



AULAB
CONCEPTEUR D'AVENIRS

L'

BSERVATOIRE

DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

FÉVRIER 2014

NUMÉRO

12

Les meublés et chambres d'hôtes sur le SCoT de l'Artois



L'offre en hébergements d'un territoire participe à son attractivité touristique. Quels types de meublés et de chambres d'hôtes trouve-t-on sur le territoire? Quelle clientèle les fréquente et quelles sont ses principales motivations? Quel bilan de leur activité 2012 peut-on faire? Quelles perspectives de développement peut-on identifier?

Une enquête réalisée en août 2013 auprès des propriétaires de meublés et de chambres d'hôtes nous donne leurs réponses à ces questions.

◦ REPÈRES

- 30 établissements de chambres d'hôtes et 32 meublés sur le territoire, dont 50% ont répondu à l'enquête.
- 3/4 des hébergements ont été ouverts après 2005.
- 50% des propriétaires sont retraités.
- Des propriétaires motivés par le contact.
- Une clientèle étrangère représentant 15% des nuitées.
- Une clientèle venue pour motif professionnel représentant 20% des nuitées.



◦ POURQUOI UN ZOOM SUR LES CHAMBRES D'HÔTES ET LES MEUBLÉS?

Suite à la lettre d'observatoire du développement économique n°10 "Le tourisme sur le SCoT de l'Artois", il a été décidé d'approfondir l'analyse portant sur les chambres d'hôtes et les meublés du territoire.

En effet, l'observation en matière d'hôtellerie et d'hôtellerie de plein air (campings) est déjà bien développée grâce aux enquêtes et études menées par l'INSEE, le Comité Régional du Tourisme (CRT) ou la Chambre de commerce. En revanche, l'offre et l'activité des chambres d'hôtes et des meublés sont peu suivies, excepté par les labels ou marques "qualité". L'Agence d'Urbanisme de l'Arrondissement de Béthune, en partenariat avec les offices de tourisme du territoire, le CRT et Pas-de-Calais Tourisme a donc réalisé une enquête auprès des propriétaires pour disposer de données qualitatives et quantitatives sur ce type d'hébergement.

Contexte et Méthodologie

○ RAPPEL DE L'OFFRE EN CHAMBRES D'HÔTES ET EN MEUBLÉS DU TERRITOIRE

Sur le territoire du SCoT de l'Artois, **30 établissements de chambres d'hôtes et 32 meublés de tourisme sont dénombrés**. Ils représentent une capacité de 429 lits, soit **20%** de l'offre en hébergement marchand.

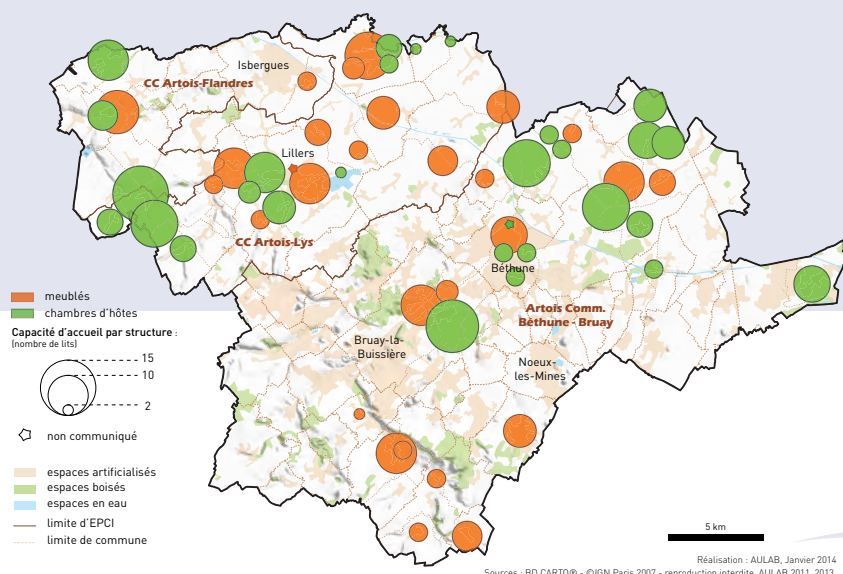
Tous les meublés et **87%** des chambres d'hôtes sont de moyenne gamme, ce qui

se traduit par un classement en 2 ou 3 clés / épis. Il y a 2 chambres d'hôtes, plus haut de gamme, classées 4 clés ou épis. Il n'y a pas d'offre d'entrée de gamme (1 clé/1 épi), ni de très haut standing (5 clés/5 épis).

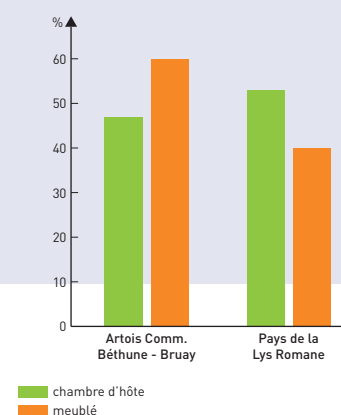
Le tarif moyen affiché d'une nuit en chambre d'hôtes pour deux personnes est de 55 euros.

L'offre se concentre au nord du territoire, en milieu rural, sur le territoire du Pays de la Lys Romane et dans le Bas-Pays. Au sud de Béthune, il y a peu d'offre, notamment dans l'ancien bassin minier.

• L'OFFRE EN MEUBLÉS ET CHAMBRES D'HÔTES SUR LE SCoT DE L'ARTOIS SELON LEURS CAPACITÉS EN 2013



• RÉPARTITION DES PROPRIÉTAIRES AYANT RÉPONDU



Réalisation : AULAB 2014.
Source : enquête AULAB 2013.

○ MÉTHODE D'ENQUÊTE ET D'ANALYSE

• UN TAUX DE RÉPONSE DE 50%

L'enquête a été menée en août 2013 auprès de 15 propriétaires de chambres d'hôtes et de 17 propriétaires de meublés, soit un **taux de réponse de 50%** par rapport à l'ensemble de l'offre.

• DES DONNÉES DÉCLARATIVES

Cette enquête a été réalisée en entretien individuel à partir d'un questionnaire. Les données sont donc **déclaratives**.

Les propriétaires enquêtés ont parfois éprouvé des difficultés pour répondre aux questions quantitatives, portant, par exemple, sur le nombre de clients, le chiffre d'affaires, soit par manque de données, soit par souci de confidentialité. Ainsi, seule la moitié des propriétaires de chambres d'hôtes interrogés ont pu indiquer leur nombre de clients. Les propriétaires de meublés ont davantage répondu avec 80% de questionnaires complétés en totalité.

• UN TRAITEMENT SPÉCIFIQUE DES QUESTIONS À CHOIX MULTIPLE

Le questionnaire d'enquête comporte des questions ouvertes et des questions fermées. Parmi ces dernières, plusieurs **questions étaient à choix multiple avec classement hiérarchique** (ex : choisissez, parmi-celles-ci et par ordre d'importance, les 3 motivations qui vous ont conduit à ouvrir une chambre d'hôtes). Pour ce type de questions, l'analyse a consisté à attribuer des points aux réponses : 3 points pour la réponse citée en premier, 2 points pour celle citée en deuxième et 1 point pour celle citée en troisième. Le graphique de présentation des résultats reprend par réponse le total de points attribués.

Pour les **questions ouvertes**, l'analyse a porté sur le nombre de fois où une réponse a été citée avec dans certains cas des regroupements de synonymes. Pour une question, la représentation a été faite sous forme de nuage de mots avec une taille de police proportionnelle au nombre d'occurrences des réponses.

LEXIQUE

• **Meublé de tourisme** : villa, appartement ou studio meublé, offert en location pour une clientèle de passage qui n'y élit pas domicile [Code du Tourisme].

• **Gîte rural** : meublé de tourisme dans un environnement rural.

• **Chambre d'hôtes** : chambre meublée située chez l'habitant destinée à l'accueil de touristes, à titre onéreux, pour une ou plusieurs nuitées, assorties de prestations (comprenant au moins la fourniture du petit déjeuner, du linge de maison et un accueil par l'habitant). Le nombre de chambres proposées à la location dans la même habitation est limité à cinq chambres et à quinze personnes.

• **Labels "qualité"** : garantissent des normes de confort précises et classent les hébergements en 1 à 5 clés pour le label « Clévacances » et en 1 à 5 épis pour le label « Gîtes de France ». Ce classement est fonction de la qualité architecturale du lieu, de son environnement, du degré de confort, de la décoration et des services proposés.

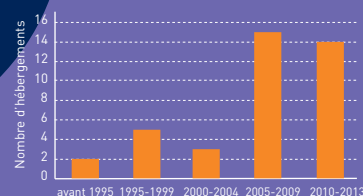
Caractéristiques des hébergements interrogés

DES OUVERTURES CES DERNIÈRES ANNÉES

3/4 des hébergements enquêtés ont été ouverts il y a moins de 8 ans, c'est-à-dire entre 2005 et 2013. La majorité des

propriétaires enquêtés ont donc débuté leur activité d'hébergement relativement récemment.

• NOMBRE D'HÉBERGEMENTS PAR ANNÉE D'OUVERTURE



Réalisation : AULAB - Janvier 2014
Source : enquête AULAB, question à choix multiples

DES FERMES OU DES MAISONS AMÉNAGÉES

Un cadre de qualité est généralement attendu de ce type d'hébergement. Les établissements interrogés sont situés dans :

- des **fermes** pour 56% des chambres d'hôtes et 40% des meublés de tourisme,
- des **maisons classiques** pour 25% des chambres d'hôtes et 50% des meublés,
- des **maisons de maître** pour 20% des chambres d'hôtes (3 établissements),

- un **cadre insolite** pour un meublé (une roulotte).

Les bâtiments sont souvent anciens et ont fait l'objet de rénovations. 25% des hébergements sont dans des bâtiments datant d'avant 1900 et 50% dans des bâtiments de 1900 à 1945.

Excepté à l'ouverture, les propriétaires déclarent ne pas faire de travaux très régulièrement : 60% n'en font jamais ou peu souvent.



UNE OFFRE LABELLISÉE POUR ÊTRE RECONNUE

90% des établissements interrogés sont classés dans les réseaux Gîtes de France ou Clévacances. 4 hébergements interrogés ne le sont pas, soit parce qu'ils ne sont pas éligibles (1 hébergement), soit parce qu'ils n'y voient pas d'intérêt (2 hébergements), soit parce qu'ils n'ont pas encore fait la démarche (1 hébergement).

Les trois principaux motifs de demande d'un label sont, dans l'ordre, l'appartenance à un réseau reconnu, la possibilité de pouvoir se situer dans l'offre et la reconnaissance qu'apporte le label.

3/4 des hébergements ne sont pas adaptés aux personnes en situation

d'handicap moteur. 4 hébergements disposent du label "tourisme et handicap". 5 autres hébergements sont considérés par leurs propriétaires comme en partie adaptés aux personnes en situation d'handicap moteur, en ayant une chambre de plein pied par exemple.

Tous les propriétaires d'hébergement déclarent réaliser des **gestes en faveur de l'environnement**. Ils sont ainsi :

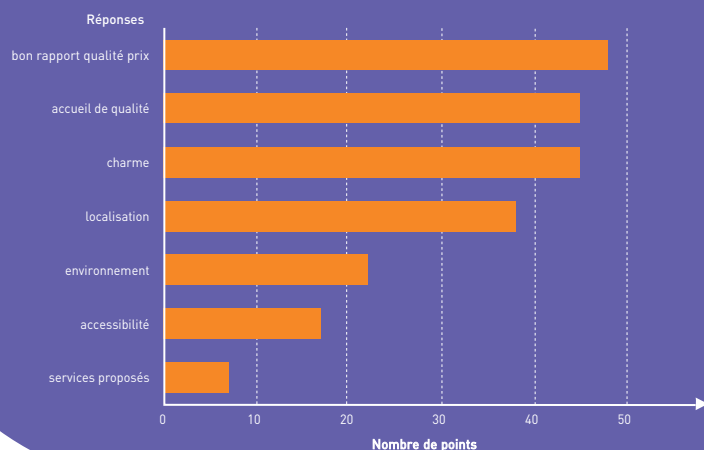
- 100% à déclarer diminuer leurs consommations d'énergie,
- 97% à avoir mis en place le tri sélectif,
- 87% à consommer des produits locaux,

- 84% à favoriser la biodiversité au jardin et 81% à ne pas y utiliser de pesticides,
- 81% à réduire leur consommation d'eau,
- 50% à utiliser des produits ménagers certifiés écologiques,
- 47% à sensibiliser leurs hôtes,
- 30% à utiliser des peintures et vernis labellisés écologiques.

Ces déclarations montrent donc un **fort intérêt**. Cependant, seuls 12 propriétaires connaissent des labels écologiques comme la clef verte ou l'écolabel européen, et parmi eux, 8 ont le projet de se labelliser.

PRIX, ACCUEIL ET CHARME COMME ATOUTS DES HÉBERGEMENTS

• PERCEPTION PAR LES PROPRIÉTAIRES DES ATOUTS DE LEUR HÉBERGEMENT



Réalisation : AULAB - Janvier 2014
Source : enquête AULAB, question à choix multiples

Les trois principaux atouts de leurs hébergements sont, selon les propriétaires, un bon rapport qualité - prix, un accueil de qualité et le charme.

En effet, ce sont principalement sur ces critères qu'ils se distinguent du reste de l'offre en hébergement marchand, comme les hôtels.

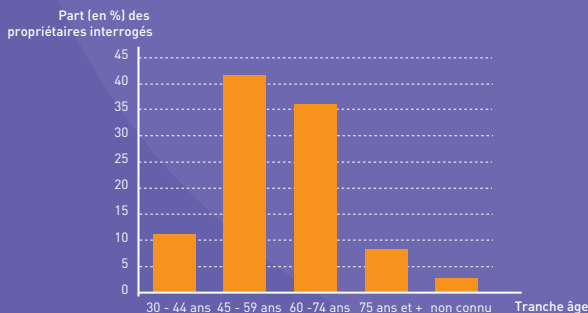
La localisation de leur hébergement dans un environnement de qualité est également soulignée comme un atout.

En revanche, les services proposés (piscine, location de linge, mise à disposition de vélos, repas...) sont moins perçus comme des atouts.

Caractéristiques des propriétaires

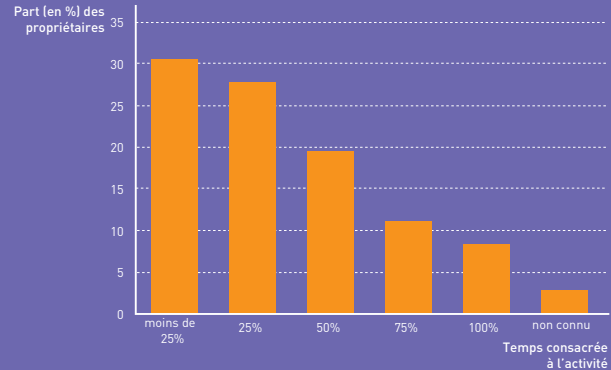
DES PROPRIÉTAIRES MAJORITAIREMENT RETRAITÉS OU AYANT UNE AUTRE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

ÂGE DES PROPRIÉTAIRES ENQUÊTÉS



Réalisation : AULAB - Janvier 2014.
Source : enquête AULAB, question à choix multiples.

ESTIMATION DU TEMPS DE TRAVAIL CONSACRÉ À L'ACTIVITÉ



80% des propriétaires de meublés et de chambres d'hôtes ont entre 45 et 74 ans. Cette tranche d'âge correspond à plusieurs facteurs qui favorisent le développement de cette activité : un accès à la propriété, le départ d'enfants du foyer, l'arrêt d'une activité professionnelle, un héritage...

60% des propriétaires y consacrent 1/4

temps ou moins. La gestion de l'hébergement constitue donc une activité complémentaire dans la majorité des cas.

50% des propriétaires d'hébergement sont retraités, 15% sont agriculteurs, 12% sont cadres, 15% sont employés ou de profession intermédiaire et seuls 9% sont sans activité. Ainsi, plusieurs profils de propriétaires se dégagent :

- pour moitié des retraités,
- pour 42% des personnes en fin ou milieu de carrière professionnelle ayant développé une activité complémentaire,
- et pour 9%, des personnes en reconversion professionnelle ou reprise d'activité à travers l'activité d'hébergement.

DES PROPRIÉTAIRES MOTIVÉS PAR LE CONTACT

Aussi bien pour les propriétaires de chambres d'hôtes que pour ceux de meublés, leur principale motivation est le contact qu'ils ont avec leurs hôtes.

Les propriétaires de chambres d'hôtes commencent leur activité car ils aiment recevoir et ils continuent principalement pour le contact. L'hospitalité fait partie de l'activité. Ainsi, ils sont 70% à proposer un pot d'accueil. Cependant, un seul propriétaire prend régulièrement son petit-déjeuner avec ses hôtes et un quart le font parfois.

L'activité d'hébergement est un moyen de pouvoir entretenir leur propriété ou garder un bien immobilier. Cette raison est la deuxième évoquée pour l'ouverture d'une chambre d'hôtes et la troisième pour un meublé.

Les propriétaires de meublés ont

LES TROIS PRINCIPALES MOTIVATIONS DES PROPRIÉTAIRES INTERROGÉS

Propriétaires de chambres d'hôtes :

A l'ouverture	Nb de points
Aimer recevoir	21
Avoir les moyens d'entretenir sa maison	15
Continuer une activité	14

Aujourd'hui	Nb de points
Avoir des contacts	26
Avoir les moyens d'entretenir sa maison	16
Générer un revenu complémentaire	10
Faire découvrir sa région	10

Propriétaires de meublés :

A l'ouverture	Nb de points
Avoir des contacts	33
Générer un revenu complémentaire	30
Avoir les moyens de garder un bien immobilier	20

Aujourd'hui	Nb de points
Avoir des contacts	44
Générer un revenu complémentaire	31
Faire découvrir sa région	26

développé cette activité principalement pour avoir des contacts, mais aussi pour générer un revenu complémentaire.

Faire découvrir leur région est la 3^e motivation des propriétaires d'hébergement pour continuer leur activité.

DES COMPÉTENCES DIFFÉRENTES ET DE FAIBLES ATTENTES EN MATIÈRE DE FORMATION

50% des propriétaires parlent une seule langue étrangère, 25% en parlent deux ou trois et 25% n'en parlent aucune. La grande majorité des propriétaires ne rencontrent pas, pour autant, de difficulté de communication avec leurs clients étrangers : 50% n'ont pas de difficulté, 36% en ont rarement et 12% en ont

fréquemment. On peut supposer que les clients étrangers choisissent préférentiellement des hébergements dont les propriétaires parlent des langues étrangères, ce qui pourrait en partie expliquer cette absence de difficulté.

Moins de **40%** des propriétaires estiment avoir des besoins de formation. Ceux-ci souhaitent suivre des formations en langues (11 personnes) et en pratique de l'internet (5 personnes). Seules 1 ou 2 personnes souhaiteraient se former en jardinage, décoration, gestion administrative, communication ou cuisine.

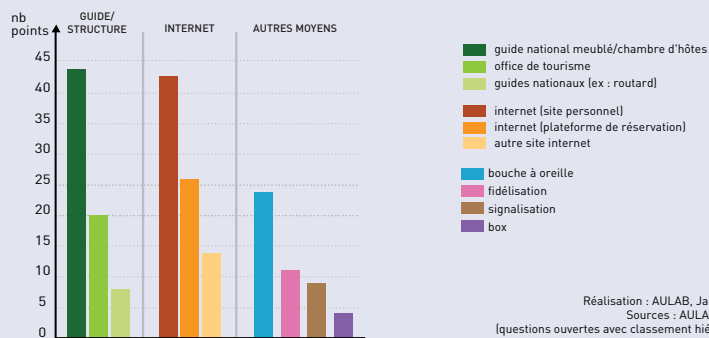
Perception par les propriétaires des caractéristiques de la clientèle

○ 3/4 DE CLIENTS NOUVEAUX, VENUS GRÂCE AUX GUIDES ET AU WEB

En moyenne, **3 clients sur 4** viennent pour la première fois dans l'hébergement. Les 6 établissements ayant le plus fidérisé une clientèle arrivent à un ratio d'1 sur 2.

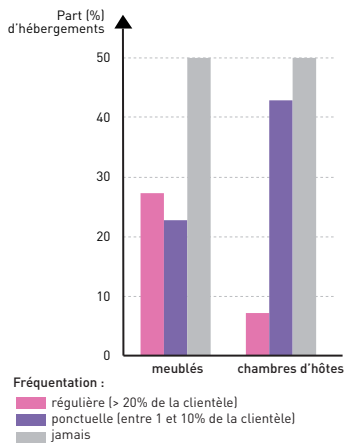
D'après les propriétaires, le principal moyen de connaissance de l'hébergement reste les guides nationaux des labels. Les sites internet, notamment les sites personnels des établissements, sont très utilisés. Outre les plateformes de réservation des labels, les propriétaires utilisent des sites comme leboncoin, cité plusieurs fois. Le bouche à oreille et les offices de tourisme restent de bons moyens de faire connaître leur hébergement.

• MODE DE CONNAISSANCE DE L'HÉBERGEMENT



○ UNE CLIENTÈLE BELGE ET ANGLAISE IMPORTANTE

• PROPORTION D'HÉBERGEMENTS PAR TYPE DE FRÉQUENTATION DE LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE EN 2012



15% des nuitées ont été effectuées en 2012 par des clients étrangers.

Pourtant, la **moitié** des hébergements interrogés **n'a pas hébergé de clientèle étrangère en 2012**.

L'autre moitié de chambres d'hôtes reçoit **ponctuellement** une clientèle étrangère (entre 1 et 10% de la clientèle). 1 seule chambre d'hôtes se distingue en recevant fréquemment des touristes étrangers (35% de sa clientèle).

1/4 des meublés héberge **régulièrement** une clientèle étrangère (entre 20 et 60% de la clientèle) et 1/4 en héberge ponctuellement (entre 1 et 10% de la clientèle).

Pour les **chambres d'hôtes**, les **Belges** sont la clientèle la plus importante (43% des nuitées des clients étrangers), suivis des Anglais (27%), les autres nationalités représentant moins de 10%.

Pour les **meublés**, les **Anglais** forment la clientèle la plus importante (33% des nuitées des clients étrangers), avant les Belges (10%).



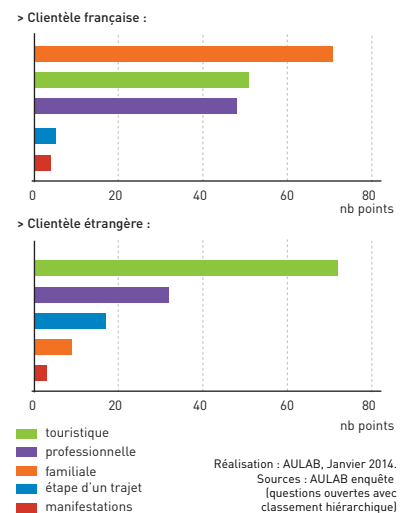
○ DES MOTIVATIONS QUI DIFFÈRENT

La clientèle française fréquentant ce type d'hébergement vient souvent pour un **motif familial** : une fête de famille, une visite à des proches... La seconde motivation est le tourisme de découverte, puis vient le travail. Les autres motivations comme une étape et la participation à une manifestation, sont moins fréquentes.

La clientèle étrangère vient davantage pour du **tourisme de découverte**. Elle vient également fréquemment pour des motifs professionnels, notamment en meublés, ce qui leur permet de disposer d'une cuisine. La troisième motivation citée est un tourisme de passage pour faire une étape. Parmi les formes de tourisme de découverte, le tourisme de mémoire a été souvent cité. De plus, plusieurs propriétaires ont cité la gastronomie, le Louvre-Lens ou le bien-être comme motifs de séjour.

D'après les propriétaires, en moyenne sur tous les hébergements, la part de clientèle visitant des sites de la **grande guerre** atteint 19% pour la clientèle française et 54% pour la clientèle étrangère. Les clients étrangers visitant le plus les sites de mémoire de guerre sont, d'après les déclarations, les Anglais, suivis des Belges, des Canadiens et des Australiens. L'influence du centenaire est perçue de façon contrastée par les propriétaires : 62% pensent qu'il va avoir une influence sur la fréquentation de leur hébergement et 38% pensent qu'il n'en aura pas. Aucun hébergement n'avait, au moment de l'enquête, de réservation en lien avec le centenaire.

• LES PRINCIPALES MOTIVATIONS DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE ET ÉTRANGÈRE



LE TOURISME POUR MOTIF PROFESSIONNEL

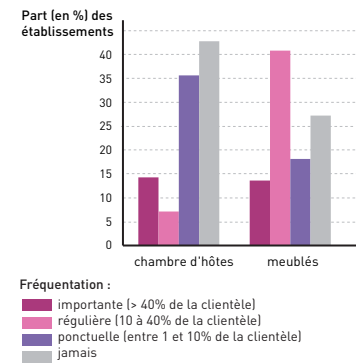
20% des nuitées en chambres d'hôtes et en meublés ont été réalisées, en 2012, par une clientèle venue pour motif professionnel. Pourtant, près de la 1/2 des chambres d'hôtes et 1/4 des meublés déclarent ne pas avoir ce type de clientèle. À l'opposé, pour environ 15% des hébergements, ce type de clientèle représente plus de 40% des nuitées.

Les professionnels fréquentant ce type d'hébergement sont en premier lieu les ouvriers, notamment ceux travaillant sur

des chantiers, puis, les commerciaux et, enfin, les participants à des salons, des séminaires ou des congrès. 5 propriétaires ont également fait part de l'accueil d'artistes.

Seulement 35% des propriétaires pensent que les touristes présents pour motif professionnel profitent des équipements touristiques du territoire. Ils citent la gastronomie, les musées, la culture, le patrimoine ou encore le bien-être.

PROPORTION D'HÉBERGEMENTS PAR TYPE DE FRÉQUENTATION DE LA CLIENTÈLE PROFESSIONNELLE EN 2012



Réalisation : AULAB, Janvier 2014.
Sources : AULAB enquête.

Perception du territoire par les propriétaires

UNE IMAGE TOURISTIQUE BASÉE SUR UNE QUALITÉ DE VIE

Les mots spontanément évoqués par les propriétaires pour décrire le tourisme sur le territoire font écho à une certaine qualité de vie. Ainsi, le mot "gastronomie", est celui qui a été le plus cité (9 fois).

La dimension humaine a été mise en avant avec les mots "accueil", "chaleureux", "fêtes" (cumulant 11 citations).

L'image touristique est liée aux activités proposées comme la randonnée (citée 5 fois) ou les visites culturelles, les musées ou la découverte du patrimoine et de l'histoire (cumulant 12 citations).

Enfin, le cadre de vie est présent avec les mots "calme", "campagne", "nature", "eau", "paysage" et "verdoyant" (cumulant 9 citations).

MOTS QUALIFIANT LE TOURISME SUR LE TERRITOIRE (taille de police proportionnelle au nombre de réponses)



Réalisation : AULAB - janvier 2014
Source : enquête AULAB (question ouverte)

UN TERRITOIRE BÉNÉFICIAIRE AVANT TOUT DE SA LOCALISATION

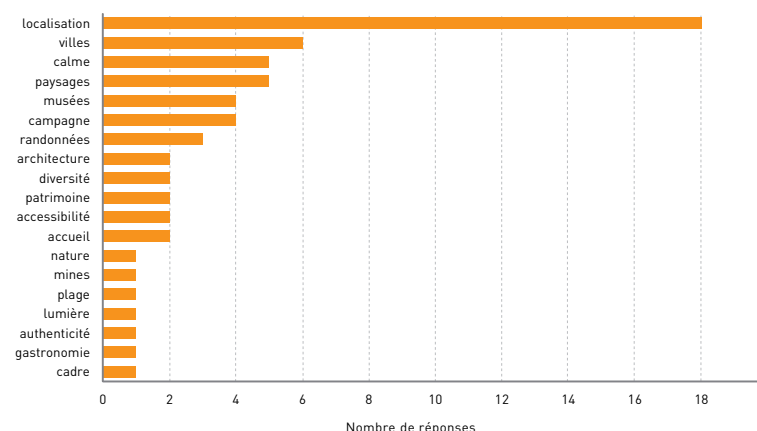
Selon les propriétaires, l'atout principal du territoire est sa localisation. En effet, il bénéficie de la proximité de villes, mais aussi des plages du littoral et d'équipements attractifs (Louvre Lens).

Le cadre de vie est également considéré comme un atout à travers les paysages, le calme, la campagne qui ont été cités plus de 4 fois chacun.

Les activités possibles sur le territoire sont perçues comme des atouts, notamment les musées (4 citations) et les randonnées (3 citations).

Ici, si la gastronomie n'est citée qu'une fois, c'est qu'elle ne représente pas un atout touristique, bien qu'elle constitue l'image du territoire.

PERCEPTION DES ATOUS TOURISTIQUES DU TERRITOIRE



Réalisation : AULAB - Janvier 2014.
Source : enquête AULAB, question ouverte 2013.

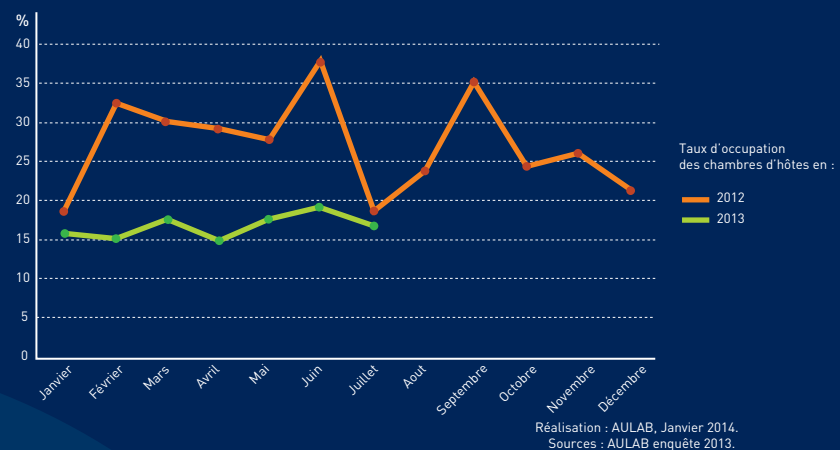
Une activité 2012 habituelle, voire en hausse

25%, c'est la moyenne des taux d'occupation en 2012 des chambres d'hôtes ayant répondu. Seules 6 chambres d'hôtes ont pu communiquer leurs données détaillées d'occupation et elles présentent des situations hétérogènes avec 10% pour l'établissement le moins fréquenté et 57% pour le plus actif. Les mois de **juin et de septembre** sont les plus fréquentés avec des taux d'occupation de plus de 35%.

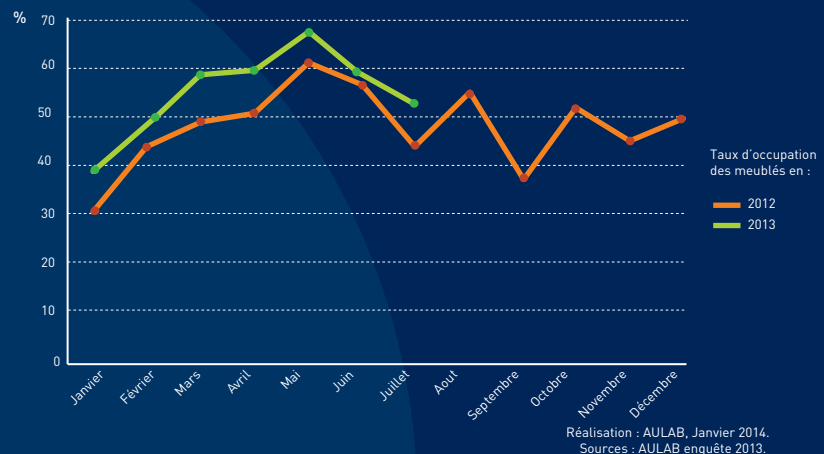
48%, c'est la moyenne des taux d'occupation en 2012 des 22 meublés ayant répondu. Seuls 5 établissements ont des taux d'occupation inférieurs à 25% et 13 établissements ont des taux d'occupation supérieurs à 50%. Le mois de mai est le plus actif avec un taux d'occupation moyen de 60%. À titre de repère, le taux d'occupation annuel des meublés labellisés Gîtes de France du Pas-de-Calais est de 26% et leur activité est plus forte l'été avec 66% au mois de juillet et 84% au mois d'août.

Sur le territoire, les taux d'occupation d'été sont relativement faibles. Cela s'explique par le fait que plusieurs établissements sont fermés en juillet ou en août et par l'importance du tourisme pour motif professionnel dont la présence est plus faible durant cette période.

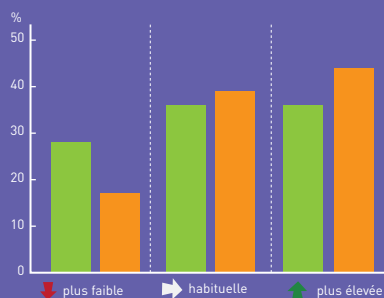
ÉVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION DES CHAMBRES D'HÔTES EN 2012 ET AU PREMIER SEMESTRE 2013



ÉVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION DES MEUBLÉS EN 2012 ET AU PREMIER SEMESTRE 2013



PERCEPTION DES PROPRIÉTAIRES DE LEUR ACTIVITÉ EN 2012 PAR RAPPORT AUX ANNÉES PRÉCÉDENTES



Hébergements :
■ chambres d'hôtes
■ meublés

Réalisation : AULAB, Janvier 2014.
Sources : AULAB enquête 2013.

L'année **2012** est une année meilleure que d'habitude pour 45% des propriétaires de meublés. Plusieurs soulignent une augmentation de la clientèle venue pour motif professionnel. Pour les propriétaires de chambres d'hôtes, 2012 semble davantage une année habituelle.

En **2013**, concernant les chambres d'hôtes, l'activité du premier semestre semble en dessous de celle de 2012 avec un taux d'occupation moyen de 17% (- 10 points). Pour les meublés en revanche, le début d'année 2013 est meilleur qu'en 2012 avec un taux d'occupation à 55% (+ 7 points) pour le premier semestre.

LEXIQUE :

- **Taux d'occupation** : rapport entre le nombre de chambres occupées et le nombre de chambres offertes.

Perspectives

• UN DÉVELOPPEMENT EN VILLE

Auparavant surtout implantées à la campagne, les chambres d'hôtes se développent en ville (source : Le Monde économie du 19/11/2012). Sur le territoire, on note également un développement de l'offre à Béthune (4 chambres d'hôtes et 1 meublé).

• REMPLACER LES RÉSIDENCES SECONDAIRES ?

Depuis 2007, les mises en ventes de résidences secondaires sont en hausse, alors que la demande diminue, ce qui contribue à faire chuter les prix. Plusieurs explications sont données : un réajustement du marché suite à des prix sur-évalués, des raisons fiscales mais aussi une remise en cause même du concept de résidence secondaire. Les ménages disposent de moins de moyens pour acheter une résidence secondaire et de moins de stabilité pour investir à long terme (fragilité des unions, des situations professionnelles). De plus, les pratiques des Français évoluent : ils effectuent de

plus en plus des courts séjours en France ou à l'étranger en variant leurs destinations. (source : La fin des résidences secondaires?, Note de veille du 3/01/14 de la revue Futuribles)

Ces évolutions représentent une opportunité pour le marché des meublés et des chambres d'hôtes. En effet, grâce à ce type d'hébergement, on peut retrouver le confort d'un "chez-soi" tout en variant les destinations. Le parallèle avec la maison de famille est aussi présent pour les propriétaires d'hébergements. Ainsi, un propriétaire de chambre d'hôtes déclarait "c'est comme accueillir quelqu'un de sa famille souvent".

• ESSOR DES PRATIQUES COLLABORATIVES

Les pratiques collaboratives telles que le couchsurfing (hébergement chez l'habitant gratuit) et l'échange de maisons semblent entrer en concurrence avec l'hébergement en chambres d'hôtes ou en meublés. Cependant, ces pratiques demandent un investissement supplémentaire à l'hôte,

qui doit, d'une part, avoir confiance, et d'autre part, s'impliquer dans un échange avec son hébergeur (avant, pendant et après le séjour). L'offre en chambres d'hôtes et en meublés, se démarque, d'autant plus lorsqu'elle est labellisée, par le rapport client / vendeur qui clarifie les engagements de chacun et assure une certaine qualité.

Le cas des plateformes internet de location entre particuliers, comme Oudormir ou Airbnb, est différent. Pour les professionnels du secteur, comme Robert Lauth, président du label de chambres d'hôte Fleurs de soleil, ces plateformes permettent "d'avoir plus de visibilité et de remplir les chambres de nos adhérents"... Encore peu développées sur le territoire (1 seul logement sur Airbnb), ces plateformes pourraient devenir les centrales de réservation de l'hébergement les plus utilisées. Il faudra alors vérifier que les règles fiscales soient respectées. Par ailleurs, dans les villes où le marché locatif est tendu, il faudra veiller à ce que ce type d'hébergement ne remplace pas l'offre en locatif privé.



o THÉMATIQUES À VENIR

- L'emploi en Zones d'Activités sur le SCoT de l'Artois
- Caractéristiques de l'artisanat sur le SCoT de l'Artois