

# Comunicato Stampa

## Domanda elevata, maggiore volatilità e nuove aspettative caratterizzeranno l'alta stagione dei viaggi 2023

Milano, 9 maggio 2023

**Il Global Travel Summit annuale di Allianz Partners esplora le tendenze che stanno caratterizzando un anno intenso per l'industria dei viaggi e la forte influenza che le nuove aspettative dei clienti stanno avendo nella definizione del settore.**

Mentre l'industria del turismo si prepara al periodo più intenso dell'anno, emergono tre grandi temi che definiranno il settore delle assicurazioni di viaggio nel 2023: elevati livelli di domanda delle coperture assicurative, aumento della volatilità economica e geopolitica, maggiori aspettative da parte dei clienti.

Questi i punti chiave emersi dal Global Travel Summit di Allianz Partners dal titolo "Uncharted", una due giorni di evento ibrido tenutosi di recente a Parigi, che ha visto più di 200 partecipanti dal vivo e 1.500 virtuali, provenienti da cinque continenti, confrontarsi sulle opportunità emergenti e le incertezze che il settore deve affrontare, nonché sulla crescita e l'espansione di Allianz Partners.

Tra i protagonisti del dibattito diversi leader del settore dei viaggi ma non solo, tra cui Jeff Rosenblum, CEO dell'agenzia pubblicitaria Questus e autore di bestseller del Wall Street Journal, e Tyler Brûlé, presidente e direttore editoriale di Monocle.

### **"Cavalcare l'onda": la crescita dei viaggi continua nonostante le spinte inflazionistiche**

Il volume dei viaggi rimane elevato nel 2023 e l'interesse dei consumatori per le assicurazioni si conferma ben al di sopra dei livelli pre-pandemia. I dati del Customer Lab di Allianz Partners relativi a Belgio, Francia, Germania, Italia e Regno Unito, mostrano che le intenzioni di acquisto di un'assicurazione viaggio sono più che raddoppiate tra il 2019 e il 2022, passando dal 21% del 2019 al 55% del 2022 per i viaggi internazionali.

L'aumento della domanda ha contribuito alla crescita significativa del business viaggi di Allianz Partners nel 2022, che ha raggiunto un fatturato di 3,05 miliardi di euro, con un aumento dell'80% rispetto all'anno precedente e la migliore performance di sempre della società. Il numero di clienti è rimasto alto anche nei primi mesi del 2023, segnando una crescita significativa su base annua.

Ma l'elevata domanda è accompagnata da un significativo aumento delle aspettative dei clienti nei confronti del proprio assicuratore, tra le quali soprattutto una gestione più tempestiva dei sinistri e una maggiore reattività. Il Summit è stato l'occasione di riflettere su soluzioni che favoriscano maggiore efficienza e un'esperienza sempre più semplice e fluida, oltre che un momento di confronto sulle innovazioni tecnologiche che garantiranno maggiore protezione e comodità grazie a piattaforme digitali integrate.

Tale dibattito si inserisce in uno scenario economico e geopolitico molto complesso. Mentre la domanda rimane molto forte, il rialzo dei tassi di interesse e del costo dei prestiti, unito alle forti pressioni inflazionistiche, possono avere un impatto sui piani dei viaggiatori, soprattutto in termini di spese discrezionali accessorie alla vacanza stessa.

**Joe Mason, Chief Marketing Officer – Travel, Allianz Partners**, ha commentato: *“L'aumento dei viaggi turistici ha coinciso con un'inflazione elevata, in particolare per i trasporti, il cibo e l'intrattenimento. Malgrado i rapidi progressi tecnologici e nell'ambito dell'intelligenza artificiale, i clienti continuano a porre l'enfasi sul supporto 1 a 1 nei momenti critici. Aggiungete al mix il cambiamento climatico, la carenza di manodopera nel settore dei viaggi e la volatilità geopolitica, e capirete perché il 2023 si preannuncia come un anno molto complesso”*.

*“I viaggiatori oggi vogliono più tranquillità per esplorare veramente l'“inesplorato”: nuove destinazioni, nuove attività, nuovi servizi da parte delle assicurazioni. Il nostro compito è fornire tutto ciò attraverso prodotti assicurativi tradizionali e servizi migliorati, facendo sentire i viaggiatori più sicuri e protetti”*.

*“Allianz Partners continua a rilevare una domanda crescente, inclusa la gestione di oltre 72 milioni di casi complessivi nel 2022, con un aumento di quasi il 13% su base annua. Stiamo investendo e implementando nuove piattaforme digitali per rendere le esperienze quotidiane dei clienti più semplici e veloci. Stiamo anche fornendo un supporto altamente specializzato e personalizzato, quello di cui i clienti hanno bisogno nei momenti più difficili, soprattutto quando si verifica un'emergenza medica o in viaggio”*.

## **Quattro ulteriori tendenze che ridisegneranno le assicurazioni di viaggio nel 2023 e oltre**

**Focus su piattaforme e tecnologia:** le piattaforme digitali sono una parte vitale del futuro del settore assicurativo, con il potenziale per aumentare la scalabilità delle soluzioni, ridurre i costi e migliorare l'esperienza del cliente.

**Importanza dello human touch:** importante almeno quanto la capacità di fornire tecnologia digitale all'avanguardia è quella di garantire servizi altamente personalizzati quando si affrontano situazioni complesse e delicate, in particolare le emergenze mediche. Allianz Partners ha gestito più di 11.000 rimpatri sanitari nel 2022, gestendo le emergenze mediche praticamente in ogni Paese del mondo.

**L'importanza dell'empowerment nella costruzione di brand forti:** l'intervento di Jeff Rosenblum ha evidenziato come i marchi più forti mirano a "rafforzare" piuttosto che a "limitare" i propri clienti.

**La sostenibilità rimane una priorità per i consumatori e va oltre il clima:** nonostante l'impatto della pandemia e i recenti venti contrari economici, la sostenibilità è una priorità

fondamentale per molti viaggiatori. Gli insight di Foresight Factory, agenzia che studia le tendenze dei consumatori globali, mostrano che la preoccupazione del pubblico rispetto alla domanda "cosa posso fare per proteggere l'ambiente?" è passata dal 57% nel 2020 al 72% nel 2022. Ma non si tratta solo di riduzione delle emissioni: i consumatori sono sempre più concentrati su altri aspetti, come le politiche ambientali dei governi, gli investimenti sostenibili e la trasparenza organizzativa.

### Contatti stampa

#### Allianz Partners

Caterina D'Apolito, Head of Communications & Sustainability - [caterina.dapolito@allianz.com](mailto:caterina.dapolito@allianz.com)  
+39 335 54 94 192

#### Omnicom PR Group

Sara Festini – [sara.festini@omnicomprgroup.com](mailto:sara.festini@omnicomprgroup.com) +39 335 1040414  
Carmelo Santisi – [carmelo.santisi@omnicomprgroup.com](mailto: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 assicurazione e assistenza internazionale, international health & life, mobility e assicurazione viaggio. 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 75 Paesi, i nostri 21.900 dipendenti parlano 70 lingue e gestiscono oltre 72,5 milioni di casi ogni anno, motivati ad andare oltre ogni limite per offrire serenità ai clienti in tutto il mondo. Per ulteriori informazioni visitare: [www.allianz-partners.it](http://www.allianz-partners.it)

In Italia Allianz Partners opera con il marchio commerciale Allianz Global Assistance ed è presente con le due sedi di Milano e Casarano, con oltre 600 collaboratori, di cui oltre 150 nel Contact Center e 250 nella Centrale Operativa, che supportano quotidianamente i nostri clienti, 24h/24 per 365 giorni l'anno, gestendo complessivamente più di 5,6 milioni di chiamate e circa 600 mila casi all'anno.

### Social media



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



Follow us on 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)