

Comunicato Stampa

Più del 70% degli italiani pronto a partire per una vacanza invernale entro marzo

Allianz Partners presenta i risultati del terzo International Vacation Confidence Index, che ha coinvolto oltre 9.000 persone in Austria, Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Polonia, Spagna, Svizzera e Regno Unito.

Milano, 7 febbraio 2023

Questo inverno resta forte in Europa la propensione a viaggiare, come rivelano i risultati del terzo International Vacation Confidence Index di Allianz Partners¹. Quasi due terzi (63%) degli oltre 9mila intervistati in nove Paesi europei prevedono, infatti, di fare un viaggio di piacere di tre o più giorni entro marzo, puntando sia su mete domestiche sia estere. Nonostante la diffusa compressione della spesa dei consumatori, la propensione a viaggiare all'estero si rivela sostenuta: quasi un quarto (23%) del campione prevede una vacanza al di fuori dei propri confini nazionali entro la fine dell'inverno, con il 72% di questi che scelgono una meta del Vecchio Continente.

Guardando al nostro Paese, la propensione a viaggiare risulta addirittura maggiore della media, con il 73% degli italiani pronto a partire entro il mese di marzo. I più pianificano di restare in Italia (61%), prediligendo vacanze in città (33%) o in montagna (25%). Più di uno su cinque però sta programmando un viaggio all'estero, nella grande maggioranza dei casi (76%) rimanendo in Europa.

I tre motivi principali che spingono a partire quest'inverno sono il desiderio di relax, quello di incontrare parenti e la voglia di riconnettersi con la natura. In tutta Europa, quasi la metà (48%) di chi parte dichiara di volersi rilassare. Un terzo (32%) intende trascorrere del tempo con i parenti e il 31% vuole godersi la natura in campagna o in montagna. Anche gli italiani partono in primo luogo per rilassarsi (51%), ma il desiderio di godersi la natura (32%) supera, seppur di poco, quello di ritrovarsi con i propri cari (29%).

Nonostante l'inflazione e la conseguente crescita del costo della vita, il viaggiatore medio prevede di spendere poco più di 1.500 euro. Per molti Paesi si tratta di un budget paragonabile a quello dell'ultima estate, tenendo in considerazione il fatto che le vacanze invernali sono in genere molto più brevi. Nell'estate 2022, ad esempio, i britannici hanno preventivato 1.823 euro, i francesi 1.836 euro e gli italiani 1.607 euro.

¹ Studio condotto da OpinionWay per conto di Allianz Partners all'inizio di gennaio 2023, lo studio ha coinvolto 9.337 persone in Austria, Francia, Germania, Italia, Spagna, Paesi Bassi, Svizzera, Regno Unito e Polonia

Sebbene la crescita dei prezzi non stia minando la domanda, per alcuni sta influenzando i piani di viaggio. Tra coloro che hanno in programma di viaggiare, l'aumento dei costi di viaggio fa sì che la metà degli intervistati (50%) dichiarino di aspettarsi di dover cambiare destinazione, accorciare il viaggio o addirittura cancellarlo. Un dato significativamente più alto si registra invece nel nostro Paese, dove il 79% dei viaggiatori si aspetta di dover cambiare i propri piani di viaggio. Allo stesso modo, tra coloro che non hanno intenzione di viaggiare quest'inverno, la mancanza di denaro è il principale ostacolo al viaggio, citato dal 53% di chi non partirà. Un dato, quest'ultimo, che per l'Italia sale al 60%. Il 42% tra gli europei che resteranno a casa (il 47% tra gli italiani) ritiene che viaggiare sia diventato semplicemente troppo costoso.

Sulla scia dei problemi che il mondo dei viaggi ha affrontato negli anni recenti, i timori di interruzioni e cancellazioni rimangono elevati. Mentre la maggioranza delle persone si aspetta di essere in grado di trovare un mezzo di trasporto o un alloggio alternativo in caso di necessità, una consistente minoranza non ne è convinta. Il 33% degli europei – il 31% degli italiani - non è fiducioso che si possa trovare un mezzo di trasporto alternativo se i piani iniziali dovessero essere cancellati. Il 29% (25% italiani) non crede di poter trovare un alloggio alternativo.

I timori per la salute non impediscono più alle persone di viaggiare. Quest'inverno, solo il 2% in tutta Europa, l'1% in Italia, ha citato problemi di salute come motivo per non viaggiare. Complessivamente, il 39% degli intervistati è piuttosto preoccupato per la situazione sanitaria, con un calo di 6 punti rispetto all'estate scorsa. Gli italiani, con il 44%, restano un po' più preoccupati della media, ma con un calo maggiore (9%) rispetto all'ultima rilevazione.

Cresce il numero delle persone che acquistano un'assicurazione viaggio per proteggersi dalla cancellazione o dalle interruzioni del viaggio oppure per coprire l'assistenza medica. Tra coloro che intendono acquistare un'assicurazione di viaggio prima di partire, il 51% prevede di coprire eventi imprevisti durante il viaggio e il 46% di coprire il rimborso in caso di annullamento. Il 38% invece la acquista per coprire le spese mediche.

Commentando i risultati dell'indagine, Joe Mason, Chief Marketing Officer - Travel di Allianz Partners, ha dichiarato:

Il desiderio degli europei di viaggiare quest'inverno è davvero significativo, anche a fronte dell'aumento dei costi e dell'incertezza economica. È passato circa un anno da quando la gran parte dei Paesi europei ha eliminato le ultime restrizioni di viaggio legate alla pandemia e gli europei hanno riscoperto i vantaggi unici che il viaggio offre: un'opportunità per rilassarsi, vedere la famiglia e godersi la natura.

Tuttavia, l'aumento dei prezzi ha acuito la linea di demarcazione tra chi può permettersi di viaggiare e chi no. Mentre molti sono disposti e sono in grado di spendere per viaggiare, molti altri sono esclusi. Questo sarà motivo di preoccupazione per il settore, soprattutto se tale fenomeno dovesse prolungarsi fino alla stagione estiva.

Lo spettro delle difficoltà dei trasporti del 2022 e dell'offerta limitata di alloggi incombe ancora sulla mente dei viaggiatori. Sta cambiando anche il modo in cui le persone utilizzano le assicurazioni di viaggio: mentre in passato il motivo principale per cui ci si assicurava era la copertura delle emergenze mediche, per molte persone ora la preoccupazione principale è la

protezione contro le interruzioni. La domanda di assicurazioni è più alta che mai, ma anche le aspettative degli assicurati rispetto alla capacità delle assicurazioni di risolvere i problemi.

I risultati del 3° International Vacation Confidence Index sono disponibili [qui](#).

Contatti stampa

Allianz Partners

Caterina D'Apolito, Head of Communications & Sustainability - caterina.dapolito@allianz.com
+39 335 54 94 192

Omnicom PR Group

Emanuela dell'Isola – emanuela.dellisola@omnicomprgroup.com +39 348 4848014
Carmelo Santisi – 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 19.800 dipendenti parlano 70 lingue e gestiscono oltre 64 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

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)