

MSC DISSERTATION

**L'INDUSTRIE HOTELIERE TRADITIONNELLE EST-ELLE ENCORE COMPETITIVE FACE A
L'EMERGENCE D'UNE ECONOMIE COLLABORATIVE ET A L'EVOLUTION DES
PREFERENCES DES VOYAGEURS ?**

DELATTRE Mathys

Head of MSc Programme: ZANNAD Hédia
Dissertation Supervisor: DIEGO Jesus
Date: 2024

DECLARATION OF ACADEMIC INTEGRITY

I, undersigned, M./Ms DELATTRE Mathys student enrolled in the MSc International Project

Development certify that the data and information contained in the Dissertation entitled [Click or](#)

[tap here to enter text.](#) have not been plagiarised.

City Paris

Date 27/06/2024

Signature



Table des matières

REMERCIEMENTS.....	4
ABSTRACT.....	5
MAIN BODY OF THE PAPER	6
I. Introduction	6
II. Littérature Review.....	8
1. Évolution de l'hôtellerie traditionnelle.....	8
2. Naissance de l'économie collaborative et ses acteurs	12
3. Quel avenir pour l'hôtellerie traditionnelle ?	18
III. INTRODUCTION-CONCLUSION	20
IV. Méthodologie.....	20
1. Étude Quantitative	20
2. Analyse Qualitative.....	21
3. Synthèse de la méthodologie.....	23
V. Résultats :	24
1. Résultats de l'analyse Quantitative.....	24
2. Résultats de l'analyse Qualitative	30
VI. DISCUSSION.....	38
REFERENCES.....	43
APPENDIX.....	46
Questions du Sondage	46
Résultats du sondage	49
Interviews.....	55

REMERCIEMENTS

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire. Je remercie chaleureusement mes professeurs pour leur encadrement et leurs conseils précieux tout au long de ce parcours. Un grand merci également aux participants de mon étude, dont les réponses et les entretiens ont enrichi cette recherche. Je suis reconnaissante envers ma famille et mes amis pour leur soutien inconditionnel et leur encouragement constant. Enfin, je remercie mes collègues pour leurs discussions stimulantes et leur aide précieuse.

ABSTRACT

Ce mémoire examine l'impact de l'économie collaborative sur l'hôtellerie traditionnelle, avec un accent particulier sur des plateformes telles qu'Airbnb. L'étude explore comment ces nouvelles dynamiques ont remodelé les préférences des voyageurs et incité les hôtels à adapter leurs pratiques pour rester compétitifs. À travers une méthodologie mixte combinant des analyses quantitatives et qualitatives, l'étude révèle que l'hôtellerie traditionnelle, loin d'être en déclin, a la capacité de prospérer en adoptant l'innovation et l'adaptation.

Les résultats montrent une complémentarité entre les hôtels traditionnels et les plateformes de location courte durée. Les hôtels, avec leur service structuré et sécurisé, continuent de dominer pour les séjours courts et les voyages d'affaires, tandis que les plateformes collaboratives offrent des alternatives flexibles pour les séjours prolongés et l'expérience locale. Les analyses qualitatives, enrichies par des entretiens avec des professionnels du secteur, soulignent l'importance de capitaliser sur les forces uniques des hôtels, telles que l'excellence du service client et les commodités de luxe.

L'étude met également en lumière les nouvelles tendances hôtelières, telles que les boutiques hôtels et les hôtels hybrides, qui répondent aux désirs des voyageurs modernes pour des expériences uniques et personnalisées. L'économie de l'expérience, valorisant les moments mémorables et les interactions significatives, est devenue un moteur essentiel d'innovation dans le secteur.

Enfin, l'impact du digital, notamment à travers les avis en ligne et les plateformes de réservation, a révolutionné le secteur. La gestion proactive des avis en ligne et l'intégration de stratégies numériques efficaces sont devenues cruciales pour les hôtels souhaitant maintenir une bonne réputation et attirer de nouveaux clients.

En conclusion, ce mémoire démontre que l'hôtellerie traditionnelle, en équilibrant tradition et innovation, peut non seulement survivre mais prospérer dans le paysage concurrentiel actuel. Les hôtels qui réussissent à intégrer les meilleures pratiques de l'économie collaborative tout en préservant les valeurs fondamentales de l'hospitalité seront ceux qui prospéreront dans un secteur en constante évolution.

MAIN BODY OF THE PAPER

I. Introduction

L'industrie hôtelière, pilier essentiel du tourisme mondial, a subi des transformations majeures au fil des années, influencée par divers facteurs économiques, technologiques et sociaux. Les hôtels traditionnels, autrefois symboles par excellence de l'hébergement touristique, font face aujourd'hui à un moment crucial de transition et de défis. Ces établissements, qui étaient des lieux de prestige alliant luxe et service personnalisé, rencontrent une concurrence croissante de nouveaux acteurs issus de l'économie collaborative, comme Airbnb, qui remodelent les attentes et les préférences des voyageurs. L'historique de l'évolution de l'hôtellerie, depuis les auberges de l'Antiquité jusqu'aux chaînes hôtelières mondialisées du XXe siècle, montre une capacité constante à se réinventer face aux bouleversements socio-économiques mais des lacunes subsistent quant à la compréhension des dynamiques précises entre hôtellerie traditionnelle et économie collaborative.

Dans le cadre de l'étude de l'évolution de l'hôtellerie traditionnelle face à l'économie collaborative, la littérature académique offre des perspectives diverses et variées. Une partie de cette littérature examine les transformations induites par les nouveaux modèles économiques sur les pratiques traditionnelles de l'hôtellerie. Sandoval-Strausz (2007) explore comment l'hôtellerie américaine s'est adaptée aux changements socio-économiques depuis ses origines, marquant une évolution continue des services pour répondre aux attentes changeantes des voyageurs. De même, Whitaker (2000) décrit en détail les palaces du 19e siècle, mettant en lumière l'importance de l'architecture et du luxe dans l'attrait des grands hôtels. La nécessité de comprendre l'impact de l'économie collaborative sur l'hôtellerie est également un sujet brûlant. Blondeau (2015) aborde les défis spécifiques auxquels sont confrontés les hôtels indépendants en France, soulignant une pression croissante de la part des plateformes telles qu'Airbnb qui redéfinissent les règles du marché par leurs modèles disruptifs. Selon Nowak (2018), l'intégration de technologies numériques par les chaînes hôtelières traditionnelles montre une réponse directe à ces pressions, où l'adoption du digital est vue comme essentielle pour améliorer la compétitivité. De plus, les études de Violier (2016) sur les différentes révolutions touristiques mettent en évidence la manière dont les changements dans les comportements des consommateurs et les avancées technologiques ont historiquement influencé l'industrie du tourisme, y compris l'hôtellerie. Cette perspective est complétée par les travaux de Pine II et Gilmore (1998), qui conceptualisent l'économie de l'expérience pour expliquer comment les

attentes des consommateurs se sont déplacées vers des expériences plus enrichissantes et personnalisées, défiant ainsi les modèles d'affaires traditionnels de l'hôtellerie. Cependant, bien que la littérature existante aborde les impacts de l'économie collaborative sur divers secteurs, peu d'études se sont penchées spécifiquement sur la relation entre la structure de l'hôtellerie traditionnelle et les nouveaux modèles économiques collaboratifs de manière approfondie et empirique. Ce manque souligne une lacune significative dans la compréhension des dynamiques actuelles et futures du secteur de l'hébergement. Ainsi, ce mémoire cherche à répondre à la question suivante : L'industrie hôtelière traditionnelle est-elle encore compétitive face à l'émergence d'une économie collaborative et à l'évolution des préférences des voyageurs ?

Nous soutenons que bien que l'hôtellerie traditionnelle soit confrontée à des défis majeurs, elle possède des atouts intrinsèques qui peuvent lui permettre de coexister avec les nouveaux modes d'hébergement de l'économie collaborative. Ces avantages incluent un service hautement personnalisé et une riche expérience client. Cette étude explore comment les hôtels adaptent leurs stratégies en se focalisant sur l'excellence du service client et l'intégration de technologies numériques. Nous abordons également les implications de l'économie de l'expérience sur les attentes des voyageurs et la manière dont les hôtels traditionnels peuvent se positionner avantageusement.

Ce mémoire utilise une approche méthodologique mixte, combinant des analyses quantitatives et qualitatives. Les données quantitatives proviennent d'un sondage en ligne auprès de voyageurs, tandis que les données qualitatives sont issues d'entretiens avec des professionnels de l'hôtellerie et de l'économie collaborative. Cette méthodologie permet d'examiner en profondeur les perceptions et stratégies des acteurs, et d'analyser les dynamiques actuelles du secteur hôtelier.

Cette étude est pertinente car elle comble une lacune dans la littérature sur l'interaction entre l'hôtellerie traditionnelle et l'économie collaborative. Bien que l'on puisse croire que l'économie collaborative dans l'hébergement est un concurrent direct, notre recherche montre qu'elle peut en fait être complémentaire et représenter une opportunité pour les hôteliers. En adaptant leurs offres et en intégrant des éléments d'authenticité et de personnalisation, les hôtels peuvent se positionner avantageusement. Les implications pratiques incluent des recommandations sur l'innovation en hôtellerie et l'amélioration de l'expérience client, contribuant ainsi à l'évolution théorique et pratique du secteur hôtelier.

II. Littérature Review

1. Évolution de l'hôtellerie traditionnelle

L'histoire de l'hôtellerie traditionnelle. Hôtel, « Établissement commercial qui met à la disposition d'une clientèle itinérante des chambres meublées pour un prix journalier. » (Larousse, n.d.), c'est la définition simple de la fonction d'un Hôtel traditionnel d'après le Dictionnaire Larousse. Cette définition est vraie, mais le secteur hôtelier a connu beaucoup de bouleversements et a dû à plusieurs reprises se réinventer.

Les premières formes d'hébergement payant remontent à l'Antiquité, notamment dans les civilisations égyptiennes, grecques et romaines. Les voyageurs utilisaient des auberges qui servaient de points de repos et de commerce pour les marchands.

Au Moyen Âge, l'hôtellerie se développe avec l'expansion du commerce et des pèlerinages religieux. Les monastères et les abbayes jouaient souvent le rôle d'hébergeurs pour les pèlerins. Les ordres religieux, tels que les hospitaliers, fournissaient également un abri aux voyageurs. Toutefois, cette coutume a progressivement disparu.

Avec la Renaissance, les voyages deviennent plus fréquents en Europe, et les premières auberges apparaissent. C'est à cette époque que l'on voit les premières tentatives de standardisation et de professionnalisation de l'hôtellerie. L'apparition des relais de poste en France, par exemple, est une étape importante dans l'évolution de l'hôtellerie. Ces établissements permettaient aux voyageurs de se reposer et de changer de chevaux, facilitant ainsi les déplacements sur de longues distances.

La révolution industrielle transforme l'industrie hôtelière, stimulée par l'expansion des chemins de fer. Des hôtels de luxe commencent à apparaître dans les grandes villes et les destinations touristiques, comme le Ritz à Paris ou le Savoy à Londres. Jan de Vries (2008), historien économique renommé, spécialisé dans l'histoire économique et sociale de l'Europe, nous explique comment la transformation des comportements de consommation et de l'économie domestique a également eu un impact sur l'hôtellerie.

Le 20ème siècle est lui marqué par l'essor des grandes chaînes hôtelières, comme Hilton, Marriott et Sheraton. Ces entreprises introduisent des standards de qualité et de service, uniformisant l'expérience des clients à travers le monde.

Définition de l'hôtellerie traditionnelle. L'évolution de l'hôtellerie a été influencée par plusieurs pays, chacun apportant ses propres contributions uniques à l'industrie. De l'élégance des palaces français

aux innovations des chaînes hôtelières américaines, en passant par les traditions britanniques et les expériences authentiques japonaises, l'histoire de l'hôtellerie est riche et diversifiée. L'hôtellerie traditionnelle fait donc partie de notre patrimoine historique et voici ses caractéristiques. Les hôtels traditionnels sont des établissements qui respectent les normes classiques de l'hospitalité, souvent situés dans des bâtiments historiques ou dans des régions avec un riche héritage culturel. Ces hôtels se distinguent par leur engagement à offrir un service personnalisé, un décor élégant et une atmosphère authentique qui reflète l'histoire et la culture locale. "The Grand Hotels : Luxury and Glamour in the Gilded Age" (Whitaker, 2000) décrit les grands hôtels de luxe du 19ème et du début du 20ème siècle, illustrant l'importance de l'architecture et du patrimoine dans l'hôtellerie traditionnelle. De plus, les hôtels traditionnels mettent un fort accent sur le service individualisé, où chaque client est traité avec une attention particulière. Le personnel est souvent bien formé et capable de fournir des services adaptés aux besoins spécifiques des clients. Enfin, le décor des hôtels traditionnels est généralement classique et élégant, souvent avec des meubles anciens, des objets d'art locaux et des textiles de qualité. L'ambiance est conçue pour refléter l'histoire et la culture locale. Dans "Hotel: An American History" (Sandoval-Strausz, 2007), l'auteur retrace comment les hôtels aux États-Unis ont maintenu ces normes de décor et d'ambiance pour offrir une expérience authentique à leurs clients.

L'émergence du Tourisme. La naissance du tourisme qui est venue bouleverser le secteur de l'hôtellerie. Comme l'explique Philippe Violier dans son article "*La Troisième Révolution Touristique*" (Violier, 2016) nous avons assisté à trois phases majeures dans l'histoire du tourisme : **L'Invention du Tourisme** durant la révolution industrielle, marquant le début du tourisme avec des innovations comme le chemin de fer et le développement de l'hôtellerie, ce qui a permis une première expansion significative. **Le Tourisme de Masse**, caractérisé par l'accès élargi au tourisme grâce à des avancées technologiques et des politiques sociales comme les congés payés. Cette phase a vu l'émergence du tour-opérateur et des destinations accessibles pour le grand public. Enfin, on assiste aujourd'hui à **la Troisième Révolution Touristique**, que Violier discute principalement dans cet article. Cette phase est définie par un passage à un tourisme mondialisé avec des pratiques plus diversifiées et personnalisées. Les innovations technologiques comme l'internet ont permis une désintermédiation où les touristes peuvent organiser leurs voyages de manière plus autonome. Cette tendance va continuer à croître car d'après les données du cabinet OnePoint, Le nombre de voyages touristiques passera de 1,4 milliard en 2020 à 1,8 milliard en 2030.

Nouveaux modes de consommation. Alors que la fonction première d'un hôtel était d'offrir un lit et un repas à ses voyageurs, l'économie de l'expérience qui a émergé au 21^{ème} siècle vient bouleverser le secteur de l'hôtellerie. Comme l'ont fait B. Joseph Pine II et James H. Gilmore, dans leur article "Welcome to the Experience Economy" (Pine II & Gilmore, 1998), nous pouvons explorer l'évolution des économies à travers quatre stades : l'économie agraire, industrielle, de services et enfin l'économie d'expérience. L'économie a évolué du stade agraire, où les mères fabriquaient des gâteaux d'anniversaire à partir de produits agricoles bon marché, à l'économie industrielle, où elles achetaient des mélanges prêts à l'emploi. Ensuite, dans l'économie de services, elles commandaient des gâteaux auprès de boulangeries. Aujourd'hui, dans l'économie d'expérience, elles externalisent l'organisation complète de la fête à des entreprises spécialisées. Cet exemple nous permet alors de comprendre la distinction entre expériences et services. Les expériences engagent émotionnellement, physiquement, intellectuellement ou spirituellement les consommateurs, créant des souvenirs uniques. Les clients souhaitent aujourd'hui vivre des expériences uniques. En effet, d'après le cabinet OnePoint la croissance de la demande pour les expériences de luxe a augmenté de 10 % en 2018 quand celle des produits de luxe (voitures, bijoux, etc.) a augmenté de 6 %. Les clients privilégient de plus en plus les expériences transformantes plutôt que la possession de biens. Jean-Gabriel Pérès, ancien PDG de Mövenpick et de Kerzner International, affirme que « deux types de marques émergeront à l'avenir : celles qui feront simplement ce qu'il faut, et celles qui, chaque jour, chercheront à créer des expériences transformantes pour les clients, générant ainsi des souvenirs inoubliables » (Pérès, cité dans OnePoint, 2020). Les expériences sont devenues un nouvel avantage concurrentiel. Les entreprises qui les proposent augmentent leur valeur économique. Le guide Michelin a d'ailleurs compris l'importance de ce tournant et a créé en 2024 une distinction pour sa sélection hôtelière : la Clef MICHELIN. L'objectif de ces clés est de guider les voyageurs vers des hébergements de caractère qui offrent bien plus qu'une chambre pour une nuit. L'expérience est au cœur des critères de sélection. De plus, le consommateur souhaite vivre une expérience en adéquation avec ses valeurs. C'est là que les préoccupations environnementales deviennent des tendances majeures. Les hôtels écologiques et les concepts d'hébergement atypiques gagnent en popularité. D'après une étude menée par le cabinet One Point, pour 68 % des touristes, le choix d'un hôtel est influencé par la démarche écologique des établissements.

Alors que l'acte de consommation devient une expérience et que le sensoriel et l'expérientiel règnent, un nombre toujours plus réduit d'acteurs accaparent des parts de marché toujours plus importantes. C'est ce que Krystel Blondeau explique dans une étude sur le sujet publiée en 2015. Ce mal-être est lié au double mécanisme, de l'évènementialisation de l'instant vécu et d'une uniformisation du marché

hôtelier. L'hôtellerie traditionnelle et indépendante peine à s'imposer et trouver sa place face à tous ces bouleversements. Alors que la France demeure la première destination touristique mondiale, ses hôteliers indépendants souffrent d'un mal-être persistant. Ils ne représentent plus que 56 % des capacités d'hébergement du pays. Si les acteurs traditionnels n'ont pas réussi à s'adapter, l'économie de l'expérience s'est avérée être en réalité une opportunité pour de nouveaux acteurs qui vont accaparer des parts de marchés.

Modification des règles du jeu portées par le digital. L'arrivée d'Internet dans les années 1990 a marqué une étape cruciale. Les entreprises ont commencé à développer des sites web, permettant une présence en ligne et la possibilité de toucher un public global. Cela a transformé la façon dont les entreprises interagissaient avec leurs clients, rendant l'information et les services accessibles en ligne.

On assiste aujourd'hui à un processus de transformation numérique défini par José Allouche et Romain Zerbib dans leur revue « La transformation digitale : enjeux et perspectives » (Allouche & Zerbib, 2016) comme le processus qui conduit une entreprise à intégrer les technologies digitales dans l'ensemble de ses activités dans le but de renforcer sa performance. La finalité étant de favoriser l'acquisition de nouveaux prospects, de faciliter leur transformation en clients, et de garantir leur fidélité grâce à une exploitation optimale et augmentée des différentes fonctions de l'entreprise.

S'il est certain qu'Internet a profondément modifié les comportements d'achat et de préparation à l'achat des consommateurs, tous les secteurs ne font pas face à un bouleversement comparable. C'est ce que nous expliquent Mathieu Paquerot, Anne Queffelec, Isabelle Sueur et Guillaume Biot-Paquerot dans leur revue « L'e-réputation ou le renforcement de la gouvernance par le marché de l'hôtellerie ? » (Paquerot et al. 2016), le secteur du tourisme, fait face à une véritable révolution, tant au niveau de la distribution de l'offre que de celui du processus de choix du prospect. Au niveau européen, 160 millions d'individus ont préparé leurs voyages en ligne en 2008. Dans le même temps, près de 5 millions d'e-touristes ont mis en ligne leurs souvenirs en 2008. L'e-tourisme représente plus de 30 % de la valeur de l'e-commerce en France et 45 % des Français qui sont partis en vacances en 2009 ont déclaré avoir utilisé Internet pour préparer ou réserver leurs vacances. Dans une étude, « L'hôtellerie réinventée à l'heure du digital : le monde selon Accor » (Nowak, 2018), l'auteur renforce cette idée en expliquant que la particularité d'une chambre d'hôtel est d'être achetée à distance. Par essence, ce produit est donc aisément commercialisable en ligne. Les hôteliers furent d'ailleurs les premiers à publier leurs catalogues sur le Web. Depuis, le digital n'a cessé de bouleverser leur économie. Les plateformes de réservation Expedia et Booking ont vu le jour dès 1996, alors que l'internet grand public émergeait à peine en France. Les hôtels se sont d'abord réjouis que ces agences

de voyages virtuelles complètent leur réseau de distribution physique. Les plateformes ont rapidement gagné en puissance, au point de devenir des agrégateurs pour une multitude de chaînes. Aujourd'hui, Expedia et Booking proposent respectivement deux millions et deux millions et demi de chambres, contre six cent mille à un million pour les plus grandes chaînes hôtelières. Cette transformation numérique a permis l'émergence de nouveaux concepts d'hébergement et plateforme en ligne. C'est ce que nous allons étudier dans la deuxième partie de cette Littérature Review.

2. Naissance de l'économie collaborative et ses acteurs

Aujourd'hui, le secteur du tourisme et de l'hébergement fait face à de nombreux changements liés à la transformation digitale mais aussi aux changements dans les préférences des consommateurs. En effet, comme nous l'avons constaté avec la naissance de l'économie de l'expérience, les modes de consommation ont changé, et de nouveaux acteurs ont révolutionné le secteur de l'hôtellerie traditionnelle. C'est le cas des plateformes d'hébergement collaborative comme Airbnb par exemple.

Définition et exemples de l'économie collaborative. L'économie de partage également appelée économie collaborative est définie dans un ouvrage « *une proposition de définition de la consommation collaborative par les business models des entreprises marchandes* » (Loussaïef, Diridollou, & Redon, 2015) comme un modèle économique basé sur le partage, l'échange, le commerce et la location de produits et de services. Ce modèle favorise l'accès à la possession plutôt que la propriété, et repose sur la mise en relation des utilisateurs et des détenteurs de ressources par le biais d'une interface technologique. Les plateformes collaboratives se positionnent comme des intermédiaires, facilitant les échanges entre pairs et contribuant à résoudre les dysfonctionnements de certains marchés en créant des marchés plus liquides et en renforçant la confiance entre les utilisateurs. Ce nouveau mode de consommation apparu il y a plus de trois ans avec la publication de l'ouvrage "*What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*" (Botsman, 2011) a rapidement attiré l'attention de nombreux acteurs du milieu de l'entrepreneuriat numérique. Ce livre a rencontré un tel succès qu'il a établi Rachel Botsman comme ambassadrice, voire inventrice, du concept de la consommation collaborative. Ainsi, ce modèle de consommation n'a véritablement commencé à exister qu'au début de cette décennie. Mais une question se pose, celle de savoir ce qui a motivé les individus à changer leurs modes de consommation traditionnels ? C'est la question que se sont posés les auteurs de l'étude « *Consommation collaborative de la génération Y : une analyse par l'approche PLS* » (Ait Youssef, Koubaa, & Benabdallah, 2020). Ils définissent 5 facteurs qui ont motivé

les individus à adopter ce nouveau mode de consommation. Le premier est la réduction des coûts et l'efficacité économique. La consommation collaborative permet d'accéder à des biens et des services à moindre coût, tant en termes financiers qu'en termes de temps. De plus, l'impact environnemental joue également un rôle crucial dans le changement des modes de consommation. Les consommateurs sont de plus en plus conscients des effets néfastes de la surconsommation et de la nécessité de préserver l'environnement. Cette prise de conscience pousse les individus à adopter des pratiques de consommation plus durables et écologiques, comme le partage et la réutilisation de biens, réduisant ainsi les déchets et l'empreinte carbone. Le troisième facteur est la technologie, notamment l'internet et les smartphones, qui a facilité l'émergence de plateformes de consommation collaborative. Ces plateformes rendent l'accès aux biens et services plus facile et plus pratique. Le facteur humain est aussi à prendre en considération, La consommation collaborative valorise l'accès sur la propriété, transformant ainsi la manière dont les individus perçoivent la possession. Ce changement de paradigme favorise une culture de partage et de collaboration, où la réputation et l'appartenance communautaire prennent le pas sur la propriété individuelle. Les consommateurs sont motivés par le désir de faire partie d'une communauté et de contribuer à un bien commun. Enfin, l'économie de la connaissance est intimement liée à la naissance de l'économie collaborative. La recherche de nouvelles expériences et la jouissance personnelle sont des facteurs importants. Dans leur article « une proposition de définition de la consommation collaborative par les business models des entreprises marchandes » (Loussaïef, Diridollou, & Redon, 2015) les auteurs utilisent un chiffre très parlant, extrait d'une étude de PWC indiquant que le chiffre d'affaires total des acteurs collaboratifs pourrait être multiplié par 20 en 10 ans et atteindre 570 milliards d'euros d'ici 2025 en Europe.

Si l'économie collaborative a bouleversé plusieurs secteurs d'activité comme les transports avec Uber et Blablacar par exemple, elle a beaucoup impacté le secteur du tourisme et de l'hôtellerie traditionnelle. C'est ce que nous explique Nicolas Ferrary (2015) dans son ouvrage « Le tourisme : quelle ambition pour la France ? ». L'arrivée d'Internet et des nouvelles technologies a profondément transformé le secteur du tourisme. Au tournant des années 2000, le tourisme est passé à l'e-tourisme, avec la naissance de nouvelles plateformes et offres d'hébergements collaboratifs.

Qui sont les principaux acteurs de l'économie collaborative dans l'hébergement ? Dans une étude publiée en 2016 qui se nomme « Développement durable et choix des indicateurs : le cas de l'hébergement type Airbnb » (Senn Zilberberg et al. 2016), les auteurs expliquent que l'ancêtre de l'accueil gratuit organisé chez l'habitant se nomme Servas, organisation fondée en 1949 et issue des mouvements de réconciliation de l'après-guerre. Ces organisations « historiques » n'ont pas

réellement bénéficié du développement exponentiel rendu possible avec le Web 2.0, qui est le fondement des organisations que l'on connaît aujourd'hui.

La plateforme la plus connue s'appelle Airbnb, fondée en 2008, Airbnb est l'une des plateformes les plus connues et utilisées pour la location de logements entre particuliers. Elle permet aux utilisateurs de louer des chambres, des appartements, des maisons, et même des logements uniques comme des yourtes ou des igloos. Dans son article « L'hôtellerie réinventée à l'heure du digital : le monde selon Accor », Christophe Nowak (2018) explique que Airbnb a réveillé l'industrie hôtelière en démontrant que le seuil capitalistique nécessaire à l'entrée sur le marché n'existait quasiment plus, tandis que son ADN portait le cœur de la promesse hôtelière : un accueil personnalisé et local. Airbnb propose aujourd'hui plus de trois millions de logements. Dix ans après sa création, sa valeur boursière s'établit à 35 milliards de dollars, quand celle d'Accor atteint 12 à 13 milliards d'euros après cinquante ans de croissance acharnée. D'après une étude réalisée par le cabinet OnePoint, l'objectif d'Airbnb est d'atteindre un milliard d'utilisateurs d'ici à 2028. De plus, dans son étude Christophe Nowak cite les paroles de Brian Chesky, directeur d'Airbnb, qui tweetait : « Marriott veut proposer 30000 chambres de plus cette année. Nous les ajouterons en deux semaines » (Nowak, 2018). Airbnb est en effet le premier acteur mondial de l'hôtellerie alors qu'il ne possède pas un seul hôtel. Qui aurait pu imaginer, il y a seulement 10 ans, une telle configuration ?

Il existe d'autres entreprises proposant la mise en relation de particuliers pour l'échange, la location ou le partage de logements, en voici les principales. Dans la catégorie plateforme de location de logement on peut retrouver Booking.com, bien que principalement connue pour les réservations d'hôtels, propose également des locations de vacances et des hébergements entre particuliers. On retrouve ensuite Vbro, anciennement HomeAway, qui permet la location de maisons de vacances, souvent pour des séjours plus longs, et se concentre sur des logements entiers plutôt que des chambres individuelles. Avec un positionnement haut de gamme, la plateforme Le Collectionist se distingue par son catalogue exclusif de résidences situées dans des destinations prisées. Il existe aussi des plateformes de partage de logements comme Couchsurfing qui permet aux voyageurs de séjourner gratuitement chez des habitants locaux ou encore HomeExchange, permettant aux utilisateurs d'échanger leur maison ou leur appartement avec d'autres membres pour des séjours réciproques.

D'après une étude réalisée par le cabinet Onepoint, en l'espace de 10 ans, Airbnb et ses pairs ont transformé l'industrie de l'hôtellerie. Parmi les utilisateurs de ces plateformes, 50 % les utilisent pour remplacer les hôtels traditionnels, et 25 % des voyageurs d'affaires ou d'agrément passent par elles.

Les 5 forces de Porter appliquées à l'industrie collaborative dans le secteur de l'hébergement.

L'industrie collaborative dans le secteur de l'hébergement est influencée par plusieurs forces concurrentielles. Afin de les identifier nous allons utiliser la méthode des cinq forces de Porter, outil d'analyse stratégique développé par Michael E. Porter en 1979. Elles servent à évaluer la compétitivité d'une industrie et à comprendre les dynamiques qui influencent sa rentabilité. Voici une analyse détaillée des cinq forces de Porter appliquées à ce secteur, accompagnée de références académiques et d'études pertinentes.

- Menace des Nouveaux Entrants

Barrières à l'entrée : Les barrières à l'entrée sont relativement faibles. La technologie nécessaire pour créer une plateforme est accessible et le capital initial requis est inférieur à celui des hôtels traditionnels. D'après une étude de Botsman et Rogers (2010), « *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. » la consommation collaborative permet de réduire significativement les coûts d'entrée sur le marché.

Effet de réseau : Les plateformes établies comme Airbnb bénéficient d'un effet de réseau significatif, ce qui constitue une barrière pour les nouveaux entrants. Les utilisateurs préfèrent les plateformes avec un grand nombre de listings et de critiques, rendant difficile l'entrée de nouveaux acteurs sans une base d'utilisateurs solide. C'est ce qu'explique Oskam, J., & Boswijk, A. (2016) dans son étude "Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*", 2(1), 22-42.

- Pouvoir de Négociation des Fournisseurs

Diversité des fournisseurs : Les fournisseurs, principalement les propriétaires de logements, sont nombreux et variés, ce qui limite leur pouvoir de négociation. Comme l'ont montré Ikkala et Lampinen (2015) dans une étude « Monetizing network hospitality: Hospitality and sociability in the context of Airbnb. » les propriétaires dépendent fortement des plateformes pour attirer des clients.

Dépendance aux plateformes : Cette dépendance réduit leur pouvoir de négociation car ils sont souvent contraints d'accepter les conditions et les tarifs imposés par les plateformes pour accéder à une large base de clients.

- **Pouvoir de Négociation des Clients**

Grand choix de plateformes : Les clients ont accès à un large éventail de plateformes et d'options d'hébergements, augmentant ainsi leur pouvoir de négociation. D'après Guttentag (2015), « Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector » la facilité de comparaison des prix et des services sur ces plateformes renforce le pouvoir des clients.

Comparaison facile : Les plateformes permettent une comparaison facile des prix et des services, ce qui renforce le pouvoir des clients.

Fidélité faible : La fidélité des clients est souvent faible car ils peuvent facilement passer d'une plateforme à une autre pour obtenir une meilleure offre.

- **Menace des Produits de Substitution**

Hôtels traditionnels : Les hôtels traditionnels restent une alternative forte aux plateformes d'hébergement collaboratif, offrant un niveau de service standardisé et des commodités.

Autres formes de logements : Les motels, auberges de jeunesse, et les résidences de vacances sont d'autres substituts. Comme l'indique Sigala (2017), « Collaborative commerce in tourism: implications for research and industry. » la menace est également posée par de nouvelles formes d'hébergements comme les co-living spaces et les hôtels capsules.

- **Rivalité entre les Concurrents Existants**

Concurrence intense : La concurrence entre les principales plateformes (Airbnb, Vrbo, Booking.com) est très intense. Ces plateformes cherchent constamment à augmenter leur part de marché en innovant et en améliorant l'expérience utilisateur.

Innovation constante : Les plateformes investissent continuellement dans l'innovation technologique pour améliorer l'expérience utilisateur et attirer plus de clients et d'hôtes. D'après Ert, Fleischer et Magen (2016), "Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb" la réputation en ligne et la confiance sont des facteurs cruciaux dans cette rivalité.

Tarification dynamique : La tarification dynamique et les stratégies de marketing agressives sont courantes, augmentant la rivalité.

L'industrie collaborative dans le secteur de l'hébergement est fortement influencée par ces cinq forces de Porter. Les barrières à l'entrée relativement faibles et la concurrence intense obligent les plateformes à innover constamment pour maintenir leur position. Les clients bénéficient d'un pouvoir de négociation élevé grâce à la facilité de comparaison et à l'abondance des options, tandis que les fournisseurs individuels ont un pouvoir limité en raison de leur dépendance aux plateformes. La présence de nombreux substituts dans l'hébergement ajoute à la dynamique concurrentielle de ce secteur en pleine expansion.

Paradoxes et Tensions de l'Économie Collaborative. L'économie collaborative dans le secteur de l'hébergement, représentée par des plateformes comme Airbnb, a émergé avec des intentions de partage et de convivialité. L'idée initiale était de permettre aux particuliers de louer leurs logements pour de courtes durées, offrant une alternative plus personnelle et économique aux hôtels traditionnels. D'après Rachel Botsman et Roo Rogers (2010) l'objectif était de transformer les entreprises, le consumérisme et les modes de vie à travers un modèle basé sur le partage et la communauté. Cependant, cette vision utopique s'est rapidement heurtée à de nombreux paradoxes et défis.

Professionnalisation et Commercialisation : L'un des principaux paradoxes de l'économie collaborative dans l'hébergement est la transformation de plateformes comme Airbnb en acteurs majeurs du secteur hôtelier. D'après une étude de Christophe Giraud (2017) dans "Recevoir le touriste en ami. La mise en scène de l'accueil marchand en chambre d'hôtes", les hôtes se trouvent souvent à imiter les pratiques hôtelières pour répondre aux attentes des voyageurs, ce qui dénature l'esprit initial de convivialité et de partage. Les logements mis en location sur Airbnb sont de plus en plus gérés de manière professionnelle, souvent par des entreprises spécialisées dans la gestion locative, réduisant ainsi la différence entre un séjour chez un particulier et un séjour à l'hôtel. Selon une analyse de McKinsey, cette professionnalisation a conduit à une concurrence directe avec les hôtels traditionnels, intégrant les mêmes niveaux de service et de standardisation (McKinsey & Company).

Conflits et Réglementations : La croissance rapide et la commercialisation des plateformes de location entre particuliers ont également entraîné des tensions avec les autorités locales et les communautés.

D'après un rapport de l'Urban Land Institute, de nombreuses villes ont introduit des réglementations strictes pour contrôler l'impact des locations de courte durée sur le marché immobilier local et les résidents permanents (Emerald Insight, 2020). Ces mesures visent à prévenir la spéculation immobilière et la diminution du stock de logements disponibles pour les habitants.

Impact sur la Convivialité et le Partage : L'initiale philosophie de convivialité est également mise à mal par les attentes commerciales des voyageurs et les exigences de rentabilité des hôtes. Comme le montre l'étude d'Édouard Jacquet (2015) dans "Le prêt payant. Les paradoxes de l'économie collaborative", les hôtes doivent constamment équilibrer entre offrir une expérience personnelle et maintenir une distance professionnelle pour satisfaire leurs clients tout en maximisant leurs revenus.

3. Quel avenir pour l'hôtellerie traditionnelle ?

Quel est l'impact des plateformes de l'économie collaborative sur l'hôtellerie traditionnelle ?

L'économie collaborative, incarnée principalement par des plateformes comme Airbnb, a profondément bouleversé le secteur de l'hôtellerie traditionnelle. Ce modèle économique basé sur le partage et l'échange de biens et services a non seulement modifié les comportements des consommateurs mais a également imposé de nouvelles dynamiques concurrentielles à l'industrie hôtelière traditionnelle.

L'hôtellerie traditionnelle est-elle en danger ? Selon Krystel Blondeau (2015), l'hôtellerie indépendante en France fait face à une pression immense due à l'émergence de l'économie collaborative et à la domination des agences de voyages en ligne (OTA) comme Booking et Expedia. Cette pression est amplifiée par la concurrence déloyale que représentent les plateformes comme Airbnb, qui ne sont pas soumises aux mêmes réglementations strictes que les hôtels traditionnels.

Nicolas Ferrary (2015), Directeur France d'Airbnb, explique que l'offre touristique collaborative a introduit de nouvelles attentes chez les consommateurs, axées sur des expériences personnalisées et locales. Cette évolution dans les préférences de voyage pousse les hôtels traditionnels à adapter leurs offres pour rester compétitifs.

L'hôtellerie traditionnelle doit s'adapter. Pour s'adapter à ces nouvelles dynamiques, les hôtels traditionnels adoptent plusieurs stratégies :

- **Digitalisation et personnalisation** : Christophe Nowak (2018), dans son analyse de la transformation numérique chez Accor, décrit comment les hôtels doivent intégrer les technologies digitales pour optimiser leurs opérations et personnaliser les services offerts aux clients. L'utilisation de l'intelligence artificielle pour ajuster les tarifs en temps réel et maximiser les revenus est une approche clé adoptée par les grandes chaînes hôtelières.
- **Amélioration de l'expérience client** : Les hôtels indépendants, selon Krystel Blondeau (2015), doivent capitaliser sur leur capacité à offrir des expériences authentiques et locales, un domaine où ils peuvent surpasser les plateformes collaboratives. La mise en place de programmes de fidélité et l'amélioration de l'e-réputation sont également essentielles pour attirer et retenir les clients.
- **Diversification de l'offre** : L'étude annuelle de KPMG sur l'industrie hôtelière française en 2023 montre une tendance à la diversification avec l'introduction de nouvelles catégories d'hébergements et des concepts innovants comme les "hostels", qui combinent chambres partagées et privatives avec des espaces de vie communs. Cette diversification permet aux hôtels de répondre à une clientèle plus large et variée.

La nécessité d'adaptation est cruciale car les plateformes collaboratives comme Airbnb permettent aux consommateurs de trouver des hébergements uniques à des prix souvent inférieurs à ceux des hôtels traditionnels. En outre, les voyageurs utilisant Airbnb tendent à rester plus longtemps et à dépenser plus dans les économies locales par rapport aux clients des hôtels traditionnels.

En conclusion, aucune étude n'exprime réellement le déclin de l'hôtellerie traditionnelle face aux acteurs de l'économie collaborative et aux changements dans les préférences des voyageurs. On peut dire après cette littérature Review que l'hôtellerie traditionnelle est confrontée à des défis importants en raison de l'émergence de l'économie collaborative mais elle peut survivre et prospérer en adoptant des stratégies d'innovation numérique, en diversifiant ses offres et en se concentrant sur l'amélioration de l'expérience client. En effet, l'industrie hôtelière montre des signes de résilience, comme l'indique l'étude de KPMG, avec des projets de développement continu et une augmentation des transactions hôtelières malgré la concurrence accrue.

III. Introduction-Conclusion

La littérature review révèle que l'hôtellerie traditionnelle est à un carrefour crucial. Bien que confrontée à une concurrence accrue de l'économie collaborative, elle possède des atouts indéniables tels que son patrimoine, son service personnalisé et sa capacité à offrir des expériences uniques. Cette transformation du secteur soulève des questions sur la compétitivité des acteurs traditionnels, qui doivent réévaluer leurs offres pour répondre à ces nouvelles préférences.

Dans ce contexte, la problématique centrale de cette étude est de déterminer si l'industrie hôtelière traditionnelle peut encore se montrer compétitive face à ces changements. Les hôtels sont contraints d'innover, de diversifier leurs offres et d'intégrer des technologies digitales pour optimiser l'expérience client. Cette dynamique met en lumière la nécessité d'une adaptation stratégique pour attirer une clientèle de plus en plus exigeante et connectée.

IV. Méthodologie

1. Étude Quantitative

Les résultats du sondage sont disponibles en APPENDIX

Pour la partie quantitative de cette étude, un sondage en ligne a été diffusé afin de recueillir des informations détaillées sur les habitudes de voyage, les préférences en matière d'hébergement, les critères de choix d'un logement, et les opinions sur l'impact de la digitalisation et des services hôteliers. Le questionnaire a été conçu pour capturer une gamme variée de données démographiques et comportementales, comprenant des questions à choix multiples, des échelles de Likert, et des questions ouvertes pour obtenir des réponses détaillées et nuancées.

Age	Number of people answering
20-30 ans	15
30-40 ans	6
40-50 ans	5
50-60 ans	30
60-70 ans	5
Plus de 70 ans	2
Total général	63

Le sondage a été diffusé en France sur des forums de discussion de voyages afin de toucher un large éventail de participants. Au total 63 répondants ont participé au sondage, offrant ainsi un échantillon

diversifié en termes d'âge, de genre, et de fréquence de voyage. Cette diversité a permis de mieux comprendre les différents segments de marché et de leurs comportements spécifiques.

Les questions du sondage portaient sur divers aspects clés tels que :

- **Données démographiques :** Âge, genre, et fréquence des voyages pour le loisir.
- **Préférences d'hébergement :** Types d'hébergement préférés (hôtel, appartement en location, chambre chez l'habitant, autres) et les critères influençant ces choix.
- **Utilisation des plateformes d'hébergement collaboratif :** Airbnb, Booking.com, Vrbo, HomeAway, Le Collectionist, HomeExchange, Couchsurfing, et Abritel.
- **Critères de choix pour la réservation :** Facteurs déterminants pour choisir un hôtel ou un appartement en location, tels que le prix, l'emplacement, la réputation, les services, la sécurité, le type de chambre, les politiques de réservation, la restauration, l'éco-responsabilité, et l'ambiance.
- **Expériences et satisfaction :** Expériences passées avec les hôtels et les appartements en location, niveaux de satisfaction, et les raisons de préférer un type d'hébergement à un autre.
- **Impact des commodités et de la digitalisation :** Influence des commodités (piscine, spa, salle de sport) sur le choix d'hébergement et l'impact de la digitalisation sur l'expérience de réservation et de séjour.
- **Tendances et perspectives :** Popularité des logements "instagramables" et les intentions futures d'utilisation d'Airbnb.

Les résultats du sondage ont été compilés et analysés à l'aide de logiciels de traitement de données tels que Excel. L'analyse a permis d'identifier des tendances significatives et des préférences clés parmi les voyageurs, offrant ainsi une compréhension approfondie des comportements et des attentes des consommateurs dans le secteur de l'hébergement.

2. Analyse Qualitative

Les 5 interviews complètes sont disponibles en APPENDIX.

Pour enrichir les données quantitatives, une série d'entretiens a été menée avec des professionnels du secteur hôtelier et des utilisateurs de plateformes collaboratives. Ces entretiens visaient à obtenir des insights approfondis sur les pratiques, les défis et les perceptions des acteurs du secteur. Alors que le sondage se porte sur les habitudes des consommateurs, les interviews elles vont nous permettre

d'entendre des professionnels du métier qui ont un regard expert sur la question et d'explorer des aspects qui ne pouvaient être capturés par le sondage quantitatif.

Les participants aux entretiens comprenaient :

2 professionnels du secteur de l'hôtellerie :

- **Éric Cenreud**, directeur de l'hôtel Concortel, un hôtel de famille transmis de génération en génération, 3 étoiles situé à Paris, près de la Madeleine. Cet entretien vise à comprendre l'impact de l'économie collaborative, comme Airbnb, sur l'hôtellerie traditionnelle et à déterminer comment les hôtels traditionnels peuvent rester compétitifs.
- **Rémi Pol**, directeur de l'hôtel IBIS à Aix-en-Provence et associé dans un groupe hôtelier qui possède plusieurs hôtels. A travers son projet de création d'un boutique hôtel haut de gamme à Avignon, Rémi nous explique les nouvelles tendances du secteur de l'hôtellerie, les stratégies mises en place pour fidéliser ses clients et contrer la concurrence des plateformes collaboratives.

2 professionnels du secteur de l'économie collaborative :

- **Cécile et Olivier Morin**, hôtes Airbnb qui possèdent deux appartements qu'ils louent depuis plusieurs années via Airbnb et principalement Booking.com. Situés à côté de la cité de Carcassonne, ces espaces sont loués pour des séjours de courte durée, leur permettant de générer un revenu complémentaire à leurs activités. Ils nous expliquent les avantages et les défis de la gestion de propriétés via des plateformes collaboratives telles que Booking et Airbnb en tant que particulier.
- **Mahé Baraton**, gestionnaire de 35 biens en location courte durée sur Airbnb à Aix-en-Provence depuis 2012, nous décrit l'évolution des attentes des clients et les pratiques de gestion des locations courte durée.

Une cliente habituée :

- **Sophie Dubois**, voyageuse fréquente, qui a comparé ses expériences de séjours dans des hôtels et des hébergements collaboratifs.

Les entretiens ont été planifiés et réalisés en face-à-face ou par téléphone, selon les disponibilités des participants. Chaque entretien a été enregistré, avec le consentement des participants, et transcrit pour une analyse détaillée.

Les questions des entretiens étaient préparées en amont et adaptées à chacun de mes interlocuteurs mais elles comprenaient toutes les mêmes grands thèmes :

- **Impact de l'économie collaborative** : Comment les plateformes comme Airbnb influencent-elles l'industrie hôtelière ?
- **Stratégies de fidélisation** : Méthodes utilisées par les hôtels pour maintenir et attirer des clients fidèles.
- **Avantages et défis des plateformes collaboratives** : Perceptions des hôtes Airbnb sur les aspects positifs et négatifs de leur activité.
- **Évolution des pratiques hôtelières** : Adaptations et innovations mises en place par les hôtels pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.
- **Comparaison des expériences clients** : Points de vue des voyageurs sur les différences entre les séjours en hôtel et en hébergement collaboratif.

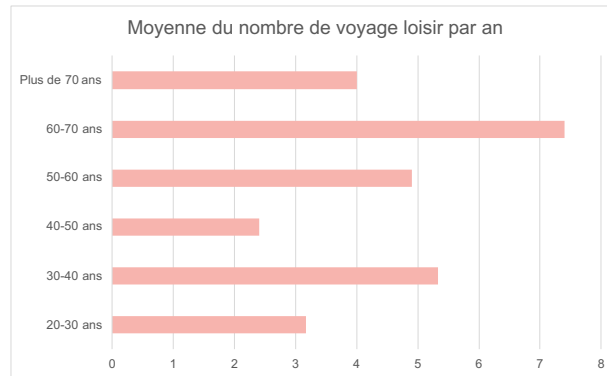
Les données qualitatives obtenues ont été analysées et cette analyse a permis de dégager des thèmes récurrents et des insights clés, offrant une compréhension riche et nuancée des dynamiques et des défis actuels du secteur hôtelier.

3. Synthèse de la méthodologie

La combinaison des approches quantitatives et qualitatives a permis de trianguler les données, assurant ainsi la fiabilité et la validité des résultats. Cette méthodologie mixte a offert une vision complète et nuancée de l'impact de l'économie collaborative sur l'hôtellerie traditionnelle. Les insights obtenus fournissent des recommandations précieuses pour les professionnels du secteur et contribuent à une meilleure compréhension des dynamiques contemporaines du secteur hôtelier face à l'essor de l'économie collaborative.

V. Résultats :

1. Résultats de l'analyse Quantitative

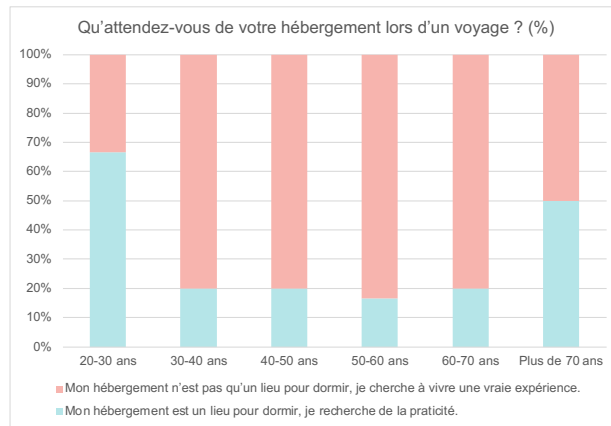


Pour mieux comprendre les préférences et comportements des voyageurs en matière d'hébergement, nous avons mené un sondage en ligne auquel 63 personnes Françaises ont répondu. Ce sondage visait à obtenir des informations détaillées sur les habitudes de voyage, les critères de choix d'un logement et les opinions sur l'impact de la digitalisation et des services hôteliers. Le profil des répondants est varié, incluant différentes tranches d'âge, ce qui nous permet d'analyser les tendances et les attentes de divers segments de marché.

Le graphique ci-dessus illustre la moyenne du nombre de voyages de loisirs par an pour différentes tranches d'âge. Les résultats montrent que les personnes âgées de 60 à 70 ans voyagent en moyenne plus souvent pour le loisir, avec environ 7 voyages par an, suivies de près par les tranches d'âge 30-40 ans et 50-60 ans, avec respectivement environ 5 voyages par an. Les jeunes de 20 à 30 ans et les personnes de plus de 70 ans voyagent un peu moins fréquemment, avec une moyenne de 3 à 4 voyages par an.

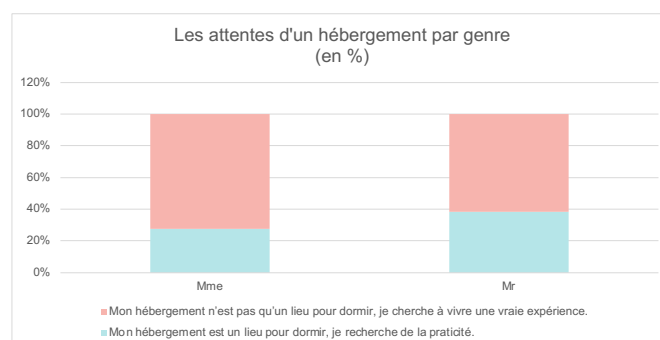
Cette diversité dans les habitudes de voyage nous permet de mieux appréhender les préférences en matière d'hébergement et les attentes spécifiques des différentes tranches d'âge. Elle fournit également un contexte précieux pour l'analyse qualitative des résultats du sondage, en offrant une perspective sur les comportements de voyage et les critères de choix des hébergements.

Préférence Générale pour l'Expérience



Le graphique illustre les attentes des voyageurs en matière d'hébergement lors de leurs voyages, en montrant deux principales attentes : rechercher une vraie expérience ou privilégier la praticité. La tendance générale du graphique révèle que la majorité des voyageurs préfèrent que leur hébergement ne soit pas seulement un lieu pour dormir, mais qu'il offre également une véritable expérience. Quel que soit leur âge, une large majorité des répondants indiquent leur désir de vivre une expérience unique et immersive pendant leur séjour, dépassant largement ceux qui recherchent la praticité. Cette préférence est marquée et constante, montrant que les voyageurs valorisent des séjours enrichissants et mémorables.

Bien que la recherche de praticité soit moins dominante, elle reste significative et augmente légèrement avec l'âge. Une minorité constante de voyageurs privilégie la commodité et la fonctionnalité de leur hébergement, préférant des options pratiques adaptées à leurs besoins spécifiques. Cependant, l'écrasante majorité des répondants montre une forte préférence pour des expériences enrichissantes, soulignant l'importance pour les fournisseurs d'hébergement de se concentrer sur la création d'expériences uniques et immersives pour attirer et satisfaire leurs clients.

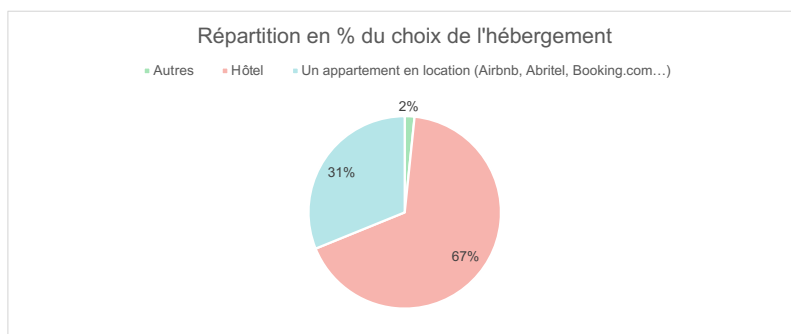


Le graphique présente les attentes des voyageurs en matière d'hébergement, cette fois différenciées par genre. Il compare les préférences des femmes (Mme) et des hommes (Mr) entre rechercher une vraie expérience ou privilégier la praticité. Les résultats montrent que la tendance observée dans les tranches d'âge se maintient également entre les genres.

Les données révèlent que tant les femmes que les hommes ont une nette préférence pour les hébergements qui offrent une expérience unique plutôt que ceux qui sont simplement pratiques. Environ 75% des deux groupes préfèrent un hébergement qui leur permet de vivre une véritable expérience, contre environ 25% qui recherchent principalement la praticité.

Cette analyse montre que l'attrait pour des expériences authentiques et immersives dans le choix de l'hébergement n'est pas limité à un sexe particulier. Cela souligne l'importance pour les fournisseurs d'hébergement de créer des offres qui vont au-delà de la simple fonction de logement. Pour attirer une clientèle large et diversifiée, il est crucial de mettre en avant des aspects expérientiels et des services qui enrichissent le séjour des clients, indépendamment de leur genre.

Corrélation entre la recherche d'une expérience et le choix d'un hébergement hôtelier



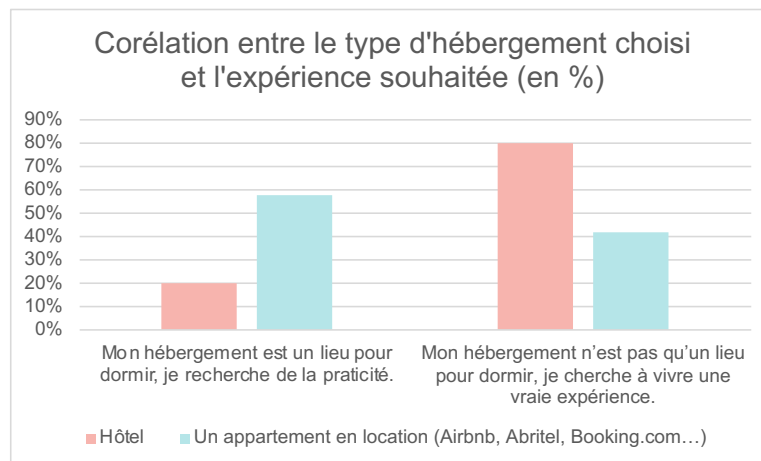
Le graphique ci-dessus présente la répartition en pourcentage des choix de types d'hébergement parmi les participants à notre sondage. Il met en évidence trois catégories principales : les hôtels, les appartements en location (incluant des plateformes telles qu'Airbnb, Abritel, Booking.com, etc.), et une catégorie "Autres" qui regroupe les options moins courantes.

Les résultats montrent que 67% des participants préfèrent séjourner dans des hôtels, ce qui en fait le type d'hébergement le plus populaire parmi les répondants. Cette préférence peut être attribuée à la recherche de commodités, de services et de sécurité que les hôtels traditionnels offrent. Les hôtels

sont souvent choisis pour leur capacité à fournir une expérience structurée et fiable, avec des services supplémentaires tels que le ménage quotidien, la restauration et les installations de loisirs.

Ensuite, 31% des participants optent pour des appartements en location via des plateformes comme Airbnb et autres. Ce choix reflète un segment significatif de voyageurs qui privilégient la flexibilité, l'espace supplémentaire, et souvent un coût plus abordable par rapport aux hôtels. Les appartements permettent également une expérience plus locale et authentique, ce qui peut être particulièrement attrayant pour les voyageurs à la recherche d'une immersion culturelle.

Cette tendance se confirme à l'analyse du graphique ci-dessous :



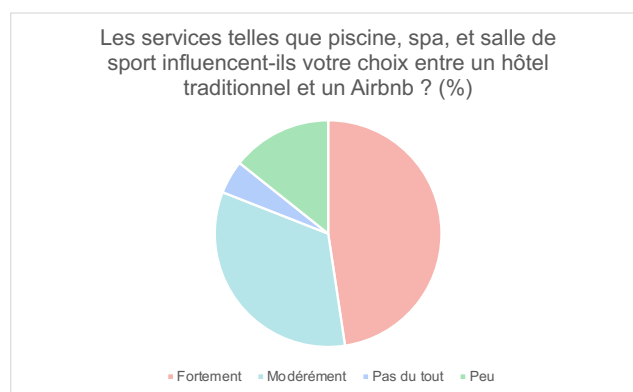
Le graphique ci-dessus met en lumière la corrélation entre le type d'hébergement choisi et l'expérience souhaitée par les participants à notre sondage. Deux catégories d'expérience sont distinguées : ceux qui considèrent leur hébergement comme un simple lieu pour dormir, recherchant principalement la praticité, et ceux qui voient leur hébergement comme une partie intégrante de leur voyage, cherchant à vivre une véritable expérience.

L'analyse révèle que les hôtels sont majoritairement choisis par les personnes qui recherchent à vivre une vraie expérience. En effet, environ 70% des participants ayant cette attente optent pour un hôtel.

En revanche, les appartements en location (Airbnb, Abritel, Booking.com, etc.) sont privilégiés par les personnes recherchant de la praticité, avec environ 50% des répondants dans cette catégorie. Ces logements offrent souvent plus d'espace, des équipements comme une cuisine et des espaces de vie, et une flexibilité qui convient mieux aux voyageurs autonomes. La possibilité de préparer ses repas et

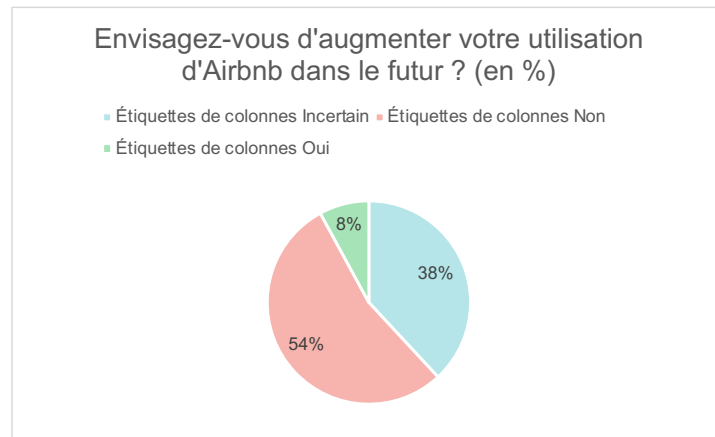
de gérer son temps librement est particulièrement appréciée par ceux qui cherchent un séjour plus pratique et indépendant.

En résumé, les résultats montrent une tendance claire : les hôtels sont perçus comme des lieux qui enrichissent l'expérience de voyage pour la majorité des participants, tandis que les appartements en location sont préférés pour leur aspect pratique et fonctionnel. Cette distinction souligne les différentes attentes et besoins des voyageurs en fonction du type d'hébergement choisi.

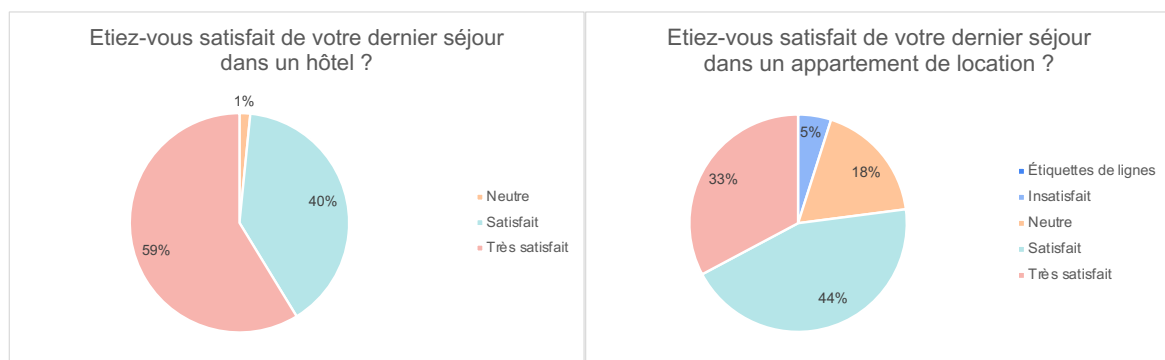


Le graphique ci-dessus illustre l'influence des services tels que la piscine, le spa, et la salle de sport sur le choix des voyageurs entre un hôtel traditionnel et un Airbnb. Les réponses sont catégorisées en quatre niveaux d'influence : fortement, modérément, peu, et pas du tout.

Les résultats montrent que ces services jouent un rôle significatif dans la décision des voyageurs. Environ 40% des répondants indiquent que ces services influencent fortement leur choix. Cela suggère que pour une large proportion de voyageurs, les commodités offertes par les hôtels traditionnels sont un facteur déterminant dans leur décision d'hébergement.



Le graphique ci-dessus montre les intentions des répondants concernant l'augmentation de leur utilisation d'Airbnb dans le futur. La majorité des répondants, soit 54%, n'envisage pas d'augmenter leur utilisation d'Airbnb. Cela suggère que plus de la moitié des participants sont satisfaits de leur utilisation actuelle ou préfèrent d'autres modes d'hébergement. Il existe un segment non négligeable (38%) d'indécis. Cela représente une opportunité pour Airbnb de convaincre ces utilisateurs à travers des améliorations de services, des offres attractives, ou des stratégies marketing ciblées. Le faible pourcentage de ceux qui prévoient d'augmenter leur utilisation (8%) peut indiquer des réserves spécifiques ou des préférences établies pour d'autres formes d'hébergement.



Les résultats du sondage montrent que la satisfaction client est nettement plus élevée pour les séjours en hôtel. En effet, 59 % des répondants se disent "très satisfaits" de leur expérience hôtelière, tandis que seulement 33 % ressentent le même niveau de satisfaction pour les séjours en appartement de location. Cette tendance indique que les hôtels parviennent à offrir une expérience client plus satisfaisante, soulignant leur capacité à répondre aux attentes des voyageurs de manière plus homogène et constante. Le personnel des hôtels est formé pour répondre aux besoins des clients,

offrant une assistance immédiate en cas de problème, c'est ce qui peut expliquer le % plus élevé de satisfaction pour le service hôtelier.

Ainsi, bien que l'économie collaborative ait initialement été perçue comme une menace pour les hôtels traditionnels, les résultats du sondage suggèrent que les hôtels traditionnels conservent une place importante dans les préférences d'hébergement des voyageurs, malgré la croissance des plateformes collaboratives.

Pour compléter cette analyse quantitative, nous allons maintenant approfondir notre compréhension à travers une analyse qualitative basée sur les entretiens réalisés avec divers acteurs du secteur. Ces entretiens nous fourniront des perspectives détaillées sur les expériences des clients, les stratégies des hôteliers pour s'adapter à l'économie collaborative, et les défis spécifiques rencontrés. Cette approche combinée nous permettra d'obtenir une vue plus complète et nuancée de l'impact de l'économie collaborative sur l'hôtellerie traditionnelle et les préférences des voyageurs.

2. Résultats de l'analyse Qualitative

L'Essence de l'économie collaborative dans l'hébergement : Une Expérience Authentique et Unique pour les Voyageurs

L'idée initiale d'Airbnb était de proposer aux clients une expérience authentique et unique, bien différente de ce que les hôtels traditionnels pouvaient offrir. Cette vision est clairement illustrée dans l'interview de Cécile et Olivier Morin, qui ont choisi de mettre en location saisonnière une partie de leur maison qu'ils n'utilisaient pas eux-mêmes. Selon Cécile Morin, "l'idée nous est venue parce que nous avons une grande maison avec une partie que nous n'utilisons pas nous-mêmes. À l'origine, ces espaces étaient destinés à nos parents, mais ils ne venaient pas si souvent." Cette utilisation d'un espace familial et personnel pour accueillir des touristes reflète bien l'esprit d'authenticité et de partage qui est au cœur du concept Airbnb.

L'approche de Cécile et Olivier Morin permet aux invités de bénéficier d'un espace plus grand et plus convivial qu'une simple chambre d'hôtel. Comme l'explique Cécile, "pour le même prix qu'une chambre d'hôtel de 9m², nos invités ont un appartement entier, avec une cuisine et un extérieur. Cela leur permet de cuisiner, ce qui est plus économique que de devoir manger au restaurant à chaque

repas." Cette offre va au-delà de la simple commodité d'un lieu de séjour ; elle propose une véritable expérience de vie locale, où les visiteurs peuvent se sentir "presque comme à la maison".

De plus, cette expérience est enrichie par des touches personnelles et des conseils locaux que les hôtes peuvent offrir. Les Morin, par exemple, ont initialement proposé des petits-déjeuners et continuent à offrir des paniers de courses pour les randonneurs ou des recommandations de restaurants locaux, ce qui ajoute une dimension personnelle et authentique à l'expérience des visiteurs. "Maintenant, nous proposons parfois des petites attentions comme un panier de courses pour les randonneurs ou des conseils pour les restaurants locaux," précise Cécile Morin.

Ainsi, à travers l'expérience de Cécile et Olivier Morin, on peut voir comment Airbnb permet de créer des interactions significatives entre les hôtes et les invités, transformant un simple séjour en une expérience enrichissante et mémorable.

La Professionnalisation de la Gestion Locative de Courte Durée

L'essor d'Airbnb et de plateformes similaires a non seulement révolutionné le secteur de l'hébergement, mais a également transformé la gestion locative de courte durée en une véritable profession. L'interview de Mahé Baraton illustre parfaitement cette évolution, montrant comment l'engouement pour ce mode d'hébergement a conduit à une explosion de la gestion locative de courte durée.

Mahé Baraton a commencé à louer des appartements sur Airbnb en 2012, à une époque où la location courte durée était encore très précurseur. "J'ai été l'une des premières à m'inscrire sur Airbnb dans la région," explique-t-elle. Initialement, son activité était principalement saisonnière, concentrée de printemps à octobre, avec quelques réservations pendant les fêtes de fin d'année. Cependant, avec le temps, elle a élargi sa clientèle pour inclure des professionnels venant pour des formations et des missions de travail, ainsi que des étudiants en distanciel. Aujourd'hui, elle gère 35 logements, comprenant des studios, des T2, des appartements avec deux chambres, et même des maisons.

La professionnalisation de son activité se reflète dans la diversité de ses services et la rigueur de sa gestion. Mahé offre des logements propres et bien entretenus, fournissant des produits de courtoisie et des services de ménage pour les séjours prolongés. Bien qu'elle ne propose pas de services hôteliers

complets comme le petit-déjeuner ou des activités organisées, elle assure la réservation de taxis et de restaurants pour ses locataires. "Je réserve des taxis ou des restaurants si besoin et propose un service de ménage pour les séjours plus longs, mais je n'offre pas de services hôteliers complets," précise-t-elle. Ces efforts garantissent un niveau de service proche de celui des hôtels, tout en maintenant l'authenticité et le caractère unique des séjours Airbnb.

Un des aspects distinctifs de l'approche de Mahé est qu'elle accueille elle-même les locataires, offrant ainsi une touche personnelle et chaleureuse à l'expérience de ses invités. "Je m'efforce de maintenir une excellente qualité de service pour obtenir de bons avis," dit-elle, soulignant l'importance de la satisfaction client pour le succès de son activité.

Les avantages pour les propriétaires de confier leur bien à Mahé sont nombreux. Airbnb offre une plus grande sécurité pour les propriétaires comparés à d'autres plateformes comme Booking, où les vérifications sont moins rigoureuses. ". J'ai eu quelques mauvaises expériences avec Booking, où il y a moins de vérifications," souligne-t-elle. Mahé insiste également sur l'importance d'avoir un réseau d'artisans fiables pour résoudre rapidement les problèmes de maintenance, tels que les fuites ou les serrures cassées, répondant ainsi aux attentes élevées des clients.

Elle prodigue également des conseils précieux aux propriétaires souhaitant se lancer dans la location courte durée, "Il est important d'offrir un logement propre, bien entretenu et de rester réactif aux besoins des clients. Avoir un réseau d'artisans fiables est également crucial pour résoudre rapidement les problèmes qui peuvent survenir," conseille-t-elle. Cette approche professionnelle tout en conservant une touche d'authenticité est essentielle pour maintenir la satisfaction des clients et obtenir de bons avis, crucial pour le succès sur Airbnb.

Mahé Baraton a su transformer son activité en une véritable profession, répondant aux nouvelles attentes des clients tout en offrant une expérience de séjour unique et personnalisée. Son parcours montre comment l'engouement pour la location de courte durée a permis à des professionnels de se distinguer, en alliant rigueur de gestion et authenticité des services.

La journée type de Mahé Baraton illustre l'ampleur du travail que représente la gestion locative de courte durée. Elle commence sa journée par vérifier les réservations et répondre aux messages des clients. Ensuite, elle inspecte les logements pour s'assurer qu'ils sont prêts à accueillir les nouveaux

arrivants, coordonne le ménage et l'entretien, et gère les check-ins et check-outs. "Les défis incluent la gestion des clés, les problèmes de maintenance comme les fuites ou les serrures cassées, et les attentes élevées des clients," explique-t-elle. Son emploi du temps est chargé et exigeant, soulignant que pour des particuliers, la gestion de plusieurs biens en location courte durée peut rapidement devenir une charge de travail très importante.

Cette réalité est également partagée par Olivier et Cécile Morin, qui ont eux aussi ressenti la pression de la gestion locative. "Gérer des locations Airbnb nécessite beaucoup de travail, de la gestion des réservations à l'accueil des invités et à l'entretien des appartements," souligne Olivier. Cécile ajoute : "Parfois, les clients s'attendent à des services hôteliers, comme un petit-déjeuner à une heure précise, ce qui n'est pas toujours possible." Leurs expériences montrent que, sans une gestion rigoureuse et professionnelle, répondre aux attentes des clients et maintenir un niveau de service élevé peut être extrêmement difficile.

Les dérives de l'économie collaborative : Nouvelles normes, nouvelles lois, et attentes accrues des clients

L'économie collaborative, portée par des plateformes comme Airbnb, a radicalement transformé le paysage de l'hébergement touristique. Si elle a ouvert de nouvelles opportunités pour les particuliers de générer des revenus supplémentaires, elle a aussi introduit des défis considérables. Les nouvelles normes et lois, les attentes croissantes des clients, et les problèmes spécifiques rencontrés par les hôtes particuliers en sont des exemples frappants.

Nouvelles Normes et Lois. La popularité croissante d'Airbnb a conduit à l'introduction de nouvelles réglementations pour encadrer la location de courte durée. Dans de nombreuses villes, des lois ont été mises en place pour limiter le nombre de jours où un logement peut être loué, afin de contrer la crise du logement et de réguler le marché locatif. Par exemple, Paris, l'une des villes les plus visitées au monde, a instauré une limite de 120 jours par an pour la location de résidences principales via des plateformes comme Airbnb.

Ces réglementations visent à équilibrer l'offre et la demande de logements, mais elles imposent également des contraintes supplémentaires aux hôtes particuliers. Les propriétaires doivent désormais naviguer à travers une myriade de lois locales, ce qui peut être complexe et coûteux.

Attentes accrues des clients. Avec la professionnalisation croissante de la location de courte durée, les attentes des clients ont également évolué. Les voyageurs recherchent désormais des services de qualité hôtelière, même lorsqu'ils séjournent dans un appartement loué sur Airbnb. Mahé Baraton observe que "les clients attendent désormais un niveau de propreté et de service proches de celui des hôtels, mais sans en payer le prix."

Cette montée en gamme des attentes implique une charge de travail accrue pour les hôtes particuliers, qui doivent maintenir des standards élevés en matière de propreté, de confort et de service. Mahé elle-même s'efforce de répondre à ces attentes en offrant un service client réactif et en entretenant ses logements avec soin.

Olivier Morin, un autre hôte expérimenté, partage cette perspective. "Gérer des locations Airbnb nécessite beaucoup de travail, de la gestion des réservations à l'accueil des invités et à l'entretien des appartements," explique-t-il. Les clients peuvent parfois avoir des attentes irréalistes, comme s'attendre à des services hôteliers, ce qui peut être difficile à gérer pour des particuliers.

Impact de l'économie collaborative sur l'hôtellerie traditionnelle

L'essor de l'économie collaborative a profondément transformé le secteur de l'hôtellerie, mettant au défi les hôtels traditionnels de s'adapter à un environnement concurrentiel dominé par des plateformes comme Airbnb. L'interview d'Éric Cenreud, directeur de l'hôtel Concorde, offre un éclairage précieux sur ces dynamiques, mettant en lumière les défis et les stratégies mises en place pour répondre à ces nouvelles réalités.

Analyse de la Perte de clientèle. Éric Cenreud observe que l'impact d'Airbnb sur l'hôtellerie traditionnelle est significatif, particulièrement en ce qui concerne les séjours de longue durée. "Airbnb a eu un impact significatif, surtout sur les séjours de longue durée. Avant, nous avions beaucoup de familles qui restaient à l'hôtel pour des périodes de deux à trois semaines pendant les mois de mai, juin et juillet. Aujourd'hui, ces clients préfèrent souvent louer des appartements via Airbnb pour des séjours prolongés."

Cette perte de clientèle familiale pour les séjours longs est attribuée principalement à l'attrait d'avoir plus d'espace et de commodités à un coût potentiellement inférieur. Les familles optent désormais pour des locations d'appartements, qui offrent des cuisines et des espaces de vie, permettant une expérience plus autonome et économique.

Comment un hôtel traditionnel peut-il faire la différence ? Pour contrer cette concurrence, les hôtels traditionnels doivent capitaliser sur leurs points forts uniques, notamment en matière de service et d'expérience client. Éric Cenreud explique que "dans un hôtel, les clients peuvent s'attendre à un certain niveau de service, de propreté et de sécurité qui n'est pas toujours garanti avec Airbnb." Cette promesse de qualité et de sécurité est un avantage majeur que les hôtels peuvent mettre en avant. De plus, l'hôtel Concortel se distingue en offrant des services personnalisés et une attention particulière aux besoins des clients. Éric Cenreud souligne l'importance de la fidélisation par des tarifs préférentiels : "Nous avons mis en place des tarifs préférentiels pour nos clients réguliers. Par exemple, nous proposons un tarif d'entreprise qui est toujours inférieur au tarif proposé sur les plateformes comme Booking."

L'Expérience client proposée par l'hôtel Concortel familial. L'hôtel Concortel, géré par la même famille depuis cinq générations, mise sur une expérience client unique et personnalisée. Éric Cenreud met en avant l'importance du service personnalisé : "Prenez l'exemple d'un client qui arrive à Paris tôt le matin. Un Airbnb ne lui permettra probablement pas de s'enregistrer avant l'après-midi, et il devra donc trouver une solution pour ses bagages. Nous, en revanche, offrons un service de consigne de bagages, permettant à nos clients de commencer leur journée sans souci." Cette capacité à offrir des services immédiats et adaptés aux besoins spécifiques des clients est une force que les hôtels traditionnels peuvent exploiter pour se différencier des plateformes collaboratives. Le service de conciergerie, la réservation de taxis et de restaurants, et les conseils personnalisés sont des éléments qui enrichissent l'expérience client et renforcent la fidélité.

Comment l'hôtellerie traditionnelle a dû se réinventer pour voir l'arrivée de l'économie collaborative de manière positive et complémentaire à l'hôtellerie ?

L'arrivée de l'économie collaborative, incarnée par des plateformes comme Airbnb, a indéniablement bouleversé le secteur de l'hôtellerie. Cependant, plutôt que de succomber à cette concurrence, l'hôtellerie traditionnelle a su se réinventer et tirer partie de cette nouvelle dynamique pour se moderniser et adopter des tendances innovantes. L'interview de Rémi Pol offre une perspective intéressante sur cette transformation.

Réinvention et modernisation de l'hôtellerie. Rémi Pol souligne que l'impact d'Airbnb et des autres plateformes collaboratives a obligé les hôteliers traditionnels à repenser leur modèle d'affaires.

"Airbnb et d'autres plateformes de l'économie collaborative ont obligé les hôteliers traditionnels à se réinventer et à proposer des expériences plus personnalisées." Cette adaptation a conduit à l'émergence de ce qu'on appelle l'hôtellerie "lifestyle," où l'accent est mis sur l'expérience client. Par exemple, dans les hôtels Ibis qu'il gère, Rémi Pol a retravaillé l'offre de restauration pour la rendre plus attrayante et a développé des espaces conviviaux où les clients peuvent se détendre, imitant ainsi l'ambiance que l'on peut retrouver chez un particulier sur Airbnb. "Chez Ibis, nous avons retravaillé l'offre de restauration pour qu'elle soit plus attrayante. Nous avons aussi développé des espaces conviviaux où les clients peuvent se détendre."

Adoption de nouvelles tendances. L'arrivée de l'économie collaborative a aussi catalysé l'apparition de nouvelles tendances dans l'hôtellerie, telles que les boutiques-hôtels. Ces établissements se distinguent par leur design unique, leur service personnalisé, et leur atmosphère intime, se positionnant ainsi comme une alternative de luxe aux grandes chaînes hôtelières et aux locations de courte durée. "À Avignon, nous créons un boutique-hôtel avec une forte personnalité, positionné sur le haut de gamme," explique Rémi Pol.

Ce projet est particulièrement ambitieux et innovant. Le boutique-hôtel en cours de création sera conçu pour offrir une expérience unique et haut de gamme à ses clients. Rémi Pol et son équipe mettent un point d'honneur à donner une forte personnalité à cet établissement, en misant sur un design distinctif et des services sur mesure. L'idée est de créer un lieu qui se démarque par son caractère et son attention aux détails, attirant ainsi une clientèle à la recherche d'authenticité et de luxe.

"Nous allons créer un espace de vie commun avec une machine à café et un frigo, pour que les clients se sentent comme à la maison," ajoute-t-il, soulignant l'importance d'un environnement accueillant et convivial. Cette initiative vise à combiner le meilleur des deux mondes : le confort et la personnalisation d'un Airbnb avec les standards de service et de sécurité d'un hôtel traditionnel.

Complémentarité avec l'Économie Collaborative. Rémi Pol voit également l'économie collaborative comme une opportunité de complémentarité plutôt que de concurrence pure. Par exemple, certains de ses appartements adjacents à l'hôtel d'Avignon seront proposés sur Airbnb. "Nous envisageons d'utiliser Airbnb pour certains de nos appartements adjacents à l'hôtel d'Avignon. Cela nous permet de diversifier notre offre tout en maintenant les normes de sécurité et de qualité de l'hôtel."

Cette stratégie hybride permet aux hôtels de capturer une clientèle diversifiée, tout en maintenant les standards de qualité et de sécurité associés à l'hôtellerie traditionnelle.

L'interview de Rémi Pol met en lumière comment l'hôtellerie traditionnelle a su transformer les défis posés par l'économie collaborative en opportunités pour se réinventer et se moderniser. En adoptant de nouvelles tendances et en offrant des expériences client enrichies, les hôtels peuvent non seulement survivre mais prospérer dans ce nouveau paysage concurrentiel. La complémentarité avec des plateformes comme Airbnb ouvre également de nouvelles avenues pour attirer une clientèle variée et répondre aux attentes changeantes des consommateurs.

Ce projet à Avignon illustre parfaitement cette dynamique de réinvention et de complémentarité, démontrant que l'innovation et l'adaptation sont clés pour rester pertinent dans un marché en constante évolution.

La perspective des clients

L'analyse qualitative de l'interview de Sophie Dubois, une passionnée de voyage, confirme et enrichit les observations faites sur la réinvention de l'hôtellerie traditionnelle face à l'essor de l'économie collaborative. Les attentes et les préférences des clients, comme Sophie, révèlent pourquoi l'hôtellerie a dû s'adapter et comment elle peut continuer à prospérer.

Préférence pour le Service Personnalisé et les Commodités de Luxe. Sophie met en avant l'importance du service client et des commodités de luxe lors de ses séjours, ce qui rejoint les efforts des hôteliers comme Rémi Pol pour offrir une expérience client enrichie. "Le service client est vraiment essentiel pour moi. Rien ne peut égaler l'expérience de se sentir bien accueillie et prise en charge dès son arrivée." Cette attente de service personnalisé et de haute qualité est ce qui distingue encore les hôtels traditionnels des locations de courte durée.

Elle apprécie particulièrement les hôtels modernes avec une décoration stylée et des services complets, tels que le petit-déjeuner, la piscine et le spa. "J'aime particulièrement les hôtels qui sont au goût du jour, avec une décoration stylée et des services supplémentaires comme un excellent petit-déjeuner, une piscine, et même un spa." Ces commodités, souvent absentes des locations de courte durée, représentent un avantage concurrentiel crucial pour les hôtels traditionnels.

Importance de l'Expérience Locale et de l'Authenticité. Malgré son penchant pour les hôtels lors de séjours courts, Sophie utilise également Airbnb pour des séjours plus longs, en raison de

l'espace supplémentaire et de la sensation de se sentir "chez soi". "Oui, j'utilise Airbnb, surtout pour des séjours plus longs. Cela me permet d'avoir plus d'espace et de me sentir un peu plus 'chez moi'." Cette dualité dans ses choix d'hébergement confirme la nécessité pour les hôtels d'offrir des espaces conviviaux et personnalisés, comme ceux que Rémi Pol développe dans ses établissements.

L'Équilibre entre Confort et Expérience. Sophie cherche à équilibrer confort et expérience locale. Les hôtels, avec leurs services structurés et leurs commodités de luxe, offrent un confort indéniable, tandis que les Airbnb permettent une immersion plus authentique dans la culture locale. "Les hôtels offrent une expérience plus raffinée et soignée avec un service de haute qualité... En revanche, les Airbnb sont souvent plus économiques pour des séjours prolongés et permettent plus de liberté et d'autonomie."

VI. DISCUSSION

Ce mémoire examine l'impact de l'économie collaborative sur l'hôtellerie traditionnelle, en se concentrant sur la manière dont des plateformes telles qu'Airbnb ont remodelé les préférences des voyageurs et poussé les hôtels à adapter leurs pratiques. En utilisant une combinaison de recherches quantitatives et qualitatives, cette étude révèle que l'hôtellerie traditionnelle n'est pas en déclin inéluctable face à l'essor de l'économie collaborative. Au contraire, elle a la possibilité de prospérer en s'adaptant et en innovant.

Les résultats quantitatifs montrent que, bien que 67% des répondants préfèrent les hôtels pour leurs voyages, 31% optent pour des appartements en location, ce qui illustre une répartition équilibrée des préférences d'hébergement (voir graphique "Répartition en % du choix de l'hébergement"). De plus, les entretiens qualitatifs avec des acteurs de l'industrie, comme Mahé Baraton et Rémi Pol, fournissent des perspectives précieuses sur les adaptations stratégiques nécessaires pour rester compétitif.

Complémentarité entre l'Hôtellerie Traditionnelle et l'Économie Collaborative. Plutôt que de voir l'économie collaborative et l'hôtellerie traditionnelle comme des concurrents directs, il est plus pertinent de les considérer comme complémentaires. Les plateformes de location courte durée, comme Airbnb, offrent des alternatives flexibles et économiques, particulièrement adaptées aux séjours prolongés ou aux voyageurs cherchant une expérience locale authentique. D'un autre côté, les

hôtels traditionnels continuent de dominer pour les séjours courts et les voyages d'affaires, grâce à leur service structuré et sécurisé.

Les analyses quantitatives montrent que 60% des répondants recherchent une expérience immersive lorsqu'ils choisissent un hôtel, par rapport à 40% qui privilégient la praticité d'un appartement en location (voir graphique "Corrélation entre le type d'hébergement choisi et l'expérience souhaitée"). Cela met en lumière la capacité des hôtels à offrir des expériences haut de gamme que les locations entre particuliers peinent à égaler.

Les entretiens qualitatifs apportent une dimension supplémentaire à cette analyse. Par exemple, Mahé Baraton, qui gère plusieurs logements sur Airbnb, souligne que si ces plateformes sont idéales pour des séjours flexibles, elles ne remplacent pas les services complets et la sécurité offerts par les hôtels traditionnels. De plus, Rémi Pol, un professionnel de l'hôtellerie, affirme que les hôtels traditionnels doivent capitaliser sur leurs forces, telles que l'excellence du service client et les commodités sophistiquées, pour rester pertinents.

Nouvelles Tendances Hôtelières et l'Économie de l'Expérience. L'industrie hôtelière a évolué pour répondre aux attentes croissantes des consommateurs en matière d'expériences uniques et personnalisées. L'économie de l'expérience, qui valorise les moments mémorables et les interactions significatives, a incité de nombreux hôtels à repenser leurs offres. Les boutique hôtels, le glamping et les hostels hybrides sont des exemples de cette innovation, offrant des expériences distinctes qui combinent le meilleur des deux mondes – le confort des hôtels et l'authenticité des séjours chez l'habitant ou insolites en pleine nature.

L'analyse des données montre que les clients apprécient de plus en plus les environnements chaleureux et accueillants, semblables à ceux d'un foyer, tout en bénéficiant des services de haute qualité des hôtels. Les graphiques "Les services tels que piscine, spa, et salle de sports influencent-ils votre choix entre un hôtel traditionnel et un Airbnb ?" et "Moyenne du nombre de voyages loisir par an" montrent que les voyageurs de tous âges recherchent des expériences enrichissantes et confortables, ce qui encourage les hôtels à diversifier et enrichir leurs offres.

Sophie Dubois, une voyageuse passionnée, a partagé dans son entretien que les hôtels modernes doivent offrir plus que des chambres standardisées. Les services supplémentaires comme des cours de yoga, des visites guidées et des espaces de coworking peuvent grandement enrichir l'expérience des clients, faisant écho à l'évolution des attentes des voyageurs dans une économie de l'expérience.

Impact du Digital : Avis en Ligne et Plateformes de Réservation. Le digital a révolutionné l'industrie hôtelière, particulièrement à travers les avis en ligne et les plateformes de réservation. Il y a 12 ans, lorsque les premières plateformes de l'économie collaborative dans le domaine de l'hébergement ont vu le jour, une des premières différences avec les hôtels traditionnels demeurait dans la possibilité de laisser un avis après son séjour chez l'habitant. C'était la naissance des avis en ligne qui n'étaient pas encore proposés par les hôtels traditionnels. Aujourd'hui, les avis en ligne, tels que ceux trouvés sur TripAdvisor et Google Reviews, permettent aux clients de partager leurs expériences et influencent considérablement les décisions des autres voyageurs. Ainsi, pour rester compétitif face à l'économie collaborative, la gestion proactive des avis en ligne de la part des hôtels traditionnels est devenue essentielle pour maintenir une bonne réputation et attirer de nouveaux clients.

De plus, la digitalisation a fait naître les plateformes de réservation comme Booking.com et Expedia qui ont transformé la manière dont les hôtels attirent et gèrent leurs réservations. Bien qu'elles offrent une visibilité mondiale et simplifient le processus de réservation pour les clients, elles imposent également des commissions élevées qui peuvent peser sur la rentabilité des hôtels. Ces plateformes permettent aux consommateurs de comparer facilement les prix et les services, augmentant ainsi la concurrence et poussant les hôtels à constamment améliorer leurs offres pour rester compétitifs.

L'analyse qualitative révèle que cette transformation numérique a conduit les hôtels à adopter des stratégies plus sophistiquées pour fidéliser leur clientèle. Rémi Pol explique que les hôtels doivent désormais utiliser des outils d'analyse de données pour comprendre les préférences des clients et personnaliser leurs services en conséquence. De plus, Éric Cenreud souligne que les plateformes de réservation, bien qu'indispensables, ont également distancé les hôtels de leurs clients directs, compliquant ainsi les efforts de fidélisation.

L'impact des avis en ligne est particulièrement significatif. Les voyageurs d'aujourd'hui sont fortement influencés par les avis et les évaluations laissés par d'autres clients. Les hôtels doivent donc non seulement offrir un excellent service, mais aussi encourager activement les clients satisfaits à laisser des avis positifs. Cette dynamique a été clairement illustrée dans l'entretien avec Mahé Baraton, qui a mentionné l'importance cruciale des avis pour attirer de nouveaux clients sur Airbnb.

Pour conclure, bien que l'économie collaborative ait introduit des défis significatifs pour l'hôtellerie traditionnelle, elle a également créé des opportunités pour l'innovation et l'adaptation. Les hôtels qui embrassent ces changements et se concentrent sur la création d'expériences

exceptionnelles pour leurs clients peuvent non seulement survivre, mais prospérer dans ce nouvel environnement.

L'économie collaborative, incarnée par des plateformes telles qu'Airbnb, a bouleversé les modèles économiques traditionnels en offrant des alternatives flexibles et souvent moins coûteuses aux voyageurs. Cependant, ce bouleversement a également stimulé une vague d'innovation au sein de l'hôtellerie traditionnelle. En réponse à cette concurrence, de nombreux hôtels ont redéfini leurs offres pour inclure des éléments d'expérience et de personnalisation qui attirent les voyageurs modernes.

Les hôtels traditionnels ont une opportunité unique de capitaliser sur leurs atouts intrinsèques : un service client de qualité, des infrastructures de pointe et des normes de sécurité rigoureuses. En intégrant les meilleures pratiques de l'économie collaborative, telles que la personnalisation des services et l'accent sur les expériences locales authentiques, les hôtels peuvent offrir une valeur ajoutée que les plateformes de location à court terme peinent à égaler. Cette dualité entre service personnalisé et confort standardisé peut devenir un avantage concurrentiel crucial.

L'avenir de l'hôtellerie repose sur la capacité à équilibrer tradition et innovation. Cela signifie adopter des technologies numériques pour améliorer l'efficacité opérationnelle et l'expérience client, tout en préservant les valeurs fondamentales de l'hospitalité. Les avis en ligne, par exemple, sont devenus un élément clé du processus de décision des voyageurs. Les hôtels doivent donc non seulement encourager les commentaires positifs, mais aussi répondre de manière proactive aux avis négatifs pour montrer leur engagement envers la satisfaction client.

De plus, l'intégration de plateformes de réservation en ligne, bien que coûteuse en termes de commissions, offre une visibilité mondiale et une commodité de réservation qui peuvent attirer une nouvelle clientèle. Pour tirer parti de ces plateformes sans perdre le contact direct avec les clients, les hôtels doivent investir dans des systèmes de gestion de la relation client (CRM) et des stratégies de fidélisation efficaces. En améliorant la communication avec les clients et en offrant des incitations pour les réservations directes, les hôtels peuvent réduire leur dépendance aux plateformes de réservation tierces.

Les nouvelles tendances hôtelières, telles que les boutique hôtels, le glamping et les hostels hybrides, montrent que l'industrie est capable de s'adapter et de se réinventer. Ces concepts innovants répondent aux désirs des voyageurs pour des expériences uniques et mémorables. En incorporant des éléments de l'économie de l'expérience, les hôtels peuvent se différencier sur le marché et attirer une clientèle en quête d'authenticité et de nouveautés.

L'économie collaborative a également accentué l'importance de la durabilité et des pratiques écologiques dans l'hôtellerie. Les consommateurs modernes sont de plus en plus soucieux de l'impact

environnemental de leurs choix d'hébergement. En adoptant des pratiques durables, comme l'utilisation de sources d'énergie renouvelable et la réduction des déchets, les hôtels peuvent non seulement attirer cette clientèle consciente, mais aussi contribuer positivement à la société.

Ainsi, l'hôtellerie traditionnelle, loin d'être obsolète, est à un carrefour où l'innovation et l'adaptation sont essentielles. En intégrant les meilleures pratiques de l'économie collaborative et en restant fidèle aux principes de l'hospitalité, les hôtels peuvent offrir des expériences enrichissantes et mémorables qui répondent aux attentes des voyageurs modernes. L'avenir de l'hôtellerie dépendra de sa capacité à évoluer avec le temps, tout en préservant l'essence même de l'accueil et du service. Les hôtels qui réussiront cette transition auront non seulement la capacité de survivre, mais également de prospérer dans un paysage touristique en constante évolution.

REFERENCES

- Ait Youssef, A., Koubaa, S., & Benabdallah, M. (2020). "Consommation collaborative de la génération Y : une analyse par l'approche PLS." *Revue des Sciences de Gestion*, 2020/1 (N° 291), 75-92. Éditions Économica.
- Allouche, J., & Zerbib, R. (2016). "La transformation digitale : enjeux et perspectives." *Revue Management & Avenir*, 2016, numéro 85, 171-190. Éditions Management Prospective Editions.
- Blondeau, K. (2015). "Quelle place pour l'hôtellerie indépendante face à la pression des agences de voyage en ligne (OTA) et à l'émergence de l'économie collaborative?" *Annales des Mines - Réalités industrielles*, 2015/3 (Août 2015), 83-87. Éditions Institut Mines-Télécom.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. HarperCollins.
- de Vries, J. (2008). *The Industrious Revolution: Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present*.
- Ert, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2016). "Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb." *Tourism Management*, 55, 62-73.
- Ferrary, N. (2015). "Les nouvelles formes de tourisme collaboratif : une demande en pleine expansion." *Annales des Mines - Réalités industrielles*, 2015/3 (Août 2015), 50-53. Éditions Institut Mines-Télécom.
- Giraud, C. (2007). "Recevoir le touriste en ami. La mise en scène de l'accueil marchand en chambre d'hôtes." *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 170, 14-31.
- Guttentag, D. (2015). "Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector." *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.

- Ikkala, T., & Lampinen, A. (2015). "Monetizing network hospitality: Hospitality and sociability in the context of Airbnb." Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing, 1033-1044.
- Jacquet, É. (2015). "Le prêt payant. Les paradoxes de l'économie collaborative." Réseaux, vol. 190-191, 99-120. Éditions La Découverte. DOI: 10.3917/res.190-191.0099.
- KPMG France. (2023). "L'industrie hôtelière française en 2023." Étude annuelle de KPMG.
- Loussaïef, L., Diridollou, C., & Redon, G. (2015). "Une proposition de définition de la consommation collaborative par les business models des entreprises marchandes." Réalités industrielles, 2015/3 (Août 2015), 50-53. Éditions Institut Mines-Télécom.
- McKinsey & Company. "What is digital transformation?" McKinsey Digital.
- Michelin. (2023). "Le Guide MICHELIN crée une distinction pour sa sélection hôtelière : la Clef MICHELIN."
- Nowak, C. (2018). "L'hôtellerie réinventée à l'heure du digital : le monde selon Accor." Le journal de l'école de Paris du management, 2018/3 (N° 131), 15-21. Éditions Association des amis de l'école de Paris.
- OnePoint. (2020). "Hospitalité."
- Oskam, J., & Boswijk, A. (2016). "Airbnb: the future of networked hospitality businesses." Journal of Tourism Futures, 2(1), 22-42.
- Paquerot, M., Queffelec, A., Sueur, I., & Biot-Paquerot, G. (2016). "L'e-réputation ou le renforcement de la gouvernance par le marché de l'hôtellerie ?" Management & Avenir, 2016, numéro 85, 171-190. Éditions Management Prospective Editions.

- Pine II, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). "Welcome to the Experience Economy." Harvard Business Review, juillet-août 1998.
- Sandoval-Strausz, A. K. (2007). Hotel: An American History.
- Sigala, M. (2017). "Collaborative commerce in tourism: implications for research and industry." Current Issues in Tourism, 20(4), 346-355.
- Urban Land Institute. (2020). "The Impact of Short-Term Rentals on Urban Housing Markets." Urban Land Institute Reports.
- Violier, P. (2016). La troisième révolution touristique.
- Whitaker, J. (2000). The Grand Hotels: Luxury and Glamour in the Gilded Age.

APPENDIX

Questions du Sondage

1. Quel âge avez-vous ?
2. Quel est votre genre ? Mme, Mr, Autre
3. Combien de fois par an voyagez-vous pour le loisir ?
4. Qu'attendez-vous de votre hébergement lors d'un voyage ?
 - Mon hébergement est un lieu pour dormir, je recherche de la praticité.
 - Mon hébergement n'est pas qu'un lieu pour dormir, je cherche à vivre une vraie expérience.
5. Lors de vos voyages, quel type d'hébergement préférez-vous ?
 - Un Hôtel
 - Un appartement en location (Airbnb, Abritel, Booking.com...)
 - Une chambre chez l'habitant (Airbnb)
 - Autres (veuillez préciser)
6. Parmi ces acteurs de l'hébergement collaboratif, lesquels avez-vous déjà utilisés pour réserver un voyage ? (Plusieurs réponses possibles)
 - Airbnb
 - Booking.com (pour réserver un appartement en location)
 - Vbro
 - HomeAway
 - Le Collectionist
 - HomeExchange
 - Couchsurfing
 - Abritel
7. Quels sont vos critères de choix pour la réservation d'un hôtel ? (Choisissez jusqu'à 5 critères)
 - Prix
 - Emplacement
 - Réputation : Avis et évaluations en ligne des précédents clients.
 - Services : Disponibilité de services tels que WiFi gratuit, parking, piscine, spa, salle de sport, etc.
 - Sécurité : Niveau de sécurité de l'hôtel et de la zone environnante.
 - Type de chambre (taille, vue, commodités).
 - Politiques de réservation : Flexibilité des politiques d'annulation et de modification de la réservation.
 - Restauration
 - Éco-responsabilité : Pratiques écologiques et durables de l'hôtel.
 - Ambiance et esthétique : Design et ambiance générale de l'hôtel.

8. Quels sont vos critères de choix pour la réservation d'un appartement en location ?
(Choisissez jusqu'à 5 critères)

- Prix
- Emplacement
- Taille et type de logement : Nombre de chambres et d'espaces disponibles, type de logement (appartement, studio, maison).
- Équipements inclus : WiFi, cuisine équipée, lave-linge, climatisation, chauffage.
- Avis des précédents locataires : Évaluations et commentaires laissés par d'autres utilisateurs.
- Flexibilité de réservation.
- Design et confort : Décoration intérieure, confort des meubles, propreté.
- Accueil et interaction avec l'hôte : Facilité de communication avec l'hôte, processus de check-in/out.
- Services supplémentaires : Offres de services comme le petit déjeuner, le ménage, le parking.
- Éco-responsabilité : Pratiques durables et respectueuses de l'environnement.
- Caractéristiques uniques : Caractéristiques ou attractions spéciales, telles que vue panoramique, accès à une piscine, proximité de la plage.

9. Quelles sont les principales raisons qui vous poussent à choisir un hébergement collaboratif (appartement, chambre chez l'habitant) plutôt qu'un hôtel pour votre séjour ? (Plusieurs réponses possibles)

- Coût
- Praticité
- Emplacement
- Expérience
- Le contact humain
- Les préoccupations écologiques
- Facilité de réservation
- Équipements inclus
- Autres (veuillez préciser)

10. Quels services des hôtels utilisez-vous fréquemment lors de vos séjours ? (Plusieurs réponses possibles)

- Piscine
- Spa
- Room service
- Salle de sport
- Restaurant/bar
- Conciergerie
- Parking
- Autres (veuillez préciser)

11. Selon vous, quelle option offre une meilleure expérience en termes de services de luxe et commodités ?

- Hôtels
- Airbnb
- Pas de différence notable

12. Les commodités telles que piscine, spa, et salle de sport influencent-elles votre choix entre un hôtel traditionnel et un Airbnb ?

- Fortement
- Modérément
- Peu
- Pas du tout

13. Quelle est la date de votre dernier séjour dans un hôtel pour un voyage/week-end loisir ?

14. Étiez-vous satisfait de votre dernier séjour dans un hôtel traditionnel ?

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Pourquoi ?

15. Quelle est la date de votre dernier séjour dans un appartement en location (Airbnb ou autre) pour un voyage/week-end loisir ?

16. Étiez-vous satisfait de votre dernier séjour dans un appartement en location ?

- Très satisfait
- Satisfait
- Neutre
- Insatisfait
- Pourquoi ?

17. Pensez-vous que la digitalisation a amélioré votre expérience de réservation et de séjour dans des hôtels traditionnels ?

- Oui
- Non
- Pas d'opinion

18. Certains logements sont plus "instagramables" que d'autres (lieu insolite, une jolie vue, jolie piscine, décoration trendy...). Est-ce un critère qui peut influencer votre choix lors de la réservation d'un logement de vacances ?

- Oui
- Non
- Pas d'opinion

19. Comment réalisez-vous la réservation de votre hébergement ?

- Appel téléphonique à la réception
- Sur le site internet de l'hôtel
- Par l'intermédiaire de plateformes de réservations (Booking, Expedia...)

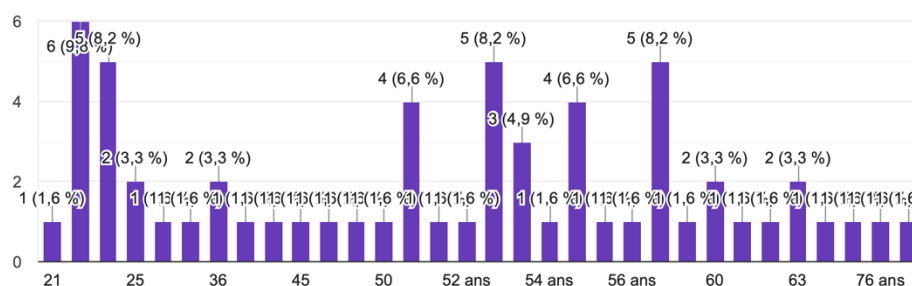
20. Envisagez-vous d'augmenter votre utilisation d'Airbnb dans le futur ?

- Oui
- Non
- Incertain

Résultats du sondage

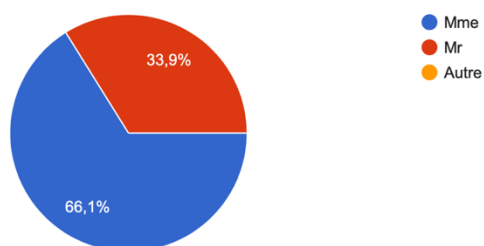
Quel âge avez-vous ?

61 réponses



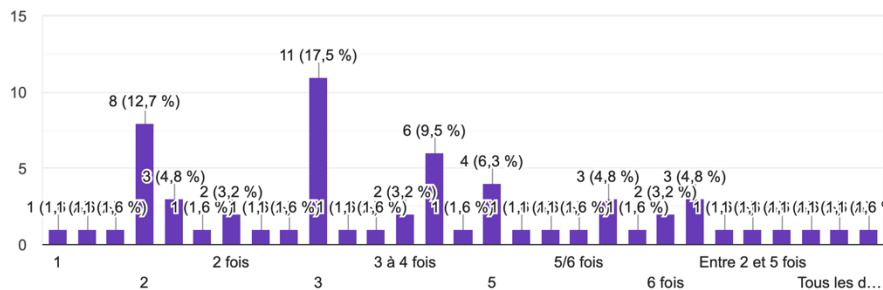
Quel est votre genre ?

62 réponses



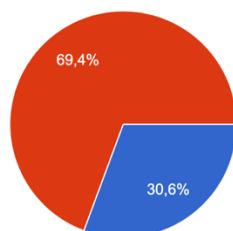
Combien de fois par an voyagez-vous pour le loisir ?

63 réponses



Qu'attendez-vous de votre hébergement lors d'un voyage ?

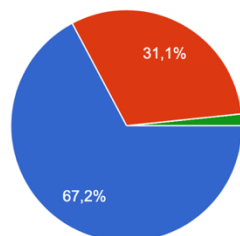
62 réponses



- Mon hébergement est un lieu pour dormir, je recherche de la praticité.
- Mon hébergement n'est pas qu'un lieu pour dormir, je cherche à vivre une vraie expérience.

Lors de vos voyages, quel type d'hébergement préférez-vous ? (une seule réponse possible)

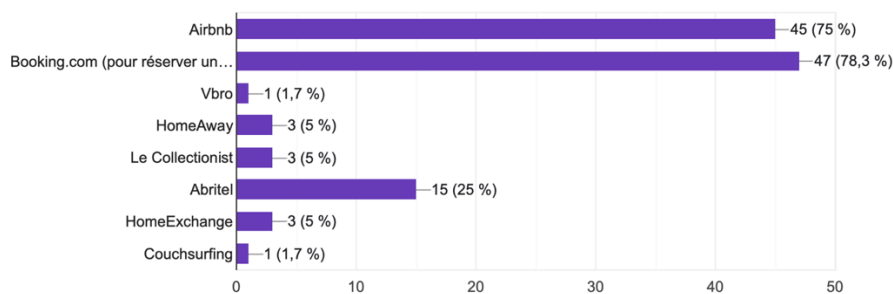
61 réponses



- Hôtel
- Un appartement en location (Airbnb, Abritel, Booking.com...)
- Une chambre chez l'habitant (Airbnb)
- Autres

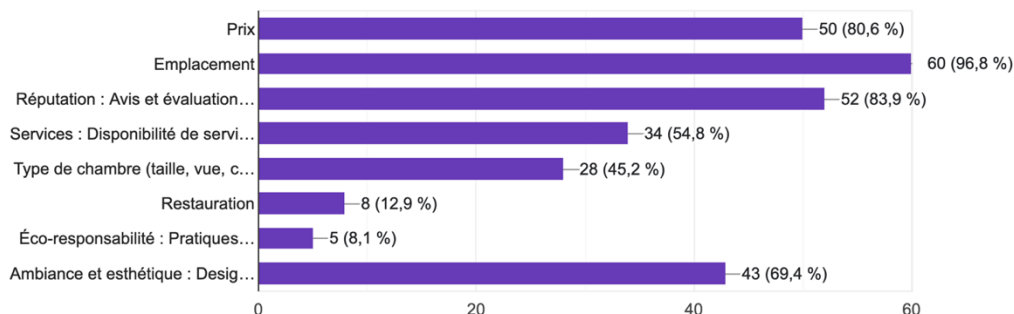
Parmi ces acteurs de l'hébergement collaboratif, lesquels avez-vous déjà utilisés pour réserver un voyage ? (Plusieurs réponses possibles)

60 réponses



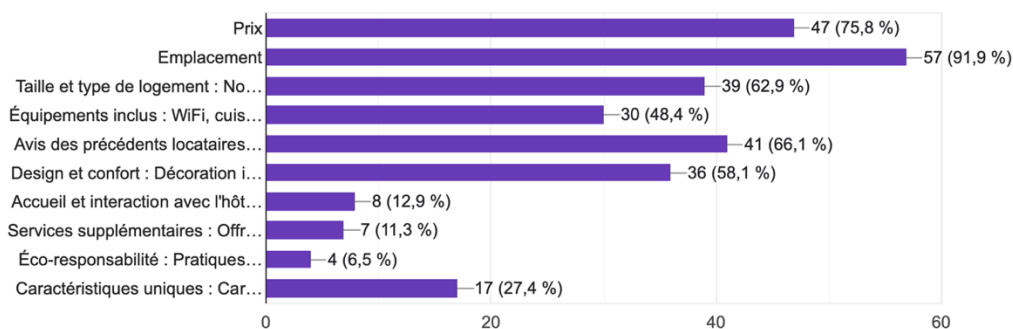
Quels sont vos critères de choix pour la réservation d'un hôtel ? (Choisissez jusqu'à 5 critères)

62 réponses



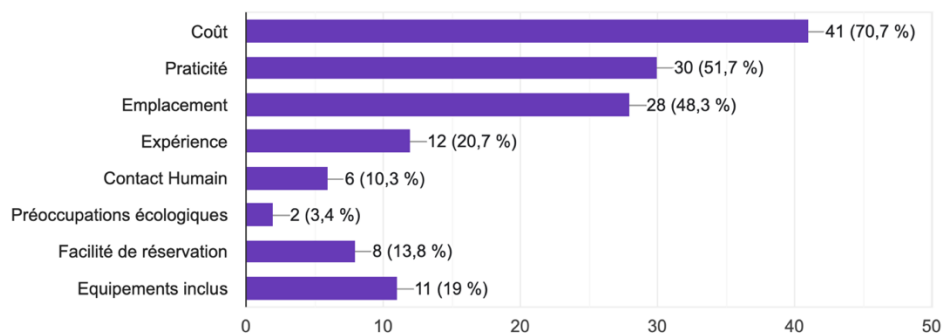
Quels sont vos critères de choix pour la réservation d'un appartement en location ? (Choisissez jusqu'à 5 critères)

62 réponses



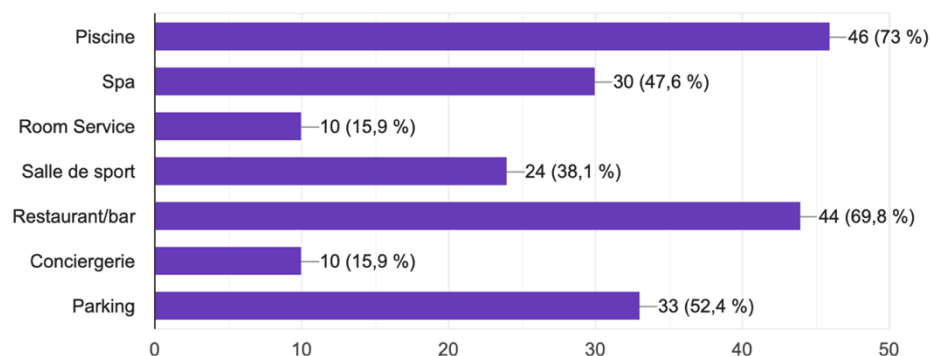
Quelles sont les principales raisons qui vous poussent à choisir un hébergement collaboratif (appartement, chambre chez l'habitant) plutôt qu'un...ur votre séjour ? (Plusieurs réponses possibles)

58 réponses



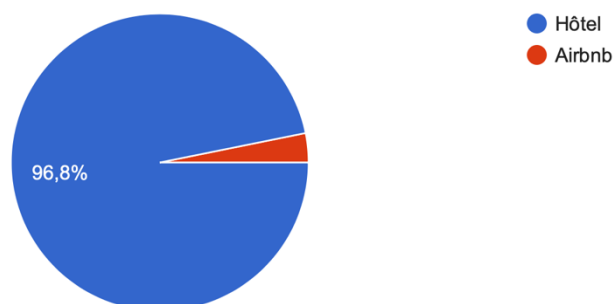
Quels services des hôtels utilisez-vous fréquemment lors de vos séjours ? (Plusieurs réponses possibles)

63 réponses



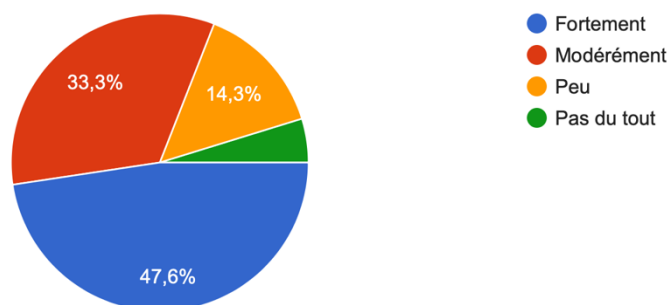
Selon vous, quelle option offre une meilleure expérience en termes de services de luxe et commodités ?

63 réponses



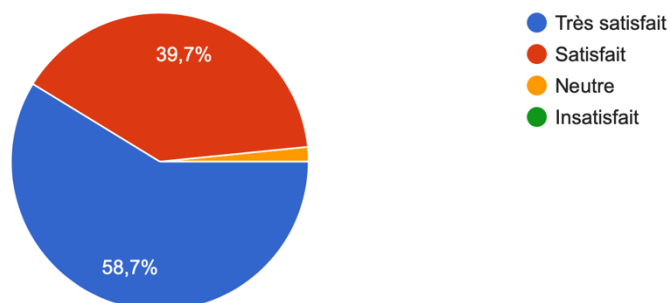
Les commodités telles que piscine, spa, et salle de sport influencent-elles votre choix entre un hôtel traditionnel et un Airbnb ?

63 réponses



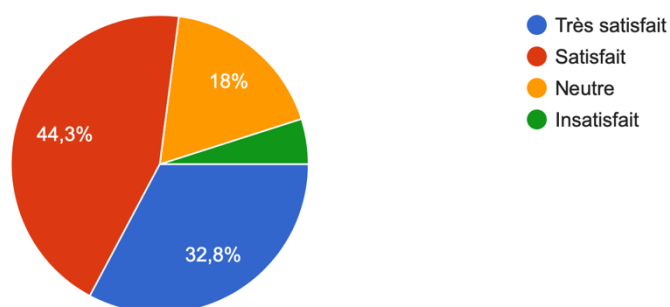
Étiez-vous satisfait de votre dernier séjour dans un hôtel traditionnel ?

63 réponses



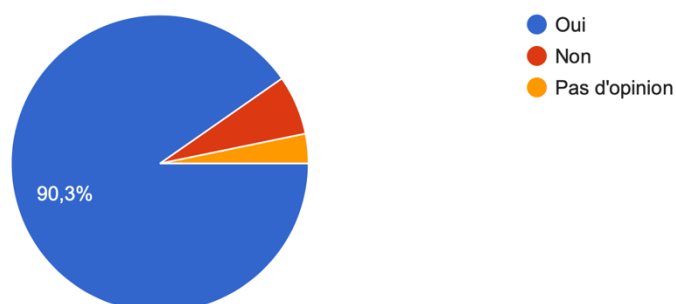
Étiez-vous satisfait de votre dernier séjour dans un appartement en location ?

61 réponses



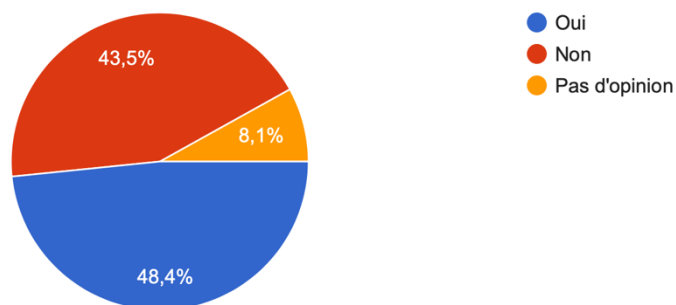
Pensez-vous que la digitalisation a amélioré votre expérience de réservation et de séjour dans des hôtels traditionnels ?

62 réponses



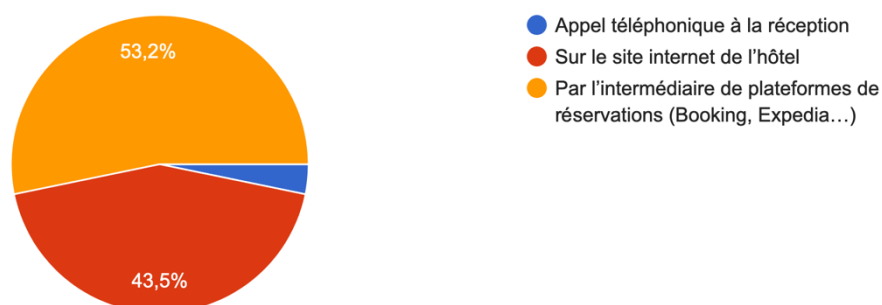
Certains logements sont plus "instagramables" que d'autres (lieu insolite, une jolie vue, jolie piscine, décoration trendy...). Est-ce un critère qui peut infl...lors de la réservation d'un logement de vacances ?

62 réponses



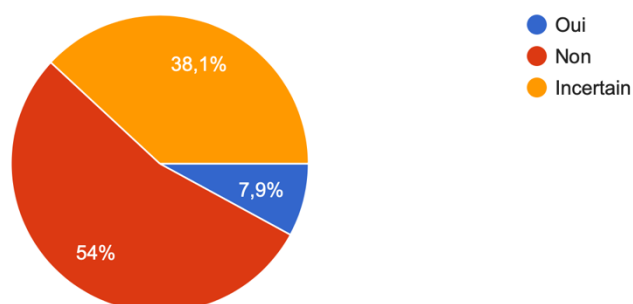
Comment réalisez-vous la réservation de votre hébergement ?

62 réponses



Envisagez-vous d'augmenter votre utilisation d'Airbnb dans le futur ?

63 réponses



Interviews

Interview de Cécile et Olivier Morin

Interviewer : Bonjour Cécile et Olivier. Merci de prendre le temps de répondre à mes questions pour mon mémoire. Pouvez-vous d'abord nous parler un peu de votre parcours et de comment vous en êtes venus à louer des appartements sur Airbnb ?

Cécile Morin : Bonjour. En fait, l'idée nous est venue parce que nous avons une grande maison avec une partie que nous n'utilisons pas nous-mêmes. À l'origine, ces espaces étaient destinés à nos parents, mais ils ne venaient pas si souvent. Pour éviter que ces appartements restent vides et pour générer un revenu complémentaire, nous avons décidé de les mettre en location saisonnière.

Olivier Morin : Oui, louer à l'année aurait été trop contraignant. Avec la location saisonnière, nous accueillons des gens qui restent quelques jours seulement, ce qui est plus gérable pour nous.

Interviewer : Combien d'appartements avez-vous et depuis combien de temps les louez-vous ?

Cécile Morin : Nous avons deux appartements, chacun pouvant accueillir jusqu'à quatre personnes. Nous les louons depuis quelques années maintenant.

Interviewer : Quelle est la durée minimale et maximale de location ?

Cécile Morin : Cela dépend de la saison et de notre disponibilité. Parfois, nous acceptons des séjours d'une seule nuit, surtout parce que nous sommes situés dans une zone de transit. Cependant, cela demande plus de travail de gestion, donc nous essayons de trouver un équilibre. En été, nous fixons généralement un minimum de trois nuits pour avoir un peu plus d'autonomie.

Interviewer : Quels sont selon vous les principaux avantages pour un touriste de louer vos appartements par rapport à un hôtel traditionnel ?

Cécile Morin : L'avantage principal est l'espace. Pour le même prix qu'une chambre d'hôtel de 9m², nos invités ont un appartement entier, avec une cuisine et un extérieur. Cela leur permet de cuisiner, ce qui est plus économique que de devoir manger au restaurant à chaque repas. C'est un cadre plus chaleureux et convivial, presque comme à la maison.

Interviewer : Utilisez-vous uniquement Airbnb pour vos locations ou êtes-vous également sur d'autres plateformes ?

Cécile Morin : Au début, nous étions uniquement sur Airbnb, mais nous avons ensuite ajouté Booking.com. Sur Booking, les réservations sont instantanées, ce que beaucoup de gens préfèrent. Maintenant, nous sommes principalement sur Booking car cela nous permet de remplir plus facilement nos appartements.

Interviewer : Avez-vous rencontré des difficultés à synchroniser les calendriers entre les différentes plateformes ?

Cécile Morin : Oui, c'était compliqué de maintenir les calendriers à jour sur les deux plateformes. Il nous est arrivé de recevoir des réservations en double, ce qui a conduit à des annulations. Finalement, nous avons décidé de nous concentrer sur une seule plateforme.

Interviewer : Quels services supplémentaires proposiez-vous lorsque vous utilisiez Airbnb ?

Cécile Morin : Nous proposons le petit-déjeuner au début, mais cela demandait beaucoup de travail supplémentaire. Nous avons arrêté ce service pour simplifier la gestion. Maintenant, nous proposons parfois des petites attentions comme un panier de courses pour les randonneurs ou des conseils pour les restaurants locaux.

Interviewer : Avez-vous observé des tendances spécifiques dans votre clientèle ?

Olivier Morin : Nous recevons beaucoup de seniors et de familles en transit. Les seniors apprécient la tranquillité et les commodités de nos appartements. Nous avons aussi des professionnels qui préfèrent louer un appartement plutôt que de séjourner à l'hôtel car cela leur permet de partager les coûts et de se sentir plus chez eux.

Interviewer : Selon vous, quelles sont les principales différences entre Airbnb et l'hôtellerie traditionnelle ?

Olivier Morin : La principale différence est le temps et l'effort que cela demande. Gérer des locations Airbnb nécessite beaucoup de travail, de la gestion des réservations à l'accueil des invités et à l'entretien des appartements. À un certain point, cela peut devenir aussi exigeant qu'un hôtel. De plus,

il y a moins de réglementations et de contrôles comparés à l'hôtellerie traditionnelle, ce qui pose des questions de concurrence loyale.

Interviewer : Avez-vous des exemples de clients qui ont des attentes irréalistes, comme vouloir les services d'un hôtel tout en payant moins cher ?

Cécile Morin : Oui, cela arrive. Parfois, les clients s'attendent à des services hôteliers, comme un petit-déjeuner à une heure précise, ce qui n'est pas toujours possible. Nous essayons de clarifier les attentes à l'avance pour éviter ce genre de situation.

Interviewer : Merci beaucoup pour votre temps et vos réponses détaillées. Cela m'aide beaucoup pour mon mémoire.

Cécile et Olivier Morin : Avec plaisir. Bon courage pour votre mémoire !

Interview de Rémi Pol

Interviewer : Bonjour Rémi, c'est Mathys. Merci de prendre le temps de répondre à mes questions pour mon mémoire.

Rémi Pol : Bonjour Mathys, pas de souci, avec plaisir.

Interviewer : Pour commencer, pourriez-vous me parler de votre parcours professionnel dans l'hôtellerie ?

Rémi Pol : Bien sûr. J'ai un parcours assez classique pour les gens qui travaillent dans l'hôtellerie. J'ai commencé par une formation de cuisinier avec un BEP cuisine, puis j'ai continué mes études avec un bac, un BTS, et une licence en hôtellerie. J'ai fait un stage chez Sofitel à Paris dans le revenue management, qui consiste à fixer les prix en fonction de la demande et de la période. Ensuite, j'ai travaillé à l'étranger, en Australie et en Amérique du Sud, dans divers postes de réception.

Interviewer : C'est très intéressant. Et aujourd'hui, quelle est votre situation professionnelle ?

Rémi Pol : Actuellement, je suis associé avec le propriétaire d'un groupe hôtelier. Nous possédons des hôtels à Aix-en-Provence, Aubagne et nous sommes en train d'acquérir un hôtel à Avignon. À Aix, nous avons un hôtel Ibis de 124 chambres, à Aubagne, un Best Western de 4 étoiles principalement orienté

vers une clientèle d'affaires, et à Avignon, nous créons un boutique hôtel avec une forte personnalité, positionné sur le haut de gamme.

Interviewer : Comment voyez-vous l'impact de plateformes comme Airbnb sur l'hôtellerie traditionnelle ?

Rémi Pol : L'impact est significatif. Airbnb et d'autres plateformes de l'économie collaborative ont obligé les hôteliers traditionnels à se réinventer et à proposer des expériences plus personnalisées. Ces dernières années, on a vu une forte évolution vers ce qu'on appelle l'hôtellerie "lifestyle", où l'expérience client est au cœur de l'offre. Cela inclut des concepts plus innovants, des services plus flexibles et une meilleure adaptation aux attentes des clients.

Interviewer : Avez-vous constaté des changements concrets dans votre propre gestion d'hôtels en réponse à cette concurrence ?

Rémi Pol : Oui, absolument. Par exemple, chez Ibis, nous avons retravaillé l'offre de restauration pour qu'elle soit plus attrayante. Nous avons aussi développé des espaces conviviaux où les clients peuvent se détendre, ce qui ressemble davantage à l'ambiance qu'on pourrait trouver chez un particulier sur Airbnb. À Avignon, nous allons créer un espace de vie commun avec une machine à café et un frigo, pour que les clients se sentent comme à la maison.

Interviewer : Quels sont les avantages que vous trouvez à gérer des hôtels par rapport à la location via des plateformes comme Airbnb ?

Rémi Pol : L'avantage principal est le service. Dans un hôtel, les clients peuvent s'attendre à un certain niveau de service, de propreté et de sécurité qui n'est pas toujours garanti avec Airbnb. De plus, l'hôtellerie traditionnelle a l'avantage de pouvoir offrir une expérience client plus structurée et des services complémentaires comme la restauration, les spas, et autres commodités.

Interviewer : Est-ce que vous utilisez des plateformes comme Airbnb pour vos hôtels ?

Rémi Pol : Oui, nous envisageons d'utiliser Airbnb pour certains de nos appartements adjacents à l'hôtel d'Avignon. Cela nous permet de diversifier notre offre tout en maintenant les normes de sécurité et de qualité de l'hôtel.

Interviewer : Pensez-vous que l'arrivée de l'économie collaborative a été bénéfique pour le secteur hôtelier traditionnel ?

Rémi Pol : Oui, d'une certaine manière. Cela a poussé les hôteliers à innover et à améliorer leur offre. Les clients sont plus exigeants et mieux informés grâce aux plateformes de notation comme Airbnb, Booking et TripAdvisor. Cela nous a obligés à être plus attentifs aux retours des clients et à constamment chercher des moyens d'améliorer nos services.

Interviewer : Merci beaucoup pour cet échange riche en informations, Rémi. Cela m'aide énormément pour mon mémoire.

Rémi Pol : Avec plaisir, Mathys. N'hésite pas si tu as besoin d'autres informations ou contacts supplémentaires. Bonne chance pour ton mémoire.

Interviewer : Merci beaucoup. Bonne journée !

Rémi Pol : Bonne journée, au revoir.

Interview de Mahé Baraton

Interviewer : Allo ? Bonjour, c'est Mathys.

Mahé Baraton : Bonjour Mathys, comment allez-vous ?

Interviewer : Très bien, merci. Désolée pour l'heure tardive.

Mahé Baraton : Pas de souci, c'est le travail.

Interviewer : Merci d'avoir accepté de répondre à mes questions. Je suis certaine que vos réponses seront très précieuses pour mon mémoire.

Mahé Baraton : Avec plaisir. Quelles sont vos questions ?

Interviewer : Est-ce que vous m'autorisez à enregistrer notre conversation pour une meilleure retranscription ?

Mahé Baraton : Bien sûr, pas de problème.

Interviewer : Super. Mon sujet porte sur l'impact de l'économie collaborative sur l'hôtellerie traditionnelle, notamment l'impact d'Airbnb. Pourriez-vous commencer par vous présenter et décrire votre activité ?

Mahé Baraton : Bien sûr. J'ai commencé en 2012 un peu par hasard. Mon mari, Nicolas, qui est agent immobilier, avait des clients avec des appartements vides qu'ils souhaitaient louer. Comme je parle bien anglais, il m'a suggéré de me lancer dans la location courte durée, qui était très précurseur à l'époque. J'ai été l'une des premières à m'inscrire sur Airbnb dans la région.

Interviewer : Très intéressant. Et comment a évolué votre activité au fil des années ?

Mahé Baraton : Au début, c'était principalement saisonnier, de printemps à octobre avec quelques réservations à Noël. Mais deux ans avant la pandémie de Covid-19, j'ai commencé à accueillir plus de professionnels venant pour des formations et des missions de travail. Après le Covid, j'ai vu un changement notable avec des étudiants en distanciel venant pour leurs cours une semaine par mois, ce qui remplit mes appartements tout au long de l'année.

Interviewer : Combien de logements gérez-vous actuellement ?

Mahé Baraton : Je gère 35 logements. Cela inclut des studios, des T2, des appartements avec deux chambres et deux maisons.

Interviewer : Utilisez-vous uniquement Airbnb pour vos locations ?

Mahé Baraton : Principalement oui, car Airbnb offre plus de sécurité pour les propriétaires. J'ai eu quelques mauvaises expériences avec Booking, où il y a moins de vérifications. Je travaille également un peu avec VRBO, mais Airbnb suffit largement pour remplir mes logements.

Interviewer : Offrez-vous des services additionnels comme le petit-déjeuner ou des activités ?

Mahé Baraton : Non, mes services sont limités. Les lits sont faits, des produits de courtoisie sont fournis, et les clients peuvent cuisiner. Je réserve des taxis ou des restaurants si besoin et propose un service de ménage pour les séjours plus longs, mais je n'offre pas de services hôteliers complets.

Interviewer : Avez-vous remarqué une différence dans les attentes des clients au fil du temps ?

Mahé Baraton : Oui, les clients attendent désormais un niveau de propreté et de service proche de celui des hôtels, mais sans en payer le prix. Cela a professionnalisé Airbnb et augmenté les attentes des clients.

Interviewer : Quel est le profil typique de vos clients ?

Mahé Baraton : 80% de mes clients sont anglophones, principalement américains et australiens. Les autres 20% sont des Français, souvent des professionnels ou des étudiants en alternance venant pour des cours. J'ai aussi des retraités qui séjournent plus longtemps hors saison touristique.

Interviewer : Quels sont les principaux défis que vous rencontrez dans votre activité ?

Mahé Baraton : Les défis incluent la gestion des clés, les problèmes de maintenance comme les fuites ou les serrures cassées, et les attentes élevées des clients. J'ai un réseau d'artisans fiables pour résoudre rapidement ces problèmes.

Interviewer : Comment gérez-vous les commentaires et les avis des clients ?

Mahé Baraton : Les commentaires sont cruciaux. Je m'efforce de maintenir une excellente qualité de service pour obtenir de bons avis. Les critiques les plus fréquentes concernent souvent des aspects comme l'absence de parking ou l'accès difficile dans le centre-ville d'Aix. Je prends ces retours au sérieux et essaie d'améliorer constamment mes offres.

Interviewer : Avez-vous des conseils pour les propriétaires qui souhaiteraient se lancer dans la location courte durée ?

Mahé Baraton : Oui, il est important d'offrir un logement propre, bien entretenu et de rester réactif aux besoins des clients. Avoir un réseau d'artisans fiables est également crucial pour résoudre rapidement les problèmes qui peuvent survenir.

Interviewer : Merci beaucoup pour cet échange riche en informations, Mahé. Cela m'aide énormément pour mon mémoire.

Mahé Baraton : Avec plaisir, Mathys. N'hésitez pas si vous avez besoin d'autres informations ou contacts supplémentaires. Bonne chance pour votre mémoire.

Interviewer : Merci beaucoup. Bonne journée !

Mahé Baraton : Bonne journée, au revoir.

Interview avec Sophie, passionnée de voyage

Interviewer : Bonjour Sophie, merci de prendre le temps de discuter avec moi aujourd'hui. Pourriez-vous commencer par vous présenter et partager avec nous votre passion pour les voyages ?

Sophie Dubois : Bonjour, merci de m'avoir invitée. J'ai 40 ans et je travaille dans le marketing numérique. Je suis une passionnée de voyages depuis toujours. J'ai eu la chance de visiter de nombreux pays à travers le monde et j'adore découvrir de nouvelles cultures, cuisines et paysages. Voyager est vraiment une partie intégrante de ma vie.

Interviewer : C'est fantastique. Pouvez-vous nous dire comment vous choisissez généralement vos logements lorsque vous voyagez ?

Sophie Dubois : Bien sûr. Pour moi, le choix du logement dépend de plusieurs facteurs, mais en général, j'essaie de trouver un équilibre entre confort, commodités et expérience locale. Pour les séjours courts, je privilégie souvent les hôtels car ils offrent un niveau de service et de commodités difficile à égaler. J'aime particulièrement les hôtels qui sont au goût du jour, avec une décoration stylée et des services supplémentaires comme un excellent petit-déjeuner, une piscine, et même un spa.

Interviewer : Quels sont les aspects d'un hôtel qui vous attirent le plus ?

Sophie Dubois : Le service client est vraiment essentiel pour moi. Rien ne peut égaler l'expérience de se sentir bien accueillie et prise en charge dès son arrivée. Un hôtel trendy avec une déco stylée et des services complets améliore vraiment mon séjour. J'aime aussi les hôtels qui offrent des extras comme des cours de yoga ou des visites guidées, ce sont des petits plus qui font toute la différence.

Interviewer : Utilisez-vous parfois des plateformes comme Airbnb pour vos séjours ?

Sophie Dubois : Oui, j'utilise Airbnb, surtout pour des séjours plus longs. Cela me permet d'avoir plus d'espace et de me sentir un peu plus "chez moi". Le cadre est très important, et je cherche des logements bien situés et agréables à vivre. Cependant, le service est souvent trop informel à mon goût.

L'un des charmes initiaux d'Airbnb était la possibilité de rencontrer les hôtes et de bénéficier de leurs conseils locaux, mais cela a tendance à se perdre avec la professionnalisation de la plateforme.

Interviewer : Comment comparez-vous l'expérience de séjourner dans un hôtel par rapport à un Airbnb ?

Sophie Dubois : Les deux expériences sont différentes et ont leurs avantages. Les hôtels offrent une expérience plus raffinée et soignée avec un service de haute qualité. Les petits-déjeuners gourmands, le service de ménage quotidien, et les installations comme la piscine sont des atouts majeurs. En revanche, les Airbnb sont souvent plus économiques pour des séjours prolongés et permettent plus de liberté et d'autonomie. Cependant, le service y est moins personnel et peut parfois manquer de cette touche chaleureuse qu'on retrouve dans les meilleurs hôtels.

Interviewer : En conclusion, quel type de logements préférez-vous pour vos voyages ?

Sophie Dubois : Pour des séjours courts et des vacances où je veux me détendre et me sentir choyée, je préfère définitivement les hôtels. Mais ils doivent être modernes, avec une belle déco et offrir des services de qualité. Pour des séjours plus longs ou lorsque je voyage avec ma famille, Airbnb est une bonne option pour l'espace et la flexibilité. Cependant, rien ne peut vraiment égaler le service client et les commodités d'un hôtel bien géré et stylé.

Interviewer : Merci beaucoup, Sophie, pour ce partage détaillé. Vos insights sont précieux et enrichissants.

Sophie Dubois : Merci à vous. C'était un plaisir de partager mon expérience. Bon voyage à tous !

Entretien avec Éric Cenreud, Directeur de l'Hôtel Concortel

Interviewer : Bonjour Éric, merci beaucoup de prendre le temps de discuter avec moi aujourd'hui.

Éric Cenreud : Bonjour, c'est un plaisir. Comment allez-vous ?

Interviewer : Je vais bien, merci. Je suis actuellement en stage à Paris et je travaille sur mon mémoire qui porte sur l'impact de l'économie collaborative sur l'hôtellerie traditionnelle. Je suis en école de commerce, et bien que ce ne soit pas mon secteur d'étude principal, l'hôtellerie m'intéresse beaucoup. J'aimerais donc connaître votre perspective sur ce sujet.

Éric Cenreud : Bien sûr, avec plaisir. Quel est exactement votre sujet de mémoire ?

Interviewer : Mon sujet porte sur la façon dont l'émergence de l'économie collaborative, comme Airbnb et la location d'appartements, a bouleversé l'hôtellerie traditionnelle. Je cherche à savoir si ces nouveaux acteurs représentent une véritable concurrence ou s'ils peuvent être considérés comme complémentaires. Mon intuition est que l'expérience client offerte par les hôtels traditionnels ne peut être remplacée. J'aimerais donc connaître votre opinion et votre expérience sur ce sujet.

Éric Cenreud : C'est un sujet très pertinent. Dans notre cas, nous avons constaté plusieurs impacts. Les plateformes de réservation en ligne, comme Booking et Expedia, ont changé la donne il y a environ 20 ans. Ces plateformes ont leur propre clientèle fidélisée grâce à des offres et des pourcentages de remise. Elles sont devenues incontournables pour les hôtels, mais elles présentent aussi des inconvénients.

Interviewer : Quels sont ces inconvénients ?

Éric Cenreud : Le principal inconvénient est que la clientèle que nous obtenons via ces plateformes ne nous appartient pas directement. De plus, les commissions prélevées par ces plateformes sont très élevées, autour de 17 % en moyenne, ce qui impacte notre rentabilité. Autrefois, les agences de voyage prenaient environ 8 à 10 % de commission, mais aujourd'hui, avec les OTA (Online Travel Agencies), les coûts sont beaucoup plus élevés.

Interviewer : Je vois. Et qu'en est-il de l'impact d'Airbnb sur votre activité ?

Éric Cenreud : Airbnb a eu un impact significatif, surtout sur les séjours de longue durée. Avant, nous avions beaucoup de familles qui restaient à l'hôtel pour des périodes de deux à trois semaines pendant les mois de mai, juin et juillet. Aujourd'hui, ces clients préfèrent souvent louer des appartements via Airbnb pour des séjours prolongés. Cela a réduit notre clientèle familiale de longue durée.

Interviewer : Quelle est la clientèle principale de votre hôtel maintenant ?

Éric Cenreud : Aujourd'hui, notre clientèle est principalement composée d'hommes d'affaires, qui représentent environ 80 % de nos clients. Les 20 % restants sont des hommes d'affaires qui viennent passer des week-ends en famille. Les OTA nous permettent de toucher une clientèle que nous n'aurions peut-être pas atteinte autrement, mais cela a aussi ses limites.

Interviewer : Pouvez-vous me parler un peu de l'histoire de l'hôtel et de votre parcours ?

Éric Cenreud : Bien sûr. L'hôtel Concorde est une affaire familiale depuis cinq générations. Mes arrière-grands-parents étaient déjà dans l'hôtellerie. Ma mère a toujours rêvé d'avoir un hôtel près de la Madeleine, et mes parents ont acheté cet hôtel en 1978. Depuis, nous le gérons en famille. Mon fils Baptiste représente la cinquième génération à travailler dans l'hôtellerie.

Interviewer : C'est fascinant. Et comment avez-vous vu évoluer le secteur de l'hôtellerie depuis que vous avez repris l'hôtel ?

Éric Cenreud : Nous avons vu l'émergence de la digitalisation et de nouvelles plateformes de réservation. Ces plateformes ont bouleversé la manière dont nous opérons. Par exemple, il y a 25 ans, les commissions pour les agences de voyage étaient de 8 à 10 %. Aujourd'hui, elles sont de 17 % voire plus. Cela représente un défi financier significatif.

Interviewer : Quelles stratégies avez-vous mises en place pour fidéliser vos clients et contrer les effets négatifs des OTA et d'Airbnb ?

Éric Cenreud : Nous avons mis en place des tarifs préférentiels pour nos clients réguliers. Par exemple, nous proposons un tarif d'entreprise qui est toujours inférieur au tarif proposé sur les plateformes comme Booking. De cette façon, nos clients fidèles savent qu'ils obtiennent le meilleur prix en réservant directement avec nous. Nous avons également travaillé à offrir un excellent service client, ce qui est un aspect que les locations Airbnb ne peuvent pas facilement concurrencer.

Interviewer : Pouvez-vous donner un exemple de ce service client qui vous distingue ?

Éric Cenreud : Bien sûr. Prenez l'exemple d'un client qui arrive à Paris tôt le matin. Un Airbnb ne lui permettra probablement pas de s'enregistrer avant l'après-midi, et il devra donc trouver une solution pour ses bagages. Nous, en revanche, offrons un service de consigne de bagages, permettant à nos clients de commencer leur journée sans souci. De plus, nous assistons nos clients pour réserver des restaurants, des taxis, et leur donnons des conseils personnalisés, ce qui améliore leur expérience globale.

Interviewer : C'est très intéressant. Comment voyez-vous l'avenir de l'hôtellerie traditionnelle face à ces défis ?

Éric Cenreud : Je pense que l'hôtellerie traditionnelle a toujours un avenir, surtout en mettant l'accent sur l'expérience client. Les normes de sécurité et les services personnalisés que nous offrons ne peuvent pas être facilement égalés par des locations de courte durée comme Airbnb. Cependant, il est crucial que nous continuions à nous adapter et à innover pour rester compétitifs. Par exemple, nous envisageons d'offrir plus de services personnalisés et de renforcer notre présence en ligne pour attirer une clientèle plus large.

Interviewer : Merci beaucoup, Éric, pour cette discussion enrichissante. Votre perspective et vos stratégies sont extrêmement précieuses pour mon mémoire.

Éric Cenreud : Merci à vous. Je suis heureux d'avoir pu partager notre expérience et j'espère que cela vous aidera dans votre mémoire.