

MARKEDSPROFIL: ITALIEN 2023

14. december
2023

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

December 2023

Kontakt

Charlotte Rømer Rassing

crr@visitdenmark.com

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

- 08** [Markedsforventninger](#)
- 15** [Før ferien](#)
kendskab og inspiration
- 31** [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**
Giulia Ciceri
gc@visitdenmark.com



UDVALGTE KONKLUSIONER

Stabil rejselyst mod Danmark fra Milano/Lombardiet

Danmark ligger i top 10, når det gælder italienere i Milano/Lombardiet og deres planlagte udlandsrejsemål i 2023.

Danmark ligger lidt længere nede af listen blandt italienere i Rom/Lazio.

Der søges efter nye oplevelser og ny inspiration

Flest italienere rejste til Danmark i 2022 for at opleve noget nyt og få nye oplevelser. Samtidig var afslapning et vigtigt rejsemotiv for ferien til Danmark.

Efterspørgsel efter storbyferier uden børn

Italienerne fra både Milano og Rom efterspørger storbyferier som par uden børn.

Dansk mad og gastronomi hitter hos italienerne

Mange italienere søger efter dansk gastronomi. Søgevolumen efter dansk gastronomi ligger i 2023 under niveauet i 2021 og på niveau med i 2022.

Camping interesserer italienerne

Blandt italienere er der i første halvdel af 2023 en større søgevolumen efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark end i de tilsvarende perioder i 2020, 2021 og 2022. Det er især camping, som italienerne søger efter .

Flere end hver tredje fandt inspiration på de sociale medier før ferien til Danmark

Blandt de italienere, der var på ferie i Danmark i 2022, havde 37 pct. fundet inspiration gennem de sociale medier forud for rejsen. Også hjemmesider for specifikke områder i Danmark og hjemmesider for overnatningssteder blev benyttet af mange.

Danmark er den foretrukne destination i Skandinavien

Ud af alle italienske overnatninger i Skandinavien blev 41 pct. foretaget i Danmark. Norge stod for 32 pct. af overnatningerne og Sverige for 27 pct.

NØGLETAL: OVERNATNINGER, FORBRUG OG OMSÆTNING

ITALIENERE I DANMARK

337.000

overnatninger i 2022*

49.000

færre overnatninger end i 2019

-13 pct.

vækst i antal overnatninger
ift. 2019

1,0 mia. kr. (461 mio. kr. i 2021)

Foreløbig turismeomsætning i 2022

26 pct. og 24 pct.

af italienerne i hhv. Milano og Rom kender
noget eller meget til Danmark som feriemål

ITALIENSKE KYST- OG NATURTURISTER I DANMARK

75.000

overnatninger*

49,6 pct.

vækst i antal
overnatninger ift. 2019

ITALIENSKE STORBYTURISTER I DANMARK

262.000

overnatninger*

-22,1 pct.

vækst i antal
overnatninger ift. 2019



©JAKOB VINGTOFT

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

2022 startede stille op, da COVID stadig lurede, men over sommeren bookede italienerne løs for ferie er hellig! I 2023 fortsætter rejsetrenden og 2019 er ikke længere rekordår.

Der rejses mere til Danmark udenfor den danske højsæson og i højere grad uden for København.

Årsagerne til vækst er bl.a. ændrede rejsemønstre og støt stigende flytilgængelighed til flere af de danske lufthavne. Desuden er Danmark trendy, varmerekorder bevirker at folk søger til køligere destinationer, og vi har haft øgede kampagnebudgetter og stigende partneropbakning.

Vores målgrupper i storbyerne har en høj købekraft og er derfor mindre påvirkelig af inflation og politisk usikkerhed.

Der vindes markedsandele fra primære konkurrenter både i storbyer samt Kyst- og naturdanmark, men kendskabet til Danmark er lavt, og her ligger en kommunikationsopgave i samarbejde med danske partnere.

MARKEDS- FORVENTNINGER

 PORT OF COPENHAGEN
HØVEDSTADEN



KAPITLET INDEHOLDER DATA OM BL.A.

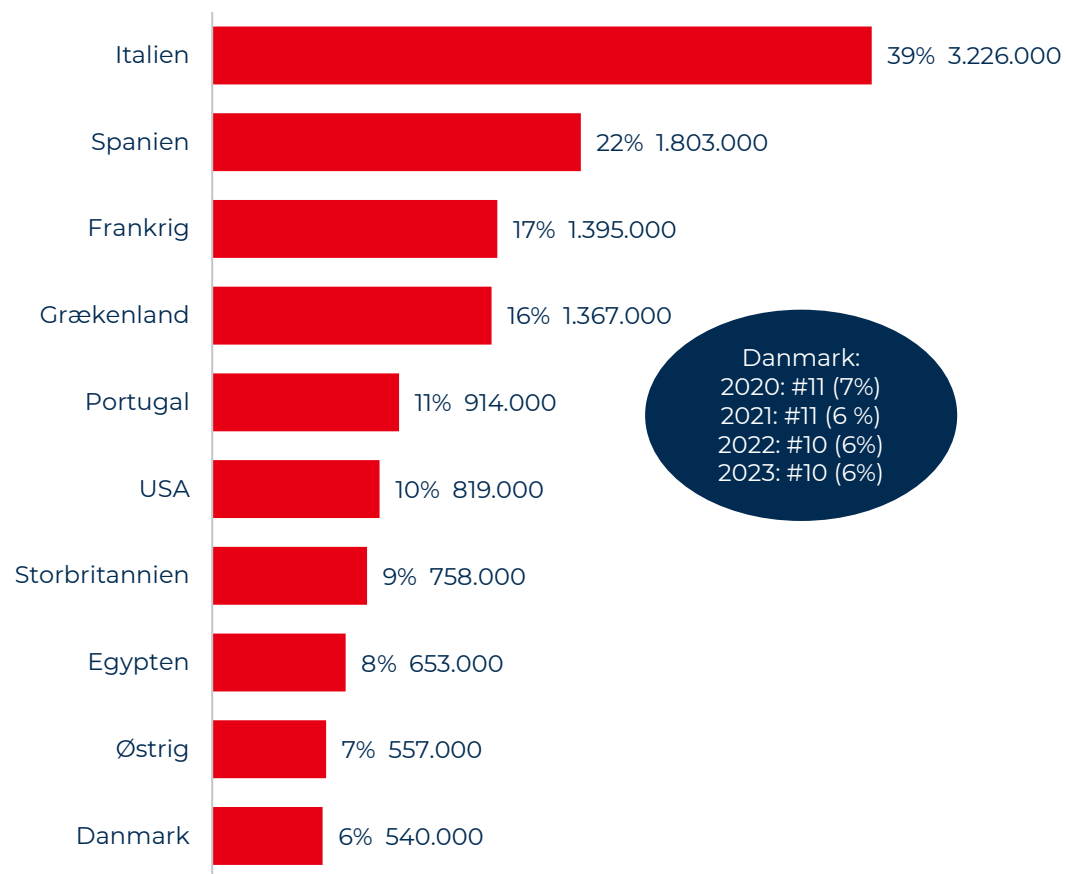
- Rejseplaner
- Interesse i at besøge Danmark





6 PCT. VIL BESØGE DANMARK I 2023

Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2023? Top 10



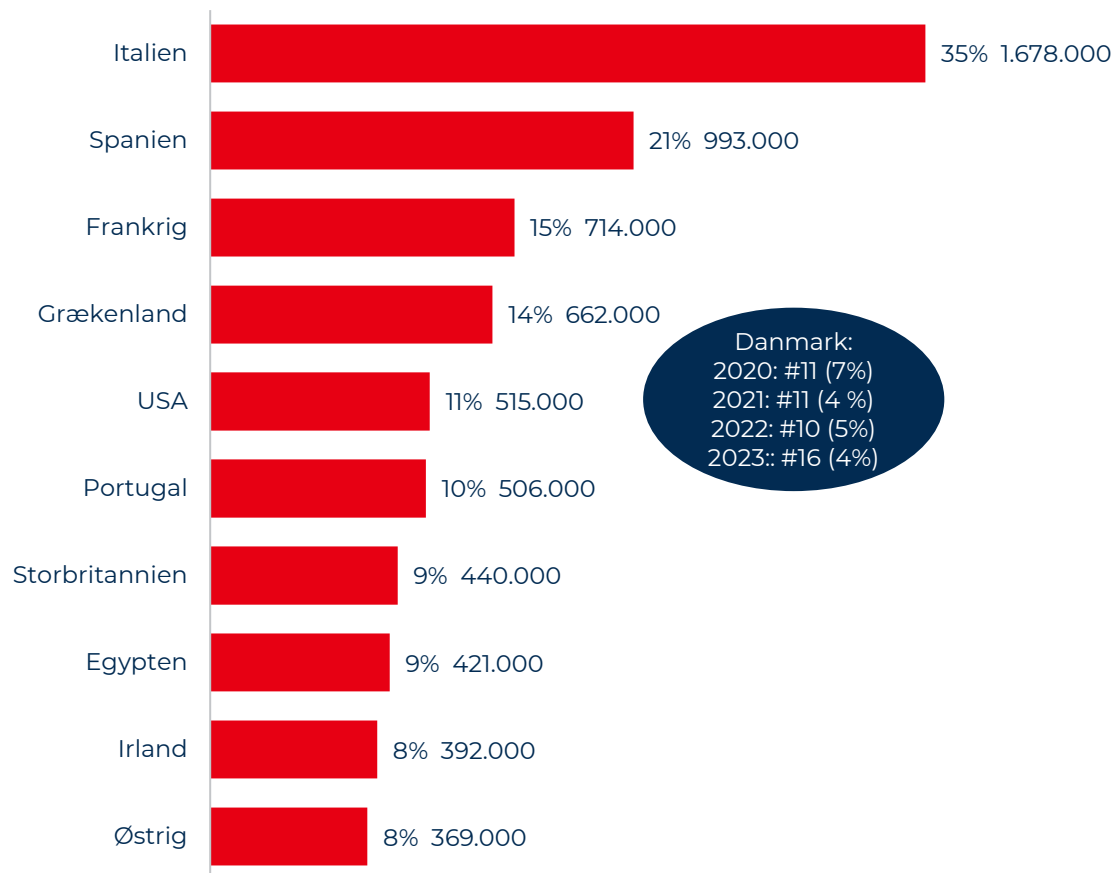
Milanesernes forventede feriemål i 2023

6 pct. af italienerne bosat i Milano/Lombardiet forventer at holde ferie i Danmark i 2023. Dermed kommer Danmark på en 10. plads, når det handler om milanesernes foretrukne feriedestinationer. Danmarks placering er uændret ift. 2022 og forbedret med en plads ift. 2020 og 2021.

De fleste italienerne bosat i Milano forventer at holde ferie i hjemlandet (39 pct.). De øvrige sydeuropæiske lande er også populære.

UÆNDRET ANDEL MED PLANER OM AT BESØGE DANMARK PÅ EN FERIE

Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2023? Top 10



Forventede feriemål i 2023

Andelen af italienerne i Rom/Lazio, som påtænker eller overvejer en ferie med overnatning i Danmark, er i 2023 på 4 pct., som svarer til 213.000 italienerne. Det er stort set på niveau med i fjor og i 2021 og dermed fortsat under niveauet i 2020 (før pandemien), hvor andelen var på 7 pct.

Godt hver tredje (35 pct.) vil holde ferie i Italien, mens også Spanien (21 pct.) er en populær destination.



ITALIENERE OVERVEJER STORBYFERIE U/ BØRN



STORBYFERIE UDEN BØRN

40 pct. af den italienske befolkning i Milano vil på storbyferie uden børn.



FERIE UDEN BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

22% af den italienske befolkning i Milano vil på kyst-/naturferie uden børn.



FERIE MED BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

20 pct. af den italienske befolkning i Milano vil på kyst-/naturferie med børn.



ITALIENERNE VIL PÅ STORBYFERIE U/ BØRN

© Olafur Eliasson Photo: Robin Skjoldborg



STORBYFERIE UDEN BØRN

33 pct. af den italienske befolkning i Rom vil på storbyferie uden børn.

© Niclas Jessen



FERIE UDEN BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

28 pct. af den italienske befolkning i Rom vil på kyst-/naturferie uden børn.

© Niclas Jessen



FERIE MED BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

21 pct. af den italienske befolkning i Rom vil på kyst-/naturferie med børn.

ITALIENERE LAVER DEN FØRSTE BOOKING I GOD TID FØR AFREJSE

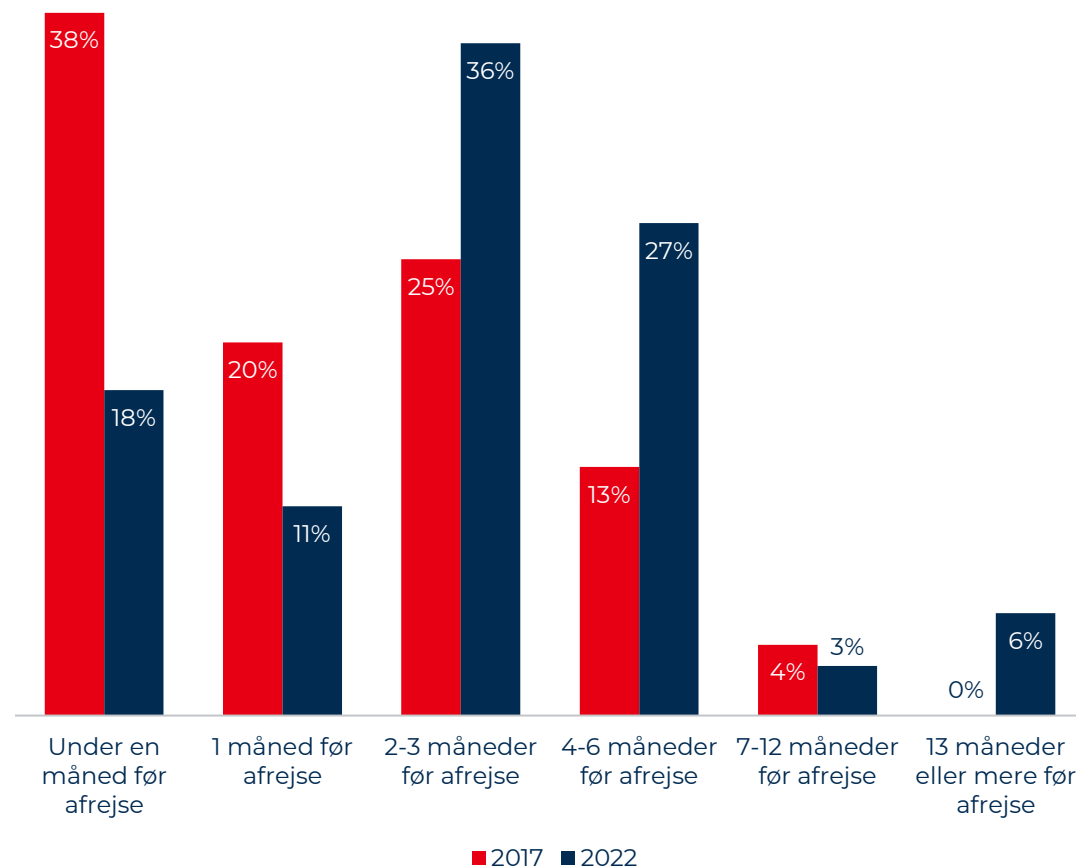
Bookinghorisont

Italienerne, der holdt ferie i Danmark, har ofte bestilt deres ferie et par måneder før afrejse.

Lidt flere end seks ud af ti italienere havde lavet den første booking mellem 2 og 6 måneder før afrejse. Sammenlignet med andre udenlandske turister booker italienere deres ferie i bedre tid før afrejse.

Sammenlignet med 2017 er italienere begyndt at foretage den første booking flere måneder før afrejse. I 2017 angav hele 38 pct. af de italienere, der holdt ferie i Danmark, at de havde bestilt rejsen under en måned før afrejse.

Tidspunkt for første booking



FLYANKOMSTER FRA ITALIEN ER OVER 2019-NIVEAUET

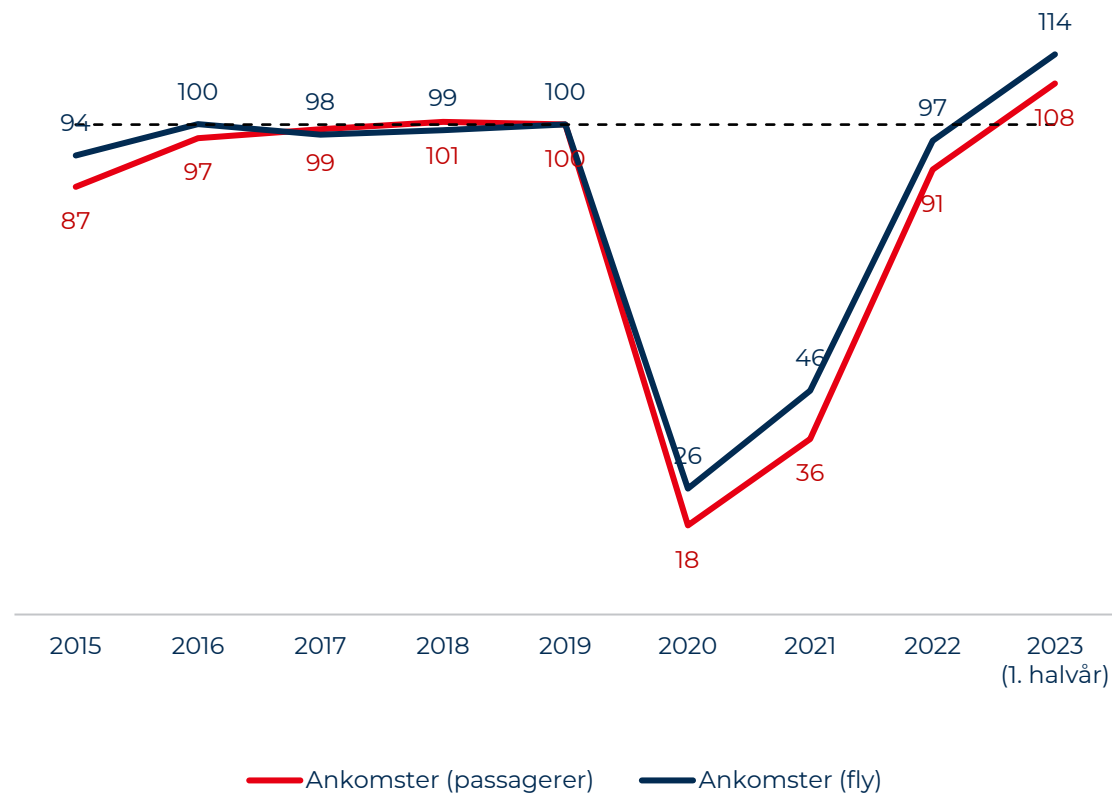
Flyankomster

Antallet af flyankomster har været ret konstant fra 2015 til og med 2019. På grund af pandemien var antallet af flyankomster markant lavere i 2020 og 2021, men allerede i 2022 var antallet af flyankomster næsten på 2019-niveauet igen (indeks 97).

I det første halvår i 2023 var antallet af flyankomster 14 pct. over niveauet for det første halvår i 2019.

Udviklingen i antallet af passagerer følger udviklingen i flyankomster. Antallet af passagerer var i det første halvår 2023 8 pct. over 2019-niveauet.

Antal flyankomster fra Italien (indeks 2019=100)



FØR FERIE

MØNS KLINTLYNGVIG
LIGHTHOUSE

© ASTRORMS/RUSLAN MERZLYAKOV
© THOMAS HYBRUP CHRISTENSEN

KAPITLET INDEHOLDER DATA OM

- Kendskab til Danmark
- Danmarks attraktivitet som ferieland
- Rejsemotiver
- Inspirationskilder og -søgning med særligt fokus på gastro og outdoor, der er to af VisitDenmarks strategiske fokusområder



EN UD AF FIRE KENDER DANMARK SOM FERIEDESTINATION

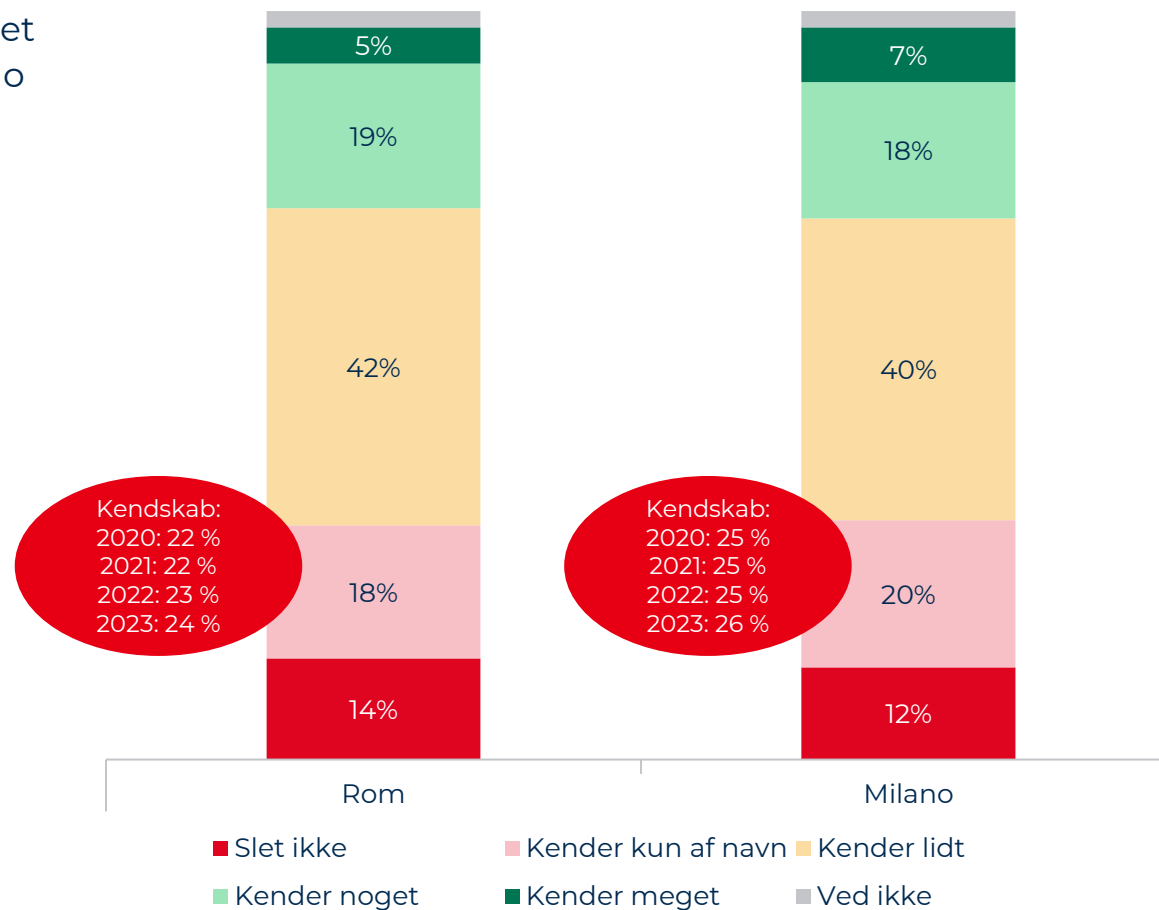
Kendskab til Danmark som feriedestination

En ud af fire italienere bosat i Milano eller Rom har angivet noget eller meget kendskab til Danmark som feriedestination. I Milano er andelen 26 pct., mens den i Rom er 24 pct.

Yderligere 40 pct. (Milano) og 42 pct. (Rom) kender lidt til Danmark som feriedestination.

Lidt flere end hver tiende kender slet ikke til Danmark som feriedestination.

Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?



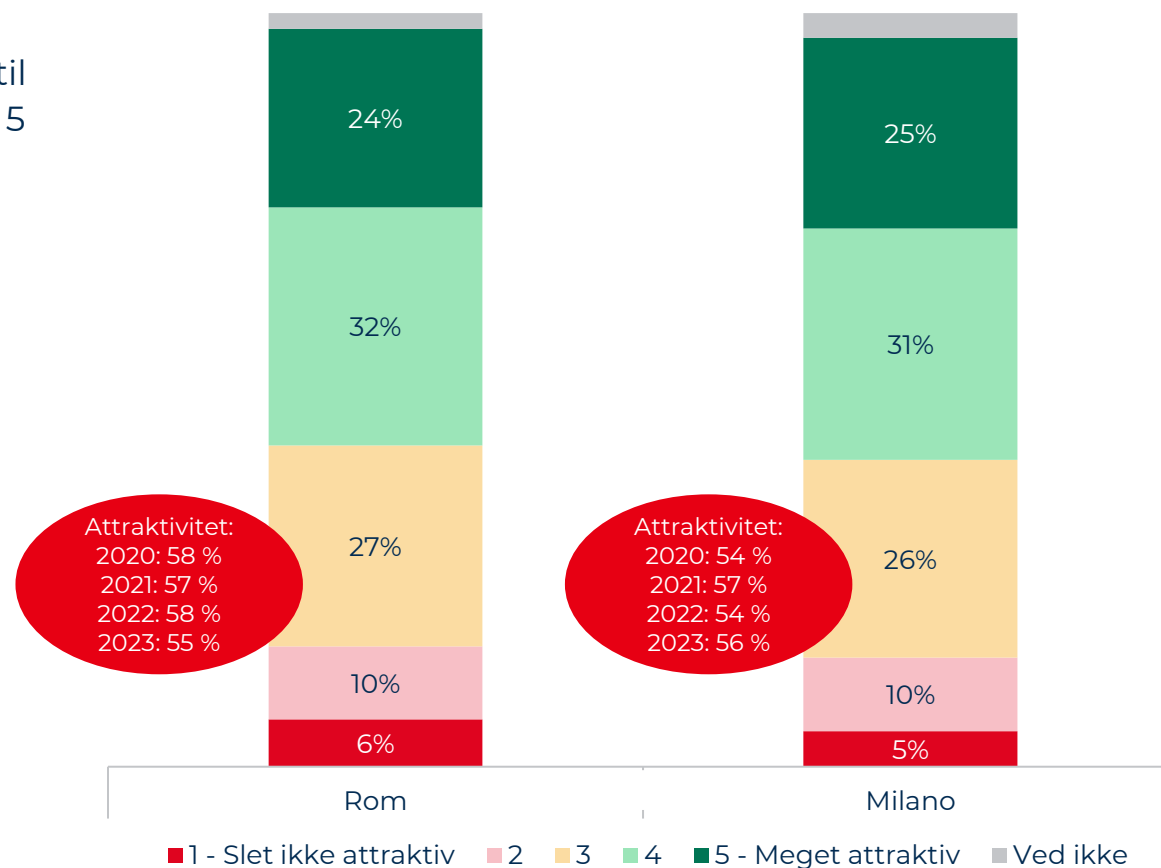
DANMARK ER EN ATTRAKTIV FERIEDESTINATION

Danmarks attraktivitet som feriedestination

Over halvdelen af italienerne i Milano og Rom bedømmer Danmark som en attraktiv feriedestination.

Der er kun få italienerne i de to storbyer, der vurderer Danmark til slet ikke at være attraktiv som feriedestination (6 pct. i Rom og 5 pct. i Milano).

Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?





AFSLAPNING ER I FOKUS

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



Rejsemotiver: generelle, mad & gastronomi og bæredygtighed & afstand

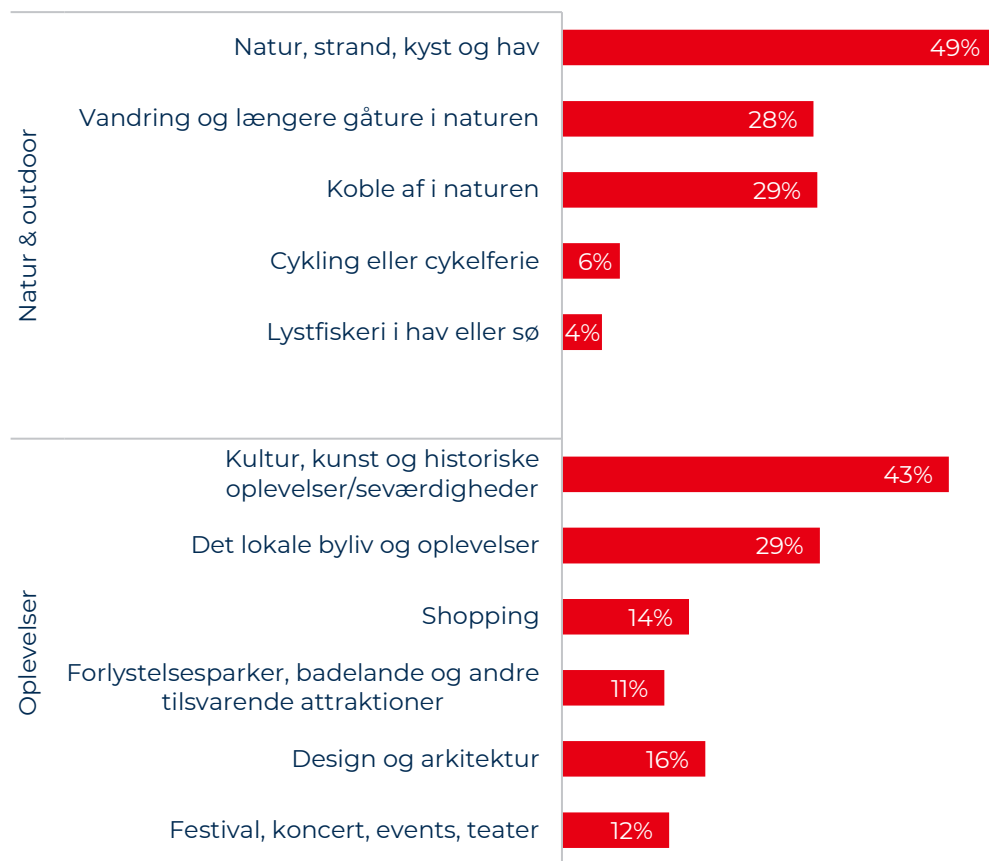
Over halvdelen (53 pct.) af italienere i Milano har angivet, at det er vigtigt for dem, når de vælger feriedestination, at det er muligt at kunne slappe af og lade op. Tre ud af ti har angivet, at de har fokus på, at det er en tryk feriedestination.

Mad & gastronomi er lidt mindre i fokus sammenlignet med de andre rejsemotiver. Dog er der 30 pct., som angiver, at de synes, at det er vigtigt, at der er mulighed for at tage ud og spise på restaurant eller café på ferien.



NATUR OG KULTUR ER VIGTIGE ELEMENTER

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



Rejsemotiver: natur & outdoor og oplevelser

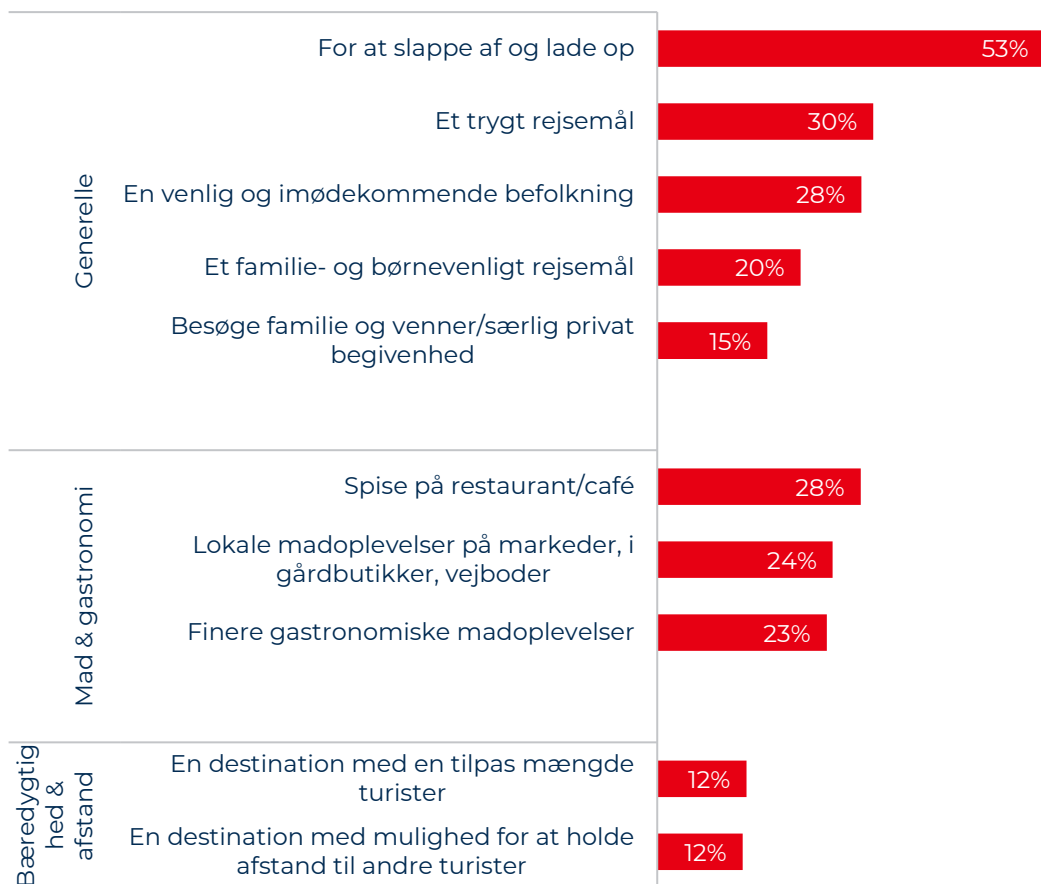
Knap halvdelen af italienere bosat i Milano har angivet, at natur, strand, kyst og hav var vigtige for dem, da de valgte feriedestination. Også vandreture og afslapning i naturen spiller en rolle for mange.

Det – samlet set - tredje vigtigste rejsemotiv, som fylder meget hos italienere Milano, er kultur, kunst og historiske oplevelser/seværdigheder (43 pct.).



AFSLAPNING HAR HØJ PRIORITET

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



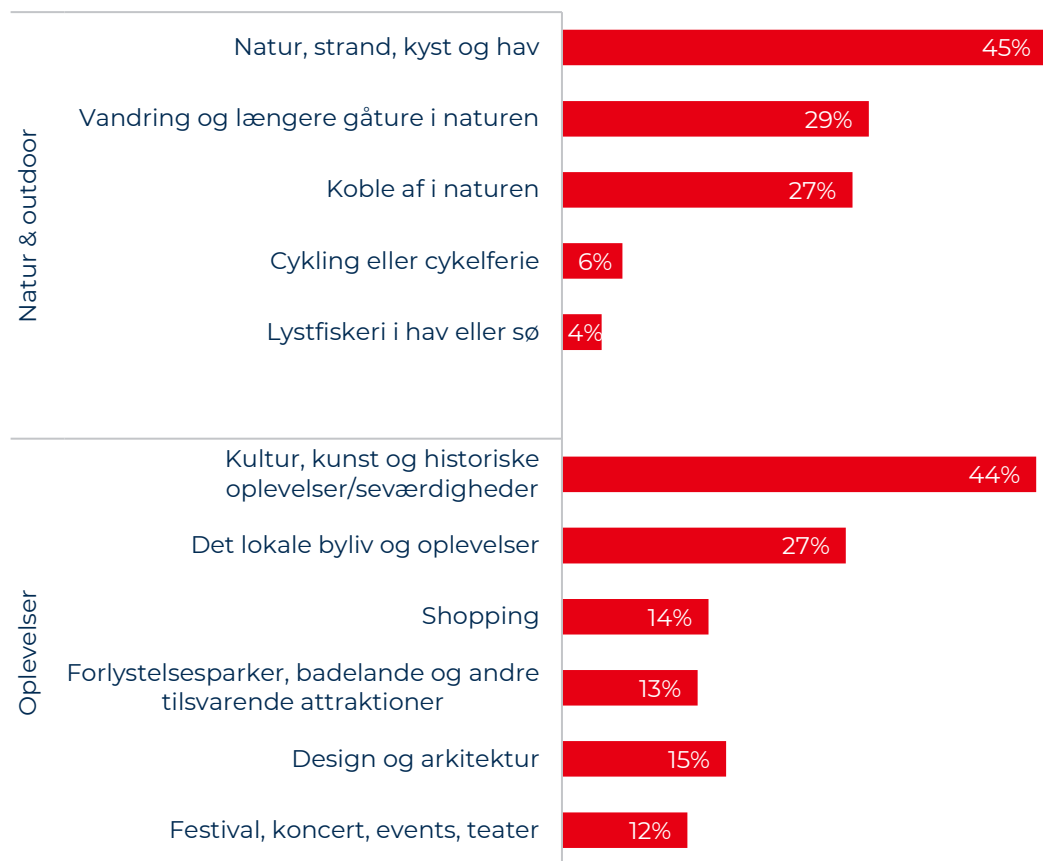
Rejsemotiver: generelle, mad & gastronomi og bæredygtighed & afstand

Over halvdelen (53 pct.) af italienere fra Rom har angivet, at det er vigtigt for dem, at de har muligheden for at kunne slappe af og lade op på deres feriedestination. Derudover er det vigtigt for mange, at der er tale om et trygt rejsemål, samt at der er en venlig og imødekommende befolkning.

Gastronomi scorer lidt lavere, sammenlignet med de andre motiver. Der er 28 pct. af italienere fra Rom, som har angivet, at det er vigtigt for dem at kunne spise tage ud og på restaurant eller café, når de er på ferie.

NATUR- OG KULTUROPLEVELSER ER VIGTIGE REJSEMOTIVER

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



Rejsemotiver: natur & outdoor og oplevelser

Natur, strand, kyst og hav er det næst vigtigste rejsemotiv for italienere bosat i Rom. 45 pct. havde fokus på dette, da de valgte feriedestination.

Ligesom for italienere fra Milano er kultur, kunst og historiske oplevelser/seværdigheder også noget, der fylder hos italienerne fra Rom (44 pct.).

ITALIENERE VÆLGER DANMARK FOR AT OPLEVE NOGET NYT

Årsag til ferie i Danmark

Tre ud af fire (74 pct.) italienere har valgt at holde ferie i Danmark i 2022 for at opleve noget nyt og få ny inspiration. Godt to tredjedele (67 pct.) har valgt Danmark for at kunne slappe af og lade op..

Danmarks egenskaber i forhold til at være et miljøvenligt og trygt rejsemål fylder også hos relativt mange – flere end hver anden - italienere.

I hvilken grad er dette årsager til, at du har valgt at holde ferie i Danmark? Top 10



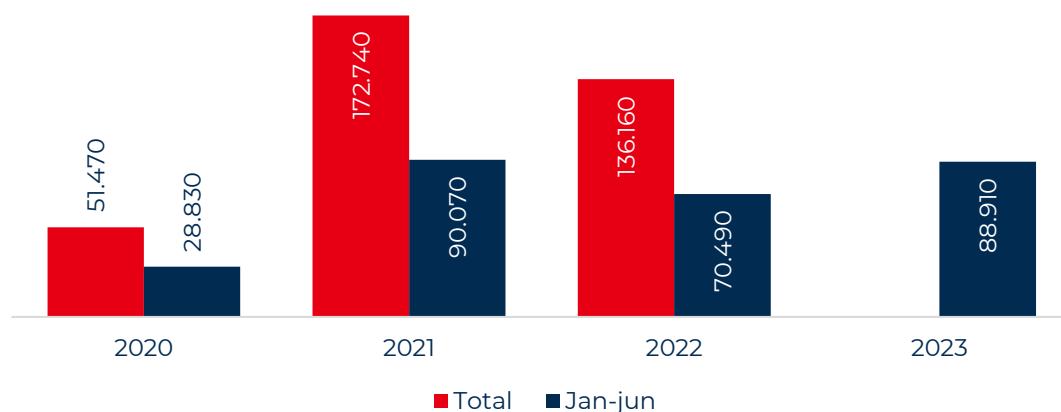
ITALIENERNE ER VILDE MED DANSK GASTRONOMI

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 dansk mad.

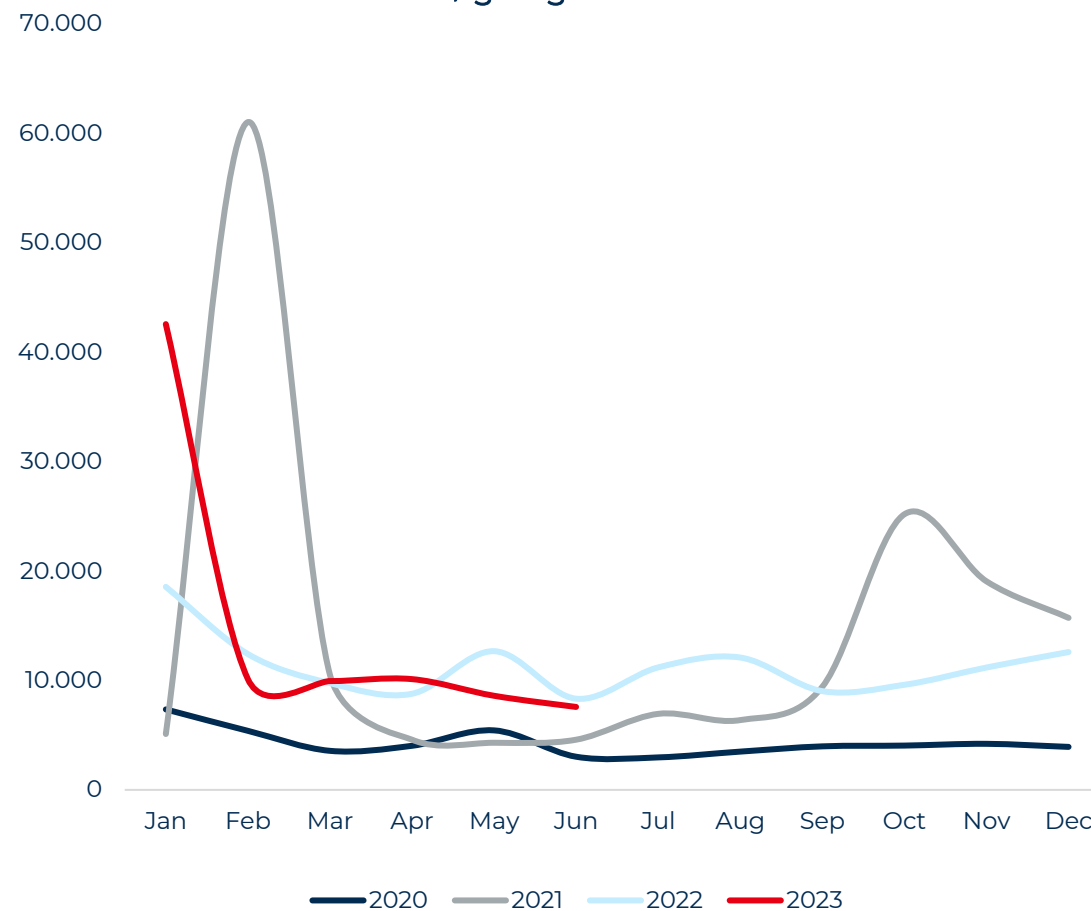
I februar 2021 er der et markant udsving i søgevolumen i forhold Noma. Noma var også i fokus i oktober 2021, da de blev kåret til verdens bedste restaurant ved prisuddelingen "World's 50 Best Restaurants".

I januar 2023 var der endnu et udsving, som skyldes en stor søgevolumen efter Noma, som i januar 2023 annoncerede deres lukning i 2024.

Søgevolumen pr. år og halvår for søgninger om gastronomi



Månedlig søgevolumen efter gastronomi-relaterede søgninger om Danmark



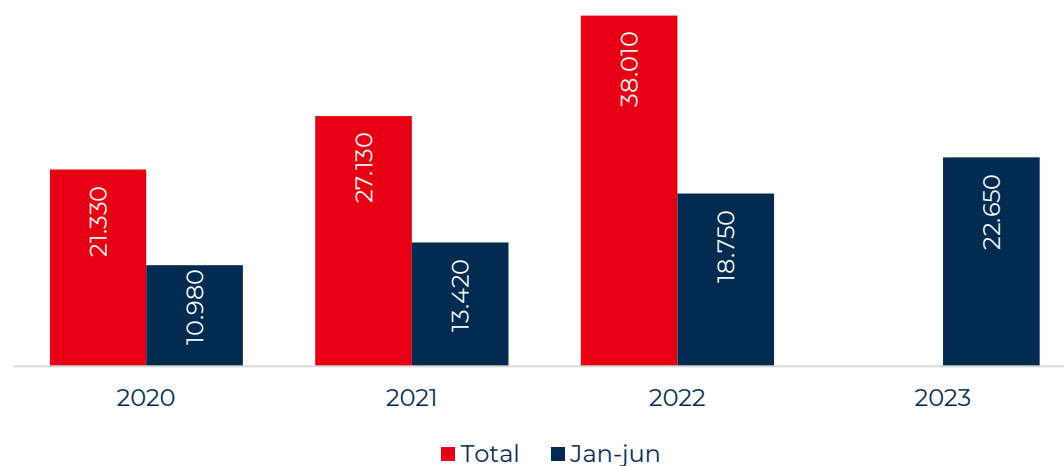
ITALIENERNE INTERESSERER SIG FOR CAMPING

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

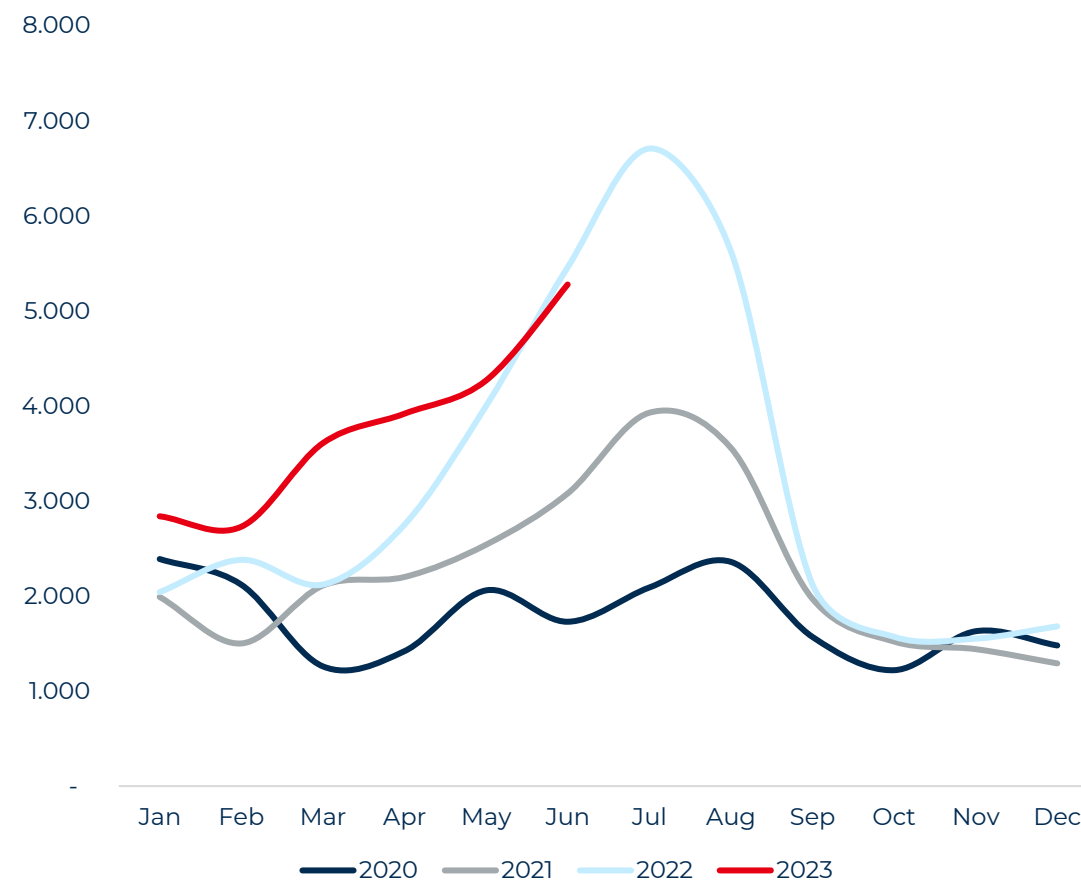
De campingspecifikke søgninger går på at afdække mulige campingpladser i Danmark, og øverst på listen ses søgninger efter "danimarca in camper".

Søgevolumen i de første seks måneder af 2023 ligger højere end samme periode tidligere år.

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



Månedlig søgevolumen efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark





SØGEMASKINER OG ANDRES ERFARINGER ER VIGTIGE

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



Online inspirationskilder

Når italienere fra Milano søger inspiration i forbindelse med valg af feriedestination, bruger flest generelle internetsøgninger (35 pct.).

Også online bookingportaler er vigtige inspirationskilder for flere end tre ud af ti italienere i Milano.

Andre vigtige inspirationskilder er hjemmesider med brugeranmeldelser og sociale medier, som viser, at italienere fra Milano gerne vil indhente og have erfaringer fra andre med i deres overvejelser.



PERSONLIGE ANBEFALINGER OG EGNE ERFARINGER ER VIGTIGE INSPIRATIONSKILDER

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



Øvrige inspirationskilder

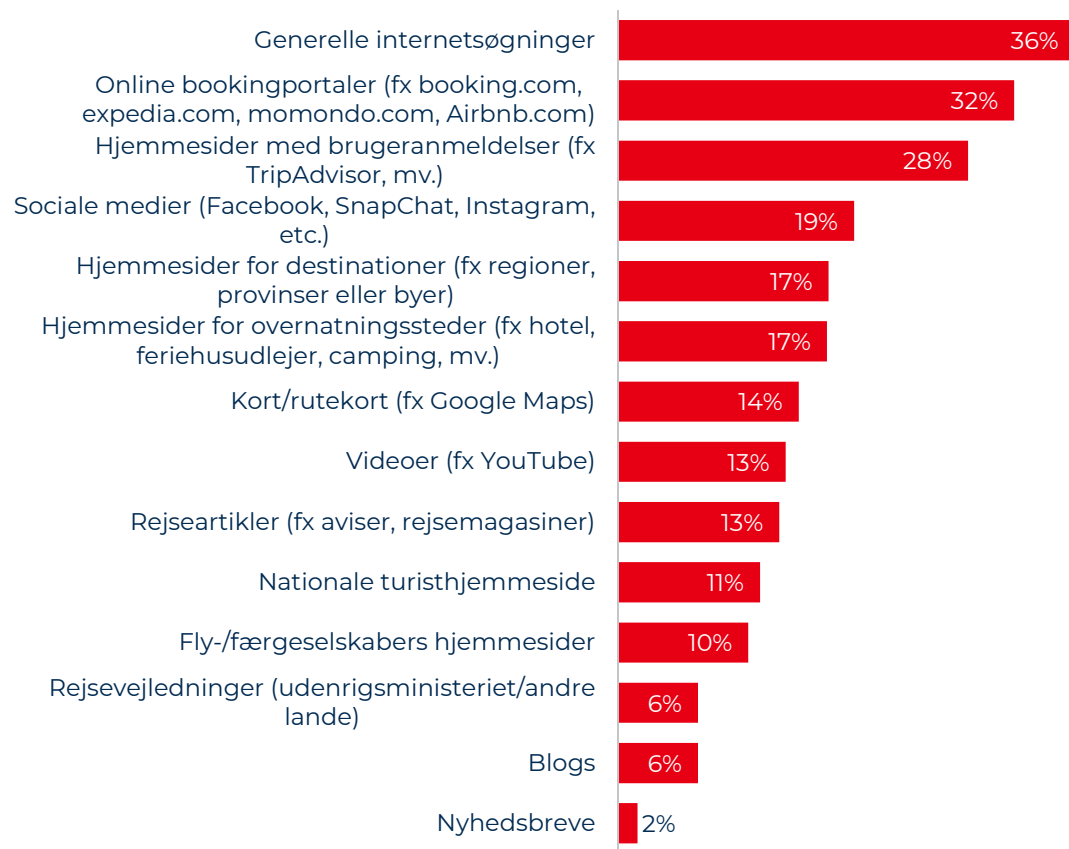
Mange italienere fra Milano er interesserede i erfaringer fra andre, når de vil lade sig inspirere til at vælge en feriedestination. Dette kommer også til udtryk i deres valg af andre inspirationskilder.

De fleste gør nemlig brug af personlige anbefalinger (40 pct.), og en stor del søger inspiration fra deres egne tidligere erfaringer med feriedestinationen og tilsvarende destinationer (hhv. 27 og 24 pct.).



HJEMMESIDER MED BRUGERANMELDELSER ANVENDES AF TRE DU AF 10

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



Online inspirationskilder

Italienerne bosat i Rom søger gerne inspiration i forbindelse med valg af feriedestination. De fleste bruger generelle internetsøgninger (36 pct.), men også online bookingportaler og hjemmesider med brugeranmeldelser er populære inspirationskilder.

Ligesom ved italienerne fra Milano, indikerer romernes valg af inspirationskilder, at de gerne vil indhente og have erfaringer fra andre med i deres overvejelser, når de vælger rejsemål.



PERSONLIGE ANBEFALINGER ER VIGTIGE

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



Øvrige inspirationskilder

40 pct. af italienerne i Rom har gjort brug af personlige anbefalinger, mens godt en ud af fire (26 pct.) bruger deres egne tidligere erfaringer med feriedestinationen.

ITALIENERE BRUGER OFTE SØGEMASKINER FORUD FOR DERES VALG AF FERIEDESTINATION

Har følgende inspirationskilder haft indflydelse på din beslutning om at holde ferie i Danmark? Top 10 (flere svar mulige)



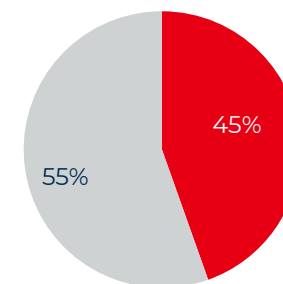
Inspirationssøgning inden og på ferien i Danmark

De fleste (64 pct.) italienske turister, der var på ferie i Danmark i 2022, lod sig inspirere af generelle internetsøgninger.

Andre inspirationskilder, som mange italienere gør brug af, er online bookingportaler (57 pct.) og kort/rutekort (51 pct.).

Knap hver anden (45 pct.) italienske turister i Danmark har søgt inspiration, mens de var på ferie i Danmark (45 pct.).

Inspirationssøgning på ferien i Danmark



■ Søger inspiration imens på ferie i Danmark

DANMARK SOM FERIEDESTINATION

KAPITLET INDE- HOLDER BL.A. DATA OM

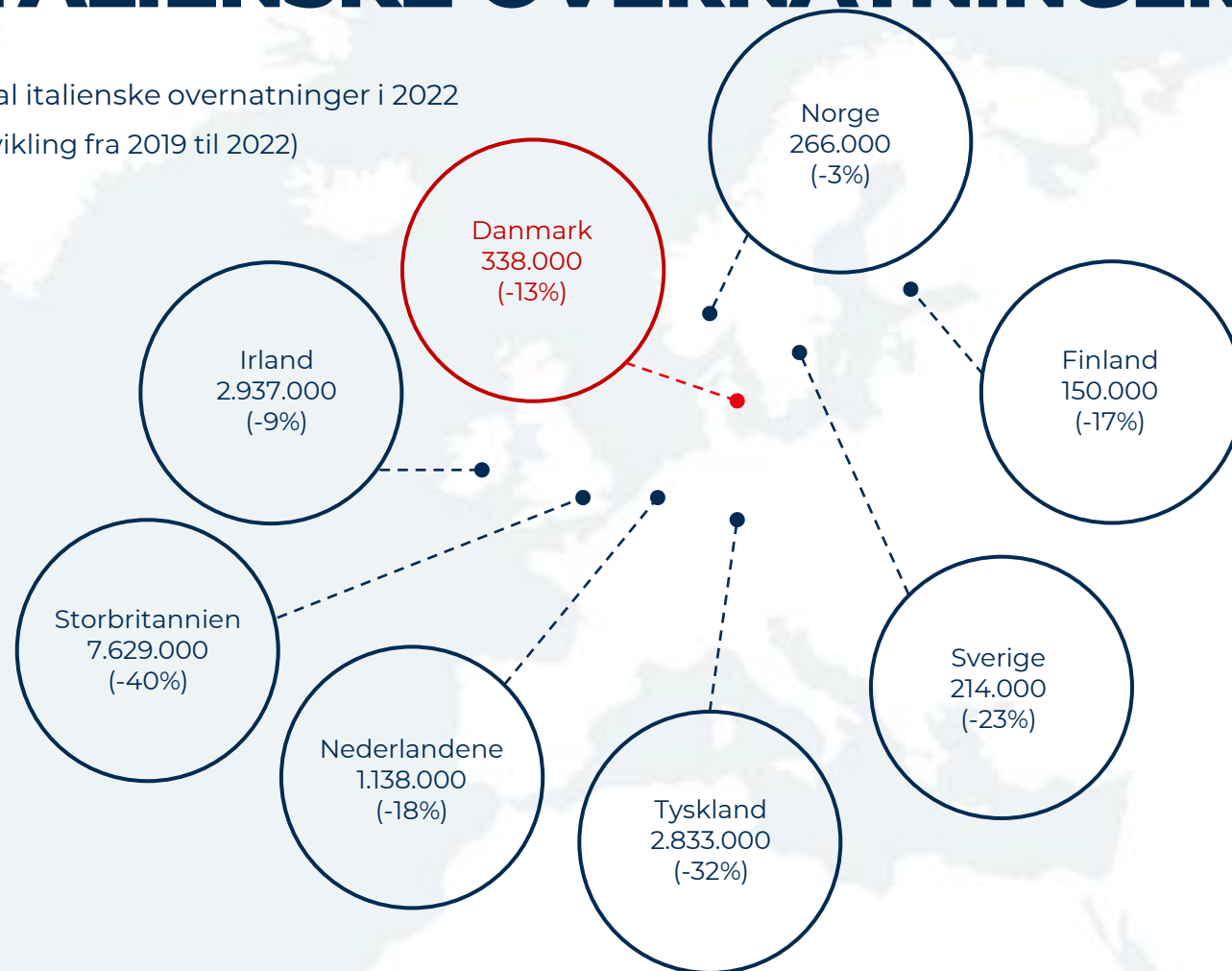
- Antal overnatninger fordelt på destinationer, kyst og storby, overnatningsformer, mv.
- Konkurrencesituationen
- Sæson i kyst- og storbyovernatninger
- Turismeforbrug



DE NORDEUROPÆISKE LANDE HAR MISTET ITALIENSKE OVERNATNINGER

Antal italienske overnatninger i 2022

(udvikling fra 2019 til 2022)



Italienske overnatninger i det nordeuropæiske konkurrencefelt

Danmark har ligesom de øvrige nordeuropæiske lande oplevet et fald i antallet af italienske overnatninger fra 2019 til 2022. Faldet i de nordeuropæiske lande ligger mellem 3 pct. og 40 pct. Sammenlignet med de øvrige lande i konkurrencefeltet har Danmark mistet relativt få overnatninger.

Danmark var i 2019 og 2022 det nordiske land, der havde flest italienske overnatninger (35 pct.).

ITALIENERNE REJSER I HØJ GRAD TIL NÆRMARKEDERNE OG STORBRIANNIEN

Konkurrentfeltet

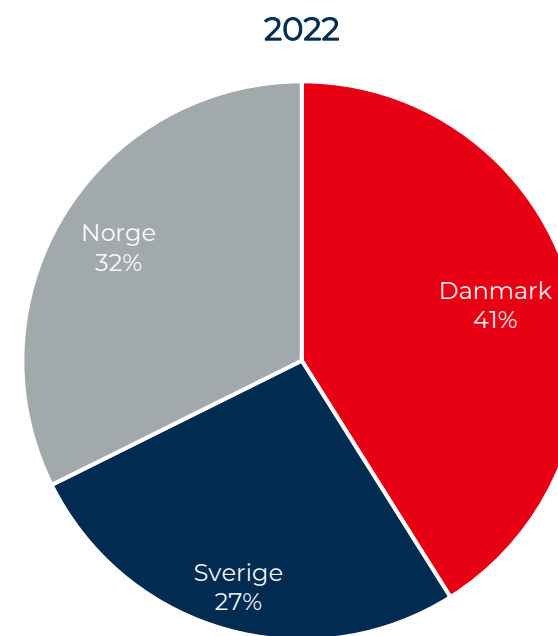
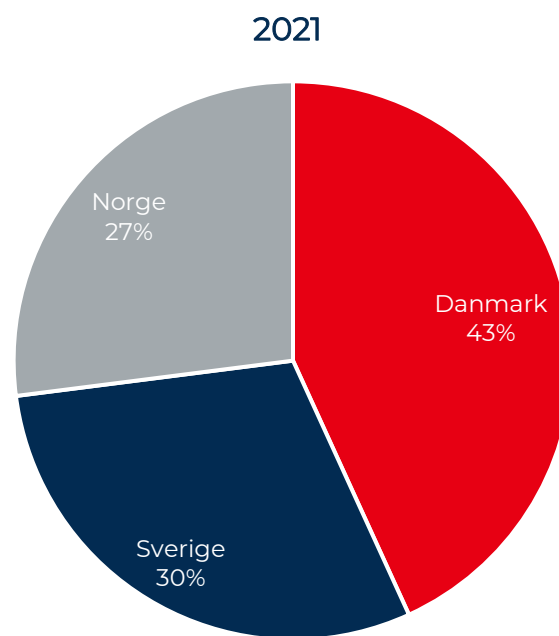
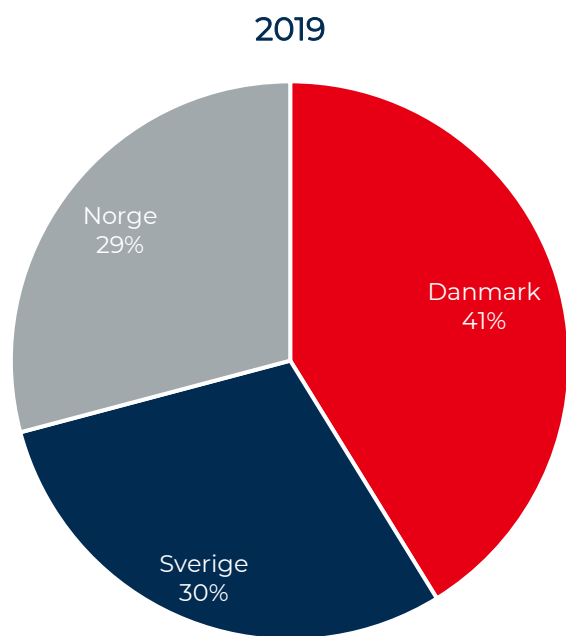
Danmarks andel af de italienske overnatninger i Europa ligger fra 2019-2022 på mellem 0,6 pct. og 0,7 pct.

Italienerne rejser i høj grad til nærmarkederne, hvor Spanien, Frankrig og Grækenland tilsammen står for 40,9 pct. af de italienske overnatninger i Sydeuropa.

	Andel af europæiske overnatninger 2019	Andel af europæiske overnatninger 2021	Andel af europæiske overnatninger 2022
1. Spain	18,6%	19,1%	19,0%
2. United Kingdom	18,9%	7,7%	13,9%
3. France	11,7%	13,4%	12,8%
4. Greece	6,5%	10,8%	9,1%
5. Croatia	7,6%	8,7%	7,1%
6. Ireland	4,8%	4,3%	5,3%
7. Germany	6,2%	5,4%	5,1%
8. Austria	4,3%	5,3%	5,0%
9. Malta	3,7%	5,6%	4,5%
10. Portugal	2,6%	3,0%	3,0%
11. Albania	1,9%	3,1%	2,1%
12. Netherlands	2,1%	1,9%	2,1%
13. Slovenia	1,9%	1,5%	1,7%
14. Switzerland	1,3%	2,4%	1,5%
15. Belgium	0,9%	1,1%	1,3%
16. Czech Republic	1,6%	1,1%	1,2%
17. Turkey	0,8%	0,7%	1,0%
18. Poland	1,0%	1,0%	0,7%
19. Denmark	0,6%	0,7%	0,6%
20. Romania	0,6%	0,7%	0,6%

DANMARK ER ITALIENERNES FORETRUKNE FERIELAND I SKANDINAVIEN

Andelen af Italienske overnatninger

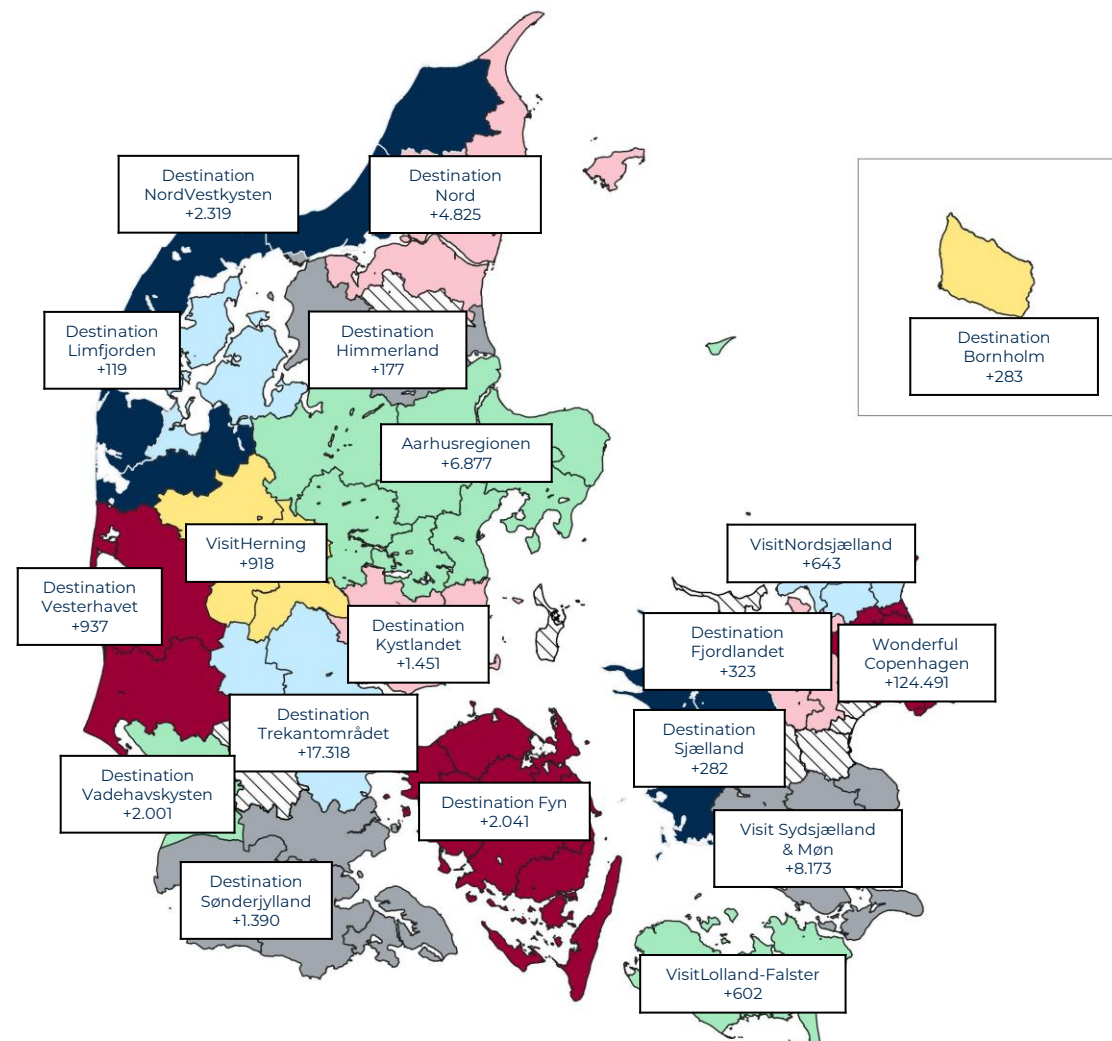


FLERE OVERNATNINGER I SAMTLIGE DESTINATIONSSKABER I 2022 IFT. 2021

Italienske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

	Antal overnatninger 2022	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2021
Wonderful Copenhagen	244.814	-23,9%	103,5%
Destination Trekantområdet	22.829	39,8%	314,2%
Destination Fyn	14.379	73,0%	16,5%
Visit Sydsjælland & Møn	13.477	299,2%	154,1%
Aarhusregionen	11.353	18,8%	153,6%
Destination Nord	8.502	26,6%	131,2%
Destination Nordvestkysten	3.889	25,8%	147,7%
Destination Vadehavskysten	3.031	0,2%	194,3%
Destination Kystlandet	2.796	164,0%	107,9%
Destination Sønderjylland	2.750	32,6%	102,2%
Visit Nordsjælland	1.456	-13,7%	79,1%
Destination Vesterhavet	1.427	-9,6%	191,2%
Visit Herning	1.381	49,6%	198,3%
Visit Fjordlandet	1.002	-60,9%	47,6%
Visit Lolland-Falster	816	23,4%	281,3%
Destination Limfjorden	631	63,9%	23,2%
Destination Sjælland	577	-23,5%	95,6%
Destination Bornholm	377	-4,6%	301,1%
Destination Himmerland	281	-37,6%	170,2%

Udvikling i antal Italienske overnatninger fra 2021 til 2022



FLERE OVERNATNINGER I 14 UD AF 19 DESTINATIONSSKABER I FØRSTE HALVÅR 2023 IFT. 2019

Antallet af italienske overnatninger steg fra 2019 til 2022 i 14 af de 19 danske destinationsselskaber.

	Antal overnatninger 1. halvår 2023	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2022
Wonderful Copenhagen	120.026	-12%	35%
Destination Trekantområdet	12.840	127%	66%
Visit Sydsjælland og Møn	6.064	297%	6%
Aarhusregionen	5.333	52%	60%
Destination Fyn	2.993	39%	-65%
Destination Nord	2.129	4%	-21%
Visit LollandFalster	1.946	1736%	2302%
Destination NordVestkysten	1.755	190%	277%
Destination Kystlandet	1.007	69%	-4%
Destination Vadehavskysten	967	42%	25%
Visit Herning	768	38%	68%
Destination Vesterhavet	712	129%	177%
Destination Sønderjylland	540	22%	-11%
Visit Nordsjælland	494	-15%	-27%
Destination Fjordlandet	344	-31%	46%
Destination Limfjorden	199	34%	-45%
Destination Sjælland	186	-30%	15%
Destination Bornholm	78	22%	44%
Destination Himmerland	31	-74%	-42%

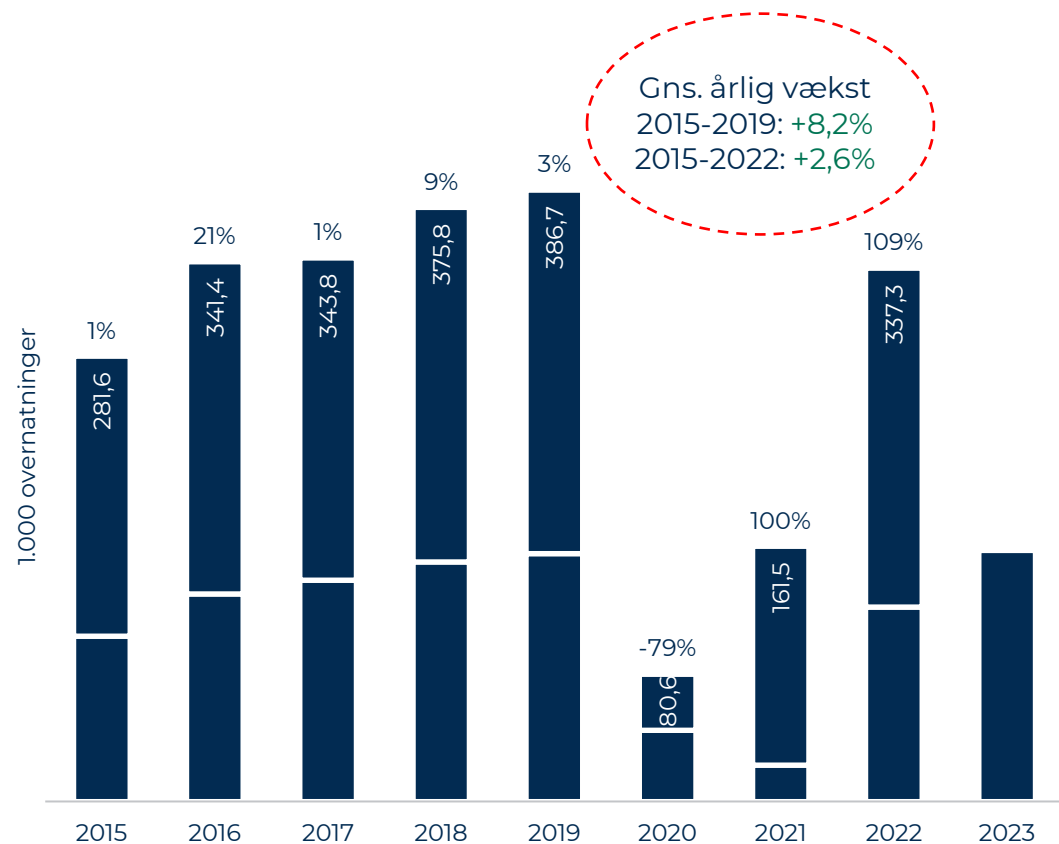
FLERE ITALIENSKE OVERNATNINGER I 2022 END I 2021, MEN UNDER 2019-NIVEAUET

	Italienske overnatninger 2022 (1.000)	Udvikling fra 2019 til 2022	Udvikling fra 2021 til 2022
Italien	203.818	-6%	20%
Europa	53.229	-18%	138%
Øvrige udland	40.235	-41%	188%
I alt	297.282	-15%	44%
1. Spain	10.431	-17%	136%
2. United States	8.064	-13%	429%
3. United Kingdom	7.629	-40%	330%
4. France	7.068	-10%	129%
5. Greece	5.031	15%	103%
6. Croatia	3.898	-24%	95%
7. Ireland	2.937	-9%	198%
8. Germany	2.833	-32%	129%
9. Austria	2.752	-5%	127%
10. Maldives	2.506	11%	73%
11. Malta	2.483	-2%	92%
12. Venezuela, RB	2.441	-32%	71%
13. Egypt	2.298	-60%	92%
14. Brazil	2.205	-30%	82%
15. Portugal	1.644	-6%	139%
16. Dominican Republic	1.499	-10%	183%
17. Mexico	1.482	-34%	158%
45. Danmark	338	-13%	109%
49. Norway	266	-3%	163%
58. Sweden	214	-23%	90%

Danmark ligger nr. 45 på listen over italienernes mest besøgte rejsemål i udlandet foran Norge og Sverige

FLERE OVERNATNINGER I 1. HALVÅR 2023

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



Den blå bjælke under den hvide vandrette markering er overnatninger i 1. halvår, mens den blå bjælke over den hvide streg er overnatninger i 2. halvår. For 2023 er der kun vist overnatninger i 1. halvår.

Antal Italienske overnatninger i Danmark

Antallet af italienske overnatninger steg i perioden 2015-2019 fra 282.000 til 387.000, hvilket svarer til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 8,2 pct.

I 2020 faldt antallet af italienske overnatninger markant (79,2 pct.) og lå i 2020 og 2021 langt under niveauet de tidligere år.

I 2022 er italienske overnatninger rettet en del op, især i andet halvår og ses alene på 1. halvår er niveauet i 2023 over niveauet i 2019.

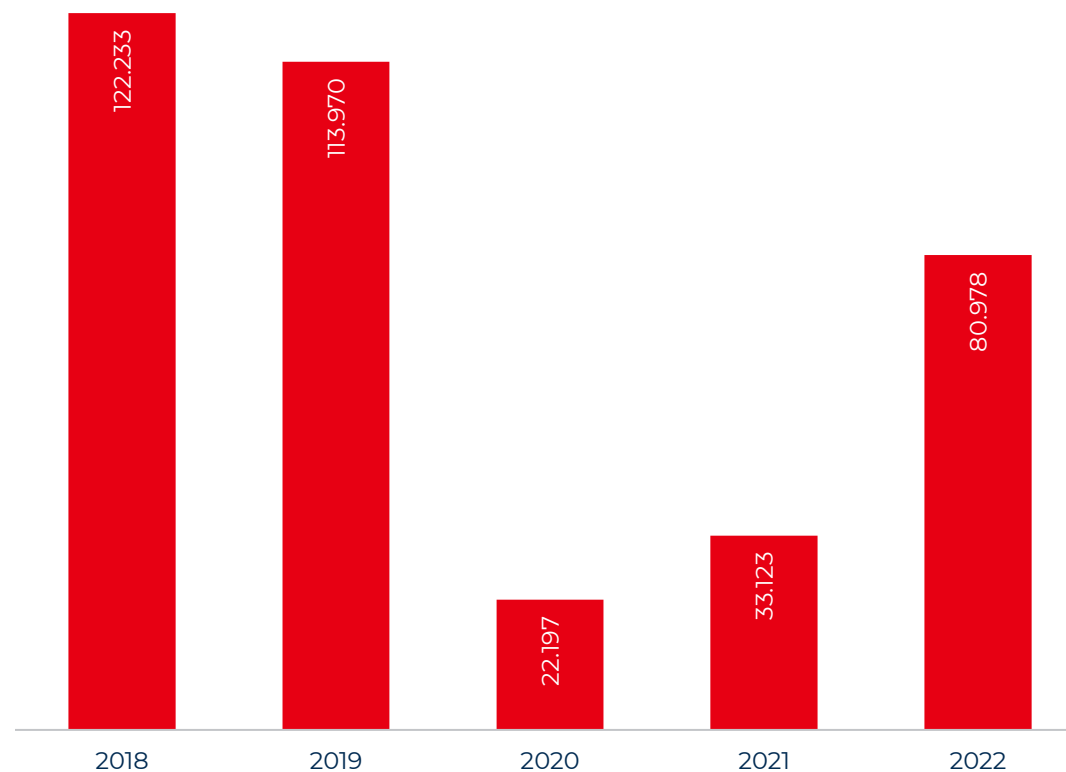
FÆRRE OVERNATNINGER BOOKET VIA ONLINE-BOOKINGPLATFORME SAMMENLIGNET MED 2019

Italienske overnatninger via bookingplatforme

Antallet af italienske overnatninger booket via bookingplatforme er steget markant fra 2021 til 2022, men er stadig under niveauet før pandemien.

I 2022 lå antallet af italienske overnatninger booket via bookingplatforme på 80.978 overnatninger. Det er 29 pct. lavere end i 2019.

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



SKULDERSÆSONEN TILTRÆKKER ITALIENERNE

Italienske overnatninger fordelt over året

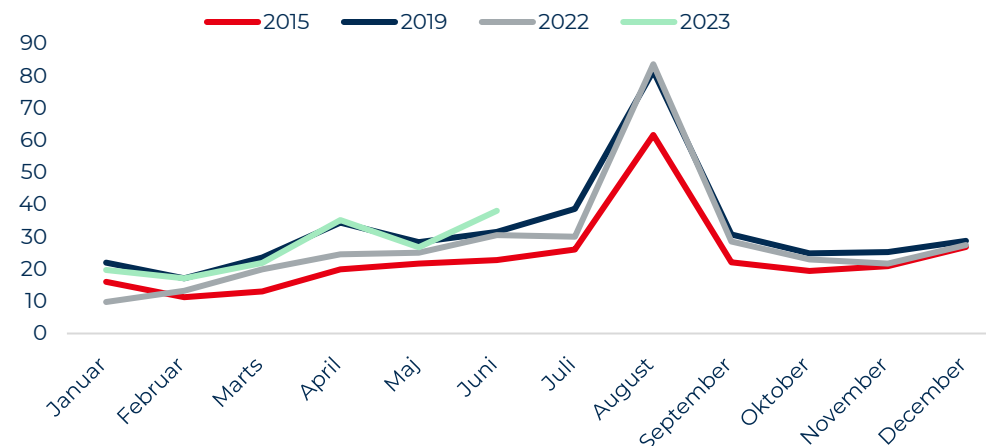
Fra 2015 til 2019 steg antallet af Italienske overnatninger i Danmark med 37 pct. Stigningen fandt især sted i høj- og skuldarsæsonen.

Fra 2019 til 2021 faldt antallet af italienske overnatninger i Danmark med 21 pct. Fra 2020 til 2021 steg det med 2 pct., men der er fortsat et stykke vej op til 2019-niveauet.

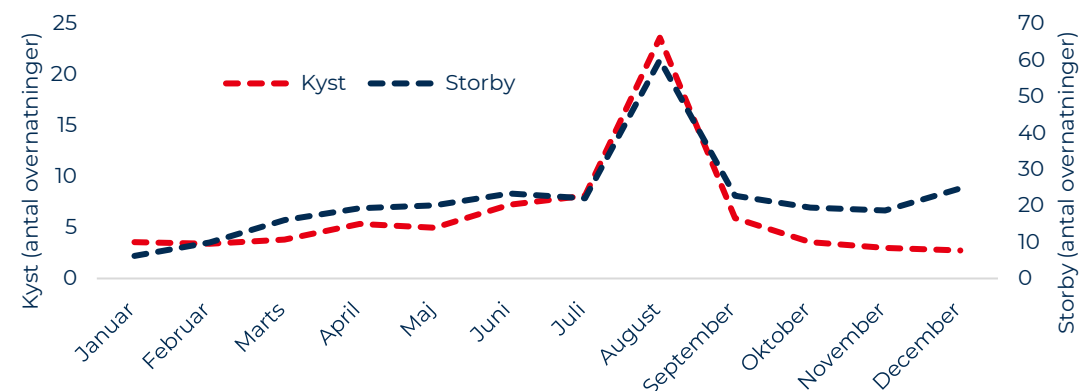
	2015	2019	2021	2022	2015	2019	2021	2022
	Antal (1.000)				Indeks (2019=100)			
Høj	88	120	48	114	73	100	40	94
Skulder	119	173	62	152	69	100	36	87
Vinter	75	93	51	72	81	100	55	78
I alt	282	387	162	337	73	100	42	87

Overnatningsmønstret blandt italienere på storbyferie i Danmark er ikke meget anderledes end blandt italienske kyst- og naturturister i Danmark.

Italienske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



2022



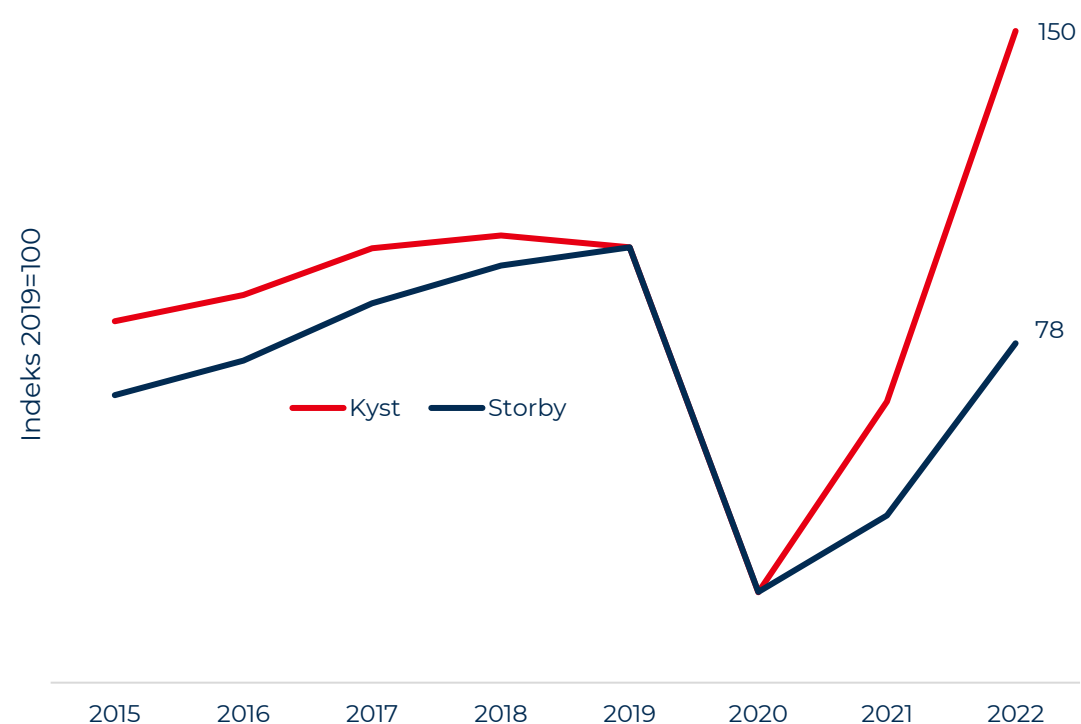
RELATIV STOR STIGNING I KYST-OVERNATNINGER

Italienske overnatninger i Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2021	2022	2019-2022	2021-2022
Kyst -/naturdanmark*	50	32	75	50%	132%
De fire storbyer*	336	129	262	-22%	103%
I alt*	387	162	337	-13%	109%

År-til-dato (januar-juni)	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling (pct.)	
	2019	2022	2023	2019-2023	2022-2023
Kyst -/naturdanmark*	16	28	32	100%	13%
De fire storbyer*	141	95	127	-10%	34%
I alt*	157	123	159	1%	29%

Udvikling i italienske overnatninger* inden for kyst og storby



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

NI UD AF TI DE ITALIENSKE STORBYOVERNATNINGER FINDER STED I KØBENHAVN

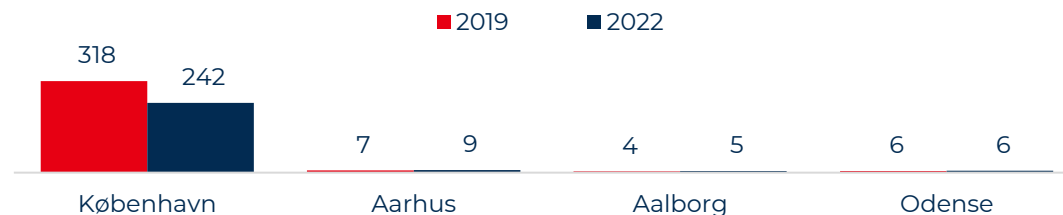
Overnatninger i de fire storbyer*

	Overnatninger (1000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	7.396	52%	
Udlandet	6.888	48%	
Tyskland	1.083	8%	16%
Sverige	772	5%	11%
Norge	747	5%	11%
USA	625	4%	9%
Storbritannien	608	4%	9%
Nederlandene	361	3%	5%
Frankrig	293	2%	4%
Italien	262	2%	4%
Indien	43	0%	1%
Kina	34	0%	0%
Øvrige udland	2.062	14%	30%
I alt	14.284	100%	

Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	5.239	1.075	652	430
Udlandet	5.965	345	431	148
Tyskland	818	96	147	21
Sverige	710	24	24	15
Norge	545	53	137	13
USA	590	16	8	12
Storbritannien	558	21	14	14
Nederlandene	299	27	19	15
Frankrig	271	9	8	5
Italien	242	9	5	6
Indien	38	2	2	0
Kina	30	1	2	0
Øvrige udland	1.865	87	65	45
I alt	11.205	1.420	1.082	577

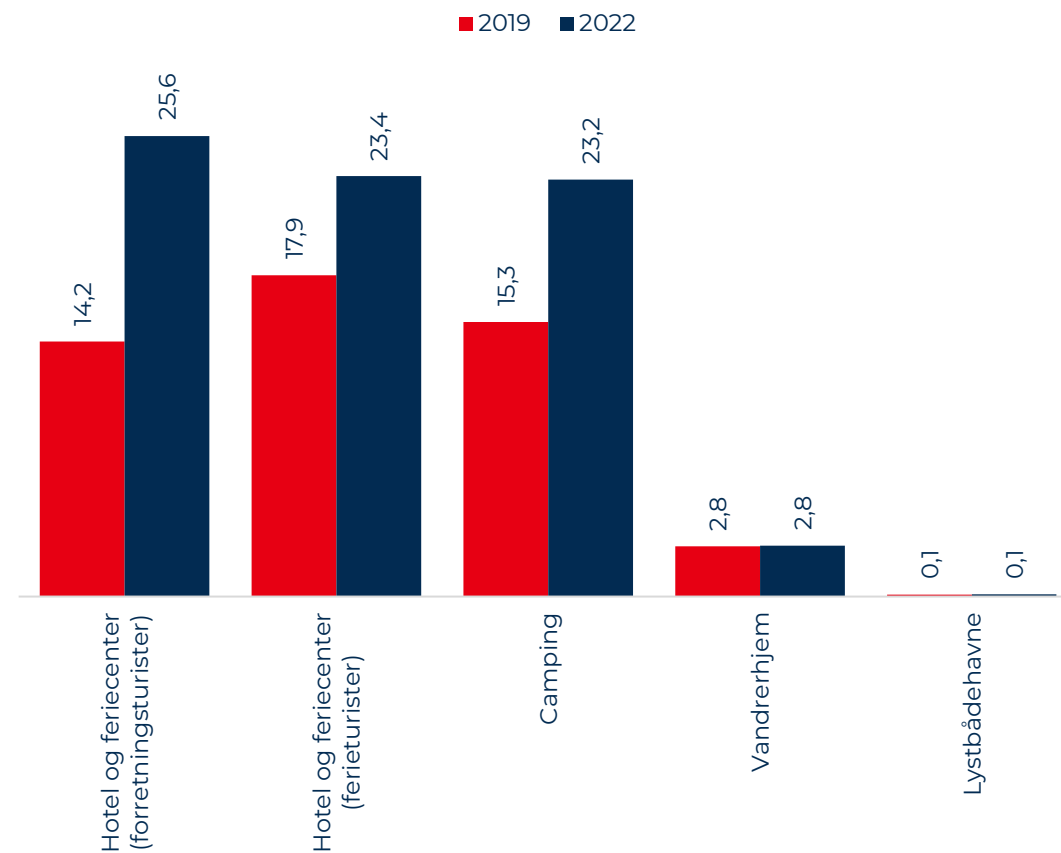
Udvikling i italienske storbyovernatninger (1.000)



ITALIENSKE KYST- OG NATURTURISTER OVERNATTER PÅ HOTEL OG I FERIECENTER SAMT PÅ CAMPING

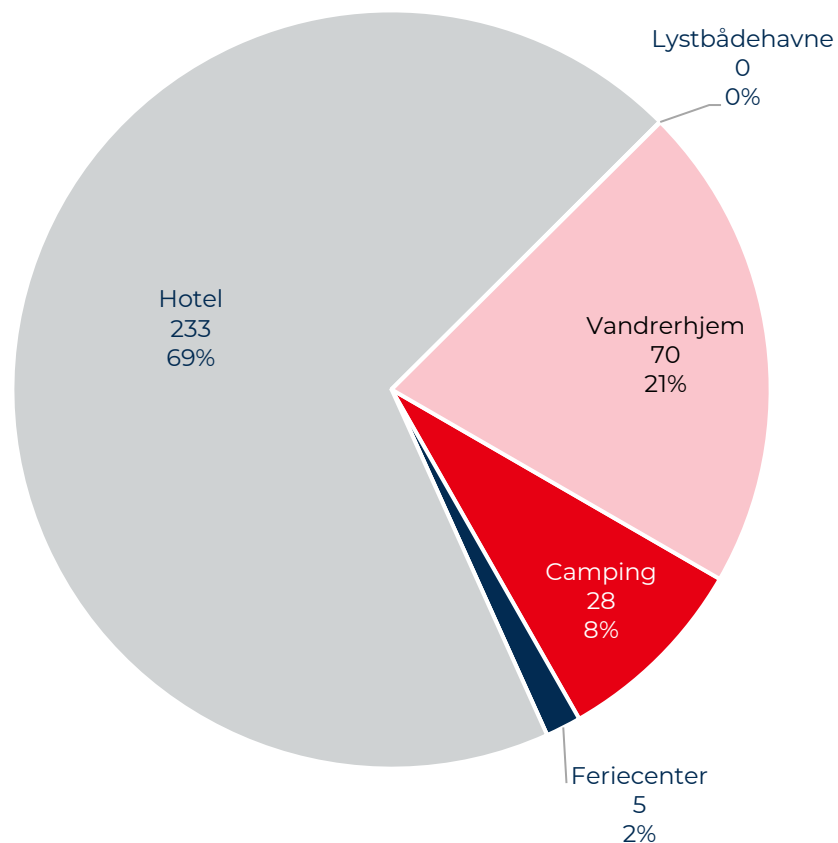
	Overnatninger (1000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	24.647	51%	
Udlandet	23.938	49%	
Tyskland	18.361	38%	77%
Norge	1.504	3%	6%
Nederlandene	1.332	3%	6%
Sverige	927	2%	4%
Storbritannien	177	0%	1%
USA	97	0%	0%
Frankrig	78	0%	0%
Italien	75	0%	0%
Indien	9	0%	0%
Kina	6	0%	0%
Øvrige udland	1.371	3%	6%
I alt	48.585	100%	100%

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

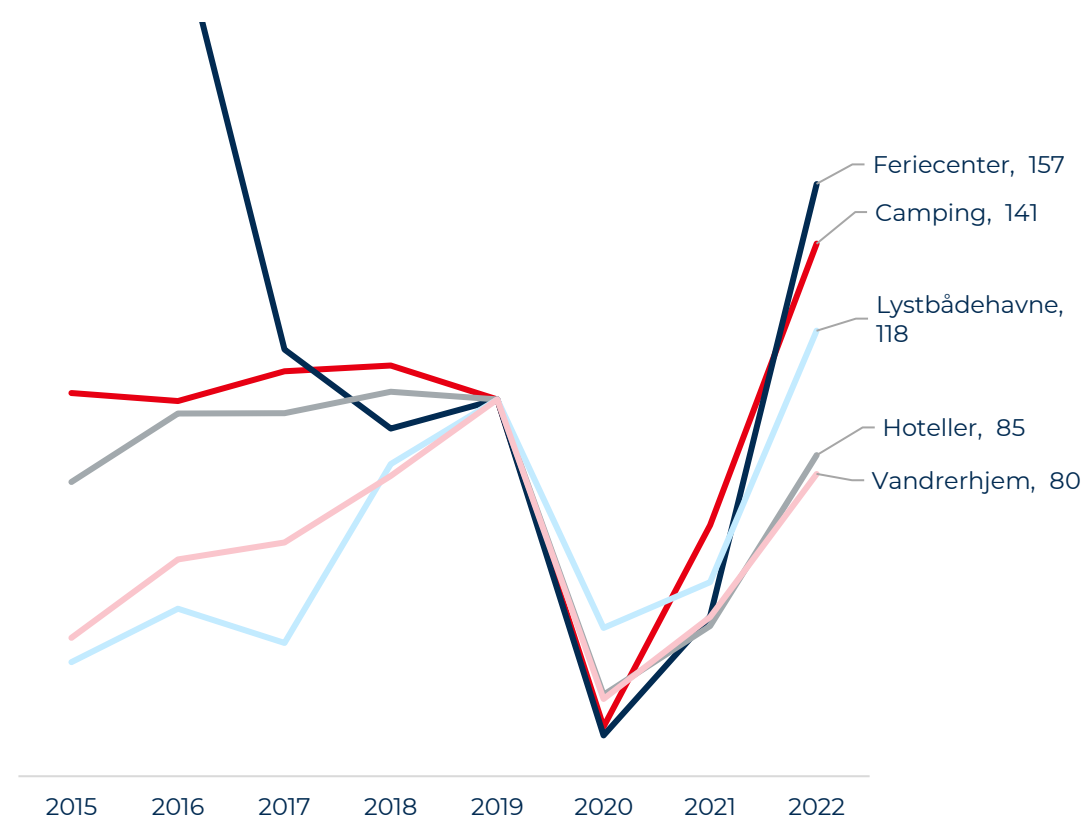


SYV UD AF 10 ITALIENSKE OVERNATNINGER I DANMARK I 2022 FANDT STED PÅ ET HOTEL

Italienske overnatninger i Danmark 2022 (1.000)



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



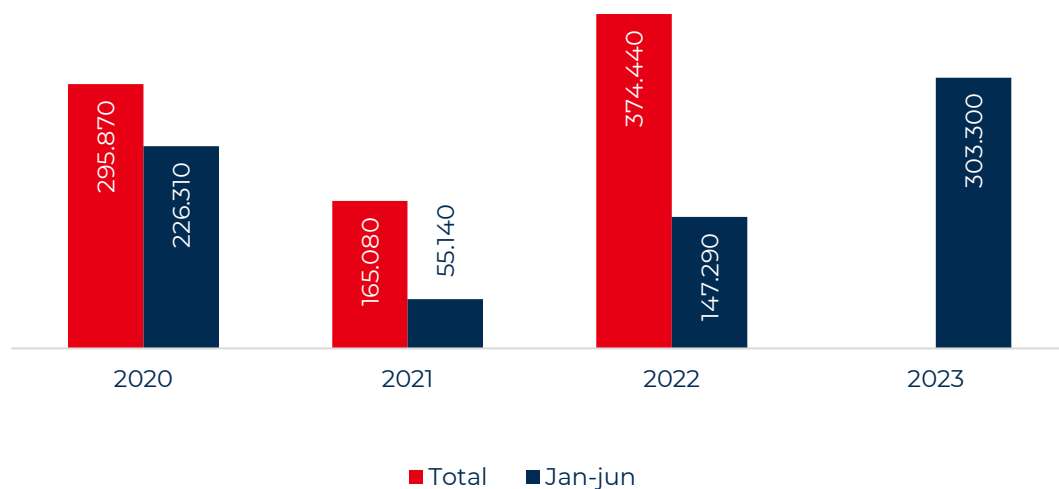
ITALIENERNE FORETRÆKKER AT BO PÅ HOTEL I KØBENHAVN

Søgemønstret følger i høj grad åbning og nedlukning af det danske samfund i årene omkring corona.

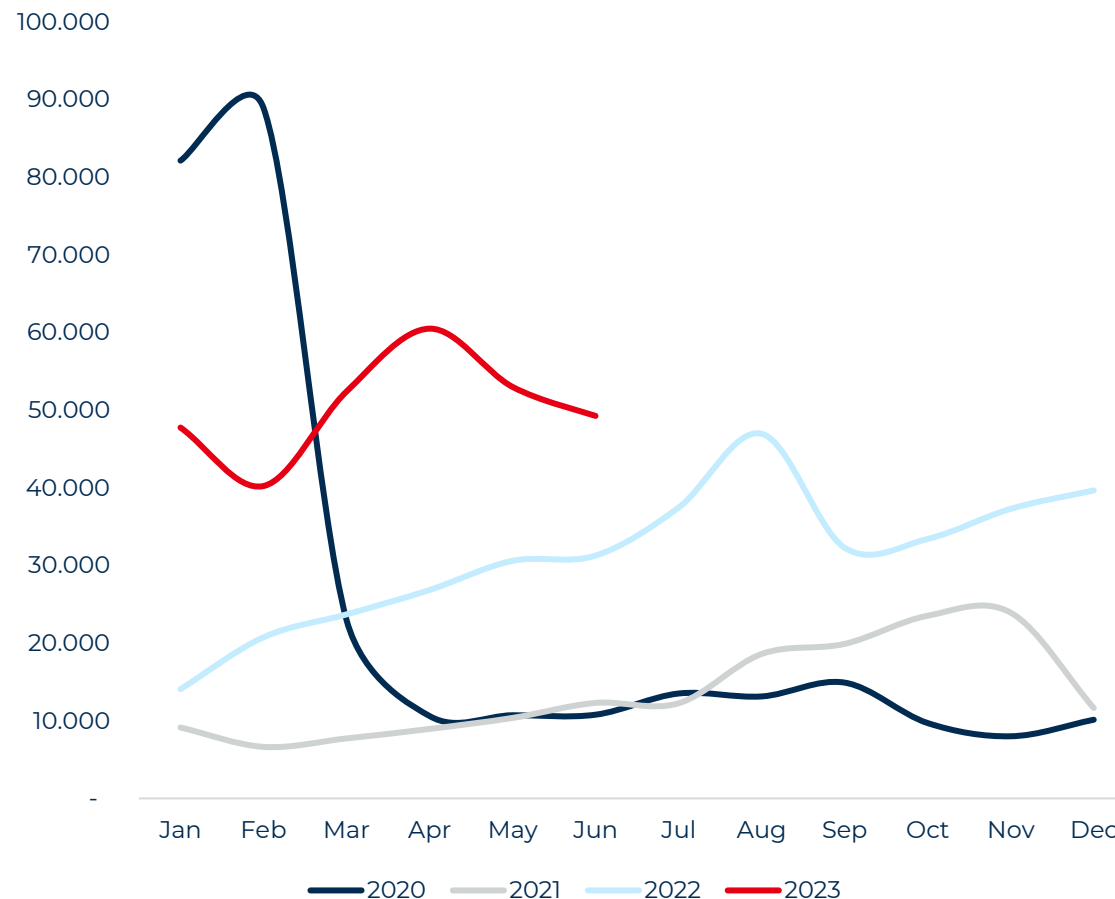
De italienske søgninger på hoteller er nærmest udelukkende afgrænset til hoteller i København.

Interessen for de danske hoteller i de første seks måneder af 2023 ligger markant over niveauet for 2022 og 2021.

Søgevolumen for hoteller i Danmark pr. år og halvår



Månedlige søgninger efter hoteller i Danmark



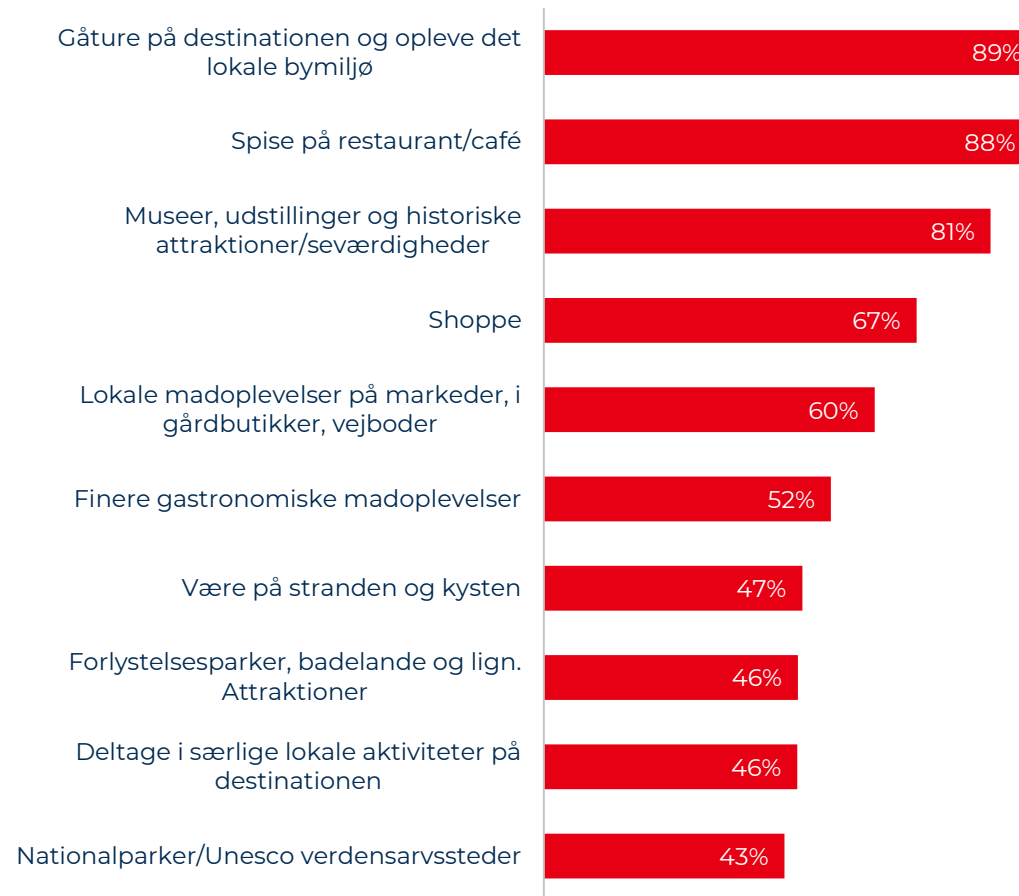
GÅTURE OG AT SPISE UDE ER POPULÆRE AKTIVITETER PÅ EN DANMARKSFERIE

Aktiviteter foretaget på ferie i Danmark

Mange italienere på ferie i Danmark går tur på destinationen og oplever det lokale bymiljø (89 pct.).

Også at spise på restaurant eller café samt besøge museer, udstillinger og historiske attraktioner eller seværdigheder er populære aktiviteter blandt mange italienske turister på ferie i Danmark.

Aktiviteter foretaget eller planlagt på ferien i Danmark



ITALIEN ER DET NIENDE VIGTIGSTE UDENLANDSKE MARKED IFT. TURISMEOMSÆTNINGEN I 2021

Marked	Turisme-omsætning 2019 (mio. kr.)	Turisme-omsætning 2021 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turisme-omsætning 2019	Andel af udenlandsk turisme-omsætning 2021	Norge	Omsætning 2019 (mio. kr.)	Omsætning 2021 (mio. kr.)	Andel 2019	Andel 2021
I alt	136.997	118.202			Besøg m. betalt overnatning				
Danmark	76.936	87.575			Hotel - ferie	377	170	33%	37%
Udland	60.061	30.627			Hotel - forretning	327	153	29%	33%
Tyskland	16.920	13.116	28%	43%	Feriecenter	2	1	0%	0%
Sverige	7.328	3.918	12%	13%	Camping	63	18	6%	4%
Norge	8.211	2.446	14%	8%	Vandrerhjem	66	29	6%	6%
USA	4.206	1.604	7%	5%	Lejet feriehus	0	0	0%	0%
Nederlandene	2.117	1.413	4%	5%	Lystbåde	0	0	0%	0%
Storbritannien	3.431	1.083	6%	4%	Lejet helårsbolig	157	43	14%	9%
Frankrig	1.665	824	3%	3%	Andre	24	0	2%	0%
Polen	606	548	1%	2%	I alt	1.016	414	90%	90%
Italien	1.126	461	2%	2%	Besøg u. betalt overnatning				
Schweiz	806	422	1%	1%					
Belgien og Luxembourg	649	386	1%	1%	I alt	110	48	10%	10%
Spanien	811	310	1%	1%					
Finland	578	139	1%	0%					
Østrig	239	137	0%	0%					
Irland	237	103	0%	0%					
Portugal	248	102	0%	0%					
Grækenland	182	92	0%	0%					
Indien	333	64	1%	0%					
Kina	1.072	63	2%	0%					
Brasilien	248	53	0%	0%					
Australien	699	43	1%	0%					
Rusland	301	41	1%	0%					
Canada	361	40	1%	0%					
Japan	409	28	1%	0%					
Sydkorea	182	14	0%	0%					
Øvrige lande	7.099	3.179	12%	10%					

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

Følg os på [LinkedIn](#) – VisitDenmarks Videncenter