

# Comunicato Stampa

## Aumenta il budget dedicato alle vacanze di viaggiatori italiani ed europei nonostante l'inflazione

L'Allianz Partners Vacation Confidence Index evidenzia che:

- **Nove italiani su dieci – primi in Europa – pianificano un viaggio, anche se sul budget disponibile restiamo in coda alla classifica**
- **Cresce, anche in Italia (+4 punti percentuali), la domanda di viaggi internazionali mentre si riducono significativamente le preoccupazioni legate a crisi sanitarie e geopolitiche**
- **Sono in aumento invece i timori dei viaggiatori legati a rischi ambientali come incendi e inondazioni.**
- **Italiani primi nell'intenzione di cambiare il proprio modo di viaggiare per ridurre l'impatto sull'ambiente**

Milano, 13 giugno 2023

Nonostante gli alti tassi di inflazione e un costo della vita che si mantiene su livelli elevati, **nel 2023 la maggioranza dei viaggiatori prevede di aumentare il budget per i viaggi estivi.** Gli intervistati in sette dei nove Paesi presi in esame da **Allianz Partners** per il suo **Summer Vacation Confidence Index** prevedono infatti un aumento della spesa per viaggiare in questa stagione<sup>1</sup>, con svizzeri e britannici che fanno segnare la crescita maggiore, rispettivamente di 653 euro (+31%) e 467 euro (+26%). Meno evidente l'incremento in altri Paesi, come Francia, Germania, Spagna e Paesi Bassi. L'Italia si ferma a un +5%, e con 1.691€ in media si conferma al penultimo posto nell'Index come budget disponibile. L'Austria è invece l'unico Paese a registrare una riduzione del budget.

La ricerca, condotta da OpinionWay per Allianz Partners, ha coinvolto 9.443 persone in Francia, Germania, Regno Unito, Italia, Spagna, Paesi Bassi, Austria, Svizzera e Polonia.

I dati evidenziano come **la domanda di viaggi rimanga molto forte**: il 91% degli italiani e l'85% totale degli intervistati prevede di andare in vacanza quest'estate, percentuali sostanzialmente in linea con quelle dello scorso anno. **Cresce ancora il desiderio di recarsi all'estero**, con il 43% che ha in programma per l'estate 2023 un viaggio al di fuori dei propri confini nazionali - un aumento di 4 punti percentuali rispetto al 2022. Perfettamente nella media (+4 p.p.) la crescita nel nostro Paese, dove però la quota di quanti andranno all'estero si ferma al 32%. Con +8 punti, è invece il Regno Unito a registrare l'aumento più significativo in questa particolare classifica.

---

<sup>1</sup> La Polonia non era inclusa nell'edizione 2022 della survey, il che rende impossibile confrontare i dati

**I rischi legati all'ambiente e al clima, come incendi e inondazioni, influenzano oggi significativamente la maggior parte dei viaggiatori** nella scelta della destinazione per le vacanze. In seguito alle gravi catastrofi naturali degli ultimi anni, tra cui le recenti alluvioni nel nord Italia e i grandi incendi del 2022, il 58% degli intervistati ha dichiarato di tenere conto di tali rischi nella scelta della destinazione delle vacanze. I viaggiatori di Spagna (65%), Svizzera (62%) e Italia (59%) sono quelli che hanno dimostrato una maggiore sensibilità sul tema, mentre i britannici (50%) sono risultati i meno preoccupati.

#### **Altri risultati chiave:**

- **Sempre più avventurosi:** il 43% degli italiani intervistati, percentuale perfettamente in linea con la media europea, si considera più avventuroso rispetto a cinque anni fa. Inoltre, il 73% dei vacanzieri del nostro Paese, anche stavolta in perfetta media, ha espresso il desiderio di provare qualcosa di nuovo e diverso durante le prossime vacanze.
- **Meno preoccupazioni per la salute e le crisi geopolitiche:** solo il 30% degli italiani (29% media) ha dichiarato di essere preoccupato per le questioni geopolitiche, con un calo del 21% (-13% media) rispetto all'estate scorsa. Allo stesso modo, solo il 27% (28% media) degli italiani intervistati ha dichiarato di essere preoccupato per questioni legate alla salute, con un calo del 26% (-17% media) negli ultimi 12 mesi.
- **Maggiore attenzione all'impatto ambientale:** due terzi degli italiani (56% media) prendono in considerazione la possibilità di cambiare il proprio modo di viaggiare per ridurre l'impatto sull'ambiente. Il 53% degli intervistati, sia in Italia sia nella media europea, è invece addirittura disposto a spendere di più per i trasporti e l'alloggio per ridurre l'impronta di carbonio.
- **Riposo e relax il motivo principale per partire:** in tutti e nove i Paesi oggetto dell'indagine, riposo e il relax sono emersi come il motivo principale che spinge la maggior parte dei viaggiatori ad andare in vacanza.

**Commentando i risultati dell'indagine, Joe Mason, Chief Marketing Officer - Travel di Allianz Partners, ha dichiarato:** *"Dopo un anno di inflazione e costo della vita elevati, ci si potrebbe aspettare che i viaggiatori riducano i budget e tirino la cinghia nel 2023. In realtà è il contrario: il desiderio di viaggiare rimane molto forte e i viaggiatori rispondono all'aumento dei prezzi aumentando i loro budget. Allo stesso tempo, il calo delle preoccupazioni geopolitiche e sanitarie sta facendo nuovamente crescere l'intenzione di viaggiare all'estero".*

*"Nel pianificare le vacanze, le persone tengono ora in considerazione anche i rischi ambientali, come inondazioni e incendi: i recenti eventi meteorologici estremi non sono passati inosservati, e anzi incidono sulle valutazioni dei vacanzieri. È anche probabile che queste tendenze abbiano un effetto a catena sul settore delle assicurazioni viaggio, con un maggior numero di viaggiatori che scelgono di esplorare l'ampia gamma di prodotti disponibili per assicurarsi di essere coperti dai potenziali rischi".*

*"Anche l'impatto ambientale dei viaggi, in senso ampio, è ora una priorità per molti vacanzieri. Nonostante il crescere dei prezzi, è sorprendente che il 53% dei viaggiatori dichiarati di essere disposti a pagare di più per trasporti e alloggi che riducano l'impatto ambientale".*

#### **LO STUDIO**

Lo studio è stato condotto su un campione di 9.443 persone, in Francia (1.037 persone), in Germania (1.050 persone), nel Regno Unito (1.052 persone), in Italia (1.050 persone), in Spagna (1.051 persone), nei Paesi Bassi (1.050 persone), in Austria (1.053 persone), in Svizzera (1.050 persone) e

in Polonia (1.050 persone). I dati sono stati elaborati secondo il metodo delle quote, in relazione ai criteri di sesso, età, categoria socio-professionale, regione di residenza e dimensione dell'agglomerato in Francia; sesso, età, regione e reddito in altri paesi. Le interviste sono state effettuate utilizzando un questionario online autosomministrato tramite il sistema CAWI (Computer Assisted Web Interview). Le interviste sono state effettuate tra il 3 maggio e il 9 maggio 2023.

### 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 international health & life, assicurazione viaggio, automotive e assistenza. 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)