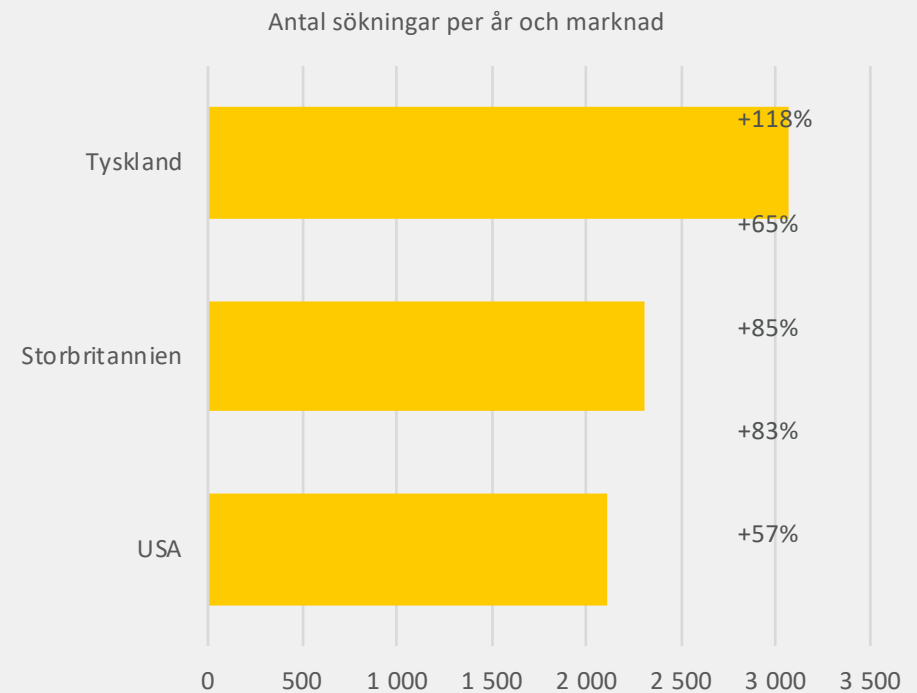
AirBnB: mer än bara boende

Även möjligt att lista upplevelser.
Passa på!

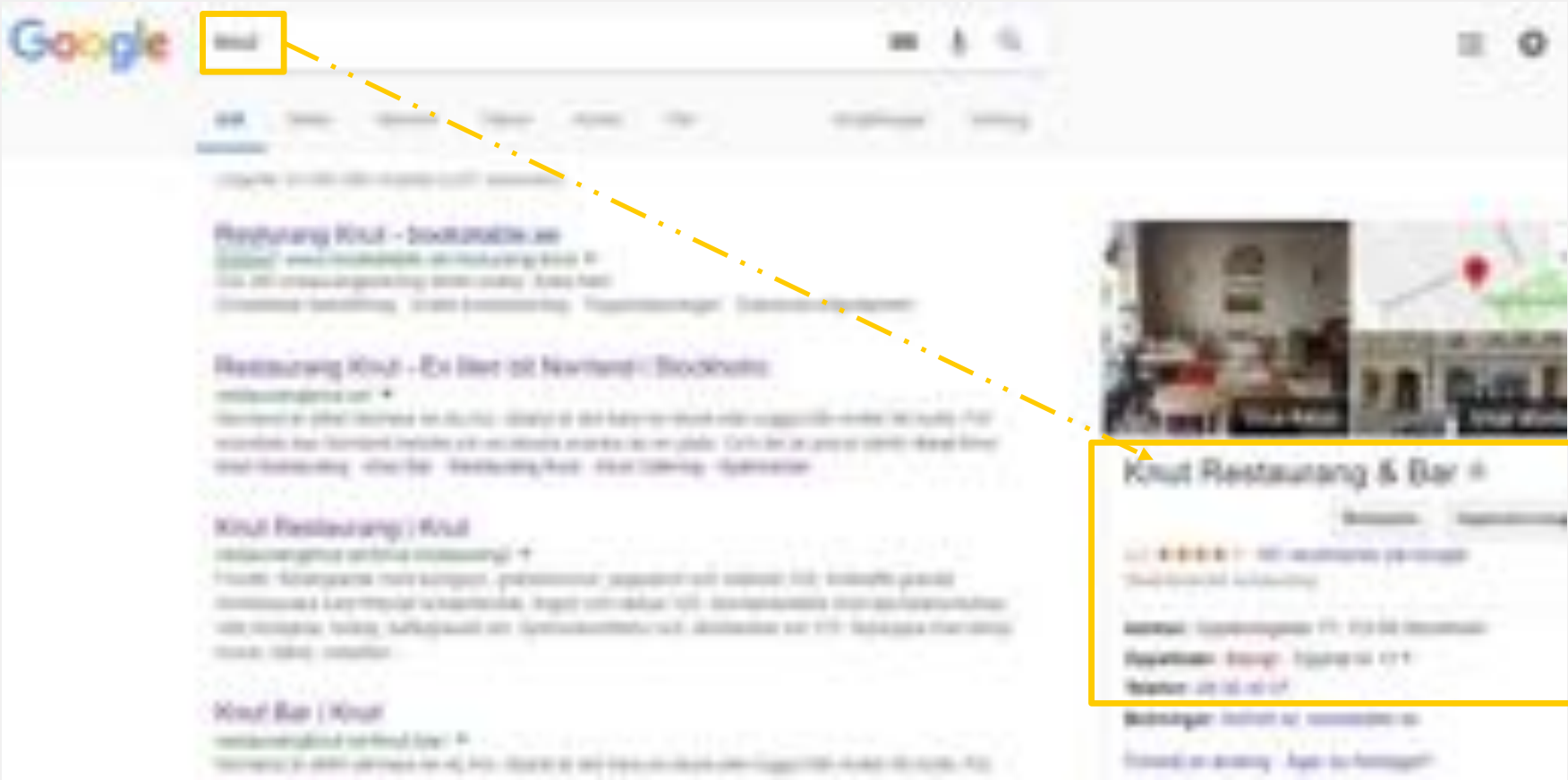


Antalet sökningar på Airbnb fortsätter att öka

Totalt gjordes det ca 12 000 sökningar under 2016 på Airbnb, vilket är en ökning med 83% jämfört med 2015



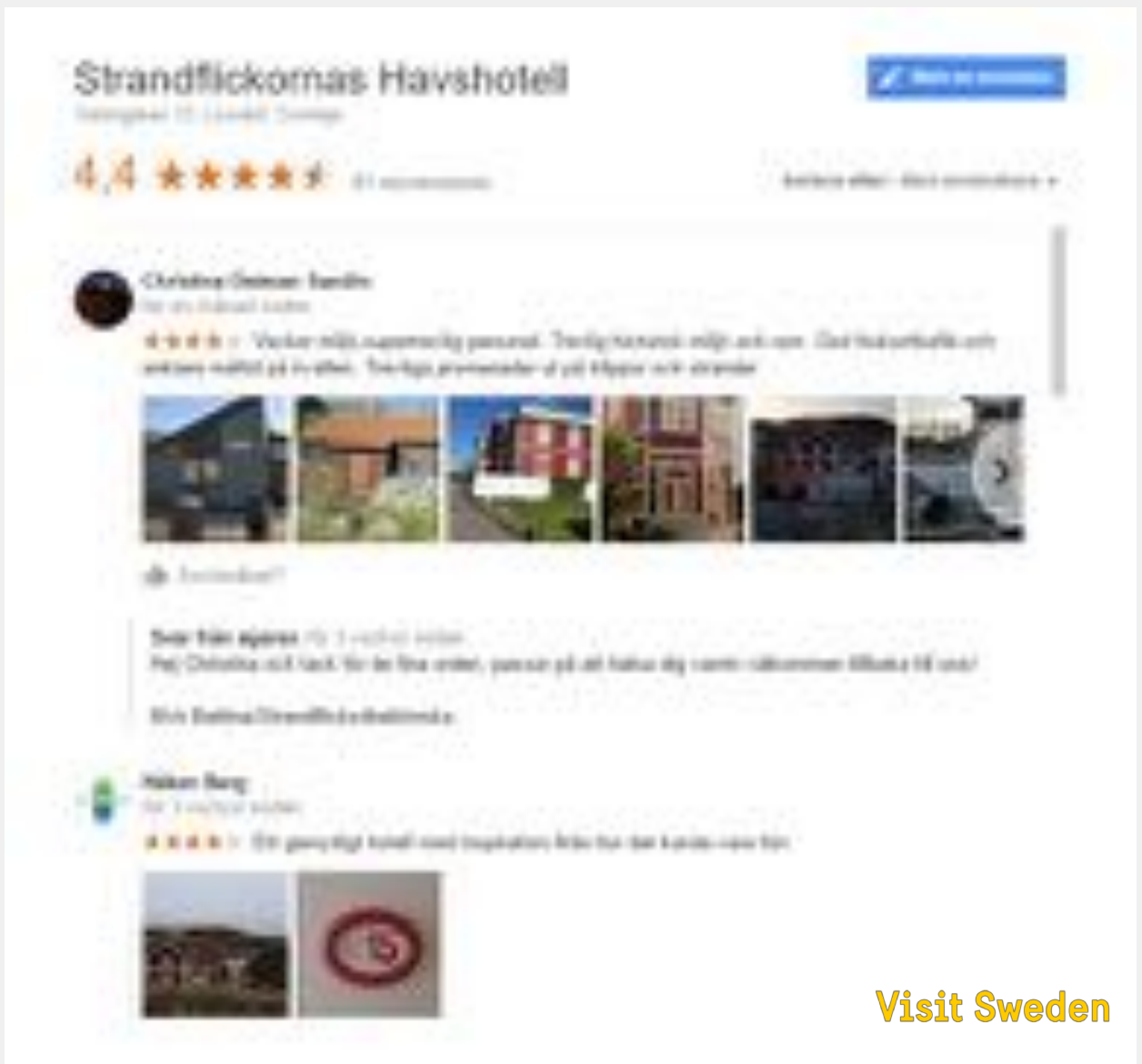
Google My Business



Visit Sweden

Samla in omdömen

Det är besökarna själva som berättar, inte du som företag. Det ökar trovärdigheten och stärker ditt varumärke.



Strandflickornas Havshotell
Strandflickornas Havshotell
4.4 ★★★★★ 41 recensioner

Christina (Gunnar) Sandén
5 ★★★★★
"Vacker miljö, mysig och personlig service. Trevligt närvarande möjlighet att äta på hotellets restaurang och njuta av utsikten. Trevligt personaler på gästlistan och stranden"

Mikael Berg
5 ★★★★★
"Ett gemytt hotell med inspirerande läge för det karibiska resortet"

Visit Sweden

Ta kontroll över ditt Google-konto

Ibland lägger Google själva upp ett företag, dock saknar det då ägare.

Det gäller att du tar kontroll över ditt konto, annars kan du inte svara på kommentarer, lägga till bilder eller uppdatera information.



Strandflickornas Havshotell

WIKIENRÅ

Verifierat

☎ 0023-767136

🌐 <https://www.strandflickorna.se/>

📍 Fårösund

📄 Lägga till företagsprofil

📍 Följ företag till 602 30 cyklar



+28

👤 Följ företag

👤 Lägga till en annan medlem

🔍 Sök efter 2013-2014

1 av 1

👤 Se till att kunderna vet när det är löst!

👤 LÄGG TILL FÖRETAGET



Insikter

Insikter per år (användare till företagsprofil)

11,3 tn

24 %

Starkt

17,7 tn

30 %

Starkt

30 tn

1 000 %

Starkt

👤 VISUERA INSIKTER



Recensioner

Recensioner för företagsprofil

4,4

★★★★

Utmärkt

41

Personer som

besöker

7








Utmärkt

recensioner

👤 VISUERA RECENSIONER

Visit Sweden

Recensioner

Rank	Reviewer	Review	Date
★★★★★		Excellent experience Everything was perfect. I highly recommend. View review	14 Aug 2017
★★★★★		Very good service The hotel staff were very helpful and friendly. View review	13 Aug 2017
★★★★★		Great service Very helpful staff. View review	11 Aug 2017
★★★★★		Excellent service Everything was perfect. I highly recommend. View review	10 Aug 2017
★★★★★		Very good service The staff were very helpful. View review	10 Aug 2017
★★★★★		Very good service Excellent staff. View review	10 Aug 2017
★★★★★		Very good service The staff were very helpful and friendly. View review	10 Aug 2017

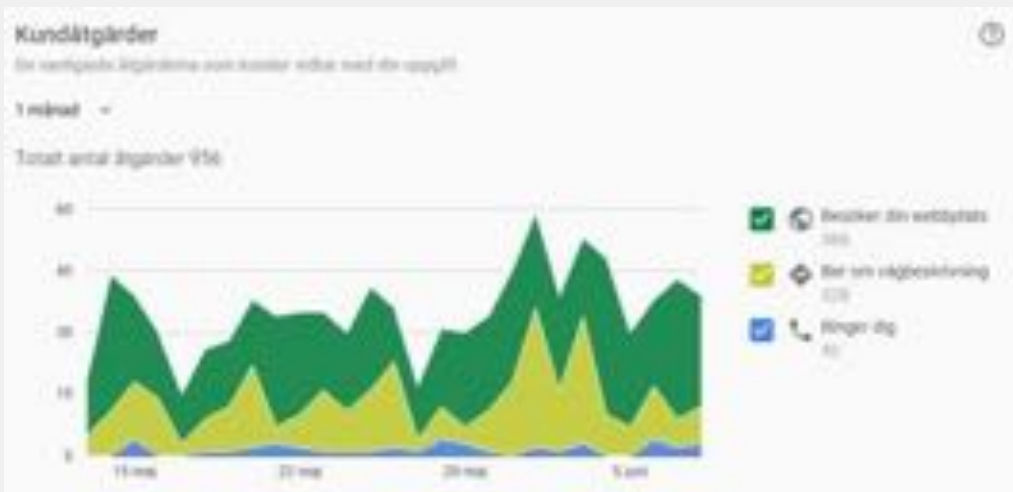
Visit Sweden

Svara på omdömen

Tacka för omdömet - en chans att välkomna besökaren tillbaka.
Ex. "Kom gärna tillbaka i vår när vi har..."



Kostnadsfria insikter på Google



Visit Sweden

Sammanfattningsvis: Vad kan jag göra?

- Sök på din verksamhet på Google, sociala medier, Tripadvisor, både från dator och mobil, vad kommer upp?
→Använd "incognito mode"
- Gör en plan för hur du kommer att arbeta med digital kommunikation och **planera in tid för att göra det**



Visit Sweden

Foto: Per Pixel Petersson/imagebank.sweden.se

Dog sledding – a memory for life

Dog Sledding

Musher for a day (Wednesdays at 9.00 – 15.00) 3 500 SEK/person

This tour is suitable for those who live an active life and want to run your own dog sled for a whole day. It runs in hilly terrain over mountains, down in valleys, over marshes and ice lakes. The tour is a bit more demanding than our shorter rides so it is good if you have a little fitness so you can help the dogs on the uphill. You do not need to have any prior experience of dog sledding to complete the tour.

The tour starts when you arrive at the kennel where you are welcomed by our guide that takes you to the room where you can borrow clothes, shoes and gloves. Then you go to the dogs where the guide gives you a detailed description of how to drive dog sledding. You help to brace the dogs in the teams. You run your own team during the tour. During the tour we make a longer stop where we make a fire and eat lunch.

RESTAURANT

Do you long for a peaceful lunch or a tasty dinner? Welcome to the restaurant. There is room for 45 guests. The hall is spacious and has high ceilings and best of all, in addition to the very tasty food, the large windows provide a soothing view of the river.

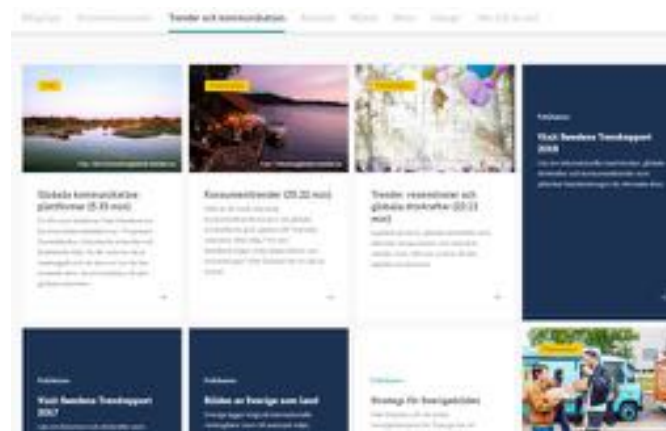
At the restaurant we serve local specialities. All food is cooked from the ground by local ingredients such as salmon from our own wildlife area. The restaurant is fully licensed. During the summer we have a summer café with coffee, ice cream and always homemade coffee. It is also in the restaurant that our hotel guests eat our breakfast. The buffet breakfast is open 7.30-10.00.

Diskussionsfrågor

- Hur skapar ditt företag helhetsupplevelser idag?
- Var skulle ni kunna bli starkare?
- Vilka hinder finns – och hur kan de undanröjas?



corporate.visitsweden.com/kunskap/



Visit Sweden

Tack!

Rachel Rau

rachel.rau@visitsweden.com

Visit Sweden