

Konkurransesituasjonen i

England

Rapport mars 2025



Innholdsfortegnelse

- 1 Introduksjon
- 2 Norges posisjon og konkurransesituasjonen i England
- 3 Metode



*Trykk på overskriftene for å
komme til avsnittet*

1. Introduksjon

1. Introduksjon

Målgruppeundersøkelsen tar utgangspunkt i feriene til de aktive reisende siste 3 år

Målgruppen for undersøkelsen er «aktive reisende». Det er personer som har vært på ferie i utlandet siste 3 år, og som er interessert i å reise til utlandet (Europa i USA) de kommende 3 år. De må være interessert i å oppleve mer enn kun sol og strand på en ferie i utlandet.

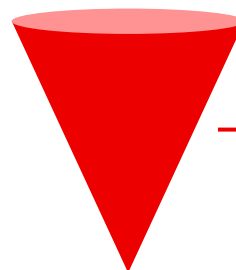
Dette er den samme måten å avgrense målgruppen på som er brukt i reisebarometeret og i målgruppeundersøkelsen i 2017.

Målgruppen for undersøkelsen



Hele befolkningen

Merk: Kun utvalgte geografiske områder i USA, Frankrike, Spania og England



De som reiser utenlands

(ikke «kun» sol/strand)

Målgruppeundersøkelsen er basert på kartlagte reiser med detaljert data



1 / 9

land/marked: Danmark, Sverige, Tyskland, Nederland, Frankrike, Spania, Italia, **England** og USA



1 349 / 13 086

respondenter/intervju



3 752 / 33 270

feriereiser siste 3 år



1 504 / 15 239

Kartlagte reiser med detaljert data (segmenteringsgrunnlag)

Engelske reisende

Alle reisende

Datainnsamling og avgrensning

Datainnsamlingen ble gjennomført i desember 2023 og januar 2024. Analysene er gjennomført med aktive reisende.

Respondentene har dokumentert faktiske ferier de har vært på, og prioriteringer de vil gjøre dersom de skulle reist på en lignende, ideell utgave av ferien til samme reisemål, med samme reisefølge og til samme tid av året igjen.

For at få et datamateriale som er relevant for norsk reiseliv, har vi prioritert opp ferier i Norge og ferietyper som utgjør en relativt liten andel av det totale markedet for ferier i utlandet; skiferier, sport og aktive ferier, helse og velvære, kulinariske reiser, vandreferier, sykkelferier og adventure/eventyrferier.

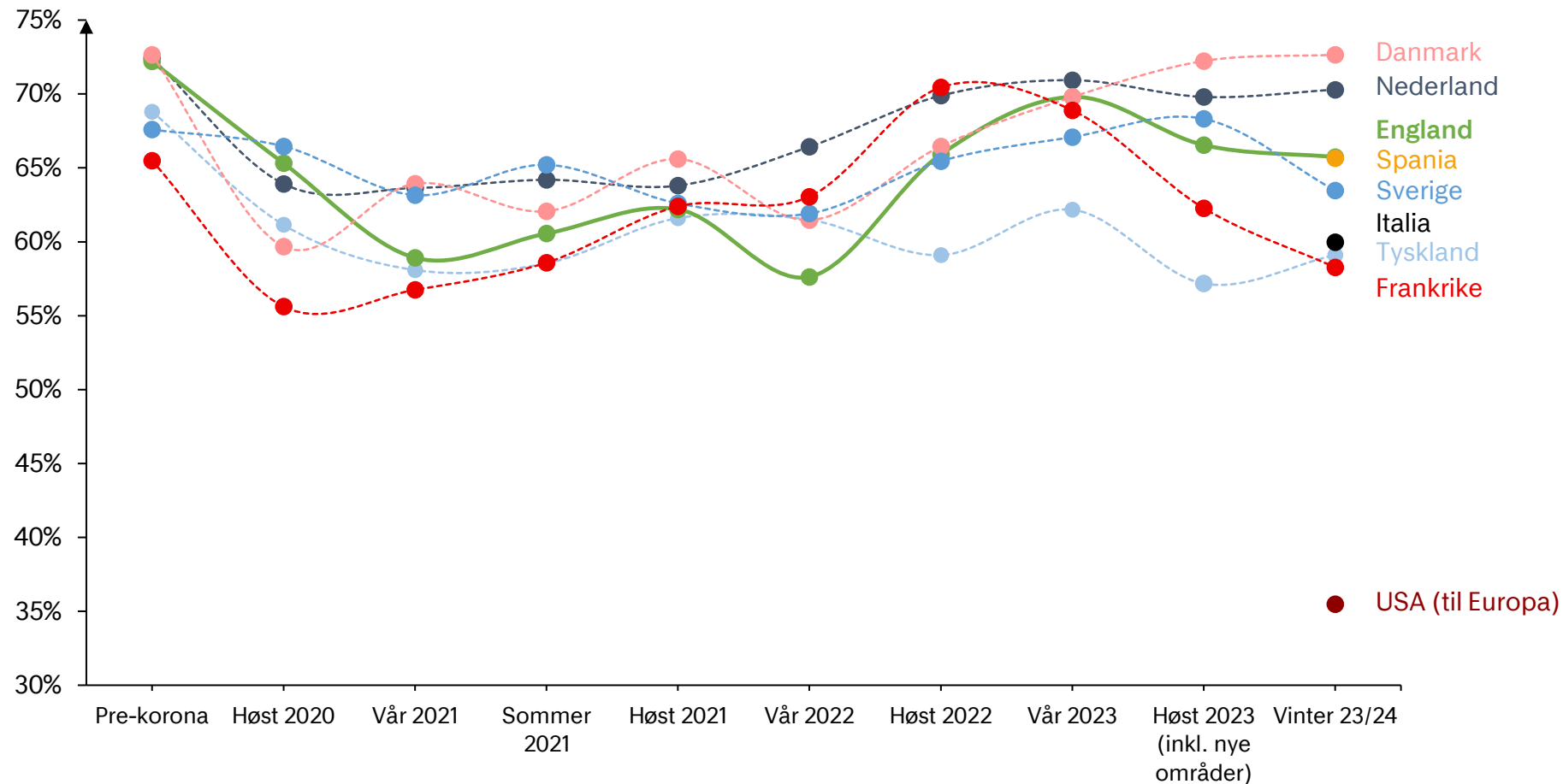
1. Introduksjon

Fremdeles færre aktive reisende enn før pandemien

2 av 3 i den engelske befolkning er i målgruppen aktive reisende (66%).

Sammenlignet med før pandemien har andelen aktive reisende falt fra 73% til 66%.

Andelen har variert gjennom perioden; våren 2022 var England det markedet med den laveste andelen aktive reisende, mens landet i dag ligger omtrent på midten, sammenlignet med de øvrige markedene.



Hele befolkningen



Innovasjon
Norge

Engelske reisende



23% / 31%
18 - 34 år

51% / 37%
35 - 54 år

26% / 33%
55+ år



37% / 35%
Øverste
inntektsgruppe



4,5 / 3,9
Antall reiser
(Europa)



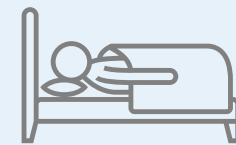
35% / 35%
Andel pakkereise



28% / 32%
Kun ektefelle/ partner

38% / 34%
Med barn

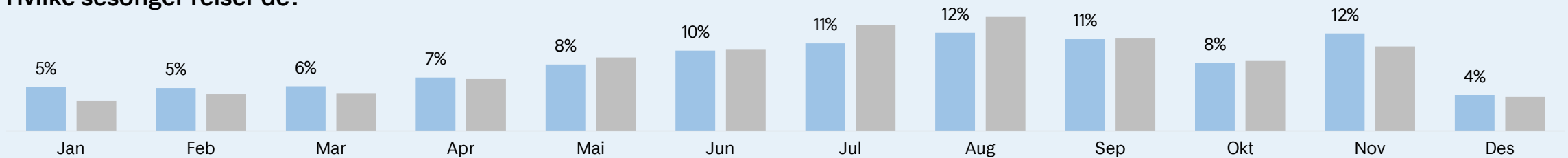
20% / 22%
Med venner



71% / 70%
Korte ferier
1-7 overnattinger

31% / 30%
Lange ferier, 8 eller flere
overnattinger

Hvilke sesonger reiser de?



Oppsummering av funn



NORGES POSISJON

Norge står sterkt som cruisedestinasjon i England, og cruise er allerede en populære måte å oppleve Norge på blant engelske turister i dag.

Naturopplevelser og eksklusive opplevelser er viktig for engelske reisende, særlig blant de litt eldre segmentene i Kultur & Natur og Sosial Kultur.



GJERNE TRYGT, ORGANISERT OG KOMFORTABELT

Engelskmenn er opptatt av komfort og godt organiserte reiser, de reiser mer på cruise og organiserte turer enn andre. De er mer opptatt av sightseeing og trygghet på ferie, sammenlignet med flere andre europeiske markeder.

Det er også stor interesse for naturferier i kombinasjon med å oppleve kultur og historie.



BRITISKE TURISTER HAR HØYT FORBRUK

Britiske turister har høyere forbruk enn gjennomsnittet på ferie i Norge, de har betalingsvilje for tilrettelagte opplevelser, både sommer og vinter.

På norgesferien kombinerer de gjerne natur- og kulturopplevelser. Fjorder, midnattssol og nordlys er blant Norges sterkeste kort i dette markedet.



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i England



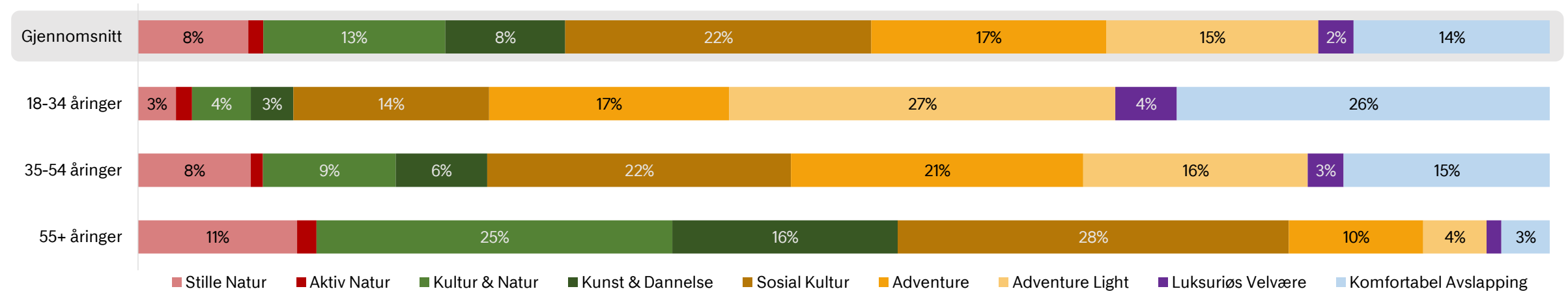
Målgruppene har ulik størrelse og betydning i ulike aldergrupper

I England er nesten 1 av 4 overnattinger på ferier i målgruppen Sosial Kultur. Sosial Kultur er størst i aldersgruppene fra 35 år og oppover, men betydelig mindre i gruppen under 35 år. I aldersgruppen under 35 år er mer enn halvparten av alle overnattingene på feriene i Adventure Light og Komfortabel Avslapping. Aldersgruppen fra 35-54 er midt i mellom de yngste og eldste, og er nær gjennomsnittet for markedet totalt sett.

Segmentene har svært ulik betydning i de ulike aldersgruppene. Dette er ikke et fenomen som er unikt for England, dette mønsteret gjelder på tvers av markeder.

Målgruppenes størrelse (antall overnattinger)

Målgruppenes andel av overnattinger på feriereisene i fordelt på aldersgrupper



*Prosentatsene under 2% er skjult fra grafen.

2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i England

Ferien skal være avslappende

Grafen viser hvilke kvaliteter og egenskaper som er viktig for flest reisende på ferie i utlandet. De eldste har vært på færre ferier, men de har flere forventninger og har lengre oppholdstid per ferie.

Sightseeing og avslapping er viktig for alle.

De unge er mer eventyrlystne, reiser i større grad på eventyrferier og prioriterer høyere en hyggelig atmosfære og der det er mulig å ha det moro. De yngste er også mer opptatt av at ferien skal ha elementer av luksus og nytelse. Avslapping er viktig også for de yngste.

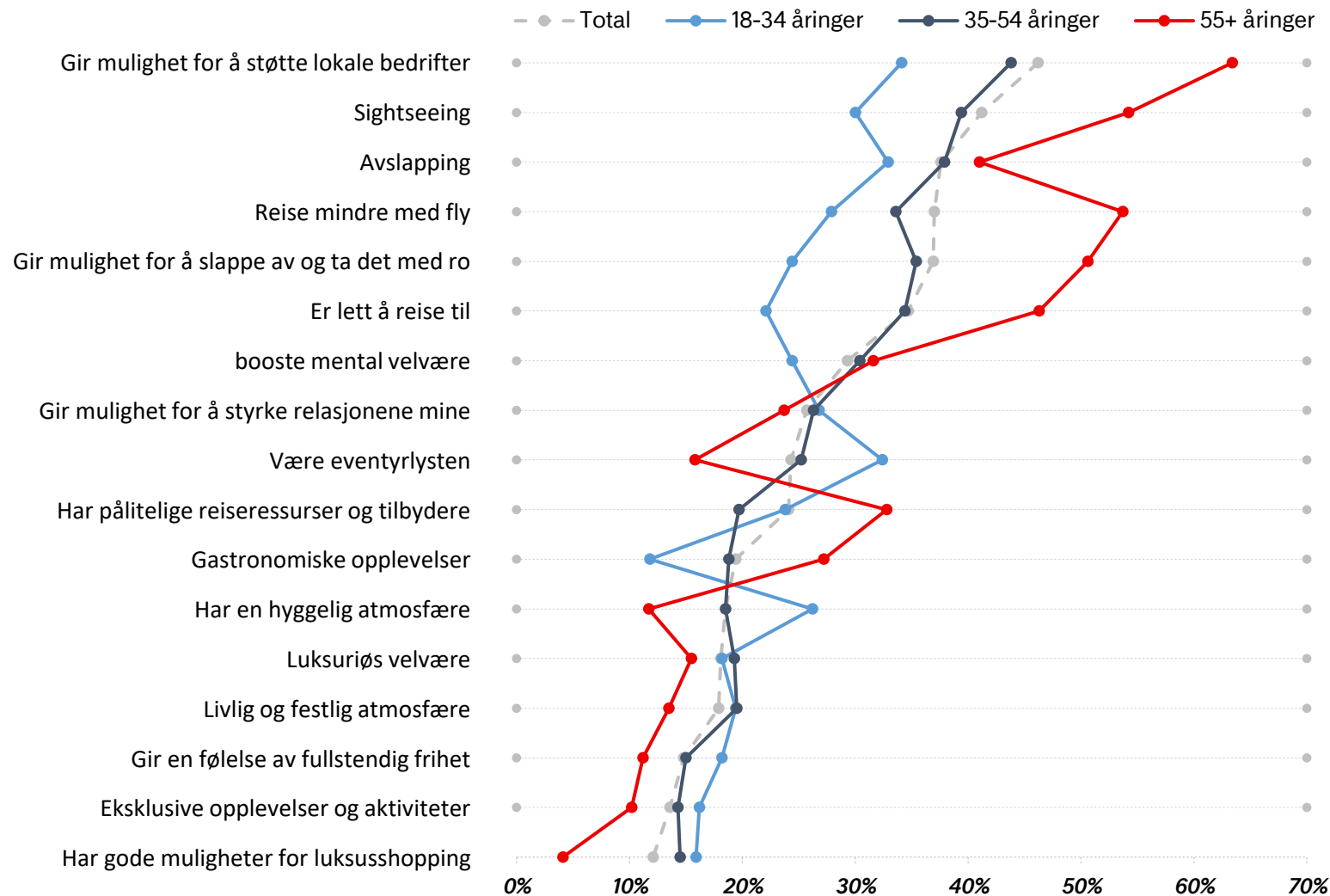
De eldste er mer interessert i kultur og historie, og opptatt av at ferien skal være en anledning til å utvide horisonten, lære og vokse.

Halvparten av de mellom 35 og 54 år reiser med barn på ferien. De er mer opptatt av at ferien skal være et avbrekk fra hverdagen og gi påfyll av energi. Lokal mat og drikke topper aktivitetslisten.



Hvilke kvaliteter, egenskaper, mennesker og karakteristikker skal ferieopplevelsen ideelt sett ha på denne ferien?

Andelen av feriereisende som har angitt egenskapen



1 av 10 har vært i Norge siste 3 år



4 av 10 aktive reisende har litt eller noe kjennskap til Norge og/eller har vært i Norge på ferie tidligere.

Det er flere som har kjennskap til Norge, og som har feriert i Norge tidligere i England enn i Frankrike, Spania og Italia. Kjennskapen er høyere enn i Nederland, men det er flere som har besøkt Norge i Nederland enn i England.

Det er betydelig flere i aldersgruppen over 55 år som har vært i Norge tidligere.



Aktive reisende

Engelske reisende

100%

Snittet for de ni landene undersøkelsen ble gjennomført

100%



Personer som vet noe/veldig mye om og/eller har vært på ferie i Norge

41%

47%



Personer som har vært på ferie i Norge tidligere

16%

28%

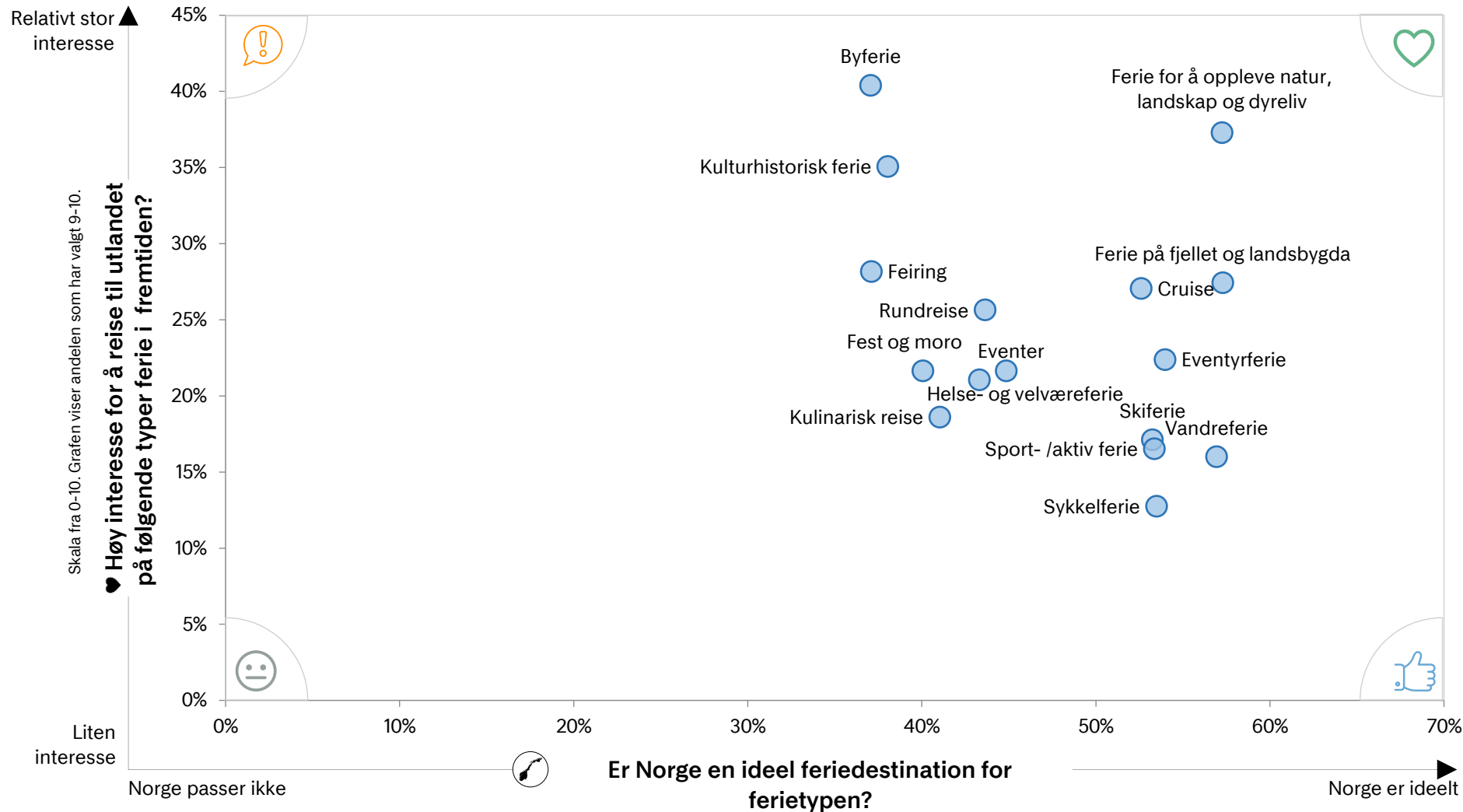


Personer som har vært på ferie i Norge i løpet av de siste 3 årene

3%

4%

Potensialkart for Norge i det engelske markedet



Potensialkartet viser hvilke typer ferier engelskmenn er interessert i å reise på i fremtiden, og hvilke de vurderer som ideelle på en norgesferie. Her er det kun Norge som er vurdert, ikke andre mulige reisemål.

Grafen viser kun svar for de som er svært interessert i ferietypen. Ferier som plasserer seg i øvre høyre hjørne har både høy interesse i markedet og Norge oppfattes som et ideelt reisemål.

Potensialet for Norge er størst for naturferier. 57 prosent mener at Norge er ideelt, og 37 prosent er svært interessert i naturferier.

Nesten 1 av 3 engelskmenn mener at Norge passer til de ferier de er interessert i å reise på. Engelskmenn er gjennomgående positive til ferier i Norge.



Norge assosieres først og fremst hvor man kan oppleve natur, landskap og dyreliv, vandre i fjellet eller stå på ski

Korrespondansekartet viser hvilke destinasjoner (land) som assosieres med ulike typer ferier. Jo nærmere ferietyper og land ligger på kartet, dess sterkere assosiasjoner er det mellom disse to. Byferie ligger svært tett på Nederland, det betyr at engelskmenn i stor grad assosierer Nederland med byferier.

Norge ligger nær ski-, natur-, vandre-og fjellferier, og er langt unna kulturhistoriske ferier og byferier. Dess lenger unna en ferie ligger i kartet, dess svakere er assosiasjonen til Norge for den ferietypen, når de kan velge mellom mange ulike destinasjoner.

Norge ligger nærmest Canada, Finland og Sveits. Det betyr at disse landene ligner mest på Norge, i forhold hvilke ferier som passer i landene.



Mer enn 1 av 3 har høy interesse for å reise på naturferier

Grafen viser andelen av de aktive reisende som er interessert i ulike typer utenlandsferier i tiden som kommer.

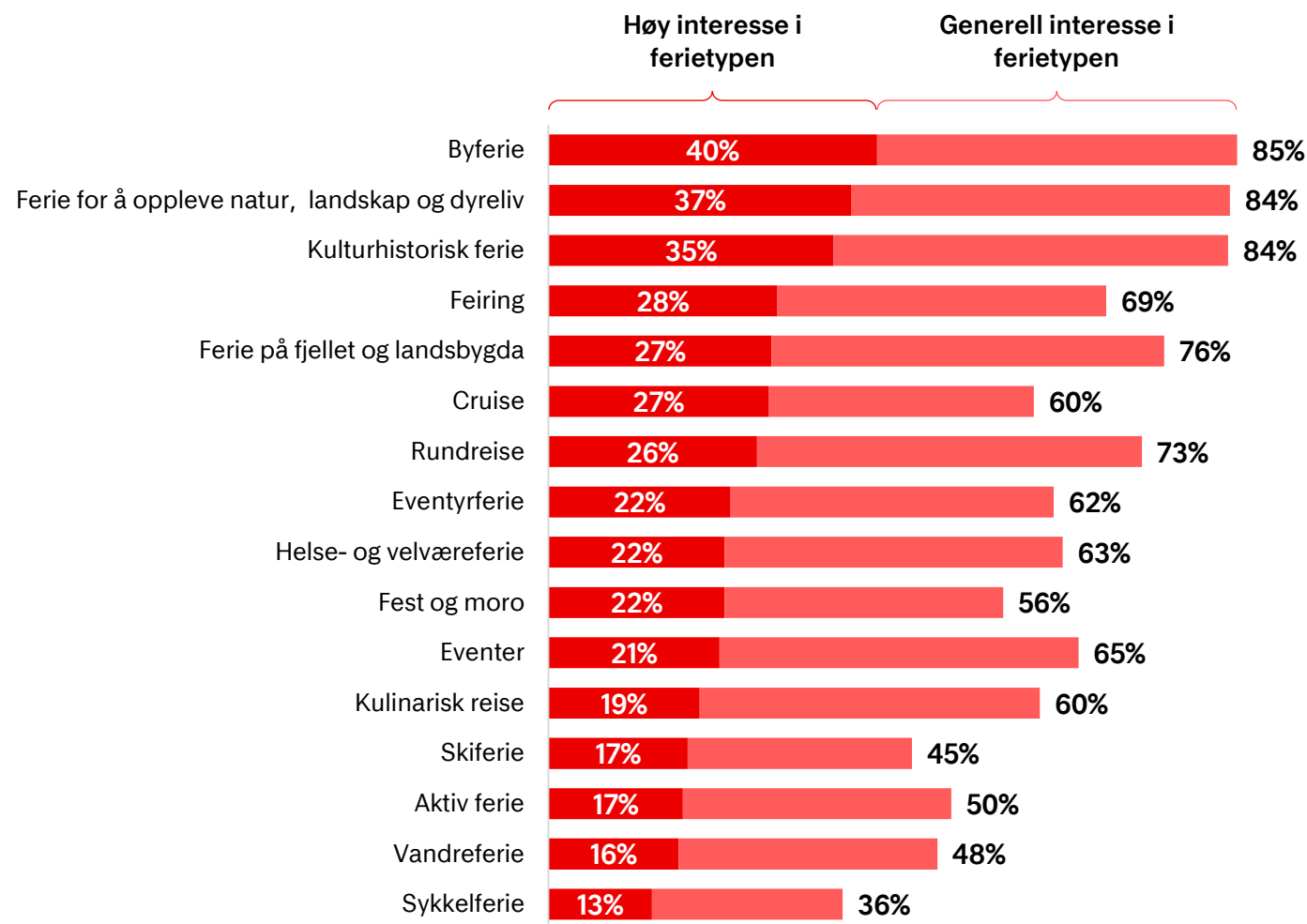
Den mørkerøde viser andelen som er svært interessert i ferietypen. Det betyr at de har valgt 9 eller 10, på en skala fra 0-10.

Det er høyest interesse for byferier etterfulgt av naturferier og kulturhistoriske ferier. Det er også svært mange engelskmenn som vil reise til utlandet for å feire jubileum, reunions og lignende.

Engelskmenn er over gjennomsnittet interessert i alle typer ferier, med unntak av vandreferier og kulinariske ferier. De er spesielt mer interessert i byferier og cruise. Norge er særlig godt posisjonert for cruiseferier i England.



Andel av de aktive reisende som har generell interesse (har valgt 6, 7 eller 8) og høy interesse (har valgt 9 eller 10) for en type ferie i utlandet i fremtiden (har valgt 9 eller 10)



41 prosent av kjenner til eller har vært på ferie i Norge



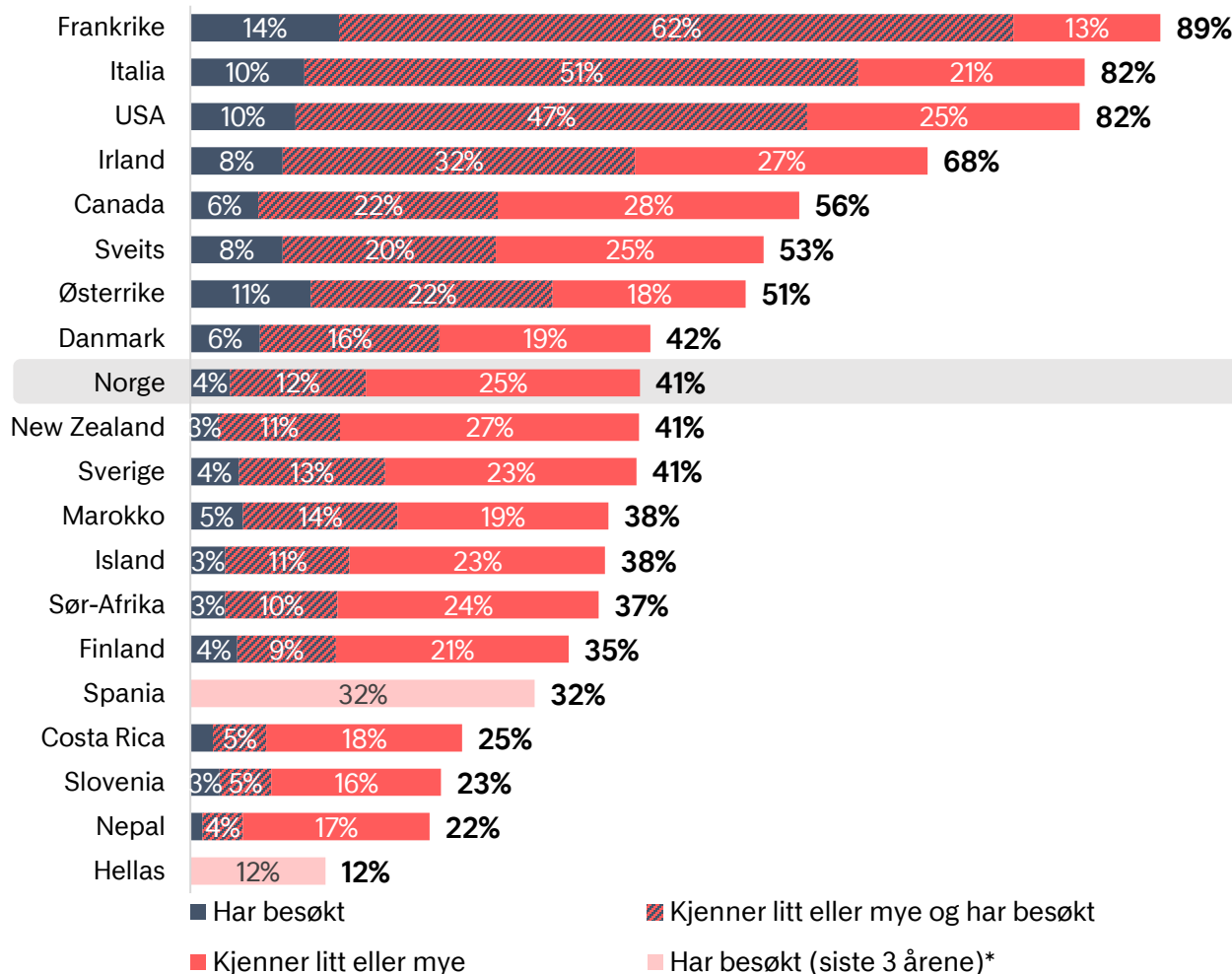
Grafen viser hvor stor andel av de aktive reisende i England som kjenner til de ulike landene som reisemål og/eller har besøkt landene tidligere.

I undersøkelsen er det brukt en fast liste med land, på tvers av markeder og ferietyper, for å kunne sammenligne Norges posisjon mot et bredt spekter av konkurrenter. Alle landene i grafen til høyre, bortsett fra Spania og Hellas, er med i denne listen. Spania og Hellas kommer med i grafen fordi det er svært mange som har besøkt disse landene de siste 3 årene. For disse landene er det kun målt besøk siste 3 år, ikke tidligere besøk eller kjennskapsnivå.

Frankrike, Italia og USA har høyest kjennskap. Det er også disse landene flest har vært på ferie tidligere.

Av de destinasjonene som ligner Norge mest (side 14), er det kun Finland som har lavere kjennskapsnivå og færre som har besøkt landet, enn Norge.

Andel av de aktive reisende som kjenner eller har besøkt destinasjonene



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i England

Norge topper listen over land som egner seg for cruiseferier

Figuren viser i hvor stor grad en destinasjon assosieres med ulike former for ferier. Her kan respondentene velge mellom en rekke ulike land, og krysse av kun for de landene de mener egner seg for en slik ferie.

Destinasjonene er rangert fra 1-19, der 1 er den destinasjonen som i størst grad assosieres med ferietypen, og 19 er den destinasjonen som i minst grad forbindes med ferietypen.

Når engelskmenn skal velge mellom flere mulige land som passer til en ferie, forbinder de Norge først og fremst med cruise, vandreferie, fjellferier og naturferier. Norge egner seg også for skiferier, men her kommer Norge bak destinasjonene i Alpene.

Merk at det kun er de som har høy interesse for ferietypen (9-10) som svarer. De må også kjenne til eller ha besøkt landet, for å svare på hvilke ferier de forbinder med et bestemt land.



Aktive reisende med kjennskap til destinasjonen og høy interesse (9-10) for ferietypen



Hvilke destinasjoner assosieres med ulike typer ferier?

Oversikten viser assosiasjonene til de med høy interesse (9-10)* for ferieformen.

	Norge	Østerrike	Canada	Costa Rica	Danmark	Finland	Frankrike	Island	Irland	Italia	Marokko	Nepal	New Zealand	Slovenia	Sør-Afrika	Sverige	Sveits	USA	Spania
Cruise	1	17	12	11	9	5	15	10	19	4	14	18	8	13	7	6	16	2	3
Vandreferie	3	5	6	15	18	11	10	2	4	9	13	16	7	17	14	12	1	8	-
Ferie på fjellet eller i landsbygda	4	1	3	18	19	14	8	6	9	7	16	12	5	13	17	15	2	10	11
Oppleve natur, landskap og dyreliv	6	11	2	16	18	9	13	4	8	12	17	14	3	19	1	10	7	5	15
Skiferie	7	2	3	17	12	8	5	10	16	4	13	18	11	14	15	6	1	9	-
Eventyrferie	7	12	4	9	19	10	18	3	16	11	8	15	5	17	2	14	13	1	6
Byferie	9	7	13	18	5	11	1	15	2	3	12	19	17	14	16	6	10	8	4
Helse og velvære ferie	11	9	7	19	16	13	5	2	18	4	15	6	8	17	10	14	3	12	1
Sykkelferie	12	5	9	18	14	4	2	11	3	7	13	17	1	16	8	6	15	10	-
Kulinarisk reise	14	17	12	18	13	10	2	15	9	1	5	3	8	7	6	11	16	4	-
Fest og moro	14	17	9	10	12	19	5	13	3	6	11	18	8	15	4	16	7	2	1
Rundreise	15	12	3	11	14	19	4	9	8	6	13	17	2	18	5	16	10	1	7
Kulturhistorisk ferie	16	6	9	17	7	19	2	14	5	1	4	11	15	18	13	10	12	8	3
Sport-/aktiv ferie	16	9	2	13	17	12	1	11	5	8	10	15	6	14	4	18	7	3	-
Events	17	7	10	18	4	11	3	13	6	9	5	19	12	16	8	14	15	1	2
Feiring	18	15	5	7	13	19	3	8	10	2	14	17	6	12	4	16	9	1	11

* Figuren viser den relative rangeringen mellom destinasjonene som er valgt som benchmark i spørreskjemaet.
"-" angir celler med for få respondenter til å rangere.

Norge er ikke blant topp 5 land for naturferier i England

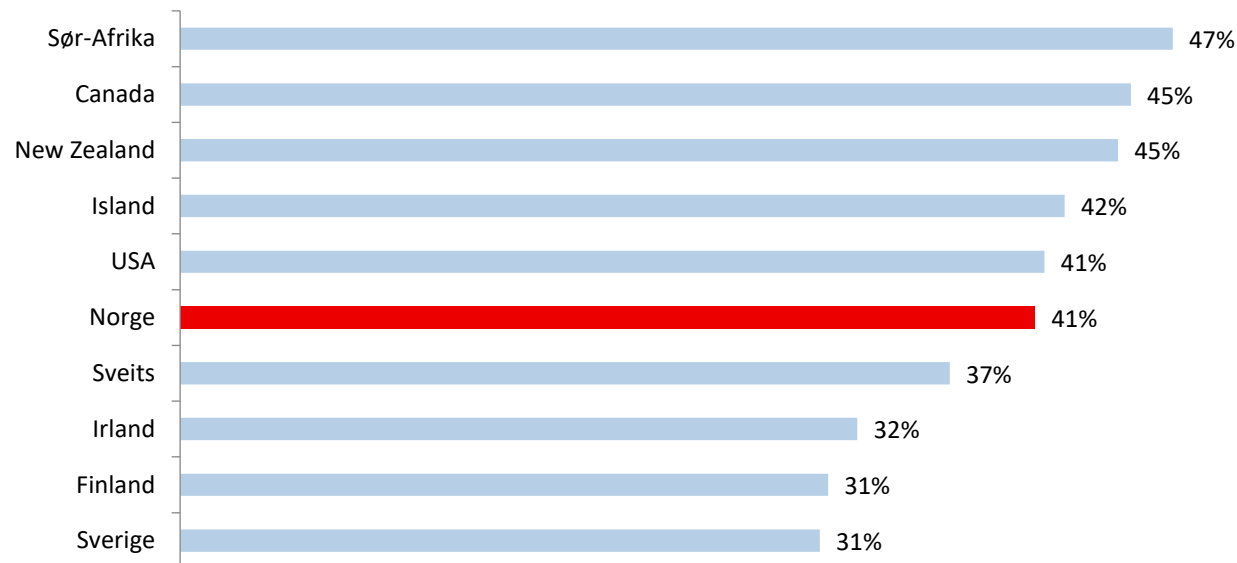


Figurene viser andelen med høy interesse for naturferier, som har svart at de assosierer denne typen ferier med disse landene. De har kun fått opp land i listen som de kjenner til eller har besøkt.

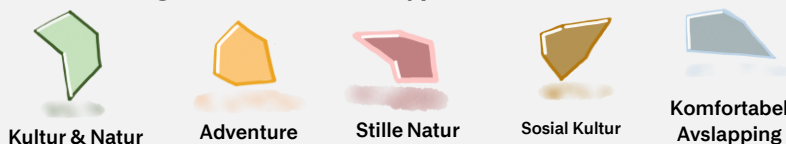
4 av 10 mener Norge egner seg godt for en naturferie. Det er den høyeste andelen av alle målte ferietyper. Norge kommer på andre plass for denne ferietypen på tvers av alle marked. Norge er lavere på listen i England. Foran Norge på listen er det, med unntak av Island, kun engelskspråklige destinasjoner. Sør-Afrika, Canada og New Zealand er alle en del av The Commonwealth of Nations. Samvelde-nasjonene kommer høyere opp i rangeringen i England, enn i de øvrige markedene, for flertallet av ferietypene. Det gjelder særlig for natur- og aktive ferier.

I underkant av 8 av 10 naturferier er i Kultur & Natur (29%) og Adventure (17%), Stille Natur (16%) og Sosial Kultur (15%).

I hvilken grad forbindes ett land med ferie for å oppleve natur, landskap og dyreliv



Største segmenter for ferietypen er...



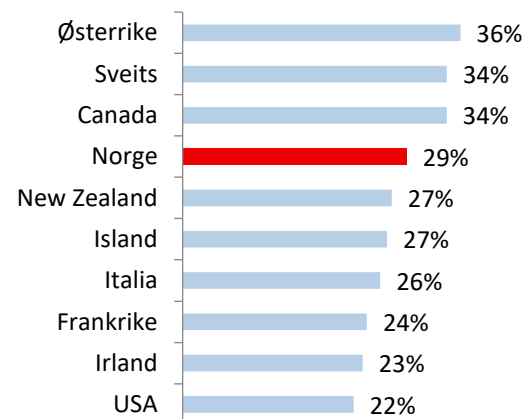
47%
... har høy
interesse for å
reise på
ferietypen



Norge er godt egnet for fjell- og vandreferie, men havner bak alpelandene for skiferier

Sveits og Østerrike topper listen over land som egner seg både for fjell- og skiferier. Sveits topper også listen over vandredestinasjoner. Fjellferier og cruiseferier er like store, og det er en like stor andel som mener Norge egner seg. Selv om Norge er høyere på listen over vandredestinasjoner, er det en større andel av de interesserte som mener Norge passer for en fjellferie. Mer enn 8 av 10 fjellferier er i målgruppene Kultur & Natur (26%), Stille Natur (23%), Sosial Kultur (20%) og Adventure (16%). For vandreferier er Kultur & Natur (40%) dominerende, etterfulgt av Stille Natur (29%) og Adventure (22%). Aktiv Natur (40%) er størst for skiferier, etterfulgt av Stille Natur (18%) og Adventure Light (18%).

I hvilken grad forbindes ett land med ferie på fjellet eller i landsbygda



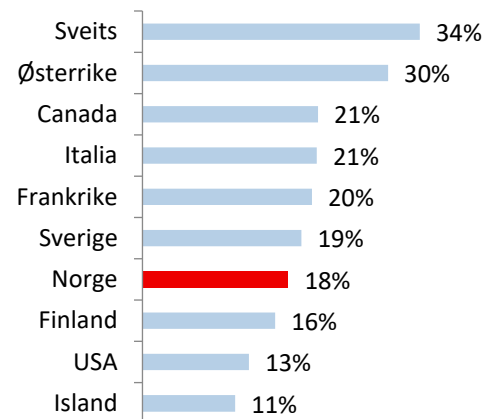
Største segmenter for ferietypen er...



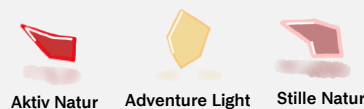
27%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med skiferie



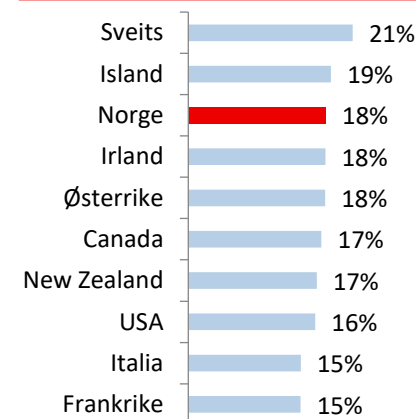
Største segmenter for ferietypen er...



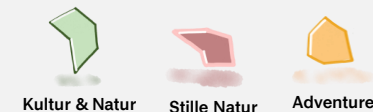
17%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med vandreferie



Største segmenter for ferietypen er...



16%

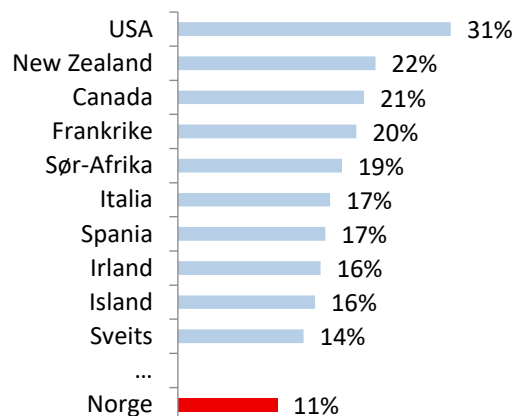
... har høy interesse for ferietypen



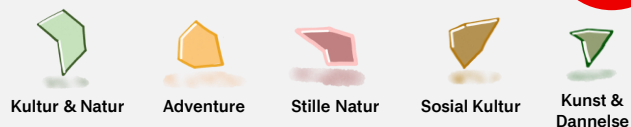
Norge topper listen over land som passer for cruiseferier, og er med på topp 10-listen for eventyrferier

Norge topper listen over destinasjoner som egner seg for cruise. Britene er mer interessert i cruiseferier enn gjennomsnittet, og hele 28 prosent av dem som er interessert mener Norge er godt egnet. Nesten halvparten av cruiseferiene er i Sosial Kultur (24%) og Adventure (23%). Det er stor overlap i landene som topper listen over eventyrferier naturferier. Det er engelskspråklige land i tillegg til Island og Spania. Eventyrferier er mer populært i de yngre aldersgruppene, derfor er det segmentene som er viktigst for de yngste som er størst for eventyrferier; Komfortabel Avslapping (23%), Adventure Light (22%) og Adventure (21%). Norge er ikke på topp 10-listen for rundreiser. Det er kun Island av de nordiske destinasjonene som når opp. I underkant av halvparten av rundreisene er i Kultur & Natur (26%) og Adventure (21%).

I hvilken grad forbindes ett land med rundreise



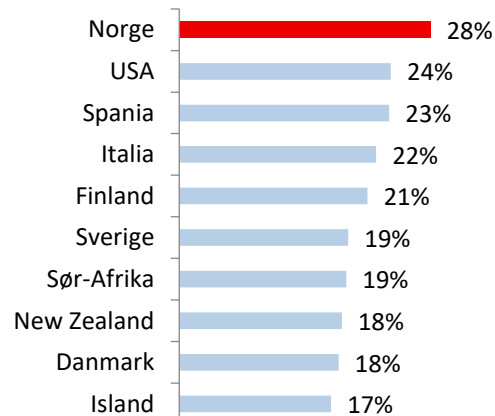
Største segmenter for ferietypen er...



26%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med cruise



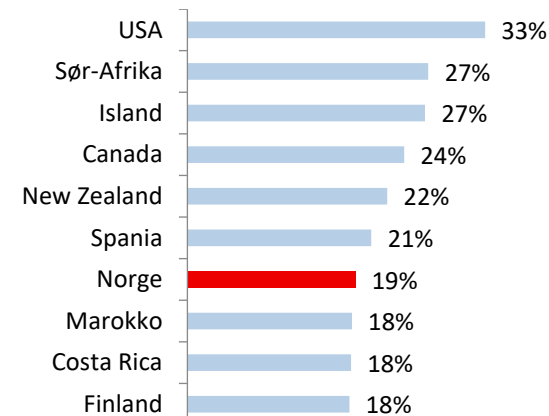
Største segmenter for ferietypen er...



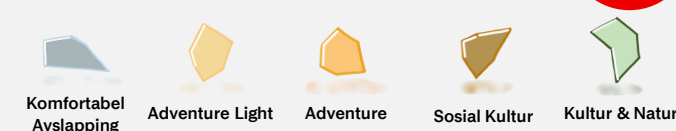
27%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med eventyrferie



Største segmenter for ferietypen er...



22%

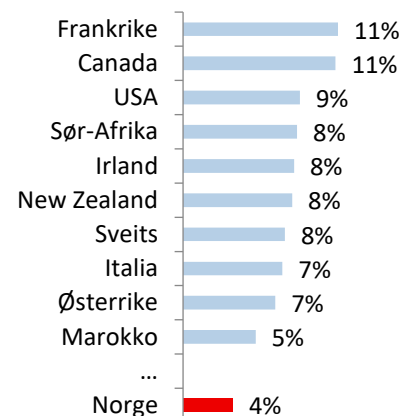
... har høy interesse for ferietypen



Norges står svakere som destinasjon for andre fysisk aktive ferier, helse og velvære

Av disse ferietypene er det høyest interesse for helse og velvære ferier. Her topper Spania listen foran Island. Island står sterkere i England enn i mange markeder. Island ligger foran Norge på naturferier, eventyrferier, rundreiser, vandreferier og feiringer, mens Norge er foran Island på cruise-, fjell-, by- og skiferier. Norge er på topp 10 for helse og velvære, men er utenfor listen både for sport-/aktive ferier og for sykkelferier. 6 av 10 ferier for helse og velvære er i Adventure Light (25%), Adventure (20%) og Stille Natur (15%). For sport-/aktiv er Adventure (24%) størst, etterfulgt av Stille Natur (18%), Adventure Light (18%) og Sosial Kultur (16%). Sykkelferier er Adventure (44%), Adventure Light (20%) og Komfortabel Avslapping (19%).

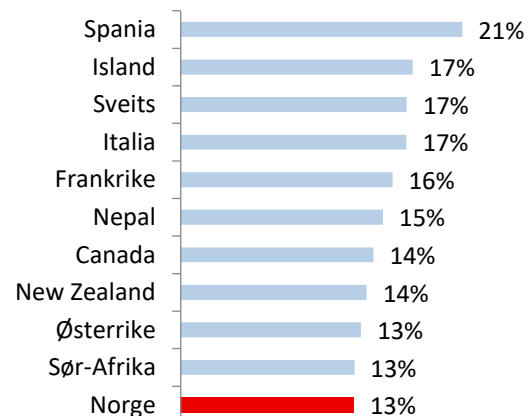
I hvilken grad forbindes ett land med sport-/aktiv ferie



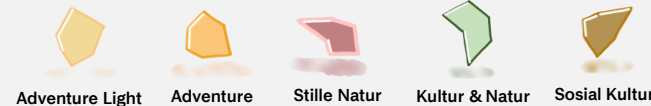
Største segmenter for ferietypen er...



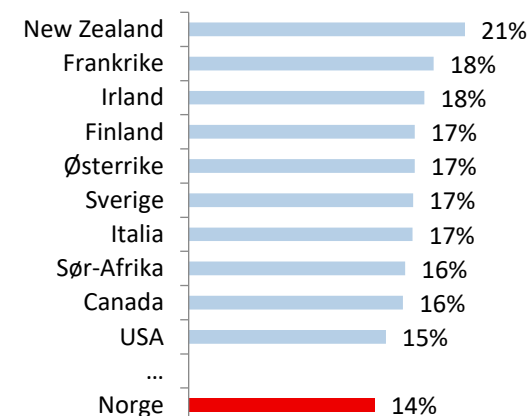
I hvilken grad forbindes ett land med helse og velvære



Største segmenter for ferietypen er...



I hvilken grad forbindes ett land med sykkelferie



Største segmenter for ferietypen er...

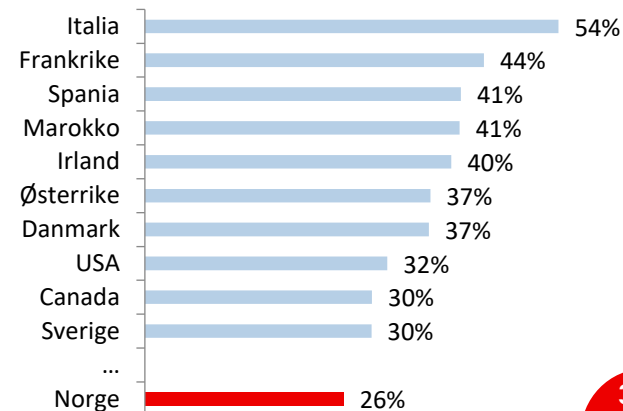


Engelskmenn er mest interessert i byferier i fremtiden



4 av 10 som er interessert i byferier, assosierer Norge med byferie. Det er på samme nivå som for naturferier. Det er mange land med sterkere assosiasjoner til byferier enn Norge. Både Danmark og Sverige ligger foran. Byferier er den klart største ferieformen i England de siste 3 årene, med mer enn dobbelt så mange ferier som neste ferietype. Det er stor interesse også for kulturhistoriske ferier, og nesten 1 av 5 er interessert i å reise utenlands på en kulinarisk reise. Sosial Kultur (28%) er det klart viktigste segmentet for byferier, etterfulgt av Kunst & Dannelse (23%) og Komfortabel Avslapping (14%). For kulturhistoriske ferier er nesten 8 av 10 ferier i Kultur & Natur (23%), Kunst & Dannelse (23%), Sosial Kultur (19%) og Adventure (13%). Det er flest unge som er interessert i kulinariske reiser. Adventure Light (27%) topper, foran Adventure (22%) og Sosial Kultur (19%).

I hvilken grad forbindes ett land med kulturhistorisk ferie

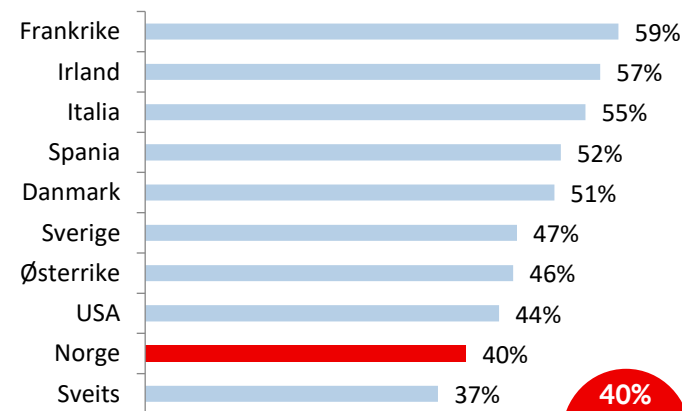


Største segmenter for ferietypen er...

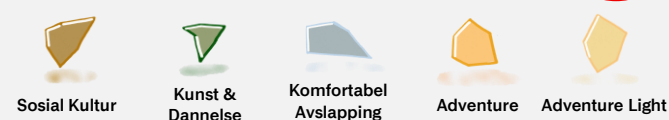


35%
... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med byferie

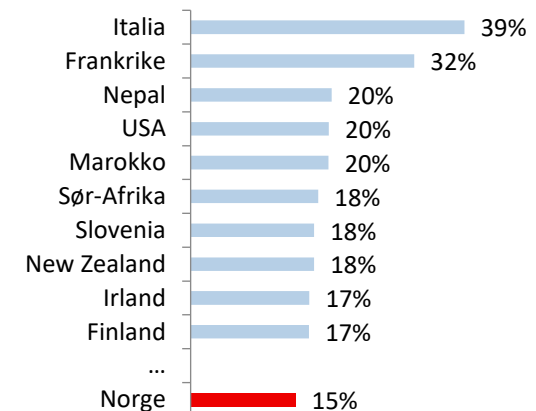


Største segmenter for ferietypen er...



40%
... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med kulinarisk ferie



Største segmenter for ferietypen er...



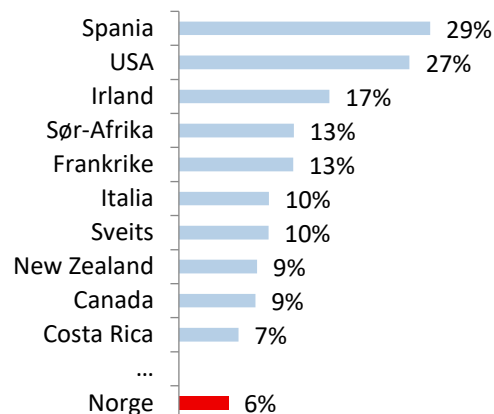
19%
... har høy interesse for ferietypen



Norge er ikke et reisemål for fest og moro

Norge er utenfor topp 10-listen for fest og moro, events og feiringer og jubileum. For feiringer er det bare Finland som ligger under Norge på listen, her havner Norge som nummer 18 av 19. For event er det kun Costa Rica og Nepal som ligger bak Norge på listen, og for fest og moro er Norge nr. 14, både Sverige og Finland ligger under Norge. Fest og moro er definitivt ikke noe som forbindes med en ferie i Norden. Sosial Kultur, Adventure og Adventure Light er topp 3 segment for alle disse ferietypene.

I hvilken grad forbindes ett land med fest og moro



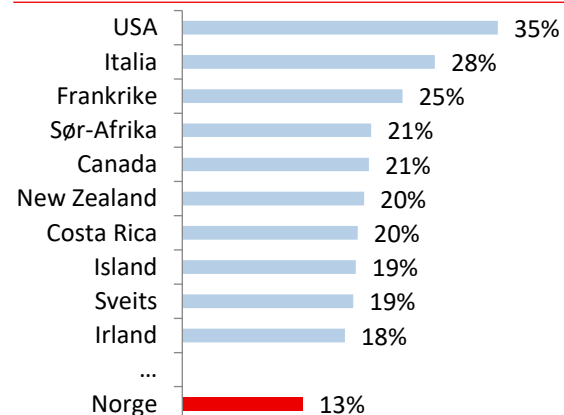
Største segmenter for ferietypen er...



22%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med feiringer



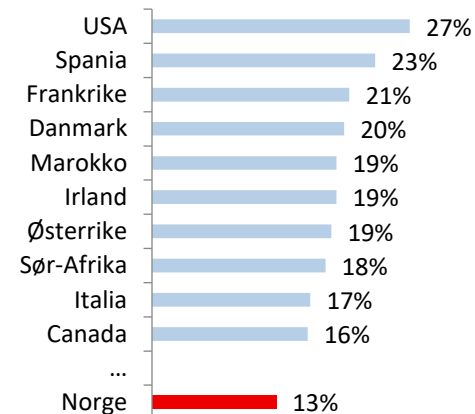
Største segmenter for ferietypen er...



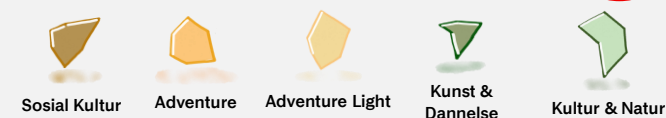
28%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med events



Største segmenter for ferietypen er...



21%

... har høy interesse for ferietypen

A wide-angle landscape photograph of a Norwegian fjord. In the foreground, a green grassy field slopes down towards a paved road. A white bus is driving on the road. The fjord water is a deep blue, reflecting the sunlight. Steep, rocky mountains with patches of green vegetation rise from the water's edge. In the background, more jagged mountain peaks are visible under a clear sky.

3. Metode

Metode og avgrensning



9

land/markeder: Danmark, Sverige, Tyskland, Nederland, Frankrig, Spanien, Italien, UK og USA



13 086

respondenter



33 270

feriereiser



15 239

reiser med detaljert data
(segmenteringsgrunnlag)

Hva bygger analysene på?

Datainnsamlingen fant sted i desember 2023 og januar 2024. Analysene er gjennomført med aktive reisende. Det er personer som har vært på ferie siste 3 år, og som er interessert i å reise til utlandet (Europa i USA) de neste 3 årene. De skal også være interessert i å oppleve mer enn sol og strand.

For at kun få mest mulig informasjon om Norge, har vi prioritere opp ferier i Norge, samt følgende typer ferier: Skiferier, sport og aktive ferier, helse og velvære, kulinariske reiser, vandreferier, sykkelferier og adventure.

Hvordan har målgruppene blitt til?

Respondentene har dokumentert faktiske ferier de har vært på, og prioriteringer de vil gjøre dersom de skulle reist på en lignende, ideell utgave av ferien til samme reisemål igjen.

I analysen av de 15 239 feriene som er kartlagt, ble det identifisert 27 utsagn (emosjonelle behov/sosial identitet), som samlet sett fanget opp variasjonen i datamaterialet mellom ulike typer ferier. Disse 27 utsagnene ble deretter supplert med de mest distinkte aktivitetene og funksjonelle egenskapene. Utsagn om bærekraft og samfunnsnytte viste lite variasjon mellom ulike ferier, og egnet seg derfor ikke som segmenteringsvariabler.

I analysearbeidet er det testet ut mange ulike statistiske metoder. Metoden som ble brukt, er en latent klasseanalyse, hvor de 27 utsagnene (emosjonelle behov/sosial identitet) har fått høyere vekt.

Segmenteringen ble gjennomført i to trinn, fordi det var store forskjeller i aktivitetsnivået på feriene (en del av feriene hadde langt færre aktiviteter og behov). De distinkte aktivitetene og funksjonelle egenskapene ble varierte i hvert trinn, for å differensiere mer mellom feriene med lavest aktivitetsnivå.

Innovasjon Norge

Pb. 448 Sentrum, 0104 Oslo
Grev Wedels plass 9,
0151 Oslo

Tlf: (+47) 22 00 25 00

www.innovasjonnorge.no

Epinion

Ryesgade 3F
2200 Copenhagen N
Denmark

T: (+45) 87 30 95 00

E: copenhagen@epinionglobal.com

www.epinionglobal.com

Gyger

Sigrid Oterholm Hoem

T: (+47) 90 78 77 80

E: sigrid@gyger.no



Epinion



Foto: Fredrik Ahlsen, Maverix / Visitnorway.com