



6.4.2019  
Comunicato stampa

## 19° EDIZIONE DEL BAROMETRO VACANZE IPSOS EUROP ASSISTANCE: GLI ITALIANI SCELGONO L'ESTERO, GLI STRANIERI SOGNANO L'ITALIA

Budget di vacanza stabile per gli italiani rispetto a un anno fa, ma sotto la media europea. Per il primo anno, oltre la metà degli italiani sceglie l'estero anziché il Bel Paese, che è invece nella Top 3 delle mete preferite da tutti gli altri cittadini europei. Cresce la curiosità nei confronti dell'ecoturismo.

**Milano, 4 giugno 2019** – Se da un punto di vista meteorologico l'estate si è fatta attendere, gli italiani si dichiarano pronti a partire con intenzioni di viaggio e spesa coerenti rispetto ad un anno fa e una sempre più spiccata predilezione per il viaggio all'estero che, **per il primo anno da quando esiste l'indagine, supera la soglia del 50%**.

I risultati della **19° edizione del Barometro Vacanze Ipsos-Europ Assistance**, che ogni anno analizza le intenzioni di viaggio di italiani, europei, americani e brasiliiani, fornisce ancora una volta un'istantanea ottimistica dei nostri concittadini rispetto alle vacanze estive, con qualche sorpresa in termini di mete e preferenze, e differenziazioni marcate tra millennial e Over 65.

«Europ Assistance è una Care Company», **sottolinea Fabio Carsenzuola, CEO di Europ Assistance Italia**. «Conoscere bisogni, abitudini, desideri e timori dei clienti, nostri e dei business partner, è il primo passo per poter essere al loro fianco con soluzioni in linea con le loro aspettative e tagliate su necessità reali».

«Da ormai 19 anni - aggiunge Carsenzuola - il Barometro Vacanze offre una panoramica dettagliata dello scenario italiano, oltre che delle preferenze di cittadini europei, americani e brasiliiani. Costituisce dunque un osservatorio prezioso per monitorare come e quanto cambia il mondo dei viaggi, uno dei settori più importanti per la nostra Compagnia. Non solo: i vari approfondimenti - ad esempio sulle esigenze di fasce d'età differenti o sulle nuove forme di turismo - ci permettono di comprendere meglio i vari target, rendendoci in grado di proporre prodotti sempre più completi e "su misura"».

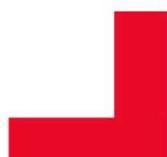
### INTENZIONI E BUDGET DI VACANZA: CHI PARTE E QUANTO SPENDE?

Dati stabili rispetto al 2018. Ma le vacanze degli italiani sono le più brevi d'Europa.

**Il 61% degli italiani dichiara che andrà in vacanza questa estate.** La media europea è di poco più alta: si attesta al 63%, con una leggera crescita che conferma un trend positivo che perdura dal 2016. I vacanzieri austriaci sono in percentuale i più numerosi (70%), mentre i meno inclini alla possibilità di fare vacanze quest'anno sono spagnoli e portoghesi (fermi al 60%).

In fatto di **budget** da investire per le vacanze estive, gli italiani sono sotto la media di spesa europea, in termini assoluti e in percentuale di crescita. In Europa il budget medio si attesta infatti sui € 2.019 (+3% sul 2018), con una crescita sostanziale pari al +10% per la Francia e +8% per la Spagna.

**Gli italiani** dichiarano invece una media di spesa di **€ 1.757 per la propria vacanza (-1% sul 2018)**.





**E se il budget per le vacanze raddoppiasse?** L'edizione 2019 del Barometro Vacanza ha ipotizzato la possibilità di poter contare su un budget doppio: il 32% degli italiani partirebbe più spesso, il 21% farebbe viaggi più lunghi e il 18% si recherebbe in altri posti. Dati analoghi alla media europea: il 36% degli europei dichiara che viaggerebbe di più, il 20% che farebbe viaggi più lunghi mentre il 17% che cambierebbe destinazione.

**Durata delle vacanze: quelle degli italiani sono le più brevi d'Europa.**

In quanto a durata delle vacanze, la media europea, almeno in fatto di intenzioni, rimane stabile rispetto al 2018 (12 giorni e mezzo circa) mentre le vacanze dei nostri **connazionali** si accorciano e sono le più corte, con una **durata di circa 11 giorni**.

I francesi sono gli europei che dichiarano di fare le vacanze più lunghe (2 settimane), seguono svizzeri, spagnoli e belgi.

**DESTINAZIONI: DOVE SI VA IN VACANZA?**

Oltre la metà degli italiani dichiara di preferire l'estero. Mentre gli europei continuano a scegliere il nostro Paese, che figura sempre nella "Top 3" delle mete favorite.

**Si conferma la tendenza all'esterofilia degli italiani:** il 52% dichiara che trascorrerà le prossime vacanze estive oltre confine (+4% sul 2018). Mentre preferite la **Spagna** (stabile dal 2018), seguita dalla **Francia**, che scalza la **Grecia** dal secondo posto.

Spagnoli, francesi e polacchi faranno invece, con ampia prevalenza, vacanze estive nei propri Paesi ma, quando viaggiano fuori dai confini nazionali, gli europei preferiscono **l'Italia**.

Chiamati a indicare una meta estera preferita per la propria vacanza, gli altri cittadini europei indicano infatti sempre il Bel Paese tra le prime 3, con il primo posto in particolare nelle preferenze di austriaci, svizzeri, polacchi e spagnoli.

Italia che trionfa anche nei **"sogni"** di europei e americani per le sue attrazioni. Tra i 10 siti culturali e naturalistici a livello mondiale più desiderati dall'intero campione della ricerca, ci sono ben 2 meraviglie italiane: il **Colosseo** (6° posto, a pari merito con Cascate del Niagara e Machu Picchu) e la **Torre di Pisa**.

Il monumento che attrae di più in assoluto è la **Torre Eiffel**, seguono le **Piramidi d'Egitto**, la **Muraglia Cinese** e il **Taj Mahal**.

**Per italiani ed europei, comunque, la vacanza al mare viene sempre al primo posto.** Il 68% degli italiani sceglie spiaggia e ombrellone (62% nella media europea) pur vedendo segnare, una **notevole crescita dell'appeal della montagna** (scelta dal 19% degli intervistati, con +4 punti sul 2018) e un crescente **interesse per collina e campagna** (preferita dal 9%, +2% sul 2018).

**Che cosa influenza la scelta della meta e della struttura? Il 27% degli italiani sceglie di tornare dove è già stato.** Altri parametri che condizionano la decisione sono le condizioni meteo (20%), la possibilità di incontrarsi con parenti e amici e le attività offerte dalla destinazione (15% entrambi).

In fatto di sistemazione, rimane stabile la scelta **dell'hotel** (46% rispetto al 47 dello scorso anno), segue la casa vacanza, preferita dal 34% degli italiani (con un picco del 40% tra i millennials) e il **bed & breakfast** (27%).





Per gli italiani tra i fattori di scelta della sistemazione pesa soprattutto la **location** (20% del totale), seguita da una ormai consolidata importanza data alle **recensioni degli altri viaggiatori** (il **19%** del totale degli intervistati).

#### VACANZE SOSTENIBILI E DETOX DAL LAVORO: ECCO COSA VOGLIAMO DALLA VACANZA.

Per il **70%** degli italiani intervistati, l'impronta ecologica del viaggio è un parametro che pesa sulla scelta e l'organizzazione delle vacanze. Fondamentale per il **24%**, importante per il **46%**.

La voglia di vacanze rispettose della natura si manifesta anche nella volontà di limitare l'utilizzo di device e si coniuga con la **tendenza crescente a volersi completamente distaccare dal lavoro**.

Il **67%** degli italiani dichiara che in vacanza ha intenzione di disconnettersi e dimenticare del tutto le incombenze professionali, per dedicarsi a relax totale e famiglia.

La media europea si attesta al **69% degli intervistati**. I britannici sono i più determinati a staccare completamente (76%), seguiti da francesi (71%) e tedeschi (70%). In questo senso, tra i meno determinati d'Europa figurano belgi (59%) e svizzeri (61%).

#### ASSICURARSI IN VIAGGIO: ITALIA IN CRESCITA, MA ANCORA SOTTOASSICURATA.

Se nel continente si registra una **forte tendenza ad assicurarsi** prima di partire, l'**Italia** pur facendo emergere la consapevolezza di diversi problemi potenzialmente riscontrabili in viaggio, **evidenzia ancora una certa freddezza** nei confronti della possibilità di sottoscrivere una polizza travel.

In generale, il problema per cui gli italiani si assicurano di più prima di partire è un **possibile danno all'auto (48%)** seguito da un **incidente con il mezzo di trasporto pubblico (43%)** in crescita di due punti rispetto all'edizione 2018) e dall'assicurazione per **problemi di salute per sé o per le persone con cui si viaggia (il 42%)**.

Nello scenario europeo, l'ordine delle preoccupazioni varia. La salute è al primo posto: il **66% degli intervistati** dichiara di assicurarsi prima di partire in caso di **problemi di salute per sé o per i propri compagni di viaggio**.

Segue un **guasto al veicolo**, anche in questo caso indicato dal **66% del campione**. Ma gli europei sembrano non sottovalutare il valore delle cose che si lasciano dietro: il **65%** dichiara di proteggere, quando parte in vacanza, la **propria abitazione**.

**Quali sono i motivi per cui gli italiani non si assicurano?** Il 43% del campione indica come motivo di mancata assicurazione viaggi il "non averci pensato" mentre solo il 28% (due punti sotto la media europea) evidenzia un tema di costo elevato.

La **Compagnia di Assicurazioni di viaggio si conferma il punto di riferimento nella sottoscrizione di un prodotto di travel insurance**.

È questo il canale di acquisto preferito dal 26% degli italiani, seguito dall'agente di viaggio (18% degli intervistati) e, al terzo posto, dai siti web di comparazione (17% delle



preferenze).

Dati in parte differenti per l'Europa: la Compagnia anche in questo caso resta il primo canale (37% delle preferenze degli europei), ma è seguita da società di carte di credito (17%) e solo dopo agenti di viaggio e siti web comparativi (entrambi al 14%).

#### LE VACANZE ESTIVE: MILLENIALS E OVER 65 A CONFRONTO

I **giovani** (18-24 anni, la cosiddetta "generazione Z") hanno voglia di novità: **solo il 14%** dichiara di scegliere la destinazione della vacanza in base al fatto di esserci già stato. Mentre per **gli over 65** partire equivale a tornare: nel **35% dei casi** questo target sceglie mete conosciute.

Allo stesso tempo, per i più giovani le **raccomandazioni di parenti e amici** valgono moltissimo: uno su 4 sceglie la meta in base a questi consigli. Invece gli over 65 ne tengono conto solo nel 6% dei casi.

**Altra discrepanza significativa è quella che riguarda le recensioni online.** Elemento decisivo nell'organizzazione del viaggio per il 27% dei 18-24enni, mentre le reviews condizionano solo l'11% degli over 65.

**Un dato sorprendente però è quello che riguarda il tema delle coperture assicurative in viaggio: sia i millennials (44%) che gli Over 65 (40%) dichiarano in maggioranza di non averci pensato.**

**L'età dei rispondenti evidenzia, invece, delle differenze in termini di canale di acquisto:** ad una età media più alta corrisponde, infatti, una maggiore propensione all'acquisto dalla Compagnia di assicurazione mentre il target più giovane tende ad affidarsi con più facilità (pur mantenendo come prima scelta la Compagnia) a siti web comparativi e agli agenti di viaggio.

I risultati completi del Barometro sono disponibili sul sito [europassistance.it](http://europassistance.it)

#### Metodologia:

Condotta da Ipsos per conto del Gruppo Europ Assistance su un campione di 12.000 persone in Europa (Francia, Germania, Italia, Spagna, Belgio, Austria, Regno Unito, Svizzera, Polonia e Portogallo) e in America (Stati Uniti e Brasile), l'indagine - realizzata online tra il 18 marzo e il 10 aprile 2019 e giunta alla sua 19° edizione – mira ad offrire una stima annuale dei programmi di vacanza dei cittadini dei paesi in questione, oltre alle loro motivazioni, destinazioni e tipologie di viaggio preferite.

#### EUROP ASSISTANCE: "YOU LIVE WE CARE"

In Italia dal 1968 Europ Assistance accompagna da sempre la trasformazione della società, rispondendo ai bisogni delle persone e spesso anticipandoli. Il 2018 ha segnato un traguardo speciale: il **50° anniversario, mezzo secolo di assistenza in un contesto in continuo cambiamento della compagnia spesso è riuscita a farsi promotrice**, grazie a percorsi di innovazione e soluzioni a prova di futuro.

Europ Assistance è in grado di intervenire in più di 200 Paesi sia nel quotidiano che nelle situazioni di emergenza, con servizi di assistenza personalizzati e coperture assicurative per i **Viaggi, l'Auto, la Salute e la Casa&Famiglia**. Forte di una centrale operativa attiva 24h, un network di assistenza di oltre 425.000 centri nel mondo e un'equipe medica Europ Assistance è sinonimo di sicurezza e tranquillità perché è al fianco dei suoi clienti sempre e ovunque. In Italia ha chiuso l'esercizio 2017 con un fatturato di 350 milioni di euro, conta uno staff di oltre 900 persone e più di 10.300 centri di assistenza.

Il **pay off "you live we care"** traduce chiaramente la **mission del Gruppo che vuole fornire una risposta concreta in tutte le circostanze della vita** e diventare il punto di riferimento per tutti i bisogni della famiglia. Vicinanza, attenzione, servizio e disponibilità sono i suoi primari impegni, oggi sempre più spesso concretizzati attraverso lo



GAME CHANGERS



sviluppo di una nuova generazione di servizi di assistenza personalizzati: i "Care Services".

