Allianz Partners, tutti i trend delle assicurazioni di viaggio

Cosa attende il settore dei viaggi con la riapertura del mondo? **Allianz Partners** ha analizzato i comportamenti dei clienti, i cambiamenti delle loro aspettative e l'impatto sull'assicurazione viaggio.
Il nuovo viaggiatore, nativo digitale e dunque abituato ad usare le tecnologie, si dimostra sempre più attento ai costi. Cerca **flessibilità** e un'esperienza fluida, basata su trasparenza e fiducia. La tecnologia contribuisce così ad aumentare la fiducia verso i viaggi, con 4 viaggiatori su 5 che, nei prossimi 12 mesi, la tecnologia li aiuterà a viaggiare più sereni.
Al contempo i **viaggi domestici** hanno raggiunto un nuovo livello, trend che continuerà a confermarsi per i prossimi quattro anni sino all'uscita dalla recessione nel 2025. Alla guida di questo trend si trovano i Millennial: nel 2021 il 45% di loro ha optato per ben due volte per la staycation, rispetto al 43% della Generazione Z e il 31% della Generazione X.
Secondo il Customer Lab di Allianz Partners, con lo scoppio della pandemia i Millennial mostrano un **crescente interesse nei confronti dell'assicurazione viaggio**: i Millennial più giovani, che solitamente non stipulavano polizze per i viaggi, mostrano ora un aumento del 15% nell'intenzione di acquisto di polizze viaggio internazionali.
Un altro trend emergente è quello della **ricerca di privacy**: quelle esperienze che offrono privacy, servizi personalizzati e alti livelli di igiene stanno diventando il nuovo lusso.
A livello globale il mercato dell'assicurazione viaggio sta performando meglio dell'industria dei viaggi nel suo complesso, sia in Nord America che in Europa. La crisi ha aumentato i livelli di **consapevolezza e conoscenza** dell'assicurazione viaggio. Il mercato assicurativo globale, che nel 2020 si stima valesse 21,5 miliardi di dollari, secondo le proiezioni potrebbe raggiungere i 33,7 miliardi di dollari entro il 2027, crescendo del 6,7% all'anno tra il 2020 e il 2027.
"Monitoriamo attentamente la ripresa del turismo per essere certi che le nostre offerte incontrino i bisogni di sicurezza dei viaggiatori. Mentre continua a esserci incertezza, le nostre soluzioni di protezione offrono serenità e tranquillità ai viaggiatori che si apprestano a partire per le proprie vacanze estive", ha commentato **Renato Avagliano**, Chief Sales Officer di Allianz Partners.