

Englands markedsprofil



Engelske utenlandsferier...

... På tvers av alle segment mer opptatt at ferien skal passe for mennesker som er "causal and easy-going". De vil føle seg trygge, ha tilgang til pålitelige leverandører av sightseeing og utflukter og miljøvennlig transport. De er mer opptatt av å dyrke egne interesser, og drar i større grad cruise, feiringer, og i mindre grad på rundreiser og vandreferier.

Segmentenes betydning i England



Segmentene skiller mer enn marked

Segmentene er godt egnet til å forstå behovene i det engelske markedet. På tvers av segmenter er engelskmenn mer opptatt av:

1. Å styrke relasjoner og fellesskap
2. Sightseeing, lokal mat og drikke og shoppe lokalt kunsthåndverk og produkt
3. At reisemålet er lett å reise til, vennlig og imøtekommende og trygt.

Verdt å merke seg med segmentene



Kultur & Natur, Kunst & Dannelselse og Sosial Kultur

- 4 av 10 ferier for de over 55 år er i Kultur & Natur (20%) og Kunst & Dannelselse (18%).
- Mer enn 1 av 5 ferier i alle aldersgrupper er i Sosial Kultur. De er mer opptatt av annerledes kultur enn hjemme, gjerne eksklusive opplevelser og flotte landskap



Adventure og Adventure Light

- 1 av 4 for de under 35 år er i Adventure (20%) og Adventure Light (19%).
- Mer eventyrlyst, mye aktivitet og opplevelser, men også mer avslapping, stillhet og boost i mentalt velvære og bli kjent med nye mennesker.
- Mer livlig og festlig, med eksklusive restauranter og overnatting

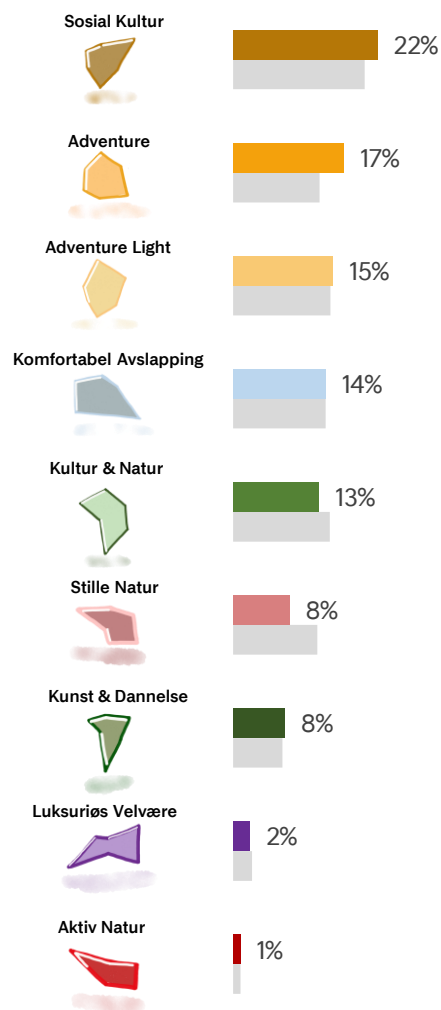


Komfortabel Avslapping

- Dette er også en ferie for de under 35 (28%), og kun 4 prosent av feriene til 55+.
- Mer harmoni og balanse, helse og livsstil og de er villige til å betale for å få det beste.

66%

Av engelsmenn er aktive reisende



51% / 37%

35-54 år

38% / 34%

Reiser med barn

4,5 / 4,0

Antall reiser

37% / 35%

Øverste
inntekstgruppe

Merk: I England er datainnsamlingen gjennomført i utvalgte geografiske områder.