

Konkurransesituasjonen i

# Frankrike

Rapport mars 2025



**Epinion**



# Innholdsfortegnelse

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



Trykk på overskriftene for å  
komme til avsnittet



An aerial photograph of a Norwegian fjord. In the foreground, a rocky, moss-covered cliff edge is visible on the left. The fjord is a deep blue, surrounded by steep, jagged mountains with patches of green vegetation. A small village with red-roofed houses and a green football field is situated on a peninsula in the lower right. The sky is blue with scattered white clouds.

# 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. I tillegg må de være interessert i å oppleve mer enn kun sol og strand på en utenlandsferie.

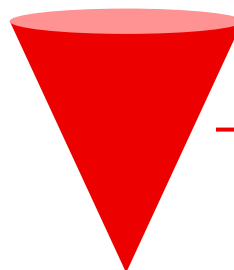
Dette er den samme måten å avgrense målgruppen på som brukes i reisebarometeret og i målgruppeundersøkelsen i 2017.

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



1 302 / 13 086

respondenter/intervju



2 980 / 33 270

feriereiser siste 3 år



1 446 / 15 239

Kartlagte reiser med detaljert data (segmenteringsgrunnlag)

Franske reisende

Alle reisende

## Datainnsamling og avgrensning

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

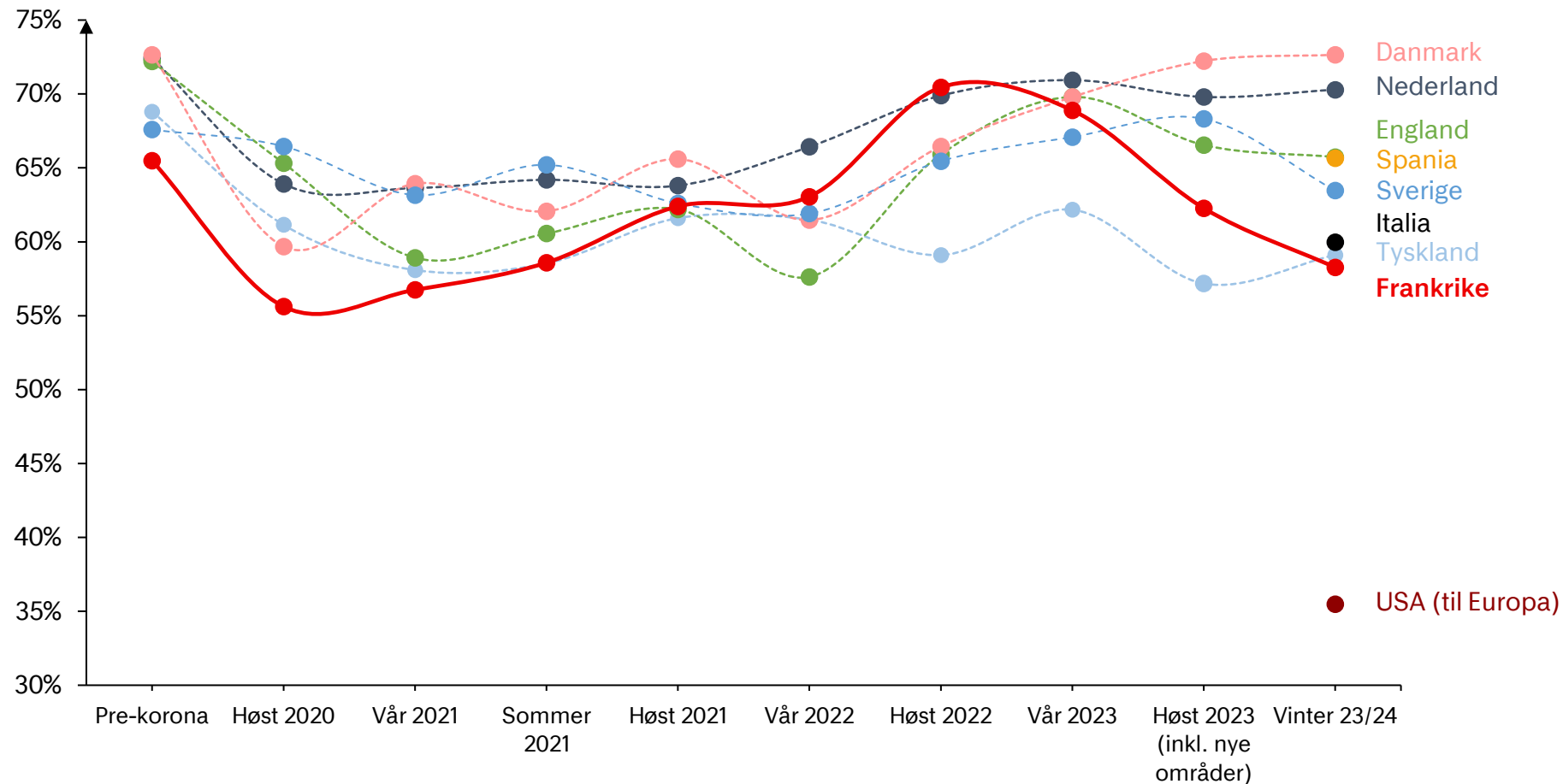
Respondentene har dokumentert faktiske ferier de har vært på, og prioriteringer de vil gjøre dersom de skulle reist på en lignende, ideell utgave av ferien til samme reisemål, med samme reisefølge og til samme tid av året igjen.

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.

# Frankrike har lavest andel aktive reisende, godt under nivået før pandemien

I underkant av 6 av 10 franskmenn (58%) er aktive reisende. Det er 7 prosentpoeng lavere enn før pandemien.

Nivået før og etter pandemien er ikke helt sammenlignbart, fordi det er flere regioner i Frankrike som er med i denne målingen enn det var før pandemien.



Hele befolkningen

# Franske reisende



**32%** / 31%  
18 - 34 år

**33%** / 37%  
35 - 54 år

**35%** / 33%  
55+ år



**32%** / 35%  
Øverste  
inntektsgruppe



**3,8** / 3,9  
Antall reiser  
(Europa)



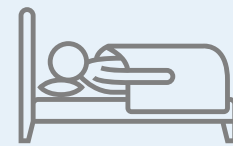
**36%** / 35%  
Andel pakkereise



**33%** / 32%  
Kun ektefelle/partner

**36%** / 34%  
Med barn

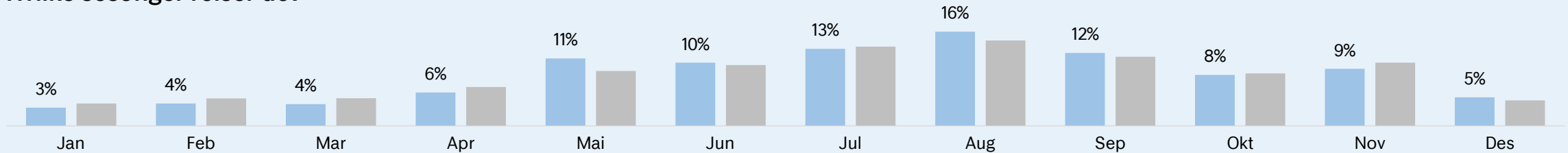
**18%** / 22%  
Med venner



**62%** / 70%  
Korte ferier  
1-7 overnattinger

**38%** / 30%  
Lange ferier, 8 eller flere  
overnattinger

## Hvilke sesonger reiser de?



# Oppsummering av funn



## LAV KJENNSKAP TIL NORGE

Frankrike har lavest andel aktive reisende av alle markedene (58%), og det er liten kjennskap og erfaring med Norge som reisemål. Interessen for naturferier, kulturhistoriske reiser og byferier er høyest. Naturferier troner på toppen av listen over ferietyper franskmenn er interessert i fremover. Over halvparten av dem som er interessert, mener Norge egner seg for en slik ferie.

Franskmenn assosierer i liten grad Norge med kulturhistoriske og byferier. Italia og Spania er dominerende på dette, men Norge er likevel det eneste nordiske landet franskmenn forbinder med kulturhistoriske reiser.



## KONKURRANSE

Sveits, Canada og Marokko er betydelige konkurrenter i det franske markedet. Funnene tyder på at franskmenn i større grad velger franskspråklige land. Sveits dominerer på fjell-, ski- og vandreferier. Franskmenn assosierer Sveits sterkt med fjell- og naturopplevelser.

Canada er en betydelig konkurrent på naturferier, og topper listen over land som egner seg for eventyrferier.



...

Det er potensial i helse- og velvære i Frankrike, særlig blant yngre franskmenn. Det kan kobles tydeligere til naturopplevelser og dermed svare på unge franskmenns behov for harmoni, balanse og forbedre helse og livsstil.

Franskmenn er opptatt av historie, kultur og autentiske opplevelser. De vektlegger at reisemålet har en rik kulturarv, byer og landsbyer. På ferie i Norge er de mer enn gjennomsnittlig opptatt av å bli kjent med stedene de besøker, lære og fordype seg.



## 2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Frankrike

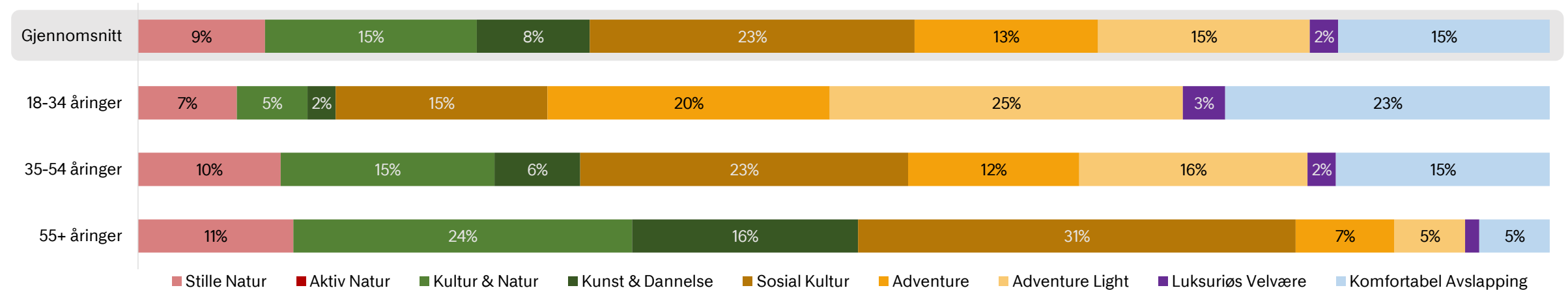


# Målgruppene har ulik størrelse og betydning i ulike aldergrupper

I Frankrike er det stor forskjell mellom de eldste (55+) og de yngste (18-34 år). For reisende over 55 år er 7 av 10 reiser i Kultur & Natur, Sosial Kultur og Kunst & Dannelselse, mens det kun utgjør i overkant av 2 av 10 reiser for de yngste. Der er nesten 7 av 10 reiser i Adventure Light, Komfortabel Avslapping og Adventure. De yngste er mye mer opptatt av at ferien skal skape harmoni, balanse og forbedre helse og livsstil (blå), og by på eventyr og utforskning (oransje). De eldste er mer opptatt av at ferien skal bidra til å utvide horisonten, dyrke interesser for kultur og historie (grønn) og være i fysisk aktivitet slik som f.eks. vandring (rød).

### Målgruppenes størrelse (antall overnattinger)

Målgruppenes andel av overnattinger på feriereisene i fordelt på aldersgrupper



## 2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Frankrike

# Mer opptatt av lokalt liv i byer og landsbyer

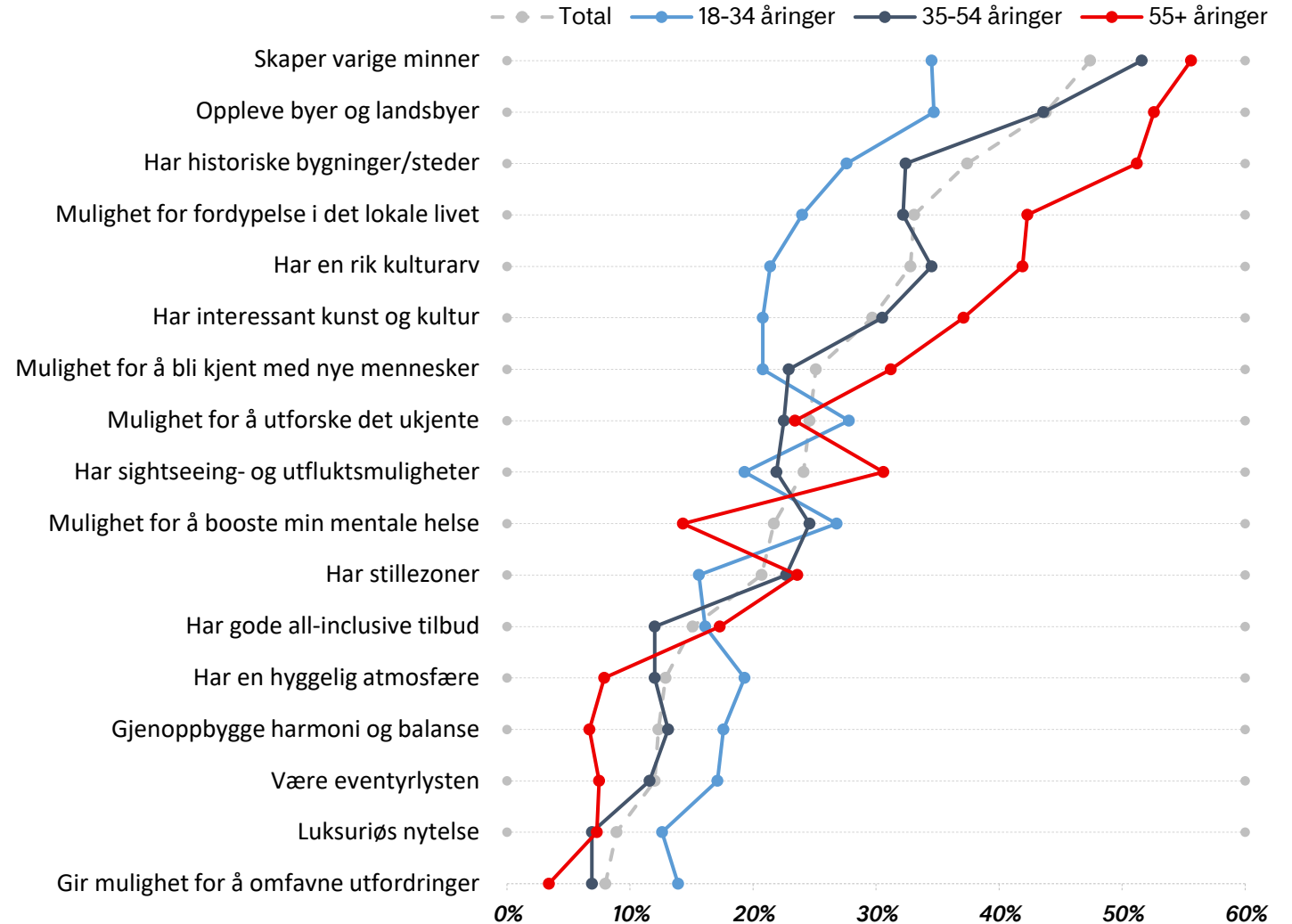
Grafen viser hvilke kvaliteter og egenskaper som er viktig for flest reisende på ferie i utlandet.

De eldste er mer opptatt av å skape varige minner, besøke historiske steder og dra til steder med en rik kulturarv, og er åpne for å bli kjent med nye mennesker på ferien.

De yngste er mye mer opptatt av at ferien skal skape harmoni, balanse og forbedre helse og livsstil, og vil i større grad nyte luksus og omfavne utfordringer.

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

Andelen av feriereisende som har angitt egenskapen



## 2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Frankrike

# 1 av 10 har vært i Norge siste 3 år

Det er ingen markeder som har så lav kjennskap til Norge og så liten erfaring med Norge som reisemål, som Frankrike. Det er under 2 av 10 aktive reisende som vet litt eller mye om Norge og/eller har vært i Norge på ferie tidligere.

Det er godt under både Spania og Italia, og det lavest nivået av alle målte markeder.

Frankrike er også det landet med lavest andel av befolkningen som er aktive reisende. Det er kun 58 prosent av fanskmenn som har vært på ferie i utlandet siste 3 år, og som er interessert i å reise til utlandet de kommende 3 årene.



Aktive reisende

Franske 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

18%

47%



Personer som har vært på ferie i Norge tidligere

11%

28%



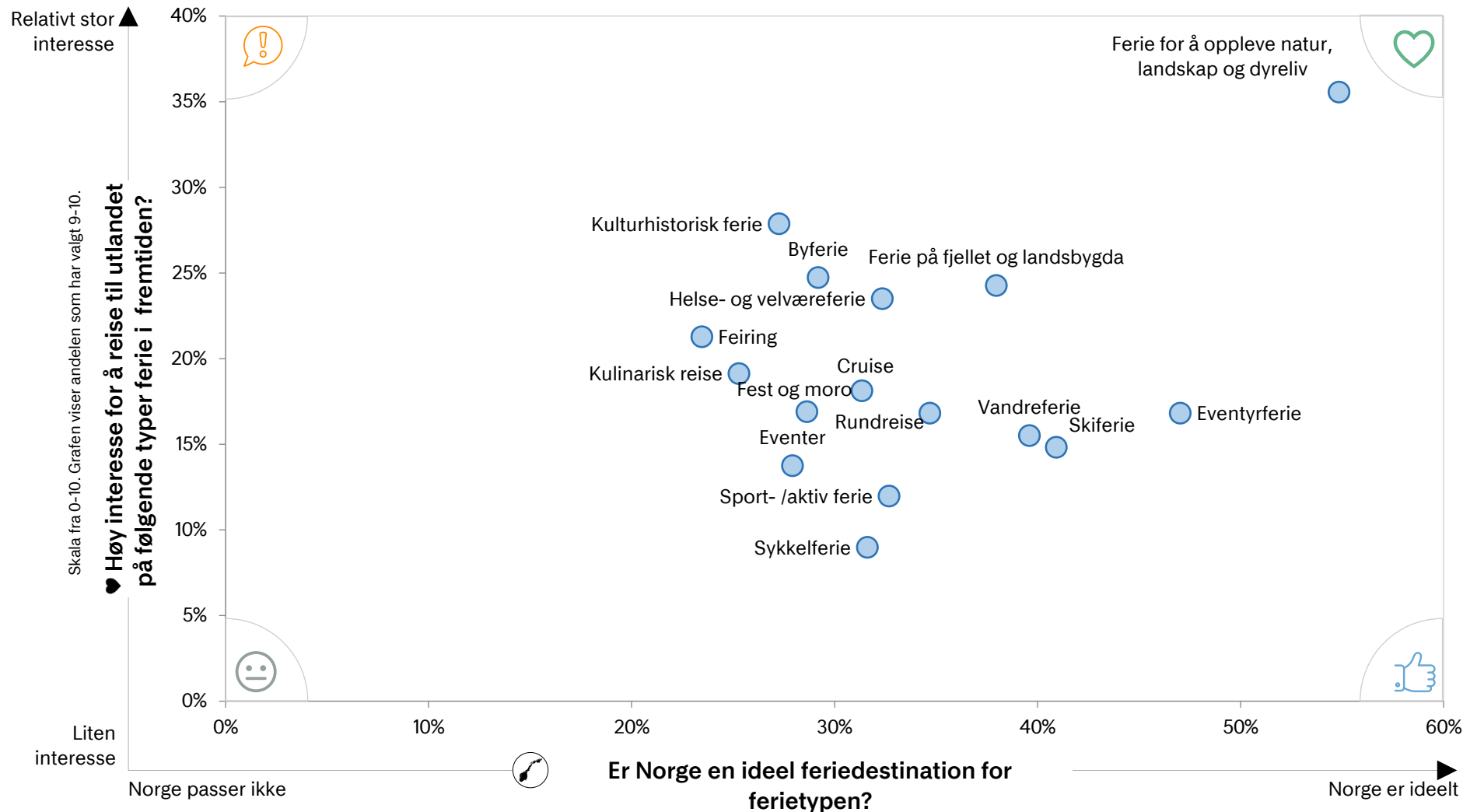
Personer som har vært på ferie i Norge i løpet av de siste 3 årene

2%

4%

## 2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Frankrike

# Potensialkart for Norge i det franske markedet



Potensialkartet viser hvilke typer ferier franskmenn er interessert i å reise på i fremtiden (loddrett akse), og hvilke de vurderer som ideelle på en norgesferie (vannrett akse). Her har de kun vurdert Norge, ikke andre 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 absolutt størst for naturferier (36 prosent svært interesserte og 55 prosent av disse mener at Norge er et ideelt reisemål for naturferier). Etter naturferier følger fjellferier og eventyrferier.

## Norge forbindes med ferier for å oppleve natur, landskap og dyreliv



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. Fjellferie og skiferie ligger nært Sveits, det betyr at franskmenn i stor grad assosierer Sveits med denne typen ferier.

Norge ligger nær naturferier, og langt unna byferier og kulturhistoriske ferier. Dess lenger unna en ferie ligger i kartet, dess svakere er assosiasjonen til Norge for den ferietypen.

Norge ligger nærmest Canada, Island og Finland. 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

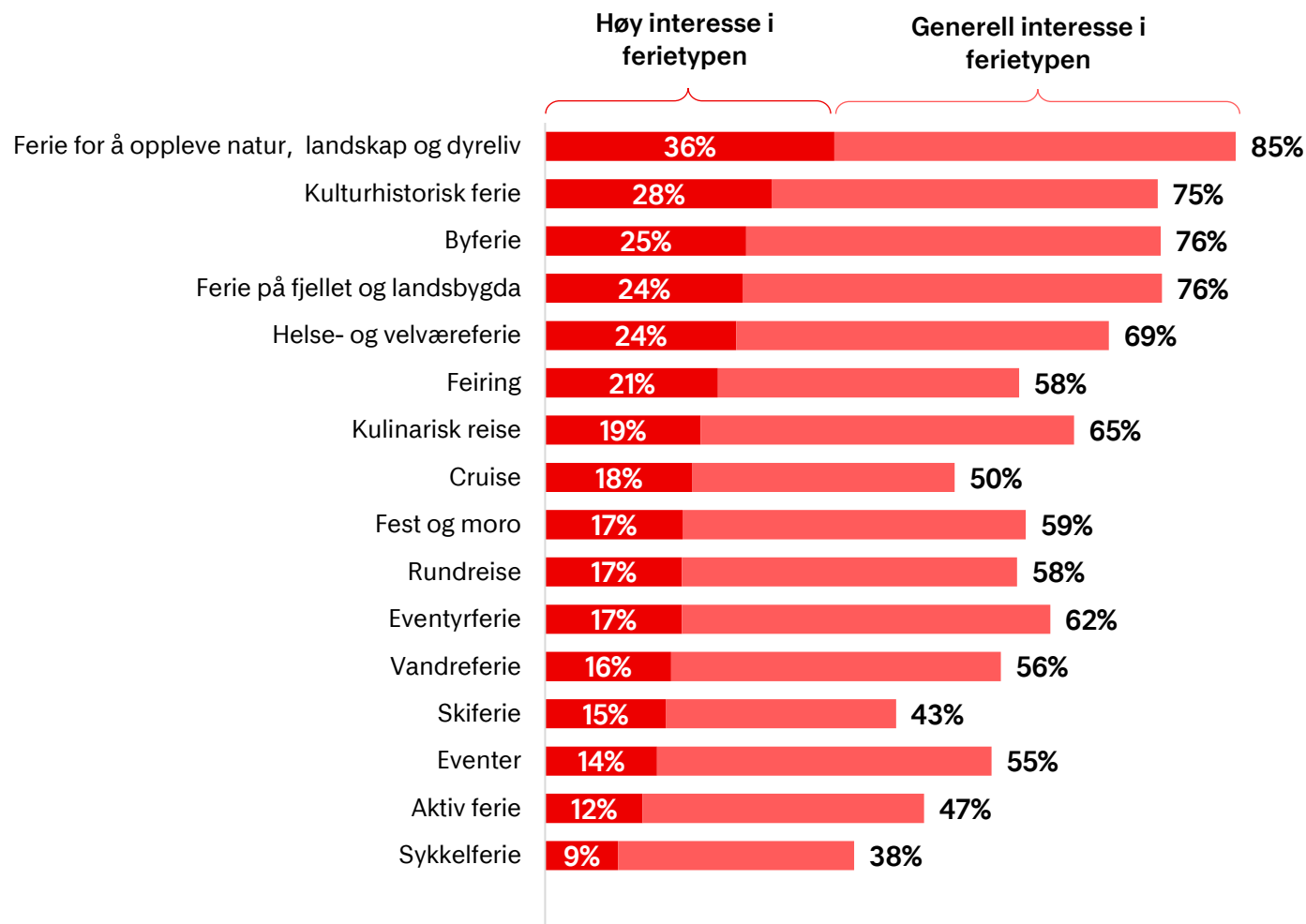
Grafen viser andelen av de aktive reisende som er interessert i ulike typer utenlandsferier i fremtiden.

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 naturferier etterfulgt av kulturhistoriske ferier og byferier.

Med unntak av helse og velvære ferier, er franskmenn mindre interessert enn gjennomsnittet i alle målte ferietyper.

Den relativt sett lavere interessen for alle typer ferier påvirker også hvor mange land som det er mulig å sammenligne med for hver enkelt av disse ferietypene på side 17-23. Det er kun for naturferier, kulturhistoriske ferier, byferier og fjellferier det er nok svar til å vurdere Norges posisjon i markedet sammenlignet med andre konkurrerende destinasjoner.

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



## Under en femtedel av de aktive reisende i Frankrike kjenner til eller har besøkt Norge før

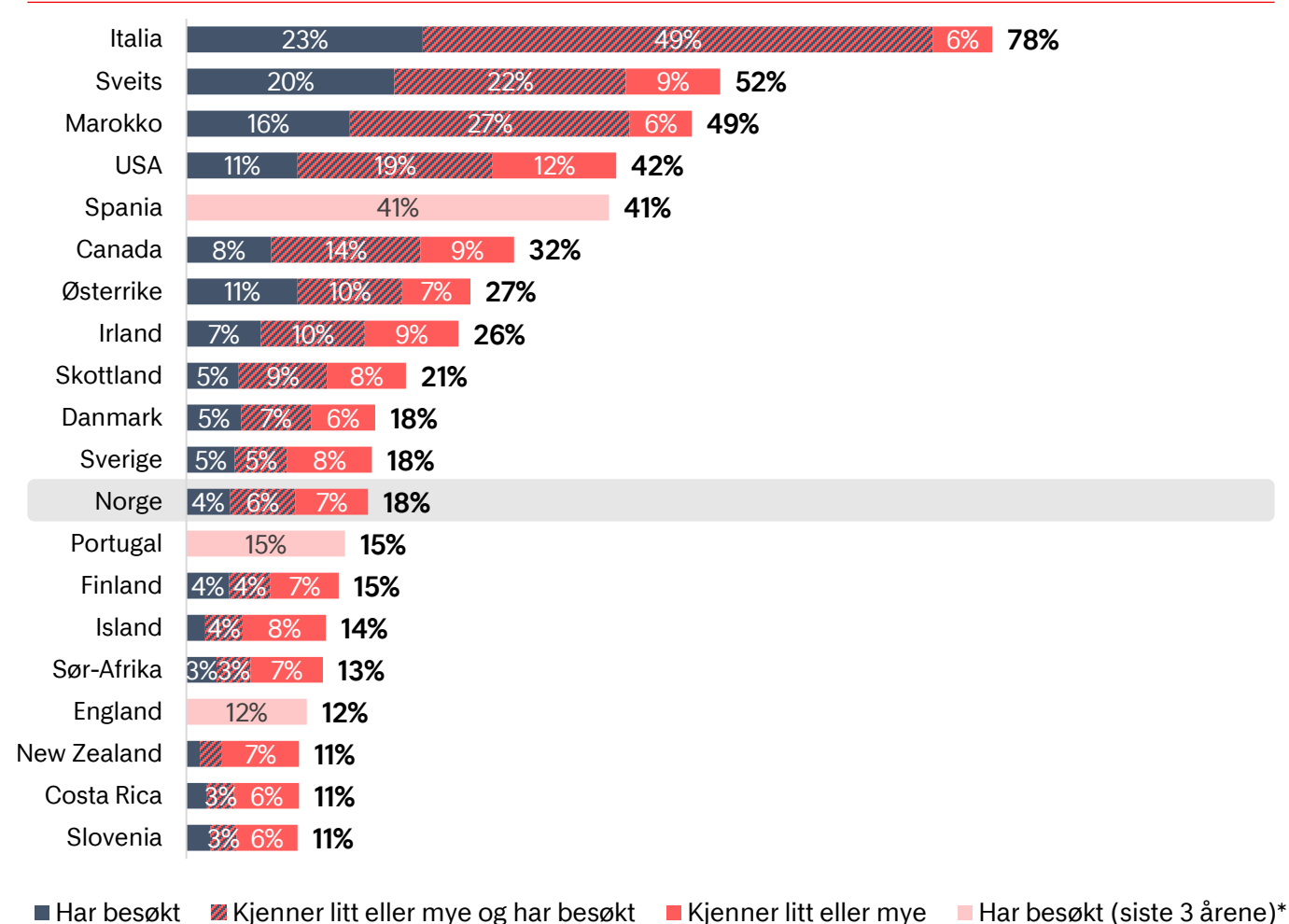
Grafen viser hvor stor andel av de aktive reisende i Frankrike som kjenner til de ulike landene som reisemål og/eller har besøkt landene tidligere.

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, Portugal og England, er med i denne listen. Spania, Portugal og England 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.

Italia ligger langt over de andre landene både i forhold til tidligere besøk og kjennskapsnivå. Fransktalende land som Sveits, Marokko og Canada ligger også betydelig høyere i Frankrike enn i andre markeder. Norge, Sverige og Danmark er tilnærmet like både på tidligere besøk og kjennskap, Finland og Island ligger litt lavere. Norge ligger svært nær Canada i korrespondansekartet (side 14). Franskmenn har langt høyere kjennskap til og erfaring med Canada enn med Norge.

Andel av de aktive reisende som kjenner eller har besøkt destinasjonene



## 2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Frankrike

# Franskmenn assosierer Norge først og fremst med natur- og fjellferier

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.

Det er kun de med høy interesse for ferietypen (9-10) og kjennskap eller erfaring med destinasjonen, som svare på hvilke ferier de forbinder med et bestemt land. Italia, Canada, Sveits, Marokko og Spania har høy kjennskap, naturferier, byferier, kulturhistoriske ferier og fjellferier har høy interesse. Derfor er det flere rangeringer for disse ferietypene/ destinasjonene.

Destinasjonene er rangert fra 1-14, der 1 er den destinasjonen som i størst grad assosieres med ferietypen. Norge kommer høyest på fjellferier og naturferier, men er også på topp 10 for kulturhistoriske ferier og byferier.



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

## Hvilke destinasjoner assosieres med ulike typer ferier?

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

|                                     | Norge | Østerrike | Canada | Danmark | Finland | Irland | Italia | Marokko | Skottland | Sverige | Sveits | USA | Spania | Portugal |
|-------------------------------------|-------|-----------|--------|---------|---------|--------|--------|---------|-----------|---------|--------|-----|--------|----------|
| Ferie på fjellet eller i landsbygda | 3     | 2         | 4      | -       | -       | 7      | 9      | 8       | 6         | 5       | 1      | 11  | 10     | -        |
| Oppleve natur, landskap og dyreliv  | 5     | 12        | 3      | 7       | 2       | 4      | 14     | 11      | 1         | 8       | 10     | 6   | 13     | 9        |
| Kulturhistorisk ferie               | 9     | 5         | 10     | 8       | -       | 7      | 1      | 4       | 3         | 12      | 11     | 6   | 2      | -        |
| Byferie                             | 9     | 4         | 8      | -       | -       | 7      | 1      | 11      | 10        | 5       | 6      | 2   | 3      | -        |
| Skiferie                            | -     | -         | 2      | -       | -       | -      | 3      | 4       | -         | -       | 1      | 5   | -      | -        |
| Rundreise                           | -     | 5         | 2      | -       | -       | -      | 4      | 3       | -         | -       | 7      | 1   | 6      | -        |
| Sport-/aktiv ferie                  | -     | -         | 3      | -       | -       | -      | 2      | 1       | -         | -       | 4      | 5   | -      | -        |
| Helse og velvære                    | -     | 7         | 5      | -       | -       | 8      | 4      | 2       | -         | 6       | 1      | 9   | 3      | -        |
| Kulinarisk ferie                    | -     | -         | 5      | -       | -       | -      | 1      | 3       | -         | -       | 4      | 6   | 2      | -        |
| Feiring                             | -     | -         | 3      | -       | -       | -      | 2      | 4       | -         | -       | 6      | 1   | 5      | -        |
| Vandreferie                         | -     | -         | 3      | -       | -       | 7      | 4      | 6       | -         | -       | 1      | 5   | 2      | -        |
| Fest og moro                        | -     | -         | 5      | -       | -       | -      | 3      | 4       | -         | -       | 6      | 2   | 1      | -        |
| Sykkelferie                         | -     | -         | -      | -       | -       | -      | 1      | -       | -         | -       | 2      | -   | -      | -        |
| Cruise                              | -     | -         | 6      | -       | -       | -      | 1      | 3       | -         | -       | 4      | 2   | 5      | -        |
| Eventyrferie                        | -     | 7         | 1      | -       | -       | 4      | 6      | 3       | -         | -       | 8      | 2   | 5      | -        |
| Events                              | -     | -         | 4      | -       | -       | -      | 2      | 5       | -         | -       | 3      | 1   | -      | -        |

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

# Mer enn halvparten forbinder Norge med ferier for å oppleve natur, landskap og dyreliv

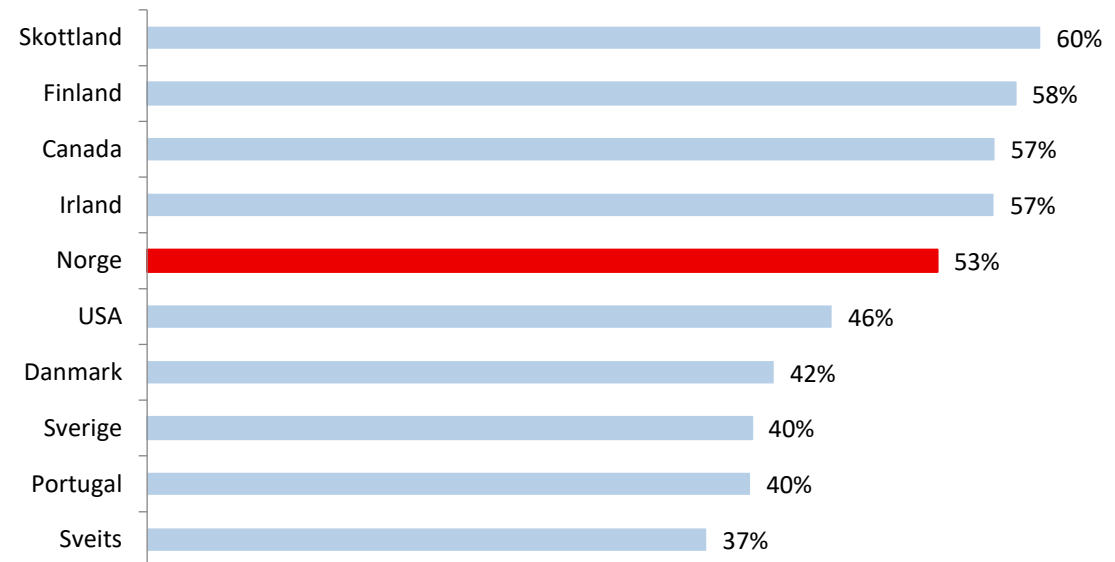


Figurene viser andelen med høy interesse for naturferier, som har svart at de assosierer denne typen ferier med disse landene. De har kun fått opp land i listen som de kjenner til eller har besøkt.

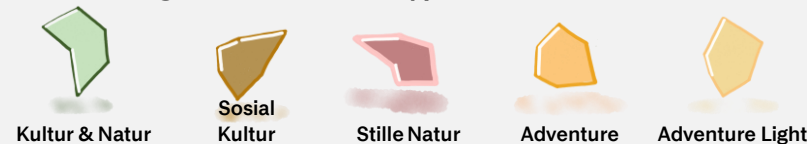
I overkant av halvparten assosierer Norge med naturferier. Det holder til en 5. plass på lista over land som franskmenn forbinder med denne typen ferier. Finland assosieres i større grad med naturferier enn Norge, det kan komme av at Finland har en sterk posisjon på vinterferier og nordlys. Canada ligger nær Norge i korrespondanse-kartet, det er tette bånd mellom landene.

Mer enn 8 av 10 naturferier er i Kultur & Natur (33%), Sosial Kultur(16%), Stille Natur (14%), Adventure (13%) og Adventure Light (10%).

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



## Største segmenter for ferietypen er...



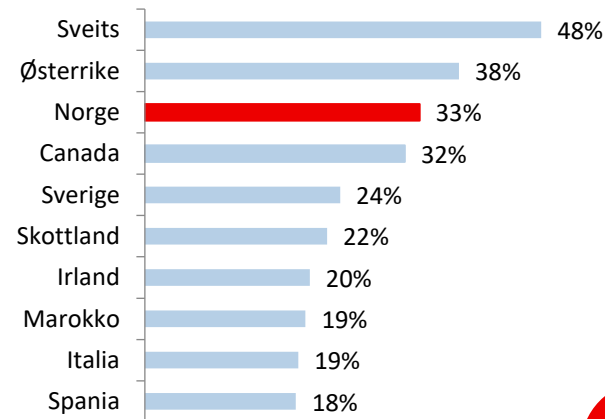
**36%**  
... har høy  
interesse for å  
reise på  
ferietypen

# Norge assosieres med fjellferier, men ikke med ski og vandring



Sveits og Canada er i topp 3 for både fjell-, ski og vandreferier. Norge er nr. 3 etter Sveits og Østerrike på land som assosieres med fjellferier. 1 av 4 er svært interessert i å reise på denne typen ferier i tiden som kommer. Franskmenn har i noe større grad reist på fjellferier siste 3 år, feriene sprer seg relativt jevnt på følgende segment; Adventure (19%), Kultur & Natur (18%), Stille Natur (18%) og Adventure Light (16%). Sveits og Canada har dominerende posisjoner for skiferier utenlands. Adventure (43%) er det absolutt største segmentet for skiferier, etterfulgt av Adventure Light (31%) og Stille Natur (19%). Det er også en liten gruppe skiferier i Luksuriøs Velvære (4%). Norge assosieres heller ikke i særlig grad med vandreferier, naboland og Canada er på topp. Kultur & Natur (43%) er det absolutt største segmentet, etterfulgt av Adventure (16%), Stille Natur (11%) og Kunst & Dannelse (11%).

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

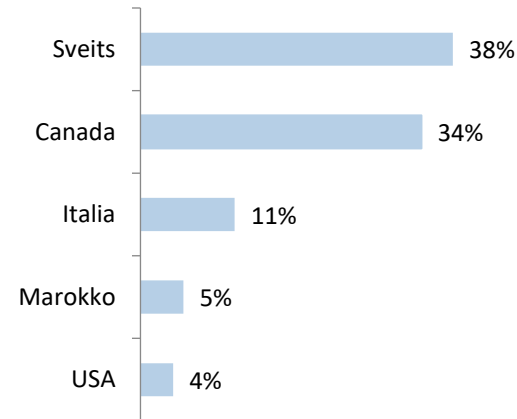


#### Største segmenter for ferietypen er...



24%  
... har høy interesse for ferietypen

### I hvilken grad forbindes ett land med skiferie

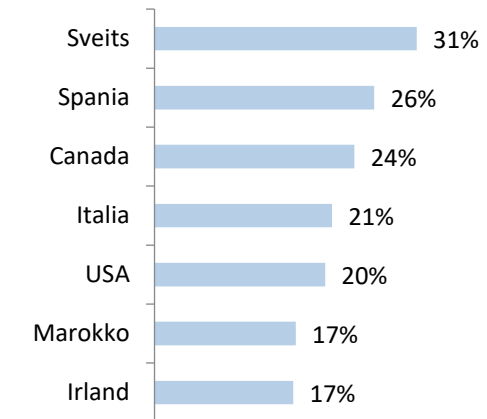


#### Største segmenter for ferietypen er...



15%  
... har høy interesse for ferietypen

### I hvilken grad forbindes ett land med vandreferie



#### Største segmenter for ferietypen er...



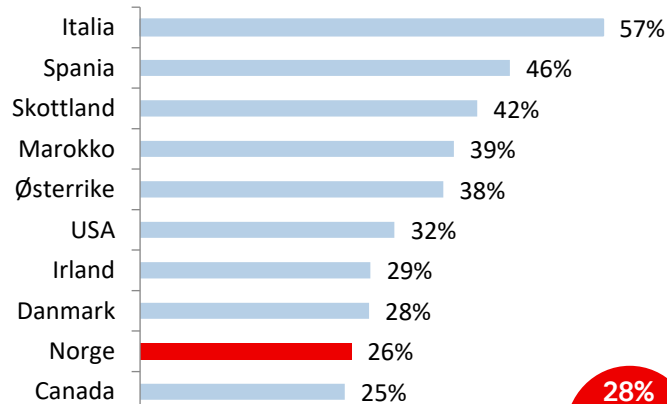
16%  
... har høy interesse for ferietypen

# Norge er på listen over land franskmenn assosierer med byferier og kulturhistoriske ferier

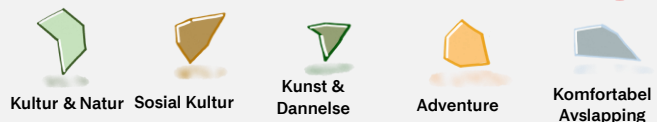


Det er kun naturferier som har høyere interesse enn byferier og kulturhistoriske ferier i Frankrike. Derfor er det bra at Norge er på listen over land franskmenn forbinder med slike ferier. Italia og Spania er i topp 3 for alle disse ferietypene, men Norge er det eneste nordiske landene som forbindes med kulturhistoriske ferier, mens det er flere som mener Sverige egner seg for byferier. Mer enn 8 av 10 kulturhistoriske ferier er i Kultur & Natur (29%), Sosial Kultur (22%), Kunst & Dannelse (16%) og Adventure (15%). For byferier er 3 av 4 ferier i Sosial Kultur (29%), Komfortabel Avslapping (16%), Adventure (15%) og Adventure Light (14%). De største målgruppene for kulinariske reiser er Kultur & Natur (22%), Adventure (19%), Adventure Light (18%) og Sosial Kultur (16%).

## I hvilken grad forbindes ett land med kulturhistorisk ferie

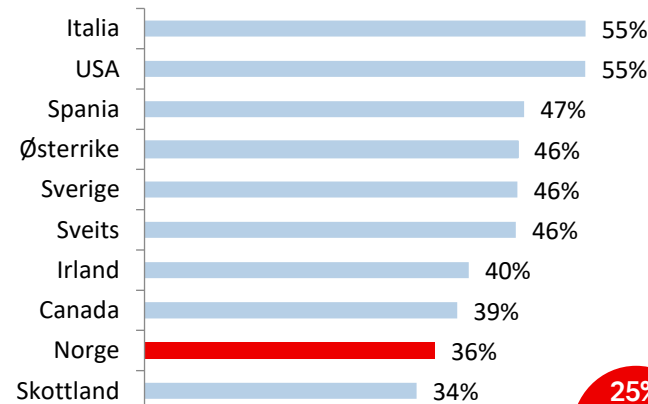


### Største segmenter for ferietypen er...

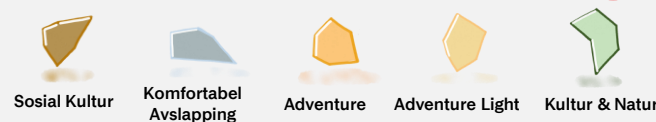


28%  
... har høy interesse for ferietypen

## I hvilken grad forbindes ett land med byferie

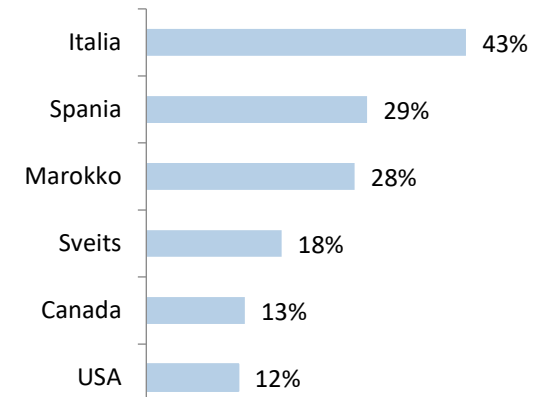


### Største segmenter for ferietypen er...

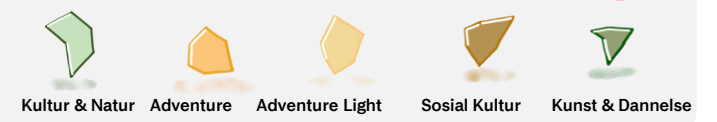


25%  
... har høy interesse for ferietypen

## I hvilken grad forbindes ett land med kulinarisk ferie



### Største segmenter for ferietypen er...



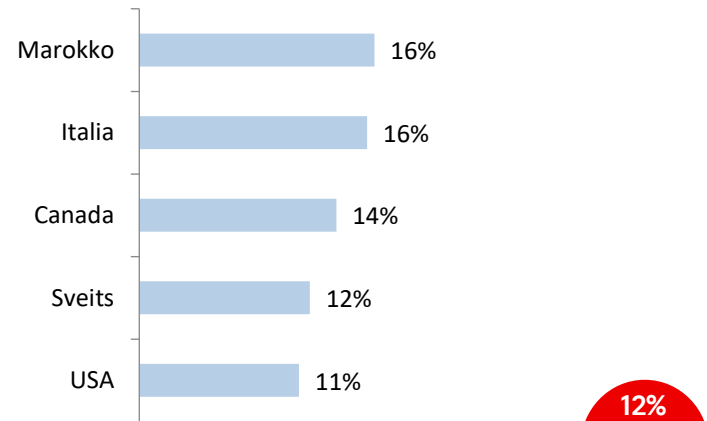
19%  
... har høy interesse for ferietypen

# Norge assosieres i liten grad med sport-/aktiv, helse og velvære eller sykkelferier

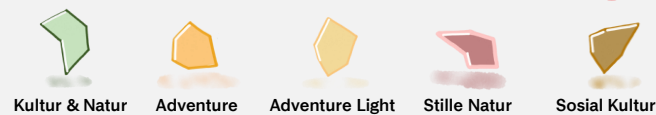


Neste 1 av 4 er svært interessert i en helse og velvære ferie. Det er høyere enn gjennomsnittet for alle markeder. Nabolandene er øverst på listen over land som forbindes med denne typen reiser, men det er ingen land som dominerer innenfor helse og velvære. Sverige er nr. 6, men ingen andre nordiske land assosieres i særlig grad med helse og velvære. Mer enn 8 av 10 ferier er i Adventure (30%) og Adventure Light (19%), Komfortabel Avslapping (19%) og Sosial Kultur (15%). Det er særlig de unge som er interessert i denne typen ferier. Det er relativt få som er svært interessert i sport-/aktive ferier, det gjør at det kun er 5 land med nok svar. De største segmentene er Kultur & Natur (24%) og Adventure (23%) Adventure Light (17%) og Stille Natur (13%). Sykkelferier er dominert av Komfortabel Avslapping (34%), Adventure (28%) og Adventure Light (24%).

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



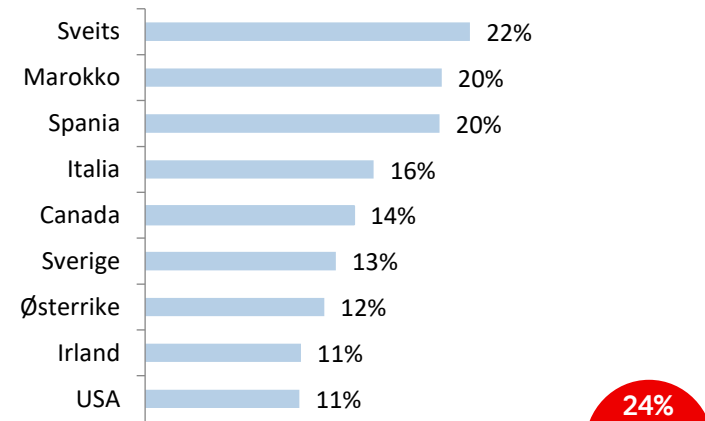
#### Største segmenter for ferietypen er...



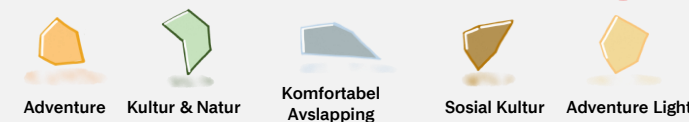
12%

... har høy interesse for ferietypen

### I hvilken grad forbindes ett land med helse og velvære



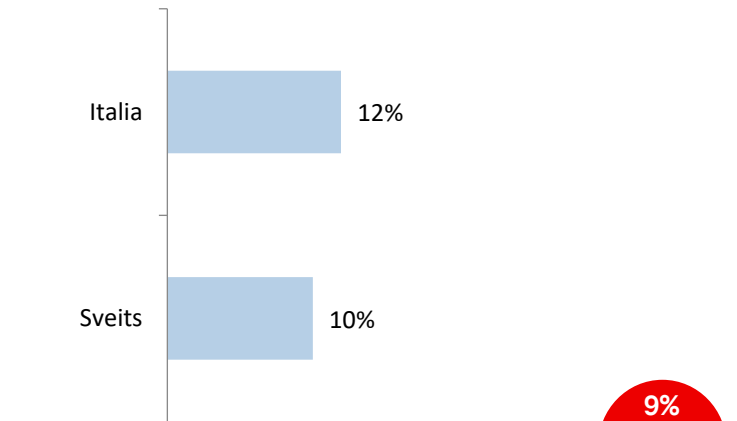
#### Største segmenter for ferietypen er...



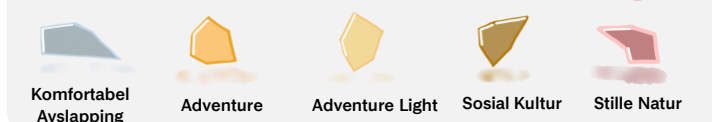
24%

... har høy interesse for ferietypen

### I hvilken grad forbindes ett land med sykkelferie



#### Største segmenter for ferietypen er...



9%

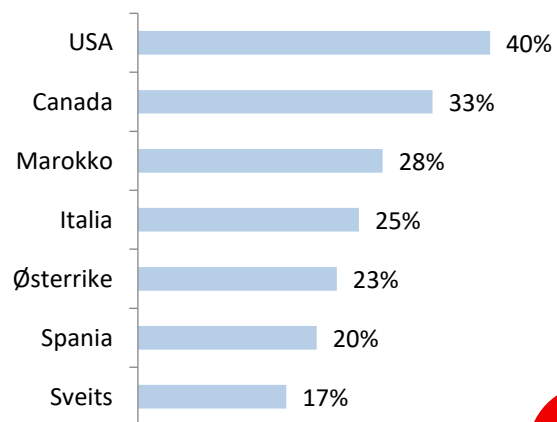
... har høy interesse for ferietypen

# Nesten halvparten opplever Norge som en ideel destinasjon for eventyrferier, men Norge når ikke opp i konkurransen



Hele 47 prosent av de som er interessert i eventyrferier, svarte at Norge er en ideell destinasjon som en slik ferie, da de kun ble spurt om Norge. Når de kan velge mellom mange ulike land velger de Canada, USA og Marokko, ikke Norge. Disse landene er også på topp for land franskmenn assosierer med rundreiser. Det er ingen av landene med nok svar som er spesielt ideelle for cruise, her er det kun Italia som er valgt av mer enn 10 prosent av de interesserte. De største segmenter for eventyrferier er Kultur & Natur (22%), Adventure Light (20%), Adventure (17%) og Komfortabel Avslapping (14%). Rundreiser er Sosial Kultur (25%), Kultur & Natur (20%), Adventure Light (13%), Stille Natur (13%) og Kunst & Dannelse (10%). Adventure Light (21%), etterfulgt av Sosial Kultur (19%), Kultur & Natur (13%), Adventure (13%) og Komfortabel Avslapping (13%).

### I hvilken grad forbindes ett land med rundreise

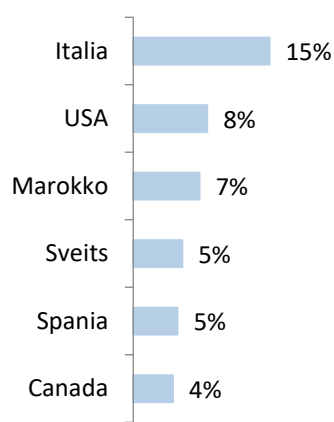


#### Største segmenter for ferietypen er...



17%  
... har høy interesse for ferietypen

### I hvilken grad forbindes ett land med cruise

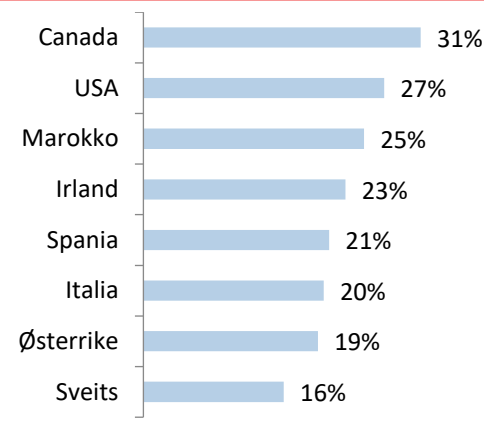


#### Største segmenter for ferietypen er...

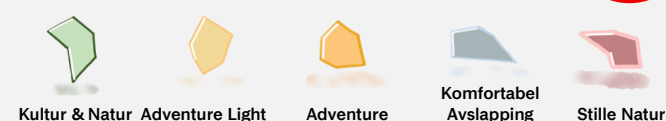


18%  
... har høy interesse for ferietypen

### I hvilken grad forbindes ett land med eventyrferie



#### Største segmenter for ferietypen er...



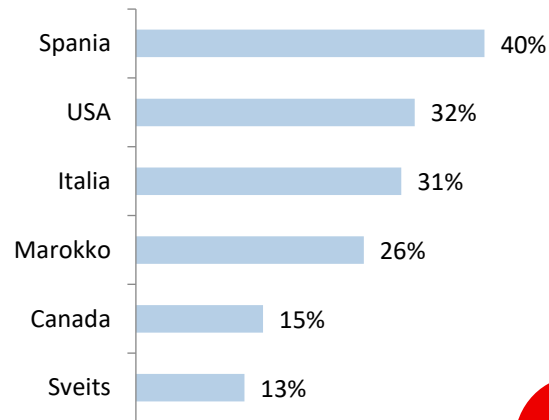
17%  
... har høy interesse for ferietypen

# Norge forbindes ikke med feiringer, eventer, fest og moro



1 av 5 reisende er svært interessert i å reise til utlandet for feiringer, jubileum eller tilsvarende i fremtiden. Det er ingen destinasjoner som utpeker seg som reisemål for slike ferier, men franskmenn forbinder denne typen mest med USA og Italia. Skal franskmenn ha fest og moro er Spania det reisemålet som i størst grad forbindes med det. USA er på 1. eller 2. plass for alle disse typene ferier, og Italia er også på topp 3 for alle. Ingen nordiske land forbindes med noen av disse ferietypene. Mer enn 6 av 10 ferier for alle disse ferietypene er i Adventure Light, Adventure og Sosial Kultur.

### I hvilken grad forbindes ett land med fest og moro



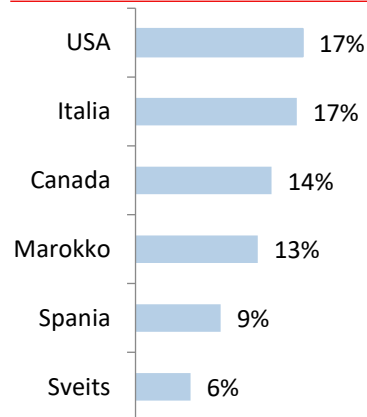
#### Største segmenter for ferietypen er...



17%

... har høy interesse for ferietypen

### I hvilken grad forbindes ett land med feiringer



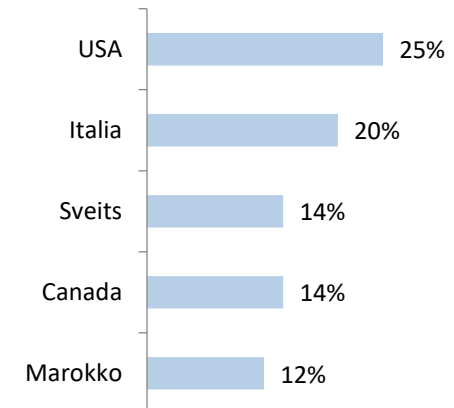
#### Største segmenter for ferietypen er...



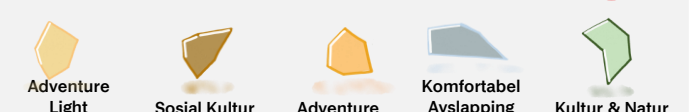
21%

... har høy interesse for ferietypen

### I hvilken grad forbindes ett land med events



#### Største segmenter for ferietypen er...



14%

... har høy interesse for ferietypen

A scenic landscape photograph showing two mountain bikers riding along a dirt trail on a grassy hillside. The trail leads down towards a deep, calm fjord. The surrounding mountains are steep and covered in green vegetation. The sky is clear and blue. The text '3. Metode' is overlaid in the bottom left corner.

# 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](http://www.innovasjonnorge.no)

## Epinion

Ryesgade 3F  
2200 Copenhagen N  
Denmark

T: (+45) 87 30 95 00

E: [copenhagen@epinionglobal.com](mailto:copenhagen@epinionglobal.com)

[www.epinionglobal.com](http://www.epinionglobal.com)

## Gyger

Sigrid Oterholm Hoem

T: (+47) 90 78 77 80

E: [sigrid@gyger.no](mailto:sigrid@gyger.no)



**Epinion**



Foto: Fredrik Ahlsen - Visit Norway