

Comunicato stampa

L'INFLAZIONE EMERGE COME SFIDA PRINCIPALE PER I VIAGGIATORI DI QUEST'ESTATE

Secondo l'International Vacation Confidence Index di Allianz Partners, cresce la fiducia nei viaggi, ma le mete domestiche rimangono la prima scelta nonostante la revoca delle restrizioni da Covid-19. Pesano i costi crescenti e l'attenzione alla propria situazione finanziaria, specie nel nostro Paese.

Milano, 8 giugno 2022

Mentre il mondo inizia a emergere dalle restrizioni del Covid-19, un nuovo ostacolo, di natura economica, rischia di imporre nuovi vincoli alle famiglie, in Italia e a livello globale. Secondo i dati emersi dalla prima edizione estiva dell'**International Vacation Confidence Index** di **Allianz Partners**, quest'estate l'incerta situazione economica rappresenta la principale sfida per i viaggiatori.

La ricerca, condotta da OpinionWay per conto di Allianz Partners, ha intervistato **9.107 persone in Austria, Francia, Germania, Italia, Spagna, Paesi Bassi, Svizzera, Regno Unito e Stati Uniti**, con l'obiettivo di ottenere una panoramica sui livelli di fiducia dei viaggiatori in vista delle ormai prossime vacanze estive, per identificare i principali ostacoli che dovranno affrontare durante l'estate.

Mentre l'impatto della pandemia sulla vita quotidiana sembra diminuire nella maggior parte dei Paesi del mondo, la ricerca rileva che la fiducia nella capacità di viaggiare è aumentata (77%) rispetto allo scorso inverno (58%). Tuttavia, la metà degli intervistati (50%) afferma che il probabile aumento dei costi di viaggio potrebbe spingerli a ridimensionare le proprie vacanze estive. Allo stesso modo, quasi la metà (47%) afferma che lo stato delle proprie finanze personali potrebbe indurli a rivedere le proprie ambizioni per le vacanze. In più, per coloro che quest'estate non hanno in programma di viaggiare, il motivo principale è che non possono permetterselo, a causa dell'aumento del costo della vita e dei viaggi.

Dopo le preoccupazioni di natura economica, è la crisi sanitaria in corso a essere ritenuta il principale ostacolo che rischia di minare il buon esito delle vacanze estive (45%). Una preoccupazione maggiore rispetto a quelle relative alla situazione geopolitica, con la guerra in Ucraina (42%), agli obblighi personali (43%) e professionali (32%).

Focus Italia

Cresce nel nostro Paese la fiducia nel viaggiare, con l'85% degli intervistati che si sente molto o piuttosto sicuro a partire e il 92% che addirittura sta già pianificando una vacanza. Gli italiani avranno però a disposizione per partire il secondo budget più basso tra i Paesi oggetto dell'indagine, in media 1.607€, e sentono più della media (59% vs 50%) il rischio che i crescenti costi di viaggio possano indurli ad abbassare le proprie aspettative per l'estate. Timori in questo senso arrivano anche dalla propria situazione finanziaria (56% vs 47% media globale), e anche chi non partirà affatto lo farà soprattutto per ragioni economiche. Il 25% di chi resterà a casa dichiara infatti di non potersi permettere delle vacanze, mentre un ulteriore 13% afferma di non voler spendere in questo momento.

Come da tradizione, gli italiani partiranno soprattutto con l'obiettivo di rilassarsi (52%) e di andare al mare (50%). La montagna e le aree naturali attirano dal canto loro 1 italiano su 5, mentre l'attività fisica rimane lontana dalle priorità, con solo il 7% che partirà per praticare il proprio sport o hobby preferito.

Si consolida il trend della Staycation

Il Covid-19 ha costretto diversi Paesi a chiudere i propri confini, così che chi desiderava viaggiare ha iniziato a esplorare mete interne. Mentre i nostri orizzonti si sono fisicamente "ristretti", i nostri Paesi d'origine sono diventati più attraenti che mai e questa tendenza pare sia destinata a rimanere, nonostante la riapertura dei confini. L'Italia (81%), la Spagna (75%) e gli Stati Uniti (67%) guidano questo trend, con la maggior parte degli intervistati che prevede di viaggiare all'interno del proprio Paese per queste vacanze estive. Austriaci (58%) e svizzeri (57%), al contrario, stanno programmando di viaggiare principalmente all'estero.

L'economia sta giocando un ruolo importante nelle intenzioni di viaggio. Quasi la metà (43%) degli intervistati che non hanno intenzione di uscire dai propri confini nazionali, citano motivi economici come principale ragione della propria scelta. Oltre un quarto (27%) afferma di non poter viaggiare all'estero a causa dell'aumento dei prezzi e un ulteriore 16% preferisce risparmiare.

L'impatto del costo della vita sui budget delle vacanze

Quello degli americani, oltre quota 3mila € (\$ 3.222), è di gran lunga il più elevato tra i budget medi per le vacanze. Tuttavia, oltre la metà (57%) del campione statunitense afferma che l'aumento dei prezzi potrebbe comportare una revisione al ribasso, per spendere meno. Mentre quasi tutti gli spagnoli e gli italiani concordano sull'importanza delle vacanze estive, entrambi dichiarano i budget più bassi, rispettivamente a € 1.585 e € 1.607. In questi Paesi è alta la paura dell'inflazione, con due terzi (66%) in Spagna e più della metà in Italia (59%) che affermano che probabilmente avrà un impatto negativo sulle loro vacanze.

Il relax è l'obiettivo numero uno per le vacanze estive

Mentre il mondo affronta crisi sanitarie, geopolitiche ed economiche, non sorprende che gli intervistati di tutti i Paesi, ad eccezione della Spagna, citino relax e riposo come speranza principale per le loro vacanze estive. In Spagna, la maggior parte degli intervistati (48%) spera di andare al mare.

Gli americani sono quelli che più di tutti sperano di poter sfruttare le vacanze per passare del tempo con la famiglia e gli amici (28%). Sono anche più propensi a pianificare vacanze di shopping (19%), così come gli olandesi (19%). I più atletici sono gli austriaci, con il 14% che desidera utilizzare la propria vacanza per praticare uno sport o un hobby.

Commentando il sondaggio, Joe Mason, Chief Marketing Officer - Travel, di Allianz Partners ha dichiarato: *"Sono lieto di condividere i risultati della seconda edizione del nostro International Vacation Confidence Index, ricerca internazionale che per la prima volta si concentra sul periodo delle vacanze estive. La buona notizia è che la fiducia nella possibilità di viaggiare quest'estate è ampiamente consolidata in tutti i Paesi presi in esame. Le vacanze estive sono estremamente importanti per le persone e un momento prezioso per prendersi una pausa, rilassarsi e connettersi con la famiglia e i propri cari. Mentre ci avviciniamo alla prima estate in tre anni con poche restrizioni di viaggio da Covid-19, è particolarmente interessante vedere che la pandemia non è più la preoccupazione principale per i vacanzieri estivi. Tuttavia, la staycation – trend divenuto popolare durante la pandemia - sembra essere una tendenza destinata a durare, e molti pianificano di andare in vacanza nel loro Paese d'origine, anche perché si trovano ad affrontare l'aumento del costo della vita e dei viaggi.*

Ricerche come questa, che ci forniscono una comprensione completa del comportamento dei consumatori, sono estremamente importanti per noi di Allianz Partners, perché rappresentano uno strumento ideale per conoscere le esigenze e le preoccupazioni dei nostri clienti, così da fornire loro servizi che soddisfino le loro aspettative mano a mano che queste cambiano e si evolvono".

Metodologia dell'indagine

Lo studio è stato condotto su un campione di 9.107 persone, in Francia (1.019 persone), in Germania (1.020 persone), nel Regno Unito (1.012 persone), in Italia (1.025 persone), in Spagna (1.015 persone), nei Paesi Bassi (1.003 persone), in Austria (1.003 persone), in Svizzera (1.005 persone) e negli Stati Uniti d'America (1.005 persone). I campioni sono stati elaborati secondo il metodo delle quote, tenendo conto dei 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 eseguite utilizzando un questionario online autosomministrato tramite il sistema CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Le interviste sono state effettuate tra il 3 maggio e l'11 maggio 2022.

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
Michele Pozzi - michele.pozzi@omnicomprgroup.com +39 342 154 0357

Allianz Partners

Allianz Partners è leader mondiale nell'assicurazione e assistenza B2B2C e offre soluzioni globali che abbracciano international health & life, assicurazione viaggio, automotive e assistance. Guidati dal Cliente, i nostri esperti stanno ridefinendo i servizi assicurativi pronti 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 i nostri quattro brand commerciali: Allianz Assistance, Allianz Travel e 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.

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 220 nel Contact Center e 260 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)