



Rapport Bouillon

17 mesures pour faire de la France une destination attractive pour les touristes seniors

Dans un rapport rendu public le 25 janvier, le député de Seine-Maritime, Christophe Bouillon, présente 17 mesures pour faire de la France une destination « senior ». Décryptage.

ACCUEIL / OFFRE

Proposition 1 - *Inciter l'ensemble des professionnels du tourisme à intégrer la question du développement du tourisme des seniors dans les schémas directeurs et stratégies locales, régionales et nationales.*

À l'heure actuelle, peu d'offres packagées (incluant transport, hébergement et activités touristiques) destinées à des clientèles seniors sont proposées. Pour y remédier, le rapport préconise que les secteurs public, para-public ou privé intègrent une stratégie spécifique tenant compte du phénomène de vieillissement de la population.

Proposition 2 - *Faciliter la mobilité des touristes seniors internationaux.*

Au moyen de trois mesures :

- > renforcer la connectivité des aéroports en région vers les principaux pays émetteurs ;
- > inciter la SNCF à créer un « Silver Pass » dédié aux touristes seniors internationaux ;
- > améliorer la fluidité de circulation des autocars aux abords des lieux touristiques situés à Paris et dans les capitales régionales.

Proposition 3 - *Intégrer la question du bon accueil des seniors dans le label Qualité Tourisme.*

Qualité Tourisme a été créée par l'État afin d'améliorer la qualité des prestations touristiques en France. Parmi les critères abrités par la marque, seul celui de l'accessibilité est susceptible de s'appliquer spécifiquement à une clientèle senior. Pour aller plus loin, de nouvelles indications doivent être ajoutées et attachées à l'accueil des seniors et des familles incluant des seniors (intergénérationnel).

Proposition 4 - *Inciter les acteurs de l'hébergement touristique à promouvoir leurs dispositifs liés à l'assistance santé afin de rassurer les personnes fragiles.*

Dans ce cadre, une grande opération de communication est proposée en partenariat avec les fédérations professionnelles de l'hôtellerie afin de promouvoir les dispositifs mis en place par les hébergeurs français en cas de problèmes de santé et de nécessité de suivi d'un traitement de fond par le touriste.

PROMOTION / COMMUNICATION

Proposition 5 - *Renforcer l'attractivité des communes ayant un port fluvial, en les incitant à obtenir le statut de « commune touristique » puis « station classée de tourisme ».*

L'obtention de ce statut permettrait alors à ces communes d'être, d'une part, reconnues comme des acteurs importants de l'attractivité touristique de France, de bénéficier des avantages réservés aux communes « labellisées » et ainsi d'être mieux identifiées comme telles par des investisseurs publics et privés. Et d'autre part, ces communes seraient identifiées par les visiteurs comme destination touristique de qualité.

Proposition 6 - *Créer une commission dédiée aux séjours de santé au sein du cluster « bien-être » d'Atout France.*

La France est reconnue au niveau international pour la qualité de ses soins médicaux auprès de ses concitoyens, et de manière générale pour son système de santé qui est l'un des plus performants au monde. Toutefois, outre les soins hospitaliers d'un côté et le tourisme de bien-être (incluant les spas et la thalassothérapie) de l'autre, la destination France n'exploite pas encore son potentiel en matière de cure thermale auprès des touristes étrangers.

À l'instar de certains pays européens comme la Hongrie, l'Allemagne et la Pologne, l'Hexagone a un retard sur ce créneau alors qu'elle possède des atouts incontestables. En effet, le tourisme de santé représenterait un chiffre d'affaires de l'ordre de 2 milliards d'euros en Allemagne contre 120 millions d'euros en France.

Le cluster « bien-être » d'Atout France regroupe aujourd'hui essentiellement des entreprises de la thalassothérapie et des spas, et effectue, chaque année, des opérations au niveau international pour promouvoir ce secteur. Cependant, le rapport émet le constat que ce dernier n'inclut que très peu les acteurs du secteur du tourisme de santé (acteurs des cures thermales), pourtant souvent en relation étroite avec le secteur du bien-être. De ce fait, il recommande le renforcement de la présence de ces acteurs et la création d'une nouvelle commission « séjours santé et bien-être » afin de créer une vraie stratégie de promotion d'un secteur à très forte valeur ajoutée. Ainsi, devrait être amorcé, dès le début de l'année 2017, un rapprochement avec le Conseil National des Établissements Thermaux (CNETH) afin de voir comment mieux intégrer les acteurs du thermalisme au sein des actions de promotion et parvenir à créer des passerelles avec les acteurs du bien-être et du tourisme en général.

Proposition 7 - Promouvoir auprès des touristes et professionnels du tourisme étrangers les dispositifs existants en matière de transports accessibles aux personnes en « situation de mobilité réduite ».

Pour ce faire, il est envisagé d'intégrer dans les opérations de promotions faites par Atout France et les CRT en région une mise en avant de ces dispositifs auprès des touristes internationaux.

Proposition 8 - Mieux intégrer la catégorie des seniors au sein des opérations de promotion.

Afin de renforcer la présence des seniors dans les publicités et dans les campagnes de promotion dédiées dans le domaine du tourisme et des loisirs, le document encourage Atout France à associer dans ses prochaines communications des images de personnes seniors ou a minima des références pouvant toucher de manière plus importante cette catégorie de clientèle. Cette opération pourrait s'effectuer en priorité sur les segments suivants : tourisme fluvial, tourisme de spiritualité et de mémoire, et tourisme culturel.

INVESTISSEMENT

Proposition 9 - Créer un dispositif « IMSERSO » à la française.

En Espagne, chaque année, plus de 600 000 personnes bénéficient du programme IMSERSO créé en 1985 dont le but est d'améliorer le taux de départ en vacances des personnes âgées et de maintenir les emplois dans les secteurs touristiques en période hors saison. À l'instar de ce dispositif, la France pourrait se doter d'un programme à vocation purement économique, en partenariat avec les acteurs du secteur privé. Dans ce cadre, afin de relancer la demande des seniors dans son ensemble, la commission appelle à la construction d'un dispositif cofinancé par les acteurs publics et privés du tourisme, dont l'objectif essentiel sera de renforcer l'attractivité de la destination France, auprès des seniors français retraités (quel que soit leur CSP), voyageant en France pendant la basse saison.

Proposition 10 - Renforcer la promotion du Prêt Participatif pour la rénovation Hôtelière (PPRH) dédié à la mise aux normes des équipements touristiques.

Pour y parvenir, le rapport plébiscite la création d'une campagne de promotion « de grande envergure » en collaboration avec l'UMIH (Union des Métiers et de l'Industrie de l'Hôtellerie), le SYNHORCAT (Syndicat National des Hôteliers, Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs) et l'UNAT (Union Nationale des Associations du Tourisme).

Proposition 11 - Développer une offre d'hébergement dédiée au tourisme intergénérationnel (grands-parents et petits-enfants en particulier).

Concrètement, cette offre pourrait trouver son financement dans le fonds dédié aux infrastructures touristiques et une foncière abritée par la plateforme d'investissements France Développement Tourisme (*Aquæ n°71*) créée en octobre 2015 et dotée d'un milliard d'euros sur cinq ans.

Proposition 12 - Rehausser le plafond du chiffre d'affaires permettant l'exonération de la TVA pour les associations du tourisme (loi 1901).

Afin d'encourager leur développement dans la structuration de l'offre touristique des seniors, une réflexion devrait être menée portant sur la réévaluation du plafond fixé aujourd'hui à 60 000 €.

NUMÉRIQUE

Proposition 13 - Créer des contenus en ligne pour attirer les clientèles seniors.

Dans un contexte où les seniors sont de plus en plus connectés, il serait utile de créer un onglet spécifique sur le portail France.fr présentant des activités attractives pouvant toucher les seniors.

Proposition 14 - Encourager la création d'applications dédiées aux seniors.

Un des moyens serait la mise en place d'un événement dédié au *Welcome city lab* (sous la forme d'un *meet up*) durant lequel des entreprises du numérique, travaillant sur ce créneau, formeraient les webmasters des grandes structures du tourisme sur ce sujet.

FORMATION

Proposition 15 - Créer un guide de bonnes pratiques pour la structuration et la promotion des offres touristiques destinées aux seniors.

Ce guide aura pour principal objet de présenter : les opportunités que représente ce type de clientèle, un état des lieux de l'offre et des acteurs français, les principaux comportements de la clientèle nationale et internationale, ainsi que les actions exemplaires en termes de structuration et de promotion de l'offre touristique adaptée pour les seniors, par le biais de projets français et étrangers.

Proposition 16 - Créer un MOOC dédié à la formation des professionnels et institutionnels sur les attentes des clientèles seniors (internationales et nationales), avec un focus sur le tourisme de mémoire, le tourisme de bien-être, le tourisme culturel et le tourisme spirituel.

La création de ce MOOC spécifique pourrait se baser sur le modèle du MOOC « Accueil France » d'Atout France.

Proposition 17 - Intégrer dans les formations touristiques des modules dédiés au segment des clientèles seniors.

Cette démarche pourrait se concrétiser au moyen d'une publication dont le but sera d'inciter les formations dans le domaine du tourisme à intégrer dans leur programme, un volet sur le « silver tourisme ». Ceci afin de préparer les futurs professionnels du tourisme à la thématique du vieillissement de la population sur l'ensemble du secteur touristique, ainsi que les opportunités qui en découleront.

Le rapport sur aquae-officiel.fr

