

Comunicato stampa

La richiesta di flessibilità ha più che raddoppiato le intenzioni di acquisto di assicurazioni viaggio rispetto al periodo pre-COVID

Il rapporto States of Mind Travel Report di Allianz Partners rivela un cambiamento di mentalità dei consumatori di fronte a un'esperienza di viaggio sempre più complessa.

Parigi, 5 dicembre 2022 – La richiesta di maggiore flessibilità da parte dei viaggiatori sta definendo i viaggi post-pandemia, con i clienti che cercano di gestire una gamma più ampia di potenziali problemi. Questa una delle tendenze chiave evidenziate nello *States of Mind Travel Report*¹ pubblicato da Allianz Partners, leader mondiale nei servizi di assicurazione e assistenza, che indaga sullo stato attuale e sul futuro dell'industria dei viaggi e del turismo.

Il report, che si basa sull'analisi di esperti del settore - Joe Mason, Chief Marketing Officer di Allianz Partners per il settore Travel e Luís Araújo, Presidente dell'European Travel Commission - nonché sui dati relativi alle tendenze dei clienti di Allianz Partners, evidenzia l'aumento dei fattori di attenzione che oggi i viaggiatori devono affrontare.

Oltre alle preoccupazioni correlate alla salute, i viaggiatori devono affrontare turbolenze geopolitiche, inflazione elevata e incertezza economica crescente. Questa situazione determina un nuovo atteggiamento nei confronti dei viaggi, in cui la flessibilità e la protezione integrate contro il "cosa succede se" svolgono un ruolo ancora più importante.

I dati di Allianz Partners rivelano che nei cinque principali mercati europei (Belgio, Francia, Germania, Italia, Regno Unito) le intenzioni dei clienti di acquistare un'assicurazione viaggio sono aumentate sostanzialmente, dal 21% nel 2019 al 55% nel 2022 per i viaggi internazionali e dal 12% al 26% per i viaggi nazionali. In linea con la crescente domanda, Allianz Partners ha registrato nel 2022 il livello più alto di richieste di prestazioni post-partenza.

La ricerca evidenzia inoltre:

- È sempre più diffusa la tendenza a "lavorare da qualsiasi luogo": la crescita del lavoro da remoto e ibrido significa che sempre più viaggiatori di tutte le età coniugano attività lavorativa e tempo libero, determinando un aumento dei viaggi "Bleisure". Inoltre, il report evidenzia gli adeguamenti richiesti dall'industria dei viaggi per soddisfare questa esigenza come, ad esempio, la necessità di una regolamentazione aggiornata, la risoluzione dei problemi di residenza fiscale e la necessità di ulteriori investimenti nelle destinazioni più popolari.

¹ Il rapporto States of Mind Travel si basa sulla ricerca del Customer Lab di Allianz Partners, sul Summer Vacation Confidence Index di Allianz Partners, su approfondimenti comportamentali dei consumatori interni e sui dati provenienti dall'intero ecosistema dei viaggi in generale. Il rapporto presenta anche i contributi e le analisi di due importanti esperti del settore dei viaggi: Joe Mason, Chief Marketing Officer di Allianz Partners, settore Travel, e Luís Araújo, Presidente dell'European Travel Commission. Le informazioni relative alla ricerca di Allianz Partner Customer Lab sono riportate alla fine del comunicato stampa.

- I modelli di lavoro ibridi continueranno probabilmente a esistere e sempre più viaggiatori prevedono di lavorare dall'estero o da un'altra residenza. La ricerca del Customer Lab di Allianz Partners ha rilevato che il 28% dei viaggiatori di età compresa tra i 18 e i 25 anni prevede in futuro di lavorare più frequentemente dall'estero o da una residenza secondaria o di famiglia.
- La flessibilità è fondamentale: il 58% delle famiglie più giovani prevede di effettuare prenotazioni di viaggio flessibili per far fronte a circostanze impreviste. Il 2022 è stato contrassegnato da un aumento dei viaggi di gruppi familiari più grandi e intergenerazionali, che ha comportato un cambiamento significativo nel settore. Gli hotel e i resort devono quindi soddisfare una gamma più ampia di ospiti e adattarsi maggiormente a una clientela diversificata.
- Il 41% dei consumatori è consapevole dell'impatto ambientale dei viaggi, anche se la sostenibilità rimane un fattore di importanza relativamente minore nei processi decisionali.

Joe Mason, Chief Marketing Officer di Allianz Partners per il settore Travel, ha commentato: *"Nel 2022 il desiderio di tornare a viaggiare è stato evidente. Basti pensare alle immagini che abbiamo visto quest'estate di sale d'attesa e resort affollati. Tuttavia, gli effetti della pandemia sulle esigenze e sulle aspettative dei viaggiatori sono ancora presenti.*

Oggi il settore assicurativo fornisce servizi a un consumatore più esigente e meglio informato, maggiormente consapevole sia di un buon servizio sia di un eventuale disservizio. Il settore dei viaggi risente di una pressione maggiore che spinge a offrire soluzioni flessibili e complete per coprire tutte le evenienze".

Luís Araújo, presidente dell'European Travel Commission, ha aggiunto: *"L'industria del turismo ha mostrato una resilienza incredibile negli ultimi tre anni. Ma se settori dell'ospitalità e dei viaggi hanno aumentato la flessibilità e l'adattabilità dei loro modelli operativi, questo deve essere ancora replicato in altre parti dell'ecosistema dei viaggi.*

Attrazioni, musei ed eventi sono solo alcune delle aree per le quali è necessario offrire un numero maggiore di opzioni ai viaggiatori, che cercano di limitare il rischio di delusione o danno economico qualora si verificano disservizi. Quanto più l'industria dei viaggi vedrà i diversi operatori del settore collaborare e lavorare insieme nel rendere l'intera esperienza di viaggio positiva, tanto più sarà in grado di prepararsi al meglio per il futuro".

Contatto stampa:

Allianz Partners

FleishmanHillard allianzpartners@fleishmanurope.com

Allianz Partners Italia

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 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.

Informazioni sui dati del Customer Lab di Allianz Partners

Il Customer Lab di Allianz Partners è un database quantitativo proprietario di informazioni sui consumatori. I dati del 2022 sono stati raccolti in primavera e hanno coinvolto oltre 25.000 consumatori in dieci paesi: Australia, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, Italia, Regno Unito e Stati Uniti. I dati sono analizzati a livello di paese e di fascia di età, nonché a livello di campione totale.

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)