

Communiqué de presse

Wallisellen, le 8 septembre 2022

Aéroports bondés, bagages perdus, vacanciers bloqués sans voiture de location : le rattrapage se poursuit dans l'industrie du voyage. Toutefois, l'intensité des voyages n'a pas encore atteint le niveau d'avant le coronavirus. Même si beaucoup de règles ont été assouplies, certains obstacles demeurent et la situation reste incertaine en ce qui concerne les destinations lointaines. Un problème que les guides de voyage numériques essaient d'atténuer en facilitant la vie des voyageurs.

- La période turbulente des vacances d'été se reflète également dans les résultats de l'enquête. La reprise du marché du voyage s'est encore accélérée. Avec un peu moins de 2,3 excursions par an, le niveau d'avant le coronavirus (2,8) n'a toutefois pas encore été atteint.
- Du point de vue de l'industrie du voyage, il faut dire que « l'effet de rattrapage » n'a commencé qu'à une échelle limitée. Les incertitudes de ces dernières années sont encore profondes et ont comme conséquence que les voyageurs se rabattent sur les destinations proches.
- Pour ce qui est des moyens de transport, l'avion a pour la première fois enregistré une nette progression (+41 %). Les résultats de l'enquête confirment également la forte demande de voitures de location (+44 %) et les problèmes de disponibilité qui en résultent.
- Les tendances de la période du coronavirus sont encore clairement visibles : Les réservations se font de façon beaucoup plus spontanée, et les gens font très attention aux conditions d'annulation. En revanche, la tendance dont tout le monde parle à associer le lieu de vacances au lieu de travail (« workations ») ne semble pas encore être arrivée en Suisse. D'autres sondages seront nécessaires pour déterminer les causes du rejet par 3 personnes sur 4 (réticence personnelle ou manque général d'acceptation).
- Néanmoins, l'assurance voyage reprend de l'importance, en particulier dans le domaine des assurances voyage annuelles, également à cause des règles d'entrée plus strictes et de l'obligation de disposer d'une assurance imposée par de nombreuses destinations de vacances.
- À l'heure actuelle, l'envie de voyager est encore atténuée par le sentiment de complexité des règles d'entrée. Malgré les assouplissements, les obstacles liés aux différentes règles de voyage sont encore très importants et freinent l'envie de partir loin (seule une personne sur dix s'accommode de ces obstacles liés aux voyages lointains).
- Ainsi, cette année encore, des destinations proches sont la plupart du temps au programme. Pour près des deux tiers des personnes interrogées, il est clair que cette année, elles n'ont pas encore rattrapé leurs projets de voyage avortés des deux années précédentes. L'envie de partir loin est bien présente, des États-Unis à l'Australie en passant par le Canada, l'Islande, la Thaïlande et le Japon. Mais la plupart des voyages se font encore en Suisse ou dans les pays voisins.
- Environ 75 % des personnes interrogées utiliseraient des guides de voyage numériques, qui permettraient de s'y retrouver plus facilement dans la jungle des réglementations ou apporteraient une aide médicale précieuse et des conseils en cas d'urgence.

Cet été, la situation chaotique dans les aéroports bondés en raison des problèmes de capacité, des défaillances techniques ou des annulations de vols pour cause de manque de personnel ont fait la une des journaux. Les chiffres montrent une forte croissance de la demande en matière de vacances, de 35 à 40 %. Avec 2,3 excursions par an, le niveau d'avant le coronavirus (2,8) n'a pas encore été atteint. Beaucoup d'incertitudes freinent l'envie de voyager. Le creux de la vague de l'année passée, avec 1,7 excursion, semble cependant derrière nous.

L'usage des moyens de transport est encore très différent de celui de la période d'avant le coronavirus. L'évolution survenue depuis l'année dernière a réduit l'écart occasionné par le coronavirus, mais la voiture reste, de façon très nette, le moyen de transport le plus utilisé pendant les vacances (pour 8 personnes sur 10). 15 % des personnes interrogées utilisent encore exclusivement leur propre voiture. L'augmentation du nombre de passagers aériens de +41 % (par rapport à l'année précédente) montre cependant que les gens essaient à nouveau d'échapper les embouteillages des routes vers le sud.

Ainsi, cette année encore, des destinations proches sont la plupart du temps au programme. Pour près des deux tiers des personnes interrogées, il est clair que cette année, elles n'ont pas encore rattrapé leurs projets de voyage avortés. L'envie de partir loin est bien présente, des États-Unis à l'Australie en passant par le Canada, l'Islande, la Thaïlande et le Japon. Mais la plupart des voyages se font encore en Suisse ou dans les pays voisins. Les incertitudes et le sentiment de complexité sont encore prédominants.

Enfin, les obstacles rencontrés pendant la planification du voyage conduisent à un besoin accru d'information chez environ deux personnes interrogées sur cinq. Contrairement aux attentes, les réservations de voyages hors ligne dans une agence de voyages sont aujourd'hui moins nombreuses. En 2019, plus d'une personne sur quatre a réservé son voyage au guichet d'une agence de voyages, contre moins d'une personne sur cinq en 2022. Il reste à déterminer si cela peut s'expliquer par un changement de comportement en matière de réservation ou par le fait que les voyages lointains plus compliqués, qui nécessitent de recevoir beaucoup de conseils, ne sont pas encore à l'ordre du jour.

Dans le domaine de l'assurance voyage, le nombre de conclusions de contrats d'assurance annuelle est corrélé à l'activité de voyage. Une légère augmentation est ici perceptible, mais les valeurs restent en deçà des résultats de 2020 et 2019, alors même que le rôle de l'assurance voyage évolue considérablement dans le monde entier. Le nombre croissant de certificats d'assurance voyage exigés à l'entrée dans plus de 40 pays en est un bon exemple.

L'étude sur les voyages réalisée cette année a également cherché à en savoir plus sur l'utilité des guides de voyage numériques. Trois personnes sur quatre apprécieraient beaucoup l'aide supplémentaire d'un guide de voyage numérique, les principaux avantages cités résidant dans le soutien sur place en cas d'urgence médicale ou la possibilité de consulter les règlements relatifs à la quarantaine. Mais les utilisateurs potentiels souhaiteraient une assistance supplémentaire en cas de test Covid positif ou si d'autres incidents surviennent lors des déplacements (panne de voiture / accident, bagages non arrivés). Le besoin de services supplémentaires se limite à l'accès à une hotline médicale en Suisse (24h/24 et 7 jours/7), partout dans le monde, sans autres services premium tels que les surclassements du vol ou de la chambre d'hôtel.

Certaines tendances dont tout le monde parle, comme les « workations », n'ont pas (encore) recueilli beaucoup d'avis favorables, ce qui est toutefois surprenant. La combinaison entre travail (work) et vacances (vacations) semble peu souhaitable pour de nombreuses personnes en Suisse, et encore moins pour les femmes que les hommes (8 femmes sur 10 contre 7 hommes sur 10), la principale différence observée dans les réponses étant liée à l'âge (voir graphique).

Présentation d'Allianz Partners

Allianz Partners fait partie des leaders mondiaux de l'assurance voyage (Allianz Travel) et de l'assistance (Allianz Assistance). Les produits sont généralement intégrés de manière transparente dans les offres des organisateurs de voyages, des caisses maladie, des banques, des entreprises de transport, des clubs automobiles / fabricants ou de nombreux autres partenaires. Les produits sont également vendus directement en ligne sur allianz-travel.ch. L'entreprise emploie plus de 20 000 personnes dans 75 pays, qui parlent 70 langues différentes et collaborent étroitement avec un réseau international de plus de 900 000 prestataires de santé et de service. Allianz Partners appartient au groupe Allianz dont le siège se trouve à Munich et se présente sur le marché suisse sous les marques Allianz Travel, Allianz Assistance et Medi24.

Vous trouverez de plus amples informations sur: www.allianz-partners.com/reisestudie

Contact

Nico Koch, Responsable Communication

Téléphone: +41 44 562 38 29

E-Mail: medien.ch@allianz.com

Allianz Partners (Schweiz)

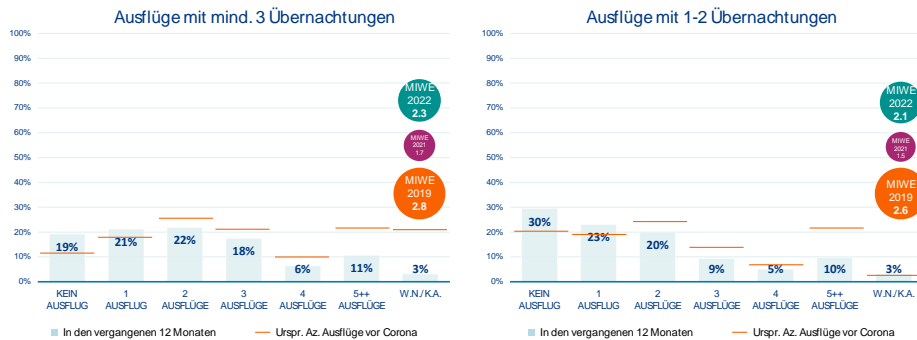
Richtiplatz 1

8304 Wallisellen

Graphiques (veuillez-vous référer directement à la présentation pour de plus amples informations):

SCHWEIZER REISEBEVÖLKERUNG

ANZAHL AUSWÄRTIGE ÜBERNACHTUNGEN – LETZTE 12 MT.



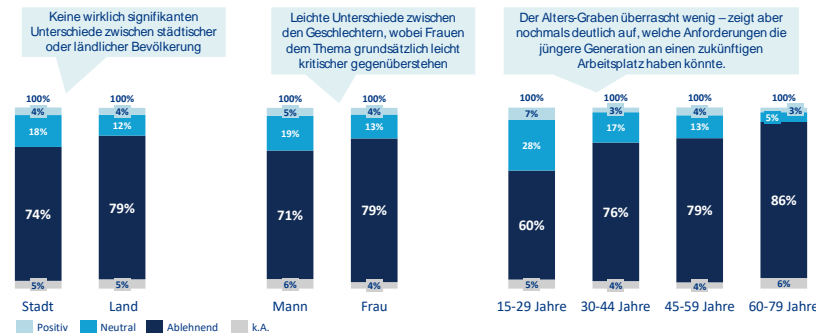
Der Anstieg der Reisefähigkeit geht weiter. Der Tiefpunkt wurde im Jahr 2021 mit 1,7 Ausflügen/Jahr erreicht und ist dieses Jahr >35% gestiegen, was für eine klare Erholungsphase spricht. Das Niveau von Vor-Corona (2019) wurde jedoch weder bei den Kurztrips – noch bei den Fernausflügen erreicht.

S16: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten private Ausflüge oder Ferien mit mindestens drei auswärtigen Übernachtungen gemacht?
 S20: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten private Ausflüge oder Kurztrips (z.B. Städte- oder Wochenendtrip) mit einer bis max. zwei auswärtigen Übernachtungen gemacht?
 Basis: n=1'197 | Filter: Alle Befragten | Zahlenfelder | Neue Fragen in W3 2021

BLICK IN DIE ZUKUNFT

WORKATIONS: WAS WIR (NOCH) NICHT BEOBACHTEN IN DER SCHWEIZ

Frage wie der oder die Befragte es einschätzt in Zukunft auch vermehrt aus dem Ausland oder aus dem Ferien / Zweitwohnsitz in der Schweiz heraus zu arbeiten



Das Thema Workations scheint in der Schweiz trotz gewonnener Flexibilität in Bezug auf den Arbeitsort (noch) kein Thema zu sein. Es wird sich zeigen, ob es eher eine Ablehnung der Durchmischung von Ferien- und Arbeit von Seiten der Arbeitnehmenden – oder eher eine Ablehnung resp. fehlende Akzeptanz (oder andere Gründe) von Seiten Arbeitgebenden ist.

F840: Hier sind einige Sätze oder Meinungen. Geben Sie für jeden Satz an, ob er auf Sie zutrifft oder nicht.
 Basis: n=1'051 | Filter: Schweizer Reisebevölkerung | Skalierte Frage: 1= trifft überhaupt nicht zu bis 7= trifft vollständig für Sie zu | neue Frage in W4 2022

BUCHUNGSPROZESS UND PRÄFERENZEN

Der erwartete Nachholeffekt hat noch nicht eingesetzt

