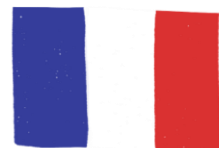


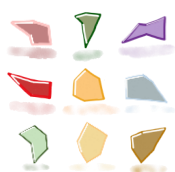
Frankrikes markedsprofil



Franske utenlandsferier...

...er mer opptatt av å skape fellesskap og samhørighet og komme tett på det lokale livet på destinasjonen. De er mer opptatt av sol og fint vær og ha tilgang til overnatting med selvhushold. Franskmenn er mindre eventyrlystne og mindre opptatt av å oppleve mye på ferien. De reiser i større grad på byferier, sol- og badeferier og naturferier.

Segmentenes betydning i Frankrike



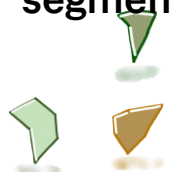
Segmentene skiller mer enn marked

Det er større skille mellom segmentene enn internt i markedet. Det er flere ferier i Sosial Kultur og færre i Stille Natur.

Franskmenn er mer opptatt av:

1. Byopplevelser, lokal kultur, rik kulturarv og møte med nye mennesker
2. Trygt, organiser, gjerne all-inclusive og tilgang til miljøvennlig transport
3. Tilgang på stillhet og vakker natur og fysisk aktivitet

Verdt å merke seg med segmentene



Sosial Kultur, Kultur & Natur og Kunst & Dannelse

- 7 av 10 ferier blant de over 55 år er i disse tre segmentene
- Mer opptatt av en kultur som er annerledes enn hjemme, dyrke egne interesser og tilgang til pålitelig sightseeing og utflukter
- Mer opptatt av at reisemålet tar vare på kulturarven.



Adventure og Adventure Light

- Stor andel av feriene blant de under 35 år (45%) og mellom 25-55 år (28%)
- Mer opptatt av fullstendig frihet og utforske det ukjente og.

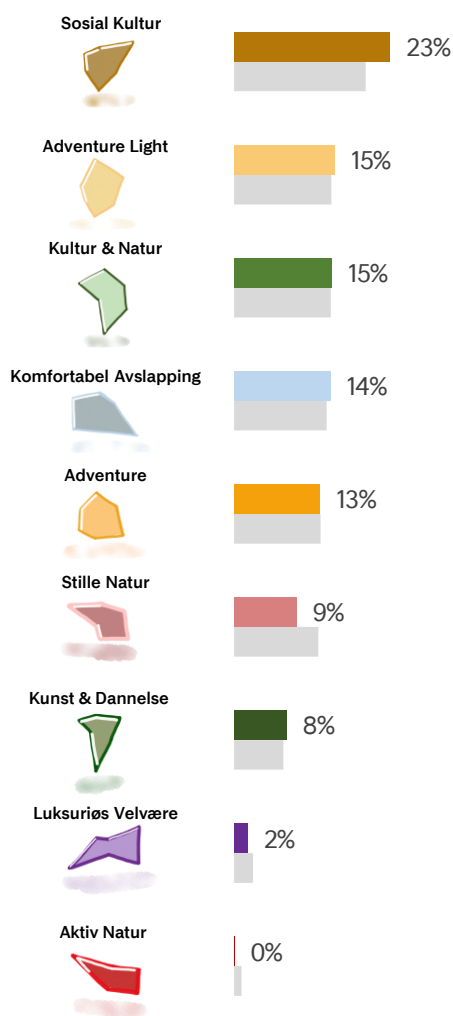


Komfortabel Avslapping

- Mer opptatt av å forbedre helse og livsstil
- Mer all-inclusive og mindre lokal mat og drikke.

58%

Av franskmenn er aktive reisende



35% / 33%

55 år eller eldre

36% / 34%

Reiser med barn

38% / 30%

Lange ferier,
8 eller flere
overnattinger

36% / 35%

Andel pakkereise