

Comunicato stampa

La stretta sulla spesa non smorza la voglia dell'Europa per i viaggi estivi

Secondo l'International Summer Vacation Confidence Index di Allianz Partners, malgrado le preoccupazioni legate alla capacità di spesa stiano incidendo in tutta Europa sui budget dedicati ai viaggi, la propensione a viaggiare rimane elevata.

Milano, 24 giugno 2024 – Le limitazioni di natura economica sono la principale preoccupazione per i vacanzieri in Europa quest'estate: oltre la metà (55%) di coloro che non hanno intenzione di viaggiare dichiara che rimarrà a casa perché non può permettersi una vacanza. Ciononostante, le intenzioni di viaggio rimangono alte, con l'83% degli europei che si prepara a partire. Questo è quanto emerge **dall'Allianz Partners International Summer Vacation Confidence Index**, che rileva anche un divario geografico rispetto alle preoccupazioni per i costi di viaggio. I Paesi dell'Europa Occidentale e Meridionale, infatti, percepiscono **quella economica come la principale barriera al viaggio: Italia (72%), Spagna e Regno Unito (entrambi al 66%) e Francia (61%)**. Mentre i Paesi dell'Europa Centrale esprimono livelli di preoccupazione inferiori sul tema: Paesi Bassi (41%), Svizzera (44%) e Austria (47%).

La ricerca, condotta da OpinionWay per Allianz Partners, ha coinvolto 9.497 persone in Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Spagna, Paesi Bassi, Austria, Svizzera e Polonia.

Il divario geografico è evidente anche per quanto riguarda la spesa che i viaggiatori intendono sostenere in questa stagione. L'indagine ha rilevato che, rispetto all'estate 2023, molti vacanzieri dell'Europa Occidentale e Meridionale saranno cauti e prevedono di spendere meno per i viaggi. I viaggiatori spagnoli prevedono di ridurre il loro budget di viaggio addirittura del 40%, da 1.715 a 1.019 euro, mentre i francesi passano da 1.884 a 1.677 euro. Al contrario, i budget previsti dai vacanzieri in Austria e Svizzera sono in crescita di 300 euro quest'anno, mentre quelli di olandesi, tedeschi e polacchi sono in crescita di poco meno di 200 euro.

Tra le evidenze più interessanti:

- **La maggior parte degli europei ha intenzione di andare in vacanza quest'estate:** nonostante i vincoli finanziari, l'83% degli intervistati ha in programma un viaggio tra giugno e settembre. Il 55% di questi piani di viaggio si concentra sul Paese d'origine degli intervistati, mentre il 45% ha in programma un viaggio all'estero.
- **L'impatto sull'ambiente è un elemento fondamentale per i viaggiatori:** nonostante le limitazioni di budget, più della metà (54%) dei viaggiatori è disposta a spendere di più per alloggi e trasporti che contribuiscano a ridurre il proprio impatto ambientale, con una percentuale che sale al **60% in Spagna e Italia**.
- **Eventi meteorologici estremi, disordini geopolitici e rischio di minacce informatiche sono tra le principali preoccupazioni:** Oltre la metà dei viaggiatori europei (51%) è preoccupata per eventi meteorologici estremi come inondazioni, ondate

di calore, scarsità d'acqua e tempeste, mentre esprime preoccupazione per la situazione geopolitica globale (46%) e per i rischi per la propria sicurezza (45%).

- **L'assicurazione di viaggio rimane fondamentale per i viaggiatori in cerca di tranquillità:** il 59% dei viaggiatori ha già acquistato o intende acquistare un'assicurazione di viaggio per le vacanze estive, considerandola un modo per trascorrere una vacanza più tranquilla. Circa la metà dei viaggiatori in Francia (49%), Germania (53%) e Spagna (55%) ha già acquistato o intende acquistare un'assicurazione di viaggio.
- **L'intelligenza artificiale sta diventando un prezioso strumento di pianificazione del viaggio:** quasi 3 europei su 10 (29%) hanno intenzione di utilizzare l'intelligenza artificiale per pianificare le vacanze estive, **soprattutto in Spagna e in Italia** (entrambi al 36%). Nel frattempo, sebbene gli olandesi e i francesi abbiano mostrato livelli più bassi di intenzione, il 25% e il 24% dei viaggiatori olandesi e francesi, rispettivamente, stanno ancora pianificando di utilizzare l'intelligenza artificiale per decidere i piani di vacanza.
- **Gli europei cercano nuove esperienze:** indipendentemente dalla destinazione di viaggio, l'aspettativa principale della maggior parte degli europei in vacanza è quella di vivere un'esperienza nuova e diversa (75%). Questo sentimento è ancora più forte tra i viaggiatori britannici (79%), spagnoli (80%) e polacchi (83%).

Commentando l'indagine, **Joe Mason, Global Head of Product Management and Innovation di Allianz Partners**, ha dichiarato: "Il costo della vita elevato sarà ancora tra i principali assilli degli europei nell'estate 2024, ma le intenzioni di viaggio rimangono ancora una volta alte – in continuità con i trend post-pandemia. È chiaro che la tradizionale stagione delle vacanze rimane un momento importante per dedicarsi a nuove esperienze. Il desiderio di viaggiare è estremamente forte in tutta Europa, ma i nostri dati mostrano che quest'anno i viaggiatori dovranno stringere la cinghia partire.

Stanno iniziando a emergere anche alcune nuove tendenze di viaggio interessanti e innovative, molte delle quali sono state esplorate nel recente Allianz Partners Global Travel Summit, il cui tema è stato reimmaginare i viaggi. Il turismo community-based, le innovazioni nell'assistenza medica e i viaggi d'avventura sono tutte tendenze che stanno stimolando l'industria dei viaggi. Con gli investimenti e il sostegno giusti, queste iniziative possono generare opportunità stabili sia per i viaggiatori sia per le comunità che visitano.

Nel frattempo, le preoccupazioni per il cambiamento climatico, la sicurezza personale e la protezione stanno portando a un approccio più coscienzioso da parte dei viaggiatori. Se questo significa spendere un po' di più per ridurre l'impronta di carbonio, molti sono disposti a farlo. Questa spesa consapevole è evidente anche nell'aumento della domanda di assicurazioni di viaggio. La consapevolezza dell'imprevedibilità della vita - e la nozione di "tensione da viaggio" - è aumentata dopo la pandemia e, di conseguenza, l'assicurazione di viaggio è sempre più presa in considerazione dai viaggiatori".

Le infografiche relative all'International Summer Vacation Confidence Index sono disponibili al seguente [link](#).

Per maggiori informazioni su Allianz Partners visita www.allianz-partners.it

Contatti stampa

Allianz Partners

Caterina D'Apolito, Head of Communications & Sustainability -
caterina.dapolito@allianz.com +39 335 54 94 192

Omnicom PR Group

Sara Festini – sara.festini@omnicomprgroup.com +39 335 1040414
Carmelo Santisi – carmelo.santisi@omnicomprgroup.com +39 338 8874351

Allianz Partners

Allianz Partners è leader mondiale nell'assicurazione e assistenza B2B2C e offre soluzioni globali che comprendono international health & life, assicurazione viaggio, automotive e assistenza. Guidati dal Cliente, i nostri esperti stanno ridefinendo i servizi assicurativi adatti per il futuro, attraverso prodotti e soluzioni innovative, high-tech e high-touch che vanno oltre l'assicurazione tradizionale. I nostri prodotti possono essere integrati all'interno dell'offerta dei nostri Business Partner oppure venduti direttamente ai clienti finali attraverso diversi brand commerciali, tra cui Allianz Assistance, Allianz Travel, Allianz Care. Presenti in oltre 70 Paesi, i nostri 22.600 dipendenti parlano 70 lingue e gestiscono oltre 72,9 milioni di casi ogni anno, motivati ad andare oltre ogni limite per offrire serenità ai clienti in tutto il mondo. Per ulteriori informazioni: www.allianz-partners.it.

In Italia Allianz Partners opera con il marchio commerciale Allianz Global Assistance ed è presente con le tre sedi di Milano, Casarano (LE) e Castenaso (BO), con oltre 600 collaboratori, di cui oltre 340 nelle Centrali Operative, che supportano quotidianamente i nostri clienti, 24h/24 per 365 giorni l'anno, gestendo complessivamente più di 5,6 milioni di chiamate e circa 400 mila casi all'anno.

Social media

Follow us on Facebook [@AllianzGlobalAssistance](https://www.facebook.com/AllianzGlobalAssistance)

Follow us on X (formerly Twitter) [@AllianzPartners](https://twitter.com/AllianzPartners) [@AllianzAssistIT](https://twitter.com/AllianzAssistIT)

Follow us on LinkedIn [Allianz Partners](https://www.linkedin.com/company/allianz-partners)

Follow us on YouTube [/allianzpartners](https://www.youtube.com/allianzpartners)

Follow us on Instagram [@allianzpartners](https://www.instagram.com/allianzpartners)