

Konkurransesituasjonen i

Spania

Rapport mars 2025



Epinion

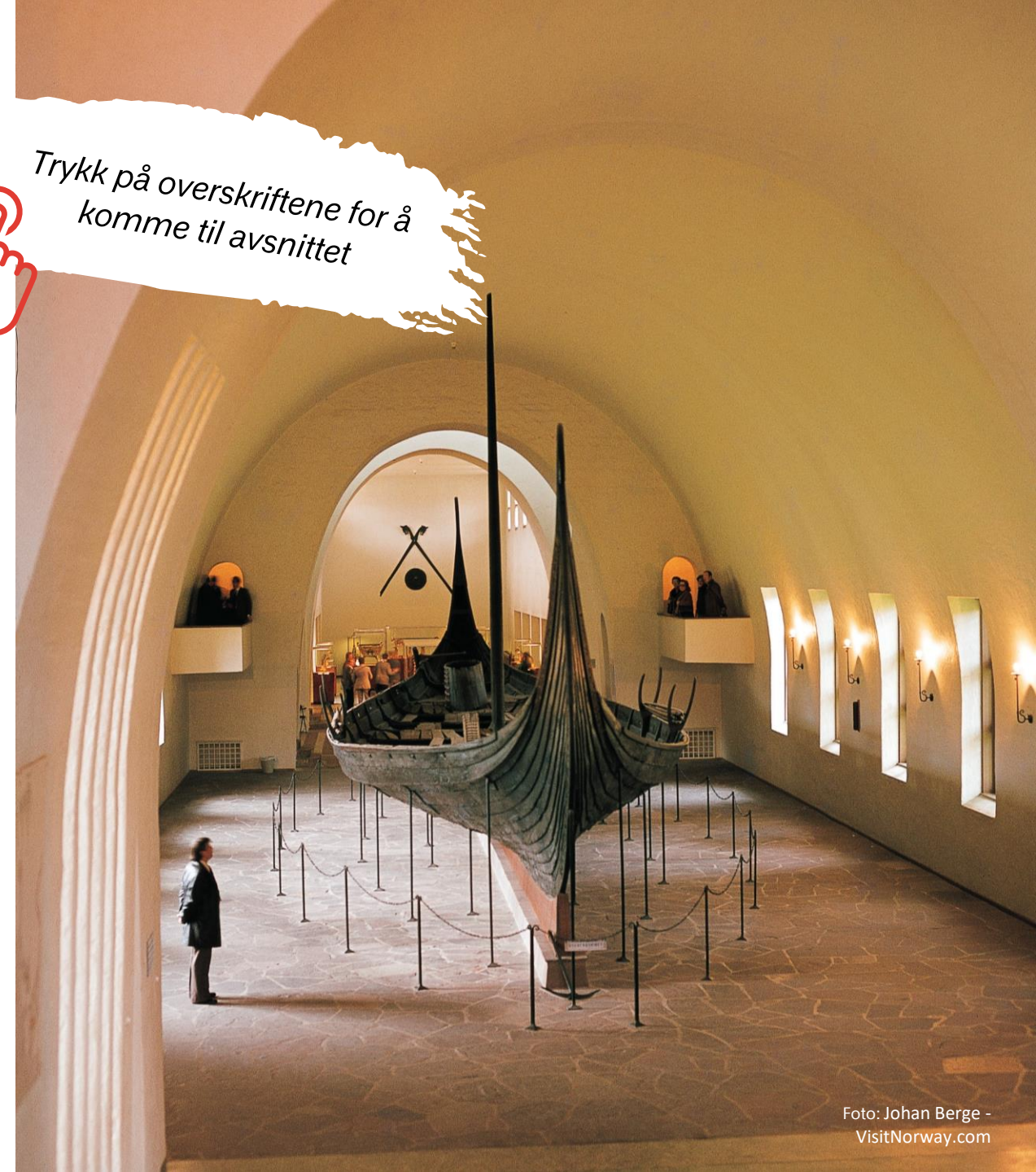


Innholdsfortegnelse

- 1 Introduksjon
- 2 Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Spania
- 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.

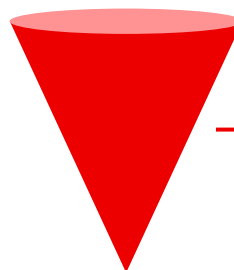
Dette er den samme måten å avgrense målgruppen på som brukes i reisebarometeret og i målgruppeundersøkelsen i 2017.

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



1 310 / 13 086

respondenter/intervju



2 962 / 33 270

feriereiser siste 3 år



1 666 / 15 239

Kartlagte reiser med detaljert data (segmenteringsgrunnlag)

Spanske 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.

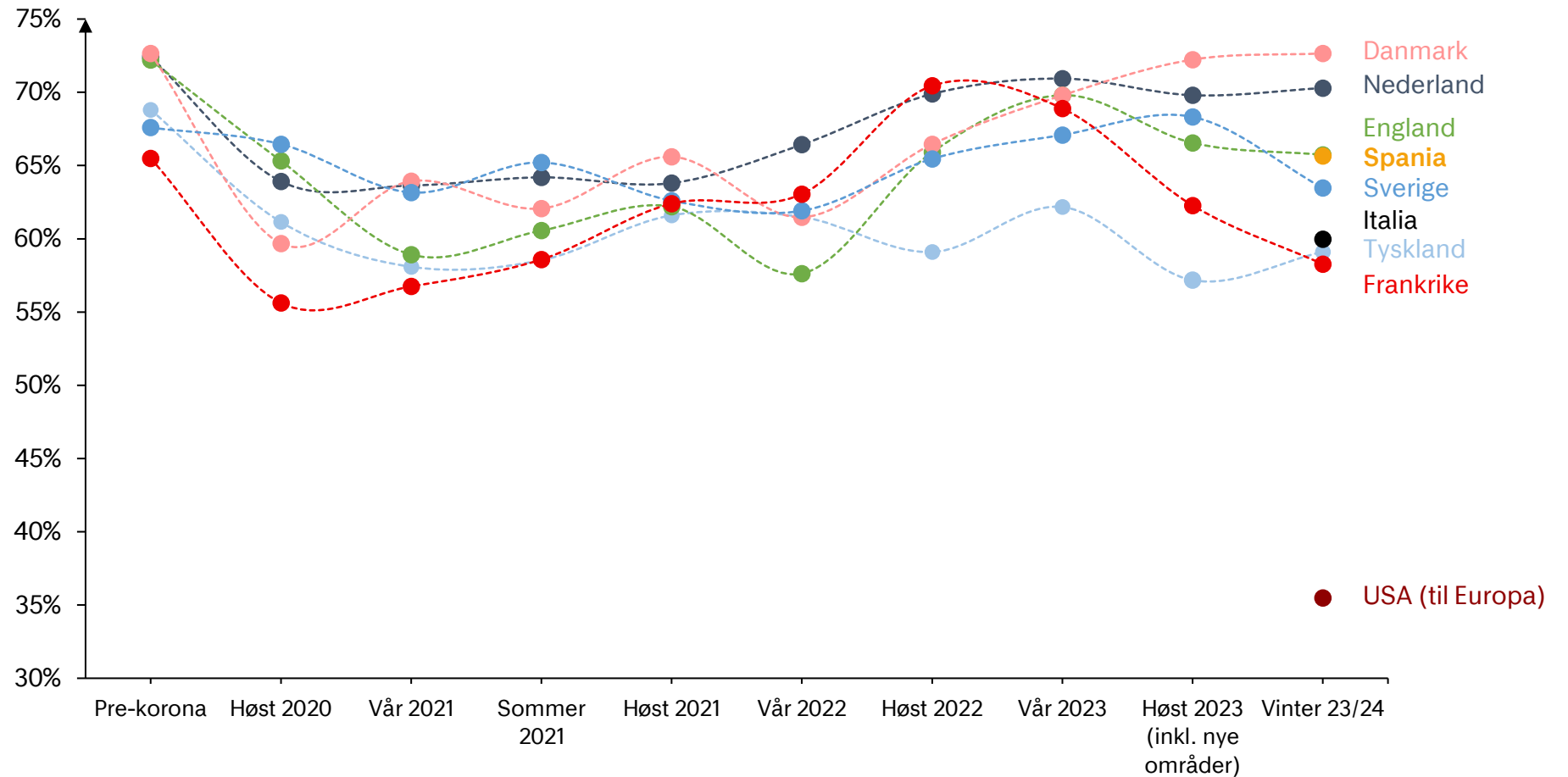
For at få et datamateriale som er relevant for norsk reiseliv, har vi prioritert opp ferier i Norge og ferietyper som utgjør en relativt liten andel av det totale markedet for ferier i utlandet; skiferier, sport og aktive ferier, helse og velvære, kulinariske reiser, vandreferier, sykkelferier og adventure/eventyrferier.

1. Introduksjon

65 prosent av befolkningen i Spania er aktive reisende

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

66 prosent av den voksne befolkningen i Spania er aktive reisende.



Hele befolkningen

Spanske reisende



27% / 31%
18 - 34 år

40% / 37%
35 - 54 år

33% / 33%
55+ år



33% / 35%
Øverste
inntektsgruppe



3,2 / 3,9
Antall reiser
(Europa)



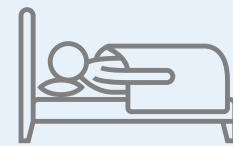
46% / 35%
Andel pakkereise



35% / 32%
Kun ektefelle/ partner

33% / 34%
Med barn

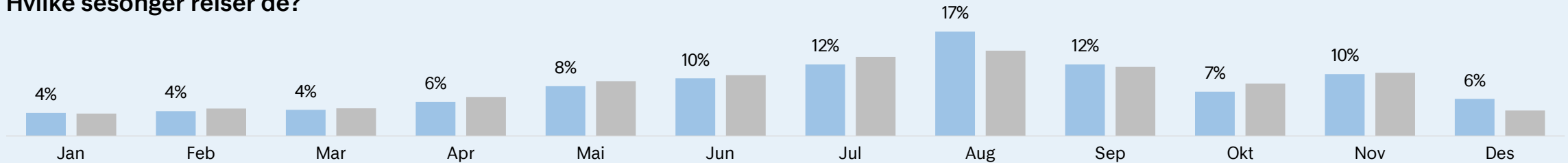
22% / 22%
Med venner



78% / 70%
Korte ferier
1-7 overnattinger

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

Hvilke sesonger reiser de?



Oppsummering av funn



NORGES POSISJON

Det er en større andel aktive reisende i Spania (65%), enn i Frankrike og Italia. Nesten 1 av 3 kjenner til eller har besøkt Norge. Spanjolene er over gjennomsnittet interessert i kulturhistoriske ferier, feiringer, cruise og fjellferier. Norge rangerer på topp 3 naturferier, cruise, vandreferier og naturferier.

Norge har en mye svakere posisjon for kultur- og byferier. Spania er det eneste landet der Norge er inne på topp 10 for kulinariske reiser, og det er kun i USA det er større interesse for den typen reiser.



KULTUR OG MATOPPLEVELSER ER VIKTIG

Spanjolene er over gjennomsnittet opptatt av kultur, historie og matopplevelser. De besøker i større grad byer og steder med en rik kulturarv, og ingen har en større andel av feriene i Kunst & Dannelse. Flest assosierer nabolandene Italia og Frankrike med kulturhistoriske og kulinariske ferier. Norge er også på listen over land som egner seg for feiringer, fest og moro.

Spanjolene er mye mer opptatt av kultur, historie, livsstil, matkultur- og matopplevelser når de er på ferie i Norge også. Samtidig er de mindre fornøyd med maten på spisestedene og muligheten for å kjøpe lokale produkter.



NATUROPPLEVELSER OG VELVÆRE

Spanjolene er mer opptatt av at ferien skal gi en boost i mentalt velvære, bidra til å forbedre helse og livsstil og gi påfyll av ny energi. Ferien handler mer om velvære og avslapping, enn om fysisk aktivitet som vandring og sykling.

De rangerer Norge høyt både for naturferier, fjellferier, helse og velvære, cruise, eventyrferier og vandreferier. En ferie for å oppleve natur er trolig mindre aktiv og tettere koblet mot kultur, matopplevelser og velvære enn for mange andre markeder.



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Spania

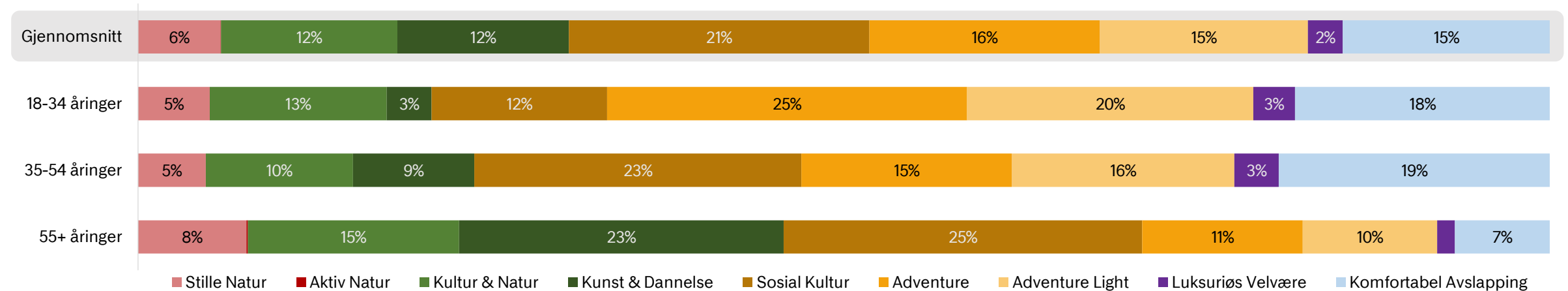


Målgruppene har ulik størrelse og betydning i ulike aldergrupper

Det er stor forskjell mellom de eldste (55+) og de yngste (18-34 år) i det spanske markedet. For reisende over 55 år er mer enn 6 av 10 reiser i Sosial Kultur, Kunst & Dannelse og Kultur & Natur. For den yngste aldersgruppen er mer enn 6 av 10 reiser i Adventure, Adventure Light og Komfortabel Avslapping. Spanjolene er mer opptatt av at ferien er en flukt fra hverdagen for å oppnå harmoni, balanse og en boost i mental velvære (blå). Samtidig verdsetter de tradisjoner og foretrekker i større grad det velkjente og vil lære og vokse (grønn). De eldste er mye mer opptatt av rik kulturarv og interessant kunst og kultur, mens de yngste er eventyrlysten, vil ha utendørsaktiviteter og budsjettvennlige alternativer. Ingen har en større andel av feriene i Kunst & Dannelse.

Målgruppenes størrelse (antall overnattinger)

Målgruppenes andel av overnattinger på feriereisene i fordelt på aldersgrupper



2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Spania

Kultur, historie og matopplevelser er viktig for spanjolene

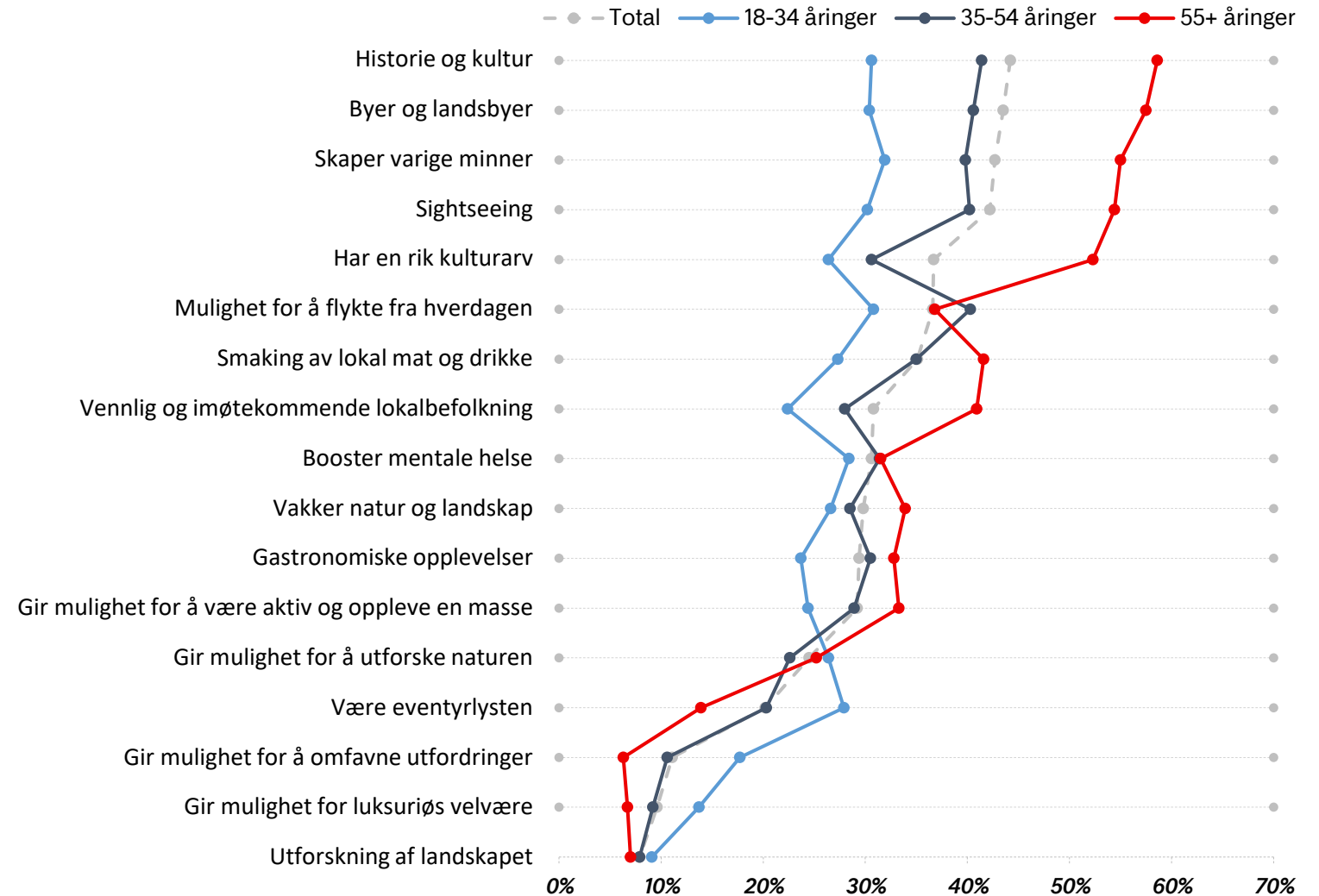
Grafen viser hvilke kvaliteter og egenskaper som er viktig for flest reisende på ferie i utlandet.

Spanjolene er, som italienerne, over gjennomsnittet opptatt av kultur, historie og matopplevelser. De besøker i større grad byer og steder med en rik kulturarv. De yngste er litt mer eventyrlystne, og mer interessert i å utforske det ukjente. De utfordrer i større grad komfortsonen på en ferie. De yngste er også mer opptatt av å ha tilgang til budsjettvennlige alternativ og pakkereiser.

De er mer en gjennomsnittet opptatt av at ferien skal være en anledning til å flykte fra hverdagen for å få en boost i mental velvære.

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

Andelen av feriereisende som har angitt egenskapen

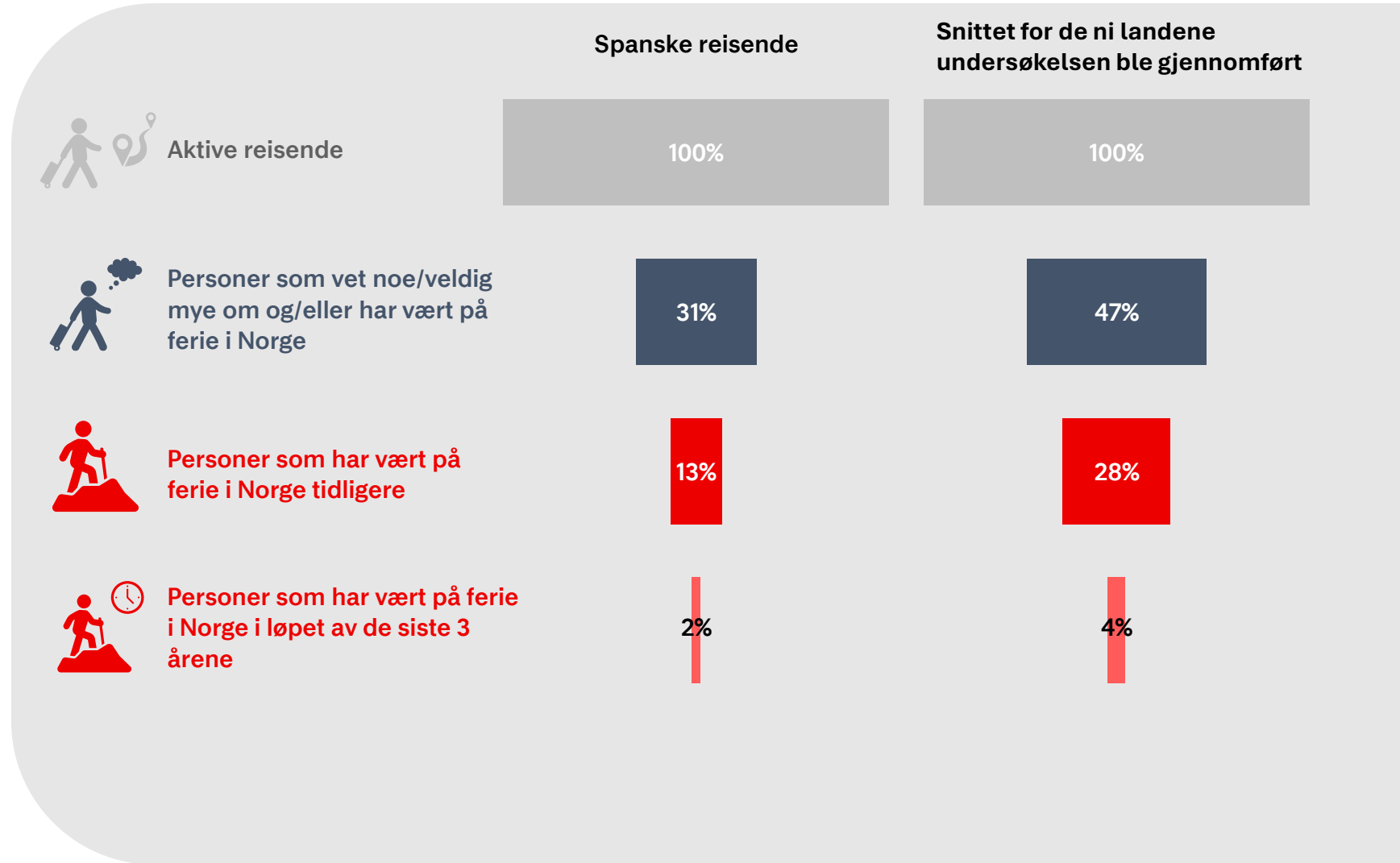


2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Spania

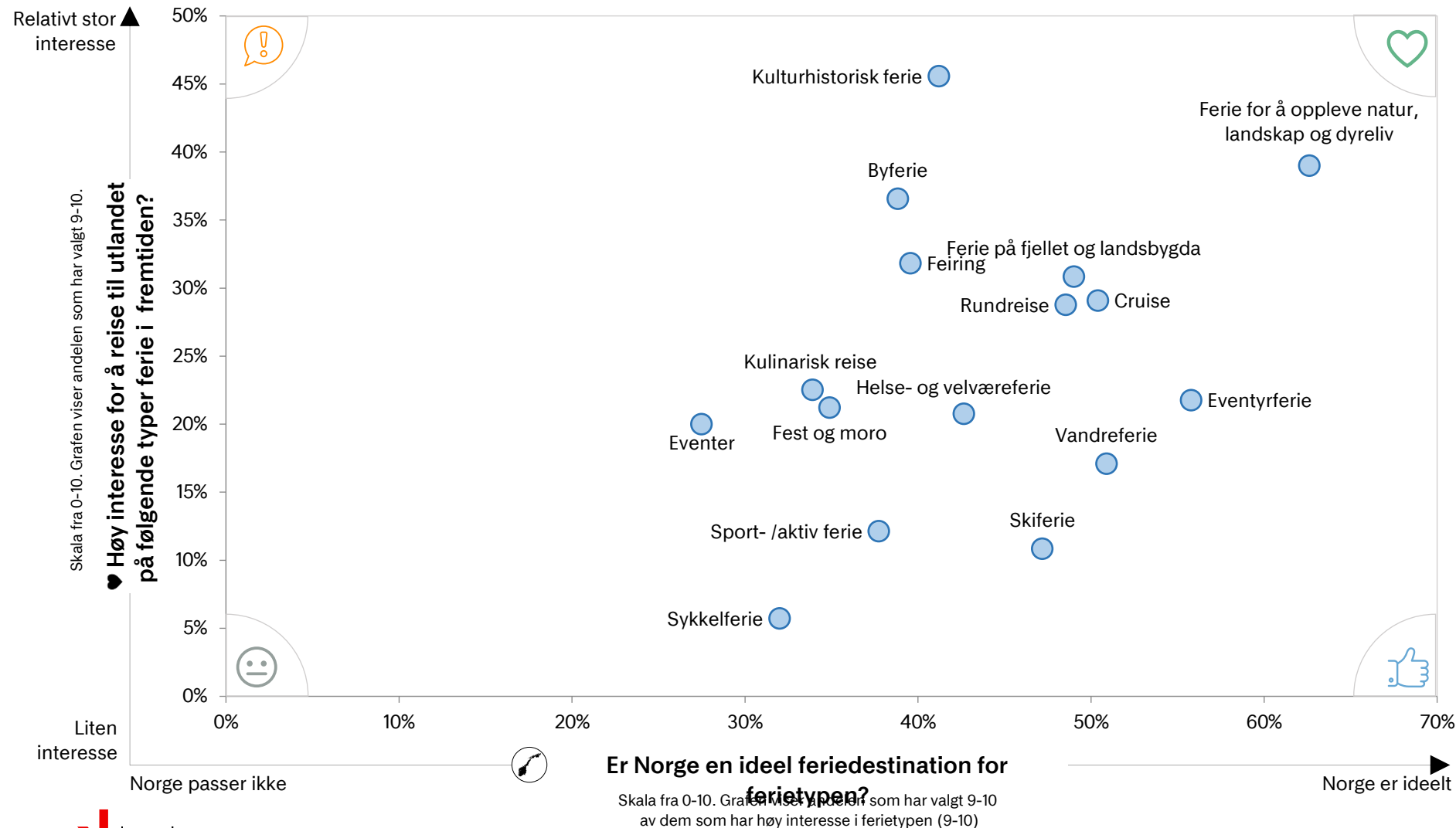
1 av 10 har vært i Norge tidligere



3 av 10 aktive reisende i Spania 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 Italia.



Potensialkart for Norge i det spanske markedet



Potensialkartet viser hvilke typer ferier spanjolene 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 (39 prosent svært interesserte, og 59 prosent av disse mener at Norge er et ideelt reisemål for naturferier). Etter naturferier følger kulturhistoriske ferier, som er stort og med ganske god match. Fjellferier, cruise og byferier er også potensielle norges-ferier.



Norge ligger nær naturferier og vandreferier

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 nært England, det betyr at spanjolene i stor grad assosierer England med byferier.

Norge ligger nær vandre- og 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 Finland og Nepal. Det betyr at disse landene ligner mest på Norge, i forhold hvilke ferier som passer i landene.



Spanjolene er mest interessert i kultur- og naturferier

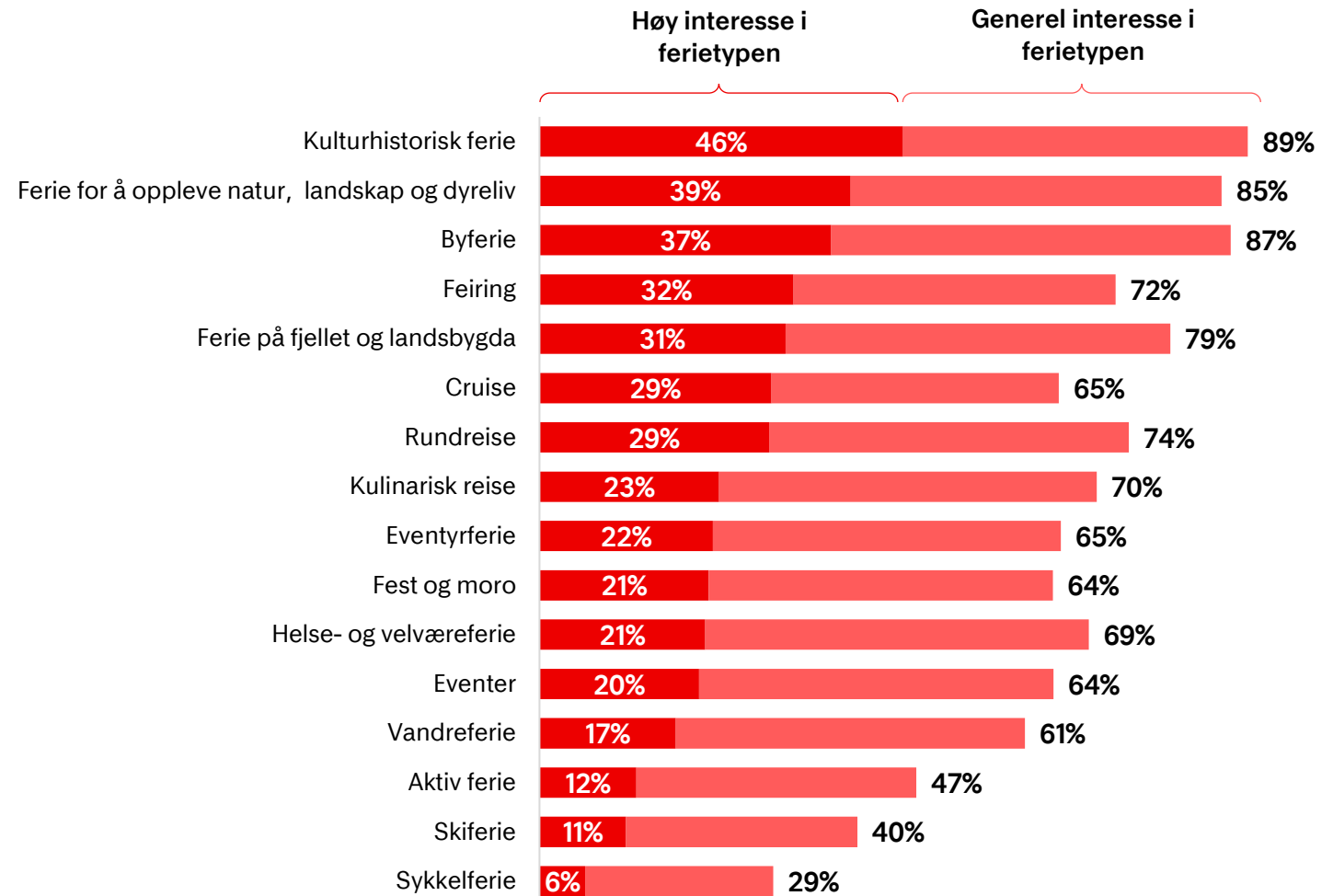
Grafen viser andelen av de aktive reisende som er interessert i ulike typer utenlandsferier i fremtiden.

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 kulturhistoriske ferier etterfulgt av naturferier og byferier.

Spanjolene er over gjennomsnittet interessert i kulturhistoriske ferier, men også i å reise til utlandet for feiring og jublieum, cruise og fjellferier. De er mindre interessert i sykkelferier, 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 Spania

Frankrike og Italia er de mest kjente og besøkte reisemålet i Spania

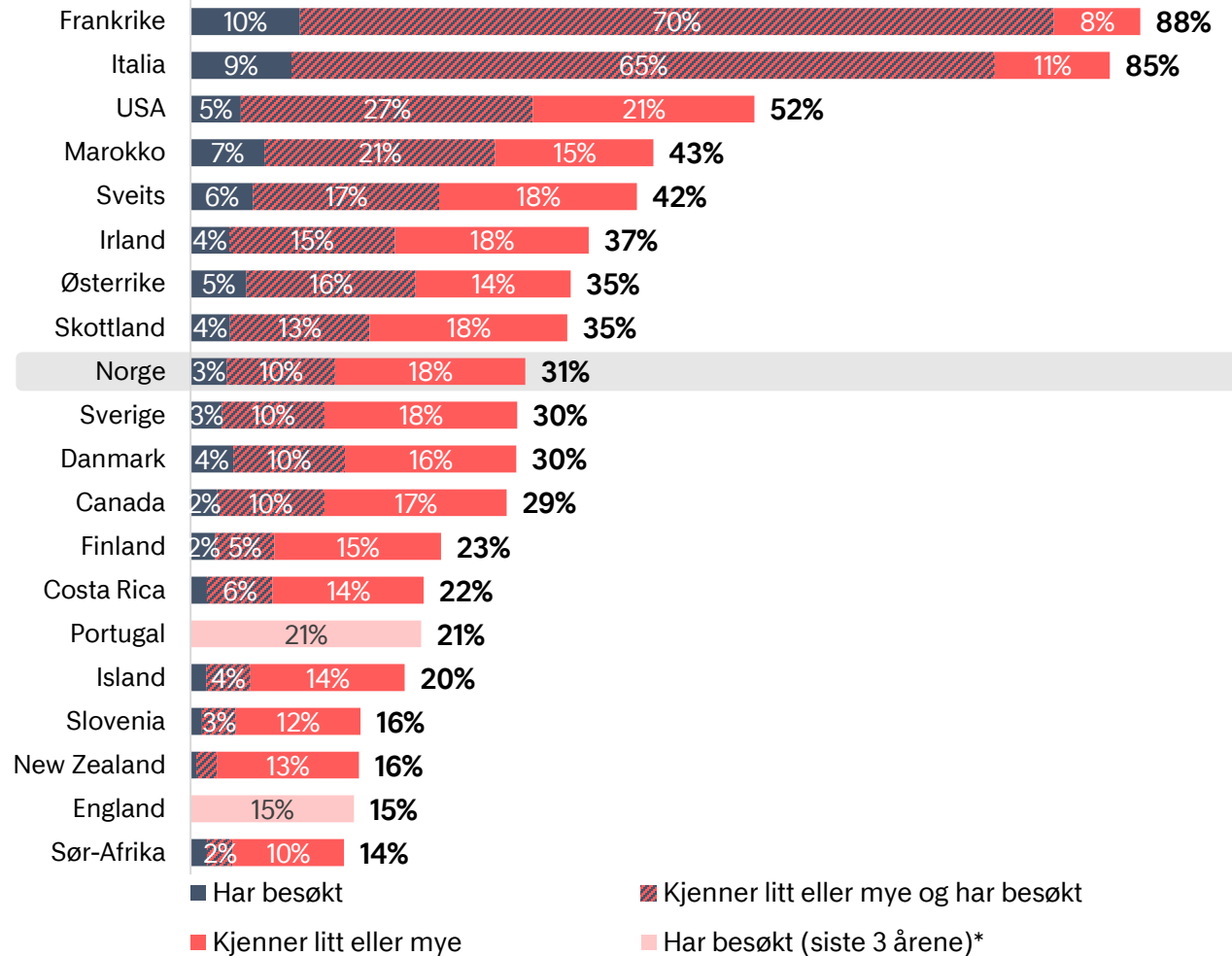
Grafen viser hvor stor andel av de aktive reisende i Spania som kjenner til de ulike landene som reisemål og/eller har besøkt landene tidligere.

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 Portugal og England, er med i denne listen. Portugal 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 og Italia troner på toppen, langt over de andre landene både i tidligere besøk og kjennskapsnivå. Norge, Sverige og Danmark er tilnærmet like på kjennskap og 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 Spania

Norge på topp som destinasjon for cruise, helse og velvære

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 Slovenia og Sør-Afrika, derfor er disse landene ikke rangert for flere av ferietypene. Det er kun de som har besøkt Portugal 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 og helse og velvære, men er også på topp 5 vandre-, natur og fjellferier.



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	Costa Rica	Danmark	Finland	Frankrike	Island	Irland	Italia	Marokko	New Zealand	Skottland	Slovenia	Sør-Afrika	Sverige	Sveits	USA	Portugal	England
Helse og velvære	1	5	11	-	4	-	6	-	3	7	12	-	9	-	-	8	2	10	-	-
Cruise	1	14	13	4	6	3	8	5	11	2	9	-	12	-	-	7	15	10	-	-
Vandreferie	2	4	5	-	11	-	9	-	3	12	8	-	7	-	-	6	1	10	-	-
Oppleve natur, landskap og dyreliv	3	14	1	5	12	9	19	6	8	18	17	2	7	13	4	11	10	16	15	20
Ferie på fjellet eller i landsbygda	5	8	7	12	13	10	11	3	6	15	14	-	2	-	-	4	1	16	9	-
Kulinarisk ferie	6	4	10	-	9	12	2	-	11	1	3	-	7	-	-	8	13	5	-	-
Eventyrferie	6	11	4	1	15	3	14	9	10	12	2	-	5	-	-	8	13	7	-	-
Sport-/aktiv ferie	7	5	2	-	-	-	9	-	10	4	8	-	6	-	-	-	3	1	-	-
Feiring	7	16	9	2	11	14	4	12	15	3	10	5	8	-	-	17	13	1	6	-
Fest og moro	9	12	13	3	4	14	6	15	5	2	7	-	10	-	-	8	10	1	-	-
Events	11	13	6	7	5	14	3	-	8	4	12	-	2	-	-	9	10	1	-	-
Kulturhistorisk ferie	14	3	17	20	9	16	2	19	8	1	7	15	4	11	18	12	13	10	6	5
Rundreise	15	3	9	10	2	14	5	8	13	6	4	-	11	-	-	12	7	1	-	-
Byferie	15	7	13	20	4	18	2	14	11	6	16	19	10	9	17	8	12	5	3	1
Skiferie	-	-	-	-	-	-	2	-	-	4	-	-	-	-	-	-	1	3	-	-
Sykkelferie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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



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

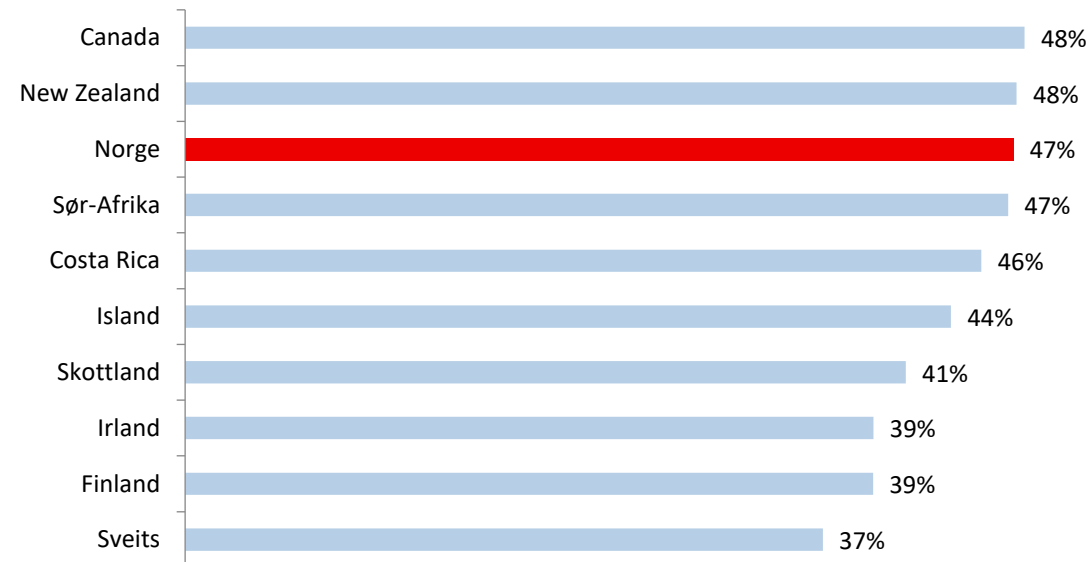
Figurene viser andelen med høy interesse for naturferier, som har svart at de assosierer denne typen ferier med disse landene. De har kun fått opp land i listen som de kjenner til eller har besøkt.

Nesten halvparten assosierer Norge med naturferier. Det er tett i toppen av denne listen og det er kun 2 prosentpoeng som skiller Canada på første plass og Costa Rica på 5.

Det er høy interesse for naturferier i Spania, det er kun i Tyskland det er en større andel som er svært interessert i naturferier. Det er relativt få som har reist på naturferier siste 3 år, så det gjenstår å se om spanjolene realiserer interessen for naturferier i årene som kommer.

Mer enn 8 av 10 naturferier er i Kultur & Natur (38%), Adventure (25%), Stille Natur (10%) og Sosial Kultur (10%).

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



Største segmenter for ferietypen er...



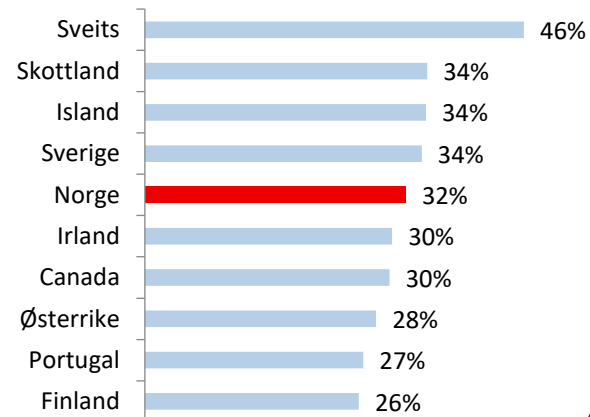
39%
... har høy interesse for å reise på ferietypen



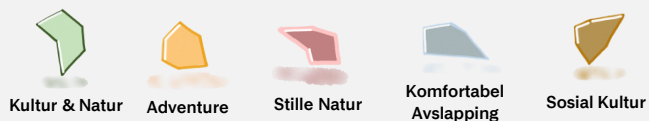
Norge egner seg godt for fjell- og vandreferier

Spanjolene er mer enn gjennomsnittlig interessert i å reise til utlandet på fjellferier framover, og de reiser i større grad på vandreferier. Norge er topp 5, der Sveits er i en egen klasse, men det er forholdsvis likt mellom landene som følger etter Sveits. 1 av 3 forbinder Norge med fjellferier. Det største segmentet er Kultur & Natur (27%), Adventure (20%), Stille Natur (15%), Komfortabel Avslapping (13%) og Sosial Kultur (12%). Spanjolene er mindre interessert i både skiferier og vandreferier enn gjennomsnittet. Det er kun Sveits som har sterkere assosiasjoner som skiferiedestinasjon. For skiferier er de største segmentene Adventure Light (24%), Adventure (23%), Stille Natur (22%) og Sosial Kultur (11%). Kultur & Natur (39%) er dominerende for vandreferier, etterfulgt av Stille Natur (20%), Adventure (18%) og Komfortabel Avslapping (11%).

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



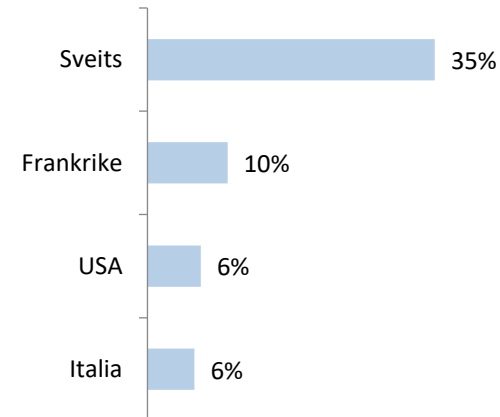
Største segmenter for ferietypen er...



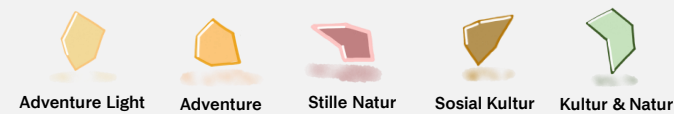
31%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med skiferie



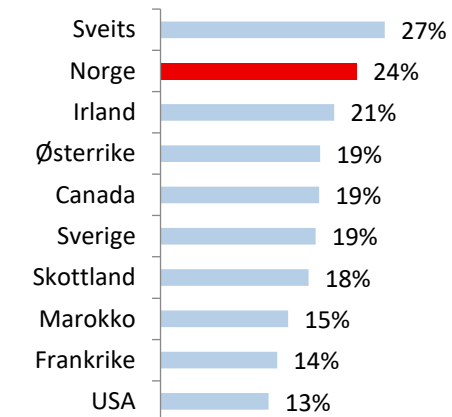
Største segmenter for ferietypen er...



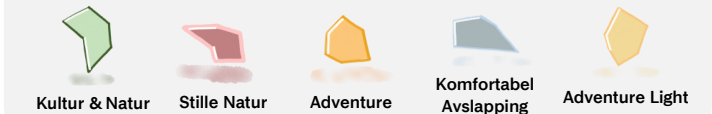
11%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med vandreferie



Største segmenter for ferietypen er...



17%

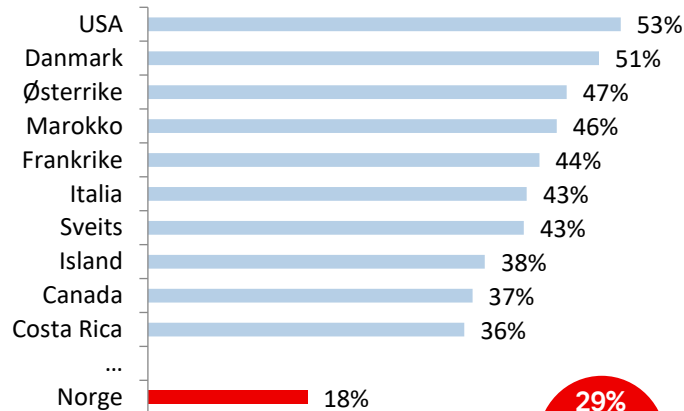
... har høy interesse for ferietypen



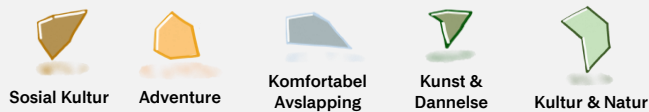
Norge topper listen over cruisedestinasjoner, og er godt posisjonert for eventyrferier

Norge topper listen over destinasjoner spanjolene forbinder med cruise, tett etterfulgt av Italia og Finland. Selv om Norge er på topp, er det bare 19 prosent som assosierer Norge med cruise. Det er en lavere andel enn på eventyrferier, selv om Norge kun er på 6. plass for denne ferietypen. Danmark er høyt på listen for rundreiser og Finland er litt høyere enn Norge for eventyrferier. De nordiske landene er ikke like høyt på listene for disse ferietypene som i Italia. Halvparten av cruiseferiene er Adventure (28%), Adventure Light (23%). For eventyrferier er 8 av 10 ferier i Adventure (23%), Komfortabel Avslapping (20%) og Kultur & Natur (20%) og Adventure Light (18%). Sosial Kultur (26%) er størst for rundreiser, etterfulgt av Adventure (17%), Komfortabel Avslapping (13%), Kust & Dannelse (13%) og Kultur & Natur (12%).

I hvilken grad forbindes ett land med rundreise



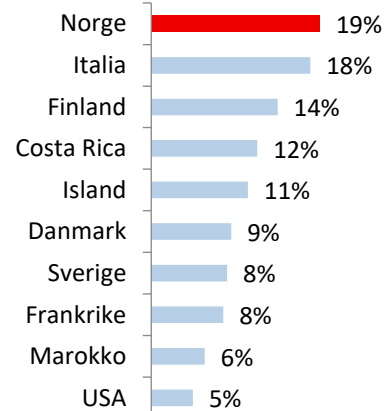
Største segmenter for ferietypen er...



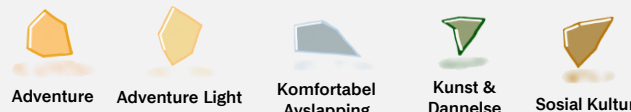
29%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med cruise



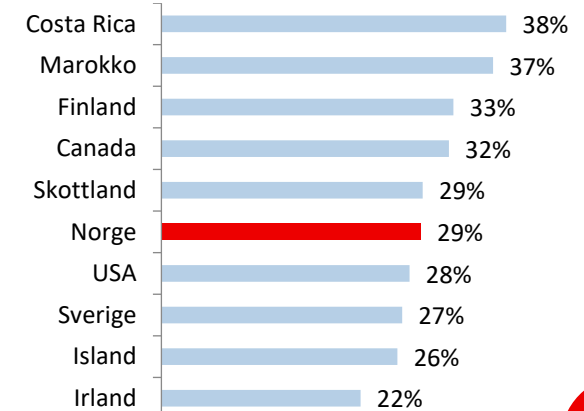
Største segmenter for ferietypen er...



29%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med eventyrferie



Største segmenter for ferietypen er...



22%

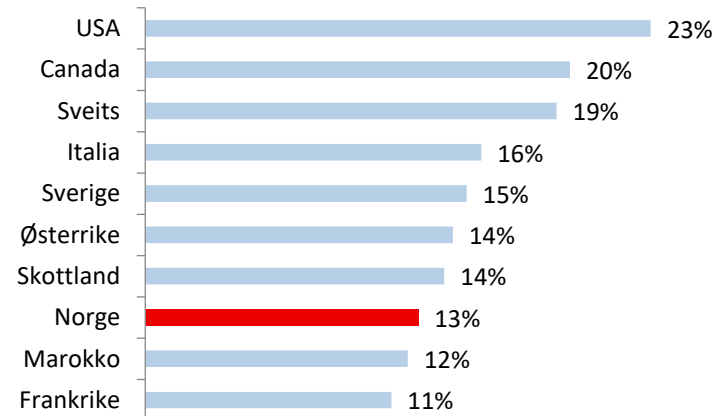
... har høy interesse for ferietypen



Norge topper listen over for helse og velvære ferier

1 av 4 er svært interessert i en helse og velvære ferie. Norge topper listen over land som forbindes med slike ferier, Danmark og Sverige er også inne på topp 10. Målgruppen for disse feriene er relativt ung, og de største segmentene er Komfortabel Avslapping (27%), Adventure (26%), Adventure Light (16%) og Sosial Kultur (13%). Det er relativt få som er interessert i å reise til utlandet for sport-/aktive ferier, og Norge er nr. 7 på listen. 7 av 10 ferier er i Adventure (41%) og Kultur & Natur (31%).

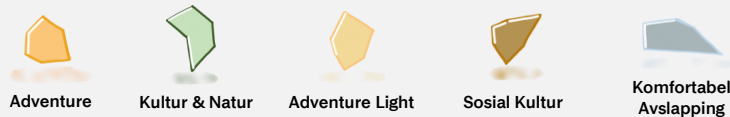
I hvilken grad forbindes ett land med sport-/aktiv ferie



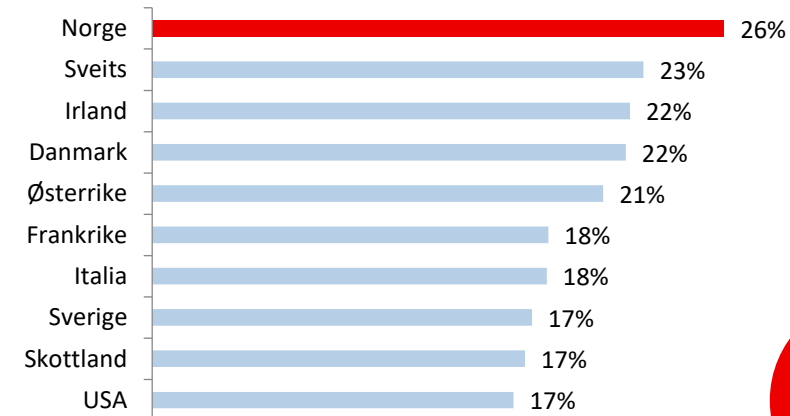
12%

... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...



I hvilken grad forbindes ett land med helse og velvære



21%

... har høy interesse for ferietypen

Største segmenter for ferietypen er...



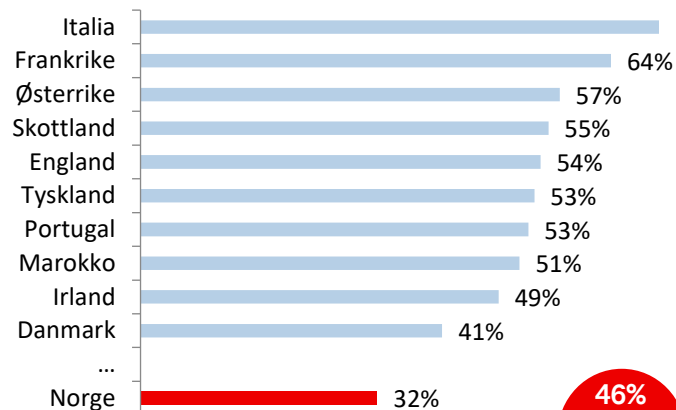
2. Norges posisjon og konkurransesituasjonen i Spania

1 av 5 spanjoler er interessert i kulinariske ferier, og det er kun i Spania Norge er på listen over land som egner seg for slike ferier

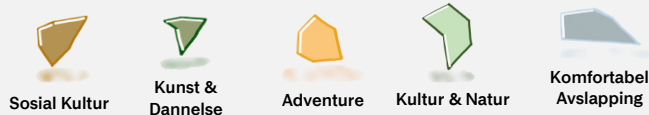


Nesten 1 av 5 spanjoler er interessert i å reise på en kulinarisk ferie i fremtiden, det er kun i USA at nivået er høyere. Det er klart flest som assosierer kulinariske reiser med Italia og Frankrike, men Norge er nr. 6. Det er kun i Spania Norge er på topp 10 listen over destinasjoner for kulinariske reiser. Mer enn 8 av 10 kulinariske ferier er i Adventure (32%), Kultur & Natur (22%), Kunst & Dannelselse (16%) og Sosial Kultur (13%). Selv om Norge er nr. 14 for kulturhistoriske ferier og 15 for byferier av 20 målte land, er det likevel 1 av 3 som forbinder Norge med kulturhistoriske ferier og 1 av 4 med byferier. 8 av 10 kulturhistoriske ferier er i Sosial Kultur (24%), Kunst & Dannelselse (20%), Adventure (19%) og Kultur & Natur (15%). For byferier er Sosial Kultur (28%), Kunst & Dannelselse (18%), Adventure (16%), Adventure Light (13%) og Kultur & Natur (12%) størst.

I hvilken grad forbindes ett land med kulturhistorisk ferie



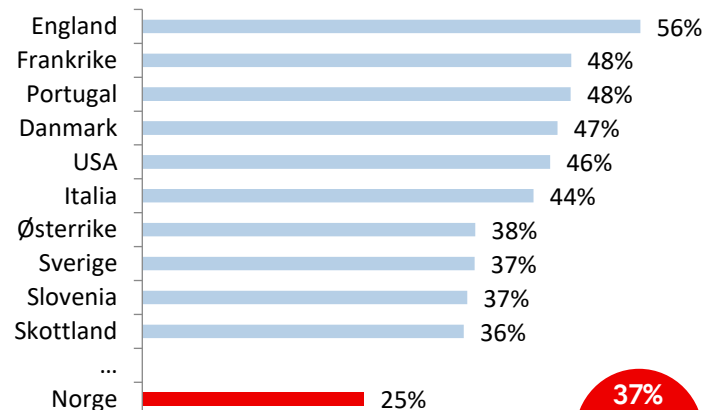
Største segmenter for ferietypen er...



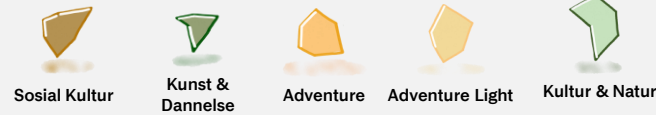
46%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med byferie



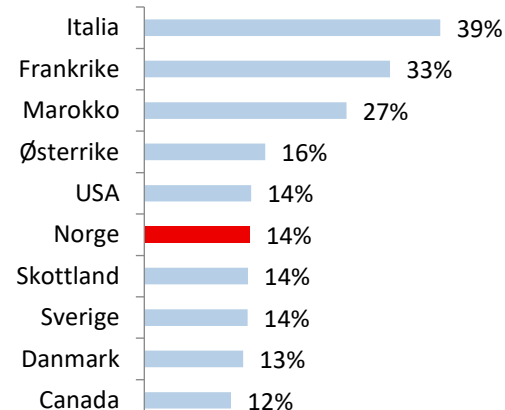
Største segmenter for ferietypen er...



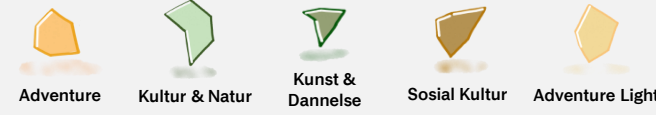
37%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med kulinarisk ferie



Største segmenter for ferietypen er...



23%

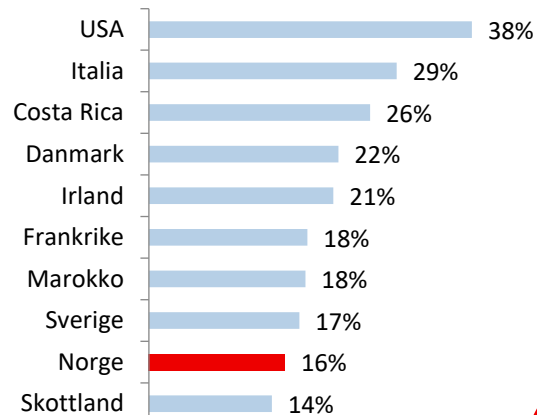
... har høy interesse for ferietypen



Norge kan være et aktuelt land for feiringer og jubileum

1 av 3 er svært interessert i å reise utenlands i forbindelse med feiringer og jubileum. USA troner på toppen, men Norge er, som eneste skandinaviske land, på listen over land de forbinder med slike ferier. Nesten 6 av 10 ferier er i Sosial Kultur (26%), Kultur & Natur (17%) og Komfortabel Avslapping (15%). USA er øverst også for Eventer, fest og moro. Norge forbindes også i noen grad med fest og moro. Denne målgruppen er relativt ung, og de viktigste segmentene er Adventure (24%), Adventure Light (21%), Kultur & Natur (17%) og Sosial Kultur (16%). Det er færre som forbinder Norge med eventer. De største segmentene for eventer er Kultur & Natur (29%), Adventure (20%) og Sosial Kultur (14%).

I hvilken grad forbindes ett land med fest og moro



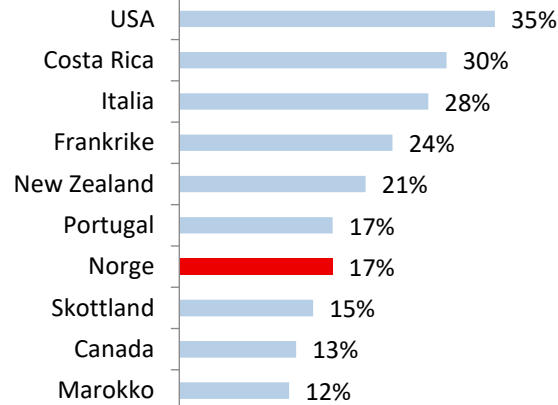
Største segmenter for ferietypen er...



21%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med feiringer



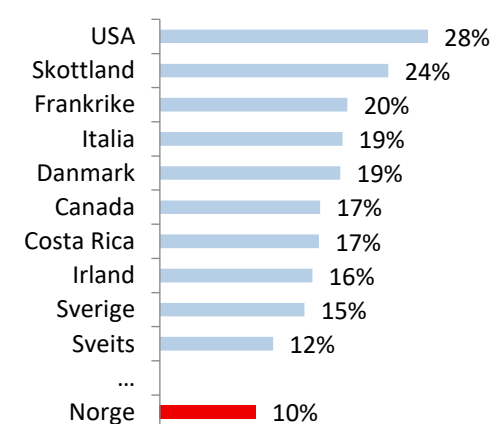
Største segmenter for ferietypen er...



32%

... har høy interesse for ferietypen

I hvilken grad forbindes ett land med events



Største segmenter for ferietypen er...



20%

... 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.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

