

FOCUS HÉBERGEMENTS 2024

Meublés de tourisme et Chambres d'hôtes



[essonnetourisme.com](https://www.essonnetourisme.com)

Essonne
Tourisme

RAPPEL DES ENJEUX

Le [diagnostic des hébergements touristiques en Essonne](#) réalisé en 2022 a mis en lumière les caractéristiques et enjeux des différents marchés dans le département.

Pour les 2 typologies qui sont traitées dans ce rapport, l'étude a fait ressortir un marché faiblement représenté en Essonne : **640 lits pour les meublés de tourisme**¹ (soit 2 % de l'offre globale) et **165 lits en chambres d'hôtes**² (soit 0,5 % de l'offre globale) répartis principalement **dans le sud du département**.

Malgré une offre peu développée quantitativement, ces hébergements touristiques disposent d'un état qualitatif très satisfaisant avec **74 % des lits labellisés Gîtes de France en 3 et 4 épis pour les chambres d'hôtes**, et **67 % des lits labellisés en 3 et 4 épis pour les meublés de tourisme**. Cet état qualitatif est sans doute à rapprocher du **niveau d'occupation satisfaisant** qu'ils enregistrent et qui sont significatifs de marchés résilients.

Par ailleurs, le marché des meublés et chambres d'hôtes est concurrencé par d'autres types de locations saisonnières sur les plateformes, ce qui entraîne des adaptations nécessaires de la part des propriétaires en termes de commercialisation mais également un maintien constant du niveau de qualité de l'offre.

À partir de ce diagnostic, 2 enjeux majeurs ont été identifiés :

ENJEU 1

Assurer une offre qualitative/montée en gamme par le développement de services

Cet enjeu qualitatif s'opère dans un contexte concurrentiel accru des plateformes locatives de courtes durées de type Airbnb et d'une volonté, qui se confirme depuis quelques années, de la clientèle touristique de bénéficier d'un séjour authentique, ancré dans le local.

Cependant cela ne se fait pas sans efforts financiers de la part des propriétaires qui doivent en parallèle maîtriser les coûts de leur hébergement (maintenance, taxe de séjour, etc.) et s'assurer du respect de la réglementation en matière de meublés de tourisme et de chambres d'hôtes.

Quelles sont les tendances à suivre pour, d'un côté, proposer une offre à la fois qualitative et expérientielle, et de l'autre côté, permettre une activité touristique pérenne et rentable pour le propriétaire ? Pour y répondre, 3 tendances seront présentées :

- Le lien avec l'hôte et le territoire,
- Les prestations annexes à l'hébergement,
- Les investissements constants.

¹ Sont entendus ici comme meublés de tourisme, les meublés classés et/ou labellisés.

² Sont entendues ici comme chambres d'hôtes celles labellisées.

ENJEU 2

Gagner en visibilité dans un marché fortement concurrentiel

Toujours dans ce contexte de forte concurrence, les hébergements doivent rester visibles sans être obligés de passer « systématiquement » par des plateformes de réservation en ligne, qui génèrent des commissions sur chaque réservation plus ou moins élevées.

La visibilité est également entendue ici comme un moyen de créer de la confiance auprès de la clientèle touristique notamment celle de proximité, qui est susceptible d'être davantage fidélisée. Paradoxalement, la clientèle touristique est en attente d'expériences inédites et uniques mais a besoin en même temps d'être rassurée vis-à-vis de la qualité de la prestation.

Quels sont donc les biais que les propriétaires peuvent soulever sans passer par les grandes plateformes de réservation ? Pour essayer de répondre à cette question, 2 stratégies seront évoquées :

- Une stratégie digitale efficace,
- Un réseau de label.

Pour conclure cette étude, une « boîte à outils » est présentée à la suite des tendances afin proposer des pistes d'actions aux différents acteurs de ces marchés.

ENJEU 1

Assurer une offre qualitative/montée en gamme par le développement de services

Constat

Comme pour l'ensemble des hébergements touristiques, les attentes de la clientèle en termes de meublés et chambres d'hôtes demeurent élevées en matière de confort et de services personnalisés (équipements sur mesure, offres adaptées aux besoins de chacun, expériences uniques, etc.).

Les responsables d'hébergements doivent opérer une évolution constante pour rester aux goûts du jour des tendances du marché et proposer des expériences exclusives aux clients, avec une plus grande nécessité pour les propriétaires de chambres d'hôtes. En effet, contrairement aux autres typologies d'hébergements touristiques, la clientèle séjourne principalement dans des chambres d'hôtes pour le lien étroit qui subsiste entre l'hôte et les clients. Le logement « chez l'habitant » prenant tout son sens en chambres d'hôtes.

Tendance #1 Le lien avec l'hôte et le territoire

De manière générale, la clientèle touristique est aujourd'hui à la recherche d'hébergements offrant une expérience locale et authentique, avec une immersion dans la culture et les traditions du lieu d'hébergement. Cela est d'autant plus vrai pour les meublés et les chambres d'hôtes car ces hébergements permettent un contact plus proche avec la vie locale via notamment l'hôte-habitant.

En effet, les touristes qui choisissent ce type d'hébergement au détriment de l'hôtellerie par exemple, le font en espérant vivre une expérience plus personnalisée. Ils ne désirent pas uniquement séjourner dans des locations mais sont désormais à la recherche de nouvelles sensations et souhaitent découvrir la destination dans laquelle ils se trouvent avec les conseils des hôtes.

Comment cela peut-il se concrétiser ?

> Les hôtes peuvent échanger de manière approfondie pour donner **des conseils personnalisés** et partager les bons plans/coups de cœurs (activités loisirs, restaurants, etc.).

>> Cela peut passer également par **la valorisation des produits locaux**, parfois faits maison, et des circuits courts offrant aux convives des produits frais et soutenant l'économie locale.

>>> **La décoration intérieure et/ou extérieure** peut être également pensée en fonction des caractéristiques territoriales mais également des caractéristiques du lieu : décoration en fonction de l'histoire du territoire, des clins d'œil décoratifs sur le passé du lieu, faire appel à des artisans d'art pour les extérieurs, etc.

ILS L'ONT COMPRIS !

La Ferme des Ruelles (Eure)

Les propriétaires de cette ferme cidricole ont réussi à faire de leur lieu une vraie destination en proposant :

- Chambres d'hôtes,
- Boutique de produits de la ferme et des fermes avoisinantes,
- Visites de la ferme.



Source : ferme-des-ruelles.com

Tendance #2 Les activités et services annexes à l'hébergement

Cette tendance répond aux aspirations de la clientèle de réaliser des séjours « complets » avec différents services sur place. Les hébergements proposant des activités complémentaires ont ainsi l'avantage de créer des séjours « clé en main » à la clientèle. L'hébergement devient un lieu de vacances au sens large plutôt qu'un « dortoir » pour le séjour.

Cette tendance est plus souvent vérifiée dans les maisons d'hôtes mais elle vaut également pour les meublés de tourisme. En effet, selon les caractéristiques du lieu, ces derniers peuvent inclure des prestations en supplément, proposées en partenariat avec des acteurs extérieurs.

Voici quelques exemples d'activités ou services annexes pouvant être déployés :

- > **Bien-être** : proposition de petits équipements spa ou encore la création d'un espace dédié à la détente et aux massages,
- >> **Expériences culinaires locales** : ateliers de cuisine ou dégustations de produits locaux,
- >>> **Équipements sportifs** (si la parcelle le permet) : tennis, practice de golf, balade équestre, vélos à disposition, etc.,
- >>>> **Services clés en main de conciergerie** : bagagerie, transports, livraison repas, etc.



ILS L'ONT COMPRIS !

Le Volcan des Sens (Haute-Loire) dispose de 5 chambres d'hôtes mais également d'un centre bien-être et remise en forme proposant différents séjours thématiques (yoga, couples détente).

ILS L'ONT COMPRIS !

La conciergerie de Nadège (Essonne) est une conciergerie de tourisme fondée sur des principes de développement durable et de circuits courts pour la gestion de gîtes et chambres d'hôtes en Essonne et en Seine-et-Marne. Quelques exemples de prestations :

- Arrivées et départs individualisés
- Ménage hôtelier écologique
- Assistance téléphonique
- Produits locaux d'accueil



Source : laconciergeriedenadège.fr

Tendance #3 L'hôtellerie à thème

Ce point ne peut véritablement être vu comme une tendance mais comme une obligation pour les propriétaires. En effet, par le déploiement des réseaux sociaux mais aussi par la multiplication des systèmes d'avis et de notations en ligne, les responsables d'hébergements peuvent être contraints d'assurer constamment un certain niveau de qualité mais aussi de maintenir leur établissement aux goûts du jour.

Certes, les propriétaires ont souvent le souci de renouvellement régulier du design intérieur ou de rénovations. Cependant, au-delà du design, il apparaît important de réaliser des investissements constants pour l'entretien et la modernisation de l'hébergement notamment en termes de transition écologique.

Car la clientèle touristique aspire dorénavant à **séjourner dans des établissements soucieux des problématiques environnementales**. Ainsi, on constate des investissements conséquents de la part de propriétaires pour rendre leur établissement plus respectueux de l'environnement.

ILS L'ONT COMPRIS !

La Ferme d'Armenon (Essonne) est une maison d'hôtes éco-engagée sur une exploitation agricole familiale, convertie en bio. Lors de la rénovation et dorénavant dans la gestion des lieux, tout est pensé pour réduire l'impact environnemental ; que cela soit dans le choix de faire de la récupération de matériaux, de la décoration chinée ou encore de faire appel à des producteurs locaux.



Rappel du contexte législatif actuel

À l'heure où l'étude est réalisée (juin 2024), la législation relative aux taux d'abattements fiscaux pour les propriétaires de meublés de tourisme est en train d'évoluer et fait l'objet de débats au Sénat.

ENJEU 2

Gagner en visibilité dans un marché fortement concurrentiel

Tendance #1 Une stratégie en ligne pour attirer des clients

Les plateformes de réservation en ligne (Airbnb, Booking.com, Abritel, etc.) ont pris une part très importante dans le paysage des méthodes de réservation en France. Elles deviennent incontournables pour les propriétaires. Cependant, la présence sur ces plateformes signifie non seulement être noyé dans un océan d'offres mais aussi devoir verser une commission sur chaque réservation.

Ainsi, pour pallier la faible visibilité sur les plateformes et les commissions, la création d'un **site internet propre** peut être une alternative. De plus, la page web permet aux hôtes de décrire de manière détaillée le positionnement touristique de l'hébergement, de développer toutes les possibilités qu'offre le lieu, de réaliser un contenu attractif, de proposer les réservations en ligne, etc. Autant d'éléments qui facilitent l'organisation du voyage et améliorent le **référencement naturel** (SEO) de l'hébergement lors d'une requête sur les moteurs de recherche (Google, Bing, etc.).

À minima, la visibilité de l'établissement peut passer par la **présence sur les réseaux sociaux** Facebook et Instagram. Ce dernier étant un réseau qui se veut inspirationnel où les visuels doivent être très soignés. En effet, le design intérieur et la décoration peuvent créer des espaces uniques et photogéniques, souvent partagés sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, Instagram ciblera une clientèle de jeunes familles, amis, couples (25-40 ans). A contrario, Facebook, où la clientèle cible sera également familiale mais dont la tranche d'âge est un peu plus élevée, se verra davantage informationnel (même si le visuel n'est pas à négliger). **Des bons plans, des informations pratiques sur l'hébergement ou encore des offres** seront attendus.

ILS L'ONT COMPRIS !

Le Clos Saint Lubin (Essonne). Les propriétaires de cette maison d'hôtes ont conçu un site internet complet et attractif avec l'histoire du lieu, des rubriques détaillées sur les offres et services proposés, et des offres spéciales.

Les + de ce site internet dynamique résident dans :

- La description détaillée de l'offre touristique alentour,
- Des visuels photos et vidéos attractifs pour présenter le lieu,
- Des informations en temps réel telles que la météo,
- La réservation en direct.



Source : lecrosssaintlubin.fr

ILS L'ONT COMPRIS !

La Grange de Léonie (Cher)

Le compte Instagram possède plus de 18 000 followers et est très inspirationnel grâce notamment à :

- Des visuels très travaillés,
- Des « stories à la une » utiles : gîte 4/5 personnes, témoignages, la privatisation, etc.,
- Des réels qui permettent une meilleure immersion dans les lieux.



Tendance #2 La labellisation

Avoir un hébergement labellisé peut être perçu comme **gage de qualité** et de **confiance** par la clientèle d'autant plus que les locations saisonnières ont pris une place très importante dans le marché. En effet, ces dernières peuvent engendrer de mauvaises surprises à l'arrivée sur place. Or, de leur côté, les hébergements labellisés sont soumis à des **chartes qualité** et des **audits** qui peuvent rassurer les clients. Par ailleurs, au-delà d'être un outil de **meilleure visibilité**, la labellisation se montre comme la **concrétisation** du long travail accompli pour un responsable d'hébergement.

Il existe plusieurs **labels de qualité** qui sélectionnent et labellent des meublés et/ou des chambres d'hôtes selon leurs propres critères (équipements, extérieurs, services complémentaires, etc.). Intégrer le réseau d'un label peut permettre de **cibler plus spécifiquement une clientèle**, comme par exemple :

- Accueil Vélo, à destination des cyclotouristes,
- Tourisme et Handicap, à destination des personnes en situation de handicap et de leurs familles ou aidants,
- Gîtes de France, un des réseaux incontournables et gage de qualité pour des séjours chez l'habitant,
- Clef Verte, pour mettre en avant les initiatives entreprises en termes de durabilité,
- Bienvenue à la Ferme et Accueil Paysan, qui s'adressent à des hébergements touristiques proposés dans une ferme.



ILS L'ONT COMPRIS !

Il était une fois...les Molières (Essonne)

Les propriétaires du gîte ont fait le choix d'intégrer les Gîtes de France, principal réseau en Essonne pour ce type d'hébergement, ainsi que le label « Accueil Vélo », en raison de leur situation à proximité de la véloroute Véloscénie qui peut leur conférer une clientèle cyclotouristique.

Boîte à outils



Soigner l'accueil avec de petites touches à l'arrivée des hôtes (ex : panier d'accueil, mot de bienvenue, etc.).



Créer du lien avec les hôtes, en partageant quelques moments dans la journée et leur faisant part de vos bons plans.



Développer des partenariats avec les acteurs locaux pour **valoriser des produits locaux**.



Proposer des prestations (prêt/location de vélo, séance de sport...), services (documentation touristique, transport...) et **cours/ateliers thématiques** (cuisine, dégustations, yoga...) sur place ou à proximité afin d'agrémenter le séjour.



Établir des partenariats avec des entreprises locales (restaurants, sites de loisirs, musées, etc.) pour **offrir des réductions et des expériences exclusives** aux hôtes.



Faire appel à une conciergerie pour permettre le développement de services annexes et garantir une gestion maîtrisée et efficace pour le propriétaire, tout en évitant une charge de travail supplémentaire.



Se rapprocher des acteurs du tourisme durable pour convertir l'hébergement en hébergement écoresponsable. En effet, des dispositifs d'aides financières axés sur la durabilité existent en France et peuvent être mobilisés par les propriétaires.



Réaliser une veille constante des tendances en décoration ou aménagement extérieur pour maintenir l'hébergement aux goûts de la clientèle touristique et ainsi pérenniser le site.



Créer un site internet et/ou des pages sur les réseaux sociaux pour offrir une belle vitrine de l'hébergement et garantir des réservations directes sans commissionnement – et ainsi rentabiliser les revenus.



Soigner les visuels de l'hébergement diffusés sur internet et les réseaux sociaux. Si possibilité, **faire appel à un photographe professionnel** pour un contenu attractif.



Contacteur les acteurs institutionnels du tourisme essonniers (Essonne Tourisme, Offices de Tourisme, chambres consulaires, etc.) afin d'avoir des conseils sur la pertinence d'une labellisation.

Notes

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

ESSONNE TOURISME VOUS ACCOMPAGNE !

Le Comité Départemental du Tourisme de l'Essonne est en mesure de vous accompagner dans le développement de votre hébergement touristique et ce à différentes étapes :



L'apport de **données chiffrées et des analyses sur le tourisme** en Essonne grâce à l'observatoire et à une connaissance fine du territoire,



Dans **la recherche de subventions mobilisables** pour la concrétisation de votre projet (création ou rénovation),



Dans **les démarches de labellisation et classement** : Essonne Tourisme est le seul organisme référent pour les labellisations « Tourisme et Handicap » et « Accueil Vélo » dans le département. Essonne Tourisme peut également vous mettre en relation avec Gîtes de France, organisme agréé pour le classement des meublés en Essonne,



Dans **la promotion de votre hébergement.**

FOCUS HÉBERGEMENTS 2024

Meublés de tourisme et Chambres d'hôtes

Ce document est téléchargeable sur :

pro.essonnetourisme.com

Pour une demande de renseignement sur
les hébergements :

Jéromine Lignier - 01 64 97 95 10

j.lignier@essonnetourisme.com

Pour contacter l'observatoire du tourisme :

Daiane Seno Alves - 01 64 97 96 32

d.senoalves@essonnetourisme.com

