

ITALIEN: MARKEDSPROFIL 2022

INTRODUKTION

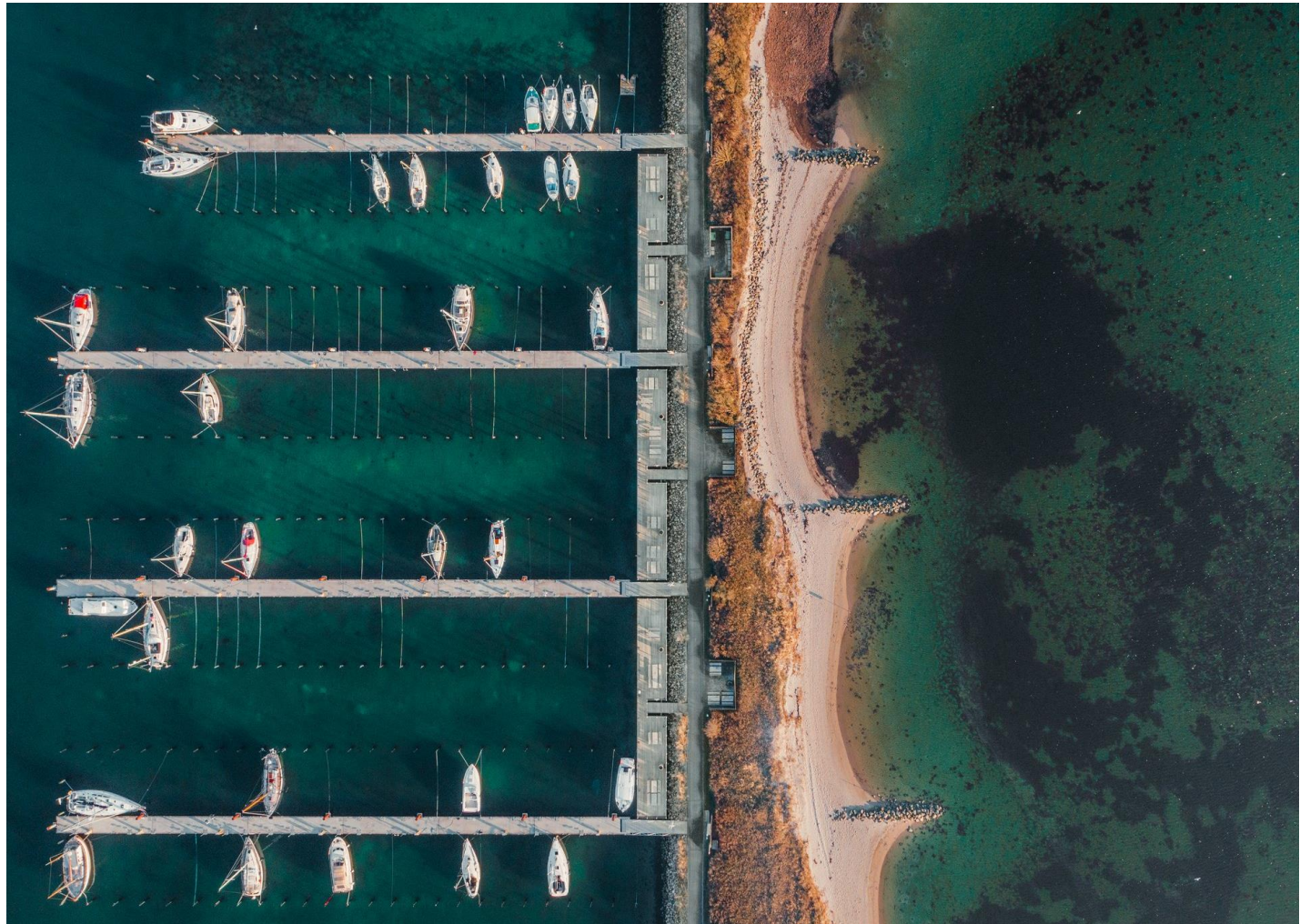
Der var vækst i antallet af italienske overnatninger i Danmark i 2019 for ottende år i træk. Pandemien i 2020 satte en stopper for den udvikling og resulterede i et fald på 79 pct. i antallet af overnatninger fra 2019 til 2020. Allerede i 2021 rettede et sig dog noget med en fordobling i antallet af overnatninger fra 2020 til 2021.

Antallet af overnatninger i de første otte måneder af 2022 ligger markant over niveauet i 2021 og kun 15 pct. under 2019-niveauet.

Omkring hver fjerde italiener i Milano og Rom kender Danmark som feriedestination. Flere end hver anden ser Danmark som en attraktiv feriedestination.

Når italienerne vælger feriedestination ligger både afslapning, natur- og madoplevelser (spise ude) højt på listen over rejsemotiver.

Italienerne vurderer i udtalt grad, at Danmark byder på naturoplevelser som fx vandring og cykling. Mange vurderer desuden, at Danmark byder på både et bredt udvalg af både lokale og økologiske fødevarer og spisesteder.



© MITCH WIESINGER

Introduktion

I VisitDenmarks markedsprofiler præsenteres centrale indsigter for de vigtigste markeder for dansk turisme. Formålet er at give turismeaktører og andre interessenter et indblik i en række markeders betydning for turismen i Danmark.

Se alle markedsprofiler her:

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler

Udgivet af

VisitDenmark
November 2022

Kontakt

Charlotte Rømer Rassing
crr@visitdenmark.com

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

- 06** [Markedsforventninger](#)
- 13** [Før ferien](#)
kendskab og inspiration
- 28** [Danmark som feriedestination](#)
ankomst, overnatninger og forbrug

VISITDENMARKS MARKEDSKONTOR I MILANO

FOR DET FRANSKE OG ITALIENSKE MARKED



Markedschef
Ghita Scharling Sorensen
gss@visitdenmark.com



PR & Press Manager
Anna Orlando
aor@visitdenmark.com



Marketing Manager
Annalisa Ferraresi
af@visitdenmark.com



**Marketing &
Press Coordinator**
Sara Almonti
saralm@visitdenmark.com
Barselsvikar



UDVALGTE KONKLUSIONER

Danmark er rykket op som nr. 10 over milanesernes foretrukne udlandsrejsemål

I 2022 optræder Danmark i top 10 over milanesernes foretrukne udlandsrejsemål. 6 pct. af milaneserne forventer at besøge Danmark på en ferie med overnatning i 2022. Blandt italienerne i Rom ligger Danmark på en 14. plads på listen over foretrukne udenlandsdestinationer.

Hjemmesider med brugeranmeldelser og sociale medier inspirerer mange forud for valg af feriedestination

Både blandt italienerne i Milano og Rom bliver hjemmesider med brugeranmeldelser benyttet af tre ud af 10 som inspirationskilder, før italienerens vælger feriedestination. Også sociale medier som Facebook, Instagram og Snapchat benyttes af mange.

Antallet af passagerankomster med fly er på vej op igen

Antallet af passagerankomster fra Italien til Danmark var i starten af 2021 markant under niveauet sammenlignet med samme periode i 2019. I sidste halvdel af 2021 steg antallet af ankomster fra Italien og nåede næsten op på 2019-niveauet.

Niveauet i de første tre kvartaler af 2022 er fortsat et stykke under 2019-niveauet.

Danmark har flest italienske overnatninger i Norden

Danmark var i 2019 og 2021 det nordiske land, der havde flest italienske overnatninger.

Danmark er et attraktivt rejsemål

Over halvdelen af italienerne i Rom (58 pct.) og Milano (54 pct.) opfatter Danmark som et attraktivt rejsemål.


Italienerne vil slappe af og have både natur- og madoplevelser, når de er på ferie

Det er især naturoplevelser og afslapning, som italienerne lægger vægt på, når de vælger feriedestination. Samtidig efterspørger mange madoplevelser, herunder både restaurant-/cafebesøg, lokale madoplevelser og finere gastronomiske oplevelser.

Interessen for outdoor kan også aflæses i italienernes søgen efter outdoor-relaterede terne i forhold til Danmark. Her er søgevolumen i 1. halvår 2022 over niveauet i både 2019, 2020 og 2021.

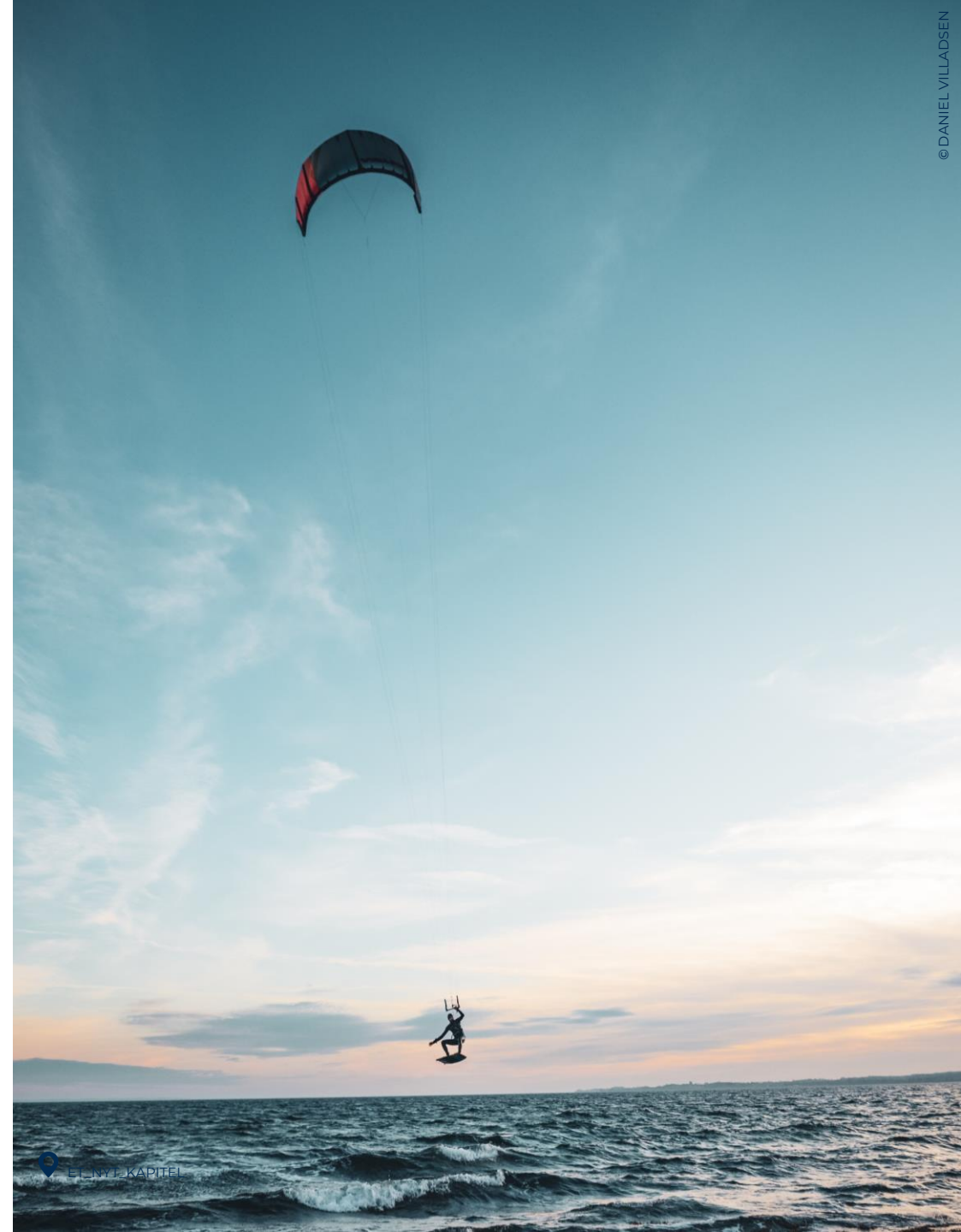
Udover at være et vigtigt rejsemotiv kommer italienernes begejstring for madoplevelser også til udtryk i deres søgninger efter dansk gastronomi, der i 2022 ligger over niveauet i både 2019 og 2020.

MARKEDS- FORVENTNINGER

 ESRUM LAKE

KAPITLET INDEHOLDER DATA OM BL.A.

- Bookingkanaler og brug af online-bookingplatforme
- Rejseplaner og interesse i at besøge Danmark



PERSPEKTIVER PÅ DET ITALIENSKE MARKED V. GHITA SCHARLING SØRENSEN, MARKEDSCHEF

En stille 2022 start på italienske turister i Danmark, men en god sommer og positive udsigter for flybookinger og tilgængelighed over efteråret er tegn på et fornuftigt 2022 for italienere i Danmark.

Som på andre markeder er der usikkerhed på flere fronter, men markedet viser rejselyst til destinationer, som er tæt på, og som anses som trygge – et parameter som associeres med Danmark. Vores geografiske fokusområder er økonomisk mindre ramt af stigende priser, hvorfor potentialet menes at være til stede.

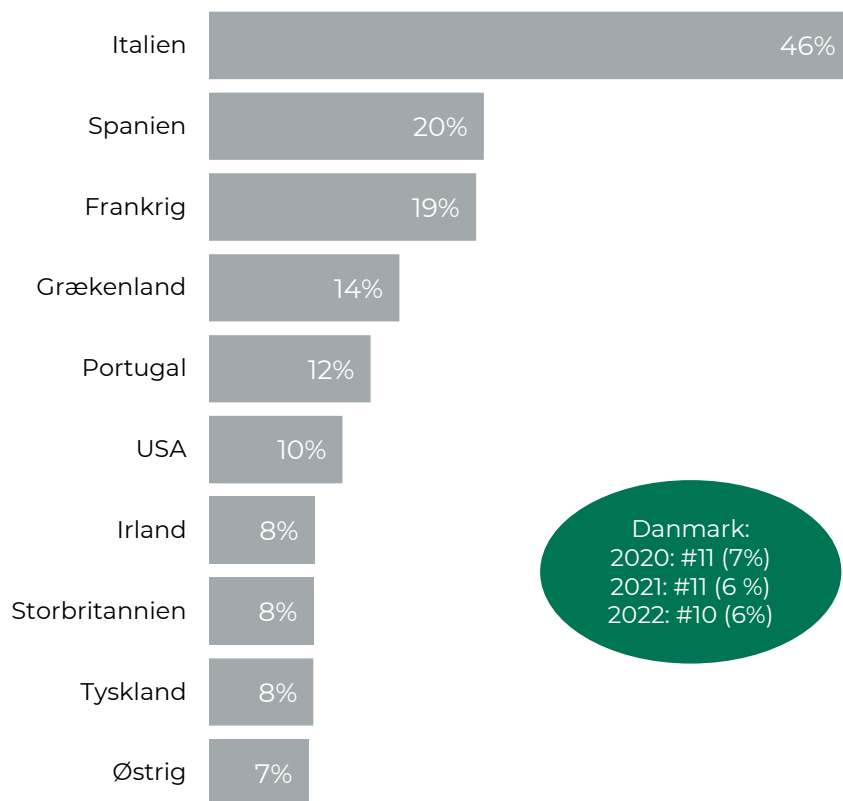
Den stigende varme i Sydeuropa kan give os konkurrencemæssige fordele, hvilket vi vil udnytte fremadrettet.

Der vindes markedsandele fra primære konkurrenter både på storby samt Kyst og Natur, men kendskabet er lavt, hvad angår hele Danmark og her ligger en kommunikationsopgave i samarbejde med danske partnere.

DANMARK LIGGER PÅ EN 10. PLADS BLANDT DE UDENLANDSKE DESTINATIONER

Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2022?

Top 10



Italienerne i Milano og forventede feriemål i 2022

90 pct. af italienerne i Milano har planer om at tage på ferie med overnatning i 2022. Det svarer stort set til niveauet i de seneste to år.

Knap hver anden (46 pct.) vil holde ferie i hjemlandet mod signifikant færre (29 pct.) i 2020 før pandemien. Niveauet i 2022 svarer til niveauet i 2021.

6 pct. af den italienske befolkning i Milano overvejer eller planlægger at besøge Danmark på en ferie inden for de næste 12 måneder. Det svarer til niveauet i 2020 og 2021.

Blandt dem, der planlægger/overvejer en storbyferie, overvejer hver fjerde (25 pct.) at besøge København. I 2020 og 2021 lå andelen på henholdsvis 23 pct. og 20 pct.

MANGE VIL BESØGE KØBENHAVN PÅ EN STORBYFERIE U. BØRN

KYSTFERIE MED BØRN

© Robin Skjoldborg



23%

AF DEN ITALIENSKE BEFOLKNING I MILANO VIL PÅ KYST- /NATURFERIE MED BØRN

AF DEM OVERVEJER:

15%
DANMARK

40%
ITALIEN

KYSTFERIE UDEN BØRN

© Niclas Jessen



38%

AF DEN ITALIENSKE BEFOLKNING I MILANO VIL PÅ KYST-/NATURFERIE UDEN BØRN

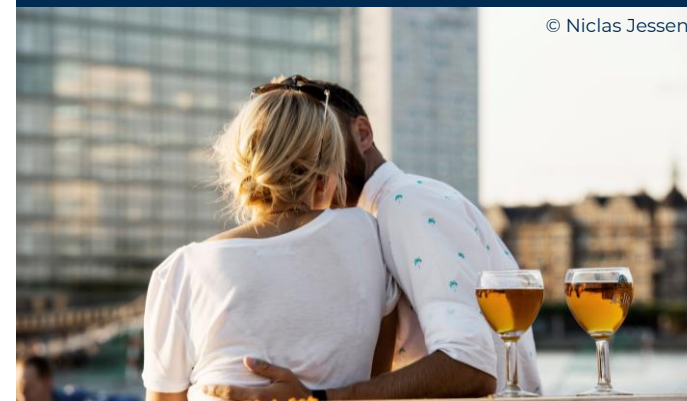
AF DEM OVERVEJER:

6%
DANMARK

39%
ITALIEN

STORBYFERIE UDEN BØRN

© Niclas Jessen



22%

AF DEN ITALIENSKE BEFOLKNING I MILANO VIL PÅ STORBYFERIE UDEN BØRN

AF DEM OVERVEJER:

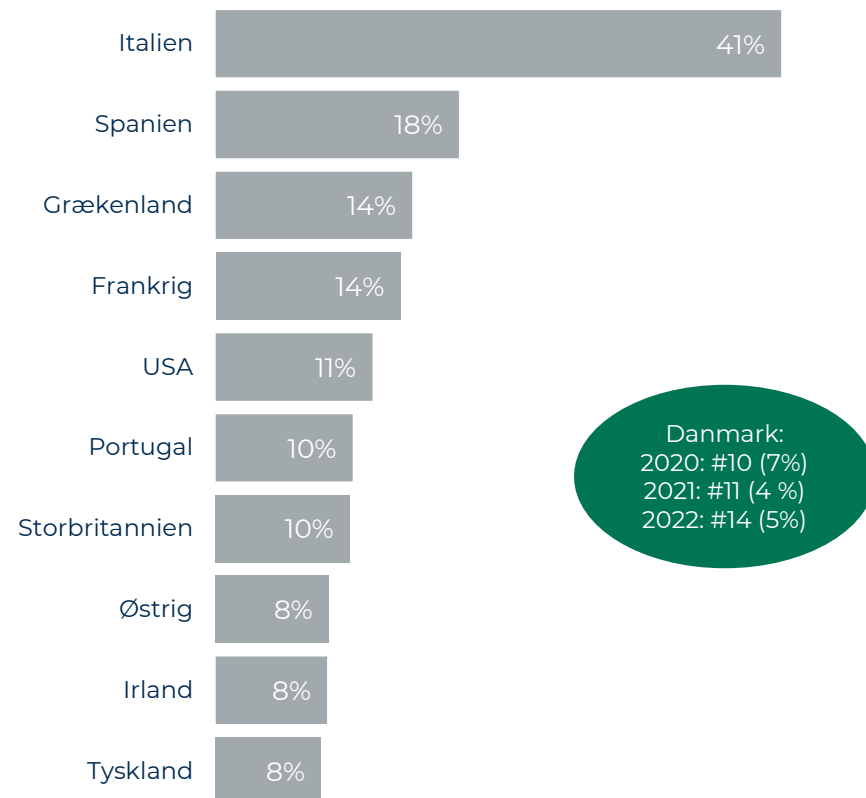
28%
KØBENHAVN

20%
STOCKHOLM

5 PCT. AF ITALIENERNE I ROM VIL TIL DANMARK PÅ FERIE

Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2022?

Top 10



Italienerne i Rom og forventede feriemål i 2022

89 pct. af italienerne i Rom har planer om en ferie med overnatning i 2022. Det svarer til niveauet i 2020 og 2021.

Andelen af italienerne, som påtænker eller overvejer en ferie med overnatning i Danmark, er i 2022 på 5 pct. Det er stort set på niveau med i fjor (4 pct.) og dermed fortsat under niveauet i 2020 (før pandemien), hvor andelen lå på 7 pct.

Blandt dem, der planlægger/overvejer en storbyferie, overvejer 16 pct. at besøge København. I 2020 og 2021 lå andelen på henholdsvis 21 pct. og 18 pct.

KØBENHAVN ER EFTERSPURGT

KYSTFERIE MED BØRN

© Robin Skjoldborg



23%

AF DEN ITALIENSKE BEFOLKNING I ROM VIL PÅ KYST- /NATURFERIE MED BØRN

AF DEM OVERVEJER:

9%
DANMARK

35%
ITALIEN

KYSTFERIE UDEN BØRN

© Niclas Jessen



31%

AF DEN ITALIENSKE BEFOLKNING I ROM VIL PÅ KYST-/NATURFERIE UDEN BØRN

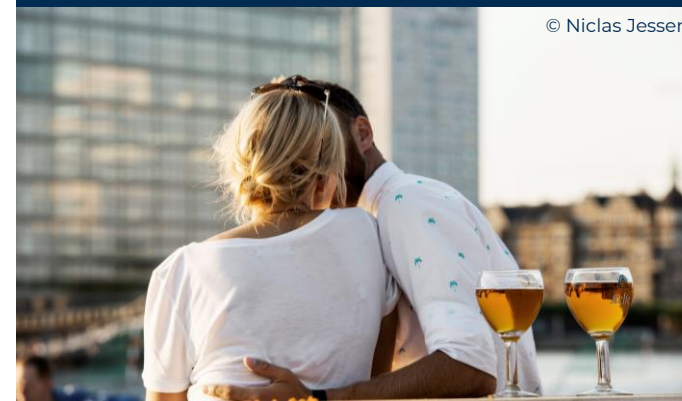
AF DEM OVERVEJER:

8%
DANMARK

27%
ITALIEN

STORBYFERIE UDEN BØRN

© Niclas Jessen



29%

AF DEN ITALIENSKE BEFOLKNING I ROM VIL PÅ STORBYFERIE UDEN BØRN

AF DEM OVERVEJER:

16%
KØBENHAVN

15%
STOCKHOLM

FØR FERIE

 MØNS KLINT

KAPITLET INDEHOLDER DATA OM

- Kendskab til Danmark
- Danmarks attraktivitet som ferieland
- Rejsemotiver
- Inspirationskilder og -søgning



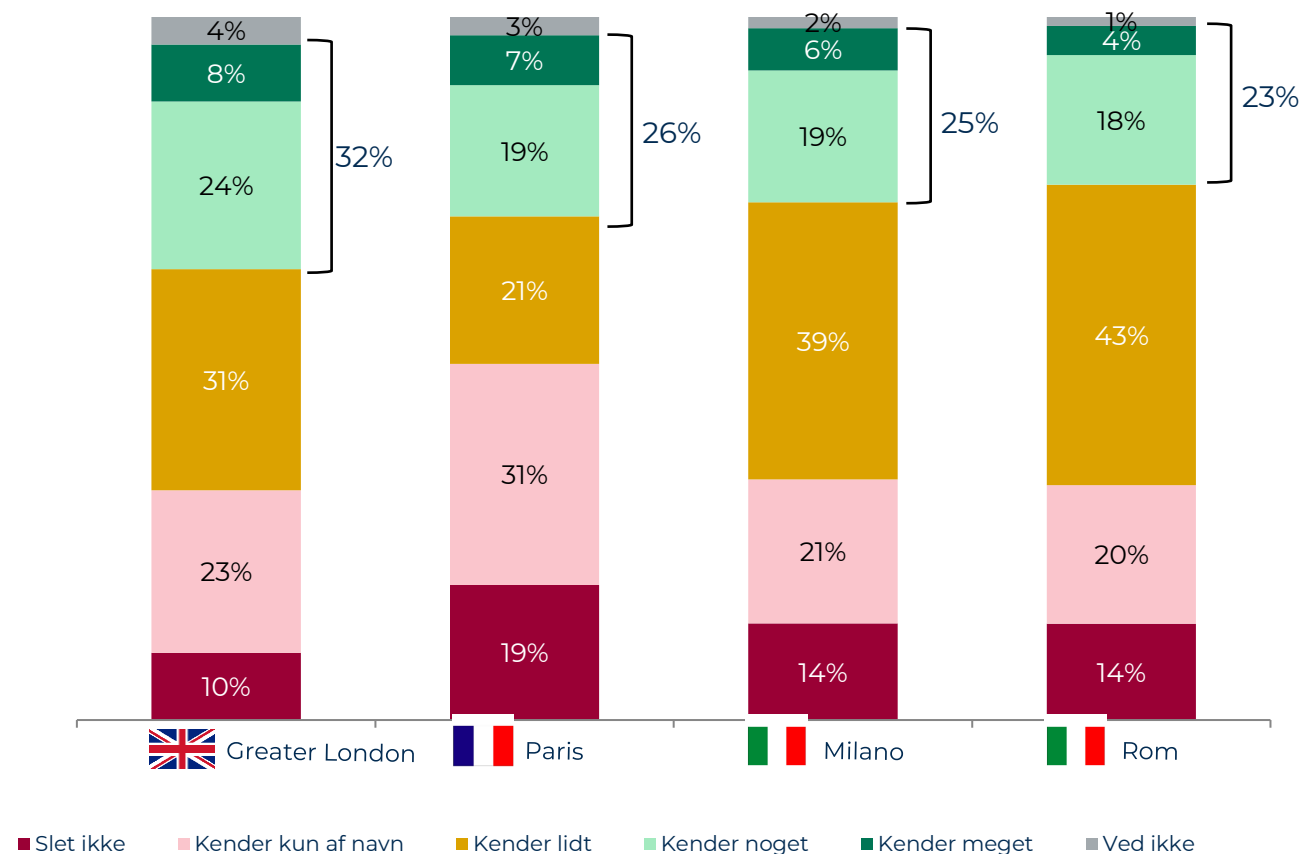
HVER FJERDE I MILANO OG ROM KENDER DANMARK SOM FERIEDESTINATION

Kendskab til Danmark som feriedestination

I Milano og Rom kender omkring hver fjerde noget eller meget til Danmark som feriedestination.

Godt hver tredje svarer, at de har et begrænset kendskab til Danmark (slet ikke + kender kun af navn).

Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?

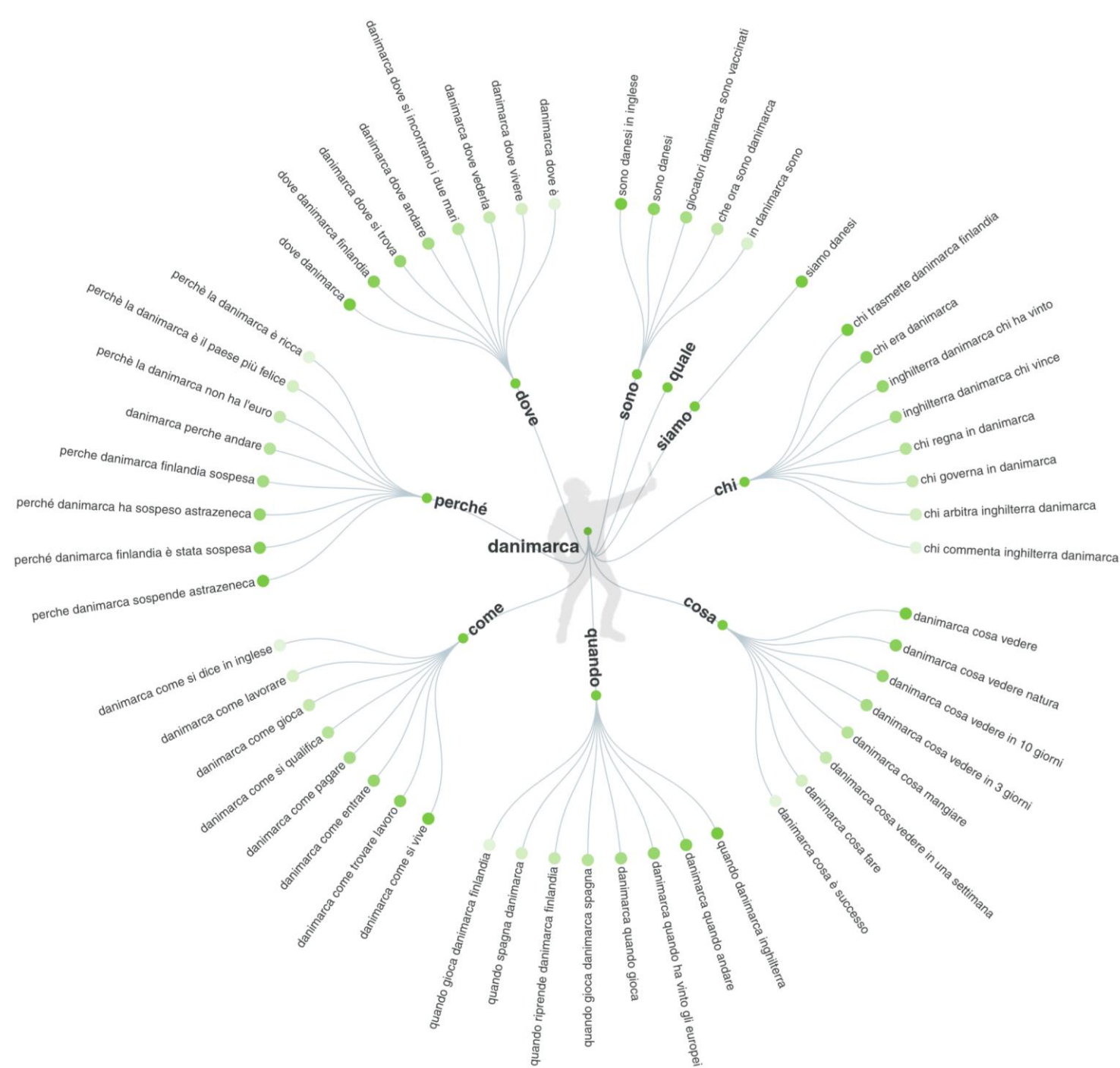


HVAD SKAL MAN LAVE OG HVAD SKAL MAN SE?

Italienerne stiller de helt grundlæggende HV-spørgsmål for at afkode hvad Danmark har at byde på.

Italienerne søger svar på hvad man skal se hvis man besøger Danmark i henholdsvis 3, 7 eller 10 dage, og hvad man skal lave.

Yderligere bliver der stillet spørgsmål til hvornår man skal rejse.

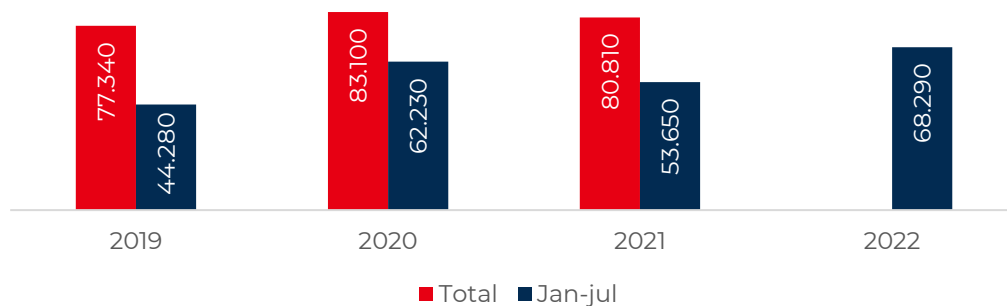


ITALIENERNE SØGER EFTER KORT OVER DANMARK

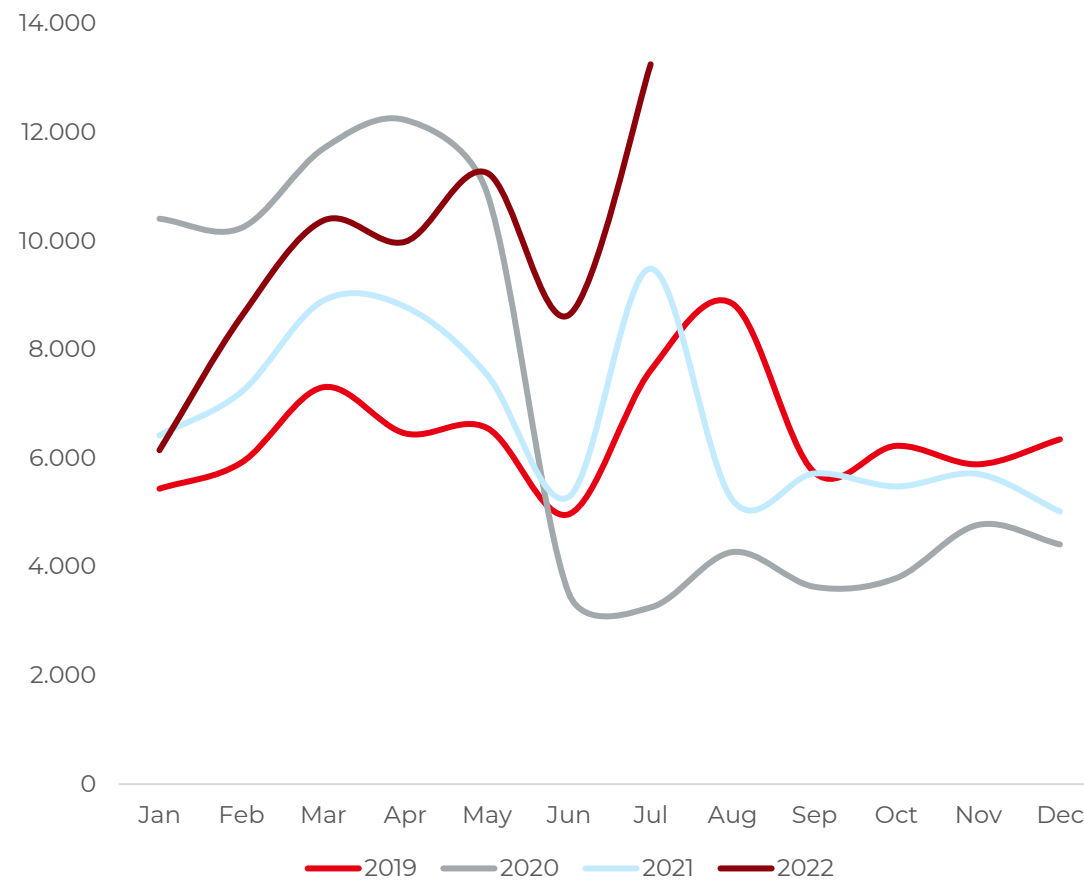
Italienerne foretager en del generelle søgninger efter kort over Danmark og København. Enkelte søgninger forsøger også at sætte Danmark i kontekst i forhold til Sverige.

Udviklingen de seneste år følger meget godt Danmarks tilgængelighed under corona. For juli i år ses en højere efterspørgsel end tidligere.

Søgevolumen efter kort og lokationer i Danmark pr. år og halvår



Månedlige søgninger efter kort og lokationer i Danmark

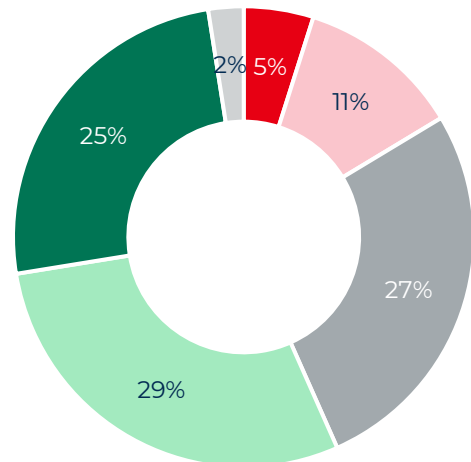


DANMARK ER EN ATTRAKTIV FERIEDESTINATION

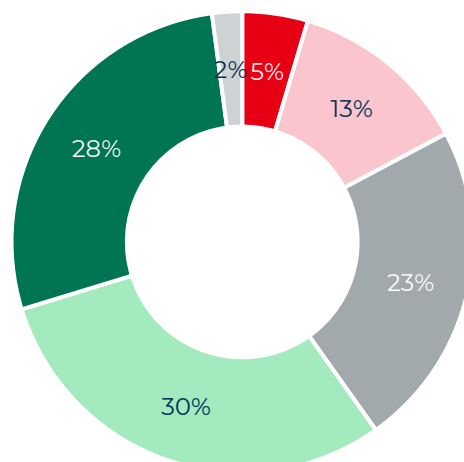
Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?

■ 1: Slet ikke attraktiv ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5: Meget attraktiv ■ Ved ikke

Italienerne i Milano



Italienerne i Rom



Danmarks attraktivitet blandt italienere i Milano og Rom

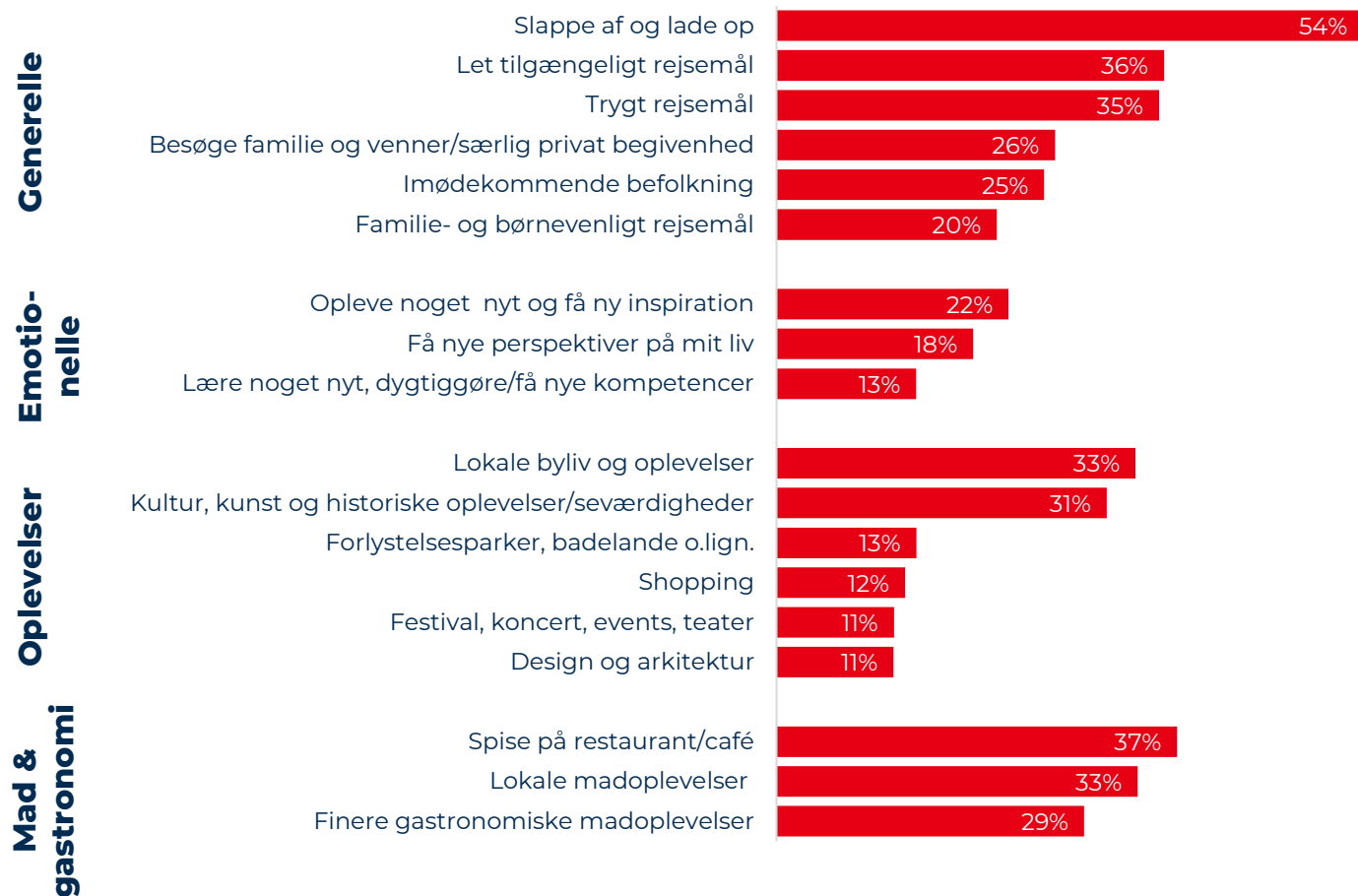
Godt hver anden (54 pct.) italiener i Milano, oplever Danmark som et meget attraktivt rejsemål.

Knap seks ud af 10 (58 pct.)italiener i Rom, oplever Danmark som et meget attraktivt rejsemål.

Glade gæster er forudsætningen for, at Danmark bliver anbefalet under og efter opholdet. Personlige anbefalinger spiller ofte en rolle, når italienerne vælger feriedestination. Dette fremgår af s. [27](#).

MULIGHED FOR AT SLAPPE AF OG LADE OP ER ET VIGTIGT REJSEMOTIV

Hvis du tænker tilbage på din seneste ferie, hvad var så vigtigt for dig, da du valgte destinationen?



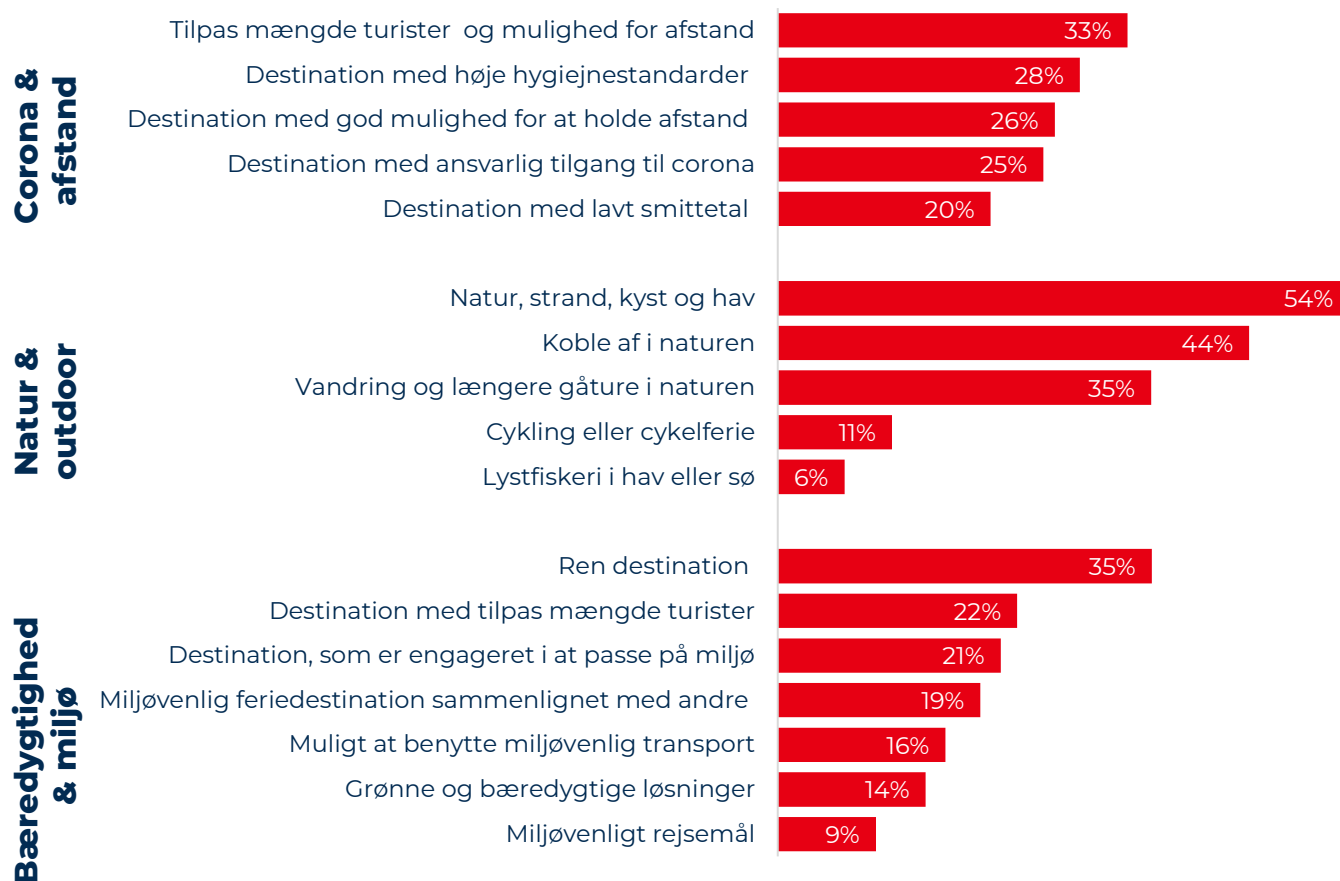
Rejsemotiver: generelle, emotionelle, oplevelser og mad & gastronomi

Godt hver anden italiener i Milano med planer om en udlandsferie, fremhæver, at det at slappe af og lade op er et vigtigt rejsemotiv.

Også at spise ud på restaurant/café, kunst og kultur, lokale madoplevelser samt det lokale byliv og oplevelser er vigtigt for mange.

ADGANG TIL NATUR OG AT KOBLE AF I NATUREN ER VIGTIGT FOR FLEST

Hvis du tænker tilbage på din seneste ferie, hvad var så vigtigt for dig, da du valgte destinationen?



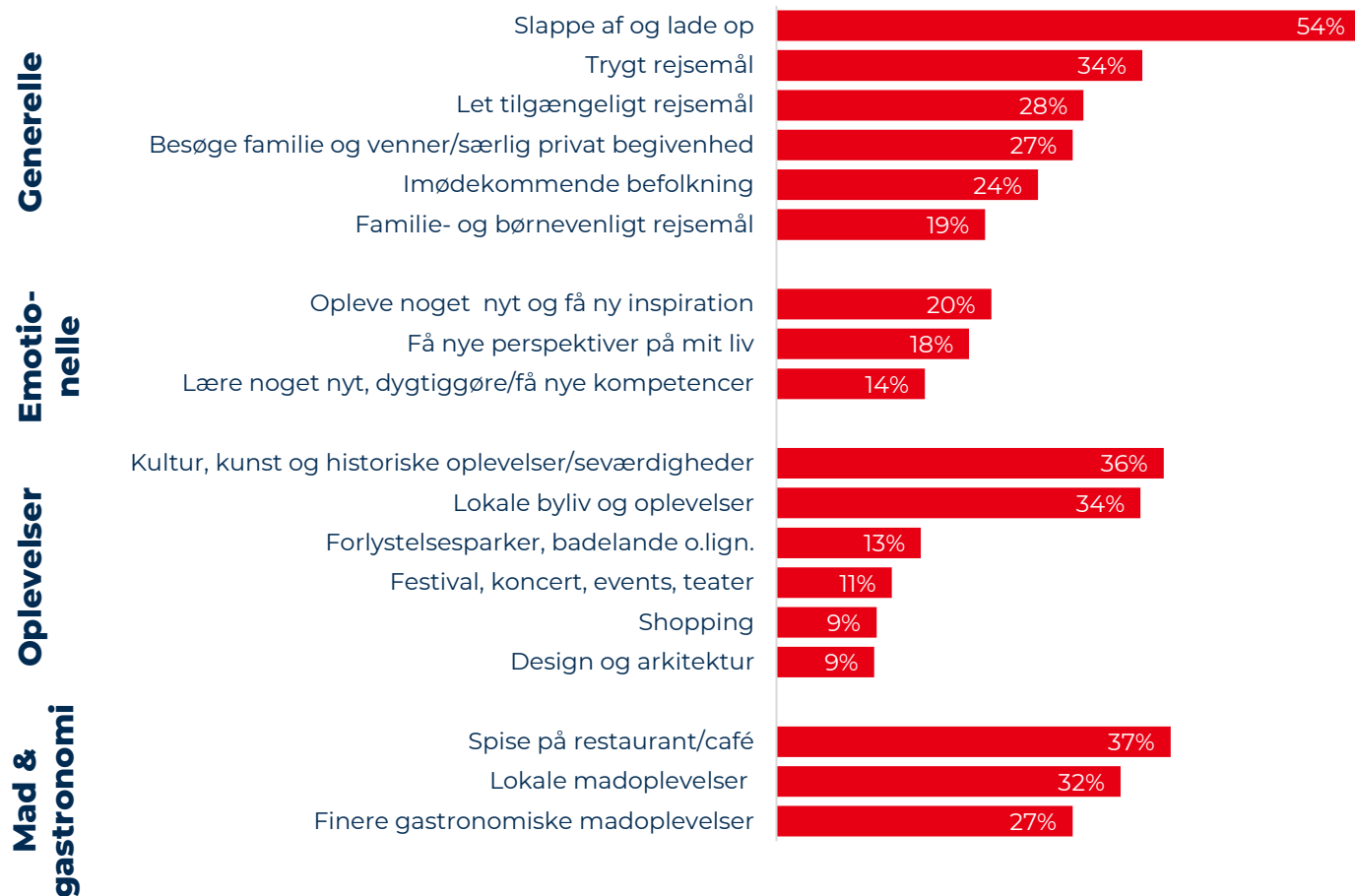
Rejsemotiver: corona & afstand, natur & outdoor, bæredygtig & miljø

Godt hver anden italiener i Milano, der har planer om en udlandsferie, prioriterer natur, strand, kyst og hav ved valg af feriedestination.

Godt fire ud af 10 lægger vægt på, at de kan koble af i naturen. Milanenserne forbinder i høj grad Danmark med gode muligheder for at cykle og vandre og dermed naturoplevelser.

MULIGHED FOR AT SLAPPE AF ER VIGTIGT FOR FLEST PÅ EN FERIE, MEN OGSÅ KULTUR ER EFTERSPURGT

Hvis du tænker tilbage på din seneste ferie, hvad var så vigtigt for dig, da du valgte destinationen?



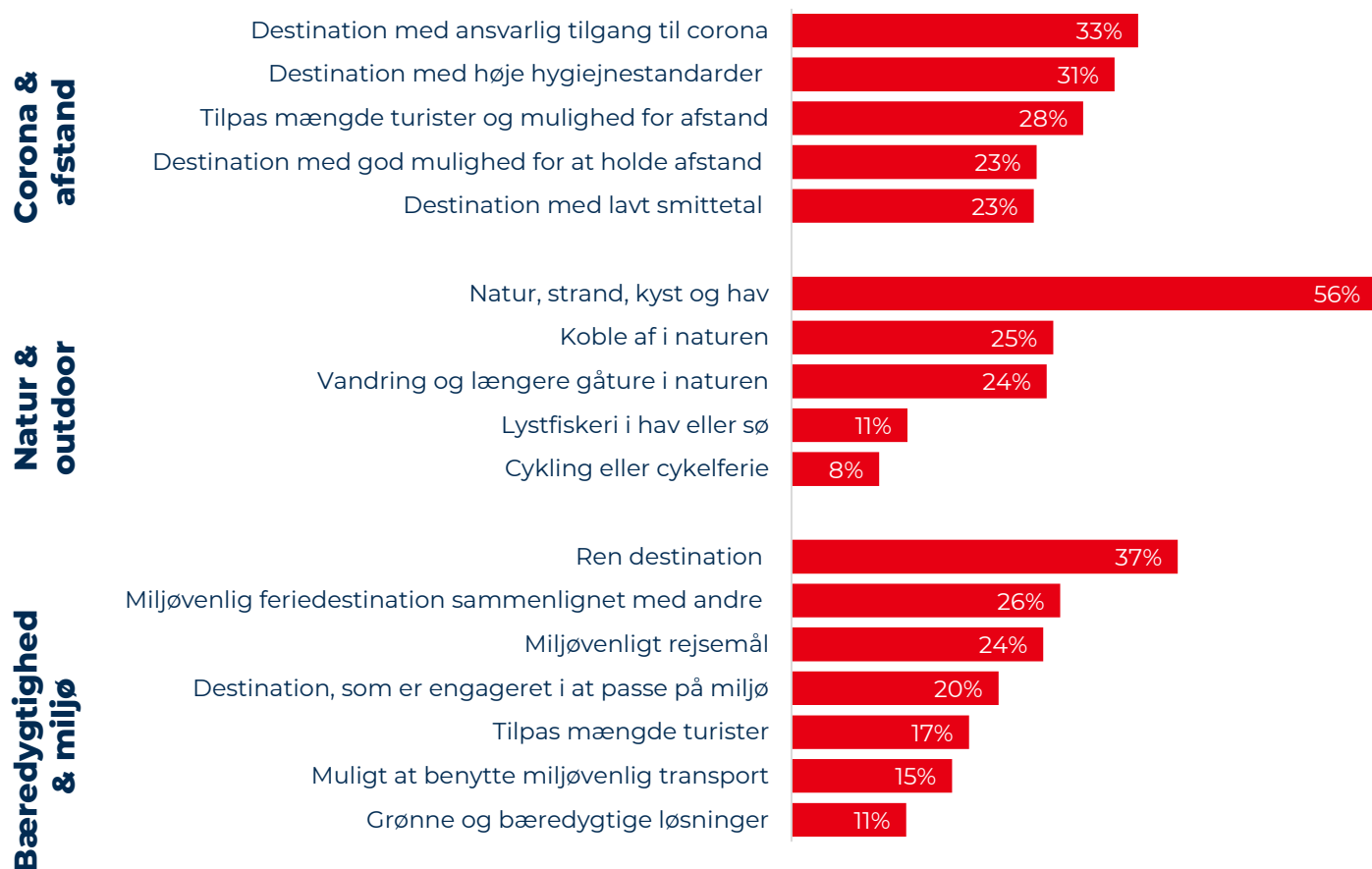
Rejsemotiver: generelle, emotionelle, oplevelser og mad & gastronomi

Godt hver anden italiener i Rom med planer om en udlandsferie, fremhæver, at det at slappe af og lade op er et vigtigt rejsemotiv.

Også at spise ud på restaurant/café, kunst og kultur samt det lokale byliv og oplevelser er vigtigt for mange.

ADGANG TIL NATUR ER VIGTIG FOR FLEST, MEN OGSÅ EN REN DESTINATION SPILLER EN AFGØRENDE ROLLE

Hvis du tænker tilbage på din seneste ferie, hvad var så vigtigt for dig, da du valgte destinationen?



Rejsemotiver: corona & afstand, natur & outdoor, bæredygtig & miljø

Knap seks ud af 10 italienere i Rom, der har planer om en udlandsferie, prioriterer natur, strand, kyst og hav ved valg af feriedestination.

Knap fire ud af 10 lægger vægt på, at destinationen er ren (ingen skrald, rent vand, ren luft).

En anden analyse, som VisitDenmark har gennemført, viser, at flere end fire ud af 10 italienere i Rom forbinder Danmark med parameteret 'ren destination', så her indtager Danmark en fin position..

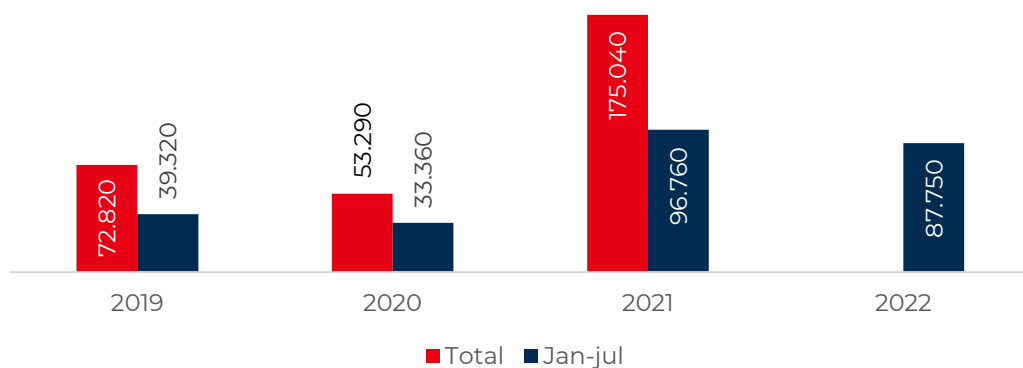
ITALIENERNE ER VILDE MED DANSK GASTRONOMI

Italienernes interesse for dansk gastronomi har udviklet sig positivt siden 2019. Der er især fokus på fine dining og restauranter i København, men der er også en generel interesse for søgninger efter dansk mad.

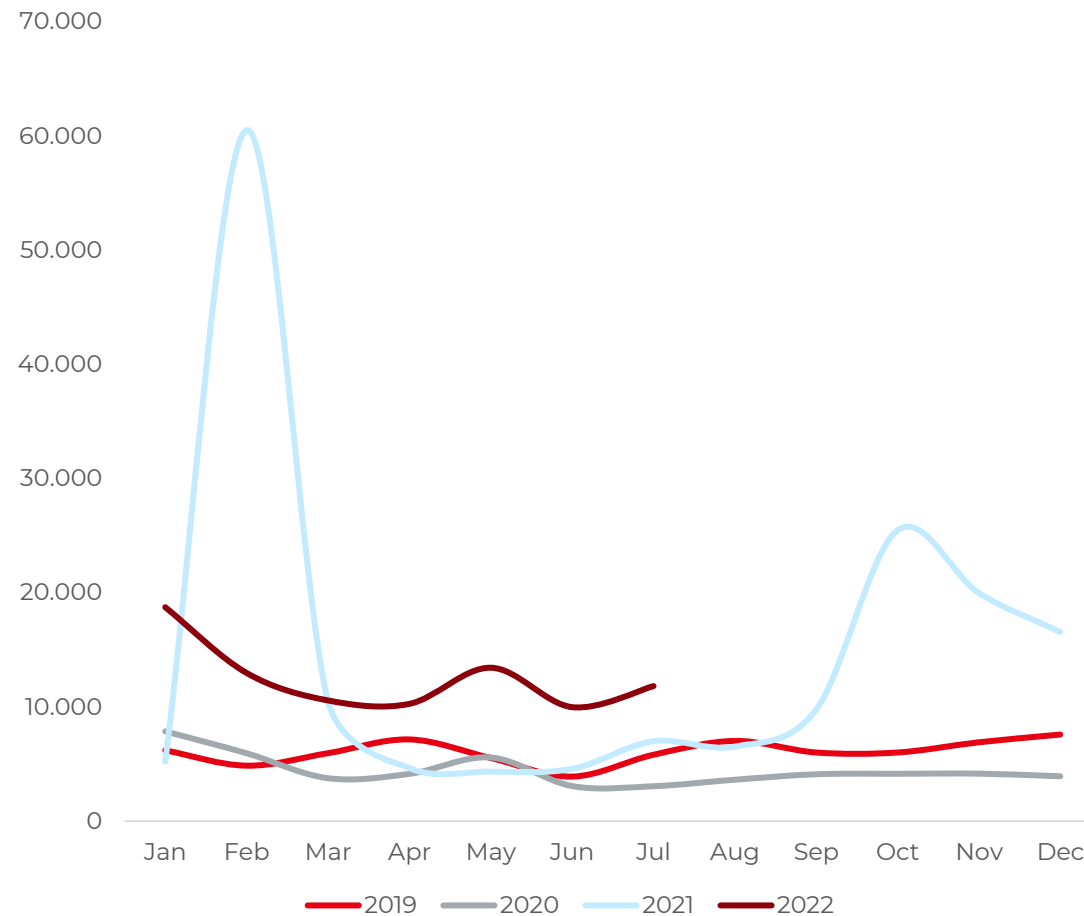
I februar 2021 er der et markant udsving i søgevolumen i forhold Noma. Noma var også i fokus i oktober 2021, da de blev kåret til verdens bedste restaurant ved prisuddelingen "World's 50 Best Restaurants".

Langt de fleste søgninger efter Noma og fine dining kommer fra Lombardiet i Italien.

Søgevolumen pr. år og halvår for søgninger om gastronomi



Månedlig søgevolumen om gastronomi



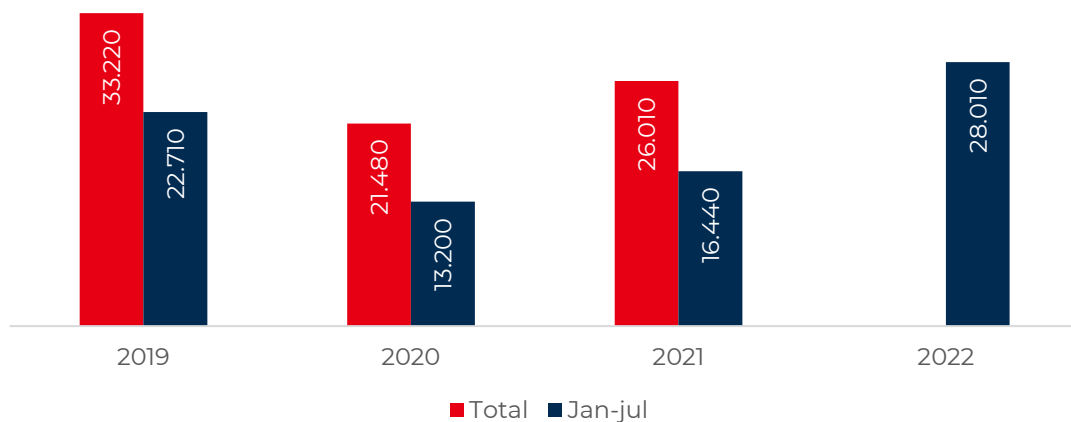
ITALIENERNE INTERESSERER SIG FOR CAMPING

Søgninger, der relaterer sig til outdoor, er markante i højsæsonen. De fleste søgninger relaterer sig til cykel og camping.

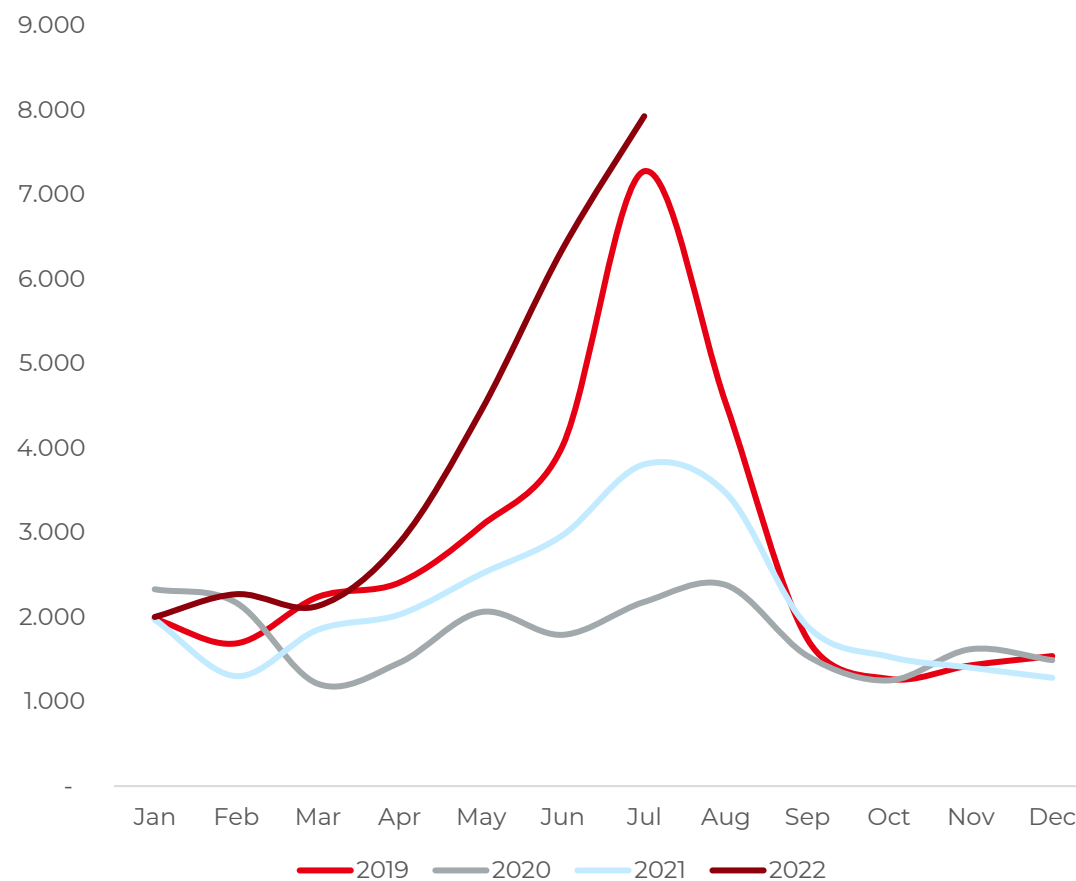
De campingspecifikke søgninger går på at afdække mulige campingpladser i Danmark, og øverst på listen ses søgninger efter " danimarca in camper".

For de cykelinteresserede er fokus især på København.

Søgevolumen pr. år og halvår efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark



Månedlig søgevolumen efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark



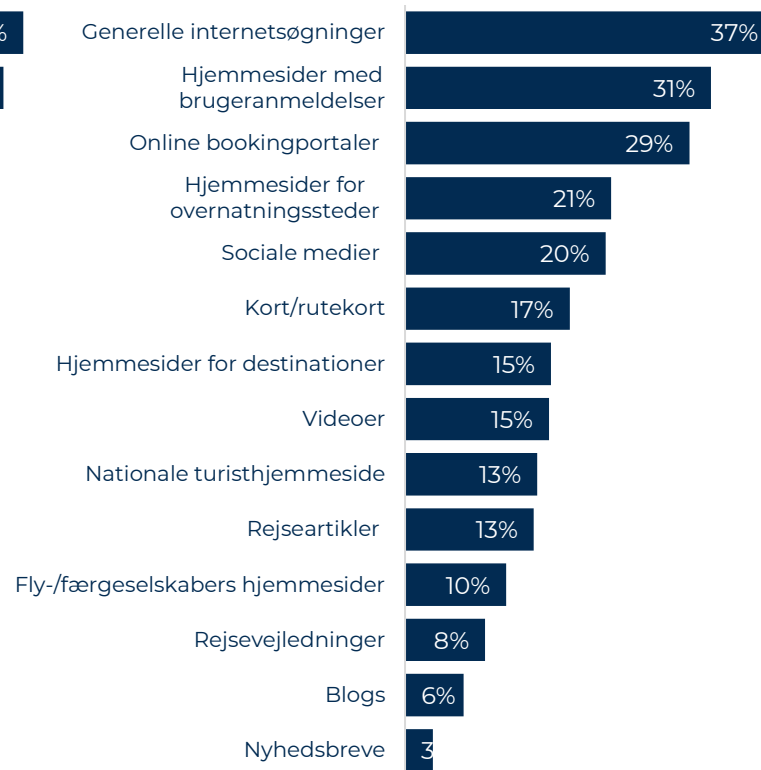
SOCIALE MEDIER HAR BETYDNING FOR HVER FEMTE, NÅR DER SKAL VÆLGES FERIEDESTINATION

Hvilke online inspirationskilder havde indflydelse på dit valg af din seneste feriedestination?

Milano



Rom



Online inspirationskilder

93 pct. af italienerne i Milano siger, at en eller flere af de listede online inspirationskilder havde indflydelse på deres valg af feriedestination.

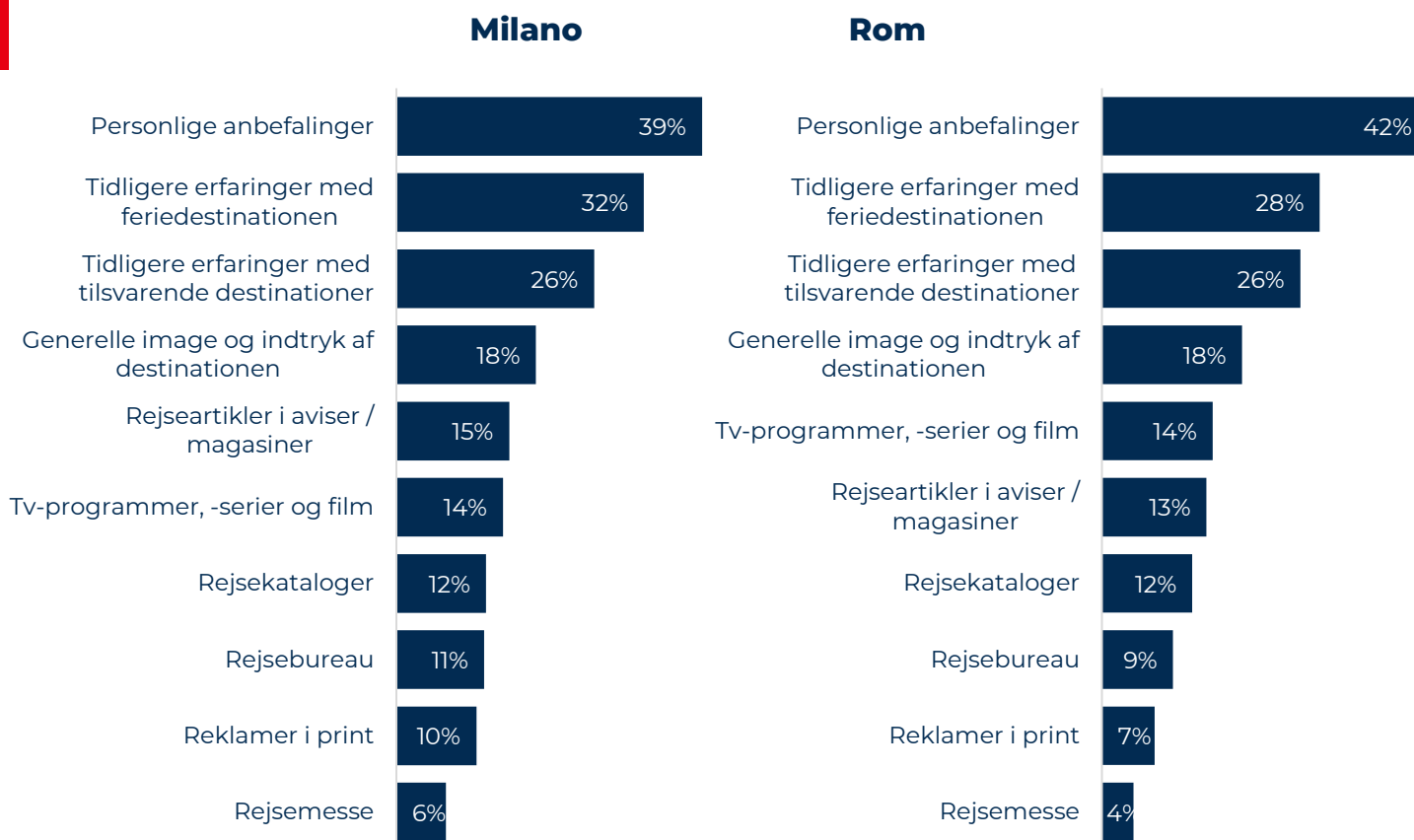
Knap fire ud af 10 benyttede internettet for at finde inspiration. 36 pct. afsøgte bookingportaler, og 29 pct. besøgte hjemmesider med brugeranmeldelser, før de traf deres ferievalg.

92 pct. af italienerne i Rom siger, at en eller flere af de listede online inspirationskilder havde indflydelse på deres valg af feriedestination.

37 pct. benyttede internettet for at finde inspiration. Flere end hver tredje afsøgte bookingportaler, og 29 pct. besøgte benyttede online-bookingportaler.

DESTINATIONENS IMAGE ER VIGTIGT

Hvilke øvrige inspirationskilder havde indflydelse på dit valg af din seneste feriedestination?



Øvrige inspirationskilder

93 pct. af milaneserne pct. siger, at en eller flere af de nævnte online inspirationskilder havde indflydelse på deres valg af feriedestination.

Knap fire ud af 10 (39 pct.) gjorde brug af personlige anbefalinger, før de traf deres ferievalg.

92 pct. af italienerne i Rom siger, at de nævnte inspirationskilder havde indflydelse på deres valg af feriedestination.

Godt fire ud af 10 (42 pct.) benyttede personlige anbefalinger.

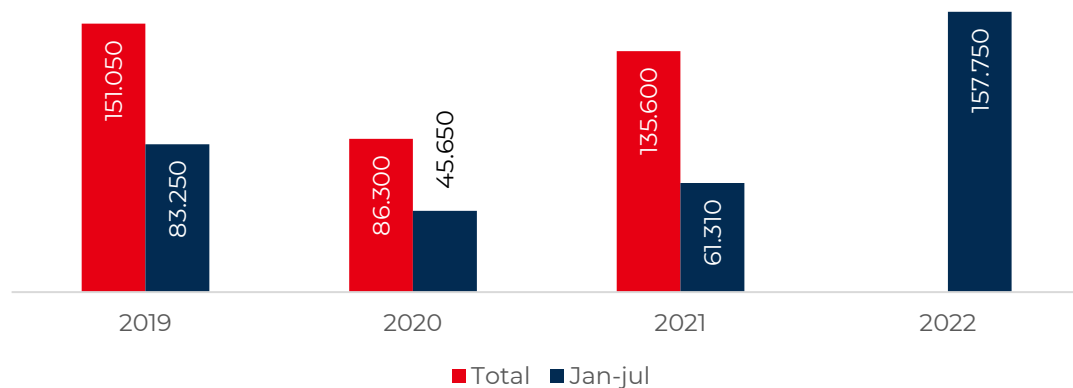
Ved valg af feriedestination er 'generelle image og indtryk af destinationen' et vigtigt parametre for en femtedel af italienerne i Rom og Milano.

STOR INTERESSE FOR LEGOLAND OG TIVOLI

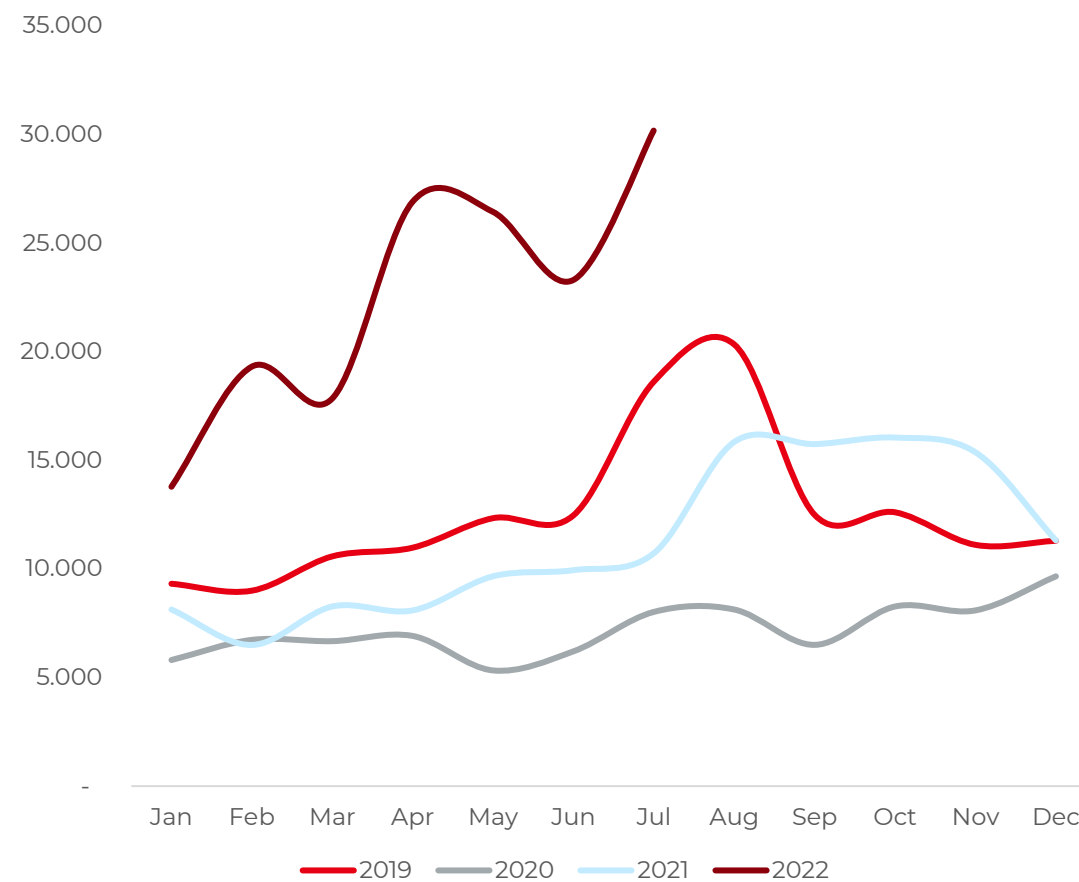
Italienerne viser stigende interesse for attraktioner i Danmark, og niveauet i 2022 er på det hidtil højeste.

De italienske søgninger er især centreret omkring attraktioner som Legoland og Tivoli i København.

Søgevolumen pr. år og halvår efter attraktioner i Danmark



Månedlig søgevolumen efter attraktioner i Danmark



Kilde: Google Ads Keyword Planner. Filtre: Land: Italien, Sprog: Italiensk. Periode: Januar 2019 – juli 2022. Afgrænsning: generelle søgninger efter attraktioner i Danmark og efter top 10 attraktioner på VisitDenmarks Attraktionsliste 2021 (inkl. Legoland).

DANMARK SOM FERIEDESTINATION

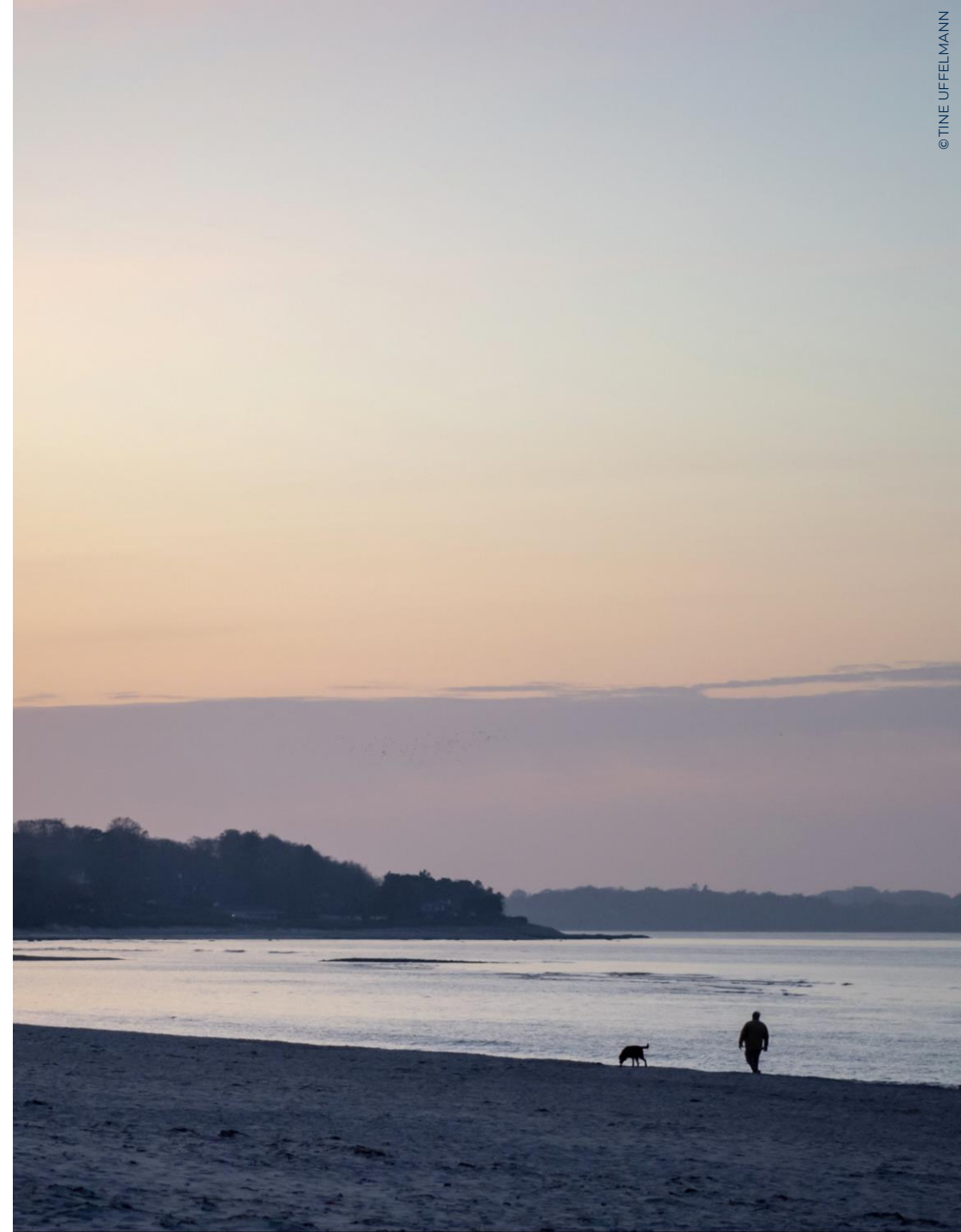


TISVILDELEJE STRAND



KAPITLET INDE- HOLDER BL.A. DATA OM

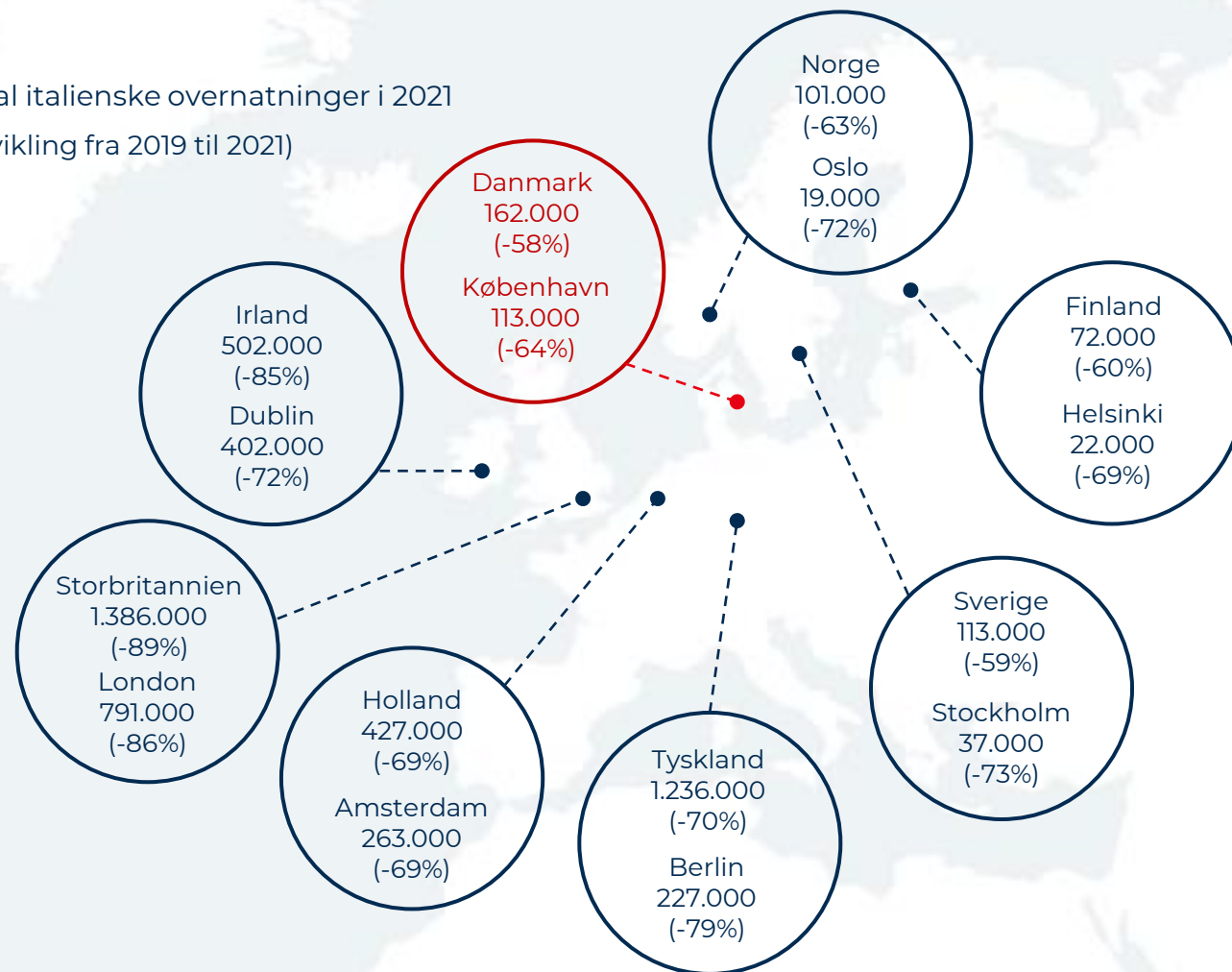
- Antal overnatninger fordelt på destinationer, kyst og storby, overnatningsformer, mv.
- Konkurrencesituationen
- Sæson i kyst- og storbyovernatninger
- Turismeforbrug



Danmark har mistet færrest overnatninger

Antal italienske overnatninger i 2021

(udvikling fra 2019 til 2021)



Italienske overnatninger i det nordeuropæiske konkurrencefelt

Ses på udviklingen i Danmark sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrencefelt, har Danmark – relativt set – mistet færrest italienske overnatninger.

Danmark var i 2019 og 2021 det nordiske land, der havde flest italienske overnatninger.

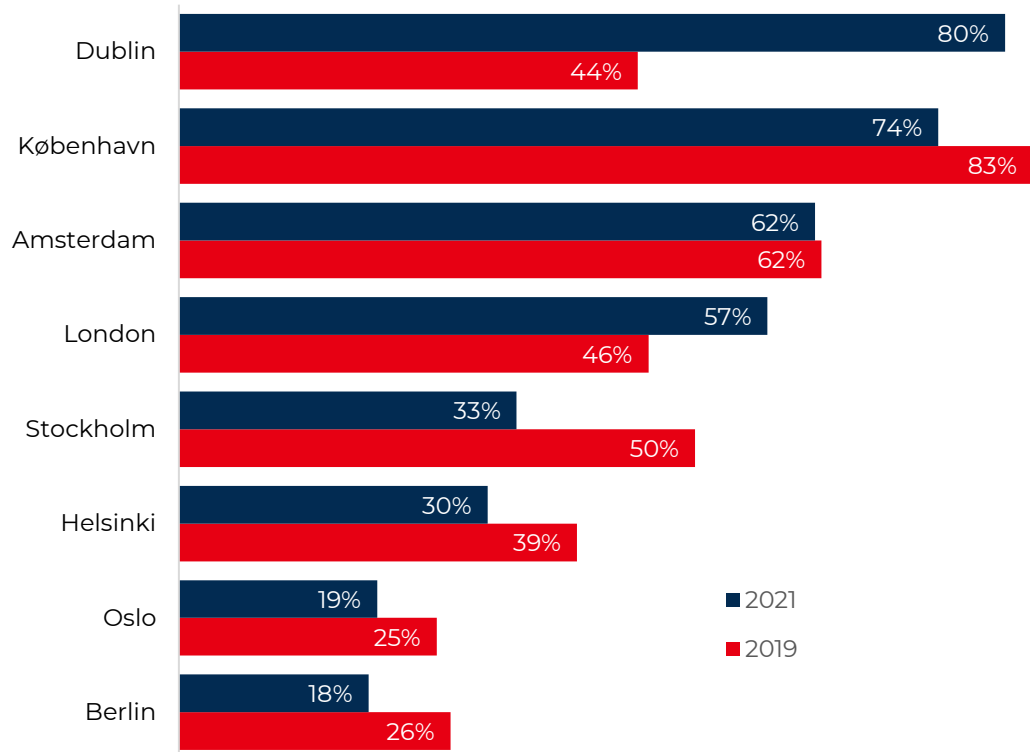
I 2021 stod København med 113.000 overnatninger for over halvdelen (59 pct). af alle italienske storbyovernatninger i Norden.

Ser man på hele det nordeuropæiske konkurrencefelt, har både Tyskland, Holland, Storbritannien og Irland markant flere italienske overnatninger end Danmark.

Også Tysklands, Hollands, Storbritanniens og Irlands respektive hovedstæder havde i 2021 markant flere italienske overnatninger end København.

TRE UD AF FIRE ITALIENSKE OVERNATNINGER I DANMARK FORETAGES I KØBENHAVN

Italienske overnatninger i nordeuropæiske hovedstæder i 2019 og 2021
Andel af det samlede antal overnatninger i de respektive lande



Overnatninger i nordeuropæiske hovedstæder

I det nordeuropæiske konkurrencefelt er der stor forskel på, hvor stor en andel af de italienske overnatninger, som foretages i hovedstæderne.

Dublin og København ligger øverst på listen. Byerne tiltrak i 2021 henholdsvis 80 pct. og 74 pct. af alle italienske overnatninger i Irland og Danmark.

Modsat optræder Berlin og Oslo nederst på listen og tegner sig for hhv. 25 pct. og 21 pct. af alle italienske overnatninger i Tyskland og Norge.

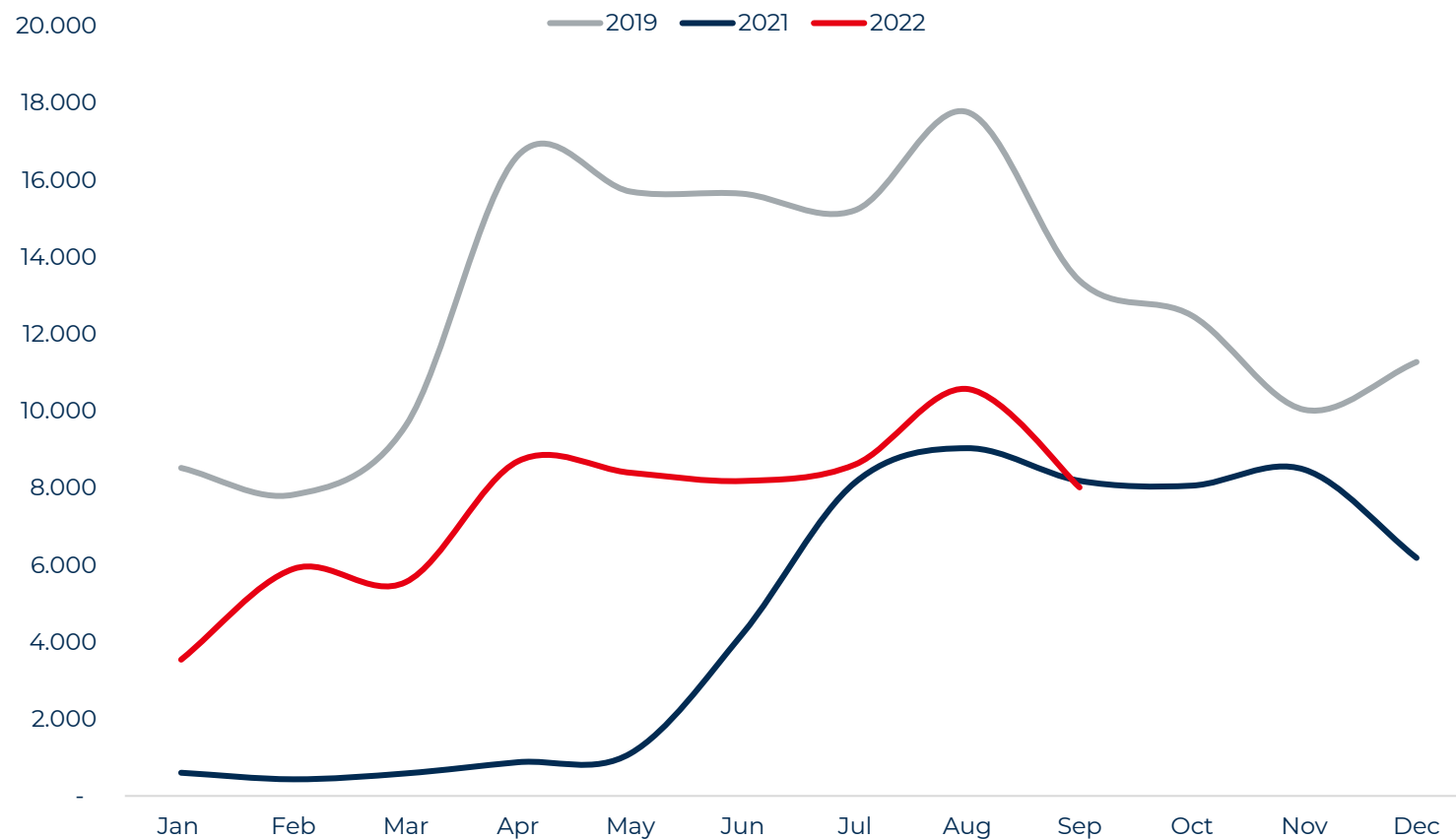
PASSAGERANKOMSTER PÅ VEJ TILBAGE TIL NORMAL NIVEAU

I 1. halvår 2021 var antallet af passagerankomster fra Italien til Danmark var markant under niveauet i 2019.

I det sidste halve år af 2021 skete der en stigning i antallet af ankomster fra Italien, og antallet af ankomster nærmede sig niveauet for 2019.

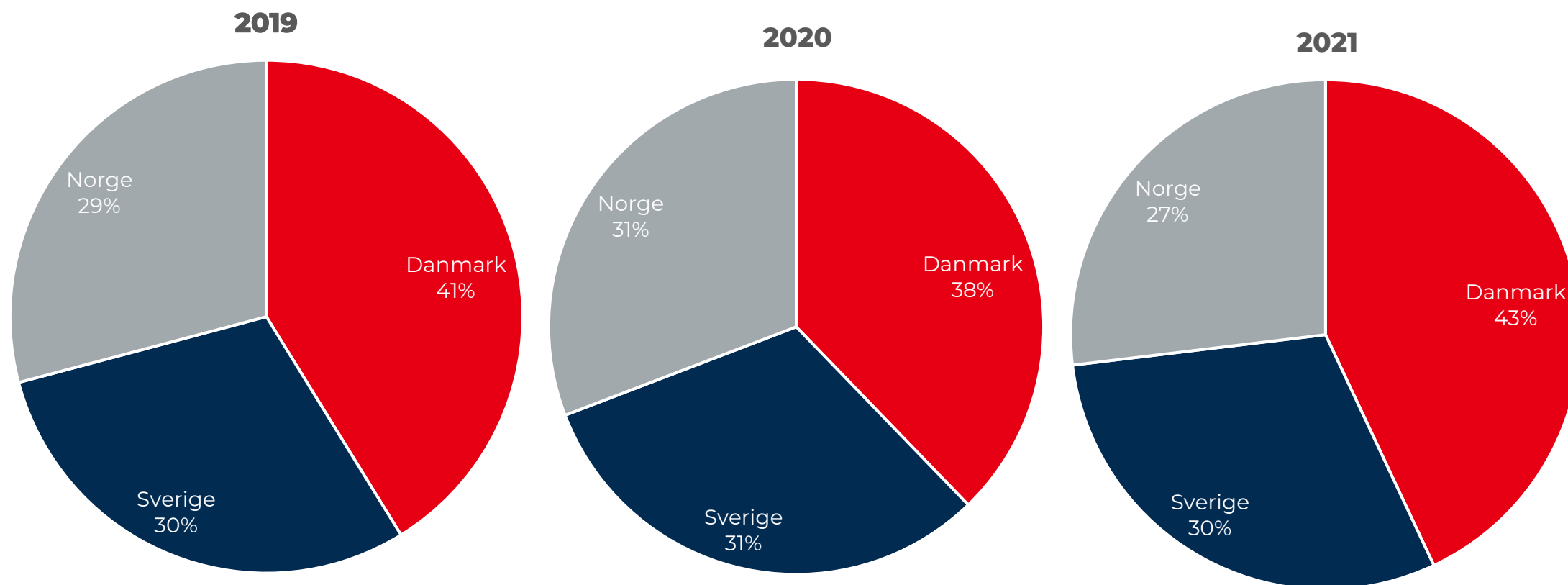
I de første ni måneder af 2022 er antallet af passager-ankomster stadig under niveauet for 2019, men pænt over 2021-niveauet.

Passagerankomster fra Italien til Danmark



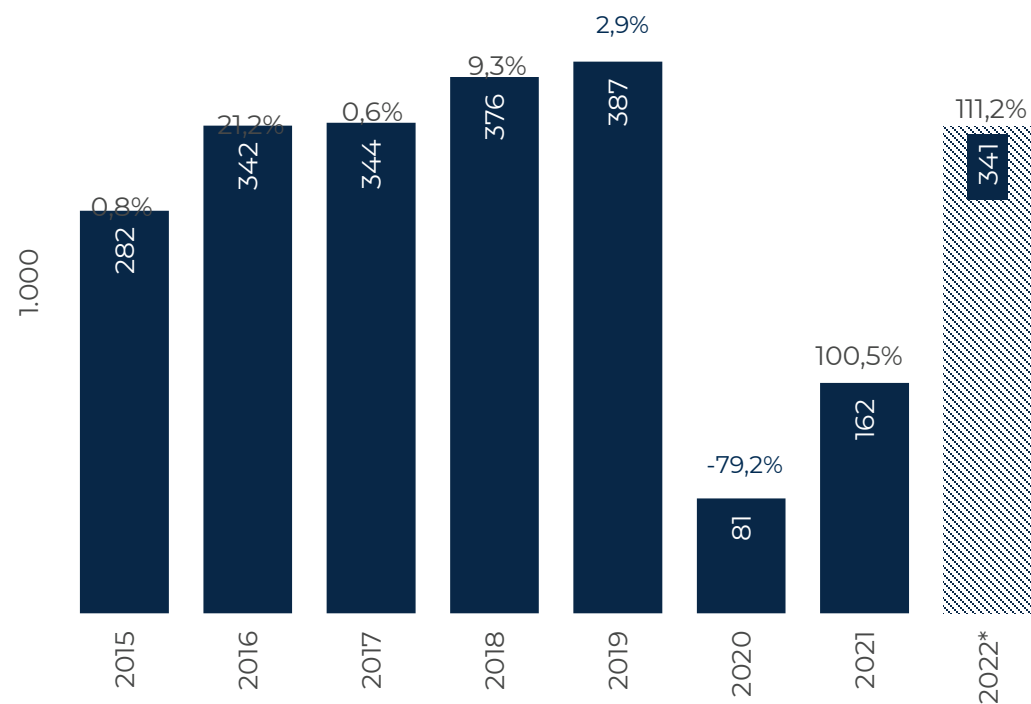
DANMARK ER ITALIENERNES FORETRUKNE FERIELAND I SKANDINAVIEN

Andelen af italienske overnatninger



FORVENTNINGER OM FLERE OVERNATNINGER I 2022, MEN STADIG ET STYKKE VEJ TIL 2019

Italienske overnatninger (1.000) i Danmark
Antal og udvikling ift. året før



Antal italienske overnatninger i Danmark

Antallet af italienske overnatninger lå i 2020 og 2021 markant under niveauet de tidligere år.

I 2022 forventes antallet af overnatninger at rette sig noget, men der vil fortsat være et stykke vej op til 2019-niveauet. Antallet af overnatninger i 2022 forventes således at nå op på 88 pct. af niveauet i 2019-

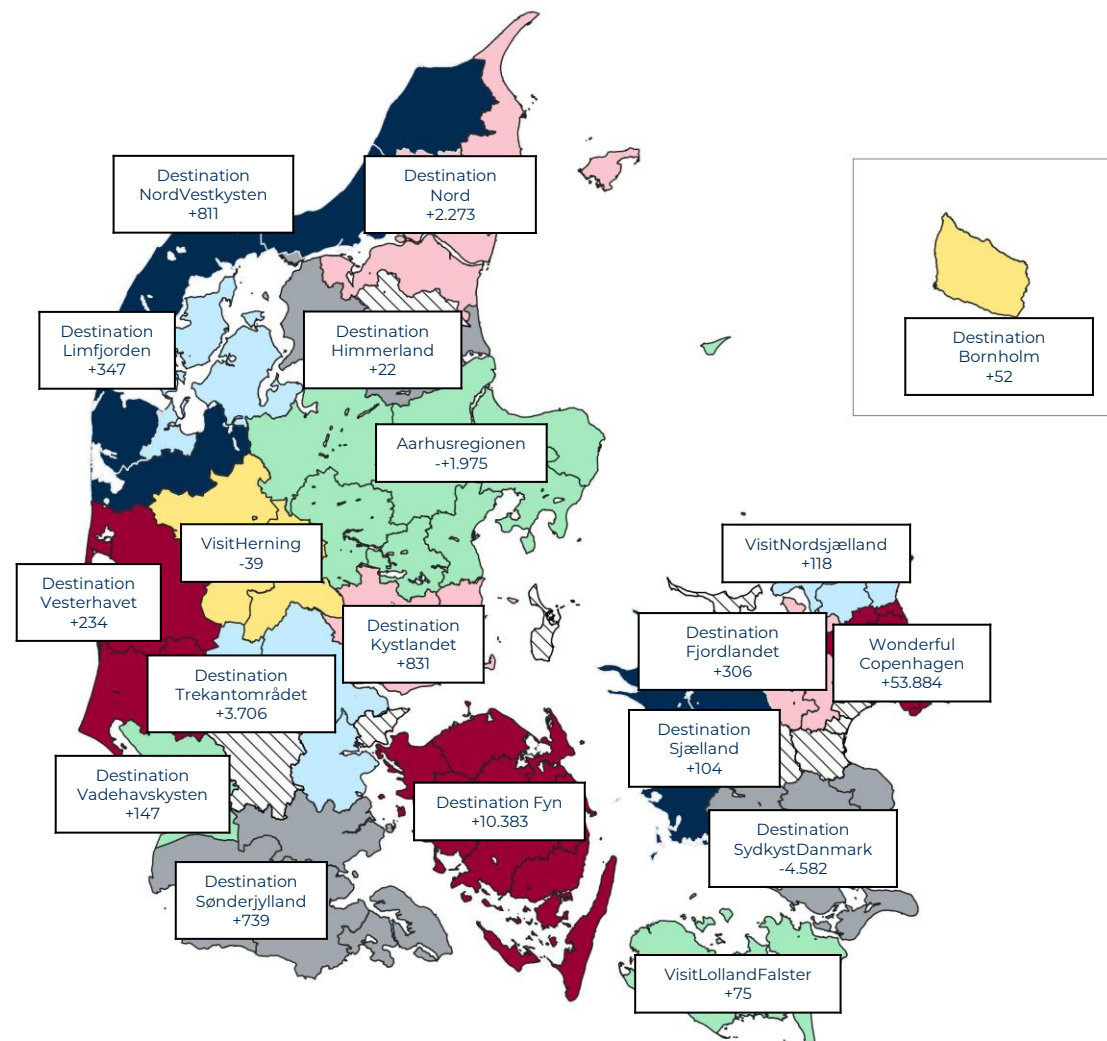
Gns. årlig vækst
2015-2019: +8,2%
2015-2021: -8,9%

FLERE OVERNATNINGER I 18 UD AF 19 DANSKE DESTINATIONSSKABER

Italienske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

	Antal overnatninger 2021	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2020
Wonderful Copenhagen	321.789	-62,6%	81,1%
Destination Fyn	8.310	48,5%	531,1%
Destination Trekantområdet	15.580	-65,7%	226,3%
Destination SydkystDanmark	3.376	57,1%	634,6%
Aarhusregionen	9.556	-53,2%	79,0%
Destination Nord	6.713	-45,2%	161,9%
Destination NordVestkysten	3.091	-49,2%	106,9%
Destination Sønderjylland	2.074	-34,4%	119,0%
Destination Kystlandet	1.059	27,0%	161,7%
Destination Vadehavskysten	3.024	-65,9%	16,6%
VisitNordsjælland	1.687	-51,8%	17,0%
Destination Fjordlandet	2.561	-73,5%	82,0%
Destination Limfjorden	385	33,0%	210,3%
Destination Vesterhavet	1.578	-68,9%	91,4%
VisitHerning	923	-49,8%	-7,8%
Destination Sjælland	754	-60,9%	54,5%
VisitLollandFalster	661	-67,6%	54,0%
Destination Himmerland	450	-76,9%	26,8%
Destination Bornholm	395	-76,2%	123,8%

Udvikling i antal italienske overnatninger fra 2020 til 2021



ITALIENERNE ER PÅ VEJ TILBAGE TIL DANMARK

Italienske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

ÅTD (januar-august)	Antal overnatninger 2022 (jan.-aug.)	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2021
Wonderful Copenhagen	164.226	-26,5%	219,2%
Destination Trekantområdet	17.861	33,1%	500,6%
Destination Fyn	13.313	108,3%	283,0%
Destination SydkystDanmark	8.863	223,5%	234,3%
Aarhusregionen	8.063	9,0%	234,4%
Destination Nord	7.226	24,5%	247,2%
Destination NordVestkysten	3.253	15,1%	153,7%
Destination Vadehavskysten	2.686	4,6%	256,7%
Destination Sønderjylland	2.128	32,2%	136,4%
Destination Kystlandet	1.698	94,7%	411,4%
Destination Vesterhavet	1.275	-11,6%	258,1%
VisitNordsjælland	1.134	-14,5%	141,8%
Destination Fjordlandet	844	-61,8%	67,5%
VisitHerning	799	23,1%	271,6%
VisitLollandFalster	685	11,7%	322,8%
Destination Limfjorden	543	59,7%	72,9%
Destination Sjælland	431	-28,8%	95,9%
Destination Bornholm	330	11,5%	328,6%
Destination Himmerland	255	-36,1%	318,0%

Antal italienske overnatninger i Danmark, januar-august

Antallet af italienske overnatninger lå i de første otte måneder af 2022 godt 14 pct. over 2019-niveauet og var mere end en tredobling af antallet af overnatninger i samme periode i 2021.

Ses på udviklingen uden for Wonderful Copenhagen, lå antallet af italienske overnatninger i de første otte måneder af 2022 knap 36 pct. over niveauet i 2019.

FLERE ITALIENSKE OVERNATNINGER I 2021 END I 2020, MEN UNDER NIVEAUET I 2019

	Italienske overnatninger 2021 (1.000)	Udvikling fra 2019 til 2021	Udvikling fra 2020 til 2021
Italien	170.476	-21,1%	34,5%
Europa	39.131	-62,8%	5,4%
Øvrige udland	14.038	-77,0%	6,1%
I alt	223.645	-41,5%	26,3%
1. Frankrig	19.332	-55,8%	-9,9%
2. Spanien	4.697	-62,6%	79,0%
3. Grækenland	2.396	-45,4%	121,4%
4. Kroatien	1.996	-61,2%	62,1%
5. Storbritannien	1.386	-89,1%	-56,5%
6. Tyskland	1.236	-70,2%	4,1%
7. Østrig	1.180	-59,1%	-13,4%
8. Albanien	962	-23,1%	133,7%
9. Malta	944	-62,6%	79,1%
10. Portugal	687	-60,7%	51,9%
11. Schweiz	546	-38,5%	22,3%
12. Irland	502	-84,5%	-33,2%
13. Holland	427	-69,2%	16,7%
14. Slovenien	354	-72,3%	-3,0%
15. Belgien	263	-58,8%	35,7%
16. Tjekkiet	252	-77,1%	6,4%
17. Polen	233	-64,6%	33,1%
19. Danmark	162	-58,2%	100,5%
23. Sverige	113	-59,4%	68,6%
24. Norge	101	-63,0%	53,7%

Danmark ligger i top 20 over italienernes mest besøgte rejsemål og er væksted markant fra 2020 til 2021

DANMARK ER IKKE I KONKURRENCE MED EN RÆKKE SYDEUROPÆISKE LANDE

Danmarks europæiske konkurrentfeltet

Danmarks andel af europæiske overnatninger ligger i 2021 højere end i 2020 og på samme niveau i 2019.

Det tilsvarende gælder for fx Sverige og Norge.

	Andel af europæiske overnatninger 2019	Andel af europæiske overnatninger 2020	Andel af europæiske overnatninger 2021
1. Frankrig	41,5%	57,8%	49,4%
2. Spanien	11,9%	7,1%	12,0%
3. Grækenland	4,2%	2,9%	6,1%
4. Kroatien	4,9%	3,3%	5,1%
5. Storbritannien	12,1%	8,6%	3,5%
6. Tyskland	3,9%	3,2%	3,2%
7. Østrig	2,7%	3,7%	3,0%
8. Albanien	1,2%	1,1%	2,5%
9. Malta	2,4%	1,4%	2,4%
10. Portugal	1,7%	1,2%	1,8%
11. Schweiz	0,8%	1,2%	1,4%
12. Irland	3,1%	2,0%	1,3%
13. Holland	1,3%	1,0%	1,1%
14. Slovenien	1,2%	1,0%	0,9%
15. Belgien	0,6%	0,5%	0,7%
16. Tjekkiet	1,0%	0,6%	0,6%
17. Polen	0,6%	0,5%	0,6%
19. Danmark	0,4%	0,2%	0,4%
23. Sverige	0,3%	0,2%	0,3%
24. Norge	0,3%	0,2%	0,3%

LIDT FLERE ITALIENSKE OVERNATNINGER BOOKET VIA BOOKINGPLATFORME I 2021 END I 2020

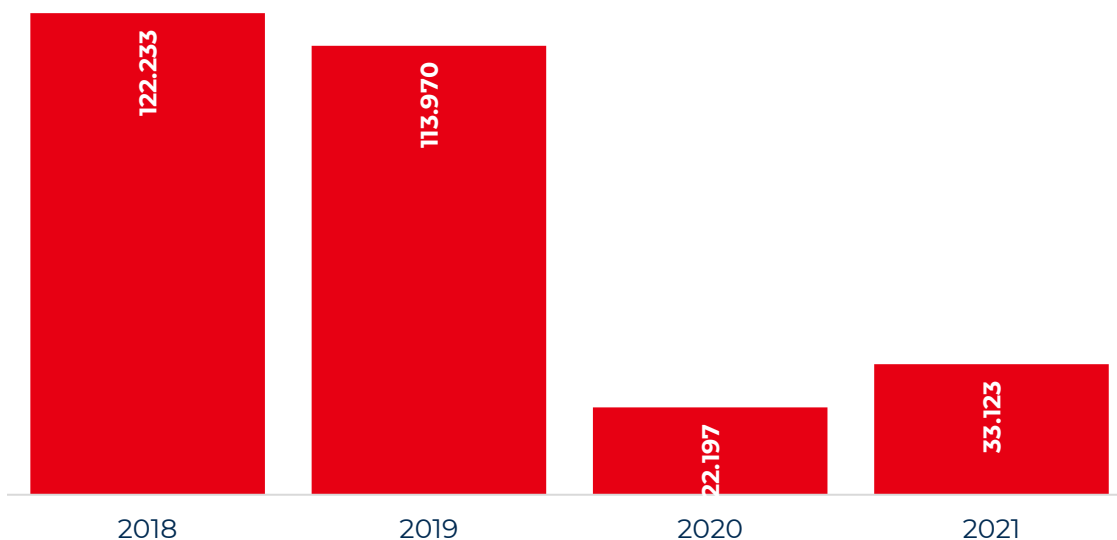
Italienske overnatninger via bookingplatforme

Antal italienske overnatninger booket via Airbnb, Booking, Expedia og Tripadvisor

Antallet af overnatninger booket via online bookingplatforme er faldet blandt italienerne. I 2018 lå antallet af italienske overnatninger booket gennem bookingplatforme på godt 122.000. I 2019 lå antallet 6,8 pct. lavere.

Udviklingen af antallet af overnatninger booket via bookingplatforme har i 2020 og 2021 fulgt udviklingen i italienernes overordnede overnatningstal på kommercielle indkvarteringsformer med et markant fald fra 2019 til 2020 og en mindre stigning fra 2020 til 2021.

I 2019 udgjorde italienske overnatninger booket via online overnatningsplatforme 23 pct. af samtlige overnatninger¹ i Danmark mod 22 pct. i 2020 og 17 pct. i 2021.



FLEST ITALIENSKE OVERNATNINGER I AUGUST

Italienske overnatninger fordelt over året

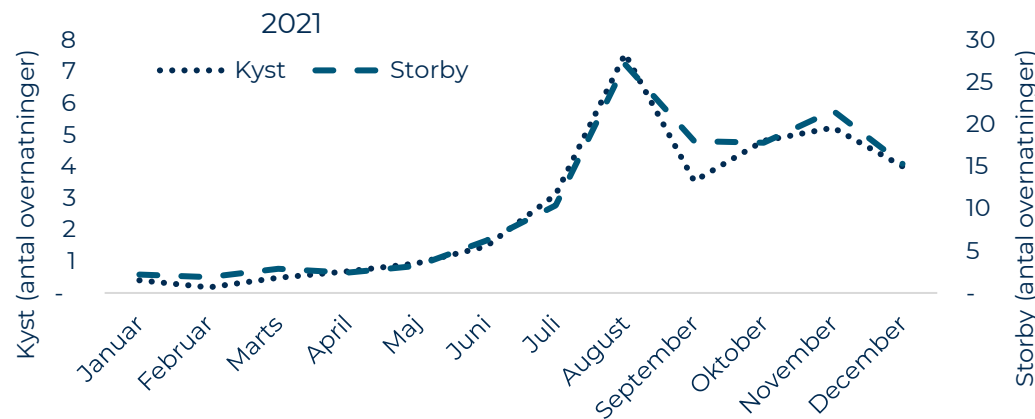
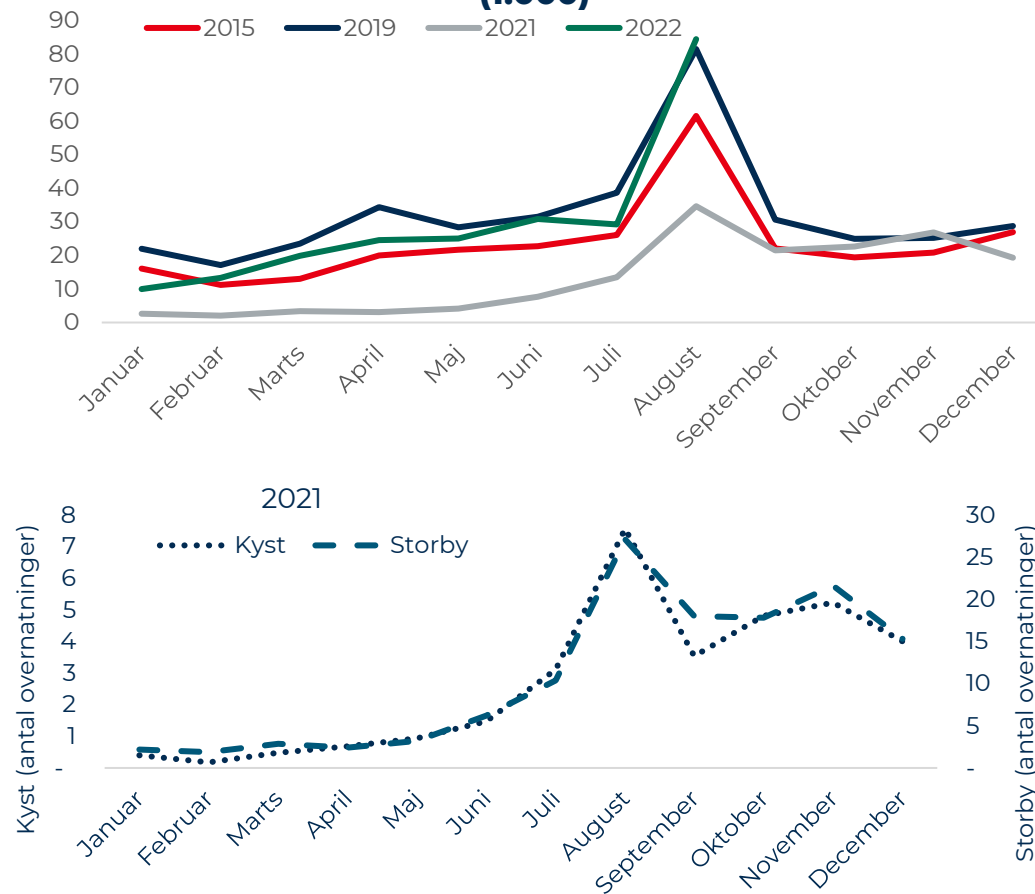
Fra 2015 til 2019 steg antallet af italienske overnatninger i Danmark, med 37 pct. Stigningen fandt især sted i skuldersæsonen.

Fordelingen mellem sæsoner har ændret sig til en mere ligelig fordeling.

	2015	2019	2021	2015	2019	2021
	Antal (1.000)			Indeks (2019=100)		
Høj	88	120	48	73	100	40
Skulder	119	173	62	69	100	36
Vinter	75	93	51	81	100	55
I alt	282	387	162	73	100	42

Overnatningsmønsteret blandt italienere på storby- og kyst-/naturferie i Danmark er ganske ens.

Italienske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



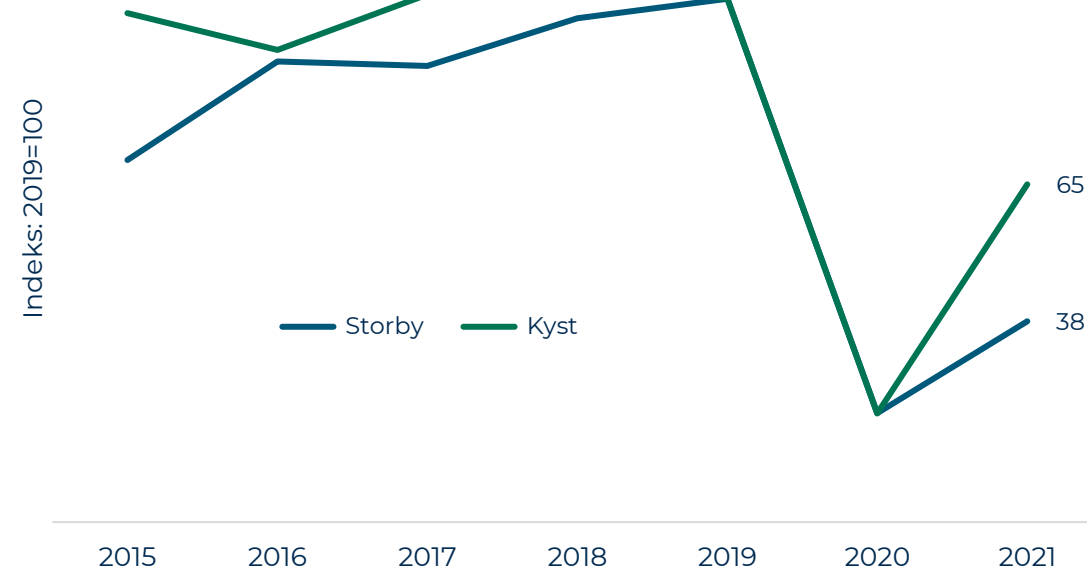
VÆKST I ITALIENSKE OVERNATNINGER I SÅVEL STORBY SOM KYST- OG NATURDANMARK

Italienske overnatninger i Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2020	2021	2019-2020	2020-2021
Kyst-/naturdanmark*	50	10	32	-79,2%	+210,9%
De fire storbyer*	336	70	129	-79,1%	+84,0%
I alt*	387	81	162	-79,2%	+100,5%

År-til-dato (januar-august)	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2021	2022	2019-2022	2021-2022
Kyst-/naturdanmark*	43	15	60	39,8%	+302,0%
De fire storbyer*	234	56	178	-24,3%	+214,9%
I alt*	277	71	237	-14,4%	+233,1%

Udvikling i italienske overnatninger* inden for kyst og storby



Anm.: Før 2017 lå alle feriehusovernatningerne under kyst. Fra og med 2017 opgøres feriehusovernatningerne på kommunalt niveau. Dermed er det muligt få en mere retvisende opgørelse over overnatningernes fordeling ml. Kyst og Storby. Udviklingen før 2017 kan dermed ikke sammenlignes med 2017 og frem.

NI UD AF 10 ITALIENSKE STORBYOVERNATNINGER FINDER STED I KØBENHAVN

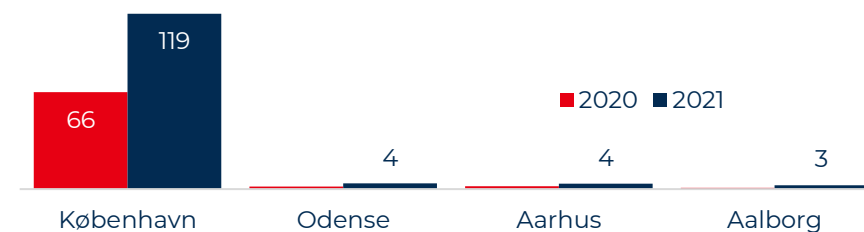
Overnatninger i alt i de fire storbyer*

	Overnatninger (1.000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	5.585	68%	
Udlandet	2.611	32%	
Tyskland	553	7%	21%
Sverige	304	4%	12%
Norge	187	2%	7%
USA	159	2%	6%
Holland	156	2%	6%
Storbritannien	145	2%	6%
Frankrig	134	2%	5%
Italien	129	2%	5%
Indien	15	0%	1%
Kina	13	0%	1%
Udlandet i øvrigt	815	10%	31%
I alt	8.196	100%	100%

Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	3.612	950	683	340
Udlandet	2.161	149	231	69
Tyskland	365	51	124	12
Sverige	274	12	11	7
USA	148	6	2	3
Norge	135	12	36	4
Storbritannien	127	8	6	4
Frankrig	124	5	3	2
Holland	121	12	12	10
Italien	119	4	3	4
Indien	13	1	0	0
Kina	12	0	0	0
Øvrige udland	723	37	33	22
Talt	5.774	1.099	915	409

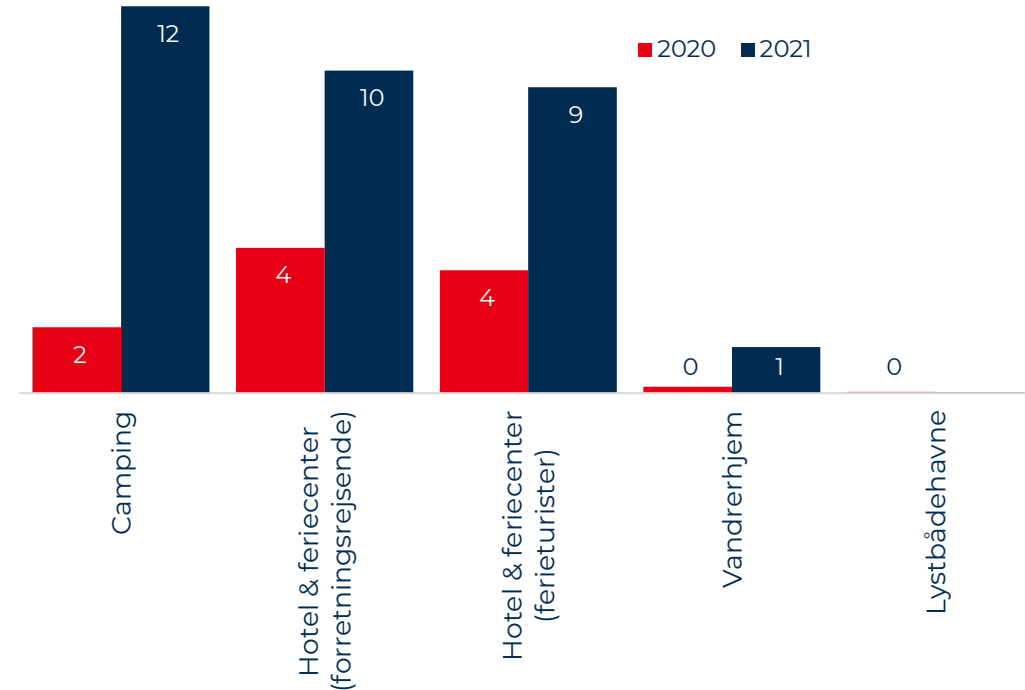
Udvikling i italienske storbyovernatninger (1.000)



ITALIENERE OVERNATTER BÅDE PÅ CAMPING OG HOTEL I KYST- OG NATURDANMARK

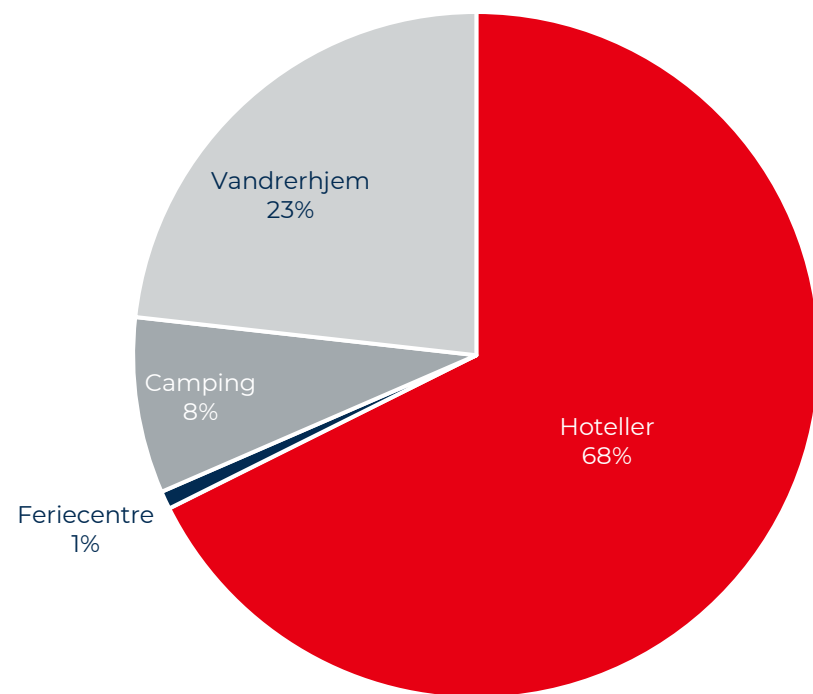
	Overnatninger (1.000)	Andel af totalen	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	28.748	66%	
Udlandet	14.534	34%	
<hr/>			
Tyskland	12.625	29%	87%
Holland	562	1%	4%
Sverige	300	1%	2%
Norge	225	1%	2%
Storbritannien	64	0%	0%
USA	40	0%	0%
Italien	32	0%	0%
Frankrig	30	0%	0%
Indien	3	0%	0%
Kina	1	0%	0%
Udlandet i øvrigt	651	2%	4%
<hr/>			
I alt	43.282	100%	100%

Udvikling i antal italienske overnatninger (1.000) i Kyst-/naturdanmark fordelt på overnatningsformer*

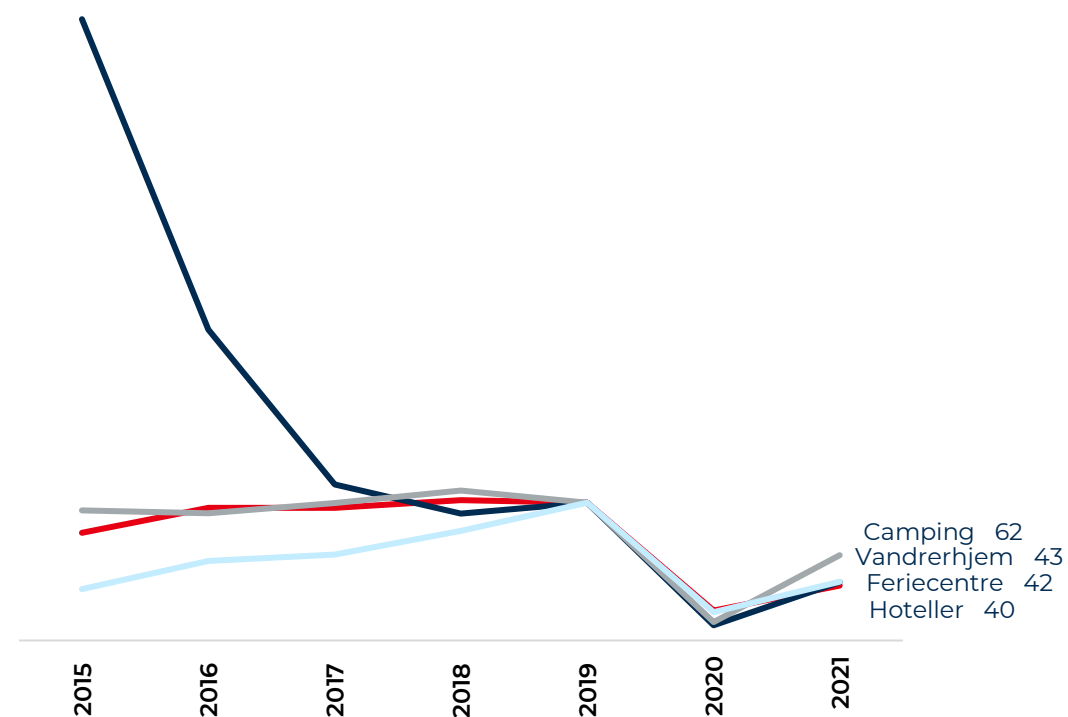


HOVEDPARTEN AF DE ITALIENSKE OVERNATNINGER FINDER STED PÅ HOTEL

Italienske overnatninger i Danmark 2021



Udvikling i italienske overnatninger i Danmark (indeks: 2019=100)



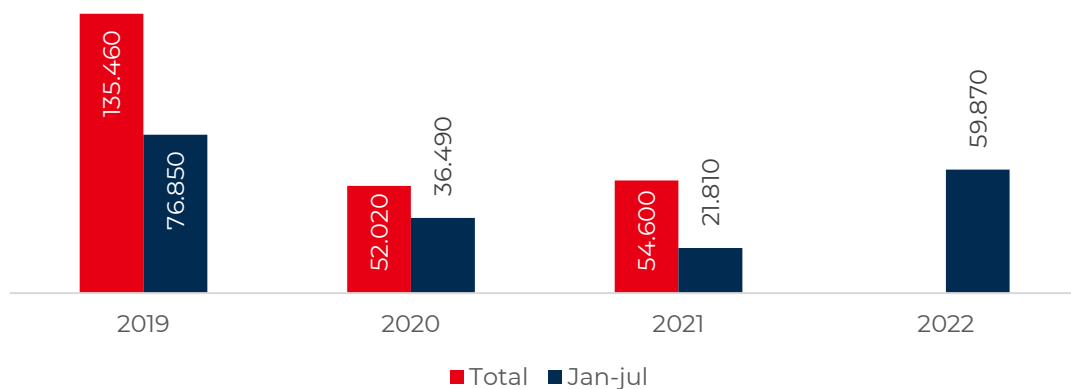
ITALIENERNE VIL BO PÅ HOTEL I KØBENHAVN

Søgemønstret følger i høj grad åbning og nedlukning af det danske samfund de seneste år.

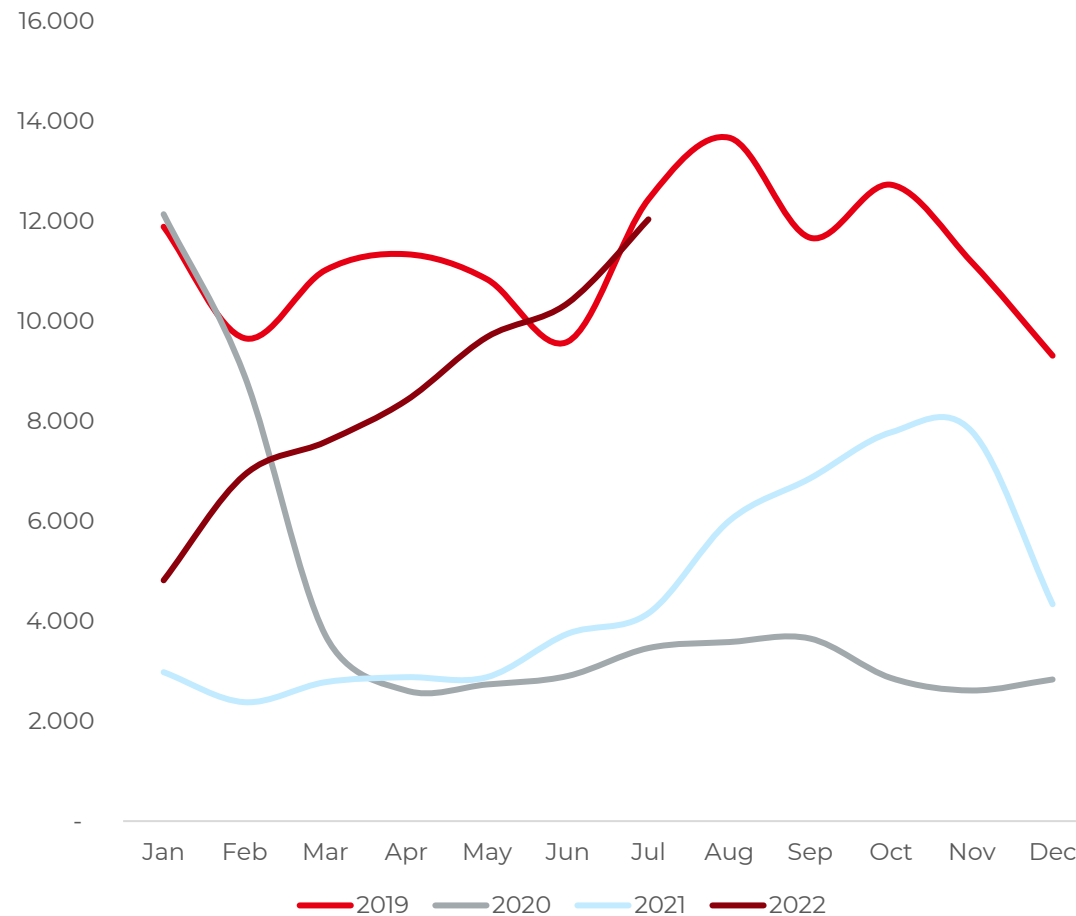
2022 er startet meget forsigtigt, men ligger i de seneste måneder igen på niveau med 2019.

De italienske søgninger på hoteller er nærmest udelukkende afgrænset til hoteller i København.

Søgevolumen for hoteller i Danmark pr. år og halvår



Månedlige søgninger efter hoteller i Danmark



ITALIENERE PÅ HOTEL TEGNER SIG FOR OVER HALVDELEN AF ITALIENERNES TURISMEFORBRUG

Marked	Turisme- omsætning 2019 (mio. kr.)	Turisme- omsætning 2020 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turisme- omsætning 2019	Andel af udenlandsk turisme- omsætning 2020
I alt	139.174	103.735		
Danmark	77.691	76.734		
Udland	61.483	27.001		
Tyskland	17.093	12.525	28%	46%
Sverige	7.477	3.033	12%	11%
Norge	8.373	2.670	14%	10%
Storbritannien	3.587	1.122	6%	4%
USA	4.353	855	7%	3%
Holland	2.169	766	4%	3%
Frankrig	1.696	500	3%	2%
Italien	1.155	313	2%	1%
Polen	621	312	1%	1%
Australien	721	291	1%	1%
Schweiz	848	275	1%	1%
Spanien	834	210	1%	1%
Belgien og Luxembourg	669	179	1%	1%
Kina	1.117	126	2%	0%
Østrig	247	111	0%	0%
Finland	610	110	1%	0%
Rusland	322	97	1%	0%
Indien	347	78	1%	0%
Irland	247	76	0%	0%
Grækenland	187	62	0%	0%
Canada	384	47	1%	0%
Portugal	254	45	0%	0%
Japan	426	42	1%	0%
Brasilien	257	34	0%	0%
Sydkorea	189	21	0%	0%
Øvrige lande	1.503	3.093	11%	11%

Italien	Omsætning 2019 (mio. kr.)	Omsætning 2020 (mio. kr.)	Andel 2019	Andel 2020
Besøg m. betalt overnatning				
Hotel – ferie	386	86	33%	27%
Hotel – forretning	337	92	29%	29%
Feriecenter	2	0	0%	0%
Camping	66	19	6%	6%
Vandrerhjem	68	14	6%	4%
Lejet feriehus	-	-	0%	0%
Lystbåd	0	0	0%	0%
Lejet helårsbolig	160	29	14%	9%
Andre	24	-	2%	0%
I alt	1.044	239	90%	76%
Besøg u. betalt overnatning				
I alt	111	74	10%	24%

Note: Besøg u. betalt overnatning indeholder ferie med overnatning i eget eller lånt sommerhus eller hos familie/venner. Desuden indgår endagsturisme.

VIDENCENTER OM TURISMEN I DANMARK

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Følg os på LinkedIn – VisitDenmarks Videncenter