

Konkurransesituasjonen i

Italia

Rapport mars 2025



Epinion



Innholdsfortegnelse

- 1 Introduksjon
- 2 Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Italia
- 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. I tillegg må de være interessert i å oppleve mer enn kun sol og strand på en utenlandsferie.

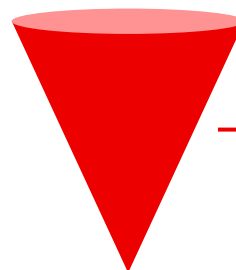
Dette er den samme måten å avgrense målgruppen på som er brukt i reisebarometeret og i målgruppeundersøkelsen i 2017.

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



1 330 / 13 086

respondenter/intervju



2 832 / 33 270

feriereiser siste 3 år



1 505 / 15 239

Kartlagte reiser med detaljert data (segmenteringsgrunnlag)

Italienske
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.

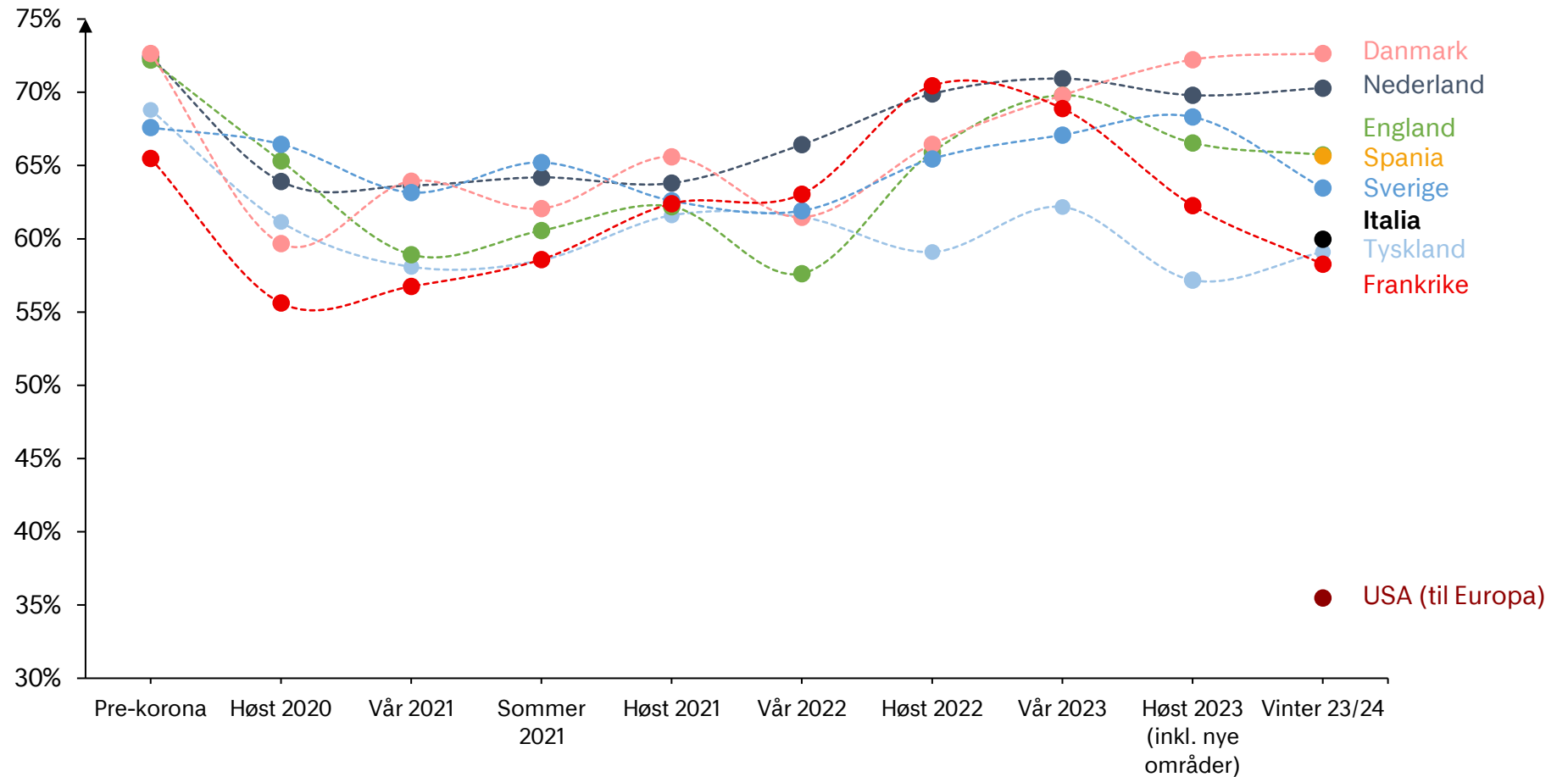
For at få et datamateriale som er relevant for norsk reiseliv, har vi prioritert opp ferier i Norge og ferietyper som utgjør en relativt liten andel av det totale markedet for ferier i utlandet; skiferier, sport og aktive ferier, helse og velvære, kulinariske reiser, vandreferier, sykkelferier og adventure/eventyrferier.

1. Introduksjon

6 av 10 aktive reisende i Italia

Italia er ikke et marked som overvåkes jevnlig gjennom Reisebarometeret. Derfor er det ikke målinger over tid. Derfor er det ikke målinger over tid. Det er kun en måling tilgjengelig for vinteren 2023/2024.

60 prosent av den voksne befolkningen i Italia er aktive reisende.



Hele befolkningen

Italienske reisende



24% / 31%
18 - 34 år

36% / 37%
35 - 54 år

40% / 33%
55+ år



41% / 35%
Øverste
inntektsgruppe



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



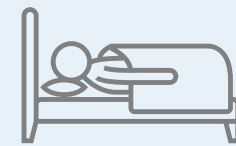
32% / 35%
Andel pakkereise



35% / 32%
Kun ektefelle/ partner

30% / 34%
Med barn

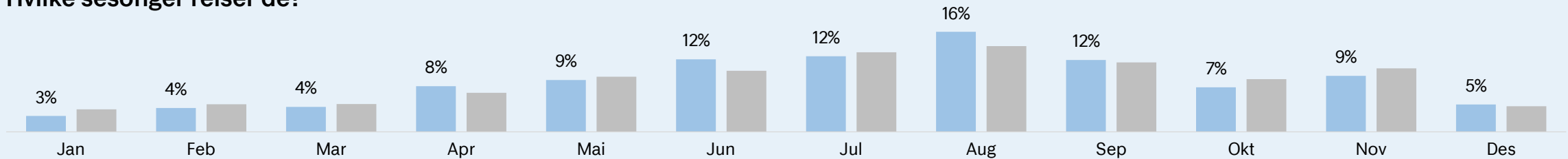
25% / 22%
Med venner



78% / 70%
Korte ferier
1-7 overnattinger

22% / 30%
Lange ferier, 8 eller flere
overnattinger

Hvilke sesonger reiser de?



Oppsummering av funn



NORGE ER GODT POSISJONERT FOR CRUISE, NATUR OG EVENTYR

Kjennskapen til Norge i Italia er på samme nivå som i Spania, og litt høyere enn i Frankrike. Neste 1 av 3 kjenner til eller har besøkt Norge tidligere. Italienerne mener at Norge egner seg best for cruise, vandreferier, rundreiser, eventyrferier og naturferier.

Norge har en mye svakere posisjon for kultur- og byferier, som er svært store og viktige ferietyper for italienerne.



KUNST, KULTUR OG HISTORIE

Ingen er mer interessert i kulturhistoriske ferier enn italienerne. På ferien vil de gjerne oppleve reisemål med rik kulturarv og en livlig atmosfære. De verdsetter interessant kunst, historie og vil gjerne oppleve det lokale livet på destinasjonen. Italia er et av markedene med høyest interesse for rundreiser, men de foretrekker kombinasjonen av natur, byer og gastronomi.

Norge ligger lavt på matopplevelser, noe som kan være en barriere for å besøke landet. Frankrike og England assosieres i størst grad med kultur- og byferier, der Norge rangeres som nummer 13 av 19 land for byferier og nummer 15 for kulturhistoriske ferier.



HELSE OG VELVÆRE PÅ KORTE TURER

Italienerne er mer opptatt av å få en boost i mentalt velvære når de er på ferie. De reiser i større grad på vandreferier, og hele 1 av 3 som er interessert i vandreferier forbinder Norge med slike ferier. En kobling mellom helse og velvære, vandring og naturopplevelser treffer på viktige behov i det italienske markedet. Fysisk aktivitet er mindre viktig for italienerne enn mange andre markeder, så vandreferie for en italiener kan være avslappende og rolige turer, ikke nødvendigvis fysisk krevende.

A nighttime photograph of a Norwegian town, likely Trondheim, with its lights reflected in a body of water. The town is built on a hillside, and the water in the foreground shows a clear reflection of the buildings and trees. The sky is dark with some clouds, and the overall atmosphere is serene and picturesque.

2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Italia

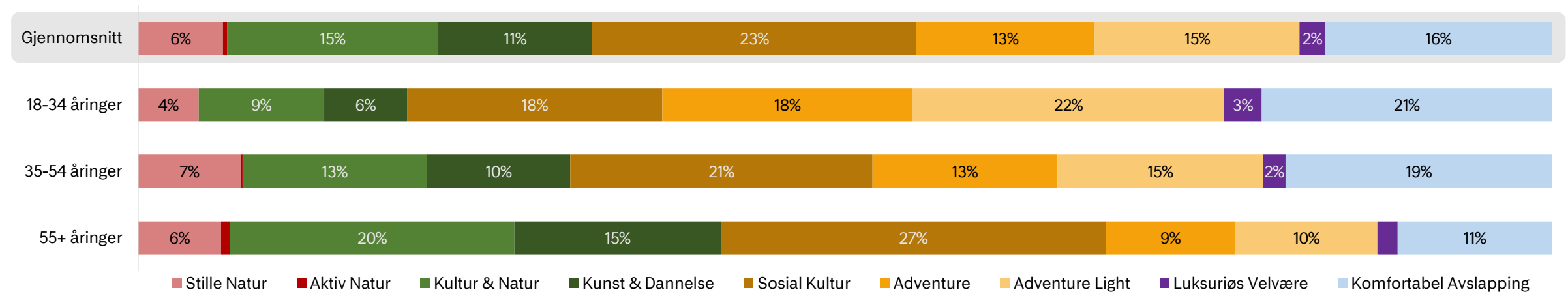


Målgruppene har ulik størrelse og betydning i ulike aldergrupper

Det er stor forskjell mellom de eldste (55+) og de yngste (18-34 år) i det italienske markedet. For reisende over 55 år er mer enn 6 av 10 reiser i Kultur & Natur, Sosial Kultur og Kunst & Dannelse. For den yngste aldersgruppen er mer enn 6 av 10 reiser i Adventure Light, Komfortabel Avslapping og Adventure. Italienerne er mer opptatt av at ferien skal bidra til å utvide horisonten, dyrke interesser for kultur, historie og bli kjent med det lokale livet på reisemålet (grønn) og at den skal skape harmoni, balanse og en boost i mental velvære (blå) enn gjennomsnittet. De yngste er mer eventyrlystne enn de eldste, men mindre eventyrlystne enn unge reisende i andre markeder.

Målgruppenes størrelse (antall overnattinger)

Målgruppenes andel av overnattinger på feriereisene i fordelt på aldersgrupper



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Italia

Kulturopplevelser er svært viktig for italienerne

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

Italienerne er over gjennomsnittet opptatt av kulturopplevelser og aktiviteter. Museumsbesøk er viktig uansett alder. De eldste er mer opptatt av kulturopplevelser og de yngste er litt mer eventyrlystne og opptatt av å ha det moro.

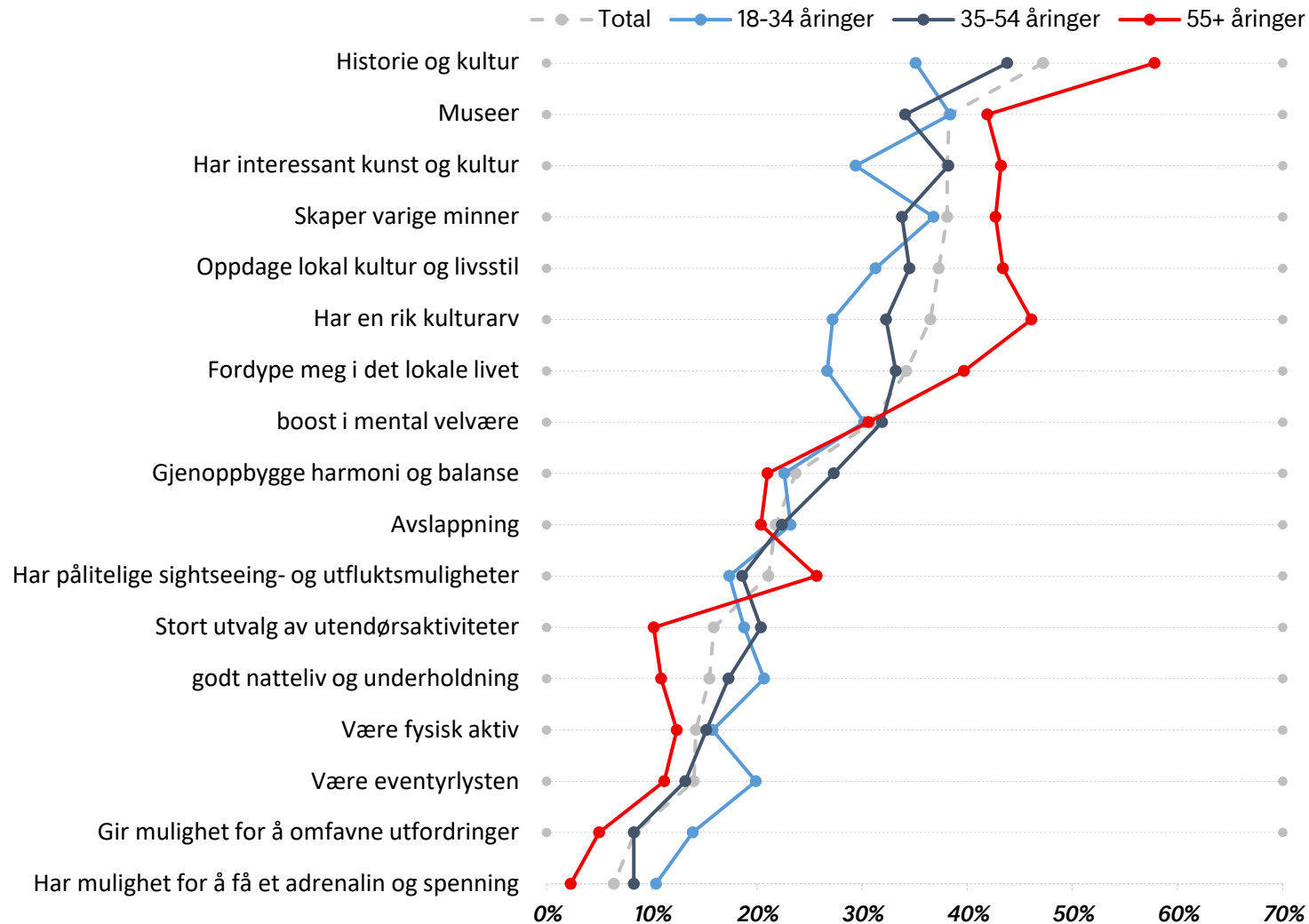
Italienske reisende er mer opptatt av at reisemålet har rik kulturarv og interessant kunst og kultur, særlig den eldste målgruppen. De er også over gjennomsnittet opptatt av en livlig atmosfære og et godt natteliv.

De prioriterer ferier som gir harmoni og balanse og som bidrar til en boost i mental velvære.



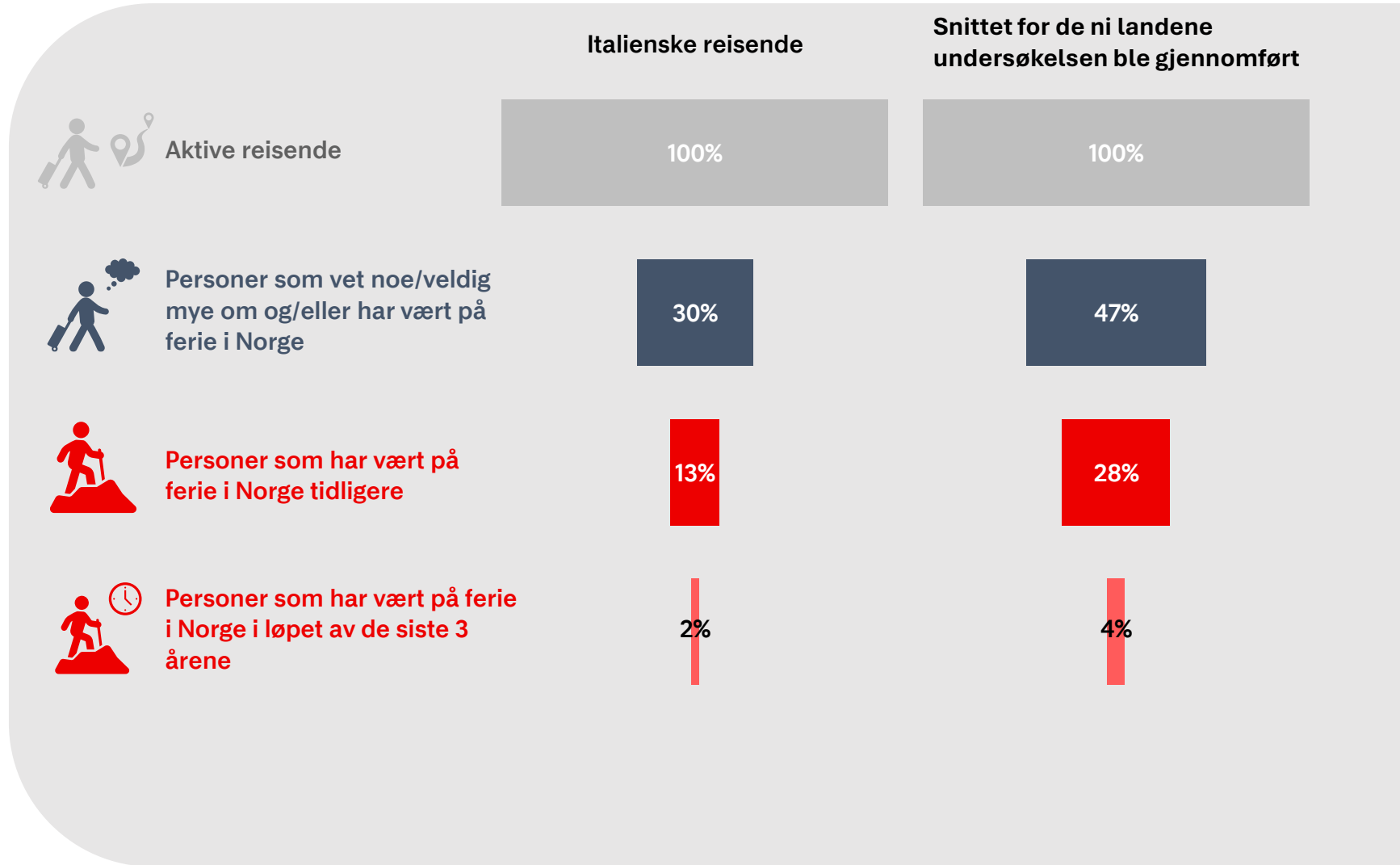
Hvilke kvaliteter, egenskaper, mennesker og karakteristikk skal ferieopplevelsen ideelt sett ha på denne ferien?

Andelen av feriereisende som har angitt egenskapen



Mer enn 1 av 10 har vært i Norge tidligere

3 av 10 aktive reisende i Italia har litt eller mye kjennskap til Norge som reisemål, og 13 prosent av disse har besøkt Norge tidligere. Det er på samme nivå som de reisende i Spania



Potensialkart for Norge i det italienske markedet



Potensialkartet viser hvilke typer ferier italienerne 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 59 prosent av disse mener at Norge er et ideelt reisemål for naturferier). Etter naturferier følger byferier, som er stort og med ganske god match, og cruise der Norge topper listen over destinasjoner som egner seg.

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



Italienere er mest interessert i kultur- og byferier

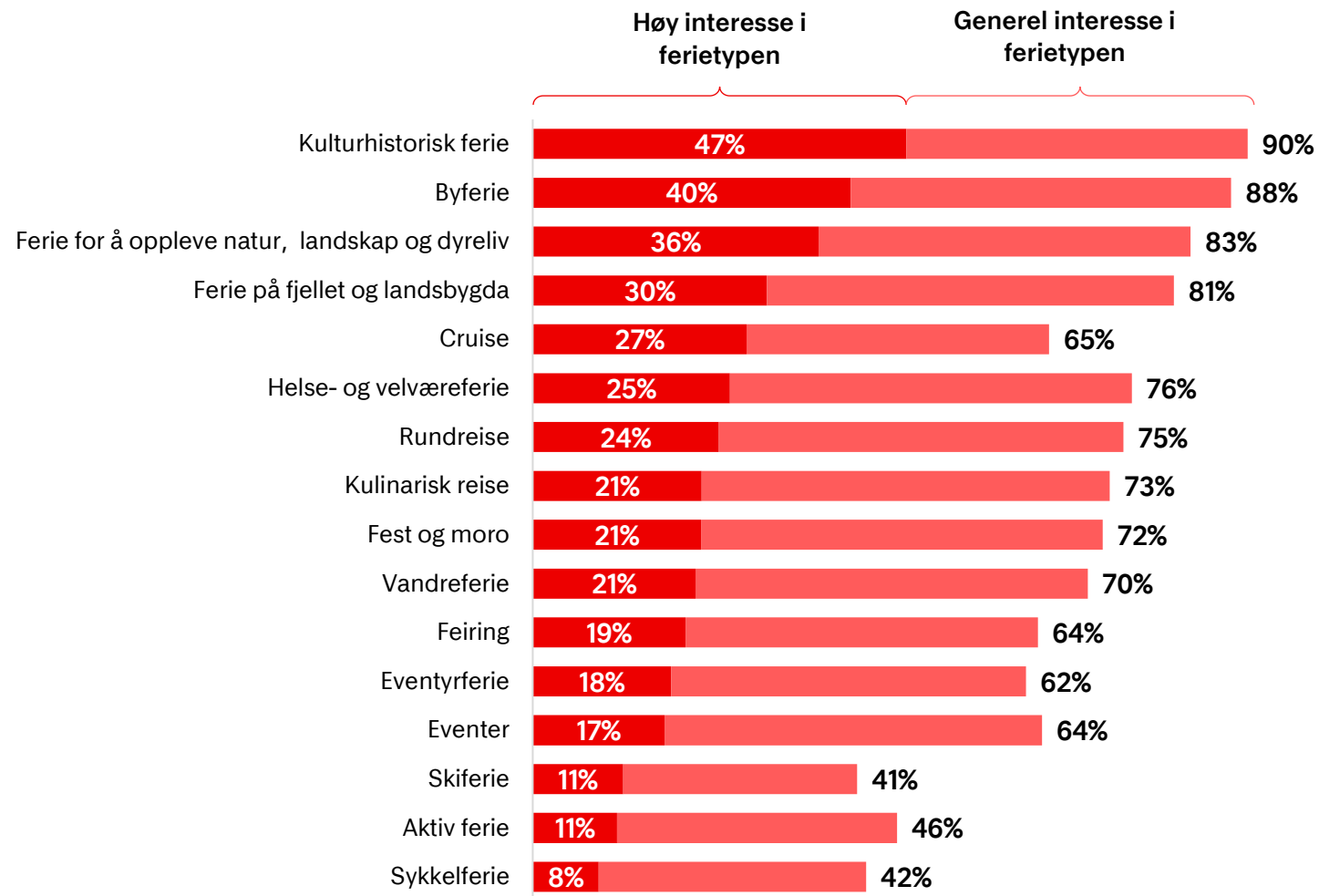
Grafen viser andelen av de aktive reisende som er interessert i ulike typer utenlandsferier i fremtiden.

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 kulturhistoriske ferier etterfulgt av byferier og naturferier.

Italienerne er over gjennomsnittet interessert i kulturhistoriske ferier, men også i byferier, helse og velvære og cruise, fjell- og vandreferier. De er mindre interessert i eventyrferier, skiferier og sport-/aktive ferier i utlandet.



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 (har valgt 9 eller 10)



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Italia

Frankrike er det mest kjente og besøkte reisemålet blant italienere

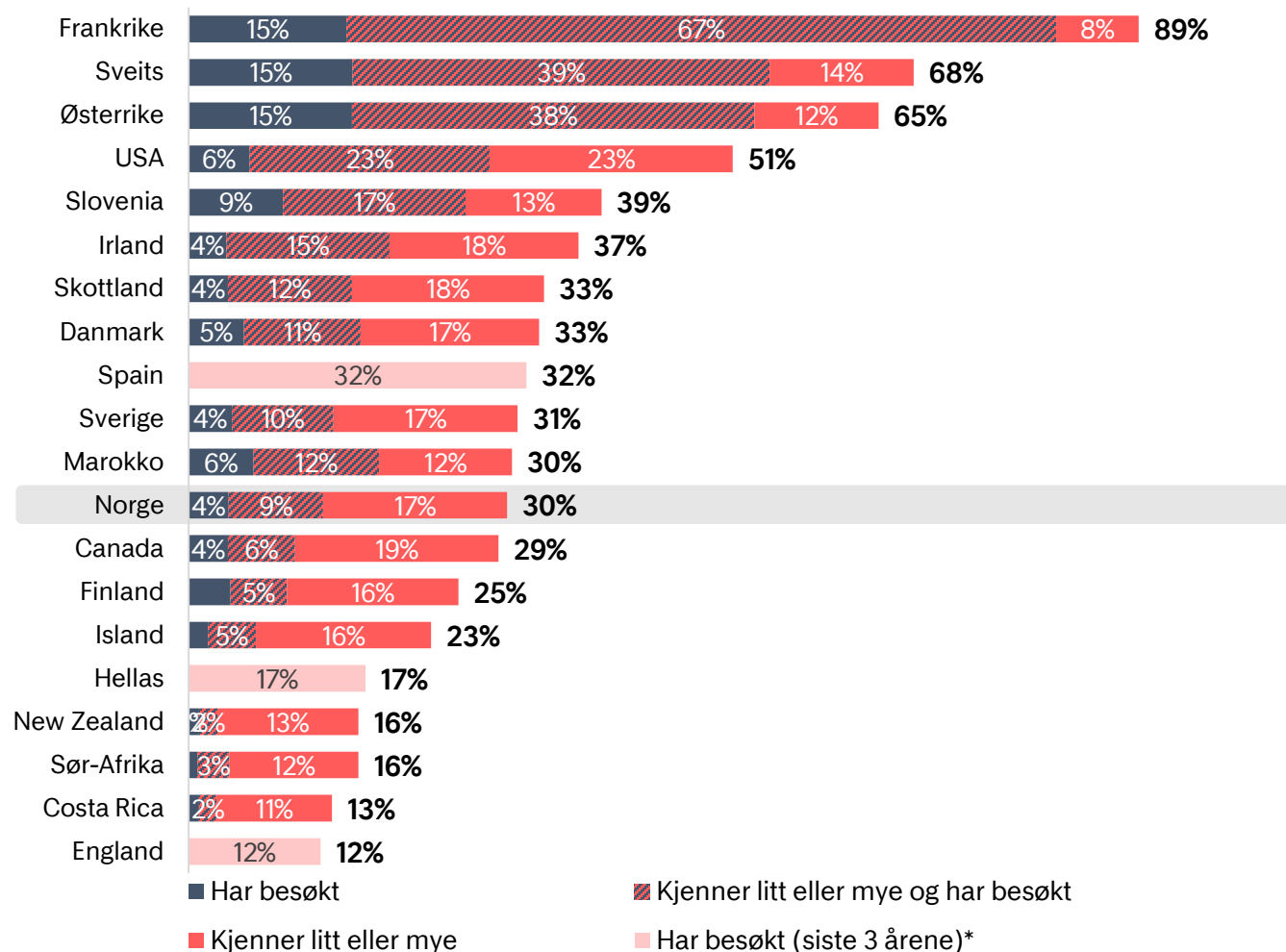
Grafen viser hvor stor andel av de aktive reisende i Italia som kjenner til de ulike landene som reisemål og/eller har besøkt landene tidligere.

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, Hellas og England, er med i denne listen. Spania, Hellas og England kommer med 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 troner på toppen, langt over de andre landene både i tidligere besøk og kjennskapsnivå. Danmark, Sverige og Norge er tilnærmet like på kjennskap, men Danmark ligger litt over på tidligere besøk. Finland og Island ligger litt lavere.

Andel av de aktive reisende som kjenner eller har besøkt destinasjonene



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Italia

Norge på topp som cruise-destinasjon

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. Det er lav kjennskap til New Zealand og Sør-Afrika, derfor er disse landene ikke rangert for flere av ferietypene. Det er kun de som har besøkt Hellas og England siste 3 år, derfor er det få rangeringer for disse landene

Destinasjonene er rangert fra 1-19, der 1 er den destinasjonen som i størst grad assosieres med ferietypen. Norge kommer på topp for cruise, men er også på topp 5 vandreferier, eventyrferier, rundreiser og naturferier.



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

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

Halvparten forbinder Norge med ferier for å oppleve natur, landskap og dyreliv

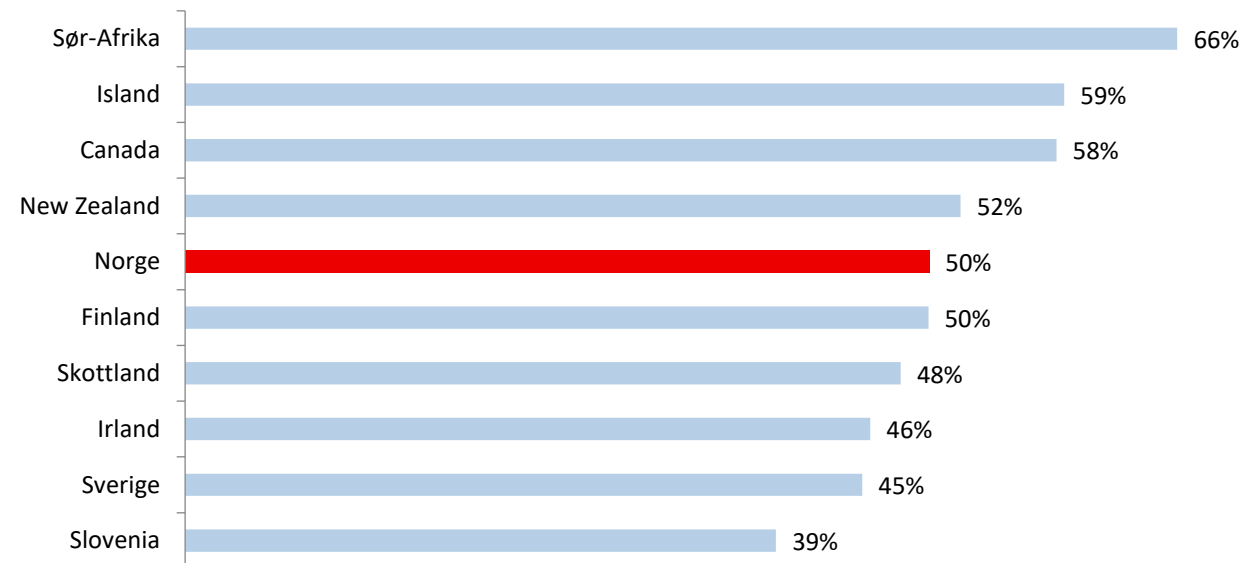


Figurene viser andelen med høy interesse for naturferier, som har svart at de assosierer denne typen ferier med disse landene. De har kun fått opp land i listen som de kjenner til eller har besøkt.

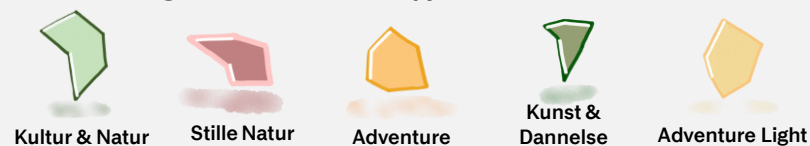
Halvparten assosierer Norge med naturferier. Det holder til en 5. plass på lista over land som italienerne forbinder med denne typen ferier. Island assosieres i større grad med naturferier enn Norge, og er også foran som destinasjon for eventyrferier. De siste 3 årene har italienerne i mindre grad enn gjennomsnittet vært på naturferier, men det er 36 prosent som er svært interessert i å reise på en slik ferie i tiden som kommer.

Mer enn 3 av 4 naturferier er i Kultur & Natur (44%), Stille Natur (16%) og Adventure (14%).

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



Største segmenter for ferietypen er...



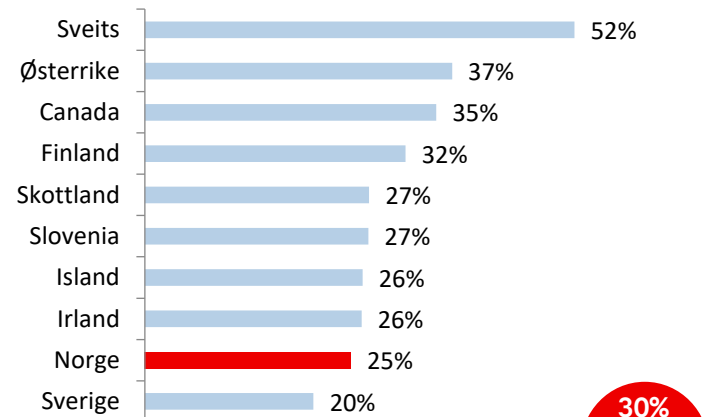
36%
... har høy
interesse for å
reise på
ferietypen

Norge egner seg godt for vandreferier

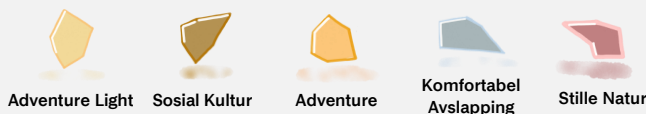


Italienerne reiser i større grad på vandreferier. Norge er topp 3, foran Sveits og Østerrike. 1 av 3 forbinder Norge med vandreferier. Det største segmentet er Kultur & Natur (31%), Adventure (16%), Adventure Light (15%), Komfortabel Avslapping (13%) og Sosial Kultur (11%). Sveits og Østerrike topper listen over land som egner seg både for fjell- og skiferier. 1 av 5 mener Norge egner seg for fjellferier, det holder til en 9. plass. Finland topper listen på vandreferier og er nr. 4 for fjellferier, og har jevnt over en litt sterkere posisjon enn Norge i Italia. 9 av 10 fjellferier er i Kultur & Natur (30%), Adventure (19%), Sosial Kultur (14%), Stille Natur (13%), Komfortabel Avslapping (12%). Sveit og Østerrike dominerer som utenlandske reisemål for skiferier. Adventure Light (73%) er dominerende, etterfulgt av Aktiv Natur (17%) og Stille Natur (11%).

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



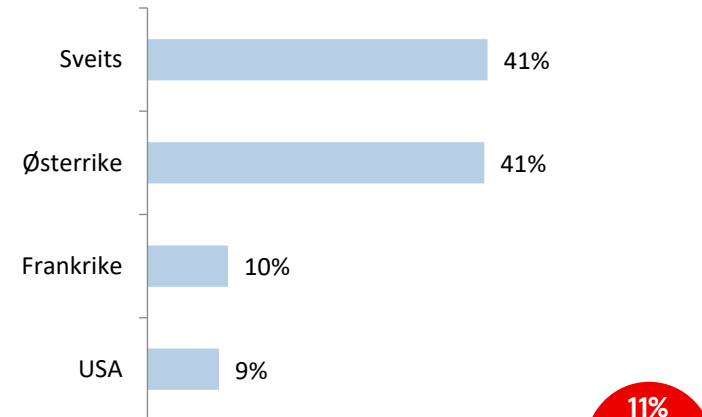
Største segmenter for ferietypen er...



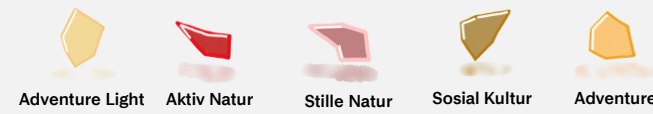
30%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med skiferie



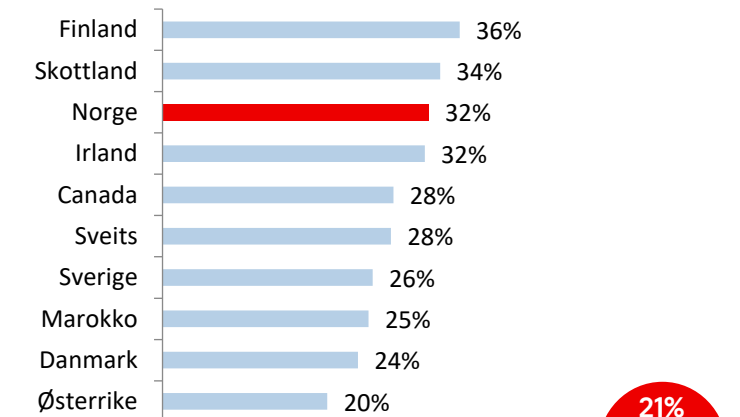
Største segmenter for ferietypen er...



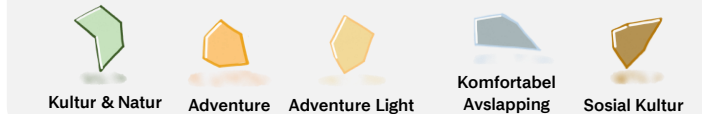
11%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med vandreferie



Største segmenter for ferietypen er...



21%

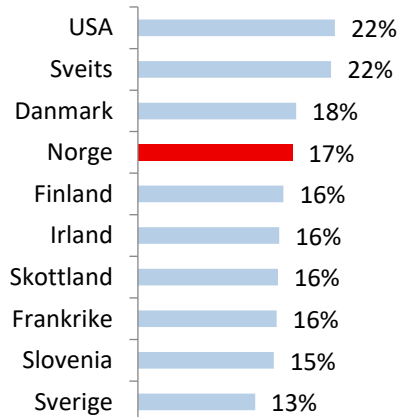
... har høy interesse for ferietypen



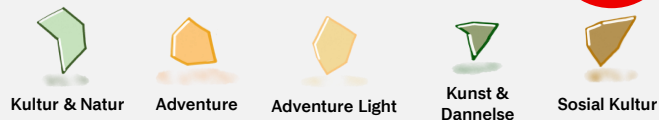
Norge topper listen over cruisedestinasjoner, og er godt posisjonert også for eventyrferier og rundreiser

Norge topper listen over destinasjoner italienerne forbinder med cruise. Selv om Norge er på topp, er det bare 21 prosent som forbinder Norge med cruise. Det er en lavere andel enn på eventyrferier, selv om Norge "kun" er på 3. plass for denne ferietypen. De nordiske landene er høyt på listene for alle disse ferietypene, Norge, Danmark og Finland er på topp 10 for alle ferietypene. De viktigste segmentene for eventyrferier er Komfortabel Avslapping (24%), Kultur & Natur (19%), Adventure Light (18%) og Adventure (16%). 8 av 10 rundreiser er i Kultur & Natur (37%), Adventure (24%) og Adventure Light (20%). For cruise er nesten 8 av 10 reiser i Sosial Kultur (39%), Kultur & Natur (13%), Adventure (13%) og Kust & Dannelse (12%).

I hvilken grad forbindes ett land med rundreise



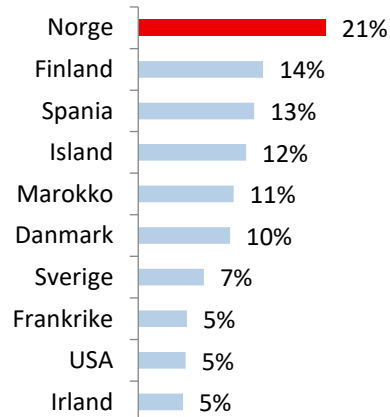
Største segmenter for ferietypen er...



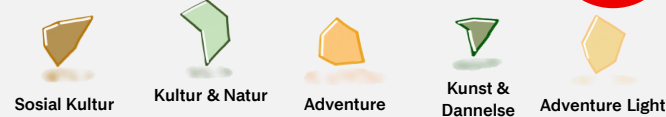
24%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med cruise



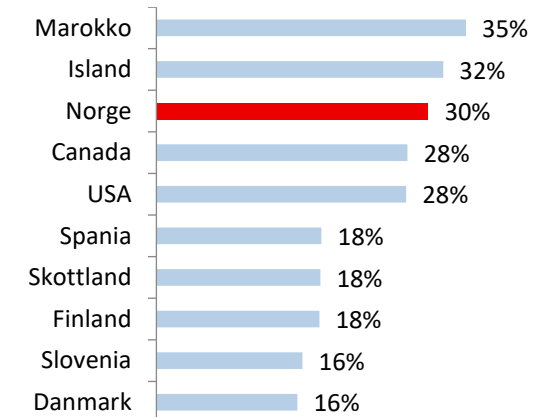
Største segmenter for ferietypen er...



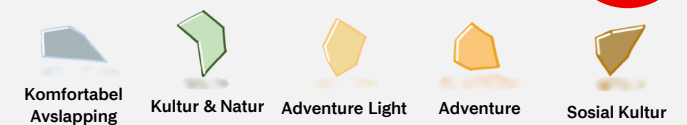
27%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med eventyrferie



Største segmenter for ferietypen er...



18%

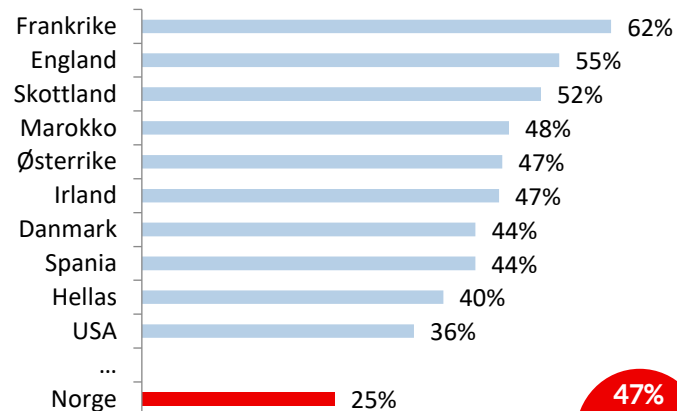
... har høy interesse for ferietypen

Ingen er mer interessert i kulturhistoriske ferier og byferier enn italienerne



Nesten halvparten er svært interessert i å reise på en kulturhistorisk ferier og 4 av 10 på byferier. Norge er nr. 13 av 19 for byferie og 15 av 19 for kulturhistoriske ferier. Det er mange land som egner seg bedre, men det er stor interesse, og hhv. 25 og 37 prosent forbinder Norge med slike ferier. 7 av 10 kulturhistoriske ferier er i Kultur & Natur (24%), Kunst & Dannelse (24%), Sosial Kultur (23%). Særlig de som er i Kultur & Natur er en naturlig målgruppe for norsk reiseliv. For byferier er Sosial Kultur (31%) klart størst etterfulgt av Kunst & Dannelse (15%) og Kultur & Natur (14%). Spania og Frankrike dominerer for kulinariske reiser, det er kun 9 prosent som mener Norge egner seg. Mer enn 8 av 10 reiser er i Adventure (23%), Komfortabel Avslapping (22%), Sosial Kultur (21%) og Kultur & Natur (20%).

I hvilken grad forbindes ett land med kulturhistorisk ferie



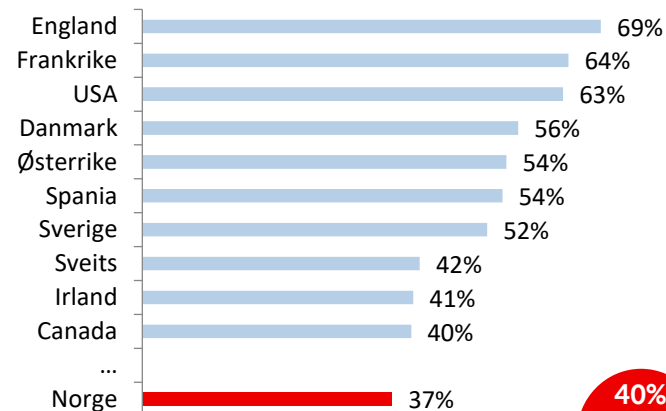
Største segmenter for ferietypen er...



47%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med byferie



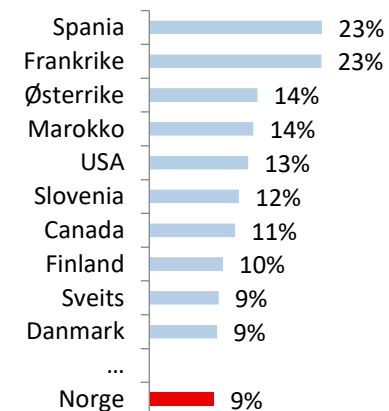
Største segmenter for ferietypen er...



40%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med kulinarisk ferie



Største segmenter for ferietypen er...



21%

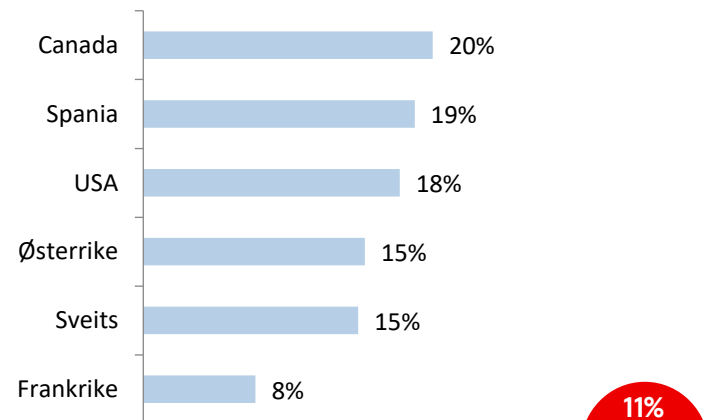
... har høy interesse for ferietypen

Kun amerikanere som er mer interessert i helse og velvære enn italienerne

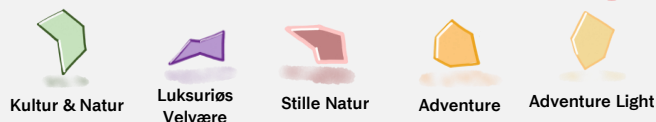


1 av 4 er svært interessert i en helse og velvære ferie. Nabolandene er øverst på listen. Alle nordiske land er på topp 10 over destinasjoner som forbindes med helse og velvære, men det er ingen land som dominerer innenfor helse og velvære. Sverige er nr. 6, men ingen andre nordiske land assosieres i særlig grad med helse og velvære. Målgruppen for disse feriene er relativt ung, og de største segmentene er Adventure (26%), Komfortabel Avslapping (23%), Sosial Kultur (18%) og Adventure Light (14%). Det er få som er interessert i å reise til utlandet for sport-/aktive ferier, men Kultur & Natur (48%) er et dominerende segment. Adventure (38%) og Komfortabel Avslapping (20%) er det viktigste segmentet for sykkelferier, men det er få som reiser på rene sykkelferier og nabolandene dominerer.

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

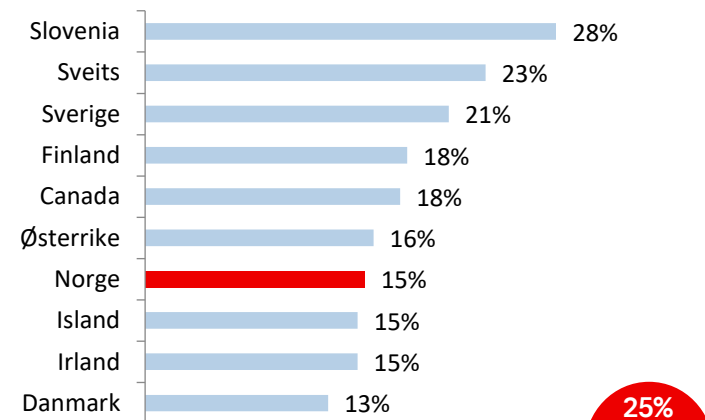


Største segmenter for ferietypen er...



11%
... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med helse og velvære

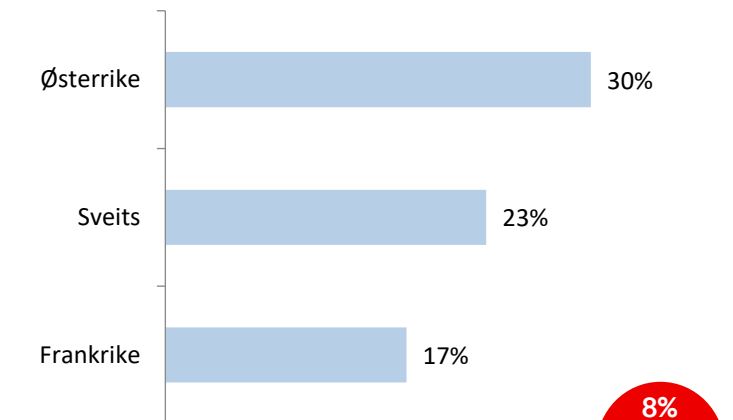


Største segmenter for ferietypen er...

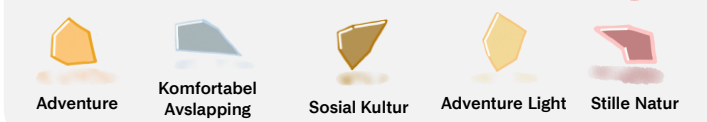


25%
... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med sykkelferie



Største segmenter for ferietypen er...



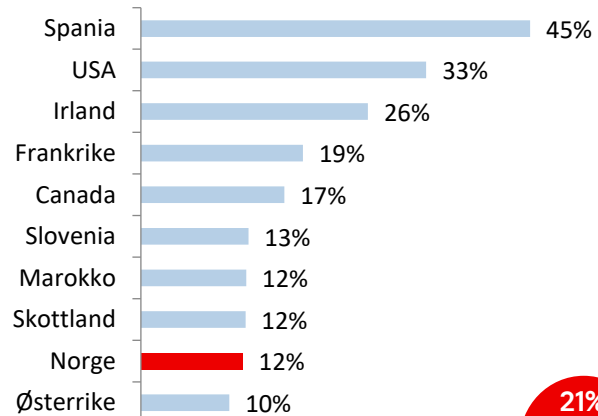
8%
... har høy interesse for ferietypen



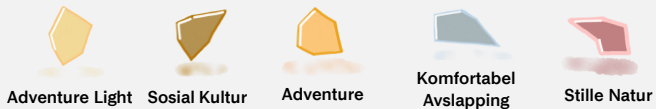
Norge forbindes i liten grad med feiringer, eventer, fest og moro

Omtrent 1 av 5 reisende er svært interessert i å reise til utlandet for feiringer, jubileum eller fest og moro i fremtiden. Spania er dominerende for fest og moro og USA for feiringer. Det er svært få som forbinder Norge med eventer og feiringer. Det er litt flere som assosierer Norge med fest og moro, men her ligger Spania, USA og Irland langt foran. Det er ingen nordiske land med sterke assosiasjoner til noen av disse ferietypene. Ingen nordiske land forbindes med noen av disse ferietypene. Sosial Kultur er viktig i alle ferietypene.

I hvilken grad forbindes ett land med fest og moro



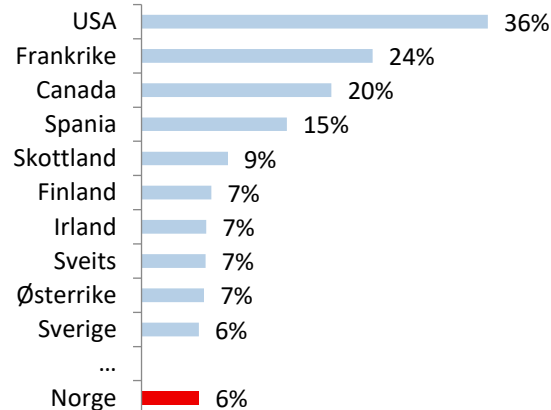
Største segmenter for ferietypen er...



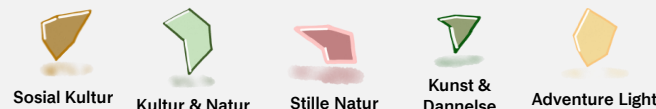
21%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med feiringer



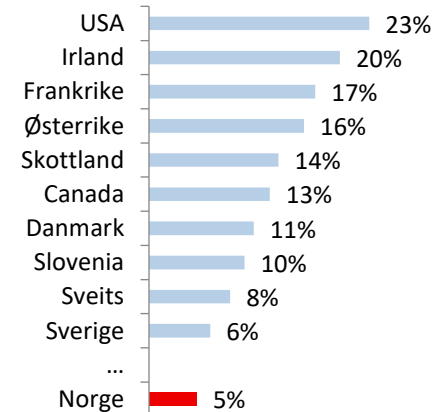
Største segmenter for ferietypen er...



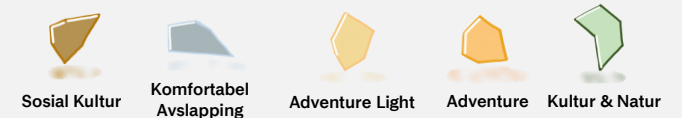
19%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med events



Største segmenter for ferietypen er...



17%

... har høy interesse for ferietypen



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.innovasjon norge.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

