

States of Mind

comprendre le nouveau monde du voyage

L'étude States of Mind Travel d'Allianz Partners révèle l'évolution de l'état d'esprit des voyageurs face à une expérience de voyage de plus en plus complexe.

Tendances clés qui définissent l'avenir du secteur du voyage

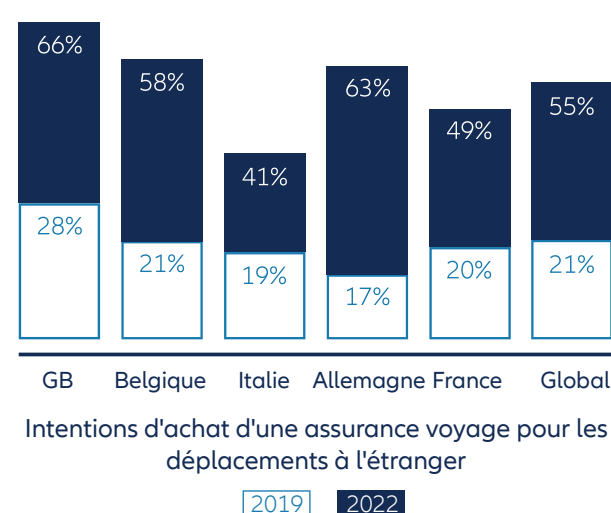
Des attentes pour **davantage de souplesse**

Face à une complexité croissante, les voyageurs attendent **plus de souplesse** et une **plus grande tranquillité d'esprit**.

58 % des jeunes familles souhaitent faire des réservations de voyage flexibles



Les données d'Allianz Partners révèlent que **l'intention d'achat concernant l'assurance voyage** pour des séjours à l'étranger a plus que **doublé** entre 2019 et 2022.



"Le travail à distance" une nouvelle norme



La croissance du travail à distance et du travail hybride signifie que davantage de voyageurs de tous âges combinent **business et loisirs**.



Des personnes **de tous âges** souhaitent désormais facilement travailler à distance.



28 % des voyageurs de 18 à 25 ans souhaitent **travailler à l'étranger** plus fréquemment, ou depuis une résidence secondaire ou de famille à l'avenir.

Le futur du **voyage responsable & durable**

41 % des consommateurs sont conscients de leur impact environnemental lors des voyages.



Le développement durable reste un **facteur relativement mineur** lors du processus de décision ; les consommateurs étant réticents à **payer plus cher pour compenser leur empreinte carbone**.

Vers une **expérience de voyage fluide**

"Le voyage est une **aventure** et pas uniquement une destination. La façon dont vous vous y rendez est cruciale, ce qui signifie que le **voyage lui-même** doit être une partie positive de l'expérience."
Joe Mason, Directeur Marketing Voyage chez Allianz Partners.