

Restart Innsikt – funn fra koronabarometer høst/vinter 2021 med fokus på mat

Presentasjon

GYGER



Epinion

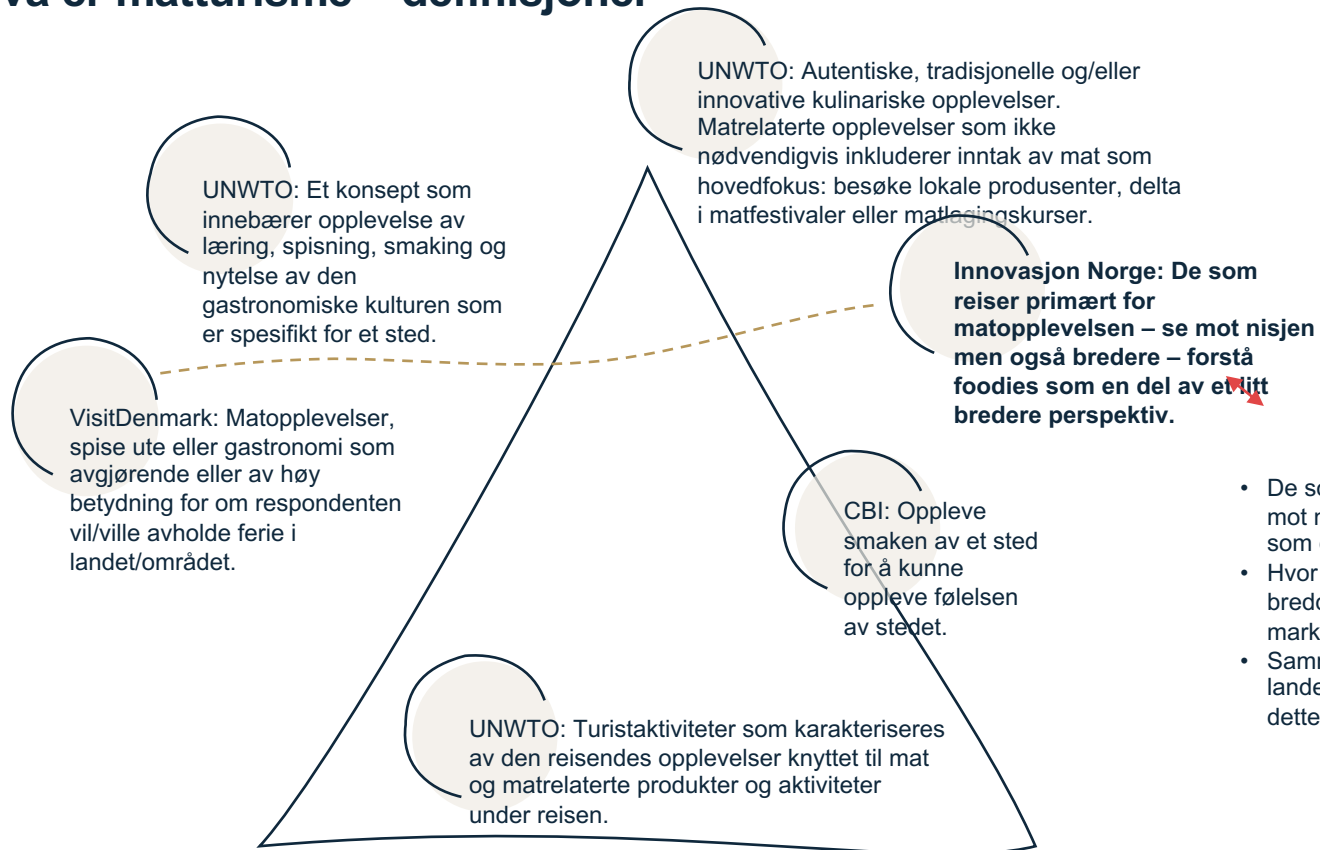


Betydelig økt reiselyst på tvers av markedene. Hele 90 prosent av de som vil reise til utlandet de neste 3 årene vil reise allerede de kommende 12 månedene. Danskene og nederlenderne er mest klare for å reise utenlands allerede vinteren 2022, mens tyskerne i større grad avventer til sommeren.



Reisebehovet har økt, det samme har opplevelsesbehovet. Selv om avslapning fremdeles er viktigst, er det et stort mindretall som er opptatt av å oppleve mye når de (endelig) får muligheten til å reise til utlandet igjen. Særlig de som forventer å reise til Norge, de neste 12 månedene, ønsker å få med seg et mangfold av inntrykk og opplevelser.

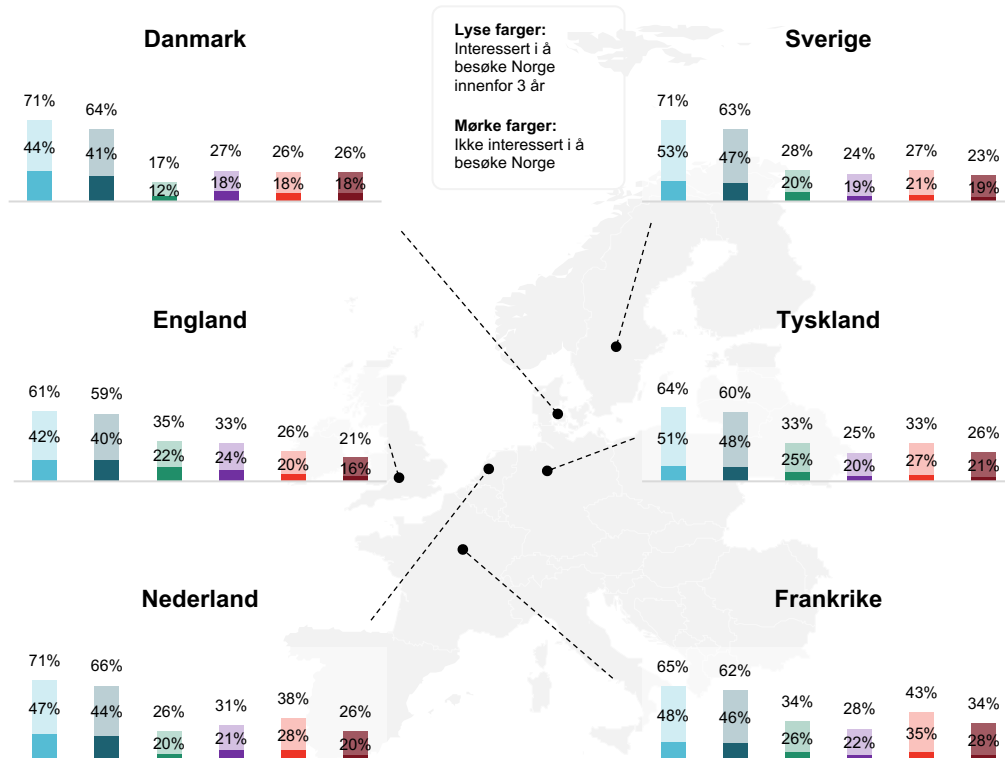
Hva er matturisme – definisjoner



- De som reiser primært for matopplevelsen – se mot nisjen men også bredere – forstå foodies som en del av et litt bredere perspektiv
- Hvor *high end* kan det være? Fyrtårnet trekker bredden – både på produktutvikling og markedssiden – fokus på markedssiden.
- Sammenligning med de andre skandinaviske landene? New nordic – se produktet i relasjon til dette.

Hvor store er målgruppene i de ulike markedene?

- **Byturister:** Avgjørende for reisevalg at besøke en bestemt by
- **Opplive lokal kultur og atmosfære:** Avgjørende for reisevalg at oppleve et bestemt steds lokale kultur og atmosfære
- **High-end mat turister:** Vil ta på high-end restaurant på sin næste utalandsreise
- **Romantik/luksus:** Vurderer, at ta på romantisk ferie eller luksusferie de neste 12 måneder
- **Arkitekturturister:** Avgjørende for reisevalg at oppleve spesiell arkitektur
- **Kunstturister:** Avgjørende for reisevalg at oppleve kunst (f.eks. en bestemt utstilling eller museum)



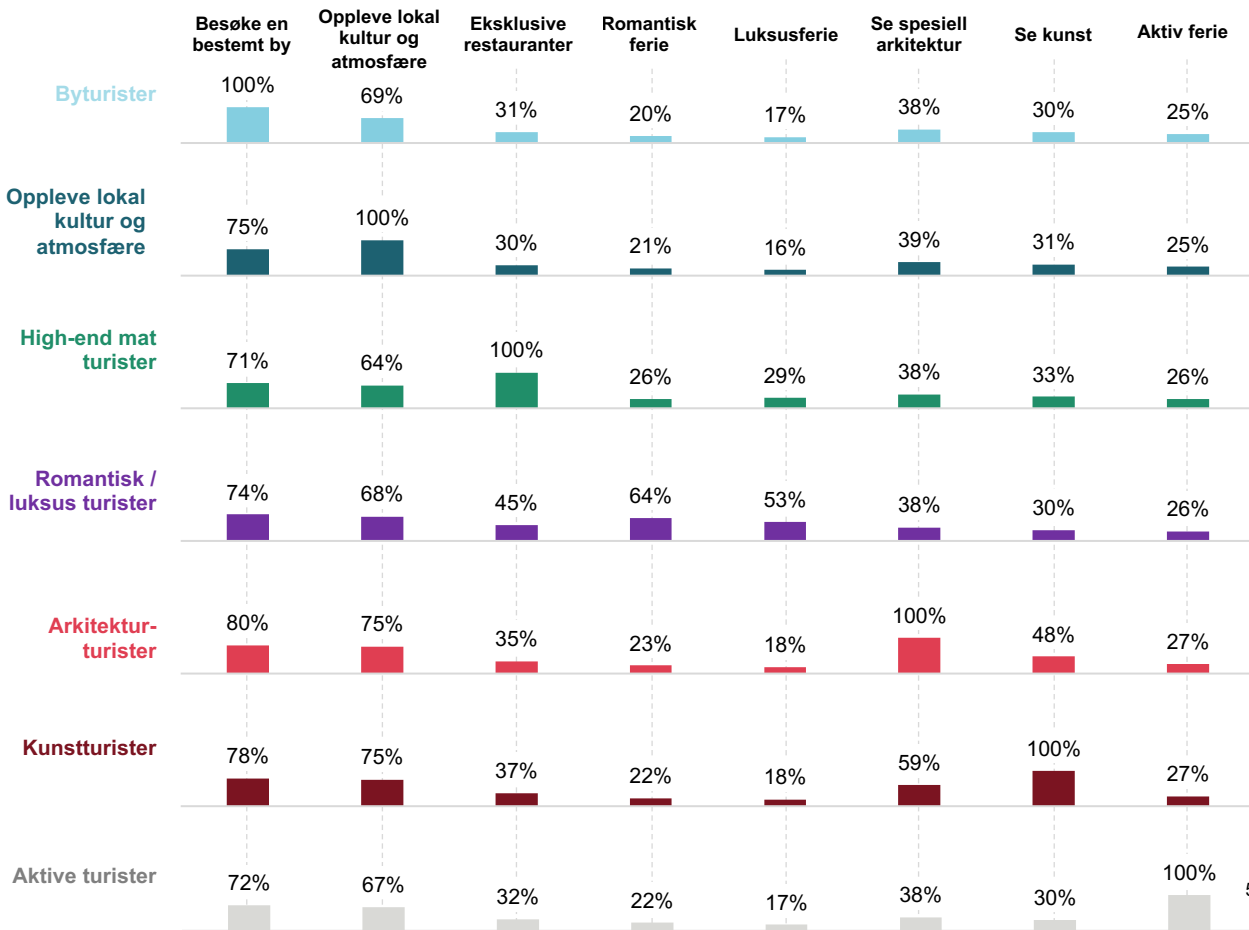
Inklusiv "aktive turister"

Hvordan overlapper målgruppene?

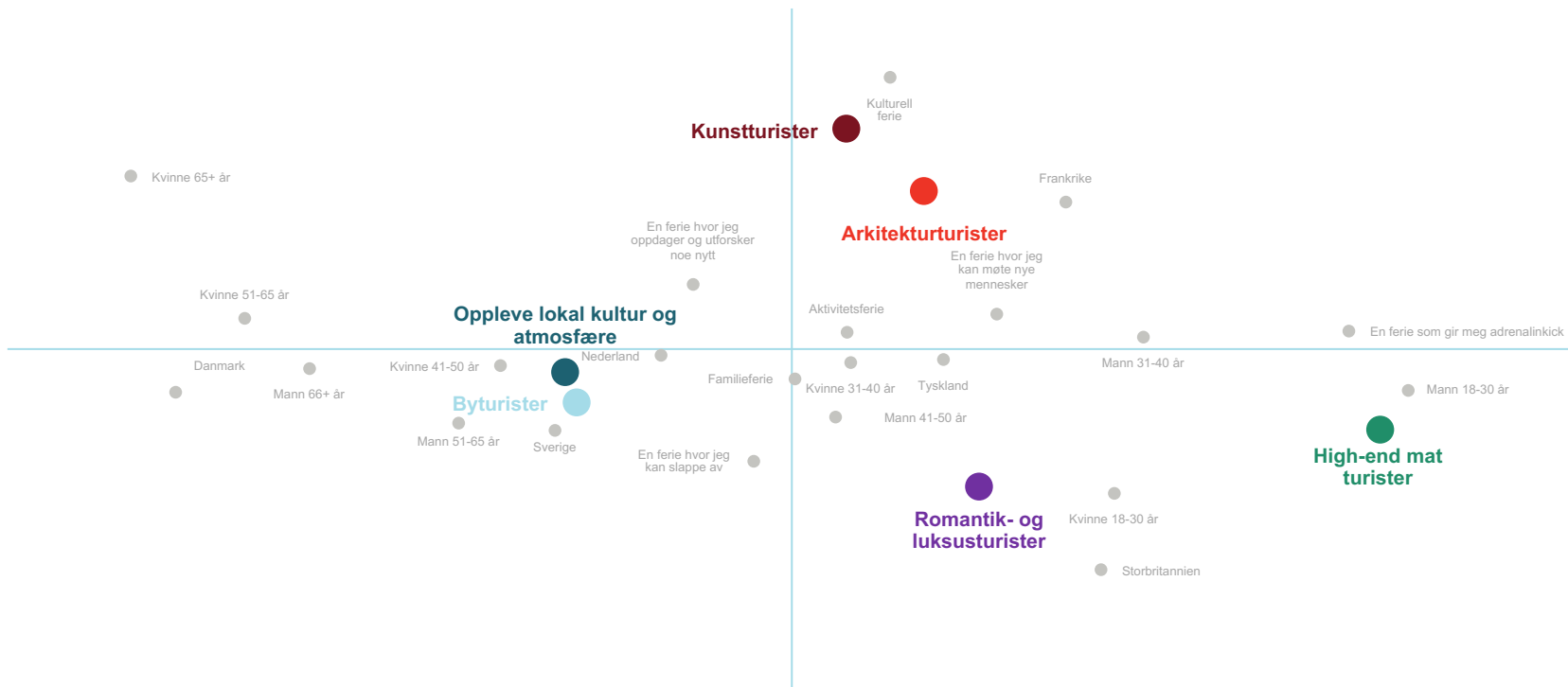
- **Byturister:** Avgjørende for reisevalg at besøke en bestemt by
- **Oppleve lokal kultur og atmosfære:** Avgjørende for reisevalg at oppleve et bestemt steds lokale kultur og atmosfære
- **High-end mat turister:** Vil ta på high-end restaurant på sin neste utlandsferie
- **Romantik/luksus:** Vurderer, at ta på romantisk ferie eller luksusferie de neste 12 måneder
- **Arkitekturturister:** Avgjørende for reisevalg at oppleve spesiell arkitektur
- **Kunstatturister:** Avgjørende for reisevalg at oppleve kunst (f.eks. en bestemt utstilling eller museum)
- **Aktive turister:** Forventer å ta på aktiv ferie de neste 12 måneder

Målgruppenes overlapp

Andelen innenfor målgruppen som også er med i den andre målgruppen. F.eks. vil 31% av byturister, som vil «besøke en bestemt by», også «besøke eksklusive restauranter», som high-end mat turister.

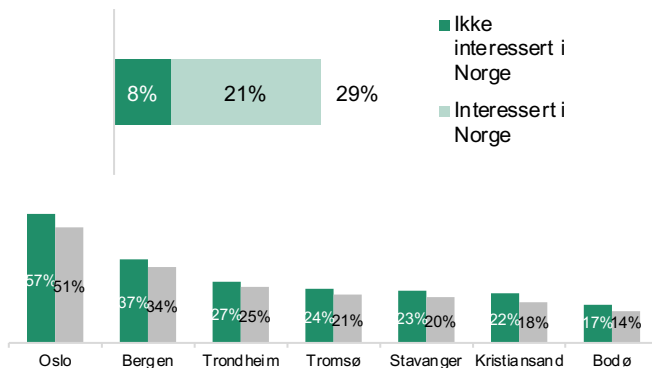


Målgruppene sett opp mot hverandre



High-end mat turister

High-end mat er de aktive reisende, som vil oppsøke high-end restauranter på deres neste utenlandsferie



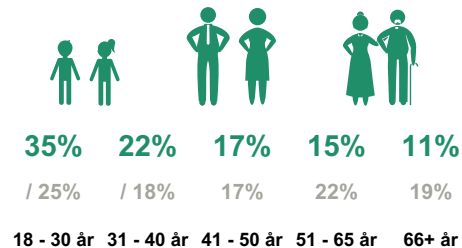
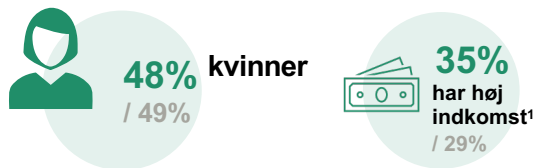
Top 5 aktiviteter i Norge for de i målgruppen der vil besøke Norge (ut over eksklusive restauranter)

- 1 Se nordlyset
- 2 Utforske lokal matkultur
- 3 Utendørsaktiviteter om sommeren (f.eks. fotturer, sykling, fiske og andre aktiviteter)
- 4 Opplive historiske og kulturelle steder
- 5 Kjøpe lokale matprodukter som jeg kan ta med meg hjem

Top 5 destinasjoner der overveies eller planlegges

- 1 Italia
- 2 Spania
- 3 Frankrike
- 4 Hellas
- 5 Storbritannia

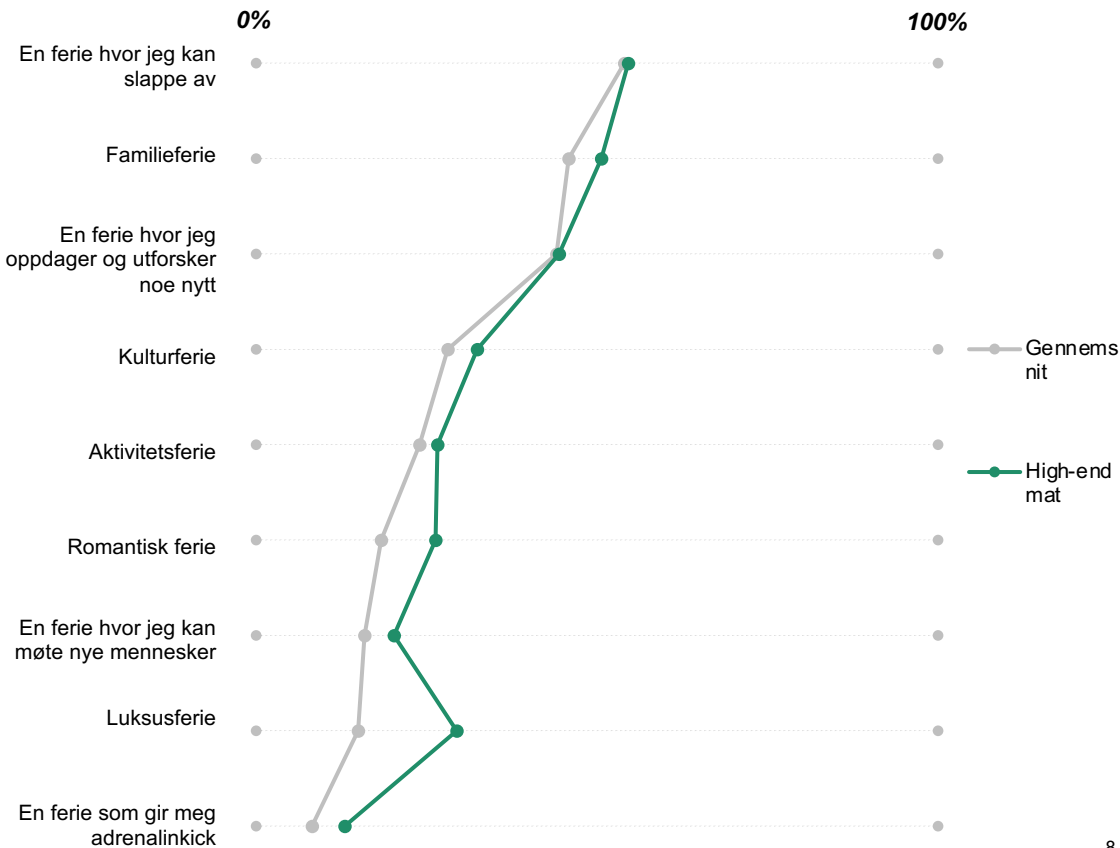
Demografiske karakteristika (Målgruppe / Alle aktive reisende)



High-end mat turister

High-end mat er de aktive rejsende, som vil opsøge high-end restauranter på deres næste udenlandsferie

Hvor godt stemmer følgende ferietyper med de utenlandsreisene du forventer å dra på de neste 12 månedene?
Velg de viktigste

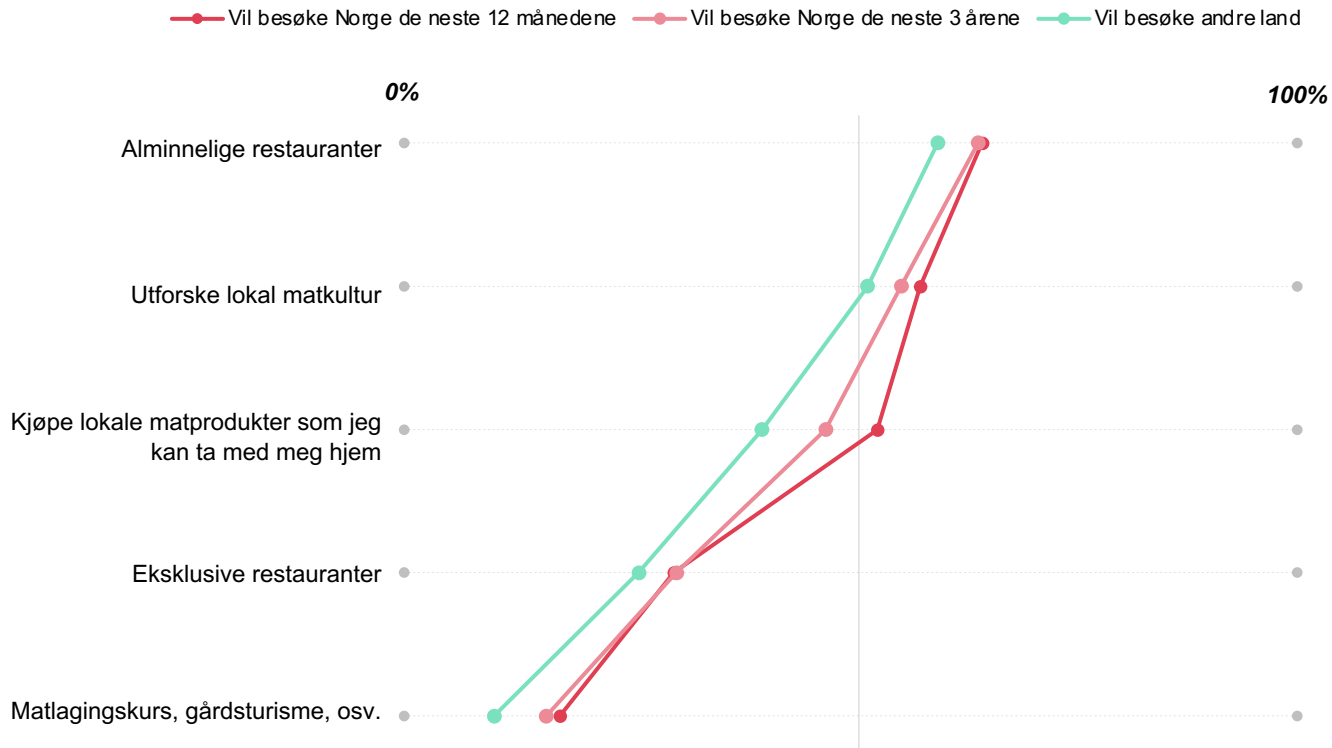


«Taste of place to get a sense of place»

- Slik definerer World Food Travel Association matturisme. Det er trolig en passende beskrivelse for hva de reisende ønsker å oppleve i Norge.
- Mer enn 65 prosent av franskmenn, engelskmenn og tyskere vil utforske matkulturen i Norge. Det er ikke like viktig for svensker og dansker.
- De reisende fra alle markeder vil ta med seg en smak av Norge hjem.

Hvilke typer opplevelser vil du oppsøke på den neste ferien din i utlandet / i Norge?

Prosentene viser gjennomsnittlig andel som svarer at de vil gjøre disse aktivitetene/opplevelsene på tvers av markedene



Denne siden ser på personer som er **interessert i å reise til utlandet i løpet av de neste 3 årene**

Gyger

Sigrid Oterholm Hoem

T: 90 78 77 80

E: sigrid@gyger.no

Epinion Copenhagen

Ryesgade 3F
2200 Copenhagen N
Denmark

T: +45 87 30 95 00

E: copenhagen@epiniongloabl.com

www.epiniongloabl.com

Epinion Aarhus

Hack Kampmanns Plads 1-3
8000 Aarhus C
Denmark

T: +45 87 30 95 00

E: aarhus@epiniongloabl.com

www.epiniongloabl.com