

AGE-FRIENDLY



UNE DÉMARCHE DE QUALITÉ

AU SERVICE D'UN « NOUVEAU » TOURISME SENIOR

QUAND L'EUROPE VIEILLIT...

Le vieillissement de la population constitue probablement le phénomène sociétal le plus marquant de la première moitié du XXI^{ème} siècle.

Aujourd'hui, 20% de la population française a plus de 60 ans, et en 2020, 30% de cette population aura plus de 60 ans.

La population européenne présentera pour sa part, les mêmes caractéristiques.

L'âge moyen de celle-ci augmente en effet de 2,5 mois chaque année : il atteint 39,3 ans aujourd'hui et atteindra environ 46 ans en 2030 !

Face à ces phénomènes, le secteur du tourisme reste hésitant, voire laxiste. Seuls, quelques voyagistes proposent en effet des circuits, séjours et tarifs à une clientèle vieillissante. Tandis que se développent quelques programmes d'immobilier de loisirs... en France et dans les pays du bassin méditerranéen...

UN MARCHÉ VASTE, HÉTÉROGÈNE, EN QUÊTE DE NOUVEAUTÉS

Or, le marché est suffisamment vaste pour accepter une offre beaucoup plus sophistiquée et innovante, prenant en compte à la fois les fragilités physiques, psychologiques et relationnelles de cette population, ainsi que ses attentes en matière de loisirs et de détente.

A noter que : trois catégories majeures composent cette population qui s'élargira de plus en plus au fil des années, essentiellement grâce au progrès de l'hygiène et de la médecine :

- Les baby-boomers : nés entre 1945 et 1955
- Les middle seniors : nés entre 1935 et 1945
- Les octogénaires : nés avant 1935

➡ Néanmoins, l'état de senior constitue plus un état subjectif : est senior, celui qui se perçoit comme senior du fait de ses fragilités physiques, sociales, intellectuelles...

➡ Il n'existe donc pas un senior type mais des seniors pluriels. De plus, le marché est à prendre en considération en fonction de ses styles de vie : avant-gardistes, « bobos », conservateurs, solidaires, grands-parents avant tout...

UN TOURISME « PLURIEL » POUR DES « SENIORS PLURIELS »

➡ Face à ce marché pluriel, l'offre d'un tourisme pour seniors se compose donc forcément de produits pluriels :

- tant sur le plan du contenu que du contenant,
- tant sur le plan de l'hébergement que des espaces de loisirs sportifs et culturels ...

➡ Néanmoins, ces produits pluriels reposent sur des bases indispensables et communes à toute l'offre senior :

- Aménagements extérieurs et intérieurs adaptés aux fragilités communes à tous les seniors,
- Animations et activités
- Politiques tarifaires spécifiques
- Stratégies d'accueil et informations...

➡ Une offre performante repose également sur une part d'innovation, inspirée par les spécificités du territoire.

LA DÉMARCHE « SENIOR FRIENDLY » : UNE DÉMARCHE MULTIPLE

La démarche « Senior friendly » basée sur une bonne connaissance du marché des seniors et du secteur du tourisme, au niveau international, a pour objectif d'apporter des réponses à tous les opérateurs désireux de conquérir et fidéliser la clientèle des seniors, dans son hétérogénéité.

Destinée à des opérateurs privés et publics, elle se décline diversement :

• POUR LES TERRITOIRES ET DESTINATIONS

Pour répondre aux exigences **d'un territoire, une destination, ville, département, région**, nous avons également mis au point plusieurs méthodes adaptées aux :

- *Spécificités*
- *Besoins*
- *Motivations*
- *Objectifs*

❑ **Méthode 1 : sensibilisation des opérateurs**

- Diagnostic du territoire : offre t-il des opportunités pour cette clientèle ? Lesquelles ?
- Organisation d'une demi journée d'informations sur les évolutions de la clientèle senior, sa segmentation, ses attentes, l'enjeu économique qu'elle représente...
- Présentation des grilles de référentiels et mise à disposition d'un guide de recommandations, adaptés aux différents opérateurs privés et publics

❑ **Méthode 2 : sensibilisation et mise à niveau**

- Diagnostic du territoire : offre t-il des opportunités pour cette clientèle ? Lesquelles ?
- Organisation d'une demi journée d'informations
- Présentation des référentiels et des recommandations

+ Aide à la mise à niveau de l'offre des opérateurs volontaires

❑ Méthode 3 : sensibilisation, mise à niveau + accompagnement

- Diagnostic du territoire : offre t-il des opportunités pour cette clientèle ? Lesquelles ?
- Organisation d'une demi journée d'informations : sur les évolutions de la clientèle senior,
- Présentation des référentiels

+ Aide à la mise à niveau de l'offre des opérateurs volontaires + accompagnement de la démarche promotionnelle et commerciale sur divers marchés européens.

+ Recherche de nouveaux réseaux de commercialisation en Europe et en France.

❑ POUR LES OPERATEURS PRIVÉS : TROIS DÉMARCHES

1 ➡ Une démarche d'adaptation et de mise à niveau de l'offre

Cette première démarche « Senior Friendly » est la plus légère : elle constitue un processus de mise à niveau de l'offre touristique, tous opérateurs confondus, afin de la rendre à la fois plus accessible et plus confortable pour une clientèle senior :

- Phase 1 : Audit de l'équipement
- Phase 2 : Audit des problématiques commerciales
- Phase 3 : Recommandations stratégiques sur la mise à niveau des opérateurs, grâce à des référentiels.
- Phase 4 : Accompagnement

2 ➡ Une démarche de transformation de l'offre

Cette démarche peut aboutir à une transformation totale d'un équipement, selon le même processus que le précédent.

3 ➡ Une démarche d'innovation

Enfin, par rapport à des marchés spécifiques, le « senior friendly » est un moyen d'inventer de nouveaux concepts, originaux et, évolutifs dans toutes les gammes de standing :

Ces concepts sont adaptés à la situation géographique, ses caractéristiques, les cibles

Exemples : village seniors, camps thématiques, cluster seniors... Senior partage

LES OPERATEURS PRIVÉS CONCERNÉS

Théoriquement, tous les opérateurs devraient offrir des équipements « senior friendly », d'autant que ceux-ci ne sont pas incompatibles avec d'autres types de clientèles.

- **Hébergements** : hôtels, villages-clubs, chambres d'hôtes, gîtes, campings
- **Equipements de loisirs santé** : spas, centres de thalassothérapie, parcours santé, autres
- **Equipements de loisirs** : musées, monuments, salles de spectacles, parcs à thèmes...
- **Restauration** : tous types de restaurants
- **Transports** : gares, quais, aéroports, trains, avions ...

UNE SOMME DE COMPÉTENCES : L'ÉQUIPE SENIOR FRIENDLY

L'équipe mise en place pour entamer la démarche « senior friendly » se compose de :

- Consultants spécialisés en tourisme
- Consultants spécialisés sur les comportements touristiques et segments de clientèles

Cette équipe dispose de :

- Une connaissance approfondie et actualisée des modes de vie, des moyens, des aspirations de la clientèle senior, sur le plan européen et international.
- La capacité d'améliorer et réaménager l'offre existante en fonction des attentes de cette clientèle : villages de vacances, hôtels, gîtes, équipements de loisirs divers...
- Une vision pour inventer une offre nouvelle, notamment des villages seniors.
- Une capacité à gérer un dispositif de promotion et de commercialisation de cette offre.
- Une maîtrise de la mise en œuvre de partenariats.

Contact : Josette Sicsic. Tél. 01 44 61 04 82. Email : touriscopie@wanadoo.fr

