

Communiqué de presse

Allianz Partners dévoile les chiffres 2024 de son Summer Vacation Confidence Index

En dépit d'une volonté de voyager constante, les risques émergents engendrent un regain de prudence chez les Français

- *Allianz Partners dévoile l'édition 2024 de son Summer Vacation Confidence Index.*
- *Bien que le budget demeure le principal obstacle de 55 % des Européens pour partir en vacances, le Summer Vacation Confidence Index révèle l'émergence d'autres freins (dérèglement climatique, situations géopolitiques, menaces cyber). Une mise en lumière des risques auxquels s'exposent les vacanciers.*
- *Ces nouvelles tendances induisent un changement de comportement notable chez les bénéficiaires : plus sensibilisés aux bénéfices de l'assurance et de l'assistance, ils sont également plus susceptibles de renoncer à leur voyage plutôt que d'en anticiper les risques.*

Paris, le 24 juin 2024 – Selon les chiffres 2024 du Summer Vacation Confidence Index, 83 % des européens sondés prévoient de partir en vacances cet été.

Les Français choisissent à 58 % de rester en France pour ces vacances (contre 55 % en moyenne chez les Européens qui resteront dans leur pays), avec un budget moyen de 1 677€ (soit 207 € de moins qu'en 2023).

Cette nette diminution de budget se reflète dans les premières préoccupations des Français : 69 % d'entre eux se déclarent inquiets par la hausse des coûts liés aux départs en vacances. Par ailleurs, ils sont 60 % (plus que leurs voisins européens) à se dire préoccupés par leur situation financière personnelle.

Des voyageurs de plus en plus sensibilisés aux risques inhérents au voyage

Cette préoccupation financière pousse les voyageurs européens à se protéger davantage face aux imprévus qu'ils pourraient rencontrer lors de leurs vacances.

67 % des voyageurs déclarent s'être assurés pour leurs vacances : 1 voyageur sur 4 (25 %) est couvert par une assurance multirisque, 24 % affirment avoir souscrit une assurance voyage en prévision de leurs vacances, et 18 % ont choisi l'assurance adossée à leur carte bancaire.

Ces chiffres témoignent d'une prise en considération grandissante, par les Français des risques auxquels ils s'exposent durant leurs vacances.

De nouveaux risques pour les voyageurs...

Au-delà des contraintes financières, les Européens sont de plus en plus conscients de la multiplicité des aléas auxquels ils s'exposent en voyage.

Le contexte géopolitique continue sa progression dans la liste des préoccupations des Français comme des Européens. Ainsi, 45 % des voyageurs européens s'inquiètent pour leur sécurité. Ce chiffre augmente à 52 % pour les Français.

En parallèle, les préoccupations quant aux risques environnementaux pèsent de plus en plus dans les choix de destination et d'activités des vacances : 63 % des Français se déclarent inquiets des conditions climatiques extrêmes (+12 points par rapport à la moyenne européenne).

Le risque cyber progresse également, plus de la moitié (53 %) des Européens déclarant se sentir vulnérables.

Ces nouveaux facteurs d'instabilité conduisent ainsi les Européens, Français en tête, à changer leur comportement face aux risques pendant leurs vacances.

... à l'origine de comportements plus prudents chez les Français

Les voyageurs européens sont autant (46 % dans les deux cas) à considérer l'assurance voyage pour son utilité en amont du départ (assurance annulation) que pendant le voyage (assistance en cas d'événements imprévus).

Alors qu'en Europe, les principales raisons de souscrire une assurance voyage restent l'assistance médicale et le rapatriement (54 %), ainsi que le remboursement des frais médicaux à l'étranger (47 %), 56 % des Français y souscrivent principalement pour permettre l'annulation de leurs réservations en amont.

Le Summer Vacation Confidence Index révèle par ailleurs d'autres tendances :

Pour que ces vacances d'été soient uniques et mémorables, les voyageurs prévoient de s'adonner à une multitude d'activités (événements, sport, mais également travail).

Bien que les Jeux Olympiques se déroulent à Paris cet été, les voyageurs français sont moins susceptibles d'assister à un événement payant (35 %) ou d'organiser un voyage spécial pour assister à un événement (27 %).

Par ailleurs, 26 % des Français se disent prêts à partir seul en voyage.

Favorisée par des vacances « de proximité », la voiture reste le mode de transport préféré des Français : 66 % prévoient de partir avec leur voiture, contre 31 % lui préférant l'avion. Au niveau européen, 26 % des sondés envisagent tout de même une solution plus respectueuse de l'environnement.

À propos d'Allianz Partners

24h/24 et 365 jours par an, Mondial Assistance, Allianz Assistance et Allianz Travel interviennent partout dans le monde pour apporter à leurs clients entreprises et particuliers, des solutions d'assistance dans les domaines de l'automobile, du voyage, des loisirs, de la mobilité, de l'habitat, de l'emploi, de la santé et des services aux personnes. Mondial Assistance, Allianz Assistance et Allianz Travel sont des marques commerciales d'Allianz Partners.

Allianz Partners est l'un des leaders mondiaux B2B2C, dans les domaines de l'assistance, de l'assurance voyage, de la santé à l'international et de l'assurance automobile. Présents dans plus de 75 pays, nos 21 900 collaborateurs parlent 70 langues, traitent plus de 72,5 millions de dossiers chaque année et s'engagent à aller plus loin pour offrir la tranquillité d'esprit à nos clients du monde entier.

Pour plus d'information : www.allianz-partners.fr

Réseaux sociaux



Nous suivre sur Twitter [@AllianzPartners](https://twitter.com/AllianzPartners)



Nous suivre sur LinkedIn [@AllianzPartners](https://www.linkedin.com/company/allianz-partners)

Contacts presse

Omnicom PR Group pour Allianz Partners : fr.allianzpartners@omnicomprgroup.com

Victor Morelle : +33 (0)6 18 83 59 55

Lili Gosnet : +33 (0)6 77 79 18 89