



---

# HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES EN ESSONNE

---

ESSONNE TOURISME  
2022



# SOMMAIRE

**03** Présentation et méthodologie

**04** L'hôtellerie

**10** Les résidences de tourisme

**14** Les locations Airbnb

**19** Les meublés de tourisme

**25** Les chambres d'hôtes

**29** Les hébergements insolites

**33** Les hébergements collectifs

**38** L'hôtellerie de plein air

Crédits photos : La Marquise Barbot, CDT 91,  
Le Clos Saint Lubin, CAESE, Camping de  
Mondeville, Demeure de Campagne Parc du  
Coudray, Pexels.



## Méthodologie

Cette étude a pour objectif de proposer un diagnostic complet de l'ensemble des hébergements touristiques présents sur le département de l'Essonne afin d'établir par la suite des orientations stratégiques de développement.

Pour une lecture facilitée, l'étude est construite en fiches, chaque fiche représentant une typologie d'hébergement. Pour une analyse dynamique du parc en hébergements, celles-ci s'articulent de la manière suivante :

- 3 parties composant le diagnostic : l'offre, la fréquentation et les clientèles ;
- Une dernière partie relative aux orientations stratégiques prenant la forme d'une analyse SWOT avec identification d'enjeux stratégiques.

Dans cette étude, l'année de référence des données est 2019<sup>1</sup>, soit l'année avant la crise sanitaire. En effet, l'année 2020, marquée par les nombreux confinements et restrictions de déplacements, ne peut être représentative de la dynamique du marché essonnien. L'année 2021 est signe de reprise de l'activité touristique et ne peut également rendre compte d'un marché optimal pour élaborer un diagnostic de l'offre et de la demande.

## Sources de l'étude

Un recensement de l'offre et de la demande est réalisé régulièrement par Essonne Tourisme pour la réalisation du bilan annuel de la fréquentation touristique en Essonne (les chiffres-clés). Par ailleurs, des données complémentaires sont constamment collectées auprès de différentes sources et de nos partenaires : Insee, CRT Île-de-France, Gîtes de France de l'Essonne, Clévacances, Class ou encore AirDNA<sup>2</sup>. Grâce à ce travail d'observation touristique, des historiques de l'offre peuvent être exposés dans cette étude.

Les parties « Fréquentation » et « Clientèles » ont pu être approfondies par une enquête en ligne menée par Essonne Tourisme en septembre 2021 auprès de 325 responsables d'hébergements essonnien (hors Airbnb). Un taux de retour de 26 % pour l'ensemble des hébergements touristiques a été obtenu. Par typologie, les taux de retour sont les suivants :

- Hébergements insolites : 100 %
- Hébergements collectifs : 36 %
- Meublés de tourisme : 35 %
- Hôtellerie de plein air : 33 %
- Résidences : 26 %
- Chambres d'hôtes : 20 %
- Hôtels : 15 %

À la suite de cette enquête, les réponses ont été agglomérées et traitées par Essonne Tourisme.

<sup>1</sup> L'année 2020 est utilisée pour les locations saisonnières Airbnb car les données 2019 sont indisponibles.

<sup>2</sup> La méthodologie spécifique employée par AirDNA pour les locations saisonnières est développée en page 14 et 17.

# I. HÔTELLERIE

## Lexique

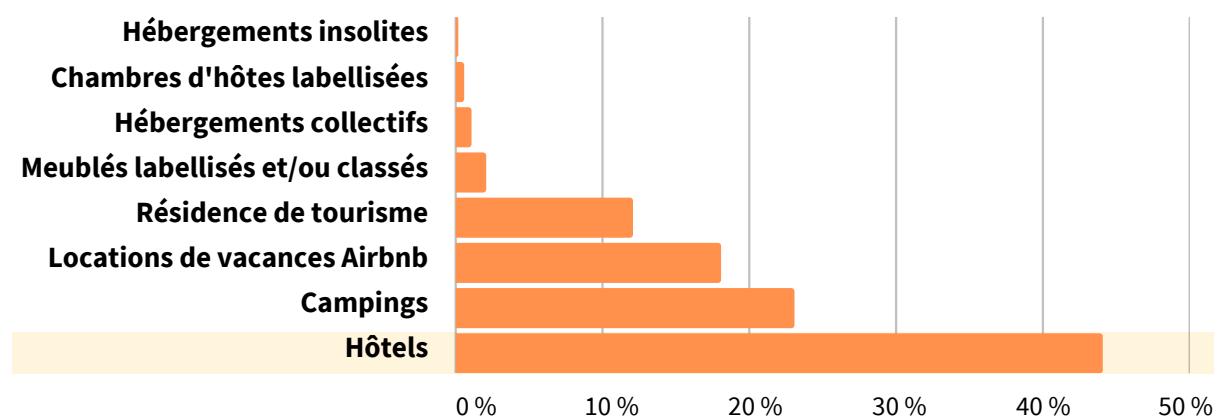
**Durée moyenne de séjour (DMS) :** nombre de nuitées / nombre d'arrivées

**Taux d'occupation (TO) :** nombre de chambres vendues / nombre de chambres disponibles

**Repeater :** personne étant venue au moins deux fois au sein d'une même destination

## Un département fortement dominé par l'offre hôtelière (44 %).

L'offre hôtelière représente un peu moins de la moitié de l'ensemble du parc en hébergements touristiques en Essonne.



Sources : AirDNA, Class, Clévacances, Gîtes de France, Essonne Tourisme.

## 1. Le parc hôtelier

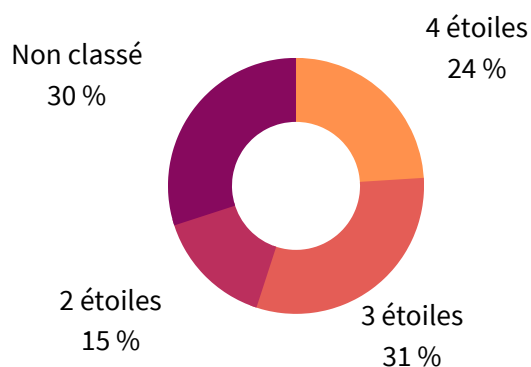
L'offre hôtelière départementale est majoritairement classée avec **58,4 %** d'hôtels classés.

Au sein de l'hôtellerie classée, l'offre 3 étoiles est la plus représentée, soit une offre convenant à la fois à une clientèle d'affaires mais également de loisirs. L'offre 4 étoiles arrive en deuxième position, tandis que l'offre 2 étoiles est la moins représentée sur le territoire essonnien.



**15 700 lits**

### Répartition par catégorie (en nb de lits)

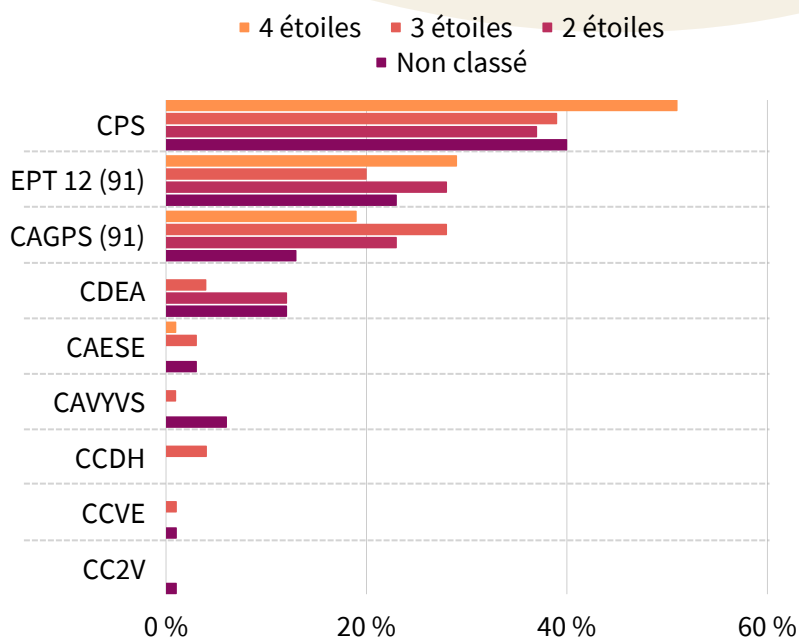




## Répartition catégorielle par territoire

L'ensemble des catégories classées et non classées sont présentes au sein de 3 EPCI du nord de l'Essonne, à savoir Paris-Saclay, l'EPT 12 et Grand Paris Sud. Que cela soit en nombre de structures ou en nombre de lits, la répartition catégorielle est plus éparse au sein des autres territoires essonnais.

## Répartition par catégorie au sein des EPCI (en nb de lits)



## Tarifs moyens des chambres

|            | Tarif moyen minimum | Tarif moyen maximum |
|------------|---------------------|---------------------|
| 4 étoiles  | 97 €                | 203 €               |
| 3 étoiles  | 73 €                | 153 €               |
| 2 étoiles  | 50 €                | 150 €               |
| Non classé | 85 €                | 137 €               |

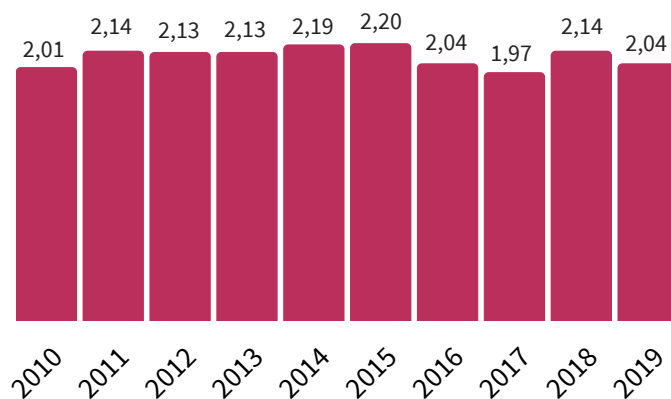
## 2. La fréquentation

### Nombre de nuitées

Entre 2010 et 2019, une faible évolution est vérifiée mais trois grandes périodes sont observées :

- Entre 2010 et 2015, où la fréquentation est en hausse (+9,3 %) ;
- Entre 2015 et 2016, le marché connaît une importante chute (-7,3 %) en raison de la crise sécuritaire survenue après les attentats en France ;

### Évolution du nombre de nuitées (en millions)

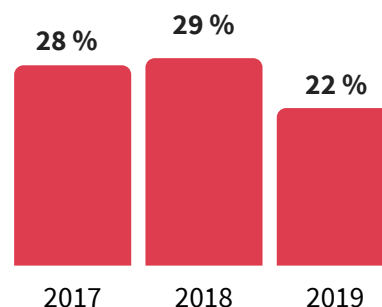


- Entre 2016 et 2019, où la fréquentation connaît une évolution irrégulière. 2017 est l'année avec la fréquentation la plus basse sur 10 ans, passant sous la barre des 2 millions de nuitées. Entre 2018 et 2019, la tendance est baissière (-4,9 %). Cette chute correspond parallèlement à la baisse des nuitées étrangères entre 2018 et 2019.

### Part des nuitées étrangères

En 2017 et 2018, la part de nuitées étrangères est d'environ **30 %** au sein des hôtels essonniens. Seule l'année 2019 passe sous le seuil des **25 %** de nuitées étrangères, en raison du mouvement des gilets jaunes qui a eu un impact sur les déplacements étrangers.

Évolution de la part de nuitées étrangères

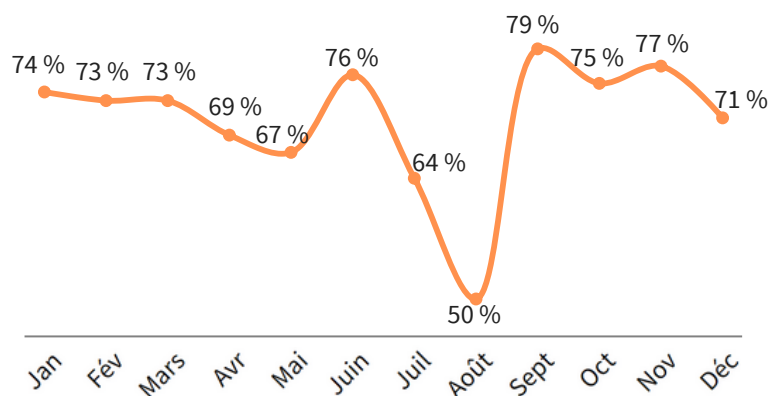


### Part des nuitées d'affaires

#### Un parc hôtelier tributaire de la clientèle professionnelle

En 2019, la part des nuitées d'affaires est à un niveau élevé tout au long de l'année, supérieure à **65 %**. Seuls les mois de juillet et d'août connaissent une importante baisse en raison des vacances estivales, peu propices aux déplacements professionnels.

Évolution mensuelle des nuitées d'affaires en 2019



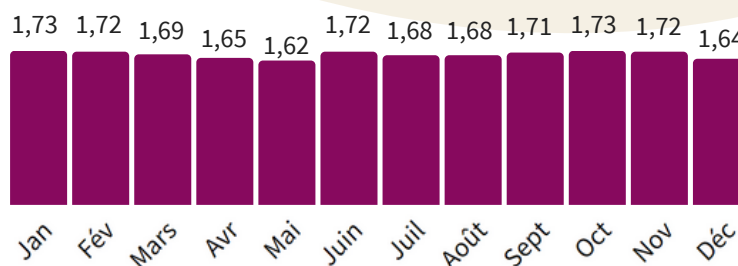
### Arrivées et nuitées

|      | Nb d'arrivées | Nb nuitées | TO annuel |
|------|---------------|------------|-----------|
| 2017 | 1 136 075     | 1 978 571  | 64,2 %    |
| 2018 | 1 012 550     | 2 147 160  | 67,3 %    |
| 2019 | 1 211 711     | 2 048 911  | 64,2 %    |

## Durée moyenne de séjour

En 2019, la durée moyenne de séjour au sein des hôtels s'élève à **1,7 jour**. Sur l'ensemble de l'année la DMS est régulière, variant entre **1,62 jour** en mai et **1,73 jour** en janvier et octobre.

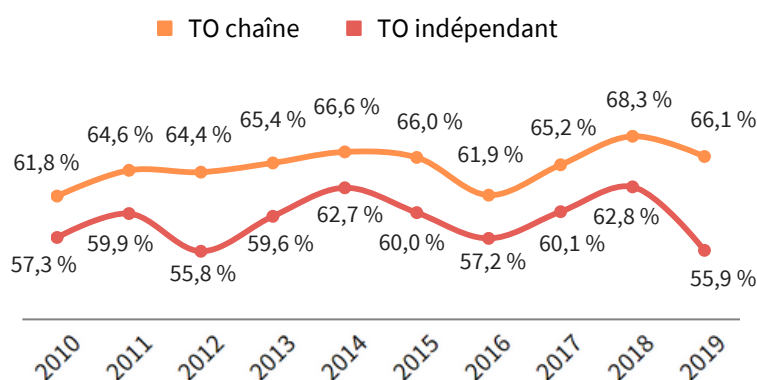
## Évolution mensuelle de la durée moyenne de séjour en 2019



## Taux d'occupation

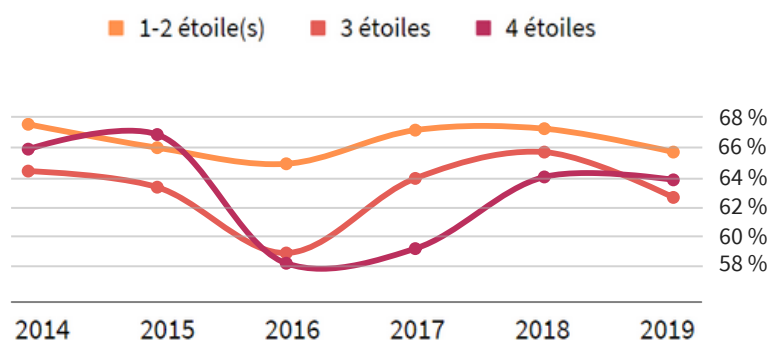
De 2010 à 2019, on observe un taux d'occupation moyen en hôtellerie de chaîne de **65 %**. Trois années sont inférieures à ce seuil : 2010, 2012 et 2016. À noter qu'en 2016, l'hôtellerie francilienne est particulièrement impactée par les attentats survenus en 2015. Sur la même période, le TO moyen en hôtellerie indépendante est de **59,1 %**. Quatre années sont inférieures à ce seuil : 2010, 2012, 2016 et 2019. L'évolution du niveau de remplissage des hôtels indépendants est moins régulière que l'évolution dans l'hôtellerie de chaîne.

## Évolution du taux d'occupation par catégorie (chaîne vs indépendant)



Sur la période 2014-2019, l'hôtellerie entrée de gamme enregistre des taux d'occupation plus élevés en raison d'une clientèle professionnelle sur le territoire privilégiant l'hôtellerie à bas coût. La moyenne du TO des 1-2 étoiles s'élève à **66,3 %**. En 2015, une baisse est amorcée puis accentuée en 2016 due à la vague d'attentats à Paris (TO de **64,9 %**). Le niveau de remplissage repart à la hausse en 2017 et 2018 mais connaît de nouveau une baisse en 2019 en raison des mouvements sociaux en France. L'hôtellerie 3-4 étoiles observe les mêmes variations annuelles que l'hôtellerie 1-2 étoiles.

## Évolution du taux d'occupation par classement





### 3. Les clientèles

#### Quels motifs ?

L'ensemble des hôteliers répondants à l'enquête indiquent que la clientèle séjournant dans les hôtels le fait pour motif **professionnel** (**100 %** des répondants). Viennent ensuite les **visites à la famille et aux amis** (**75 %**) puis les **événements privés familiaux** (**67 %**).

La clientèle hôtelière est en grande majorité constituée par des **repeaters** (**92 %**) en raison de la couleur majoritairement affaires des visiteurs. Pour compléter, **79 %** des répondants estiment que la tranche d'âge majoritaire est celle des **31-50 ans**.



Motif professionnel  
**100 %**



Visite famille/amis  
**75 %**



Événements familiaux  
**67 %**

#### Où résident-elles ?

Les principales régions françaises d'origine sont PACA et l'Occitanie (**29 %** chacune), qu'ils s'agisse de voyages d'affaires ou d'agrément. Auvergne-Rhône-Alpes et Nouvelle-Aquitaine (**21 %** chacune) sont les 2 autres marchés français principaux.

L'Allemagne (**43 %**), les Pays-Bas (**36 %**) et la Belgique (**36 %**) sont les 3 pays principaux pourvoyeurs de nuitées dans les hôtels essonniens.

#### Clientèles françaises



Provence-Alpes-  
Côte d'Azur  
Occitanie



Auvergne-Rhône-  
Alpes  
Nouvelle-Aquitaine

#### Clientèles étrangères



#### La clientèle d'affaires

##### Séjour

- La clientèle professionnelle représente **65 %** de l'ensemble des nuitées.
- **79 %** des hôtels répondants à l'enquête ont indiqué une durée moyenne de séjour de **1-2 nuits** pour la clientèle d'affaires.

##### Origines de la clientèle

- L'ensemble des répondants affirment que cette typologie de clientèle est principalement **française**, notamment de la Bretagne et de la région PACA.
- **71 %** des hôtels affirment que les entreprises essonniennes sont pourvoyeuses de nuitées pour leur établissement. La moitié d'entre eux évalue **entre 40 % et 60 %** la part des entreprises essonniennes dans le nombre de nuitées de la clientèle d'affaires.

## Typologie d'évènement professionnel

- La clientèle professionnelle séjournant dans les hôtels vient en Essonne principalement pour des **évènements interentreprises** (réunions, séminaires, conventions, formations...).
- Concernant les évènements professionnels organisés au sein des établissements, ils sont majoritairement à la **journée** sans nuitée pour **82 %** des répondants, et de **petite taille** (moins de 50 personnes) pour **91 %** des répondants.

## Choix des établissements

La clientèle d'affaires séjourne dans les hôtels essonniers principalement pour les raisons suivantes :

1. Situation géographique et accessibilité (**79 %**)
2. Prix et/ou le rapport qualité-prix (**57 %**)
3. Capacité des salles (**43 %**)

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>FORCES</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une répartition catégorielle équilibrée</li> <li>• Un nombre d'arrivées et de nuitées en progression depuis 3 ans</li> <li>• Des taux d'occupation satisfaisants notamment pour l'hôtellerie indépendante</li> <li>• Un pôle de débord au nord du département pour le parc hôtelier parisien</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un marché hôtelier tributaire de la clientèle d'affaires</li> <li>• Une répartition spatiale déséquilibrée</li> <li>• Une courte durée de moyenne de séjour</li> <li>• Un marché faiblement résilient tributaire des facteurs exogènes</li> </ul> | <b>FAIBLESSES</b> |
| <b>OPPORTUNITÉS</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Des performances rendant compte d'un marché non saturé, laissant place à une marge de progression de l'hôtellerie essonnienne</li> <li>• Un allongement possible de la durée moyenne de séjour</li> </ul>                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une reprise tardive de l'activité hôtelière en raison d'un mix-clientèle dominé par la clientèle professionnelle</li> <li>• Une concurrence des autres pôles hôteliers franciliens</li> </ul>                                                     | <b>MENACES</b>    |



## ENJEUX

- Lisser l'activité entre semaine et week-end en travaillant sur une offre à destination des familles et d'autres clientèles de proximité.
- Attirer davantage la clientèle de proximité en développant une offre qualitative et innovante.
- Assurer le développement de l'offre selon les spécificités de chaque pôle hôtelier.
- Adapter le marché aux évolutions du secteur (développement durable, innovation, déstandardisation de l'offre, etc.).

## II.

## RÉSIDENCES DE TOURISME

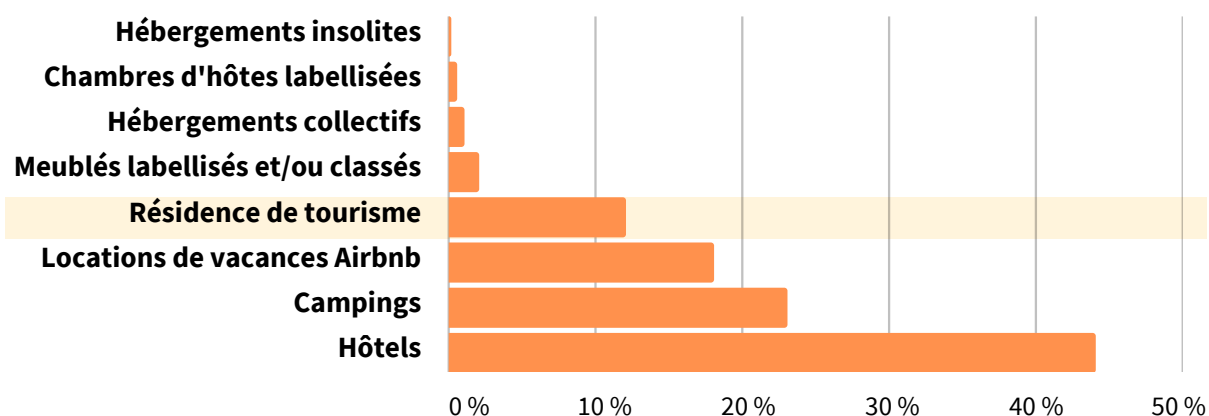
## Lexique

**Durée moyenne de séjour (DMS) :** nombre de nuitées / nombre d'arrivées

**Taux d'occupation (TO) :** nombre de chambres vendues / nombre de chambres disponibles

**Repeater :** personne étant venue au moins deux fois au sein d'une même destination

Les résidences représentent la **4ème capacité en hébergements touristiques avec 12 % des lits**, derrière les locations meublées de type Airbnb, les campings et les hôtels.



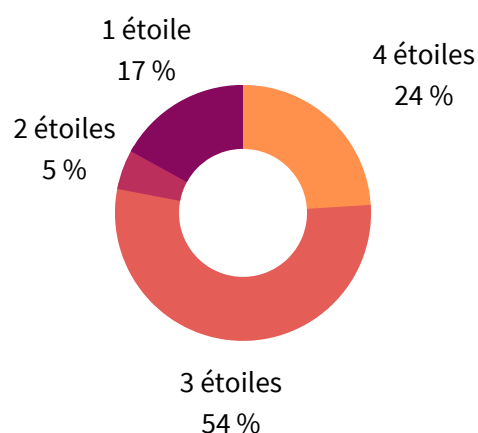
Sources : AirDNA, Class, Clévacances, Gîtes de France, Essonne Tourisme.

## 1. Le parc en résidences de tourisme



**4 200 lits**

## Répartition par catégorie (en nb de lits)



L'offre en résidences de tourisme est majoritairement classée avec **74 %** des lits classés.

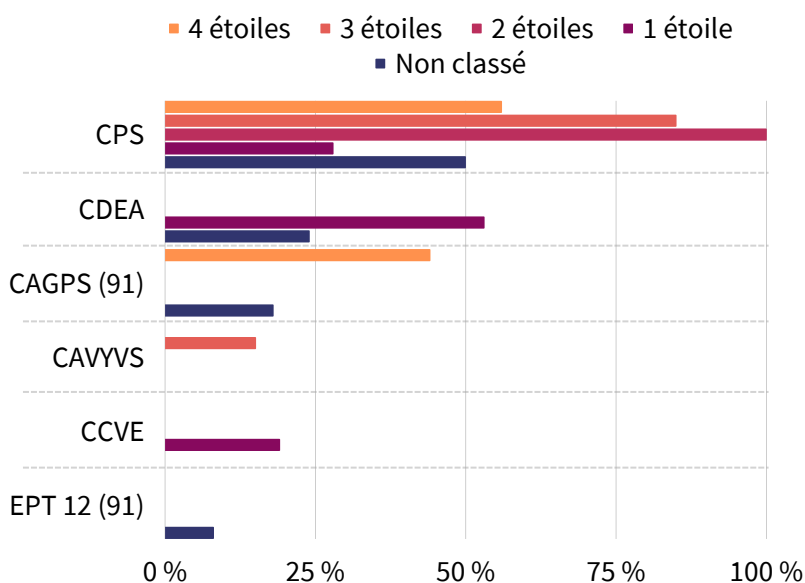
Plus de **2/3** des lits sont classés 3 et 4 étoiles. Le nombre de lits 2 étoiles est relativement faible avec seulement **4,6 %** de l'ensemble des lits en résidences de tourisme.

## Répartition catégorielle par territoire

En nombre de lits, la répartition géographique des résidences de tourisme est peu équilibrée, notamment l'offre entrée de gamme.

Paris-Saclay concentre la totalité des lits 2 étoiles et **85 %** des lits classés 3 étoiles. Seul cet EPCI regroupe l'ensemble des créneaux. Sur les autres territoires essonniens l'offre est plus éparse. À noter que Grand Paris Sud partage avec Paris-Saclay l'offre en résidences 4 étoiles.

### Répartition par catégorie au sein des EPCI (en nb de lits)



## Tarifs moyens des appartements

|            | Tarif moyen minimum | Tarif moyen maximum |
|------------|---------------------|---------------------|
| 4 étoiles  | 67 €                | 261 €               |
| 3 étoiles  | 58 €                | 215 €               |
| 2 étoiles  | ND                  | ND                  |
| Non classé | 78 €                | 105 €               |

## 2. La fréquentation

### Durée moyenne de séjour

La durée moyenne de séjour est légèrement plus élevée que celle enregistrée par l'hôtellerie (**1,7** jour en 2019).



DMS clientèle française : **2,4 jours**



DMS clientèle étrangère : **1,6 jour**

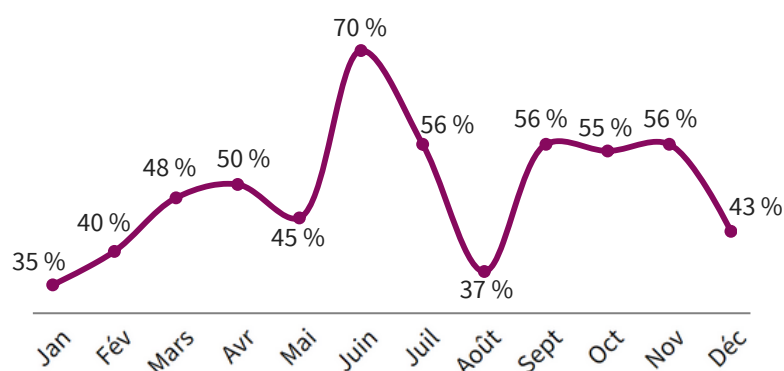


## Taux d'occupation

En 2019, les taux d'occupation mensuels oscillent entre **35 %** au mois de janvier et **70 %** au mois de juin. Les niveaux rendent compte d'établissements accueillant principalement une clientèle professionnelle. Le mois de juin voit un taux plus élevé en raison de la présence à la fois de la clientèle d'affaires et la clientèle de loisirs. Sur l'année 2019, le taux d'occupation est de **49 %**, soit un niveau relatif puisqu'inférieur à 50 %.

TO annuel : 49 %

### Évolution mensuelle du taux d'occupation (2019)



## 3. Les clientèles

### Quels motifs ?

La clientèle séjournant dans les résidences le fait principalement pour **motif professionnel** (100 % des répondants) et pour des **visites à la famille et aux amis** (100 %).

Les **vacances/courts séjours** ainsi que les **événements privés familiaux** (60 %) sont également des occasions de séjourner au sein des résidences de tourisme de l'Essonne pour 60 % des hébergeurs répondant à l'enquête.

Les clients sont en grande majorité des **repeaters** (80 %) âgés de **31-50 ans** (la totalité des répondants à l'enquête ont indiqué cette tranche d'âge).



Motif professionnel  
**100 %**



Visite famille/amis  
**100 %**



Vacances, courts séjours loisirs  
**60 %**



Événements familiaux  
**60 %**

### Où résident-elles ?

Les principales régions françaises d'origine sont l'Île-de-France et PACA (60 % chacune). L'Occitanie (40 %) est le 3ème marché français.

La Belgique, l'Espagne et l'Allemagne sont les 3 principaux pays pourvoyeurs de nuitées dans les hôtels essonniers (40 % des répondants pour ces trois nationalités).

#### Clientèles françaises



Île-de-France  
Provence-Alpes-  
Côte d'Azur



Occitanie

#### Clientèles étrangères



## La clientèle d'affaires

### Séjour

- **40 %** des résidences répondantes ont indiqué une durée moyenne de séjour de **1-2 nuits** pour la clientèle d'affaires mais également de **plus d'un mois**.

### Origines de la clientèle

- L'ensemble des répondants affirment que cette typologie de clientèle est principalement **française**.
- **80 %** des hébergeurs affirment que les entreprises essonniennes sont pourvoyeuses de nuitées pour leur établissement. Comme pour les hôtels, la moitié évalue **entre 40 % et 60 %** la part des entreprises essonniennes dans le nombre de nuitées de la clientèle d'affaires.
- **80 %** des résidences affirment que la clientèle d'affaires séjournant dans leur établissement est une clientèle **repeaters**.

|                     |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                     |                   |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>FORCES</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une offre en résidences de tourisme qualitative : plus de 2/3 des lits sont classés 3 et 4 étoiles</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une durée moyenne de séjour très courte, en inadéquation avec la typologie d'hébergement que sont les résidences</li> <li>• Une concentration de l'offre au nord du département</li> </ul> | <b>FAIBLESSES</b> |
| <b>OPPORTUNITÉS</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un niveau de remplissage satisfaisant de 65 %, non significatif de saturation de l'offre</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un marché concurrencé par l'offre en locations saisonnières de type Airbnb</li> </ul>                                                                                                      | <b>MENACES</b>    |



### ENJEUX

- Développer l'offre entrée de gamme pour diversifier les clientèles et faire concurrence au marché des locations saisonnières.
- Proposer de nouveaux concepts permettant la diversification de l'offre.

## III.

## LES LOCATIONS AIRBNB

**Lexique**

**Meublé :** Les meublés de tourisme sont des villas, appartements ou studios meublés, à l'usage exclusif du locataire, offerts à la location à une clientèle de passage qui n'y élit pas domicile et qui y effectue un séjour caractérisé par une location à la journée, à la semaine ou au mois.

**Logements disponibles :** Annonces actives proposées à la location ayant eu au moins un jour réservé ou reservable au cours de la période. Dit autrement, sont exclues les annonces qui avaient tous leurs jours bloqués.

**Logements réservés :** Nombre d'annonces actives qui ont fait l'objet d'au moins une réservation sur la période étudiée.

**Durée moyenne de séjour :** nombre de nuitées / nombre d'arrivées

**Taux d'occupation (TO) :** Taux d'occupation moyen des annonces ayant eu au moins une réservation au cours de la période étudiée. Il est calculé en divisant le nombre total des nuits réservées par le nombre de nuits offertes. Nuits offertes : Nombre de nuits réservées ou réservables des annonces ayant eu au moins une réservation au cours de la période.

**Prix moyen de la nuit :** Prix obtenu en divisant le total des revenus générés sur la période par le nombre de nuits réservées. Les frais de nettoyage sont inclus dans ce calcul.

**RevPAR :** Revenu par location disponible. Cet indicateur est calculé en multipliant le prix moyen de la nuit au taux d'occupation.

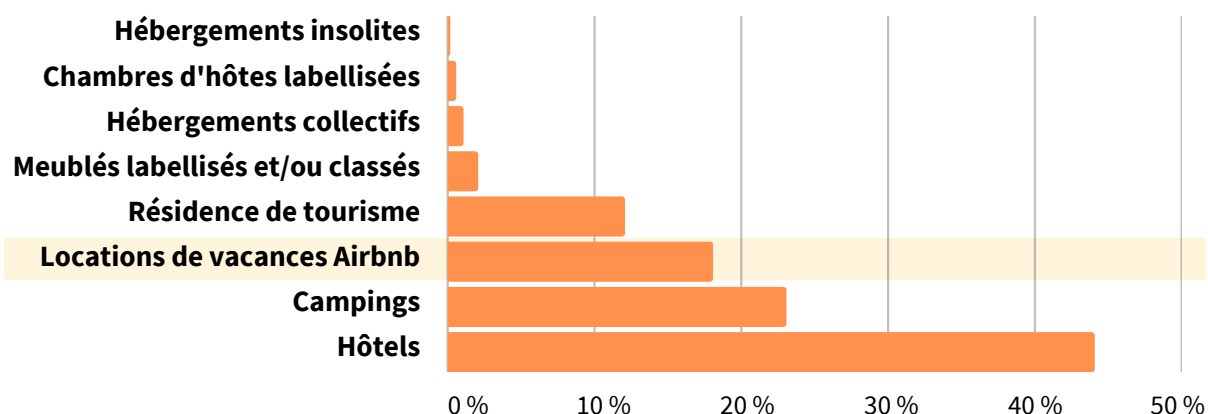
**Note méthodologique**

Les données sont acquises via la société AirDNA. Cette dernière récupère des données via web scraping, technique d'extraction du contenu de sites web via un script ou un programme, dans le but de le transformer pour permettre son utilisation dans un autre contexte.

Seuls Airbnb et Vrbo connaissent leurs statistiques réelles de fréquentation. Ne disposant pas d'accès aux données commerciales (nom de la réservation, origine, durée de séjour et tarifs payé), AirDNA fournit une estimation basée sur l'analyse des informations visibles au grand public sur les plateformes en ligne.

Depuis juin 2017, AirDNA récupère non seulement les données sur Airbnb mais également des données sur Vrbo. Des algorithmes puissants permettent de gérer la question des doublons pour les locations qui sont proposées sur les deux plateformes. Les données sont par la suite traitées par Essonne Tourisme.

Les locations de vacances de type Airbnb représentent en nombre de lits la **3ème offre** sur le département (**18 %**).



Sources : AirDNA, Class, Clévacances, Gîtes de France, Essonne Tourisme.

## 1. Le parc en locations saisonnières Airbnb

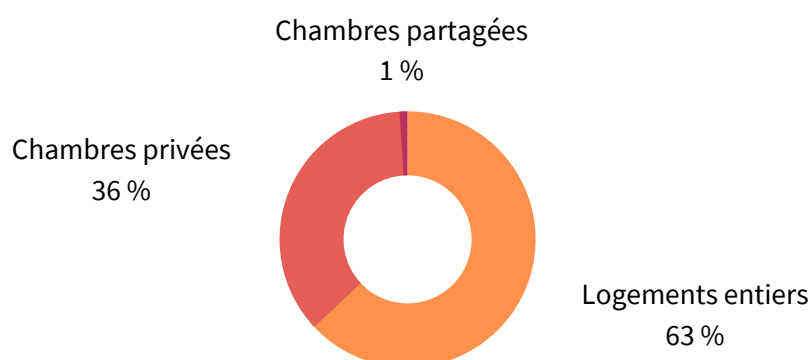


**6 850 lits**

Avec **6 850** lits en 2020, les locations Airbnb représentent la 3ème capacité en hébergements touristiques derrière les hôtels et les campings.

**63 %** des annonces concernent des logements entiers tandis que **36 %** concernent des chambres privées. Seul **1 %** des logements proposent une chambre partagée.

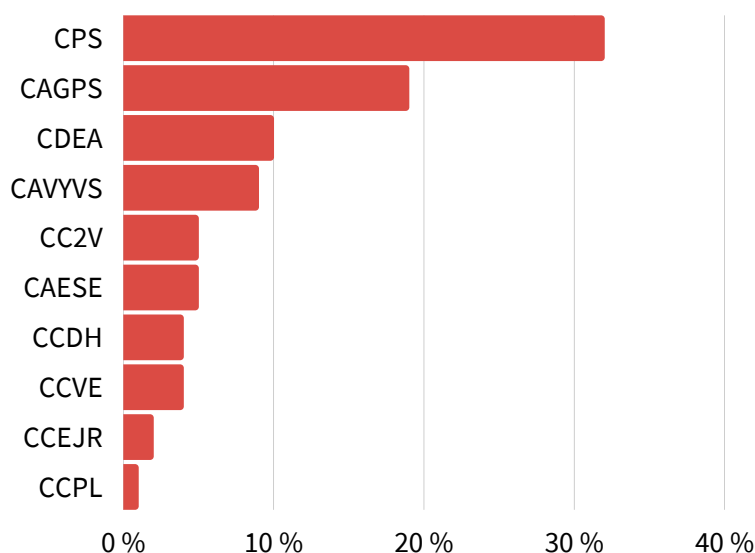
### Répartition par catégorie de logement



### Répartition par territoire

Le nombre d'annonces est majoritairement réparti sur 3 intercommunalités du nord de l'Essonne, avec a minima **10 %** du nombre de locations. Paris-Saclay regroupe à elle seule plus d'un tiers de l'offre essonnienne disponible sur Airbnb.

### Répartition des logements au sein des EPCI



### Tarifs moyens

Le tarif moyen en Essonne est de **83 €**. À titre de comparaison, le prix moyen d’une nuitée hôtelière est de **57 €**, la même année. Les prix dans les EPCI oscillent entre **55 €** au sein de la CAVVVS et **142 €** dans la CCPL. En termes de tarification, l’ensemble des positionnements économiques sont représentés. Ces locations meublées entrent ainsi en concurrence avec l’ensemble de l’hôtellerie (du super-économique au milieu de gamme).

Tarif moyen nuit en Essonne et dans les EPCI en 2020

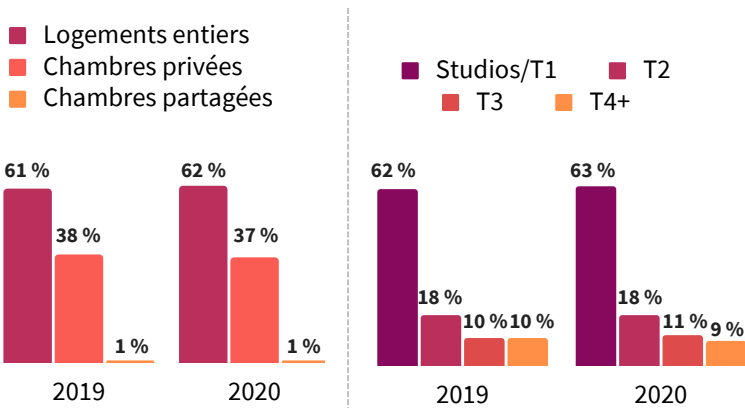
|         |       |
|---------|-------|
| Essonne | 83 €  |
| CCPL    | 142 € |
| CCDH    | 100 € |
| CAESE   | 84 €  |
| CAGPS   | 75 €  |
| CC2V    | 72 €  |
| CCEJR   | 68 €  |
| CPS     | 63 €  |
| CCVE    | 62 €  |
| CDEA    | 59 €  |

## 2. La fréquentation

### Nombre de réservations

Le nombre de réservations ainsi que la proportion par type de location restent similaires entre 2019 et 2020. Les studios/T1 sont les logements les plus représentés et réservés en Essonne, avec **plus de 1 000** réservations effectuées en 2019 et 2020. De manière générale, le nombre de réservations évolue faiblement d’une année à l’autre.

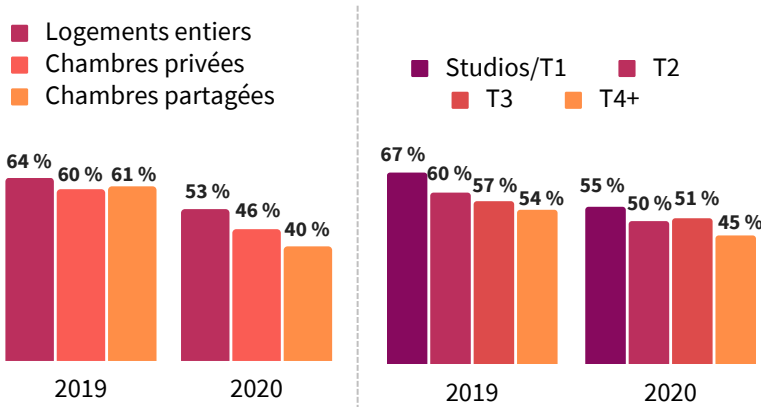
Évolution du nombre de réservations par catégorie (2019/2020)



### Taux d'occupation

Entre 2019 et 2020, l’ensemble des taux d’occupation diminue en raison de la crise sanitaire. Cependant, l’occupation en 2020 demeure satisfaisante, avoisinant les **50 %**. Les logements entiers et les studios/T1 enregistrent les niveaux de remplissage les plus élevés en 2019 et 2020.

Taux d'occupation des logements par catégorie (2019/2020)





## Performance

### Évolution annuelle des performances (2015-2020)

|                   | 2015    | Evol. | 2016   | Evol. | 2017   | Evol. | 2018   | Evol. | 2019   | Evol. | 2020   |
|-------------------|---------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| <b>TO</b>         | 41,8 %  | →     | 46,2 % | →     | 55,0 % | →     | 61,0 % | →     | 64,2 % | →     | 69,4 % |
| <b>Tarif nuit</b> | 105,5 € | →     | 69,7 € | →     | 75,6 € | →     | 81,9 € | →     | 79,2 € | →     | 78,0 € |
| <b>RevPAR</b>     | 44,1 €  | →     | 32,2 € | →     | 41,6 € | →     | 49,9 € | →     | 50,5 € | →     | 54,1 € |

## 3. Les clientèles

### Quels profils et quels motifs ?

Une recherche de mots-clés dans les avis publiés en 2020 met en évidence des séjours réalisés en **week-end**, en **famille**, en **couple** ou entre **amis**. Les mentions à des **séjours professionnels** (travail, formation, généralement réalisés en semaine) sont également courantes mais moins nombreuses.



### Où résident-elles ?

#### Top 10 des clientèles françaises



#### Top 10 des clientèles étrangères

|   |  |                          |    |  |                        |
|---|--|--------------------------|----|--|------------------------|
| 1 |  | 177 séjours<br>148 hôtes | 6  |  | 92 séjours<br>66 hôtes |
| 2 |  | 158 séjours<br>149 hôtes | 7  |  | 60 séjours<br>45 hôtes |
| 3 |  | 142 séjours<br>134 hôtes | 8  |  | 35 séjours<br>31 hôtes |
| 4 |  | 135 séjours<br>112 hôtes | 9  |  | 32 séjours<br>27 hôtes |
| 5 |  | 122 séjours<br>117 hôtes | 10 |  | 30 séjours<br>28 hôtes |

### Note méthodologique

Les informations concernant les lieux de provenance des visiteurs fournies par AirDNA sont obtenues à partir des avis clients laissés sur Airbnb. Deux facteurs rentrent alors en jeu : d'un côté, il faut que les hôtes aient laissé un commentaire après leur séjour, et de l'autre, qu'ils aient renseigné leur lieu de résidence sur leur profil. Ainsi, veuillez noter que les informations présentées ici ne cherchent pas à représenter de manière exhaustive les origines des voyageurs. Elles consistent en une première approche de ces données afin de mieux comprendre le marché et de saisir quelques tendances globales.

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 |                   |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>FORCES</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Une offre flexible, diversifiée et accessible à différents types de clientèles</li><li>• Un taux d'occupation en constante augmentation, symbole d'une offre séduisante</li><li>• Une offre résiliente malgré la période de crise sanitaire</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Un marché peu maîtrisé par les autorités publiques</li><li>• Un tarif moyen à la nuitée assez élevé</li><li>• Une répartition disproportionnée entre nord et sud</li></ul>                              | <b>FAIBLESSES</b> |
|               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Des territoires ruraux dans le sud du département pouvant bénéficier de l'offre Airbnb pour pallier l'absence d'hébergements touristiques « classiques »</li></ul>                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Concurrence entre les studios/T1 et les chambres d'hôtel pratiquant des tarifs plus avantageux</li><li>• Augmentation du parc en locations Airbnb pouvant mettre en péril le parc habitations</li></ul> | <b>MENACES</b>    |



## ENJEUX

- Intégrer l'offre à des canaux de promotion et distribution touristiques plus traditionnels (Office de Tourisme, etc.), notamment par :
  - une incitation au classement Atout France et/ou à la labellisation Gîtes de France pour une meilleure maîtrise de la qualité de l'offre,
  - le développement d'un espace d'échange et de collaboration entre les propriétaires (ex. club d'hôtes).
- Étudier l'opportunité de développement de l'offre en locations saisonnières dans les territoires ruraux dépourvus d'autres types d'hébergements touristiques et ayant de la demande.

## IV.

## MEUBLÉS DE TOURISME

**Lexique**

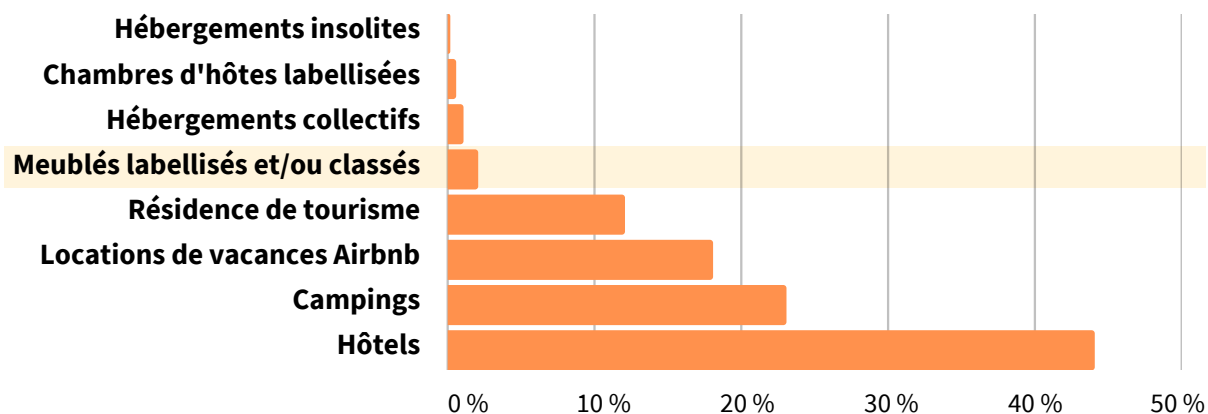
**Meublé de tourisme** : villas, appartements ou studios meublés, à l'usage exclusif du locataire, offerts à la location à une clientèle de passage qui n'y élit pas domicile et qui y effectue un séjour caractérisé par une location à la journée, à la semaine ou au mois. Ils se distinguent des autres types d'hébergement, notamment l'hôtel et la résidence de tourisme, en ce qu'ils sont réservés à l'usage exclusif du locataire, ne comportant ni accueil ou hall de réception ni services et équipements communs. Ils se distinguent de la chambre d'hôte où l'habitant est présent pendant la location, tandis que pour les meublés de tourisme, il ne l'est pas nécessairement.

**Meublé de tourisme classé** : le classement en meublé de tourisme, à l'instar du classement des autres hébergements touristiques, a pour objectif d'indiquer au client un niveau de confort et de prestation. Il constitue également un outil de commercialisation pour le loueur. Le classement comporte 5 catégories allant de 1 à 5 étoiles, il est volontaire et a une validité de 5 ans.

**Meublé de tourisme labellisé** : meublé dont le propriétaire a choisi d'adhérer à un label (Gîtes de France, Clévacances, Accueil Paysan, etc.). Ici ont été considérés les meublés labellisés Gîtes de France et Clévacances.

**Durée moyenne de séjour (DMS)** : nombre de nuitées / nombre d'arrivées

**Les meublés labellisés et/ou classés sont faiblement représentés** en Essonne, pesant **2 %** des hébergements en nombre de lits.



Sources : AirDNA, Class, Clévacances, Gîtes de France, Essonne Tourisme.

# 1. Le parc en meublés de tourisme



640 lits

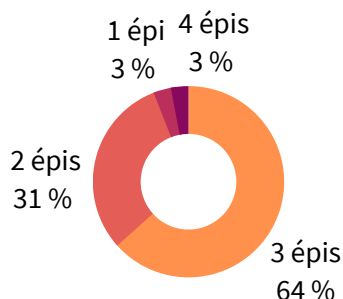
En nombre de lits, l'**offre classée** est majoritairement **1 étoile** avec la moitié des lits classés. L'offre **3 étoiles** arrive en deuxième position avec un quart de l'offre globale (**27 %**).

Parmi les **meublés labellisés**, l'offre Gîtes de France **3 épis** est la plus présente sur le département avec plus de deux tiers des lits. Par ailleurs, un tiers de l'offre est labellisé **2 épis**. L'offre **1 épi** et **4 épis** représente moins de **5 %** des lits labellisés.

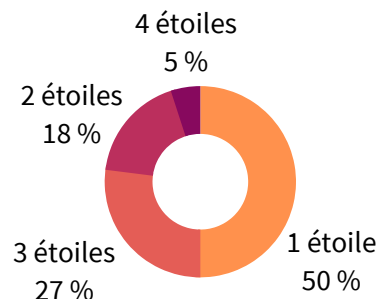
Paris-Saclay dispose d'un peu plus d'un quart de l'offre en lits classés (**28 %**). Le podium est complété par la CC2V (**16 %**) et Grand-Orly Seine Bièvre (EPT12) (**14 %**).

Trois intercommunalités du sud de l'Essonne (CC2V, CCEJR et CAESE) se répartissent la moitié de l'offre en lits labellisés. Par comparaison avec la répartition en lits classés, Paris-Saclay ne représente que **4 %** de l'offre labellisée.

Répartition des lits labellisés

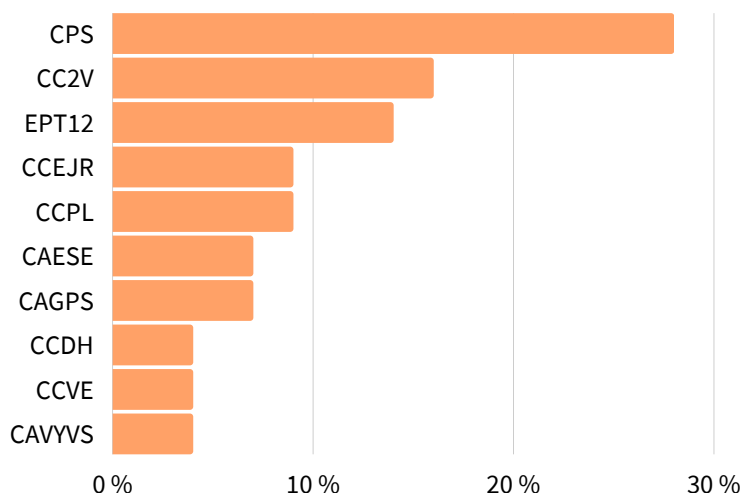


Répartition des lits classés

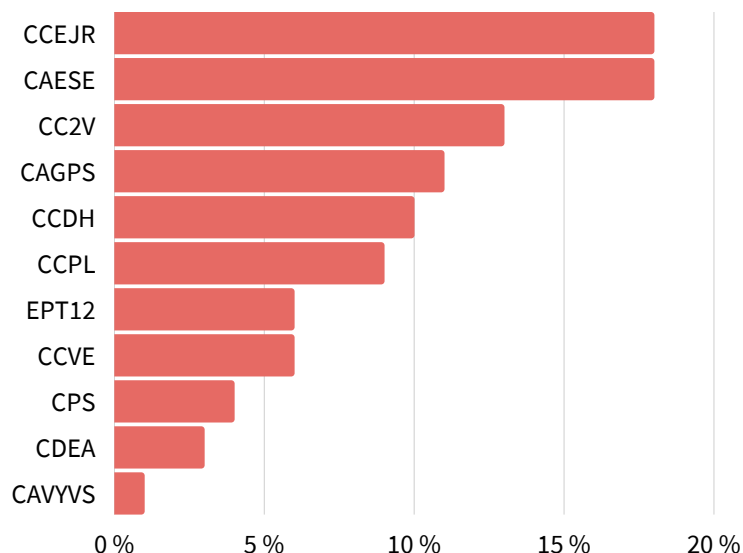


Répartition au sein des EPCI

Lits classés



Lits labellisés



## Évolution du parc

Le parc des gîtes ruraux labellisés Gîtes de France augmente progressivement de 2012 à 2018 pour amorcer une légère baisse jusqu'en 2021. Malgré la baisse de ces trois dernières années, le parc connaît une balance positive en 10 ans de +7 unités, soit une hausse de **+10,8 %**.

Deux dynamiques de croissance des gîtes en ville sont observées de 2012 à 2021 :

- Le parc a fortement augmenté de 2012 à 2017 (+16 unités) pour connaître une légère baisse en 2018 (-3 unités). Il s'agit de la période ayant connu la croissance la plus importante.
- La tendance repart à la hausse de 2018 à 2021 (+5 unités).

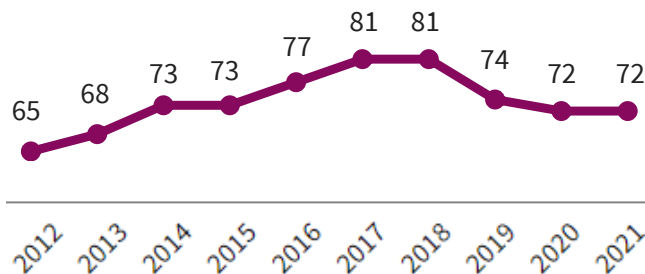
Le bilan entre 2012 et 2021 révèle une forte augmentation du nombre de gîtes, soit +18 structures (**+600 %**).

De 2016 à 2020, le parc des meublés classés connaît une évolution en dents de scie. De 2016 à 2018, le parc diminue de 13 structures, soit **-38,2 %**.

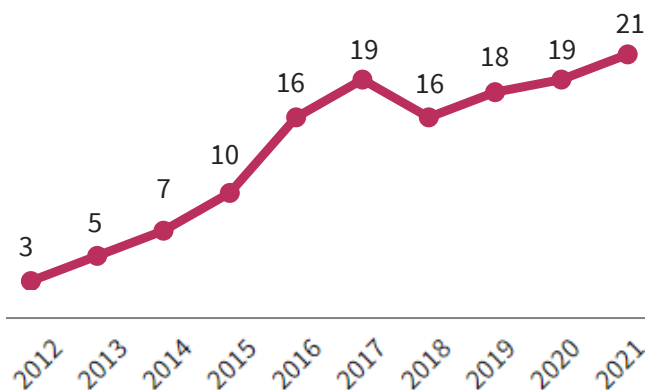
Entre 2018 et 2019, une forte hausse est observée (+17 unités). Il s'agit du niveau le plus haut en 5 ans. Cependant, le parc connaît une nouvelle baisse, passant de 38 meublés à 19 en 2020 (**-50 %**).

## Évolution des meublés labellisés Gîtes de France (en nb de structures)

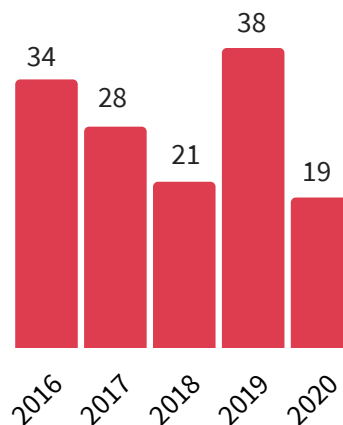
### Gîtes ruraux



### Gîtes en ville (City Break)



## Évolution des meublés classés (en nb de structures)





## Tarifs moyens

|                  | Gîtes de France |              | Meublés classés |              |
|------------------|-----------------|--------------|-----------------|--------------|
|                  | Tarif min.      | Tarif max.   | Tarif min.      | Tarif max.   |
| <b>Moyenne</b>   | <b>470 €</b>    | <b>652 €</b> | <b>534 €</b>    | <b>718 €</b> |
| 1 épi / étoile   | nd              | nd           | 305 €           | 461 €        |
| 2 épis / étoiles | 436 €           | 517 €        | 579 €           | 687 €        |
| 3 épis / étoiles | 464 €           | 604 €        | 651 €           | 682 €        |
| 4 épis / étoiles | 850 €           | 2 400 €      | 900 €           | 1 200 €      |

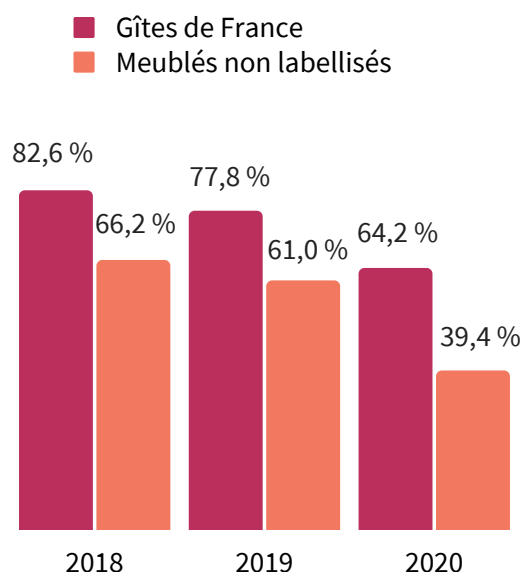
## 2. La fréquentation

### Taux d'occupation

De 2018 à 2020, le taux d'occupation enregistré par la centrale de réservation Gîtes de France et par les répondants à l'enquête baisse d'une année sur l'autre. Les meublés en centrale de réservation observent des niveaux de remplissage supérieurs en raison de l'important réseau de commercialisation que confère le label Gîtes de France.

En 2020, les TO diminuent fortement en raison du contexte sanitaire mais restent à un niveau satisfaisant, contrairement aux autres formes d'hébergements.

### Évolution du taux d'occupation de 2018 à 2020



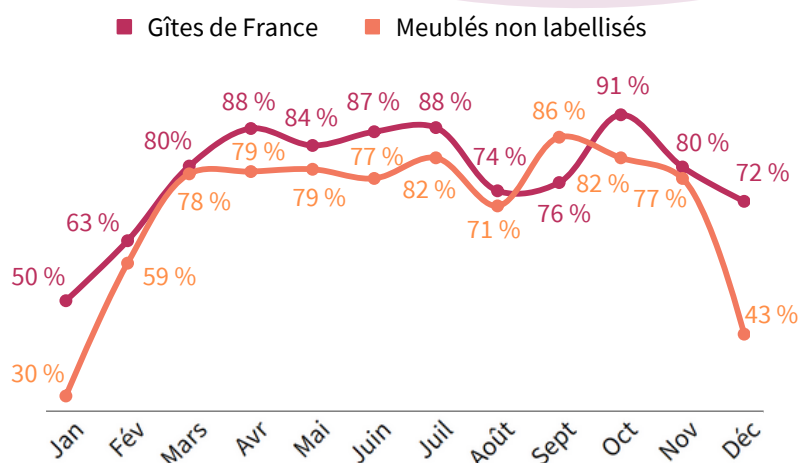
En 2019, les meublés labellisés Gîtes de France enregistrent des taux d'occupation élevés oscillant entre **50,3 %** en janvier et **90,9 %** en octobre. Le mois de janvier est naturellement un mois très peu plébiscité dans les hébergements touristiques, que ce soit pour une clientèle professionnelle ou de loisirs.

La même année, les variations d'occupation des meublés non labellisés demeurent légèrement inférieures aux Gîtes de France, à l'exception du mois de septembre. Par ailleurs, la fréquentation reste très satisfaisante, avec 9 mois à un TO supérieur à **70 %**.

Le maintien chaque mois à un niveau de remplissage haut est significatif de meublés labellisés plébiscités notamment par la clientèle professionnelle mais également par la clientèle de loisirs.

En 2019, la durée moyenne de séjour de la clientèle Gîtes de France est de **12,04** jours.

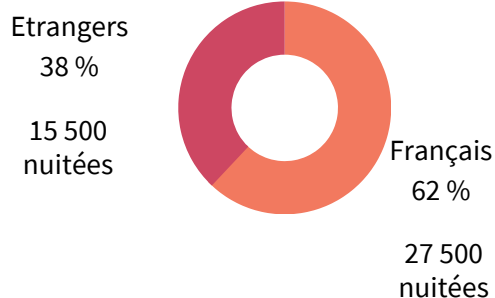
### Évolution mensuelle du taux d'occupation en 2019 Gîtes de France vs Meublés non labellisés



### Nuitées françaises et étrangères Meublés Gîtes de France

En 2019, environ **56 000** nuitées ont été enregistrées par Gîtes de France dont **62 %** sont françaises. Le nombre de nuitées a diminué par rapport à 2018 (**64 800** nuitées). Cependant la part de la clientèle française reste similaire.

### Part des nuitées françaises et étrangères en 2019 dans les meublés GDF



## 3. Les clientèles

### Quels motifs ?

Les répondants à l'enquête indiquent que les motifs de séjour de la clientèle dans les meublés classés (labellisés ou non labellisés) sont en premier lieu pour **vacances et courts séjours** (**46 %**), ensuite pour **motif professionnel** (**37 %**) et enfin pour les **visites chez la famille/des amis** (**6 %**). **63 %** des répondants affirment que la clientèle séjournant dans leur établissement est **primo-visiteur**. **83 %** d'entre eux estiment l'âge de la clientèle **entre 31 et 50 ans**.



Vacances, courts séjours loisirs  
**46 %**



Motif professionnel  
**37 %**



Visite famille/amis  
**6 %**

## Où résident-elles ?

La clientèle des meublés est une clientèle de proximité. En effet, **77 %** des répondants ont déclaré que la région principale de résidence de la clientèle française était l'Île-de-France. Les régions Grand-Est et PACA sont revenues auprès de **20 %** des propriétaires répondants, tandis que la Nouvelle-Aquitaine a été citée par **17 %** des répondants.

La clientèle professionnelle étrangère provient principalement des pays d'Europe de l'Est (**66 %**) (dans le cadre de chantiers notamment), d'Allemagne (**51 %**) et du Royaume-Uni (**40 %**).

### Clientèles françaises



Île-de-France



Grand-Est  
Provence-Alpes-  
Côte d'Azur



Nouvelle-Aquitaine

### Clientèles étrangères



|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                   |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>FORCES</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une importante offre labellisée 3 épis</li> <li>• Une offre considérable dans le sud du département, compensant la faible offre hôtelière</li> <li>• Des TO satisfaisants en 2019 et 2020, significatif d'un marché résilient</li> <li>• Le maintien d'un TO mensuel haut dans les meublés labellisés</li> <li>• Une constante évolution du nombre des City Breaks</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une faible offre en nombre de lits</li> <li>• Une faible représentation de l'offre haut de gamme : peu d'hébergements labellisés 4 épis et absence de 5 épis</li> <li>• Une stagnation du nombre de gîtes ruraux les dernières années</li> </ul> | <b>FAIBLESSES</b> |
| <b>OPPORTUNITÉS</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une clientèle française majoritaire, un atout en temps de crise mondiale</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un marché fortement concurrencé par les locations saisonnières de type Airbnb</li> </ul>                                                                                                                                                         | <b>MENACES</b>    |



## ENJEUX

- Opérer une montée en gamme de l'offre en meublés par le développement de services.
- Soutenir la labellisation afin d'assurer une offre répondant à des critères de qualité et à des prix concurrentiels.

## V.

## CHAMBRES D'HÔTES

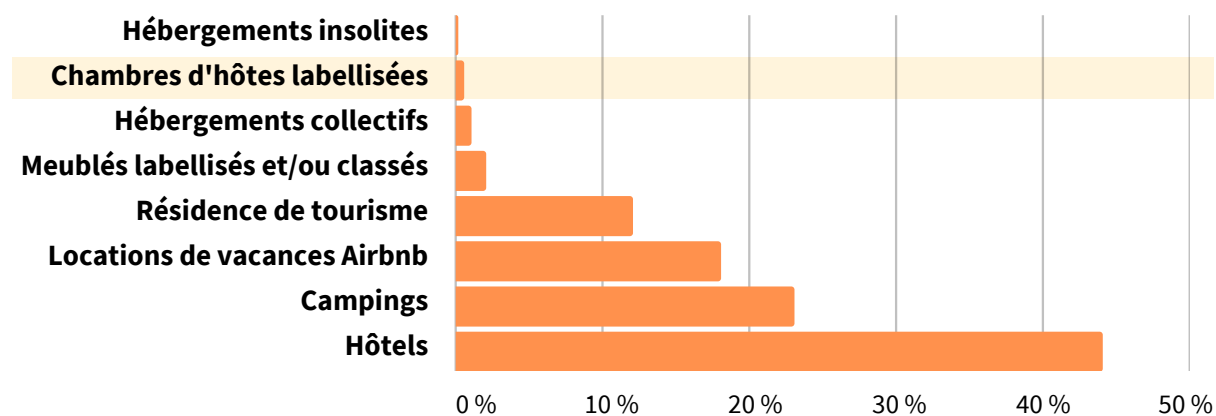
## Lexique

**Chambres d'hôtes :** c'est le fait d'accueillir le client, de lui louer une chambre meublée ayant accès à une salle d'eau et à un WC, et de lui fournir le petit-déjeuner. C'est une activité professionnelle de nature commerciale ou agricole. Elle peut être exercée toute l'année ou à la saison. Elle doit se limiter à 5 chambres et à 15 clients simultanément.

**Durée moyenne de séjour :** nombre de nuitées / nombre d'arrivées

**Taux d'occupation (TO) :** nombre de chambres vendues / nombre de chambres disponibles

**Les chambres d'hôtes labellisées sont très faiblement représentées** en Essonne, pesant seulement **0,5 %** des hébergements en nombre de lits.



Sources : AirDNA, Class, Clévacances, Gîtes de France, Essonne Tourisme.

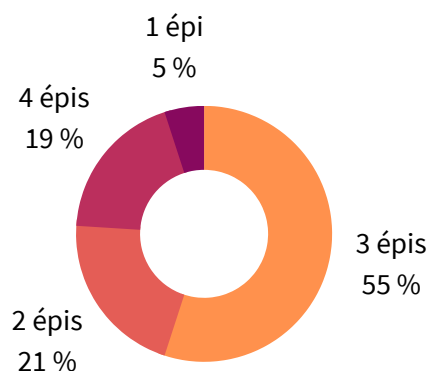
## 1. Le parc en chambres d'hôtes

En nombre de lits, comme en nombre d'unités, la catégorie 3 épis est la plus représentée avec plus de la moitié de l'offre. Les chambres d'hôtes 2 et 4 épis suivent avec des parts quasi-similaires (respectivement **21 %** et **19 %**).



165 lits

### Répartition par catégorie (en nb de lits)

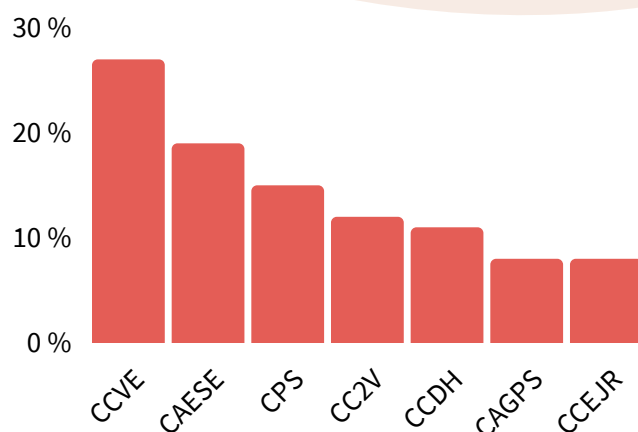


En nombre de lits, la CAESE domine l'offre en chambres d'hôtes en possédant un quart de l'offre (**27 %**). La CC2V et la CPS suivent avec, respectivement, **19 %** et **15 %** de l'ensemble de l'offre.

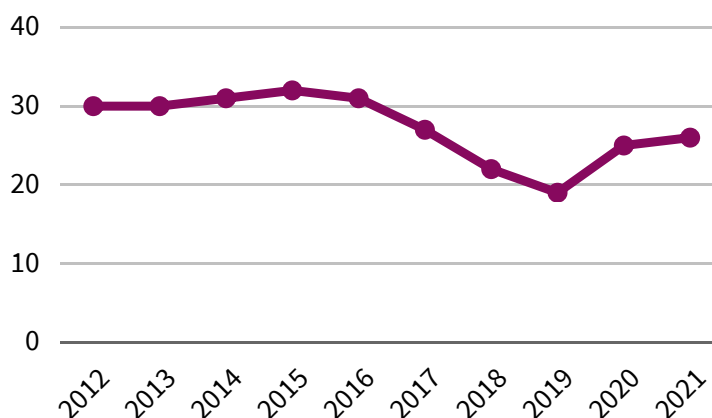
De 2012 à 2021, le parc s'est réduit de seulement **4** unités. Cependant durant cette période, son évolution est en dents de scie :

- De 2012 à 2016, le parc s'est vu stabilisé (**+3 %**) ;
- Pour ensuite connaître une diminution progressive du nombre d'unités entre 2017 et 2019 (**-30 %**) ;
- Cependant, depuis 2019, le nombre de chambres d'hôtes labellisées repart à la hausse (**+37 %**) pour atteindre **26** structures en 2021.

Répartition au sein des EPCI (en nb de lits)



Évolution des chambres d'hôtes labellisées (en nb d'unités)

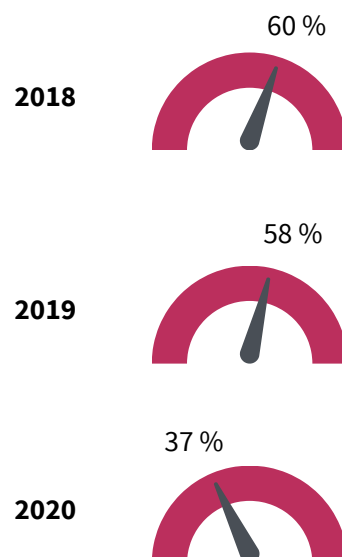


## 2. La fréquentation

### Taux d'occupation

En 2018 et 2019, les chambres d'hôtes ont enregistré un taux d'occupation annuel assez satisfaisant avec des niveaux supérieurs à **55 %**. A noter toutefois une baisse de **-4 %** entre ces deux années. La forte baisse constatée en 2020 est à relativiser en raison de l'année marquée par la crise sanitaire internationale. Par ailleurs, au même titre que les gîtes, le niveau supérieur à **30 %** (TO de **37 %**) reste significatif marquant une résilience.

Évolution du taux d'occupation 2018-2020



## Durée moyenne de séjour



DMS clientèle française : **1,3 jour**



DMS clientèle étrangère : **2,5 jours**

## 3. Les clientèles

### Quels motifs ?

Les répondants à l'enquête indiquent que les motifs de séjour de la clientèle dans les chambres d'hôtes labellisées sont en premier lieu pour **vacances et courts séjours (40 %)**, pour des **événements familiaux (40 %)**, et pour **motif professionnel (20 %)**. **60 %** des répondants affirment que la clientèle séjournant dans leur établissement est **primo-visiteur** et estiment l'âge de la clientèle entre **31 et 50 ans**.



Vacances, courts séjours loisirs  
**40 %**



Événements familiaux  
**40 %**



Motif professionnel  
**20 %**

### Où résident-elles ?

L'ensemble des répondants ont indiqué que leur clientèle était principalement **française**. Cette clientèle est diversifiée en termes de provenance géographique, contrairement à celle des meublés qui est surtout francilienne. En effet, les régions principales de résidence de la clientèle française sont la Bretagne et l'Auvergne-Rhône-Alpes (**80 %** des répondants). La région Grand-Est demeure la troisième région pourvoyeuse de nuitées (**60 %**). La clientèle étrangère provient principalement de pays frontaliers et du nord de l'Europe : Belgique (**60 %**), Pays-Bas (**40 %**), Allemagne et Suisse (**20 %**).

#### Clientèles françaises



Bretagne  
Auvergne-Rhône-Alpes



Grand-Est

#### Clientèles étrangères





|                     |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                   |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>FORCES</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une importante offre labellisée 3 épis</li> <li>• Une répartition géographique couvrant le sud et le nord du département, contrairement aux meublés de tourisme</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une faible offre en nombre de lits</li> <li>• Une faible représentation de l'offre haut de gamme : très peu d'hébergements labellisés 4 épis et absence de 5 épis</li> <li>• Une offre se développant quantitativement peu ces dernières années</li> </ul>  | <b>FAIBLESSES</b> |
| <b>OPPORTUNITÉS</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comme au sein des meublés de tourisme, une clientèle française majoritaire, un atout en temps de crise</li> <li>• Un marché peu concurrencé par les locations saisonnières de type Airbnb</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une offre peu mise en avant dans les offres touristiques</li> <li>• Une offre peu visible au sein du parc en hébergements touristiques essonniens auprès de la clientèle d'itinérance/nature</li> <li>• Un coût relativement élevé d'une chambre</li> </ul> | <b>MENACES</b>    |



## ENJEUX

- Maintenir qualitativement l'offre en chambres d'hôtes en développant les services, pour garantir un parc en hébergements touristiques diversifié.
- Soutenir le développement d'une offre haut de gamme.
- Mieux connaître l'offre pour pouvoir en faire la promotion (recensement, structuration du réseau, club d'hôtes, etc.).

## VI. HÉBERGEMENTS INSOLITES

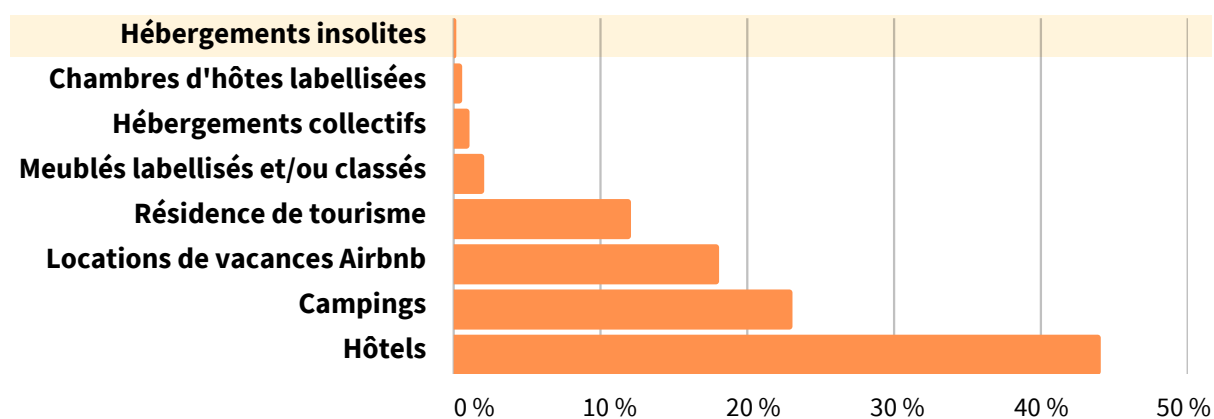
### Lexique

**Hébergement insolite** : L'hébergement insolite est par nature un hébergement original qui sort du cadre usuel de l'habitat traditionnel. Il est situé dans un environnement très privilégié, sans aucune nuisance. Son mode de fonctionnement s'apparente à la formule gîte, à la formule chambres d'hôtes, ou encore à la formule camping.

**Durée moyenne de séjour (DMS)** : nombre de nuitées / nombre d'arrivées

**Taux d'occupation (TO)** : nombre de chambres vendues / nombre de chambres disponibles

Une **très faible représentation des hébergements insolites (0,1 %)** en nombre de lits. Seuls **43 lits** sont présents sur le département de l'Essonne.



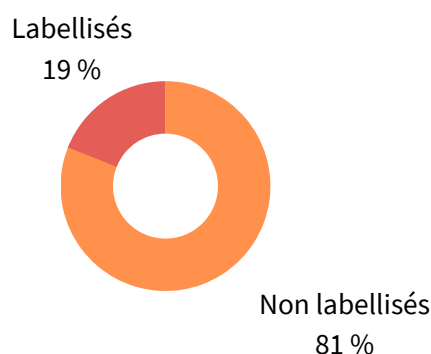
Sources : AirDNA, Class, Clévacances, Gîtes de France, Essonne Tourisme.

### 1. Le parc en hébergements insolites

 **43 lits**

L'offre non labellisée est fortement majoritaire avec **81 %** des lits totaux, soit **8** structures sur **11** présentes dans le département.

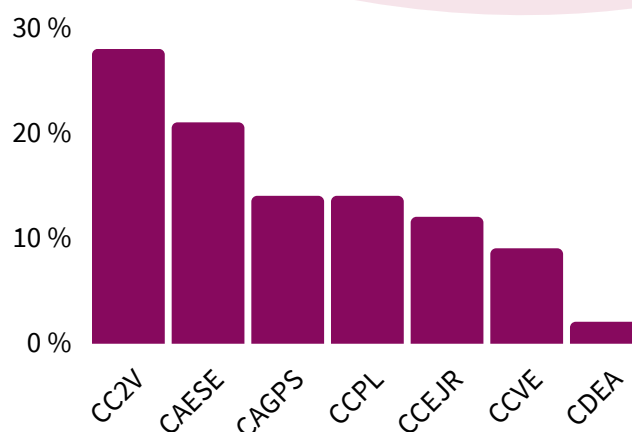
#### Répartition de l'offre selon labellisation (en nb de lits)



## Répartition par territoire

Une concentration géographique de l'offre en hébergements insolites est observée en Essonne : **84 %** des lits sont situés sur 6 intercommunalités au sud.

## Répartition au sein des EPCI (en nb de lits)



## Tarifs moyens des chambres

| Tarif min. nuitée | Tarif max. nuitée | Tarif min. semaine | Tarif max. semaine |
|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| 89 €              | 117 €             | 473 €              | 590 €              |

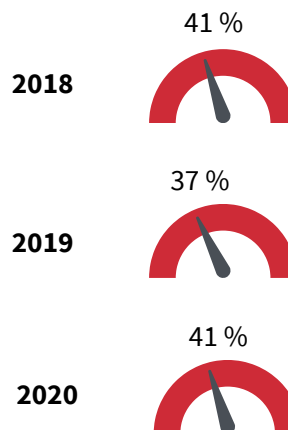
## 2. La fréquentation

### Taux d'occupation

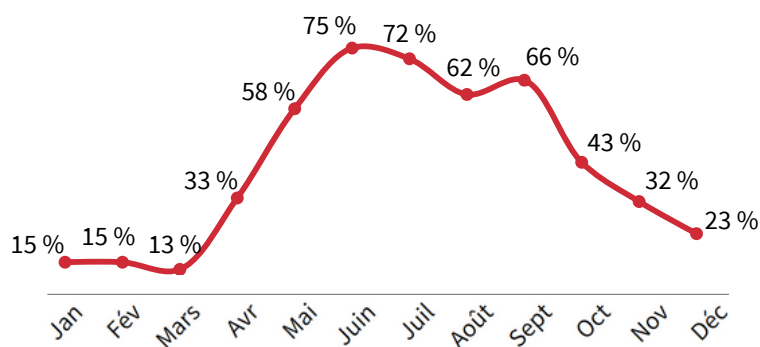
Entre 2018 et 2020, les taux d'occupation annuels évoluent peu et demeurent aux alentours de **40 %**. En 2020, malgré le contexte globalement difficile de crise sanitaire, les hébergements insolites réussissent à augmenter le niveau de remplissage par rapport à 2019.

Par leur caractéristique proche de la nature, les hébergements insolites connaissent une saisonnalité marquée. L'activité est soutenue durant les beaux jours entre mai et septembre, avec des taux d'occupation compris entre **58 %** et **75 %**. À partir du mois d'octobre, le niveau diminue progressivement jusqu'à l'arrivée du printemps. Mars enregistre le taux le plus bas (**13 %**).

### Évolution du taux d'occupation 2018-2020



### Taux d'occupation mensuels en 2019



## Durée moyenne de séjour



DMS clientèle française : **1,6 jour**



DMS clientèle étrangère : **2,8 jours**

## 3. Les clientèles

### Quels motifs ?

La clientèle de **loisirs** est majoritaire pour **90 %** des hébergements insolites ayant répondu à l'enquête.



Vacances, courts séjours loisirs  
**90 %**



Motif professionnel  
**10 %**

### Où résident-elles ?

**51 %** de la clientèle est française contre **49 %** d'origine étrangère. La répartition est ainsi équilibrée. Les propriétaires d'hébergements insolites déclarent recevoir principalement une clientèle française en provenance d'Île-de-France (totalité des répondants), de Hauts-de-France (**43 %**) et de Centre-Val de Loire (**29 %**), soit une clientèle dite de proximité et de moyenne proximité.

Concernant les **49 %** de clientèles étrangères, celles-ci viennent principalement des Pays-Bas (**71 %** des répondants), d'Allemagne (**57 %**) et de Belgique (**43 %**).

**57 %** des répondants estiment que les visiteurs ont un âge compris **entre 31 et 50 ans**, et **85 %** qu'ils sont des **primo-visiteurs**.

#### Clientèles françaises



Île-de-France



Hauts-de-France



Centre-Val de Loire

#### Clientèles étrangères



**Primo-visiteurs**  
85 % des réponses



|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                        |                   |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>FORCES</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un taux d'occupation qui se maintient depuis 3 ans malgré la crise sanitaire</li> <li>• Des taux d'occupation élevés en haute saison</li> <li>• Un mix-clientèle équilibré, entre clientèle française et étrangère</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une très faible représentativité départementale des hébergements insolites</li> <li>• Une répartition géographique déséquilibrée</li> <li>• Peu de lits labellisés</li> </ul> | <b>FAIBLESSES</b> |
| <b>OPPORTUNITÉS</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un cadre idéal au sud de l'Essonne, propice au tourisme de mise au vert et de proximité, pour un développement de l'offre</li> </ul>                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une saisonnalité marquée par des hébergements tournés vers le rapprochement à la nature</li> </ul>                                                                            | <b>MENACES</b>    |



## ENJEUX

- Développer quantitativement l'offre sur l'ensemble du département.
- Proposer des hébergements insolites adaptés à la période hivernale afin de lisser la saisonnalité.

## VII. HÉBERGEMENTS COLLECTIFS

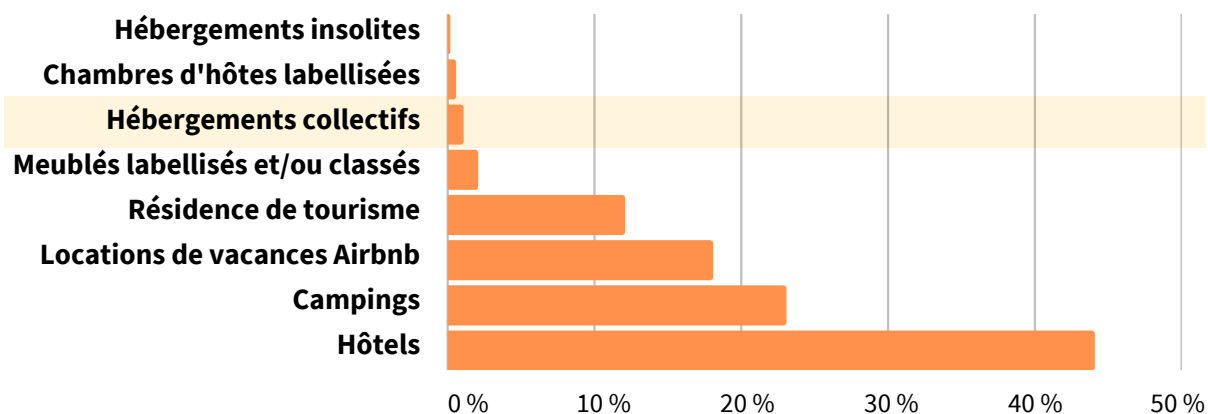
### Lexique

**Hébergement collectif** : Un hébergement collectif touristique est une installation qui, régulièrement ou occasionnellement, pourvoit à l'hébergement de touristes comme les hôtels, campings, hébergements en meublés de courte durée, résidences de tourisme, centres de villégiatures, centres de vacances pour enfants et adolescents, auberges de jeunesse et refuges, etc. (source : Insee). Dans le cadre de cette étude ont été considérés comme hébergements collectifs : auberges collectives, centres d'hébergement et gîtes de groupe. Sont entendus gîtes de groupe les meublés de grande capacité (a minima 11 personnes dans un même logement).

**Durée moyenne de séjour (DMS)** : nombre de nuitées / nombre d'arrivées

**Taux d'occupation (TO)** : nombre de chambres vendues / nombre de chambres disponibles

Une **très faible représentativité des hébergements collectifs (1 %)** est observée, avec seulement **461 lits**. Il s'agit de la 6ème offre, devant les chambres d'hôtes et les hébergements insolites.



Sources : AirDNA, Class, Clévacances, Gîtes de France, Essonne Tourisme.

### 1. Le parc en hébergements collectifs



461 lits

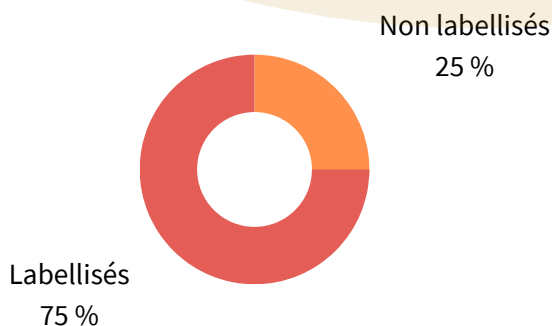


Les hébergements collectifs labellisés représentent **65 %** de l'offre. En nombre de lits, la proportion s'accroît : **75 %** des lits se trouvent dans des hébergements labellisés.

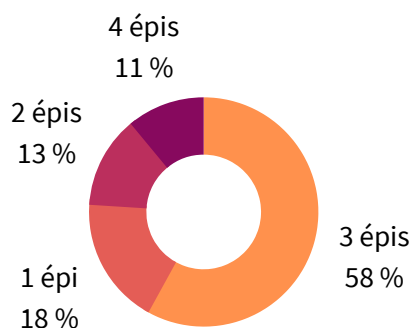
Comme pour l'hôtellerie et les résidences de tourisme, le créneau 3 épis est le plus représenté sur le marché des hébergements collectifs. Les hébergements entrée de gamme (1 épi) arrivent en deuxième positionnement.

Les gîtes de groupes restent la typologie la plus représentée avec la moitié des lits essonniens (**49 %**). Les centres de séjour enregistrent quant à eux **29 %** de l'ensemble des lits en hébergements collectifs. Les auberges collectives représentent **22 %** des lits.

### Répartition de l'offre selon labellisation (en nb de lits)



### Répartition offre labellisée selon standing Gîtes de France (en nb de lits)

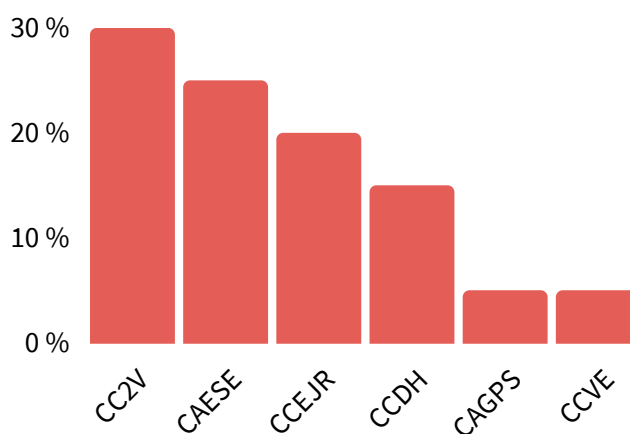


### Répartition par territoire

En nombre de lits, la CC2V demeure le territoire le plus pourvu (**30 %**). La CAESE (**25 %**) et la CCEJR (**20 %**) complètent le podium.

Comme pour l'hôtellerie de plein air, la répartition est inégale avec presque la totalité des lits dans le sud (**75 %**).

### Répartition au sein des EPCI (en nb de lits)



### Tarifs moyens des chambres

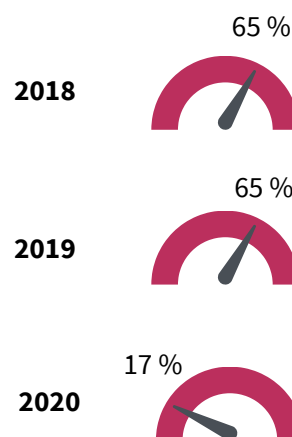
| Tarif min. nuitée | Tarif max. nuitée | Tarif min. semaine | Tarif max. semaine |
|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| 110 €             | 124 €             | 230 €              | 355 €              |

## 2. La fréquentation

### Taux d'occupation

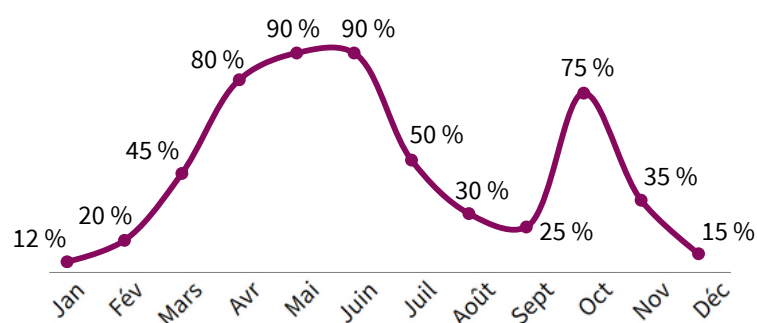
En 2018 et 2019, les taux d'occupation des hébergements collectifs ont atteint un niveau satisfaisant de **65 %**. En 2020, l'occupation atteint un niveau très bas (**17 %**) en raison de la crise sanitaire, peu propice aux séjours en hébergements collectifs, recherchés principalement pour des séjours scolaires et associatifs, et des événements privés et professionnels.

### Évolution du taux d'occupation 2018-2020



On observe une saisonnalité très marquée avec des pics de fréquentation durant les périodes d'activités scolaires et professionnelles. Le printemps est également la période la plus propice aux événements familiaux. A contrario, sont observées des fortes baisses durant les vacances estivales et hivernales.

### Taux d'occupation mensuels en 2019



### Durée moyenne de séjour



DMS clientèle française : **3 jours**



Les répondants à l'enquête n'ont pas indiqué la durée moyenne de séjour pour la clientèle étrangère.

### 3. Les clientèles

#### Quels motifs ?

L'enquête réalisée auprès des hébergements collectifs révèle que la clientèle y séjournant le fait principalement pour **motif associatif** (**40 %** des répondants à l'enquête ont indiqué qu'il était le principal motif). Dans une même proportion, les répondants ont indiqué que les **visites à la famille** et les **événements privés familiaux** ainsi que les **séjours de loisirs** sont particulièrement pourvoyeurs de nuitées (**20 %**).



Motif associatif  
**40 %**



Visite famille/amis  
**20 %**



Évènements familiaux  
**20 %**



Vacances, courts séjours loisirs  
**20 %**

#### Où résident-elles ?

La clientèle française séjournant dans les hébergements collectifs est principalement de proximité (Île-de-France, 1<sup>ère</sup> région avec **100 %** des répondants). Les régions Auvergne-Rhône-Alpes (**40 %**), Nouvelle-Aquitaine et Grand-Est (**20 % ex-aequo**) complètent le podium.

La clientèle étrangère est principalement représentée par la clientèle belge, allemande ou encore polonaise.

**31-50 ans** est la tranche d'âge la plus représentée au sein des hébergements collectifs (**80 %** des répondants).

#### Clientèles françaises



Île-de-France



Auvergne-Rhône-Alpes



Nouvelle-Aquitaine  
Grand-Est

#### Clientèles étrangères



**Primo-visiteurs**  
**60 % des réponses**



|                     |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>FORCES</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une majorité de lits labellisés rendant compte d'un maintien qualitatif du parc</li> <li>• Une offre labellisée de gamme supérieure : 70 % de l'offre 3 et 4 épis</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une faible représentativité départementale des hébergements collectifs</li> <li>• Une saisonnalité très marquée : des pics de fréquentation au printemps et en octobre (périodes d'activités scolaires et professionnelles, et d'évènements familiaux)</li> </ul> | <b>FAIBLESSES</b> |
| <b>OPPORTUNITÉS</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une occupation satisfaisante (TO de 65 %), non significative de saturation de l'offre</li> <li>• Des hébergements propices à l'accueil d'une clientèle nature/itinérante</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un marché des hébergements collectifs fortement impacté par la crise sanitaire qui perdure en raison d'une clientèle peu touristique</li> </ul>                                                                                                                   | <b>MENACES</b>    |



## ENJEUX

- Renouveler qualitativement le parc par la création d'une offre nouvelle à destination d'une clientèle nature/itinérante.
- Communiquer davantage auprès des clients en leur faisant découvrir l'offre touristique autour des hébergements collectifs.

## VIII.

## HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

## Lexique

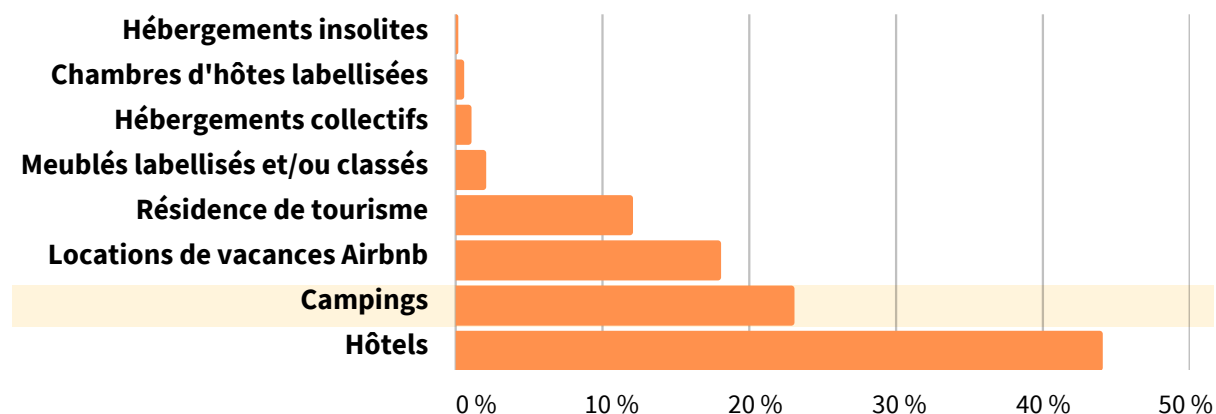
**Campings loisirs** : sont classés terrains de camping avec la mention « loisirs », les terrains aménagés de camping et de caravanage si plus de la moitié du nombre des emplacements dénommés emplacements « loisirs » est destinée à la location supérieure au mois par une clientèle qui n'y élit pas domicile (source : Code du tourisme).

**Campings tourisme** : sont classés terrains de camping avec la mention « tourisme », les terrains aménagés de camping et de caravanage si plus de la moitié du nombre des emplacements dénommés emplacements « tourisme » est destinée à la location à la nuitée, à la semaine ou au mois pour une clientèle de passage (source : Code du tourisme).

**Emplacements locatifs** : où y sont implantés des résidences mobiles ou des Habitations Légères de Loisir (HLL), appartenant au gestionnaires du camping ou à un gestionnaire extérieur, destinés à être louée à des vacanciers, à la semaine, à la nuitée.

**Durée moyenne de séjour (DMS)** : nombre de nuitées / nombre d'arrivées

Environ un quart de l'offre en lits du département correspond à l'hôtellerie de plein air (**23 %**), ce qui en fait la **deuxième offre en hébergements touristiques** derrière l'hôtellerie.



Sources : AirDNA, Class, Clévacances, Gîtes de France, Essonne Tourisme.

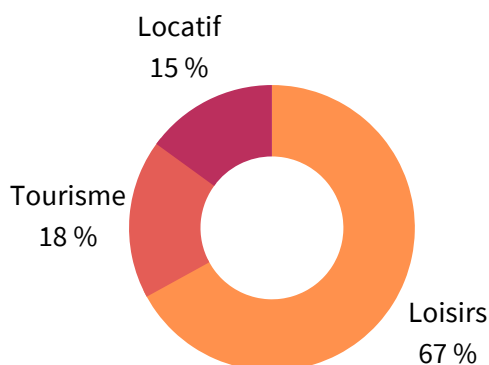
## 1. Le parc en hôtellerie de plein air



8 250 lits

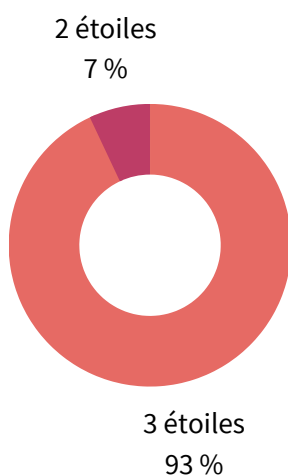
Une offre très majoritairement classée « Loisirs » avec **67 %** de l'ensemble des emplacements, impliquant une offre à destination d'une clientèle de grande proximité ou encore de travailleurs. En classement « Tourisme », seules 2 catégories y sont représentées : les campings 2 et 3 étoiles. **75 %** des emplacements sont classés 3 étoiles. En classement « Loisirs », l'offre est également représentée par seulement 2 créneaux : 1 et 3 étoiles, l'offre 3 étoiles étant fortement majoritaire (**75 %**).

### Répartition de l'offre par type d'emplacements

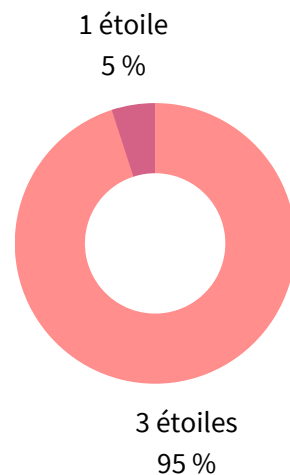


### Répartition catégorielle (en nb de lits)

#### Classement « Tourisme »



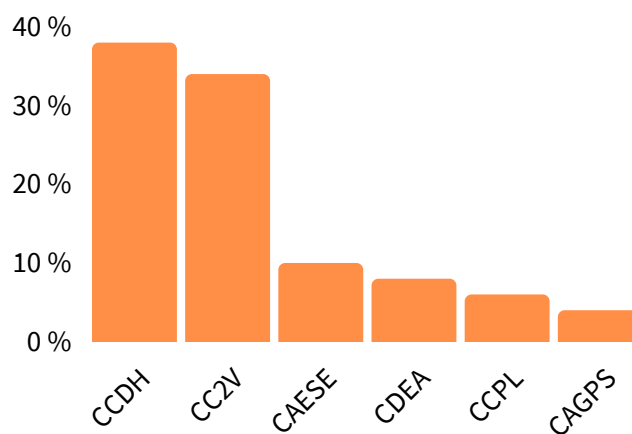
#### Classement « Loisirs »



### Répartition par territoire

En nombre de lits, le Dourdannais en Hurepoix et les 2 Vallées dominent l'offre avec un total de **71,8 %** des emplacements. Cœur d'Essonne et Grand Paris Sud, par leurs caractéristiques urbaines, représentent moins de **10 %** des lits sur le département.

### Répartition au sein des EPCI (en nb de lits)



## Tarifs moyens des emplacements

Non classé

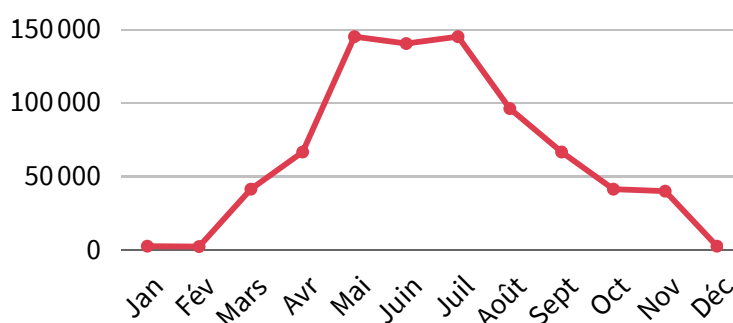
Classé

| Emplacements nus  |                   | Emplacements équipés |                    |
|-------------------|-------------------|----------------------|--------------------|
| Tarif min. nuitée | Tarif max. nuitée | Tarif min. semaine   | Tarif max. semaine |
| 3,6 €             | 3,6 €             | nd                   | nd                 |
| 17,5 €            | 22,5 €            | 194 €                | 432 €              |

## Offre disponible

La disponibilité en emplacements est significative **d'avril à août**, indiquant une **forte saisonnalité** de l'activité.

Disponibilités mensuelles (en nb d'emplacements)



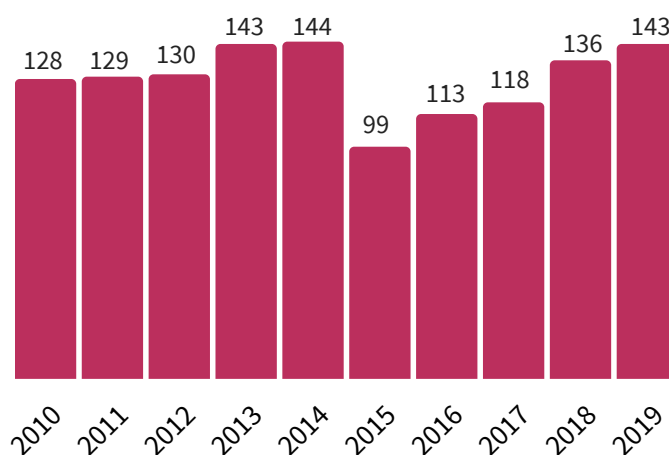
## 2. La fréquentation

### Nombre de nuitées

De 2010 à 2019, le nombre de nuitées augmente de **+11,7 %**. Cependant, deux phases d'évolution sont observées :

- De 2010 à 2014, l'évolution est peu marquée avec cependant un pic de fréquentation en 2014 ;
- De 2015 à 2019, la fréquentation est en croissance constante à la suite de la chute du nombre de nuitées observée en 2015 et 2016 en raison du contexte sécuritaire. L'année 2019 connaît un niveau similaire aux années 2013 et 2014, soit un des plus élevés en 10 ans.

Évolution du nombre de nuitées (en milliers)





## Durée moyenne de séjour



DMS clientèle française : **2,5 jours**



DMS clientèle étrangère : **4,5 jours**

## 3. Les clientèles

### Quels motifs ?

Les campings ayant répondu à l'enquête indiquent que leur clientèle y séjourne majoritairement pour **motif professionnel** (chantiers, longs séjours professionnels), puis pour des **points étapes** ainsi que pour des **vacances et courts séjours**.



Motif professionnel  
**100 %**



Points étapes  
**80 %**



Vacances, courts séjours loisirs  
**80 %**

### Où résident-elles ?

Les campings essonniens attirent principalement une clientèle venue de Bretagne (**60 %** des répondants) et des Hauts-de-France (**60 %**).

Concernant la clientèle étrangère, celle-ci est principalement dominée par les Pays-Bas (**100 %** des répondants), l'Allemagne (**80 %**) et la Belgique (**40 %**).

Par ailleurs, **60 %** des campings ayant répondu à l'enquête, déclarent recevoir principalement des **repeaters** âgés **de 31 à 50 ans**. Cela s'explique par une offre majoritairement dédiée à la location longue durée au détriment d'une offre de tourisme.

#### Clientèles françaises



Bretagne



Hauts-de-France

#### Clientèles étrangères



|                     |                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                        |                   |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>FORCES</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une importante capacité en nombre d'emplacements</li> <li>• Une durée moyenne de séjour de la clientèle étrangère satisfaisante</li> <li>• Une croissance constante du nombre de nuitées depuis 2015</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une faible offre en emplacements dits « Tourisme »</li> <li>• Une répartition catégorielle rendant compte d'une offre peu qualitative (2 catégories représentées et absence d'une offre 4 étoiles)</li> </ul> | <b>FAIBLESSES</b> |
| <b>OPPORTUNITÉS</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un cadre propice au tourisme de pleine nature au sud de l'Essonne</li> </ul>                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une offre concurrentielle dans les départements voisins</li> <li>• Une prépondérance de la clientèle professionnelle peu propice au développement d'une offre « Tourisme »</li> </ul>                         | <b>MENACES</b>    |



## ENJEUX

- Capitaliser sur le tourisme de pleine nature et de proximité ainsi que sur l'image nature de l'Essonne, via l'hôtellerie de plein air.
- Développer quantitativement les emplacements de tourisme et locatifs (HLL).
- Allonger la durée moyenne de séjour des clientèles françaises et de proximité par l'amélioration qualitative du parc (services proposés).

# LES MISSIONS D'ESSONNE TOURISME



## FÉDÉRER, INFORMER ET STIMULER

tous les acteurs publics et  
privés du département



## ANALYSER, CONSEILLER, ÉVALUER ET COLLABORER

à la stratégie de  
développement touristique  
du département



## COLLECTER, GÉRER, QUALIFIER

et mettre à disposition les informations  
touristiques (observation)



## FAIRE LA PROMOTION

de son offre touristique en France  
et à l'étranger



## GÉRER ET ANIMER

des filières infra départementales afin  
de développer la mise en marché

## VOUS AVEZ UN PROJET ? LE PÔLE INGÉNIERIE PEUT VOUS ACCOMPAGNER !



## RÉSEAU

Mettre en relation les  
partenaires privés et  
institutionnels



## ADMINISTRATION

Faciliter vos démarches



## DIAGNOSTIC & DONNÉES

Analyser l'opportunité  
touristique



## FINANCEMENTS

- Accompagner vos recherches
- Appel à projets touristiques du  
Département de l'Essonne
- Aide à la création et à la rénovation  
d'hébergements touristiques
- Fonds régional pour le tourisme

2022

# HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES EN ESSONNE

Ce document est téléchargeable sur :  
**[pro.essonnetourisme.com](http://pro.essonnetourisme.com)**

Pour une demande de renseignement sur  
les hébergements touristiques :

**Jéromine Lignier - 01 64 97 95 10**  
**[j.lignier@essonnetourisme.com](mailto:j.lignier@essonnetourisme.com)**

Pour contacter l'observatoire du tourisme :

**Daiane Seno Alves - 01 64 97 96 32**  
**[d.senoalves@essonnetourisme.com](mailto:d.senoalves@essonnetourisme.com)**

**[essonnetourisme.com](http://essonnetourisme.com)**