

5.23.2018
Comunicato stampa

18° BAROMETRO VACANZE IPSOS-EUROP ASSISTANCE: BEN OLTRE LA META' DEGLI ITALIANI ANDRÀ IN VACANZA E SEMPRE PIÙ CON DESTINAZIONE ESTERA

Budget più elevato dello scorso anno, in controtendenza con il dato europeo, e una predilezione sempre più marcata per le mete estere tra gli elementi salienti della ricerca

Italiani, un popolo di inguaribili ottimisti. Dalla **18° edizione del Barometro Vacanze Ipsos - Europ Assistance**, l'indagine che analizza le intenzioni di viaggio di cittadini europei e di altri paesi del mondo¹ per la prossima estate, emerge una fotografia il cui volto dei nostri concittadini appare piuttosto sorridente.

INTENZIONI DI VACANZA: EUROPA STABILE, CALO IMPERCETTIBILE SULL'ANNO PER GLI ITALIANI MA TENDENZA IN CRESCITA DI 10 PUNTI IN QUATTRO ANNI

Un punto percentuale di crescita nelle intenzioni di vacanza degli Europei rispetto al 2017. Il **64% dichiara che ci andrà**, un dato cui si allineano i progetti vacanzieri degli italiani che, se nel 2018 perdono un punto rispetto alla scorsa edizione, vedono una **crescita generale di 10 punti percentuali** in 4 anni. Dal **52% di un pessimistico 2014** al **62%** di oggi gli italiani che dichiarano che sì, certamente andranno in vacanza d'estate, fanno registrare una crescita nel quadriennio unica in Europa.

Se il **budget** che gli europei affermano in media di voler destinare alle vacanze si abbassa di 2 punti percentuali rispetto al 2017 (€ 1.957), dato che comprende anche Paesi fuori dalla zona Euro, **l'Italia è tra le nazioni virtuose**. Un rinnovato ottimismo economico porta a dichiarazioni di spesa pro capite per l'estate 2018 in **crescita del 2%** rispetto allo scorso anno: **1.776 euro** da destinare alle vacanze estive per i nostri connazionali.

In Europa, dove la **durata delle vacanze** rimane stabile rispetto al 2017 a 1.8 settimane (fatta eccezione per Francia e Svizzera che sono pari o oltre le due settimane), l'Italia, in linea con lo scorso anno, è leggermente **sotto la media europea con 1.7 settimane di vacanza**.

Relazioni con i media
Luca Guglielmi
Tel: +39 02 57378455
cell. +39 347 4398698
e-mail: lguglielmi@webershandwickitalia.it

Paola Farina
Tel: +39 0257378470
e-mail: pfarina@webershandwickitalia.it

Damiano Pennisi
Tel: +39 0257378206
e-mail: dpennisi@webershandwickitalia.it

www.europassistance.it

-  Europ Assistance
-  EA_Group
-  Europ Assistance Italia

¹ Realizzata da Ipsos per il Gruppo Europ Assistance su **un campione di 10000 europei** (francesi, tedeschi, italiani, spagnoli, belgi, austriaci, inglesi, svizzeri, polacchi e portoghesi), **l'indagine online, giunta quest'anno alla diciottesima edizione**, mira a presentare una stima annuale delle intenzioni di vacanza dei cittadini dei paesi interessati, nonché le motivazioni alla base delle loro scelte, le mete e le tipologie di viaggio preferite. **La survey è stata condotta quest'anno anche negli Stati Uniti, in Brasile, in Cina e in India** con l'intento di comparare le intenzioni e le modalità di vacanza di queste aree con quelle dei paesi europei coinvolti (campione di 1000 individui intervistati online per Stati Uniti e Brasile e di 2000 individui per Cina e India).

DESTINAZIONI E PREFERENZE DI VACANZE: GLI ITALIANI SI SCOPRONO ESTEROFILI

La tendenza dominante rimane quella di fare **vacanze domestiche** ma c'è un dato che sorprende riguardo agli italiani. Scende di ben **quattro punti percentuali (dal 56 al 52%)** il dato che indica la preferenza di vacanze domestiche per i nostri connazionali che si scoprono **più desiderosi di mete estere** per la prossima estate. Sul podio delle destinazioni straniere rimane in vetta la **Spagna** – come lo scorso anno – seguita da **Francia e Grecia**.

A guadagnare nella classifica dei più “**localisti**” sono gli **spagnoli** che dichiarano di avere in programma per l'estate un viaggio nel proprio Paese per il **56%** (+4 rispetto al 2017) mentre i francesi, anche loro tradizionalmente molto legati all'idea di vacanza domestica, scendono nelle intenzioni di rimanere dentro i confini di ben **6 punti percentuali. Dal 63 al 57%** quelli che hanno intenzione di rimanere in Francia, seguiti solo dai britannici (-5% sul 2017) in quanto a decrescita nella preferenza di vacanza nazionale.

Anche per entrambi questi paesi la meta straniera preferita è la **Spagna** seguita **dall'Italia per i francesi** (l'8% la indica come seconda meta) e dalla **Francia** per i **britannici** con l'11% delle preferenze. **L'Italia sale comunque sul podio delle preferenze estere dei cittadini d'oltremarica con il 10%.**

Il mare rimane un grande amore per chi dichiara di avere progetti di in vacanza per la prossima estate.

Gli **italiani** che preferiscono la **vacanza sulle spiagge sono il 70%** (la percentuale più alta dell'indagine) seguiti da svizzeri (67%), tedeschi (65%) e spagnoli (64%). Pur rimanendo questo il primo desiderio di vacanza, **un'estate alla scoperta di nuovi posti** sembra attirare sempre di più i cittadini della nostra penisola. La percentuale di italiani che indicano questa possibilità **crece di ben 5 punti.**

Tra le ragioni di scelta della destinazione **solo il 29% degli italiani dichiara di orientarsi su una meta conosciuta**, una percentuale tra le più basse dell'indagine insieme a francesi, spagnoli, polacchi e portoghesi. Altri criteri per la scelta della destinazione sono la possibilità di fare **attività**, le **condizioni meteo**, la possibilità di far **visita ad amici e parenti**.

ESTATE: RELAX E TEMPO DA DEDICARE ALLA FAMIGLIA MA CON IL CELLULARE SEMPRE SOTT'OCCHIO

Famiglia e relax rimangono le parole d'ordine per le vacanze della maggioranza dei cittadini europei intervistati con una importante differenza rispetto al dato 2017 che indica un livello di stress evidentemente più alto: **il 54% dichiara che la vacanza sarà finalizzata a ritrovare tranquillità** (contro il 38% dello scorso anno) mentre il **44% a dedicare tempo alla famiglia** e agli amici (41% lo scorso anno). Poco sotto, al 43% ma in netta crescita rispetto al 2017 (30%) la volontà di **scoprire nuove culture**.

Voglia di rilassarsi che non sembra fare il paio con la tendenza a dichiarare di voler **staccare completamente dal proprio lavoro**. Pur rimanendo alta, la percentuale di chi dichiara che **non guarderà affatto i propri dispositivi**

professionali (66%), decresce di due punti rispetto allo scorso anno.

Gli italiani sono perfettamente in linea con la media europea di chi **dichiara un completo unplag dal lavoro** mentre sono gli **inglesi i più decisi** in tal senso (71%). Il 56% degli europei afferma che utilizzerà meno i social network in generale e il 54 userà meno le piattaforme di condivisione di foto.

ALBERGO, CASA O B&B: LE SCELTE DI ITALIANI, EUROPEI E CITTADINI DEL RESTO DEL MONDO

Una visione generale dei risultati dell'indagine, comparati allo scorso anno, traccia una certa **continuità in fatto di scelte degli alloggi**. L'**albergo** (stabile rispetto all'edizione 2017 del Barometro) rimane **la destinazione elettiva con il 47% delle preferenze**. Stessa evidenza per la **casa vacanza**: il **32% la sceglie come alloggio** cui fa seguito l'ospitata da famigliari e amici.

Podio invariato rispetto all'anno scorso ma **tendenza in crescita per il B&B** (+2% rispetto al 2017) che rimane per gli **italiani la terza opzione dopo albergo e casa vacanze**. Per quanto riguarda l'affitto temporaneo di una casa, i francesi rimangono i cittadini più inclini a questa soluzione di alloggio mentre, per il resto del campione, l'albergo è comunque la prima scelta.

COME CAMBIANO I VIAGGIATORI: LE PREFERENZE DEI MILLENNIAL E LE RECENSIONI COME FONTE DI INFORMAZIONI PER LA SCELTA

Un focus specifico dell'indagine del Barometro Vacanze 2018 ha voluto analizzare le preferenze di un target specifico: quello dei millennial, evidenziando come i dati si discostino molto dalle tendenze disegnate dal campione complessivo.

Ovunque nel mondo, questo specifico bacino di viaggiatori, dichiara di essere maggiormente **attratto e interessato a nuovi modi di fare vacanza**. Dall'affitto di una **casa privata** (59% dei millennial europei) a quello di una **stanza in una casa privata** (34%) allo **scambio di case tra persone** (il 20%). Questo specifico target afferma inoltre di essere molto interessato a provare nuove attività in vacanza quali **l'ecoturismo, il turismo responsabile, il viaggio ospite in casa di persone, un viaggio all'insegna della natura facendo campeggio** in luoghi selvaggi. Quasi il **60% dei millennial europei** si dichiara aperto a queste possibilità che sono guardate con grande attenzione dai turisti **statunitensi** (83%), **indiani** (81%) e **cinesi** (77%).

A determinare la scelta delle vacanze sono anche i **feedback espressi online** dagli altri viaggiatori. Un fattore che si conferma di grande importanza e sul podio degli elementi decisionali, superato dalla location e dalla **convenienza** che rimane anche per loro il **primo elemento di scelta**.

Quella degli **italiani** è una statistica che segna dati positivi rispetto al fattore **recensioni online**: sono di più, rispetto alla scorsa edizione, i nostri connazionali che affermano di controllare le opinioni di altri viaggiatori al momento della scelta di un alloggio (41%, +1 rispetto al 2017) e molto più numerosi quelli che affermano di lasciare una recensione di un hotel: il 69%, +4 sul 2017.

EVENTI SPORTIVI: UN ALTRO (BUON) MOTIVO PER VIAGGIARE. ITALIANI NON ENTUSIASTI PER I MONDIALI DI CALCIO IN RUSSIA, PUNTANO AGLI EUROPEI DEL 2020

Scegliere la destinazione di viaggio sulla base della presenza di un **grande evento sportivo**? È certamente una possibilità ma che la gran parte dei cittadini – europei soprattutto – preferisce rimandare alle **Olimpiadi di Tokyo del 2020**. Alla domanda rispetto a se, ed eventualmente quale grande evento sportivo meriterebbe un viaggio la maggioranza degli europei indica **Tokyo 2020** come evento sportivo di maggiore attrattività, seguita dai **Campionati Europei di calcio** dello stesso anno e, solo al terzo posto, dai **Mondiali di Russia**, a pari merito con il **Gran Premio di Formula 1 di Monaco**.

Come non comprendere e condividere lo spirito di frustrazione degli italiani che non indicano la visita in Russia per i mondiali di calcio di quest'anno preferendo, in linea con gli altri viaggiatori europei, le Olimpiadi di Tokyo.

I più localisti in fatto di eventi sportivi sono i britannici che indicano come primo evento sportivo per cui valga la pena viaggiare il loro torneo di **Wimbledon** e i francesi che mettono al secondo posto il **Roland Garos di Parigi**. Anche gli americani si confermano grandi fan della spettacolarità dei loro eventi di sport e, pur indicando al primo posto Le Olimpiadi di Tokyo, mettono in seconda e terza piazza eventi dal sapore locale come il **SuperBowl** e gli **US Open**.

CITTA' E PAESI: TRA SOGNI E REPUTAZIONE L'ITALIA RIMANE META DI ROMANTISMO, CULTURA, CIBO E STORIA

Anche quest'anno il Barometro Vacanze ha voluto stilare una classifica delle **città** che rappresentano, e in molti casi stabilmente, i **desideri di viaggio dei cittadini europei** e non. Le *cities of dreams* rimangono, con percentuali di preferenza del tutto assimilabili alla scorsa edizione dell'indagine, **New York** (25%), **Parigi** (16%), **Roma** (15%, +1 rispetto allo scorso anno) e **Londra** (12%). L'Italia, con Roma, non si piazza tra le preferenze dei neentrati nell'indagine: né indiani né cinesi indicano quella della "grande bellezza" come città del sogno prediligendo il fascino di Parigi, New York e Londra.

Un ulteriore approfondimento è stato realizzato quest'anno in fatto di **reputazione** generale dei vari paesi con alcuni interessanti spunti che possono far riflettere sulla percezione di alcune nazioni destinazioni privilegiate di vacanza.

Ed in questa particolare classifica è **l'Italia a primeggiare** in molte delle categorie di attribuzione. Il nostro paese è **per la maggioranza degli europei** quello più **romantico** (39%), più **ricco dal punto di vista culturale** (22%), il migliore in fatto di **enogastronomia** (31%) e quello con **maggiore attrattività artistica** (28%). Non solo, l'Italia è tra le mete considerate **più amichevoli** (13%) superata solo dalla Spagna (15% di preferenze) e tra **le più rilassanti** (8%) seconda sempre alla Spagna con l'11%. La **Spagna** viene considerata la **meta di viaggio più economica** da parte degli europei, che invece considerano la **Thailandia la nazione più esotica** e **Australia e Sudafrica i paesi più selvaggi** a pari merito. Per gli americani è il **Messico** il luogo di vacanza più economico mentre

brasiliani, cinesi e indiani considerano il loro paese il più economico

ASSICURARSI IN VIAGGIO: EUROPA STABILE, ITALIA FANALINO DI CODA

Se l'Europa fa registrare, rispetto alla scorsa edizione del Barometro Vacanze, un tasso di copertura stabile, il nostro Paese sconta scarsa percezione dei rischi. **Nello specifico quelli maggiormente percepiti rimangono i problemi di salute per sé stessi o un familiare**, il 65% li indica come primo motivo di copertura a pari merito con un possibile **guasto al veicolo** con cui si viaggia, seguito dai **problemi riguardanti la casa**, segnalato dal 64% degli intervistati europei.

Gli italiani rimangono i viaggiatori meno inclini alla copertura di un qualsiasi rischio durante le vacanze estive. Tuttavia, chi opta per una soluzione assicurativa in viaggio considera **(il 41%) di tutelarsi in caso di problemi di salute**, possibilità seconda solo – e questo dimostra che siamo un popolo di automobilisti – alla possibilità di **coprirsi dal rischio di danno al veicolo, il 49%**. Tra i rischi meno sottolineati i **danni in casa** mentre si è in viaggio (il 39%) e la **perdita degli effetti personali e del bagaglio** (39%).

I motivi? La statistica complessiva che riunisce le evidenze delle risposte dell'intero campione indica che chi in Europa dichiara di non sottoscrivere una polizza di assicurazione viaggio, lo fa perché la ritiene **troppo costosa** (il 33% in crescita rispetto allo scorso anno) mentre – e questo è un dato positivo per il comparto – diminuisce la percentuale di chi ha poca percezione della copertura e risponde di **“non averci pensato”** (30%). Una percentuale che si alza molto proprio per gli italiani che indicano questo come il motivo principale della mancata copertura.

Per la maggioranza dei viaggiatori intervistati (48%) la **Compagnia di Assicurazioni** rimane il punto di riferimento per la sottoscrizione di una polizza viaggio con cenni di salita per la figura **dell'agente di viaggio** (+1% Vs 2017), **dell'agenzia di viaggio online** (+1%) del vettore **aereo** (+1%) e del **servizio di prenotazione online** della propria struttura ricettiva (+1%) anche se questi ultimi hanno un impatto residuale. In linea con il dato europeo, anche se sotto la media, **gli italiani prediligono l'acquisto direttamente dalla Compagnia di Assicurazioni** (31%), a seguire dall'agente di viaggio e dal sito dell'agenzia di viaggi online.

Stabili i *must have* dell'assicurazione viaggi. Non si può rinunciare, nel sottoscriverla, alla **copertura sanitaria** (62%), alla garanzia **annullamento viaggio** (51%) e al **rientro sanitario** (50%). Cresce l'importanza della **copertura in caso di danni imprevisti** (+1), di danni alla **vettura a noleggio** (+1) e di **porti o scali non effettuati** (+1).

Per gli italiani la perdita o il ritardo nella **consegna dei bagagli** rimangono un elemento di grande importanza (indicato nel 36% dei casi), ma anche la **copertura sanitaria** così come la garanzia annullamento viaggio sono elementi indispensabili nella polizza.

I risultati completi del Barometro sono disponibili sul sito europassistance.it

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 segna 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 sviluppo di una nuova generazione di servizi di assistenza personalizzati: i “Care Services”.

ITALIA



LA SCELTA DELLA STRUTTURA PROGETTI PER LE VACANZE

VIAGGI **62% (+1pt)**
ALLOGGI
 Vs EuropA **64% (+1pt)**
 Hotel **47% (+2pts)**
 — Affitto stagionale **32% (+1pt)**
 Bed & Breakfast **28% (+2pts)**
 BUDGET **€1.776 (+2%)**

Vs EuropA **€1.957 (-2%)**

— Check di recensioni online prima
 della scelta
VACANZE NEL PROPRIO PAESE
52% (-4pts) **41% (+1pt)**

METE ESTERE PREFERITE
 Recensioni online sugli alloggi
 Spagna **14% (+1pt)** **64% (+4pts)**
 Grecia **9% (+3pts)**
 Francia **8% (=)**

VACANZE DA SOGNO

Città preferite
**New York, Parigi,
 Londra/Tokyo**

Evento sportivo più gettonato
Olimpiadi di Tokyo 2020

Destinazione più romantica
Francia

Destinazione più esotica
India