Communiqué de presse

L'envie de voyager cet été reste forte chez les Européens, malgré l'incertitude économique

Selon le Summer Vacation Confidence Index 2025 d'Allianz Partners, la majorité des ménages européens prévoit de dépenser davantage pour les vacances estivales, quitte à réduire d'autres postes de dépenses pour y parvenir.

Bruxelles, le 3 juin 2025 - Malgré l'impact durable de l'inflation, l'incertitude économique et les inquiétudes persistantes liées aux risques climatiques et géopolitiques, de nombreux Européens ont toujours l'intention de voyager cet été. Selon le Summer Vacation Confidence Index 2025 d'Allianz Partners, trois Européens sur quatre (75 %) ont l'intention de voyager entre juin et septembre. Même si l'envie de voyager reste forte, les contraintes financières demeurent un facteur important, puisque 61 % des voyageurs se disent préoccupés par la hausse du coût des voyages et 51 % par leur situation financière personnelle.

Cette étude, a été réalisée par OpinionWay pour Allianz Partners auprès de 9 300 personnes en France, en Allemagne, au Royaume-Uni, en Italie, en Espagne, aux Pays-Bas, en Autriche, en Suisse et en Pologne, afin de mieux comprendre l'évolution des mentalités des voyageurs européens.

Si l'intention de voyager reste élevée, elle n'est toutefois pas épargnée par ces préoccupations financières, puisqu'elle a légèrement diminué par rapport à l'année dernière (-8 points* par rapport à 2024, contre 83 %), certains voyageurs envisageant de reporter la planification de leurs vacances d'été. Parmi ceux qui ne prévoient pas de voyager cet été, un tiers (34 %) a déclaré que le manque d'argent était le principal obstacle. Au-dessus de la moyenne le Royaume-Uni avec 46 %. En outre, 24 % des répondants affirment que les voyages sont tout simplement devenus trop chers.

Des sacrifices pour les vacances d'été

Toutefois les vacances d'été restent sacrées pour de nombreux Européens, les personnes interrogées ayant l'intention de réduire d'autres postes de dépenses pour pouvoir voyager. L'enquête révèle que 60 % des personnes interrogées prévoient de réduire leurs dépenses liées aux loisirs (restaurants, activités culturelles, abonnement à une salle de sport, etc.) afin d'économiser pour leurs vacances, tandis que 56 % reporteront des achats importants, tels que l'achat d'une nouvelle voiture ou la rénovation de leur logement, afin de privilégier les voyages.

En conséquence, les vacanciers de tous les pays sondés prévoient de maintenir ou d'augmenter leurs dépenses pour leurs vacances d'été. Les dépenses moyennes par

* L'enquête 2025 a été réalisée du 11 au 22 avril 2025, soit trois semaines plus tôt qu'en 2024 (du 2 au 10 mai 2024), ce qui peut également contribuer à cette baisse des intentions de déplacement déclarées.

ménage en Europe devraient s'élever à 2.217€, contre une moyenne de 1.982 € en 2024, soit une augmentation de 12 %.

L'inquiétude vis-à-vis des risques climatiques et géopolitiques reste stable

Si le coût reste la principale préoccupation, les questions environnementales et géopolitiques sont de plus en plus prises en compte dans la planification des voyages. Plus de la moitié des voyageurs européens (53 %, +2 points par rapport à 2024) s'inquiète désormais des conditions météorologiques extrêmes, telles que les vagues de chaleur, les inondations et les incendies de forêt. En outre, 60 % des Européens (+3 points par rapport à 2024) déclarent désormais tenir compte des risques environnementaux dans le choix de leur destination.

Au-delà du risque environnemental, la préoccupation vis-à-vis de la situation géopolitique mondiale progresse de 3 points chez les voyageurs Européens (47 %). Près de la moitié (43 %) a déclaré qu'elle changerait de choix de destination en raison de la mise en place de contrôles frontaliers plus stricts, tandis que 45 % s'inquiètent pour leur sécurité en raison de la criminalité, du terrorisme ou des troubles locaux pendant leurs vacances.

Une évolution vers des expériences inédites et durables

Les voyageurs européens privilégient de plus en plus des vacances authentiques, axées sur l'expérience. Les préoccupations liées à la surfréquentation touristique sont en hausse : 29 % des Français qui ne prévoient pas de voyager citent le surtourisme comme raison d'éviter de partir en vacances entre juin et septembre, et beaucoup recherchent délibérément des destinations moins fréquentées et plus respectueuses de l'environnement.

Les voyageurs européens expriment également une forte volonté de faire des choix plus éthiques : 72 % d'entre eux affirment qu'il est important que leurs dépenses profitent aux communautés locales des lieux qu'ils visitent.

Comportement d'achat vis-à-vis des assurances voyage

Une grande majorité (86 %) des Européens qui souscrivent une assurance voyage reconnaissent que cela leur permet de se sentir rassurés et sereins, sachant que leur voyage est couvert. La souscription d'une assurance voyage est en hausse : 62 % des voyageurs européens ont déjà souscrit ou prévoient de souscrire une assurance voyage pour leurs vacances cet été (+3 points par rapport à 2024).

Anna Kofoed, en charge de l'activité voyage chez Allianz Partners : « *Même dans un contexte d'incertitude économique et de hausse des coûts de voyage, les Européens continuent d'accorder une grande importance à leurs vacances d'été et sont prêts à faire des économies ailleurs pour pouvoir en profiter. Malgré la baisse des intentions de voyage, ces données sont très encourageantes pour le secteur, car certains indicateurs laissent présager une croissance cette année.*

* L'enquête 2025 a été réalisée du 11 au 22 avril 2025, soit trois semaines plus tôt qu'en 2024 (du 2 au 10 mai 2024), ce qui peut également contribuer à cette baisse des intentions de déplacement déclarées.

Il est également évident que si les gens sont prêts à dépenser plus pour leurs vacances, ils recherchent une meilleure expérience et un bon rapport qualité-prix. Il existe des expériences exceptionnelles pour tous les budgets, il est donc important de comparer les offres. Beaucoup utilisent l'IA générative pour trouver l'inspiration, et nous avons constaté une augmentation de 3 points (29 % en 2024 à 32 % en 2025) parmi ceux qui l'utilisent pour planifier leurs vacances d'été. C'est une excellente solution.

Ces dernières années, nous avons par ailleurs connu des phénomènes météorologiques extrêmes pendant la saison estivale, ainsi que d'autres perturbations. Le monde est devenu moins prévisible, il n'est donc pas surprenant que de plus en plus de personnes souscrivent une assurance voyage afin de protéger cet investissement financier et de garantir leur sécurité lors de leurs déplacements à l'étranger.

C'est pourquoi nous avons lancé l'application allyz, un compagnon numérique toujours disponible qui répond à tous les besoins des voyageurs, qu'il s'agisse de faciliter l'accès à leurs prestations d'assurance, de gérer leurs déclarations de sinistre grâce à l'intelligence artificielle ou de bénéficier d'une assistance médicale lors de leurs déplacements. Allianz Partners souhaite offrir tranquillité d'esprit et confiance aux voyageurs d'aujourd'hui afin qu'ils puissent se concentrer sur l'essentiel : profiter de leurs vacances. »

Contact presse
Allianz Partners Belgique : Lisa Fiore - lisa.fiore@allianz.com - 0471/88.92.76

A propos d'Allianz Partners
24h/24 et 365 jours par an, les équipes d'Allianz Partners 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. 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 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.be

Réseaux sociaux
Suivez-nous sur LinkedIn **Allianz Partners Belgium**

* L'enquête 2025 a été réalisée du 11 au 22 avril 2025, soit trois semaines plus tôt qu'en 2024 (du 2 au 10 mai 2024), ce qui peut également contribuer à cette baisse des intentions de déplacement déclarées.