

Allianz Partners France

Communiqué de presse

Moins d'1 Français sur 2 envisage de partir en vacances cet hiver, essentiellement en raison de la hausse des prix.

C'est ce que révèlent les résultats du 3^{ème} indice international de confiance dans les vacances d'Allianz Partners, qui a interrogé 9 337 personnes dans ces pays : Autriche, France, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Pologne, Espagne, Suisse et Royaume-Uni. L'enquête révèle également que 6 Européens sur 10 prévoient des vacances d'hiver, malgré les contraintes financières actuelles.

Paris, le 7 février 2023 - Près des deux tiers (63 %) des personnes interrogées dans neuf pays européens prévoient de faire un voyage d'agrément de trois jours ou plus entre janvier et mars, que ce soit dans leur pays ou à l'étranger, ce qui témoigne de fortes intentions de voyage dans toute l'Europe cet hiver. Malgré la baisse généralisée des dépenses de consommation, les intentions de voyage à l'étranger se révèlent très fortes : près d'un quart (23 %) des personnes interrogées prévoient de prendre des vacances à l'étranger au cours des trois premiers mois de 2023. Parmi les personnes qui prévoient de partir en vacances à l'étranger cet hiver, les autres pays européens sont la première destination et devraient attirer 72 % des personnes voyageant à l'étranger.

Telles sont les principales conclusions de la troisième vague de l'indice de confiance dans les vacances d'Allianz Partners. Menée par Opinion Way pour le compte d'Allianz Partners au début du mois de janvier 2023, l'étude a été réalisée auprès de 9 337 personnes en Autriche, en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne, aux Pays-Bas, en Suisse, au Royaume-Uni et en Pologne. Elle permet de mieux comprendre les niveaux de confiance des consommateurs dans les voyages au cours des trois premiers mois de 2023 - et les principales préoccupations des voyageurs cet hiver.

Zoom sur la France

Seuls 48 % des Français déclarent avoir l'intention de partir en vacances cet hiver contre 59 % en Allemagne et 75 % en Espagne.

Malgré ce chiffre plus bas que dans les pays voisins, il est en hausse de 5 % par rapport à l'hiver dernier.

38 % des vacanciers resteront en France où les destinations en montagne et citadines sont les plus plébiscitées.

Parmi ceux qui ne voyageront pas, 56 % déclarent ne pas avoir les moyens financiers et 40 % considèrent que le coût de la vie est devenu trop élevé.

Le budget alloué à ces vacances reste élevé malgré tout, avec 1 851 €, après la Suisse (2 727 €) et le Royaume-Uni (1 926 €).

75 % des personnes interrogées sont toutefois confiantes et ont l'intention de voyager à un autre moment dans l'année.

L'enquête révèle également que :

Les Européens souhaitent partir cet hiver principalement pour se détendre (48 %), profiter de leurs proches (32 %) et profiter de la nature à la campagne ou à la montagne (31 %).

Malgré l'inflation et la crise du coût de la vie, le voyageur moyen s'attend à dépenser plus de 1 500 €. Le montant moyen budgété par les voyageurs nationaux et internationaux entre janvier et mars cet hiver est de 1 547 €. Ce chiffre est largement comparable aux budgets alloués aux vacances d'été 2022 dans de nombreux pays européens, bien que les vacances d'hiver soient généralement beaucoup plus courtes. En été 2022, par exemple, les Britanniques ont budgété 1 823 €, les Français 1 836 € et les Italiens 1 607 €.

Si les coûts élevés n'affectent pas le désir de voyager, elles affectent les projets de voyage de certains. Parmi ceux qui prévoient de voyager, la moitié des personnes interrogées (50 %) s'attendent à ce que l'inflation les amène à changer de destination, à raccourcir leur voyage, voire à l'annuler. De même, parmi ceux qui ne prévoient pas de voyager cet hiver, le manque d'argent est le principal obstacle au voyage, cité par 53 % des personnes interrogées. 42 % estiment que les voyages sont tout simplement devenus trop chers.

Dans le sillage des problèmes liés au voyage en 2022, les préoccupations concernant les perturbations restent élevées. En cas de perturbation ou d'annulation d'un voyage, la confiance dans la possibilité de trouver des alternatives est mitigée. Alors qu'une majorité de personnes s'attend à pouvoir trouver un transport ou un hébergement alternatif en cas de besoin, d'autres ne sont pas convaincus. 33 % des personnes interrogées pensent ne pas pouvoir trouver un autre moyen de transport si leurs projets initiaux étaient annulés. Et 29 % ne sont pas convaincus qu'ils pourraient trouver un autre logement.

Les craintes pour la santé n'empêchent plus de voyager. Cet hiver, seuls 2 % des Européens ont invoqué des problèmes de santé comme raison de ne pas voyager. Dans l'ensemble, 39 % des personnes interrogées sont plutôt préoccupées par la situation sanitaire, soit une baisse de 6 points par rapport à l'été dernier.

Les Européens sont désormais plus nombreux à souscrire une assurance voyage pour se protéger contre les annulations ou les perturbations que pour couvrir l'assistance médicale. Parmi ceux qui envisagent de souscrire une assurance voyage avant de partir, 51 % prévoient de couvrir les imprévus pendant le voyage, et 46 % de couvrir le remboursement en cas d'annulation. En revanche, 38 % d'entre eux l'achètent pour couvrir les frais médicaux.

Joe Mason, Directeur Marketing Voyage chez Allianz Partners, a commenté : « *Le désir des Européens de voyager pour le plaisir cet hiver est indéniable, même face à l'augmentation des coûts et à l'incertitude économique. Cela fait environ un an que la plupart des pays européens ont levé leurs dernières restrictions de voyage liées à la pandémie, et les Européens ont redécouvert les avantages uniques qu'apportent les voyages : une occasion de se détendre, de voir sa famille et de profiter de la nature.*

Cependant, la hausse des prix a accentué l'écart entre ceux qui ont les moyens de voyager et ceux qui ne le peuvent pas. Alors que de nombreuses personnes ont les moyens de voyager, beaucoup d'autres ne peuvent pas se le permettre. Ce sera une préoccupation pour l'industrie du voyage si elle s'étend à la saison estivale.

Les perturbations dans les transports en 2022 sont toujours présentes dans l'esprit des voyageurs. Cela change également la façon dont ils utilisent l'assurance voyage : alors qu'auparavant, ils s'assuraient principalement pour couvrir les urgences médicales, pour beaucoup, la principale préoccupation est désormais la protection contre les imprévus. La demande d'assurance est plus forte que jamais, ainsi que les attentes des voyageurs envers les assureurs en cas de problème pendant le voyage.»

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 19 800 salariés dans 75 pays, parlant 70 langues et traitant 64 millions de dossiers chaque année, protégeant clients et salariés dans le monde entier.

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



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



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

Contacts presse

Allianz Partners : fr.allianzpartners@omnicomprgroup.com

