



Groupama

COMUNICAT DE PRESĂ

Analiză Groupama: Cum își pregătesc călătoriile cele patru generații

București, 30 iulie 2026 – Felul în care oamenii își organizează vacanțele diferă semnificativ de la o generație la alta, iar aceste diferențe se reflectă inclusiv în felul în care aleg să se asigure înainte de a pleca în străinătate. O analiză a portofoliului propriu de asigurări de călătorie realizată de Groupama arată că 33% dintre clienții din Generația Z (1995 – 2012) aleg să călătorească individual și își achiziționează asigurarea în ultimul moment, în timp ce 35% dintre clienții din Generația X (1965 – 1980) preferă vacanțele în cuplu. În ceea ce privește generația Millennials (1981 – 1994), aceasta călătorește cel mai des împreună cu cei dragi sau în grupuri mai mari și integrează asigurarea încă din momentul rezervării vacanței.

“Deloc surprinzător, fiecare generație are propriul ritm, propriile priorități și propriul mod de a lua decizii, inclusiv atunci când vine vorba despre asigurarea de călătorie. Dincolo de diferențe, vedem însă o tendință comună: oamenii caută soluții tot mai adaptate felului în care călătoresc, iar acest lucru se reflectă inclusiv în interesul pentru acoperiri suplimentare, alese în funcție de tipul vacanței”, au declarat reprezentanții Groupama.

Patru generații, patru moduri diferite de a călători

Analiza Groupama evidențiază diferențe interesante în modul în care clienții își aleg asigurarea de care au nevoie, în funcție de cum își planifică vacanțele.

- **Generația Z: spontaneitate și decizii de ultim moment**

Pentru clienții din Generația Z (1995 – 2012), flexibilitatea este esențială. O treime dintre aceștia aleg să emită o asigurare de călătorie individuală, cumpărată, de cele mai multe ori, chiar înainte de plecare. Sunt influențați în special de social media, review-uri și recomandări online și preferă procese rapide de achiziție.

- **Millennials: vacanța se organizează împreună cu familia**

Millennials (1981 – 1994) este generația care călătorește cel mai frecvent împreună cu oamenii apropiați sau în grupuri mai mari. Pentru ei, asigurarea face parte din planificarea vacanței și este achiziționată, de regulă, odată cu rezervarea. Tot această generație optează cel mai des pentru clauza suplimentară de anulare a călătoriei (storno).

- **Generația X: asigurarea adaptată stilului de vacanță**

35% dintre clienții din Generația X (1965 – 1980) preferă vacanțele în cuplu. În alegerea asigurării pun accent pe acoperiri adaptate activităților desfășurate în concediu, optând mai frecvent pentru clauze suplimentare dedicate sporturilor de sezon.

- **Baby Boomers: sănătatea, pe primul loc**

Pentru clienții din generația Baby Boomers (<1965), principalul criteriu în alegerea unei asigurări îl reprezintă acoperirile medicale extinse, preferând să achiziționeze polița imediat după rezervarea vacanței.



Groupama

Europa rămâne destinația preferată pentru vacanțele în străinătate

Dincolo de diferențele dintre generații, analiza relevă și câteva tendințe comune. Europa concentrează 79% dintre călătoriile analizate, iar **65% dintre vacanțe au o durată cuprinsă între patru și zece zile**, ceea ce confirmă preferința pentru city break-uri și sejururi de o săptămână.

În ceea ce privește varianta de acoperire aleasă, tot mai mulți clienți optează pentru acoperiri suplimentare adaptate modului în care călătoresc. **Cele mai solicitate** sunt asigurările pentru întreruperea sau extinderea călătoriei (36%), urmate de cele dedicate călătoriilor cu avionul (32%). În funcție de generație, preferințele diferă: Millennials aleg cel mai frecvent acoperirea pentru anularea călătoriei (storno), în timp ce Generația X optează mai des pentru asigurarea dedicată sporturilor de sezon.

Urgențele medicale – cele mai mari despăgubiri

În 2025 cele mai mari despăgubiri au vizat urgențele medicale complexe care au implicat spitalizare, intervenții chirurgicale și repatriere medicală.

Cel mai mare dosar de daună a depășit **250.000 de lei**, pentru un caz medical petrecut în Grecia. Topul este completat de o despăgubire de aproape **240.000 de lei** acordată în urma unui accident petrecut în Turcia, în urma căruia a fost necesară o intervenție chirurgicală. Alte cazuri complexe au fost gestionate în Statele Unite și Egipt, unde costurile tratamentelor și intervențiilor medicale au depășit individual **100.000 de lei**.

„Toate aceste cazuri ne reamintesc că imprevizibilul nu își ia niciodată vacanță și că problemele pot apărea când ne așteptăm mai puțin, indiferent că vorbim despre afecțiuni complexe sau de simple incidente pe plajă. Rolul nostru este să fim acolo atunci când planurile clienților noștri sunt date peste cap, pentru a prelua presiunea financiară și grijile totodată”, au declarat reprezentanții Groupama.

Despre Groupama:

Groupama, liderul pieței de asigurări din România, este astăzi recunoscut pentru calitatea serviciilor și soluțiile flexibile de asigurare oferite celor aproape 1,6 milioane de clienți individuali și 156.000 de companii. Parte a unui grup internațional de asigurări și servicii financiare, mutualist și cu o istorie de peste 100 de ani, Groupama își orientează strategia în jurul creșterii sustenabile, urmărind să câștige preferința clienților. Misiunea companiei este de a-și ajuta clienții să-și trăiască viața cu optimism, zi de zi și în momentele definitorii, știind că mai important decât obstacolul din față este pe cine au alături. Parteneriatul este un element central al viziunii Groupama și stă sub semnul responsabilității și al solidarității, având la bază expertiza unui Grup internațional, alături de experiența și devotamentul unui asigurător local. Mai multe informații pe www.groupama.ro.

Contact Groupama: Oana Bica / 0752 067 295 / oana.bica@groupama.ro