



תיירות בגיל
השלישי:
הגיל, התיירות
והמפגש ביניהם



Baby Boomers



- דור גדול (77 מיליון אמריקאים).
- תרבות שפע בכל תחומי החיים.
- גלובאליזציה. תרבותית.
- מלחמת וייטנאם, התפרקות הגוש המזרחי.
- המאה ה-20. ...



חיים יותר

- מאה שנים של עליה בתוחלת החיים (1.1 כל חמש שנים, בעולם המפותח).
- תברואה, תזונה, דיור, שרותי בריאות, התנהגות, חיסונים, תרופות.
- כדי שנמשיך למות פחות (או לפחות פחות מוקדם) נדרשת הצלחה בריפוי סרטן.
- עד לפני 150,000 שנה חיו עד גיל 30, בסוף המאה ה-19 הגיעו לגיל 46, ואחד מתוך 20 הגיע לגיל 50. רק אחד מ-50 הגיע לגיל 65.
- ביסמארק הראשון שקבע את חוקי הפנסיה. הגדיל פופולריות מבלי לפגוע בקופת המדינה.

תוחלת החיים

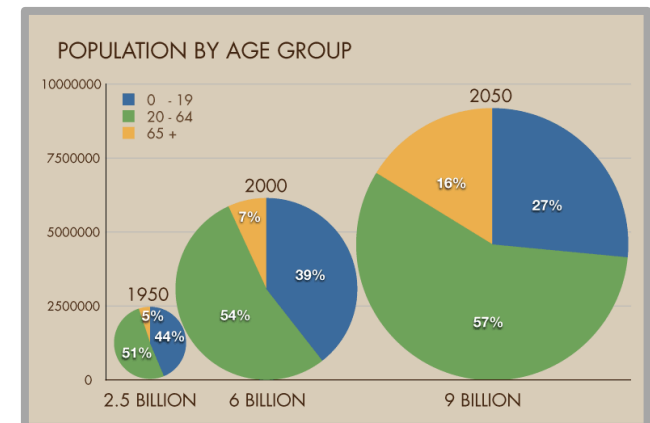
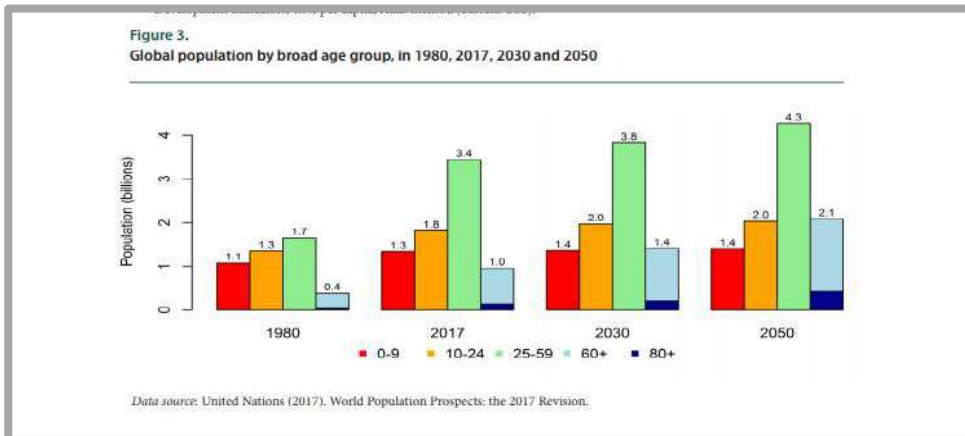
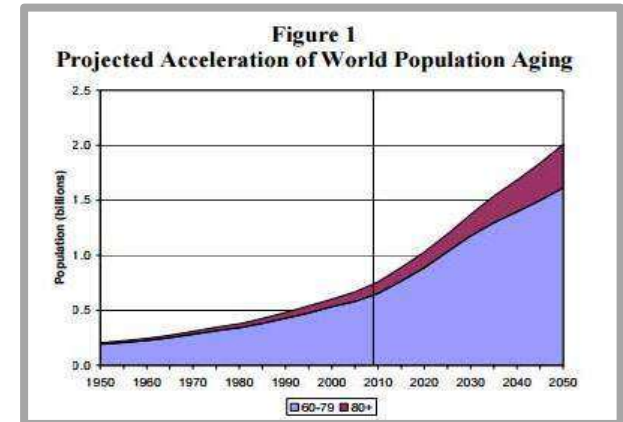
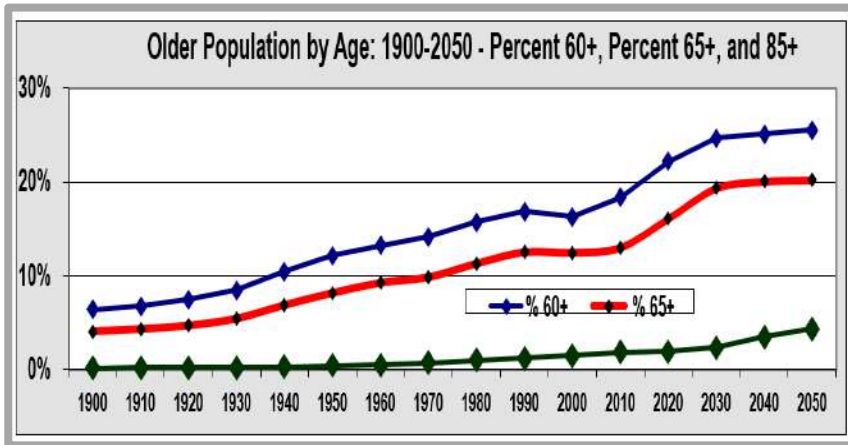
ישראל שלישית עם 82 שנים בממוצע.
מובילה את הטבלה יפן עם 84 שנות
חיים בממוצע.

בישראל:

- לכידות חברתית.
- הסתגלות לסטרס.
- תמיכה חברתית..
- אופטימיות (4.6, פרופ' בן דור
2013).
- מערכת בריאות טובה.

גברים	נשים
1 איסלנד 81.2	1 יפן 87.0
2 שוויץ 80.7	2 ספרד 85.1
3 אוסטרליה 80.5	3 שוויץ 85.1
4 ישראל 80.2	4 סינגפור 85.1
5 סינגפור 80.2	5 איטליה 85.0
6 ניו-זילנד 80.2	6 צרפת 84.9
7 איטליה 80.2	7 אוסטרליה 84.6
8 יפן 80.0	8 קוריאה 84.6
9 שוודיה 80.0	9 לוקסמברג 84.1
10 לוקסמבורג 79.7	10 ישראל 84.0

דור גדול שחי יותר – מספרים



<http://www.silvereco.org/en/statistics/>

תתי סגמנטים - הגיל הרביעי



Lucky few
super senior
Silent
Generation
הגיל הרביעי
1928-1945
(PEW)

silver
economy



משמעויות נרחבות מאד

- כלכלה חוצת דיספלינות
- דיור, רפואה, תחבורה, ביטוח, רובוטיקה, תקשורת, ספורט ופנאי....
- חלוקה למאפיינים שמשתנים ושאינם משתנים על פי הגיל. (Le Serre 2008)
- אינדיבידואליסטים.
- נטייה לעובדות.
- זמן לקבלת החלטות.
- אלטרואיזם.
- סגמנט עם זמן וכסף.



Golden Age

- גיל הזהב, חיים בקרב האלים, חיי אושר, ללא דאגה וללא מחסור או חולי. "שלווה הרמוניה, יציבות ורווחה".
- כינויי גילאים מבוגרים "גיל הזהב" מנסה לצקת תחושת רווחה, חוסר דאגה, אופטימיות ובעיקר לעמעם חרדות דכאון ודאגה.



תיירות

“people traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for, business or leisure or other purposes”

ארגון התיירות העולמי

מנוע כלכלי

התיירות העולמית מוערכת ב- 3.2 טריליון \$
גידול משוער של 4% בשנה.

התיירות צומחת בעקבות דמוגרפיה, נגישות
למידע, התאמה אישית, בריאות רווחה ו.. ירידת
מחירים.

תיירות היא הסקטור השלישי בגודלו באיחוד
האירופי.

Disruptive industry. התעשייה הנסחרת ביותר
ברשת.

קרוב ל- 10% מהתוצר העולמי. עסק משמעותי ..

TRAVEL & TOURISM 2016

9.8%

9.8% of GDP

7

Travel & Tourism
employs 7 times more
than the automotive industry

1/11

1/11 jobs

Silver Tourism



- פנאי.
- יציאה לגמלאות.
- כלכלת חוויות.
- קשרים בינלאומיים.
- פחות צריכה חומרית.
- אני "אחר".
- סטאטוס.
- פחות בדידות.
- הזדקנות אקטיבית – איכות חיים.

Silver tourism



CATCH
~ the ~
PERFECT DAY.

Welcome to your own tropical Island. The ideal fall and winter escape, Padre Island has 34 miles of beautiful white sand and clear emerald water. Along with 5,000 places to stay and countless ways to enjoy this exquisite, and only, Island in Texas. It's all yours. Dive into it at sopadre.com.

South Padre ISLAND
Make it yours.

- 82% מהתיירות של ה- Boomers היא לפנאי.
- 80% מתיירות יוקרה היא של גילאי +50
- 80% מהבייבי בומרס פעילים ברשת חברתית אחת לפחות (בעיקר פייסבוק).
- בשלב התכנון, 30% מחפשים ברשת, שליש באתרים של אתרי תיירות (Destination Marketing Organisation).
- 25% מדווחים על תיירות "בינ-דורית".
- רק מחציתם מזמינים Online
- 55% מושפעים מביקורות online
- באירופה גילאי 60% מגילאי +55 "עושים תיירות".



Milestone tourism



Special interest
Tourism



Multi Generation
Tourism

Silver Tourism - EU focus



- פוקוס אירופאי, אמריקאי וסיני.
- התפתחות של ספרות תאורטית ויישומית.
- כנסים בינלאומיים.
- נדרשת הבנה של צרכים ייחודיים/יעודיים.
- פיתוח מוצרים ושירותים מותאמים.
- שיווק וקידום מוצרי תיירות ייעודיים.
- פיתוח יעדים מותאמים.
- ניהול מקצועי.

גם בארץ



- חצי מיליון בני 65+
- יוצאים מידי שנה לחו"ל.
- טיולי קבוצות – הפחתת סיכון.
- תנאים מפנקים ליעדים אקזוטיים.
- תמיכה רפואית.

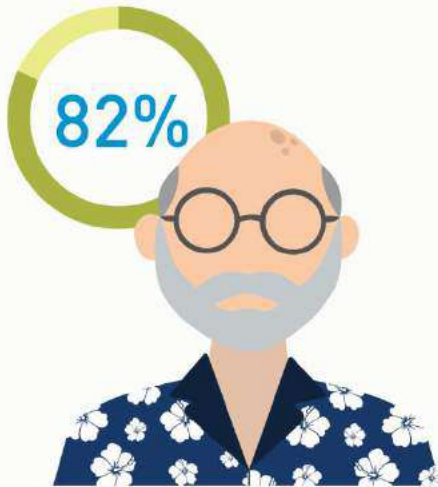
לסיכום

- כלכלה אפורה היא כלכלה משמעותית שהולכת וגדלה.
- תיירות היא ציר מרכזי בפעילות הגיל השלישי והרביעי.
- פוטנציאל בעידוד תיירות נכנסת.
- תיירות יוצאת צריכה פחות עידוד ויותר תעסוקה. ...

The silver economy is an area of growth. Almost all economic sectors are expected to benefit from the silver economy. Sectors like cosmetics and fashion, smart homes, ITC, health services (including medical devices, pharmaceuticals and eHealth), fitness and wellness, robotics services, finance and insurance, safety, culture, education and skills, entertainment, transport and of course tourism are expected to gain the most from the emerging new field of economy. The elder generation's enthusiasm for travel is growing rapidly. However, "senior tourism" is not yet a clearly defined segment. The elderly are a heterogeneous population group with different consumption demands that can only be met by a correspondingly differentiated range of products and services. As a result of the growing demand, senior tourists are foreseen to become a powerful consumer group in the near future. According to our research, the 50+ population have their own preferences whilst travelling, and thus, the good understanding of their needs is becoming extremely important for silver tourism providers, especially because Europe is expected to be the biggest actor in the silver tourism market.

MARKETING

T O B A B Y B O O M E R S



82% of Boomer travel is leisure-focused, compared to other generations that often travel for business¹

maddenmedia
connecting people to places

Adults aged 50+ account for 80% of all luxury travel spending²



4 out of 5 Baby Boomers belong to at least one social networking site, with Facebook being the most popular choice³



In the planning phase, 1/3 of Boomers search online, 1/3 rely on DMO websites, and 1/5 use visitors guides⁴



26% of Boomers say they will take domestic multi-generational trips (with three or more generations traveling together) this year⁵



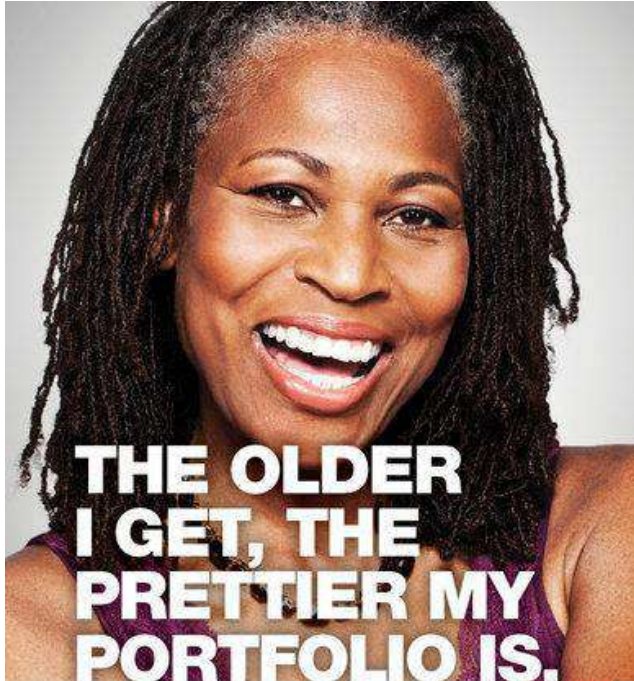
55% Online reviews influence 55% of Boomers when choosing travel accommodations⁶



Only half of Boomers book travel online—41% use laptops and 9% use smart phones⁷



¹Source: 1.Schullman Public, 2.AARP, 3.Few Internet and American Life Project, 4.DMOZ, 5.Statista, 6.TripAdvisor, 7.AdWeek

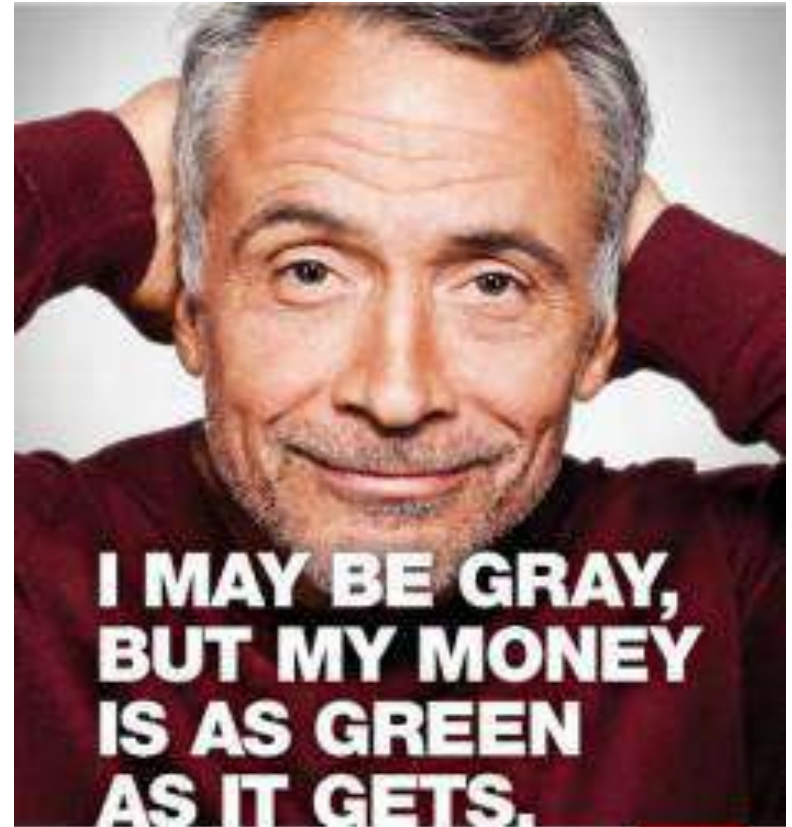


**THE OLDER
I GET, THE
PRETTIER MY
PORTFOLIO IS.**



Why limit yourself to 25-44 when the numbers don't add up? Here's the deal. 50+ control 75% of discretionary wealth and the best Boomers are AARP members. So take a deeper dive into the facts because our audience is looking good.

Learn more. advertise.aarp.org



**I MAY BE GRAY,
BUT MY MONEY
IS AS GREEN
AS IT GETS.**



Why is it all about 18-34 when they barely have a slice of their own? The story is simple. AARP Media reaches the Best Boomers, and 60% of those over 50 give money to their adult kids. So make the time to get to know us, because our audience has what you need.

Learn more. advertise.aarp.org