

Seniorscopie.com

Site international des marchés seniors de Bayard

60 millions de voyages...Quatre fois par seconde, un senior français part en vacances

Publié le 13 avril 2011 par [Jean Yves Riaux](#).

Qui l'eût cru ? Les seniors sont les champions du voyage, seul, accompagné, en groupe, en autocars, de la croisière, du court séjour, du long séjour, du périple culturel, du pèlerinage gastronomique... Ils sont les plus avides d'informations, d'attentions, de respect des contrats, de qualité de l'accueil et de l'hébergement. Ils sont aussi les voyageurs les plus exigeants, les adeptes du «tout compris à la carte», de la prise en charge dès le domicile et de tout ce qui facilite le plaisir de voyager quel que soit l'âge.

60 millions de seniors en voyage!

Bref, il s'agit d'un public exigeant «*qui veut «faire» et pas rester en transat*». Les plus de 70 ans sont plus nombreux que sur d'autres formules mais «*le voyage accompagné permet à des divorcés ou des veufs de recréer du lien social, de revoyer. Ce n'est pas exclusivement une demande des gens les plus âgés mais de ceux qui attendent de quelqu'un de plus érudit qu'il leur fasse découvrir une ville, une destination.*»

Chaque année, les Français de plus de 15 ans effectuent 202 millions de déplacements touristiques, soit près de 5 par personne, dont un tiers au moins est le fait des seniors, soit plus de 60 millions de départs de 50+ (4 par seconde!). L'étude «*Les critères de choix des destinations par les Français pour leur principal séjour de vacances « marchand »*» réalisée par Guy Raffour, Pdg du Cabinet d'études marketing Raffour Interactif et ses collaborateurs corroborent les observations des voyagistes.

50+ = intransigeant sur l'hébergement

La hiérarchie des critères guidant le choix du voyageur ou du vacancier varient avec l'âge. «*Le budget est le critère numéro un pour les Français, quel que soit l'âge, le deuxième est le climat, le troisième, le dépaysement, la découverte. Le quatrième porte sur la qualité des hébergements. C'est un critère qui évolue de manière linéaire avec l'âge. Il préoccupe 70% des 15-24 ans et 91 % des 65 ans+. Avec l'âge, on devient aussi de plus en plus sensible à la qualité des transports sur place, avec une appétence pour les activités liées à la nature qui augmente jusqu'à 64 ans*».

Pareillement, plus on avance en âge (90 % des 65+) plus on se soucie de recevoir un bon accueil de la part des professionnels et des gens. Contact, convivialité, sourire, respect des engagements... «*Plus on est âgé, plus on a voyagé, plus on est exigeant. Le voyage est pour les aînés un moment important de la vie que l'on a*

envie de réussir. On y a mis du temps, de l'argent, un espoir de réussite du séjour. Plus on a de l'expertise, plus on veut que la promesse corresponde précisément à ce que l'on a souhaité. On est prêt à prendre un avion tôt, à voyager «low cost», à réserver longtemps à l'avance, mais on sera intransigeant sur l'hébergement»

Salons et presse en affinité avec la cible 50+

La marque du voyage senior, c'est son degré de préparation. Internet a pris une part prépondérante dans leur mode d'information sur le voyage. Selon l'étude, 53% des Français de 15 ans + ont préparé leur voyage sur Internet. Les seniors y sont devenus - 65+ compris - aussi accros que leurs cadets. « *On voit le succès des sites qui diffusent des vidéos, les réseaux sociaux où l'on poste des avis. Les seniors partagent eux aussi leurs impressions en ligne.* »

Toutefois, les salons pour le contact direct, et la presse senior, telle Notre Temps ont toujours les suffrages des annonceurs en raison de son affinité avec la cible. Le traitement rédactionnel du voyage, mariant escapades en France et destinations lointaines, témoigne de cette affinité.

Appétit pour la gastronomie, l'histoire et la sécurité

L'enquête Raffour a été réalisée avec un échantillon représentatif de 1030 Français de 15 ans+ interrogés en face à face. Son contenu sera détaillé lors de la conférence « Nouvelles tendances de consommation touristique & E-tourisme » du 20 juin (http://www.raffour-interactif.fr/site_ri/conference/conference_2011.htm). Mais, les résultats

finissent par tracer un vrai profil de la demande des seniors. Ils sont moins demandeurs que les vingtenaires ou les trentenaires en matière d'ambiances festives. « *Mais l'appétit pour les visites historiques culmine à 75% de suffrages favorables avec le babyboom alors que ce critère n'est important que pour 40% des moins de 50 ans.* »

C'est également avec l'âge qu'augmente le goût pour les expériences gastronomiques et les visites de caves ou l'attente en matière de sécurité. « *69% des 35-49 ans et des 50-64 ans en font un critère important. Mais, l'indice passe à 77% à 65 ans. La différence est plus flagrante. On se sent plus vulnérable.* »

« A la cinquantaine, on ne veut plus s'embêter »

Pour Yasmina Harir, directrice de l'agence parisienne de Vacances Bleues, la recherche de sécurité n'est pas forcément le fait des aînés car elle porte avant tout sur la sécurisation de la prestation. « *A la cinquantaine, parfois, on ne veut plus s'embêter avec l'organisation du voyage. Les boomers sont rebelles au voyage organisé, mais ils veulent du confort ; et le confort c'est aussi de ne pas avoir à se préoccuper de réserver son billet d'avion, la prestation de l'hôtel, du risque d'être déçu.* »

Toutefois, on voyage de plus en plus tard et on voyage de plus en plus de manière différenciée souligne la responsable parisienne de l'hôtelier-voyagiste marseillais qui fête ses 40 ans au service de la clientèle de la maturité en 2011. Son catalogue «Voyager autrement» répond sur-mesure à l'inclination des boomers pour le tourisme solidaire. Mais ce sur-mesure est aussi la marque de l'évolution de la demande, avec toujours du tout-compris (+ 8% en 2010/2008 chez les retraités-Credoc juin 2010), mais moins de pension complète et d'excursions obligatoires. Du tout compris en version allégée.