



# Le tourisme des séniors

## Les activités de l'Alliance France Tourisme



### Mobilités / Transport

(Aéroports, Gares & Transport ferroviaire et maritime national)



### Sites d'accueil de manifestations professionnelles et sportives

(Palais des Congrès, parcs des Expositions, stades & arenas)



### Équipements touristiques, de loisir et culturels

(Parcs de loisirs, à thème, casinos, monuments, sites culturels & naturels)



### Hébergements professionnels marchands

(Hôtels, Résidences de Tourisme, HPA, Villages Vacances & croisières)



### Commerce, restauration & traiteurs

(Grands magasins, Cafés, Bars, Restaurants & traiteurs)



[www.alliance-france-tourisme.fr](http://www.alliance-france-tourisme.fr)



@AllianceFrT

## Éditorial

### Synthèse des propositions

#### Introduction

##### 1. Définition du tourisme des séniors ou Silver tourisme

##### 2. Tourisme des séniors en France : quels dispositifs ?

- A. L'aide au départ des Français en perte d'autonomie et de leurs proches
- B. Des politiques régionales orientées pour favoriser un tourisme adapté aux séniors
- C. Exemples d'initiatives prises par des entreprises de l'Alliance

##### 3. Les destinations senior-friendly à l'étranger

## Partie 1 - Tourisme des séniors – analyse de l'étude Ipsos

### 1. Comment les séniors voyagent-ils aujourd'hui ?

- A. Le constat
- B. L'évolution des habitudes par rapport à 2020
- C. Les habitudes de voyages selon les différents profils
- D. Voyager c'est avant tout se reposer, passer du temps en famille et découvrir
- E. Les déterminants dans le choix de la destination
- F. Les moyens de réservation des vacances

### 2. Comment les séniors se projettent-ils en termes de voyages dans les prochaines années ?

- A. Quelles sont les intentions de continuer de voyager ?
- B. Les projections dans les voyages futurs

### 3. Les offres et les services pour inciter le voyage des séniors – enquête Ipsos

- A. Quelles offres pour répondre à leurs aspirations voyages ?
- B. Les services à développer dans le cadre du voyage séniors pour plus d'attractivité des destinations

## Partie 2 - Propositions pour développer le tourisme des séniors en France

**Proposition 1 :** Faire du développement du tourisme des séniors un axe important de la stratégie nationale du tourisme français

**Proposition 2 :** Sensibiliser et /ou professionnaliser les acteurs du tourisme des séniors

**Proposition 3 :** Déployer une offre 4 saisons sur tout le territoire en parallèle d'une stratégie promotionnelle adaptée

**Proposition 4 :** Amplifier les offres de parcours tourisme de gastronomie, l'œnotourisme et l'agritourisme

**Proposition 5 :** Développer le thermalisme et la thalassothérapie

**Proposition 6 :** Adapter encore davantage les mobilités et l'intermodalité à destination des séniors, ainsi que les programmes de fidélité

**Proposition 7 :** Poursuivre et accélérer les dispositifs pour l'accessibilité

**Proposition 8 :** Développer les offres adaptées ainsi que les offres familiales grands-parents avec petits-enfants

**Proposition 9 :** Créer des outils numériques adaptés aux séniors pour l'accès à la réservation de séjours et de billetterie

**Proposition 10 :** Aller plus loin dans le programme séniors en vacances de l'ANCV

## Annexe

### Les membres de l'Alliance France Tourisme

**Éditorial**

“

**Ériger le tourisme au rang de priorité nationale, c'est la garantie d'une industrie d'avenir pour l'économie française**

Dans le cadre des réflexions menées par l'Alliance France Tourisme sur l'avenir de cette industrie stratégique qu'est le tourisme français<sup>1</sup>, l'analyse des marchés émetteurs de clientèles a été entreprise déjà l'année dernière via une étude sur « Le rapport des jeunes Français au tourisme dans l'ère post-COVID »<sup>2</sup>. Celle-ci s'est poursuivie par une nouvelle enquête, en partenariat avec l'Institut d'études et de sondages Ipsos, relative aux « vacances et tourisme des séniors ».

À partir des résultats de l'enquête, l'Alliance a souhaité formuler des propositions pour que la France, grand leader mondial du tourisme, adopte une stratégie pour se positionner comme une destination attractive pour les personnes âgées françaises ou étrangères, dont les besoins spécifiques ont évolué depuis la survenue de la crise sanitaire en 2020.

L'enquête constate que l'enthousiasme de la génération de nos aînés pour les voyages est en progression croissante. Toutefois, ce groupe de population est très hétérogène avec des exigences de consommation très diverses et variées. Il s'agit donc de bien comprendre ce marché spécifique et de nous saisir des opportunités - selon la Direction générale des entreprises « En 2014, les séniors ont réalisé 22,2 milliards d'euros de dépenses touristiques » - et de faire en sorte que la destination France soit plus attractive pour ce qui est communément appelé le « Silver Tourisme ».

L'Alliance France Tourisme

<sup>1</sup> <https://www.alliance-france-tourisme.fr/posts/les-mesures-en-faveur-de-la-priorite-nationale-tourisme>

<sup>2</sup> <https://www.alliance-france-tourisme.fr/posts/le-rapport-des-jeunes-francais-au-tourisme-dans-lere-post-covid>

### Synthèse des propositions

#### Proposition n°1

Faire du développement du tourisme des séniors un axe important de la stratégie nationale du tourisme français

#### Proposition n°2

Sensibiliser et /ou professionnaliser les acteurs du tourisme des séniors

#### Proposition n°3

Déployer une offre 4 saisons sur tout le territoire en parallèle d'une stratégie promotionnelle adaptée

#### Proposition n°4

Amplifier les offres de parcours tourisme de gastronomie, l'œnotourisme et l'agritourisme

#### Proposition n°5

Développer le thermalisme et la thalassothérapie

#### Proposition n°6

Adapter encore davantage les mobilités et l'intermodalité à destination des séniors, ainsi que les programmes de fidélité

#### Proposition n°7

Poursuivre et accélérer les dispositifs pour l'accessibilité

#### Proposition n°8

Développer les offres adaptées ainsi que les offres familiales grands-parents avec petits-enfants

#### Proposition n°9

Créer des outils numériques adaptés aux séniors pour l'accès à la réservation de séjours et de billetterie

#### Proposition n°10

Aller plus loin dans le programme séniors en vacances de l'ANCV

### Introduction

Le vieillissement de la population est un phénomène mondial qui devient l'une des plus importantes transformations sociétales du XXI<sup>ème</sup> siècle et le pourcentage de la population mondiale âgée de 65 ans et plus devrait passer de 10% actuellement à 16% en 2050<sup>3</sup>. En France<sup>4</sup>, les personnes âgées de 60 ans et plus sont au nombre de 19 millions, soit 27,7% de la population, et ce chiffre va encore croître dans les années à venir.

Les défis sont nombreux pour la France. Il s'agit, avant tout, de faire preuve de solidarité intergénérationnelle, ensuite, de développer en France une industrie d'avenir liée au vieillissement au bénéfice de tous<sup>5</sup>, pour enfin, positionner notre pays dans cette évolution démographique et sociétale.

Presque tous les secteurs de l'économie sont concernés et l'on parle de la « Silver économie »<sup>6</sup>, entre autres : habitat, finances, assurances, transports, cosmétiques, nouvelles technologies, E-santé ou intelligence artificielle, équipements, santé, bien-être, et bien sûr le tourisme et les loisirs.

En effet, l'enthousiasme de la génération de nos aînés pour les voyages est en progression croissante, mais ce groupe de population est très hétérogène avec des exigences de consommation très diverses et variées. Il s'agit donc de bien comprendre ce marché spécifique afin de nous saisir de ce sujet et faire de sorte que la destination France soit attractive pour les séniors français et étrangers.

Dès lors, les entreprises de l'Alliance France Tourisme ont décidé de se saisir de ce sujet d'actualité en commandant une vaste enquête auprès de l'Institut IPSOS, dont les conclusions ont été rendues en avril 2024. L'objectif était à la fois d'analyser des comportements passés et présents mais aussi des perspectives de voyages futurs, afin d'établir des pistes d'offres (Partie I). Dans le cadre de la construction d'une stratégie nationale tourisme, l'Alliance a souhaité formuler des propositions pour que la France se positionne comme une destination attractive pour les clientèles séniors (Partie II).

Avant ces développements, une définition du tourisme des séniors est nécessaire, ainsi qu'un tour d'horizon des dispositifs français pour faire voyager les séniors ou attirer les visiteurs, ainsi que ceux des destinations touristiques étrangères qui ont également fait le choix d'opter pour une politique touristique pour nos aînés.

### 1. Définition du tourisme des séniors ou Silver tourisme

Il y a deux manières de concevoir ce public : soit par tranches d'âge soit, comme l'a établi le contrat de filière en 2013<sup>7</sup> par une répartition en trois catégories :

1. **Les âgés dits « actifs »**. Ces retraités, autonomes et indépendants connaissent un vieillissement habituel ou usuel avec le cas échéant des atteintes de certaines fonctions, liées à l'âge, considérées comme physiologiques.

2. **Les âgés dits « fragiles »**. Ces personnes présentent des limitations fonctionnelles et une baisse des capacités d'adaptation ou d'anticipation, sous l'action conjuguée du vieillissement physiologique, de maladies chroniques et du contexte de vie. La fragilité doit être comprise comme une situation dynamique ou même un état instable, qui peut évoluer vers une rupture d'équilibre, des complications et une perte d'autonomie, mais peut aussi être stabilisée par des interventions appropriées.

3. **Les âgés dits « dépendants ou en perte d'autonomie »**. Ces âgés ont besoin d'être aidés pour l'accomplissement des actes essentiels de la vie ou requièrent une surveillance régulière. Ils peuvent vivre à domicile ou en Éphad. Ils ne représentent que 8 % du nombre d'âgés en France. »

<sup>3</sup> United nations, Department of economic and Social Affairs – Population division "World population prospects" 2022 (<https://population.un.org/>)

<sup>4</sup> <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2381474>

<sup>5</sup> Selon la DGE « En 2014, les séniors ont réalisé 22,2 milliards d'euros de dépenses touristiques, aussi bien pour leurs voyages en France (88% des voyages) qu'à l'étranger ». Les 4 pages de la DGE, Études économiques : Les séniors français : un segment touristique porteur de croissance, n°51 fév. 2016.

<sup>6</sup> Contrat de filière Silver économie du 12 déc. 2013.

<sup>7</sup> Cette catégorisation est également celle retenue dans le rapport interministériel sur l'adaptation des logements, des villes, des mobilités et des territoires à la transition démographique « Nous vieillirons ensemble... 80 propositions pour un nouveau Pacte entre générations », mai 2021.

Cette catégorisation apparaît la plus adaptée pour le tourisme des séniors en ce qu'elle permet une meilleure appréhension du phénomène, **l'âge n'est pas une barrière en soi mais seule l'est la perte d'autonomie.**

Par ailleurs, le rapport remis par le Député Christophe Bouillon le 5 décembre 2016<sup>8</sup> intitulé « 17 mesures pour faire de la France une destination attractive pour les touristes séniors » soulignait que six éléments nous permettent de comprendre le cadre général du comportement des séniors du XXIème siècle face au voyage : il existe non pas un mais des touristes séniors, **le décalage croît entre l'âge réel et l'âge ressenti avec une volonté affichée de rester mobile et actif.** Le séniors est un consommateur aguerrri à la recherche d'expériences innovantes, le tourisme est souvent un moyen pour lui de renforcer ses liens familiaux, son comportement face aux nouvelles technologies est ambivalent, et ce segment de clientèle est encore insuffisamment pris en compte dans les stratégies marketing.

Le rapport étudie le niveau d'adaptation à l'accueil et aux attentes des touristes âgés puis il énumère **17 actions prioritaires** pour y répondre. Des offres d'hébergement en passant par les mobilités mais également la communication et la formation, le rapport envisage tous les leviers et les moyens de les actionner.

Ces éléments admis, l'Alliance a souhaité réétudier ce segment de clientèle qui, depuis les contrats de filière, études et rapports des années 2010, a subi la crise sanitaire et ses nombreuses conséquences, particulièrement exacerbées pour des personnes souvent plus fragiles. Le constat est qu'il est possible d'aller plus loin pour dynamiser ce type de tourisme.

### ENJEUX :

- **Pour les personnes âgées** : solidarité intergénérationnelle, rompre l'isolement et briser la routine, maintenir le lien familial et social, la projection dans les voyages est positive, et voyager permet de rester autonome et actif - conséquemment en meilleure santé physique et morale.
- **Pour l'économie française** : dynamiser les recettes touristiques françaises et de nos entreprises, une contribution positive à la balance des paiements de la France, le budget affecté aux dépenses des vacances est supérieur au budget moyen des visiteurs plus jeunes.
- **Pour les collectivités territoriales des recettes** grâce à un tourisme 4 saisons avec des touristes qui dépensent plus que la moyenne, particulièrement dans la culture, donc souvent dans des lieux détenus par les collectivités territoriales.
- **Tous les publics fragiles** concernés par les mêmes obstacles aux voyages bénéficieront des aménagements et infrastructures (personnes à mobilités réduites, enfants...).



<sup>8</sup> [https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/tourisme\\_des\\_seniors\\_-\\_rapport\\_bouillon\\_modifdg\\_cle0bc7da.pdf](https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/tourisme_des_seniors_-_rapport_bouillon_modifdg_cle0bc7da.pdf)

Extrait du contrat de filière<sup>9</sup> :

**La Silver économie, une filière industrielle d'avenir pour la France**

« (...) Le champ du contrat s'efforce d'intégrer le périmètre particulièrement vaste et hétérogène de la Silver économie, lequel s'étend des technologies les plus avancées de la domotique et de la robotique, en passant par les aides techniques les plus simples (d'aide à la marche) et toute la gamme des services de téléassistance ou bouquets de services, jusqu'à l'habitat (cuisine revisitée, salle de bains équipée...), la mobilité pour les âgés, le tourisme pour seniors...

Périmètre en expansion continue, puisque la Silver économie a vocation à irriguer tous les marchés (dès l'instant où ils sont destinés aux seniors (jeunes seniors ou plus âgés, jusqu'à la perte d'autonomie). Ce marché correspond aux biens de consommation, aux solutions pour âgés, aux services. La Silver économie retient la perspective de design pour tous, d'une économie de la confiance et d'un marketing approprié. Il faut en permanence viser la non-stigmatisation dans les produits ou services. »



**2. Tourisme des seniors en France : quels dispositifs ?**

De nombreuses initiatives existent en France : à vocation sociale pour le départ des Français les plus vulnérables et de leurs accompagnants, de politiques volontaristes de l'État ou des collectivités ou des initiatives purement privées. Toutes démontrent l'intérêt et l'attention de la France pour nos aînés.

**A. L'aide au départ des Français en perte d'autonomie et de leurs proches**

Des séjours en France ou à l'étranger spécialement conçus pour les personnes âgées sont proposés par différents organismes locaux et nationaux :

Au niveau local, les centres communaux d'action sociale (« CCAS »), les clubs de retraités et les associations proposent ce type de séjours.

Au niveau national, différents organismes proposent des séjours, comme par exemples :

- Les caisses de retraite.
- Le programme seniors en vacances de l'agence nationale des chèques vacances (« ANCV ») qui propose des séjours tout compris, transport mis à part, pour les personnes âgées. Un tarif préférentiel est proposé aux personnes âgées en situation de fragilité économique ou sociale. Les caisses de retraite peuvent, selon leurs barèmes de ressources, prendre en charge tout ou partie des coûts de séjour dans le cadre de ce programme. Un moteur de recherche des séjours pour les seniors<sup>10</sup> est consultable sur le site de l'ANCV, tout comme le catalogue de l'ANCV<sup>11</sup>.

<sup>9</sup> Un nouveau conseil exécutif de la silver économie a été institué sous la présidence de Fadila Khattabi, ministre déléguée auprès de la ministre du Travail, de la Santé et des Solidarités, chargée des Personnes âgées et des Personnes handicapées, le 13 mars 2024 dans l'objectif de rédiger un nouveau contrat de filière.

<sup>10</sup> <https://seniors.ancv.com/web/grand-public/iframe>

<sup>11</sup> <https://static.ancv.com/ddmc/externe/site/hermes/DPS/sev/flipbook/index.html>

Des organismes proposent également des séjours destinés aux personnes âgées qui ont des difficultés financières ou qui sont dans une situation d'isolement.

Par exemple :

- Les séjours vacances des séniors du Secours populaire<sup>12</sup>.
- Les séjours vacances organisés par les Petits frères des pauvres<sup>13</sup>.

« On estime qu'en France, 4,4 millions de personnes âgées ne partent pas en vacances, selon la DGE. Pour nos aînés, il semble que plusieurs facteurs s'accroissent et les empêchent de partir (précarité, manque d'offres adaptées pour les accueillir, isolement et solitude...). Or, pour les Petits Frères des Pauvres, les vacances sont un droit et c'est pour cela que toute l'année, l'Association organise des vacances pour seniors seuls. »

**Petits frères des Pauvres**

### B. Des politiques régionales orientées pour favoriser un tourisme adapté aux séniors

Le potentiel de la Silver économie pour les territoires n'est plus à démontrer. Toutefois, la régionalisation des contrats de filière par des Comités stratégiques prévue par le contrat de filière national en 2013 a mis du temps à se mettre en œuvre. Celui-ci prévoyait la désignation d'un interlocuteur unique (gérontopôle, agences régionales de développement unique, chambres de commerce et d'industrie, etc), pour solliciter des fonds européens. En janvier 2020, l'organisation d'un tour de France des régions fut confiée à France Silver Économie. Aujourd'hui le niveau d'implication et de maturité au sein des régions est variable<sup>14</sup> mais toutes ont largement entrepris des démarches structurantes pour la filière, dont le tourisme fait partie.



Le Gérontopôle de la Nouvelle Aquitaine est un acteur majeur du « bien vieillir », ils développent des projets de recherche et d'innovation en travaillant sur la prévention et la promotion d'un vieillissement actif.



Le Gérontopôle Pays de la Loire « une synergie d'action à l'échelle du territoire régional » réunit les organismes et les entreprises des Pays de la Loire agissant pour la qualité de vie des personnes âgées. Il aide à l'émergence et à la réalisation d'initiatives publiques ou privées.

### C. Exemples d'initiatives prises par des entreprises de l'Alliance

**SNCF** : SNCF Voyageurs a développé un nombre conséquent d'offres destinées spécialement aux Seniors, afin de les inciter à partir en voyage avec le train. Ainsi, pour les personnes âgées de plus de 60 ans, la carte **Avantage Senior**, valable un an au tarif de 49€, fait bénéficier de 30% de réduction toute l'année sur tous les voyages avec TGV INOUI et INTERCITÉS, en France et en Europe en 2<sup>nd</sup> ou 1<sup>ère</sup> classe. Dans le cas où les petits-enfants seraient également du voyage, SNCF Voyageurs propose de faire bénéficier de 60% de réduction jusqu'à 3 enfants accompagnants.

<sup>12</sup> <https://www.secourspopulaire.fr/nos-actions/acces-aux-vacances/>

<sup>13</sup> <https://www.petitsfreresdespauvres.fr/nos-actions/organiser-activites-collectives/sejours-vacances>

<sup>14</sup> <https://filiereconomie.fr/ecosystemes-regionaux/tour-de-france-des-regions/>

Pour faciliter également la mobilité en gare et le transport de bagages, SNCF Voyageurs a mis en place divers services dont Mes bagages (un service qui transporte vos bagages depuis votre domicile jusqu'à l'adresse de votre choix pour vous permettre de voyager léger et sereinement) ou Assist'enGare (un service gratuit sur simple réservation en ligne ou par téléphone, qui aide les personnes à mobilité réduite à s'installer à bord du train depuis l'entrée en gare, et à l'arrivée depuis votre place jusqu'à la sortie de la gare, votre place dans le train en correspondance, la station de taxi de la gare ou tout autre lieu de votre choix dans la gare).

Enfin, SNCF Voyageurs incite fortement les seniors qui le peuvent à voyager en décalé :



« Les tarifs sont plus intéressants en heures creuses, quand il y a moins de monde dans nos trains. Cela permet aux seniors de voyager en toute tranquillité, sans se presser, tout en bénéficiant de tous nos services dédiés. Pour trouver des petits prix, il est préférable de partir en semaine ou en dehors des heures de pointe »

Explique **Alain Krakovitch**, Directeur de TGV-INTERCITES

### Pierre et Vacances Center Parc :



↑ Cours de cuisines pour les petits-enfants – chez Center Parcs Villages Nature Paris.

Crédit photo ©Milan Vermeulen.



« Le Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs, leader européen du tourisme de proximité, accueille 8 millions de clients par an à travers ses 4 marques touristiques (Center Parcs, Pierre & Vacances, Maeva et Adagio). 85% de sa clientèle sont des familles notamment multigénérationnelles et donc composées de seniors.

Tous les hébergements et les activités de loisirs sont conçus pour que chacun y trouve son confort et son intérêt et partager des moments mémorables avec ses proches : ballade en pleine nature à pied ou à vélo, pratique du golf, cours collectifs dans les espaces aquatiques, spa, activités ludo-pédagogiques (jardinage, cuisine...), etc.

Au sein des marques du groupe, une large gamme de solutions d'hébergements permet à chacun et notamment à la clientèle senior de trouver une offre adaptée à ses besoins et à ses finances. »

**Franck Gervais**,  
Directeur Général de PVCP

**Disneyland Paris :** Les personnes de tout âge sont les bienvenues à Disneyland Paris : ado, adulte ou senior. Plusieurs services spécialement ont été mis en place pour que l'expérience des personnes âgées soit réussie et agréable. Par exemples, la possibilité de louer des fauteuils roulants ou, en été, des brumisateurs ainsi que des fontaines à eau sont disposés dans le parc. Par ailleurs, l'offre de restauration très diverse permet à chacun de trouver le restaurant qui lui convient et notamment avec des sièges plus confortables pour les seniors. Enfin, de nombreuses attractions sont prévues sans sensation trop forte pour le plaisir de tous.



↑ Crédit photo ©Walt Disney World Resort



« La clientèle senior est très présente dans nos clubs, en particulier sur les ailes de saison où nous clubs restent ouverts et proposent à ces clients une large gamme d'activités »

**Alexis Gardy,**  
Président de Belambra

**Belambra** : Plusieurs clubs, hôtels et résidences ont été particulièrement sélectionnées pour des vacances de seniors idéales en fonction des activités proposées, des soirées à thème et de l'offre de restauration ! Des séjours bien-être et découverte séniors sont aussi spécialement organisés.

### 3. Les destinations senior-friendly à l'étranger

**Portugal** : La fondation INATEL<sup>15</sup>, qui vise à promouvoir les loisirs des jeunes, des travailleurs et des seniors, a créé deux programmes pour les personnes âgées : « tourisme » et « santé et thermalisme ». Ces séjours, organisés en dehors de la haute saison, varient en coût selon les revenus des participants. INATEL a également conclu un accord avec IMSERSO pour des échanges entre le Portugal et l'Espagne, ainsi que des accords avec le Brésil. Plus de 700 000 seniors ont profité de ce programme entre 1995 et 2014.



Site internet Fondation INATEL



Site internet Programme IMSERSO

**Espagne** : depuis les années 1980, le programme IMSERSO<sup>16</sup> (Instituto de Mayores y Servicios Sociales) est une institution publique en Espagne qui s'occupe des services sociaux et des programmes destinés aux personnes âgées. L'IMSERSO est principalement chargé de développer des politiques et des initiatives visant à améliorer la qualité de vie des personnes âgées espagnoles.

Les principales activités de l'IMSERSO comprennent des programmes de tourisme social, l'institut organise des séjours de vacances subventionnés, leur permettant de profiter de vacances à un coût abordable dans différentes destinations en Espagne.

Les programmes de tourisme social de l'IMSERSO sont conçus pour offrir aux personnes âgées espagnoles la possibilité de profiter de vacances abordables et de qualité :

- **Accessibilité économique** : Ces programmes de vacances sont subventionnés par le gouvernement espagnol, ce qui signifie que les participants paient un prix réduit pour leurs séjours. Cette accessibilité économique permet à un plus grand nombre de personnes âgées de profiter de voyages et de découvertes à moindre coût.
- **Destinations variées** : Les programmes proposent une gamme variée de destinations en Espagne, notamment des villes côtières, des régions montagneuses, des sites historiques et culturels, ainsi que des zones rurales pittoresques. Les participants ont la possibilité de choisir des destinations qui correspondent à leurs préférences personnelles.

<sup>15</sup> <https://www.inatel.pt>  
<sup>16</sup> <https://imserso.es/fr/espacio-mayores>

- **Séjours tout compris** : Les voyages IMSERSO sont souvent des séjours tout compris, ce qui signifie que l'hébergement, les repas et parfois même les activités sont incluses dans le forfait. Cela simplifie la planification des voyages pour les personnes âgées et leur permet de se détendre et de profiter pleinement de leur séjour.
- **Sociabilisation** : L'un des objectifs principaux de ces programmes est de favoriser la sociabilisation entre les participants. Les voyages en groupe permettent aux personnes âgées de rencontrer d'autres personnes de leur âge, de partager des expériences et de créer des liens d'amitié, ce qui contribue à lutter contre l'isolement social.
- **Activités et excursions** : Outre le temps libre, les programmes de tourisme social incluent généralement des activités et des excursions pour permettre aux participants de découvrir la culture locale, l'histoire et la cuisine. Ces excursions peuvent comprendre des visites de musées, des spectacles de danse flamenco, des dégustations de plats locaux et bien plus encore.
- **Soutien et assistance** : Les voyages IMSERSO sont souvent organisés avec un souci particulier pour le confort et la sécurité des personnes âgées. Des guides et des accompagnateurs sont généralement présents pour offrir leur soutien, s'assurer que tout se passe bien et répondre aux besoins individuels.

Ces programmes de tourisme social de l'IMSERSO jouent un rôle essentiel dans l'amélioration de la qualité de vie des personnes âgées en Espagne en leur offrant des opportunités de voyages enrichissants, de sociabilisation et de découverte. Ils contribuent également à promouvoir le bien-être et l'autonomie des personnes âgées.

**Chili** : Le programme "Vacaciones Tercera Edad"<sup>17</sup> du Service national du Tourisme subventionne une partie significative du coût total du séjour dans le pays, incluant le transport, l'hébergement, les activités et l'assurance pour les seniors chiliens. Depuis 2001, le programme « Vacances pour le troisième âge » développe des forfaits touristiques subventionnés en pourcentage par rapport à la valeur

totale de chaque forfait de voyage spécialement conçus pour les séniors, contribuant à l'utilisation de services touristiques dans diverses destinations prioritaires par Sernatur, contribuant ainsi à la mise en valeur de destinations et d'attractions touristiques émergentes en période de faible demande.

Grâce aux milliers de voyages réalisés d'année en année, le programme Vacances pour le troisième âge dynamise les économies locales de chaque destination et contribue en outre à ce que les personnes âgées accèdent à tous les avantages psychologiques et physiques que l'activité touristique offre. Il existe trois modalités pour voyager avec le programme : classique, escapades et expériences.



[Site internet Programme Vacaciones Tercera Edad](#)

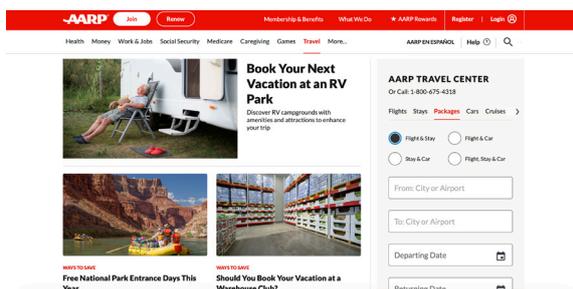
**Aux États-Unis** : Des organisations nombreuses et fédérales, comme Road Scholar, proposent des circuits de voyage spécialement conçus pour les seniors. Ces circuits offrent une variété d'expériences, allant de la découverte de parcs nationaux à des séjours axés sur l'histoire et la culture, avec des activités adaptées aux niveaux de confort et d'intérêt des seniors. Des destinations populaires incluent la Floride, la Californie, le New Jersey, la Caroline du Nord, l'État de Washington, le Wyoming, la Louisiane, et le Missouri, offrant des activités telles que la randonnée, le kayak, l'observation des oiseaux, et des visites culturelles.



[Site internet Organisation Road Scholar](#)

<sup>17</sup> Pour une analyse du tourisme séniors Chinois : Chenxu Wang « Économie du tourisme des séniors et spécialisation internationale », thèse soutenue en mai 2020 <https://vacacionesterceraedad.cl>

**Au Canada** : les seniors bénéficient souvent de réductions sur les tarifs d'entrée dans les théâtres, les musées, les festivals, et d'autres attractions, ainsi que sur les transports publics. Des organisations telles que AARP et Road Scholar proposent également des programmes et des réductions pour les voyages de seniors, incluant des circuits d'aventure et des voyages d'étude à l'échelle mondiale pour les personnes âgées de 55 ans et plus. En outre, pour les seniors ayant des préoccupations en matière de mobilité, des destinations comme les jardins botaniques aux États-Unis et au Canada, les parcs nationaux, et des resorts spécialement adaptés aux seniors offrent des options de voyage accessibles et agréables. Des groupes de voyage pour seniors proposent également des aventures et des expériences adaptées aux intérêts et aux besoins des personnes âgées de 50 ans et plus, incluant des safaris animaliers, des randonnées, et des expériences culturelles.



[↑ Site internet Organisation AARP](#)

**En Chine**<sup>18</sup> : La Chine est l'un des pays où la population âgée augmente le plus rapidement au monde : l'OMS estime qu'en 2040, les seniors chinois seront 402 millions, soit 28% de la population. Plusieurs programmes de vacances sont disponibles pour encourager les voyages des seniors. Les villes et les destinations comme Pékin, Shanghai, Xi'an, Guilin, et Chengdu offrent une variété d'activités adaptées aux seniors. Ces activités comprennent des visites de sites historiques, des croisières sur le fleuve Yangtsé, et la participation à des activités culturelles comme le Tai Chi. De plus, la Chine propose des réductions pour les seniors sur l'entrée de nombreuses attractions touristiques, telles que des jardins, des temples, et des musées, selon leur âge, les seniors en Chine peuvent bénéficier de réductions ou d'accès gratuit à divers sites

touristiques. Par exemple, les personnes de plus de 65 ans peuvent entrer gratuitement dans des lieux tels que le Palais d'Été et le Temple du Ciel à Pékin. D'autres attractions offrent des réductions pour les visiteurs de plus de 60 ans, tandis que certains endroits comme la Tour de la Perle de l'Orient à Shanghai offrent des réductions significatives pour les visiteurs de plus de 70 ans.

En outre, la tendance des voyages chez les seniors en Chine montre une préférence croissante pour des séjours plus longs et des destinations variées. Beaucoup de seniors chinois préfèrent voyager dans le sud de la Chine pour profiter d'un climat plus chaud ou visiter des régions telles que le delta du Yangtsé pour de courts séjours. L'augmentation des locations de voitures parmi les personnes âgées de 60 ans et plus indique également une tendance vers une plus grande indépendance dans les voyages.

**Au Japon**<sup>19</sup> : En 2022, le gouvernement japonais a encouragé la participation des seniors au tourisme en mettant en œuvre diverses politiques. Celles-ci incluent des incitations financières, des subventions ou des réductions spéciales pour les voyages des personnes âgées. Des initiatives ont été lancées pour promouvoir des destinations accessibles et des activités adaptées aux besoins des seniors. La communication d'informations claires sur les avantages du voyage pour la santé physique et mentale des seniors a également été une composante importante de ces politiques. Ces mesures visent à soutenir le bien-être des personnes âgées en favorisant l'exploration de nouvelles expériences tout en stimulant l'industrie du tourisme. En complément, différentes municipalités japonaises ont mis en place des programmes d'aide aux voyages pour les personnes âgées. Par exemple, des villes comme Kyoto, Tokyo et Yokohama ont proposé des initiatives visant à faciliter les déplacements des seniors. Ces programmes peuvent inclure des subventions, des informations sur les destinations accessibles, ainsi que des services d'assistance pour planifier et effectuer les voyages.

<sup>18</sup> <https://theses.hal.science/tel-02619751/document>

<sup>19</sup> <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/index.html>

**Partie 1**

**Tourisme des séniors –  
Analyse de l'étude Ipsos**

Partie 1

# Tourisme des séniors – Analyse de l'étude Ipsos



Deux séniors sur trois voyagent et quasiment autant le feront dans les 5 années à venir – sous réserve d'être en bonne santé.

Dans le contexte post-Covid et d'inflation, les séniors privilégient les destinations moins lointaines et les réservations flexibles deviennent la norme. Pour faire face à la hausse des prix, les dépenses sur place deviennent une variable d'ajustement.

## 1. Comment les séniors voyagent-ils aujourd'hui ?

### A. Le constat

**+2/3** des séniors voyagent toujours

70% des séniors ont effectué au moins un voyage au cours des 24 derniers mois (VS 87% pour les 18-34 ans et 81% pour les 35-59 ans).

Ils ont réalisé **6,2 séjours en moyenne** durant cette période. Les courts séjours sont légèrement plus répandus que les longs séjours (respectivement 58% et 53%), avec **une forte mixité** (42% des séniors ont réalisé les deux types de séjour).

Assez logiquement, les **séniors qui voyagent le plus** sont plus jeunes et aisés, en couple, en meilleure santé -selon leur perception- et plus à l'aise avec le numérique.

De même, les séniors les plus âgés, avec des contraintes financières et de santé, voyagent moins. A noter néanmoins que l'âge n'est pas un déterminant : 52% des 80 ans et plus ont réalisé au moins un séjour au cours des 24 derniers mois.

### B. L'évolution des habitudes par rapport à 2020

Même si 44% continue de voyager autant ou plus qu'avant, les habitudes ont évolué depuis 2 ou 3 ans : 33% des séniors partent moins souvent et 20% ont arrêté de voyager.

Au-delà du manque de motivation ou d'envie de voyager (46%), cette baisse se justifie avant tout par des **contraintes budgétaires liées à l'inflation** (44%) et par l'état de **santé** (31%).

Par rapport à la période avant Covid, ceux qui voyagent encore privilégient désormais des **séjours en France** (47%) et **de proximité** (26%). Par ailleurs, les séniors recherchent aujourd'hui des **options de réservation flexibles** (30%).

Le contexte inflationniste conduit les séniors voyageurs en premier lieu à réduire leurs **dépenses sur place** : pour le shopping (63%), les restaurants (49%), les sorties (46%). Par ailleurs, et également en raison de budget contraint par l'inflation, 51% privilégient les **destinations moins lointaines** et 42% les **séjours plus courts**.

### C. Les habitudes de voyages selon les différents profils

**La France demeure la première destination des Français tous âges confondus** et la seule destination où les séniors, plus actifs et mobiles se rendent autant en voyage que les 18-59 ans.



Quel que soit leur âge, les séniors sont partis principalement en France, au cours de 24 derniers mois :

- 58% des plus de 60 ans ont réalisé des courts séjours : 55% en France métropolitaine, 17% en Europe, 6% hors Europe et 1% en Outre-mer. Cette catégorie de voyageurs est satisfaite de son état de santé à 63%.

En illustration : 58% des +60 ans, vs 63% des 18-34 ans et 56% des 35-59 ans

- 53% des plus de 60 ans ont réalisé des longs séjours : soit 43% en France métropolitaine, 21% en Europe, 8% hors Europe et 2% en Outre-mer. Cette catégorie de voyageurs est satisfaite de son état de santé à 59%.

En illustration : 53% des +60 ans, vs 58% des 18-34 ans et 63% des 35-59 ans

Comme il s'agit souvent de destinations de proximité, les séniors partent principalement en voiture (78%) jugée pratique (bagages, transports sur place), confortable et moins onéreuse. A noter que la voiture est logiquement beaucoup moins utilisée par les 80 ans et plus (45% vs. 78% de l'ensemble des séniors voyageurs, dont 89% des 65-69 ans).

66% des séniors voyagent avec leur conjoint. Les voyages entre amis et en famille sont aussi relativement répandus (respectivement 29% et 28%). Là encore on observe des spécificités auprès des 60-64 ans qui voyagent davantage en famille (37%) ou seuls (16%), avec leurs petits-enfants sans les parents (9%).



Soit 68% des 60-64 ans (à 33% encore actifs) voyagent en été vs. 56% de l'ensemble des séniors.

Type de séjours : les vacances à la mer sont les plus populaires (62%). Mais là encore les préférences varient selon l'âge : 75% des 60-64 sont partis à la mer au cours des 24 derniers mois vs. 33% des 80 ans +. Ensuite, viennent les vacances à la campagne (39%) et les escapades urbaines (32%).

En termes d'hébergements, au cours de 24 derniers mois, les hôtels ressortent en 1<sup>ère</sup> position (44% vs 50% pour les 18-34 ans et 53% des 35-59 ans), suivis par les locations de vacances (30% vs 23% pour les 18-34 ans et 26% des 35-59 ans), les logements chez l'habitant<sup>20</sup> (27% vs 14% pour les 18-34 ans et 14% des 35-59 ans), les gîtes et chambres d'hôtes (21% vs 14% pour les 18-34 ans et 14% des 35-59 ans) et les campings (17% vs 18% pour les 18-34 ans et 18% des 35-59 ans). Il est notable en revanche que les plateformes, type Airbnb, arrivent en 5<sup>ème</sup> position à hauteur de 16%<sup>21</sup>.



Enfin, le budget annuel alloué aux vacances se situe autour de 2 230€ en moyenne (vs 1776€ pour les 18-34 ans et 2090€ pour les 35-59 ans). Il est principalement dédié à l'hébergement (885€ en moyenne) et au transport (573€ en moyenne). Les budgets moyens dédiés à la restauration et aux loisirs sont respectivement de 374€ et 228€. Logiquement, les couples ont souvent un budget supérieur (par exemple le budget dédié à l'hébergement passe de 599€ à 1078€ entre une personne vivant seule et un couple).

<sup>20</sup> En famille ou chez des amis

<sup>21</sup> En mai 2023, l'Alliance France Tourisme réalisait une enquête similaire auprès des jeunes qui indiquait : « L'hôtellerie premier mode d'hébergement, des auberges de jeunesse délaissées - En ce qui concerne leur mode d'hébergement à destination, les jeunes générations déclarent préférer majoritairement l'hôtel, que ce soit pour un long (51%) ou pour un court séjour (53%). Viennent ensuite les locations touristiques via des plateformes : Airbnb a pris une grande importance pour eux (40% pour un court ou un long séjour, dont 36% pour les 18/24 ans et 43% pour les 25/34 ans), puis l'hébergement en famille ou chez des amis (23% pour un long séjour et 27% pour un court séjour). Le camping est privilégié pour seulement 24% des jeunes en long séjour et 20% pour un court séjour. ». Source : <https://www.alliance-france-tourisme.fr/posts/le-rapport-des-jeunes-francais-au-tourisme-dans-lere-post-covid>

**2 230€**

budget annuel moyen  
pour alloué aux vacances  
par les 60 ans et plus

**D. Voyager c'est avant tout se reposer, passer du temps en famille et découvrir**

Les activités culturelles sont les plus attractives pour les séniors. Pour eux, voyager est avant tout synonyme de détente et de dépaysement, c'est aussi un moment privilégié de partage, davantage que pour les 18-59 ans.

**Les raisons de voyager :** Les séniors voyagent principalement pour profiter de leur temps libre (58%) en l'absence de contraintes liées à leur santé (59%). En complément de ces deux facteurs, les motivations sont le repos (39%), passer du temps en famille (37%) et la volonté de se cultiver et d'apprendre (36%). Les 60-64 ans éprouvent un besoin plus fort de repos et de dépaysement, certainement en raison de la part d'actifs prépondérante dans cette tranche d'âge. Il est aussi notable que seulement 12% profitent de tarifs séniors dans le cadre de leurs voyages.

**Les activités en vacances :** Voyager pour les 60 et plus est avant tout l'occasion de :



**Se détendre** 39% (vs. 47% des 18-34 ans et 52% des 35-59 ans)



**Se sentir dépaycé** 26% (vs. 42% des 18-34 ans et 40% des 35-59 ans)

Si lors des voyages, les personnes âgées souhaitent se détendre, être dépaycées et se rapprocher de la nature, il est aussi notable que, parmi les 60-64 ans, 58% en profitent pour pratiquer des activités sportives. La culture se démarque clairement comme leur sujet d'activités préférées : les « visites découvertes » (64%) et les activités culturelles (53%).



À noter que les 60-64 ont une panoplie d'activités plus large que les séniors plus âgés : d'un côté, ils sont plus attirés par les journées à la plage / farniente (58% vs 41% de l'ensemble des séniors voyageurs) et le spa / centres de thalassothérapie (13% vs. 7%), en lien avec leur besoin de recharger les batteries. D'autre part, ils pratiquent davantage d'activités sportives en vacances (49% vs. 39%) et des jeux avec leurs petits-enfants (24% vs. 17%) ou encore des sorties dans des parcs d'attractions (21% vs. 12%).

**Les vacances avec les petits-enfants :** un quart des grands-parents partent en vacances avec leurs petits-enfants en été, alors que pour les petites vacances scolaires est moins fréquent : 9% pour les vacances de printemps et de Noël/hiver et 5% pour les vacances de la Toussaint. Parmi les activités préférées : la plage en été (73%) et les activités sportives tout au long de l'année. Les activités culturelles et les terrains de jeux occupent une place importante pendant les vacances de printemps (57%) et de la Toussaint (62%).



**79%**

des séniors qui voyagent avec leurs petits-enfants estiment qu'un accès aux activités adaptées rentrent fortement en compte (en comparaison 89% des 18-34 ans et 76% des 35-59 ans).

Contrairement à ce qui aurait pu être imaginé, le fait que l'hébergement propose des services de garde pour les petits-enfants n'est pas jugé essentiel puisque ça l'est pour seulement 14% de plus de 60 ans vs 56% des 18-34 ans et 31% des 35-59 ans). Donc les services de garde d'enfants sont assez peu demandés par les séniors, bien moins que pour les 18-34 ans.

### E. Les déterminants dans le choix de la destination

Les séniors privilégient les destinations faciles d'accès, où ils se sentent en sécurité et où ils peuvent être pris en charge en cas d'urgence.

De nombreux critères sont pris en compte par les plus de 60 ans pour choisir la destination de séjour :

- Pour 89%, les facilités de déplacement sur place sont importantes. En revanche, 17% d'entre eux jugent que c'est essentiel (vs 27% des 18-34 ans et 30% des 35-59 ans),
- Pour 86 %, l'accessibilité de la destination, dont pour 16% d'entre eux estiment que c'est essentiel (vs 27% des 18-34 ans et 30% des 35-59 ans),
- Pour 85%, le budget global du séjour, dont pour 20% d'entre eux arbitrent que c'est essentiel (vs 44% des 18-34 ans et 41% des 35-59 ans),
- Pour 84%, la sécurité sur place et pour 23% d'entre eux c'est essentiel (vs 44% des 18-34 ans et 41% des 35-59 ans),
- Pour 77%, l'assurance de prise en charge en cas de problème de santé, dont 21% pensent que c'est essentiel (vs 25% des 18-34 ans et 25% des 35-59 ans).

Assez logiquement, il s'agit de critères qui sont bien en phase avec les destinations de proximité, et en France. Il est notable aussi que les jeunes semblent plus enclins à avoir besoin de réassurance que les aînés.



Par ailleurs, la majorité des séniors déclarent intégrer des considérations écologiques dans leurs choix : 57% des séniors voyageurs privilégient les destinations de proximité pour des raisons écologiques (vs 12% des 18-34 ans et 47% des 35-59 ans) et 42% optent pour les transports moins polluants (vs 51% des 18-34 ans et 36% des 35-59 ans).

15% des plus de 60 ans déclarent voyager moins souvent pour s'offrir des vacances haut de gamme (vs 34% des 18-34 ans et 28% des 35-59 ans).

### F. Les moyens de réservation des vacances

Les séniors voyageurs utilisent 2,9 canaux en moyenne pour préparer leurs vacances.

Les sources numériques et digitales sont désormais bien intégrées dans leurs parcours : 68% des séniors les consultent. Les sites de réservation sont particulièrement populaires auprès des 60-64 ans (54% vs. 37% de l'ensemble des séniors voyageurs). En parallèle, 64% des séniors se basent sur les conseils de leurs proches.

Concernant les sources off-line, les guides de voyage papier et les reportages / articles sur les voyages ressortent comme les premières sources d'inspiration (respectivement 39% et 36%).

## 2. Comment les séniors se projettent-ils en termes de voyages dans les prochaines années ?

### A. Quelles sont les intentions de continuer de voyager ?

La grande majorité des séniors envisagent toujours de voyager dans les 5 prochaines années, sous réserve d'avoir encore la santé et les moyens financiers.



63%

des séniors envisagent de continuer à voyager dans les 5 prochaines années

(dont 14% plus qu'actuellement, 39% autant qu'actuellement et 10% moins qu'actuellement), vs 91% des 18-34 ans et 82% des 35-59 ans.

Assez logiquement, on observe des écarts importants selon **l'âge et l'état de santé ou d'autonomie** : 77% des 60-64 ans vs. 37% des 80 ans et plus. Et, 70% des séniors qui estiment être en bonne santé envisagent de voyager vs. 45% de ceux qui sont plus inquiets à ce sujet.

Auprès des séniors qui envisagent de revoir leurs voyages à la baisse, l'incertitude **concernant leur état de santé** ressort comme le frein principal (60%). Ce facteur est aussi bien sûr lié à l'âge : 86% auprès des 80 ans et plus vs. 34% auprès des 60-64 ans.

L'**incertitude concernant sa situation financière** est le 2<sup>e</sup> frein le plus important qui préoccupe 40% de séniors qui envisagent de voyager moins à l'avenir.

**32%** d'entre eux se disent préoccupés par les conflits internationaux et **28%** par la surfréquentation des sites

### B. Les projections dans les voyages futurs

A priori, pas de rupture vis-à-vis de leurs pratiques actuelles, mais de la curiosité pour des séjours et des activités plus variés, de type spa et relaxation.

-  **Activités culturelles** : 63% (pratiques actuelles 53%)
-  **Visites découvertes** : 62% (pratiques actuelles 64%)
-  **Plage / Farniente** : 41% (pratiques actuelles 41%)
-  **Activités sportives** : 39%. 60-64 ans : 54% (pratiques actuelles 39%)
-  **Jeux / Activités avec les petits-enfants, arrière-petits-enfants** : 22%. 60-64 ans : 32% (pratiques actuelles 17%)
-  **Spa / Séances de relaxation** : 16% (pratiques actuelles 7%)
-  **Parc d'attraction / Parc de loisirs** : 14%. 60-64 ans : 27% (pratiques actuelles 12%)
-  **Soins médicaux** : 4%
-  **Soins esthétiques** : 1% (pratiques actuelles 0%)
-  **Autres types d'activités** : 5%

Les séniors qui ont l'intention de voyager dans les années imaginent leurs vacances idéales ainsi : **découvrir le patrimoine** (globalement à 68%, c'est même une priorité pour 23%), **profiter de beaux paysages** (globalement à 74%, prioritairement pour 21%), **se reposer** (globalement pour 50% en priorité pour 11%) et **effectuer des voyages gastronomiques et œnologistiques** (42% au global, dont 59% des 70-74 ans).

**Les activités culturelles et les visites découvertes** emportent leur préférence (respectivement 63% et 64%), comme c'est le cas aujourd'hui. À noter que **le spa et séances de relaxation** remontent dans les projections, comparé aux pratiques actuelles (16% vs. 7%), tout en restant plutôt « niche ».

Quel que soit l'âge, les destinations en France métropolitaine sont les plus envisagées pour les prochains voyages. Ainsi à 77% les séniors envisagent de voyager en France (vs pour les 18-34 ans à 77% et pour les 35-59 ans à 74%), à l'étranger pour 64% (vs pour les 18-34 ans à 70% et pour les 35-59 ans à 67%), et Outre-mer à 21% (vs pour les 18-34 ans à 32% et pour les 35-59 ans à 24%), ce chiffre est notable parce qu'actuellement 3% des séniors voyagent outre-mer.

Il est notable que pour toutes les catégories d'âge l'Europe remporte largement l'adhésion dans la catégorie des voyages à l'étranger, donc « voyage à l'étranger » ne rime pas forcément avec longues distances.

- 18-34 ans : 59% envisagent de voyager en Europe (vs 42% actuellement), 48% à l'étranger hors Europe (vs 20% actuellement)
- 35-59 ans : 57% envisagent de voyager en Europe (vs 34% actuellement), 40% à l'étranger hors Europe (vs 15% actuellement)
- 60 ans et plus : 52% envisagent de voyager en Europe (vs 25% actuellement), 28% à l'étranger hors Europe (vs 8% de pratiques actuelles)

À noter que l'intérêt pour les destinations étrangères futures est lié à l'âge : 75% des 60-64 ans sont ouverts à l'idée de partir à l'étranger vs. 45% des 80 ans et plus, bien que ce chiffre demeure considérable.

36%

considèrent que la richesse touristique de la France est le principal motif pour lequel ils choisissent de ne pas partir à l'étranger

À la question « pour quelles raisons n'aimeriez-vous pas partir à l'étranger ? » 54% des séniors considèrent que la France est riche de lieux à découvrir, 30% que le respect de l'environnement exige de choisir des destinations de proximité, ou encore pour 28% d'entre eux c'est une question d'habitude. Il est notable que les considérations de santé ou médicales arrivent en dernier : « je crains de ne pas être pris en charge en cas de problème de santé » (15%), « je crains de ne pas avoir accès à mes soins habituelles » (11%), et « je crains de devoir avancer des frais en cas de problème de santé » (5%).

Globalement, les séniors se projettent aussi dans des séjours plus variés par rapport à leurs habitudes actuelles, même si les vacances à la mer restent les plus envisagées (60%), notamment par les 60-64 ans (74%), suivi par la montagne (47%), la campagne (37%) et les escapades urbaines (29%).

95%

des séniors envisagent de partir hors saison à l'avenir (vs 7% en haute saison et pendant les périodes de vacances scolaires)

Plusieurs leviers sont envisageables pour rendre les voyages hors saison encore plus attractifs afin repartir les flux de touristes dans le temps<sup>22</sup> et encourager le développement d'un tourisme quatre saisons. Les séniors interrogés ont ainsi classé les motivations pour voyager hors saison : d'abord, pour éviter la sur-fréquentation des sites (95% parmi lesquels c'est essentiel pour 58%), ensuite, pour profiter des prix réduits sur tous les postes de dépenses hébergements (88%), activités (80%), transports (77%). Et enfin, pour bénéficier d'offres combinées attractives (69%, et même pour 48% des 80 ans et plus) et d'offres spéciales exclusives (66%).

Enfin, concernant le logement pour les voyages futurs, les hôtels resteront le mode d'hébergement favori à l'avenir, et ce quel que soit l'âge : 52% des séniors qui envisagent de voyager, la pratique actuelle est de 44% (vs 56% pour les 18-34 ans et 56% pour les 35-59 ans). Néanmoins, ils peuvent être davantage challengés à l'avenir par les gîtes (45% vs 21% dans la pratique actuelle) et les locations de vacances (40% vs 30% dans la pratique actuelle) qui gagnent fortement en attractivité.

### 3. Les offres et les services pour inciter le voyage des séniors – enquête ipsos

Il ressort que les séniors mobiles et actifs sont des consommateurs à la recherche d'expériences nouvelles de voyages (culture, nature et gastronomie) et que les freins au départ ne sont pas insurmontables, plus ils sont « fragiles » plus ils sont sensibles aux offres de services mais un service de démarque tout particulièrement : la mobilité adaptée.

#### A. Quelles offres pour répondre à leurs aspirations voyages ?

Les voyages thématiques portent un fort potentiel de développement, prioritairement ceux axés sur la culture (54%), la nature/l'écologie (40%, parmi lesquels : 59% sont insatisfaits de leur état de santé) et la gastronomie ou l'œnologie (34%). La majorité des séniors est intéressée par des offres spéciales pour des événements autour du patrimoine (62%) des événements culturels (54%) ou des occasions à célébrer (41%). Les séniors en couple et les grands-parents sont plus sensibles aux offres pour les occasions spéciales, ils sont à la recherche de convivialité.

54%

des séniors priorisent les voyages culturels axés sur l'exploration de la culture, de l'histoire et des traditions d'une destination

<sup>22</sup> Cf les propositions du rapport de l'Alliance France Tourisme « Destination France : quelle régulation face à la surfréquentation touristique ? » juin 2023.

Les avis sont tempérés sur le développement de programmes de fidélité pour voyageurs réguliers : ils ont globalement peu recours à des programmes de fidélité (51% ne sont pas intéressés, 40% sont intéressés dont 9% très intéressés). Ils sont 4/10 à s'y intéresser, 53% parmi eux disposent d'un budget vacances élevé (soit >3 000€) ? Par ailleurs, les séniors sont assez peu attachés à l'idée de voyager toujours avec les mêmes opérateurs (agences de voyages 15%, compagnies aériennes 15% et marques d'hôtels et d'hébergement 14%). En comparaison, les programmes de fidélités créent davantage l'adhésion chez les 18-34 ans (intéressés à 70%, dont 29% se disent très intéressés) et les 35-59 ans (59%).

En comparaison, les programmes de fidélités créent davantage l'adhésion chez les 18-34 ans (intéressés à 70%, dont 29% très intéressés) et les 35-59 ans (59%).

### B. Les services à développer dans le cadre du voyage séniors pour plus d'attractivité des destinations.

Les séniors avec plus de contraintes de santé voyagent moins et sont plus sensibles à l'offre de services. Les séniors qui se projettent moins dans les voyages dans les années à venir montrent un intérêt plus fort pour les différents services : 7,3 services jugés intéressants en moyenne sur 15 services testés (vs. 4,4 services en moyenne auprès de l'ensemble des séniors qui envisagent de voyager).



**Agences de voyages : 15%**



**Compagnies aériennes : 15%**



**Marque d'hôtels ou d'hébergements : 41%**



**Compagnies de train / SNCF : 39%**



**Marque de club de vacances 22%**



**Non pour aucune de ces propositions : 49%**

Un service se démarque auprès de toutes les cibles : des transports/navettes adaptées pour se rendre facilement à la destination : pour 59% des personnes âgées qui envisagent de voyager, ce service de transports pour se rendre facilement à la gare ou aéroport et vers le lieu d'hébergement est important, et surtout pour 74% des personnes qui n'envisagent pas de voyager, par déduction, nous pensons qu'il s'agit d'un frein au déplacement. Les 18-59 ans s'y montrent également très sensibles (c'est « important » pour 75% des 18-34 ans et pour 71% des 35-59 ans).

Par ailleurs, et outre les mobilités, les personnes de plus de 60 ans qui envisagent de voyager, souhaitent prioritairement des hébergements avec des espaces conviviaux pour 35% même si c'est « essentiel » pour seulement 2%, des services de traduction pour 36% dont pour seulement 4% c'est essentiel, et des hébergements avec un protocole sanitaire renforcé pour minimiser les risques de contracter des maladies pour 32%, dont pour 3% c'est essentiel.

Pour ce que concerne les séniors qui se projettent moins ou pas du tout dans les voyages futurs, la question a été posée de quels sont les principaux obstacles pour eux au départ afin de connaître les leviers : sans étonnement, et en cohérence avec les réponses précédentes, les réponses apportées sont : les transports/navettes adaptées pour se rendre dans les gares/aéroports (74% vs 59% de ceux qui envisagent de partir en voyage dans le futur) et des mobilités sur place (60%) ainsi qu'au fait de pouvoir accéder à un centre médical proche de leur hébergement (55% vs 28% des séniors qui envisagent de voyager dans le futur), Par déduction en lien avec leur état de santé pour la continuité des soins. Ainsi, une offre de services adaptés semble permettre de lever certains freins aux voyages auprès de la catégorie des séniors la plus fragile.

<sup>22</sup> Centre Presse, le Quotidien de la Vienne, 25 janvier 2022.

<sup>23</sup> Le dispositif prévoit l'ouverture de 400 places de formation de niveau Bac+1 à Bac+5 entre 2022 et 2024. Le maillage territorial du réseau s'articulera avec les CMQ et les GRETA et permettra de répondre aux besoins des filières.

**Partie 2**

# Propositions pour développer le tourisme des séniors en France

**Partie 2**

## Propositions pour développer le tourisme des séniors en France

### Proposition 1 : Faire du développement du tourisme des séniors un axe important de la stratégie nationale du tourisme français

La France dispose indéniablement d'attraits déterminants, qu'ils soient factoriels (paysages, météorologiques, culturels et patrimoniaux) budgétaires, ou encore spécifiques (par exemples : médical ou destiné au bien-être général) qui font de la France une destination particulièrement attractive pour les personnes âgées françaises ou en provenance de l'étranger.

Il est aussi établi par l'étude IPSOS que les séniors Français privilégient principalement la France, davantage encore depuis la crise sanitaire, certainement pour des motifs de sécurité sanitaire et l'assurance de prise en charge en cas de problème de santé.

Ainsi, il est clair que la France bénéficie de tous les atouts nécessaires pour recevoir les clientèles les plus âgées.

Il faut donc que le **développement du tourisme séniors constitue un axe important de la stratégie nationale du tourisme français**. Ceci signifie une mobilisation de tous les acteurs de la filière pour promouvoir et communiquer sur la destination et commercialiser des offres adaptées. Ce qui passe également par un développement de la formation à l'accueil de ce segment de clientèle.

#### Les labels :

Dans le « Nouveau pacte entre générations » proposé par France Silver Eco en mai 2021, il est proposé d'officialiser le Label villes amies des aînés, cette initiative nous paraît opportune parce que gage de qualité de l'adaptation de l'espace public.

De même que l'intégration du bon accueil des séniors dans le label Qualité Tourisme, des critères tels qu'offre de restauration adaptée ou un personnel spécialement formé à l'accueil des séniors pourraient utilement être pris en compte.

Le label Tourisme & Handicap contribue à mieux répondre aux besoins des personnes en situation de handicap. Il garantit notamment un accès facilité aux bâtiments et aux prestations de l'établissement ainsi qu'un accueil personnalisé proposant attention et bienveillance.

Le label concerne les hébergements, la restauration, les lieux de visite, les activités de loisirs et culturelles, ou encore les lieux d'information touristique. 4 000 établissements sont d'ores et déjà labellisés Tourisme & Handicap.





### Proposition 2 : Sensibiliser et /ou professionnaliser les acteurs du tourisme des séniors

Il est tout à fait nécessaire que les professionnels de l'industrie du tourisme puissent être sensibilisés et mobilisés sur les besoins et attentes des voyageurs séniors. Les moyens d'y parvenir sont nombreux, pour certains simples et peu onéreux. Les formations continues et/ou numériques peuvent constituer un élément de réponse.

A titre d'illustration, l'Alliance développe actuellement une formation numérique et gratuite dédiée à l'accueil des publics fragiles et des personnes à mobilités réduites, dans la continuité du déploiement de ses formations numériques adaptées au plus grand nombre.

De la même manière, et à tous les niveaux de l'enseignement il est nécessaire de sensibiliser les jeunes à ces clientèles séniors. Tout d'abord, via les canaux classiques : création de formations par exemple d'Atout France, des MOOCs à destination des professionnels, via les gérontopôles ou agences régionales spécialisées dans le cadre du développement de projets, ou encore via la Conférence des formations d'excellence du tourisme. Ce dernier pourrait être à la fois l'initiateur de la création de formations à la sensibilisation des professionnels de l'industrie du tourisme envers les publics séniors et, d'autre part, le diffuseur au sein du réseau des écoles et universités proposant des formations d'excellence au tourisme qu'elle anime.



### Proposition 3 : Déployer une offre 4 saisons sur tout le territoire en parallèle d'une stratégie promotionnelle adaptée

Selon l'étude Ipsos, 72% des voyageurs séniors partent hors saison et même 95% envisagent de partir hors saison à l'avenir. D'abord, pour éviter la sur-fréquentation des sites (pour rappel la sur-fréquentation des sites les « inquiète » pour un tiers des séniors), mais aussi pour profiter des prix réduits sur tous les postes de dépenses : hébergements, activités, transports etc. De surcroît, la culture se démarque clairement comme leur sujet d'activités préférées : les « visites découvertes » (64%) et les activités culturelles (53%).

En 2023, l'Alliance a publié des recommandations<sup>23</sup> et des propositions opérationnelles pour apporter des solutions aux phénomènes de congestion des sites touristiques, le déploiement d'une stratégie face à ce phénomène demeure tout à fait d'actualité.

Ainsi, dans le cadre du plan de répartition des flux touristiques dans le temps et l'espace, nous proposons d'intégrer un volet spécialement dédié aux séniors et notamment relatif au tourisme patrimonial et culturel 4 saisons. L'incitation au développement de programmations culturelles « hors saison » doit constituer une priorité afin d'attirer les clientèles séniors (par exemples par des actions volontaristes : promotion, prix attractifs, campagnes de communication etc).

Les destinations ultramarines doivent être pleinement incluses dans un plan de répartition des flux. Celles-ci présentent de très nombreux avantages pour les personnes âgées, et notamment en termes d'assurance sanitaire et de confort médical qui, comme l'indique clairement l'enquête d'Ipsos, est déterminant pour le départ au voyage.



[↑ Les universités du temps libre](#)

<sup>23</sup> Rapport de l'Alliance France Tourisme « Destination France : quelle régulation face à la surfréquentation touristique ? » juin 2023. <https://www.alliance-france-tourisme.fr/posts/destination-france-quelle-regulation-face-a-la-surfréquentation-touristique->  
Voir annexes en fin de document

### Proposition 4 : Amplifier les offres de parcours tourisme de gastronomie, l'œnotourisme et l'agritourisme

Il est nécessaire d'accroître la mise en marché de parcours et voyages thématiques qui comportent un fort potentiel de développement. C'est tout particulièrement vrai pour le tourisme de gastronomie, l'œnotourisme et l'agritourisme.

Les séniors Français qui ont l'intention de voyager dans les années à venir veulent très majoritairement découvrir le patrimoine, profiter de beaux paysages et effectuer des voyages gastronomiques et œnotouristiques (42% au global, dont 59% des 70-74 ans). C'est tout aussi vrai pour les visiteurs étrangers chez notre art de vivre et notre culture constituent une forte motivation de voyages.

Ce type de voyages présente de très nombreux avantages : la valorisation de nos territoires, de notre patrimoine naturel et culturel et aussi une source de revenu complémentaires pour nos agriculteurs et éleveurs, vigneron et restaurateurs.

C'est l'identité de la France qu'il convient promouvoir auprès des Français et des nos visiteurs étrangers séniors, entre-autres.



### Proposition 5 : Développer le thermalisme et la thalassothérapie

Le tourisme de bien-être et de santé est un secteur très dynamique et dont la croissance devrait croître dans les années à venir, notamment pour les personnes âgées. L'étude Ipsos met en exergue que le spa et la relaxation sont de plus en plus appréciés bien que ce type de voyages demeure encore relativement peu pratiqué.

Si tous sont à développer, il faut distinguer la thalassothérapie et les spas en général du thermalisme dont la vocation est médicale.

En la matière, l'Alliance soutient volontiers les propositions formulées par Monsieur Jean-Yves Gouttebel dans le cadre de sa mission « Préparer l'avenir du thermalisme français » remises au Premier ministre en mai 2021.

Le rapport de Monsieur Gouttebel soulignait l'importance de ce secteur pour la France « qui a la chance de disposer de 20% du capital thermal européen, mais aussi, sur le plan microéconomique, pour de nombreux territoires ruraux et de montagne : 90% des établissements thermaux sont situés dans les communes rurales ou de montagne de moins de 10 000 habitants et 71% dans des communes de moins de 5 000 habitants, zones dans lesquelles le thermalisme génère plus de 100 000 emplois directs ou indirects ». Pour ce qui concerne les autres offres de « bien-être » l'Alliance propose la mise en place d'un accompagnement des acteurs à la transformation de leurs modèles aux fins d'élargir aux publics séniors. Par exemples : balnéo-ludisme, les retraites bien-être, la « detox »...dans un cadre de labellisation strict.

### Les actions prioritaires du rapport soutenues par l'Alliance :

1. Créer sous-forme de GIP d'une structure de coopération afin d'évaluer, par un travail de recherche académique, le service médical rendu par le thermalisme.
2. Diversifier l'activité thermale autour de la prévention, de la rééducation fonctionnelle, du bien-être et du sport, sans en dénaturer l'aspect principalement médicale. Aux fins de diversifier également les sources de financement.
3. Mettre en place un label « station thermale de pleine santé ».
4. Utiliser les stations thermales comme pôles médicaux dans les zones rurales
5. Identifier, préserver et valoriser le patrimoine thermal.

« Il y a deux thèmes majeurs : la recherche et la diversification.

La recherche car il faut apporter, sur le plan sanitaire, la preuve du service médical rendu. Ceci va devenir une exigence de plus en plus forte de la part des autorités médicales et sanitaires et de la part de l'Assurance Maladie. Certes, la recherche n'est pas absente aujourd'hui en France, mais elle doit être confortée et objectivée. C'est la raison pour laquelle nous travaillons à la création d'un Groupement d'Intérêt Public (GIP) qui organiserait la recherche médicale thermale.

La diversification, elle, est indispensable pour conforter le positionnement du thermalisme sur son marché et pour aller à la conquête d'autres marchés qui expriment des besoins non satisfaits. Il convient donc, sur le premier registre d'enrichir l'offre sanitaire avec l'introduction dans les établissements thermaux de la rééducation fonctionnelle et de la prévention. La diversification de l'offre en direction de nouveaux marchés, c'est la remise en forme et le bien-être. Sur ce plan, le thermalisme français a une carte à jouer et pourrait s'inspirer de nombreuses expériences étrangères. Ainsi, l'activité thermale pourrait conforter l'attractivité territoriale et intégrer la politique touristique. »



**Jean-Yves Gouttebel**, Coordinateur Interministériel Plans Thermalisme et Avenir Montagne

Pour ce qui concerne les autres offres de « bien-être » l'Alliance propose la mise en place d'un accompagnement des acteurs à la transformation de leurs modèles aux fins d'élargir aux publics séniors. Par exemples : balnéo-ludisme, les retraites bien-être, la « détox »...dans un cadre de labellisation strict.

### Proposition 6 : Adapter encore davantage les mobilités et l'intermodalité à destination des séniors, ainsi que les programmes de fidélité

Les séniors avec plus de contraintes de santé voyagent moins et sont sensibles à l'offre de services. L'enquête menée démontre qu'un service se démarque clairement pour les personnes âgées : les moyens de transports adaptés pour se rendre facilement dans les gares, aéroports ou à destination et celles facilitant les déplacements sur place. Cette tendance est notamment vraie pour les personnes ne partant pas en voyage, par déduction, la mobilité constitue clairement un frein au départ pour ces séniors.

La SNCF a, depuis quelques années, mobilisés des moyens conséquence pour répondre aux demandes en ce sens des clientèles séniors, le développement du programme « Domicile + Train » qui permet au voyageur de bénéficier d'un accompagnement complet depuis le domicile jusqu'à la destination.



🔗 SNCF : <https://www.sncf-voyageurs.com/medias-publics/2024-10/service-domicile-train-brochure.pdf>

<sup>24</sup> Page 9. C. Bouillon, 5 décembre 2016, Rapport « 17 mesures pour faire de la France une destination attractive pour les touristes séniors ».

L'adaptation des transports locaux pour les séniors est essentielle pour leur permettre de profiter pleinement de leurs voyages. Comme le montre l'étude IPSOS, la mobilité est un facteur clé lors du départ en vacances. De nombreuses destinations, urbaines ou rurales, offrent des expériences uniques, mais l'accès peut être difficile en raison de l'infrastructure existante.

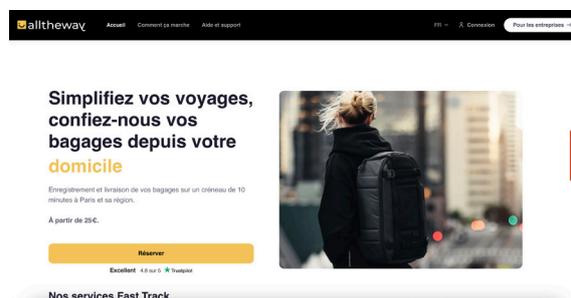
Des solutions telles que des navettes accessibles, des bus à plancher bas ou des services de transport à la demande facilitent l'accès aux sites touristiques d'intérêt (musées, monuments, plages, parcs naturels). La mise en place de transports intermodaux, avec des informations claires, des correspondances simplifiées et des réductions pour les séniors, rendrait les déplacements plus fluides, agréables et rassurants.

En garantissant des trajets accessibles et confortables, les destinations peuvent offrir une expérience enrichissante et inclusive pour tous les voyageurs, quel que soit leur âge ou leur condition physique.

Pour faciliter la mobilité des touristes séniors internationaux, l'Alliance soutient la proposition formulée dans le rapport de Monsieur le Député Bouillon<sup>24</sup> relative à la connectivité des aéroports en région vers les principaux pays émetteurs :

*« Avec près de 160 aéroports, la France concentre à elle seule 1/3 du nombre total des aéroports régionaux en Europe (460 aéroports au sein de l'UE). Toutefois, à l'instar de l'Espagne et de l'Angleterre, ces aéroports sont en grande partie des petites voire très petites structures qui ne sont pas forcément bien connectées auprès des marchés émetteurs les plus porteurs. Ainsi, afin de renforcer notre offre en matière de desserte aérienne en région, nous proposons un renforcement de la connectivité des aéroports régionaux situés sur des territoires à fort potentiel touristique. »*

Enfin, les personnes séniors ne prennent pas les transports trop tôt, ainsi, le départ des vols ou navettes à destination des lieux de séjour pourraient utilement être prévue en journée.



↑ Alltheway une entreprise française spécialisée dans les transports de bagages : Déposez et enregistrez vos bagages en quelques minutes partout dans le Grand Paris, et retrouvez-les à votre aéroport de destination.

### Proposition 7 : Poursuivre et accélérer les dispositifs pour l'accessibilité

Pour favoriser l'accessibilité ou les accessibilités (aux établissements recevant le public « ERP » en général, aux mobilités adaptées, aux soins médicaux à proximité des ERP, etc.), des investissements sont nécessaires. Ceci ne passe pas, selon nous, par de nouvelles normes, déjà trop nombreuses, sources de complexité et dissuasives pour les promoteurs de projets.

L'accessibilité des hébergements ou moyens de mobilités pour les séniors est facilitée par les normes pour l'accessibilité des personnes à mobilités réduites (« PMR ») mais il faut aller plus loin pour les séniors dans la mesure du possible, par exemples : pour prévenir les risques d'accident, des parcours lumineux, des interrupteurs adaptés, des détecteurs techniques...).

Les établissements recevant du public (« ERP ») bénéficient des prêts participatifs qui ont grandement amélioré le déficit d'accessibilité pour tous les clients des ERP depuis la Loi du 11 février 2005<sup>25</sup> pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées. Dans cette même perspective, la création en mars 2024 d'un fonds territorial d'accessibilité<sup>26</sup> a été la bienvenue puisqu'on estime qu'encore près d'un million d'ERP en France ne seraient pas à jour de leurs obligations en matière d'accueil de personnes à mobilité réduite.

<sup>25</sup> <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT00000809647>

<sup>26</sup> <https://www.ecologie.gouv.fr/laccessibilite-des-etablissements-recevant-du-public-erp>

Afin d'accélérer la mise en accessibilité, la Président de la République a décidé lors de la Conférence nationale du handicap du 26 avril 2023, la création d'un fonds territorial d'accessibilité (FTA) ayant vocation à accompagner financièrement les ERP privés de 5ème catégorie dans leurs équipements et réalisation de travaux en la matière. Doté d'une enveloppe de 300 millions d'euros, le FTA sera déployé pendant 5 ans, du 2 novembre 2023 jusqu'au 31 décembre 2028. En 2023 et 2024, une priorité sera accordée aux ERP privés de 5e catégories situés dans les communes accueillant des épreuves des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024. Il s'agit de : Bordeaux, Châteauroux, Chelles, Colombes, Elancourt, Guyancourt, La Défense, Le Bourget, Lille, Lyon, Magny-les-Hameaux, Marseille, Montigny-le Bretonneux, Nantes, Nice, Paris, Saint-Denis, St-Quentin-en-Yvelines, Vaires sur Marne, Versailles.

Ce fonds, spécifique aux ERP privés de 5<sup>e</sup> catégorie et doté d'une enveloppe de 300 millions d'euros sur 5 ans, aux fins d'accompagner financièrement jusqu'en 2028 ces établissements dans la réalisation des travaux de mise en accessibilité. Cet effort devra être poursuivi et amplifié au-delà de 2028.

**Concernant l'accès aux soins médicaux**, les séniors qui se projettent moins dans les voyages sont plus sensibles au fait de pouvoir accéder à un centre médical accessible, proche de leur hébergement, par déduction en lien avec leur état de santé pour la continuité des soins. Ainsi, une offre de services adaptés semble permettre de lever certains freins aux voyages auprès de la catégorie des séniors la plus fragile. Dans la cadre des propositions de Monsieur Gouttebel, l'utilisation des stations thermales comme pôles médicaux dans les zones rurales peut constituer une réponse, même si bien sûr elle ne saurait résoudre le problème des zones blanches d'activités médicales.



### **Proposition 8 : Développer les offres adaptées ainsi que les offres familiales grands-parents avec petits-enfants**

La stratégie touristique à destination de la clientèle séniors mérite **l'étude affinée de la demande**, à ce titre la segmentation réalisées par Ipsos permet d'établir qu'il est souhaitable que l'industrie du tourisme développe davantage de programmes de fidélité pour les voyageurs réguliers. Pour mémoire, les séniors ont globalement peu recours à des programmes de fidélités (12%).

Par ailleurs, de nombreux grands-parents partent en vacances avec leurs petits-enfants (surtout en été et à la toussaint), ainsi **des offres dédiées, des activités adaptées<sup>26</sup> ainsi qu'une offre ou assistance à la garde soient opportunément développées.**

De même, il ressort que l'acceptation des animaux de compagnie peut également lever un frein.

**L'offre de restauration** sur place doit pouvoir s'adapter aux contraintes et régimes alimentaires de nos aînés, une campagne de sensibilisation de l'industrie du tourisme pourrait utilement permettre d'adapter les offres<sup>27</sup>. Là aussi, le label qualité tourisme prenant en compte les séniors intégrerait utilement le critère « d'offre de restauration adaptée ».

Enfin, moderniser l'approche du **tourisme de santé et du tourisme médical** en France par l'adoption d'un plan stratégique spécifique comme le préconisait le rapport remis en 2014 par Jean de Kervasdoué à Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères, et Marisol Touraine, ministre de la Santé. Le rapport estimait alors que ce type de tourisme pourrait rapporter à la France en 5 ans 2 milliards d'euros de chiffres d'affaires et participer à la création de 25 à 30 000 emplois.



⤴ Casa Barbara Nice : Appartements & lieu de vie pour séniors.

<sup>27</sup> Sur ce point cf le Contrat de filière de 2013, les propositions formulées par l'Association nationale des industries alimentaires.

<sup>28</sup> Page 15 du rapport C. Bouillon « 17 mesures pour de la France une destination attractive pour les touristes séniors » 05 mai 2017 [https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/tourisme\\_des\\_seniors\\_-\\_rapport\\_bouillon\\_modifdg\\_cle0bc7da.pdf](https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/tourisme_des_seniors_-_rapport_bouillon_modifdg_cle0bc7da.pdf)  
<https://www.alliance-france-tourisme.fr>

### **Proposition 9 : Créer des outils numériques adaptés aux séniors pour l'accès à la réservation de séjours et de billetterie**

Si le rapport du Député Bouillon soulignait justement en 2016 le rapport ambivalent de nos aînés face aux nouvelles technologies, les sources numériques et digitales sont désormais bien intégrées dans leurs parcours puis près des deux tiers des séniors les consultent, cela s'explique par l'arrivée à l'âge de la retraite de personnes familières des outils numériques en 8 années. Pour preuve, les sites de réservation sont particulièrement populaires auprès des 60-64 ans (54% vs. 37% de l'ensemble des séniors voyageurs).

En revanche, un retard important est à déplorer quant à la mise en conformité des sites internet pour les rendre accessibles à tous et aujourd'hui, très peu de sites internet et d'applications sont aujourd'hui considérés comme accessibles en France (à peine 4% à fin 2022). La mobilisation de tous les acteurs, publics et privés, est essentielle pour améliorer ce score, notamment les acteurs des transports et mobilités, d'autant qu'il s'agit là de l'un des principaux leviers pour lever les obstacles au départ des séniors qui envisagent peu le départ en vacances à l'avenir.

Il apparaît que les séniors ont un besoin de matérialiser des billets ou titres en papier/imprimable, les QR codes par exemple sont peu compréhensibles pour eux.

Pour lutter contre l'exclusion numérique des personnes âgées plusieurs initiatives existent, notamment les ateliers numériques dans les Maisons France Service, mais aussi dans les bus itinérants qui aident les personnes en situation d'exclusion sociale ou de précarité à effectuer leurs démarches administratives. Il pourrait être pertinent de mettre à jour et de relancer les plans nationaux de lutte contre l'illectronisme dont les derniers datent de 2018 et 2020. Cela permettrait, via le lancement d'Appels à projet, de développer des solutions innovantes à destination de nos séniors.

Cette initiative dont la portée va bien au-delà du sujet du tourisme constitue néanmoins l'un des fondamentaux de son déploiement.

### **Proposition 10 : Aller plus loin dans le programme séniors en vacances de l'ANCV**

Tout comme le proposait le rapport parlementaire de 2017 réalisé par le Député Christophe Bouillon, l'Alliance soutient la proposition que la France se dote d'un programme IMSERSO espagnol à la française, et en complémentarité avec le formidable travail réalisé par l'ANCV, mais à vocation économique en partenariat avec les acteurs du secteur privé.

L'extension de l'aide au départ des séniors quelle que soit leur catégorie socio-professionnelle ou situation, avec bien sûr des prix adaptés et une participation proportionnelle à leurs situations, bénéficiera à la fois aux séniors voyageurs mais aussi à l'économie et l'emploi dans les zones touristiques, surtout en basse saison.



**Annexe****Destination France : Quelle régulation face à la surfréquentation touristique\*****Déployer une stratégie de croissance durable qui s'appuie sur une régulation adaptée au modèle touristique français**

**Proposition 1. Adapter la gouvernance** des politiques publiques touristiques dans une approche fédératrice, participative et inclusive. Encourager la création au sein de chaque destination touristique de structures dédiées pour assurer le dialogue entre les autorités locales, les professionnels et les habitants sur les impacts du développement touristique et les solutions possibles.

**Proposition 2. Adopter une régulation locale et nationale respectant le modèle français d'un tourisme pour tous et la « capacité de charge » de la destination** à la faveur d'une utilisation accrue des mégadonnées et des nouvelles technologies, des outils de suivi modernes de ces flux touristiques.

**Proposition 3. Déployer des stratégies** au plus près des territoires fondées sur une méthodologie de prospective. Celles-ci devront faire l'objet d'une coordination nationale. Des indicateurs quantitatifs et qualitatifs mesureront globalement l'impact du tourisme pour la destination et sa population.

**Déconcentrer les flux et structurer une offre globale de services mieux intégrée dans les territoires au bénéfice des populations locales**

**Proposition 4. Repenser la répartition des flux dans l'espace** : « étendre le territoire touristique », en développant de nouveaux itinéraires ou lieux de visite touristique dotés d'un positionnement territorial fort, l'offre d'hébergement-restauration, en renforçant l'offre globale de services de la destination visitée et en accélérant la transformation des mobilités et de la connectivité.

**Proposition 5. Multiplier les parcours clients** en améliorant la segmentation et le ciblage de clientèles touristiques ou en encourageant plus fortement le recours aux nouvelles technologies, dont l'augmentation de réalité afin d'offrir aux voyageurs une expérience informative plus riche.

**Proposition 6. Créer des expériences touristiques qui profitent à la fois aux populations locales et aux touristes** offres expérientielles et évènementielles et aider les habitants à se réapproprier des lieux touristiques en leur accordant des entrées gratuites, des tarifs réduits ou préférentiels, des permis spéciaux ou des laissez-passer d'accès pour certains lieux de visite.

**Mieux répartir les flux touristiques dans le temps et désaisonnaliser le tourisme**

**Proposition 7. Optimiser la répartition des flux dans le temps** en lissant la fréquentation touristique d'une destination ou d'un site, en promouvant les expériences et activités touristiques durant l'inter-saison, en créant des événements ou activités hors saison ou en adaptant la tarification en temps réel en fonction de la fréquentation des lieux pour favoriser la visite pendant les périodes creuses « désaisonnaliser le tourisme ».

**Proposition 8. Mettre en place un organe de réflexion et de concertation** entre l'Éducation nationale et la filière touristique sur la question des dates de vacances scolaires pour envisager une coordination optimale de cette période en scolarité et saisonnalité, pour une meilleure prévisibilité économique et une plus grande sécurité juridique, à la faveur des entrepreneurs et investisseurs.

**Sensibiliser les habitants aux avantages du développement des activités touristiques et les touristes aux impacts du tourisme sur le territoire**

**Proposition 9. Renforcer l'acceptabilité des communautés d'accueil** : la filière touristique et les autorités publiques devront fournir un effort conséquent de communication pour éveiller les consciences aux avantages économiques sociaux et culturels générés par l'activité touristique.

**Proposition 10. Sensibiliser les touristes, les réseaux sociaux et leurs acteurs aux impacts du surtourisme** ainsi qu'aux traditions locales et réglementations par des campagnes de communication, des chartes de bonne conduite ou le développement d'un tourisme réflexif.

\* Retrouvez l'étude sur la surfréquentation touristique sur le site internet de l'Alliance France Tourisme : <https://www.alliance-france-tourisme.fr/posts/destination-france-quelle-regulation-face-a-la-surfréquentation-touristique>

## Les membres de l'Alliance France Tourisme

L'Alliance est née d'une idée simple : rassembler les entreprises leaders du secteur du tourisme en un cercle de réflexion afin de mettre en commun leurs expertises, présenter une vision globale du tourisme, proposer des analyses et des recommandations.

Chaque membre est un maillon essentiel de la chaîne de valeur du tourisme : aéroports, mobilités, hébergements, cafés-restaurants, organisateurs d'événements, shopping, loisirs, etc. la logique n'est donc pas celle d'une fédération ou d'un syndicat mais celle d'un rassemblement de volontés autour d'un projet commun : développer l'attractivité de la France et développer son industrie.



Astream



Belambra  
clubs & hôtels



EUROPEAN  
CAMPING  
GROUP





# Alliance France Tourisme

[contact@alliance-france-tourisme.fr](mailto:contact@alliance-france-tourisme.fr)

[www.alliance-france-tourisme.fr](http://www.alliance-france-tourisme.fr)

@AllianceFrT