

## Communiqué de presse

# Près de 8 Français sur 10 prévoient de partir cet été, en dépit de la hausse du coût de la vie

Paris, le 13 juin 2023

**Allianz Partners dévoile les résultats de son indice de confiance pour les vacances<sup>1</sup> réalisé avec OpinionWay :**

- **77 % des Français prévoient de partir en vacances cet été ;**
- **62 % des vacanciers resteront en France ;**
- **65 % des Français souhaitent se relaxer pendant leurs vacances**
- **87 % souhaitent que leur assurance voyage s'adapte automatiquement aux aléas de voyage**
- **les préoccupations liées aux risques environnementaux tels que les incendies et les inondations sont élevées.**

### Les intentions de départ restent élevées malgré la hausse des prix

L'enquête révèle que la volonté de voyager reste très forte en France, **77 % des répondants déclarant avoir l'intention de partir cet été (-2 points vs 2022)**. Les voyages internationaux restent stables, avec 26 % des vacanciers qui prévoient un voyage à l'étranger. Le Royaume-Uni enregistre la plus forte progression avec 50 % d'intention de voyages internationaux (soit +8 points vs 2022).

Pour faire face à l'inflation, la majorité des voyageurs interrogés prévoient cette année d'augmenter le budget de leurs vacances d'été. **En France, le budget s'élève à 1 884€, soit une hausse de près de 50€ vs 2022**. Les personnes interrogées en Allemagne, en Italie, en Espagne et aux Pays-Bas prévoient également d'augmenter leurs dépenses de voyage cette saison<sup>2</sup>, les Suisses (2 773€ soit +653 € vs 2022) et les Britanniques (2 290€, soit +467 € vs

<sup>1</sup> L'étude, réalisée par OpinionWay pour Allianz Partners, a interrogé 9 443 personnes en France, en Allemagne, au Royaume-Uni, en Italie, en Espagne, aux Pays-Bas, en Autriche, en Suisse et en Pologne.

<sup>2</sup> La Pologne n'a pas été incluse dans l'enquête de 2022, il n'est donc pas possible de comparer avec les données de 2023.

Allianz Partners France

2022) enregistrant les plus fortes hausses. L'Autriche est le seul pays à enregistrer une baisse de son budget.

Toutefois, le coût de la vie impacte les intentions de départs. En France, 39 % des personnes interrogées ne partiront pas cette année, faute de budget suffisant (+21 points vs 2022).

## Les préoccupations des vacanciers évoluent

Les risques environnementaux, tels que les incendies et les inondations entrent désormais en compte dans le choix des destinations pour les personnes interrogées dans les 9 pays. À la suite des catastrophes naturelles très médiatisées de ces dernières années, 58 % d'entre elles ont déclaré tenir compte de ces risques lorsqu'elles choisissent une destination de vacances.

Par ailleurs, plus de la moitié (56 %) envisagent de modifier leur mode de déplacement afin de réduire leur impact sur l'environnement, tandis que 53 % des vacanciers sont prêts à dépenser plus pour le transport et l'hébergement afin de réduire leur empreinte carbone.

**Commentant l'enquête, Joe Mason, Directeur Marketing Voyages chez Allianz Partners, a déclaré :** « Avec l'augmentation du coût de la vie, on pourrait s'attendre à ce que les voyageurs réduisent leur budget en 2023. Pour autant, le désir de voyager reste extrêmement fort. Dans le même temps, avec la baisse des préoccupations géopolitiques et sanitaires, les intentions de voyage à l'étranger ont augmenté. »

« Les vacanciers prennent également en compte les risques climatiques tels que les inondations et les incendies lors de la planification de leurs vacances. Cette tendance pourrait impacter l'industrie de l'assurance voyage, si les voyageurs choisissent de partir plus sereins en étant couverts. »

« Plus largement, l'impact environnemental des voyages est également une priorité pour de nombreux vacanciers. Malgré la hausse des prix, il est intéressant de constater que 53 % des voyageurs se disent désormais prêts à payer plus cher pour un transport et un hébergement qui réduisent leur impact environnemental. »

Pour plus d'informations sur l'indice de confiance des vacances d'Allianz Partners : [www.allianz-partners.fr](http://www.allianz-partners.fr)

### **Contact presse :**

Agence Omnicom : [fr.allianzpartners@omnicomprgroup.com](mailto:fr.allianzpartners@omnicomprgroup.com) - 06 31 94 70 72

**Allianz Partners France****Méthodologie de l'étude**

L'étude a été réalisée sur un échantillon de 9 443 personnes, en France (1 037 personnes), en Allemagne (1 050 personnes), au Royaume-Uni (1 052 personnes), en Italie (1 050 personnes), en Espagne (1 051 personnes), aux Pays-Bas (1 050 personnes), en Autriche (1 053 personnes), en Suisse (1 050 personnes) et en Pologne (1 050 personnes). Les échantillons ont été établis selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de région de résidence et de taille d'agglomération en France ; sexe, âge, région et revenu dans d'autres pays. Les entretiens ont été réalisés entre le 3 et le 9 mai 2023 à l'aide d'un questionnaire en ligne auto-administré via le système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

**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. Le groupe compte plus de 21 000 collaborateurs dans 75 pays, parlant 70 langues et traitant 72,5 millions de dossiers chaque année, protégeant clients et salariés dans le monde entier.

**Réseaux sociaux**

Suivez-nous Twitter [@Allianz Partners](https://twitter.com/AllianzPartners)



Suivez-nous sur LinkedIn [@Allianz Partners](https://www.linkedin.com/company/allianz-partners)