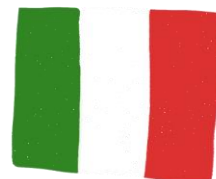


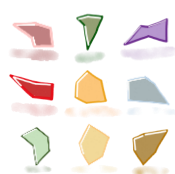
Italias markedsprofil



Italienske utenlandsferier...

...er i større grad byferier og vandreferier, mindre natur og landskap og mer uberørt natur. Større interesse for kunst, kultur og det lokale livet. De vil i større grad fokusere på høydepunktene på destinasjonen og er opptatt av å få informasjon om mindre besøkte destinasjoner. Italianere er i større grad på jakt etter boost i mental velvære, harmoni og balanse.

Segmentenes betydning i Italia



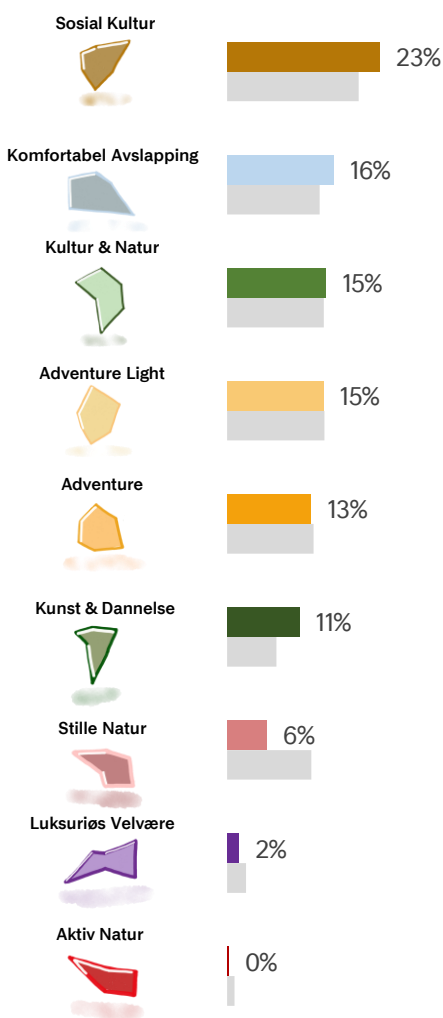
Segmentene skiller mer enn marked

Det er større skille mellom segmentene enn internt i markedet. Det er flere ferier i Sosial Kultur og Kunst & Dannelse, færre i Stille Natur. Italianere er mer opptatt av:

1. Mer utvide horisonten, livlig, byopplevelser, lokal kultur, rik kulturarv, museum og kunstutstillinger
2. Uavhengig av segment er det ingen andre markeder som har like høy score på dimensjonen "Åpenhet og nysgjerrighet". Det gjelder på tvers av alle segment.
3. Mer spontan, frihet, harmoni, balanse, ny energi og vandring
4. Italienske ferier handler mindre om avslapping, fellesskap, eventyrlyst og moro.

60%

Av italienere er aktive reisende



40% / 33%

55 år eller eldre

41% / 35%

Øverste
inntekstgruppe

35% / 32%

Reiser kun med
ektefelle/ partner

78% / 70%

Korte ferier,
1-7 overnattinger