Insee Analyses

N° 33
Février 2017

Les logements touristiques de particuliers proposés par Internet

L'Insee vient de conduire une première estimation de l'importance des hébergements touristiques proposés par des particuliers *via* des plateformes internet. Leur fréquentation apparaît en vive croissance en 2016 (+ 30 %). Le dynamisme est plus marqué pour la clientèle résidente (+ 36 %) et pour les logements situés en province (+ 36 %) ; le marché en Île-de-France semble davantage arrivé à maturité. Ainsi, en 2016, 66 % des clients seraient des résidents et 80 % de la fréquentation concernerait des logements situés en province.

Le développement des plateformes internet a enrichi l'offre d'hébergements touristiques marchands, même si une partie de l'offre des particuliers existait déjà en dehors de ces canaux. En 2016, ces réseaux draineraient environ 11 % de la fréquentation en matière de logements, dans l'ensemble comprenant l'offre des entreprises : hôtels, campings, résidences de tourisme. Leur part de marché serait de 16 % pour ce qui est des nuitées passées par les touristes. La prise en compte de ces données conduirait à revoir significativement à la hausse la fréquentation touristique en France : celle-ci aurait augmenté de 2,6 % en 2016 sur l'ensemble du champ, alors qu'elle a diminué de 1,3 % pour le seul segment de l'offre des entreprises.

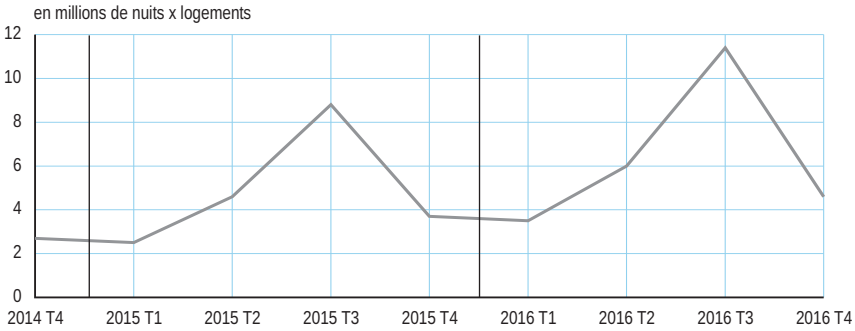
Paul Franceschi, division Services, Insee

L'Insee réalise régulièrement des enquêtes de fréquentation *(définitions)* auprès des acteurs professionnels de l'hébergement collectif touristique, tels que les hôtels, campings et résidences de tourisme. Mais des logements sont également proposés aux touristes par des particuliers. L'Insee a donc souhaité élargir son analyse de l'activité d'hébergement touristique marchand au segment de l'économie collaborative constitué par les enseignes/plateformes internet proposant des logements de particuliers. Il a conduit en 2016 une opération pilote de collecte de données de fréquentation auprès des principales plateformes internet *(sources et méthodes)*. Ces travaux donnent une première mesure de leur fréquentation, qui peut être rapprochée de celle des hébergements collectifs touristiques « classiques ».

Près de 26 millions de nuits passées dans ces logements en 2016

En 2016, la fréquentation des logements touristiques proposés par des particuliers sur des plateformes internet représenterait 25,5 millions de nuits x logements *(définitions)* en France métropolitaine *(figure 1)*. Cette mesure est la somme des flux réels facturés directement par ces plateformes et d'une estimation des flux générés par les mises en relation entre

1 La fréquentation des logements proposés *via* des plateformes



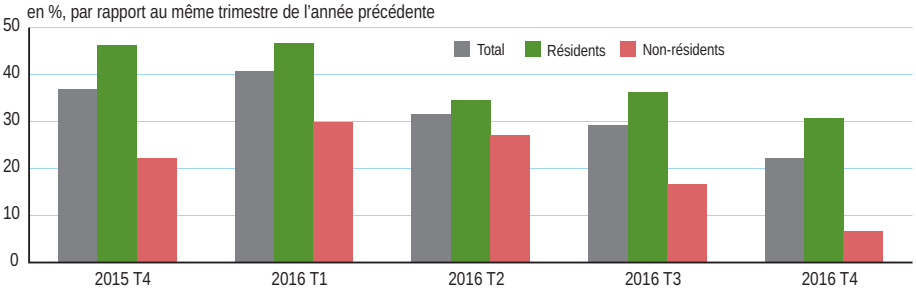
Lecture : au 4e trimestre 2016, la fréquentation des logements proposés *via* des plateformes est de 4,6 millions de nuits x logements.
Champ : logements touristiques de particuliers proposés par les principales plateformes internet.
Source : Insee, estimations sur un panel d'enseignes (adhérentes à l'UNPLV ou à Gîtes de France).

propriétaires et clients potentiels *(sources et méthodes)*. Cette fréquentation serait ainsi en hausse de 30 % par rapport à 2015. La vigueur de l'augmentation est toutefois un peu moindre chaque trimestre, traduisant une certaine maturité du marché *(figures 2 et 3)*.

La clientèle résidente progresserait de 36 % sur un an

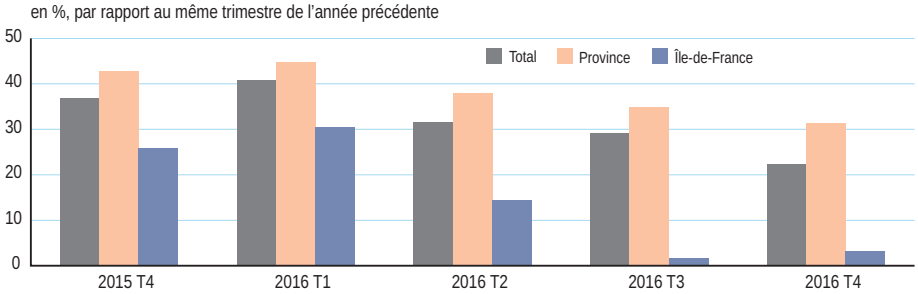
La hausse de la fréquentation est globalement tirée par la clientèle résidente, qui atteindrait une part de 66 % en 2016 (après 63 % en 2015 ; *figure 4*). Sa fréquentation augmenterait de 36 %, soit deux fois plus que la clientèle étrangère (+ 19 %). Ces données suggèrent ainsi un relais de croissance pris par la clientèle hexagonale, même si la clientèle étrangère continue de progresser. Cette évaluation est toutefois délicate : l'historique des données est limité à 27 mois et certains effets saisonniers sont difficiles à corriger (proportion d'étrangers traditionnellement plus élevée durant l'été). De plus, la fréquentation étrangère a été stimulée par des événements internationaux (COP 21 fin 2015 ou Euro de football en juin 2016) et, en revanche, a pâti de l'impact des attentats ayant frappé le territoire français. L'analyse des données suggère que la fréquentation étrangère serait mieux orientée en fin d'année, comme ce qui est observé dans les autres segments de l'activité touristique, notamment les hôtels.

2 Évolution de la fréquentation des logements proposés *via* des plateformes, selon l'origine de la clientèle



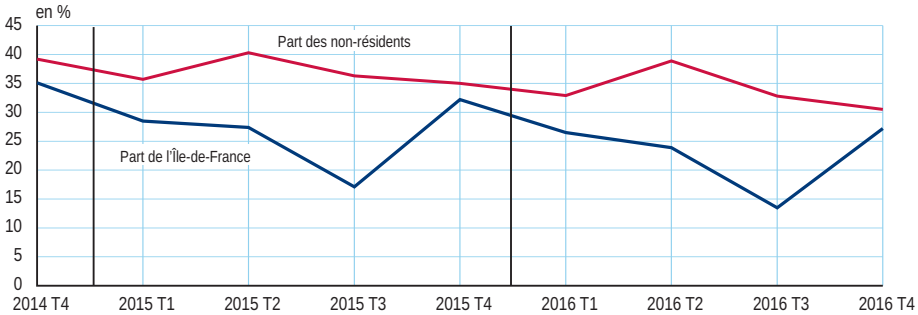
Lecture : au 4e trimestre 2016, la fréquentation des logements proposés *via* des plateformes par les résidents progresse de 31 % par rapport au 4e trimestre 2015.
Champ : logements touristiques de particuliers proposés par les principales plateformes internet.
Source : Insee, estimations sur un panel d'enseignes (adhérentes à l'UNPLV ou à Gîtes de France).

3 Évolution de la fréquentation des logements proposés *via* des plateformes, selon la localisation



Lecture : au 4e trimestre 2016, la fréquentation des logements de province proposés par les plateformes progresse de 31 % par rapport au 4e trimestre 2015.
Champ : logements touristiques de particuliers proposés par les principales plateformes internet.
Source : Insee, estimations sur un panel d'enseignes (adhérentes à l'UNPLV ou à Gîtes de France).

4 Structure de la fréquentation des logements proposés *via* des plateformes



Lecture : au 4e trimestre 2016, les non-résidents représentent 31 % de la fréquentation des logements proposés *via* des plateformes.
Champ : logements touristiques de particuliers proposés par les principales plateformes internet.
Source : Insee, estimations sur un panel d'enseignes (adhérentes à l'UNPLV ou à Gîtes de France).

La fréquentation en province augmenterait de 36 %

La province représenterait désormais 80 % de la fréquentation des logements touristiques de particuliers proposés sur des plateformes internet (76 % en 2015 ; *figure 4*). L'activité y augmenterait de 36 % sur un an, contre seulement + 10 % en Île-de-France. Le marché dans cette dernière région semble davantage arrivé à maturité ; il a par ailleurs été plus fortement pénalisé en 2016 par l'impact des attentats *(figure 3)*. L'extension régulière de l'offre en province indiquerait que les ménages dans les villes, comme dans les territoires moins denses, ont pris exemple du succès très médiatisé de ce type de formule à Paris et alentours pour proposer davantage de logements touristiques.

11 % de la fréquentation des hébergements touristiques marchands

Les logements proposés par des particuliers *via* les plateformes deviennent donc une composante significative des hébergements touristiques marchands, à côté de ceux mis à disposition par des entreprises telles que les hôtels, campings ou résidences de tourisme *(sources et méthodes)*. La fréquentation par l'intermédiaire des plateformes représenterait ainsi 11 % de la fréquentation totale d'hébergements en 2016 (9 % en 2015 ; *figure 5*).

16 % des nuitées passées par des touristes

La connaissance par les plateformes du nombre d'occupants par logement n'est pas aussi complète que celle dont disposent les entreprises d'hébergement plus traditionnelles, qui assurent un accueil permanent dans leurs établissements. Compte tenu des éléments disponibles, on estime qu'il y aurait en moyenne 3 personnes par logement distribué par les plateformes. Sous cette hypothèse, leur fréquentation représenterait environ 76 millions de nuitées (nuits x voyageurs ; *définitions*) en 2016, soit 16 % de l'ensemble des nuitées dans les hébergements marchands *(figure 6)*.
La saisonnalité des plateformes est importante durant l'été, mais moindre que pour les autres types d'hébergement. La part de marché des plateformes est relativement plus élevée au quatrième trimestre *(figure 7)*.

L'intégration de cette offre améliore le diagnostic conjoncturel du tourisme…

L'intégration de ces données sur les plateformes conduirait à un diagnostic conjoncturel plus favorable sur le tourisme en France. Ainsi, l'évolution entre 2015 et

5 Fréquentation des hébergements touristiques marchands en nuits x logements

niveaux en millions, évolutions et parts en %

Période	Logements particuliers des plateformes (1)	Logements professionnels				Total logements (6) = (1+5)	Logements particuliers des plateformes / Total logements (7) = (1) / (6) (en %)
		Hôtels (2)	AHCT* (3)	Campings (4)	Total professionnels (5) = (2+3+4)		
2014 T4	2,7	28,1	6,6	0,0	34,7	**37,4**	7,3
2015 T1	2,5	25,7	8,5	0,0	34,2	**36,7**	6,9
2015 T2	4,6	34,8	9,7	8,0	52,4	**57,0**	8,0
2015 T3	8,8	39,0	13,9	29,1	81,9	**90,7**	9,7
2015 T4	3,7	27,4	6,3	0,0	33,8	**37,5**	10,0
2016 T1	3,5	26,1	8,5	0,0	34,6	**38,1**	9,3
2016 T2	6,0	34,2	9,4	7,4	51,0	**57,0**	10,6
2016 T3	11,4	37,6	13,4	29,2	80,2	**91,6**	12,4
2016 T4	4,6	28,6	6,4	0,0	35,0	**39,5**	11,6
2015	19,6	126,9	38,4	37,0	202,3	**221,9**	8,8
2016	25,5	126,5	37,7	36,6	200,7	**226,2**	11,3
Évolution 2016/2015 (en %)	29,9	– 0,3	– 1,8	– 1,2	– 0,8	**1,9**	///

* Autres hébergements collectifs touristiques.
Lecture : au 4e trimestre 2016, la fréquentation des logements des plateformes représente 11,6 % de l'activité totale des hébergements touristiques marchands.
Champ : logements touristiques de particuliers, proposés par les principales plateformes internet.
Sources : Insee, enquêtes de fréquentation des hôtels, campings et AHCT et estimations sur données d'enseignes (adhérentes à l'UNPLV ou à Gîtes de France).

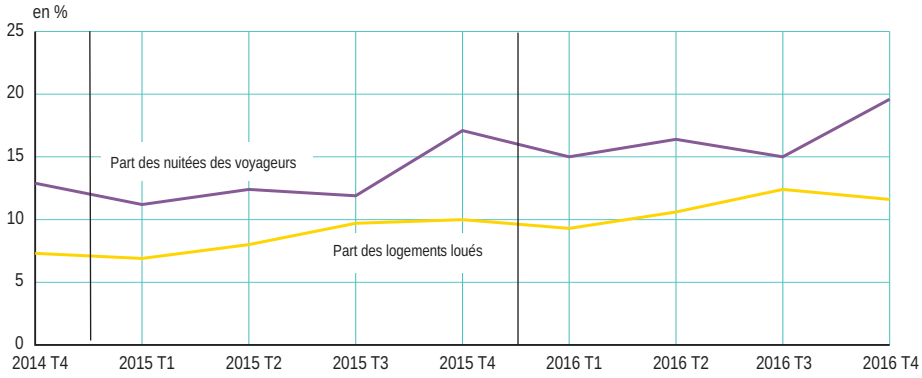
6 Fréquentation des hébergements touristiques marchands en nuits x voyageurs

niveaux en millions, évolutions et parts en %

Période	Logements particuliers des plateformes (1)	Logements professionnels				Total logements (6) = (1+5)	Logements particuliers des plateformes / Total logements (7) = (1) / (6) (en %)
		Hôtels (2)	AHCT* (3)	Campings (4)	Total professionnels (5) = (2+3+4)		
2014 T4	8,2	41,8	13,4		55,2	**63,4**	12,9
2015 T1	7,5	38,5	21,2		59,7	**67,2**	11,2
2015 T2	13,7	55,3	21,4	20,3	97,0	**110,8**	12,4
2015 T3	26,4	67,1	35,8	92,5	195,5	**221,8**	11,9
2015 T4	11,2	41,3	13,0		54,3	**65,5**	17,1
2016 T1	10,6	39,2	21,1		60,3	**71,0**	15,0
2016 T2	18,1	53,3	20,0	18,7	92,0	**110,1**	16,4
2016 T3	34,1	64,3	34,6	93,5	192,3	**226,4**	15,0
2016 T4	13,7	43,3	13,0		56,3	**70,0**	19,6
2015	58,9	202,1	91,5	112,9	406,4	**465,3**	12,7
2016	76,5	200,1	88,8	112,1	401,0	**477,5**	16,0
Évolution 2016/2015 (en %)	29,9	– 1,0	– 3,0	– 0,6	– 1,3	**2,6**	///

* Autres hébergements collectifs touristiques.
Lecture : au 4e trimestre 2016, la fréquentation des plateformes serait de 13,7 millions de nuitées (nuits x voyageurs), sous une hypothèse de trois personnes par logement (estimation basée sur les évaluations des enseignes), soit 19,6 % des nuitées marchandes.
Sources : Insee, enquêtes de fréquentation des hôtels, campings et AHCT et estimations sur données d'enseignes (adhérentes à l'UNPLV ou à Gîtes de France).

7 Importance des plateformes dans la fréquentation totale



Lecture : au 4e trimestre 2016, les plateformes représentent 12 % de la fréquentation en matière de logements et 20 % de la fréquentation en matière de voyageurs, sous une hypothèse de trois personnes par logement (estimation basée sur les évaluations des enseignes).
Sources : Insee, enquêtes de fréquentation des hôtels, campings et AHCT et estimations sur données d'enseignes (adhérentes à l'UNPLV ou à Gîtes de France).

2016 de la fréquentation touristique, exprimée en nuitées, serait rehaussée de 3,9 points et deviendrait positive (+ 2,6 %), compte tenu du fort écart de dynamique entre les plateformes et les hébergements « classiques ».

L'application d'un ratio alternatif de 2,5 personnes par logement conduirait à des nuitées dans les plateformes représentant 14 % des nuitées totales en 2016 et à une augmentation de 2,0 % du total des nuitées entre 2015 et 2016.

… et atténue la baisse de la fréquentation étrangère

La prise en compte des données des plateformes modifie également le diagnostic sur les nuitées des non-résidents : la clientèle étrangère ne reculerait que de 3,9 % en 2016 (– 5,4 millions de nuitées) sur l'ensemble des hébergements marchands, alors qu'elle se replie fortement sur le champ de l'offre des entreprises (– 5,2 % ; – 6,8 millions de nuitées) *(figures 8 et 9)*.

Une mesure encore perfectible

Le champ couvert pourrait être élargi en intégrant d'autres plateformes *(sources et méthodes)* ainsi que les flux directs (hors plateformes) entre propriétaires et touristes, ou *via* des intermédiaires « traditionnels » comme les agences immobilières ou les offices de tourisme. Ces intégrations conduiraient à relever les niveaux. Elles réduiraient sans doute les taux de croissance globaux, en raison des substitutions intervenues entre flux directs et flux *via* les

plateformes. Enfin, il est vraisemblable que ces flux hors plateformes deviennent de plus en plus minoritaires.
À l'intérieur du champ actuel des plateformes, la connaissance de l'offre reste délicate. Elle évolue constamment tant en matière d'intégration de nouveaux logements que de dates de disponibilité. C'est le cas surtout pour les logements résidentiels ouverts au tourisme pour quelques semaines de vacances seulement. Par ailleurs, il n'est pas possible de retraiter les doubles comptes constitués par des logements offerts sur plusieurs plateformes, voire également *via* d'autres canaux *(cf. supra)*. ■

8 Importance des plateformes dans les nuitées étrangères

niveaux en millions, part en %

Période	Logements particuliers des plateformes	Logements professionnels	Total logements	Part (en %) plateformes / total logements
2014 T4	1,1	17,4	**18,5**	5,8
2015 T1	0,9	17,2	**18,1**	4,9
2015 T2	1,8	33,0	**34,8**	5,3
2015 T3	3,2	63,7	**66,9**	4,8
2015 T4	1,3	15,9	**17,2**	7,6
2016 T1	1,2	16,8	**17,9**	6,5
2016 T2	2,3	30,0	**32,3**	7,3
2016 T3	3,7	60,0	**63,8**	5,8
2016 T4	1,4	16,3	**17,7**	7,9
2015	7,2	129,8	**137,0**	5,3
2016	8,6	123,0	**131,7**	6,6
Évolution 2016/2015 (en %)	19,1	– 5,2	**– 3,9**	///

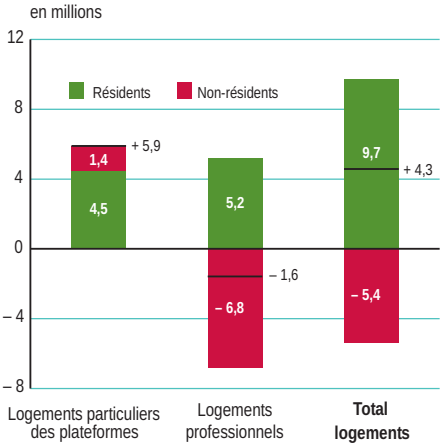
Lecture : en 2016, les nuitées des étrangers dans les logements proposés *via* des plateformes progressent de 19,1 % par rapport à 2015.
Sources : Insee, enquêtes de fréquentation des hôtels, campings et AHCT et estimations sur données d'enseignes (adhérentes à l'UNPLV ou à Gîtes de France).

Sources et méthodes

L'échantillon de plateformes internet

Il a été établi en collaboration avec l'Union nationale pour la promotion de la location de vacances (UNPLV) et Gîtes de France et couvre les principales plateformes ; il est très largement représentatif. Dans ces plateformes, on ne suit que l'activité de location de logements de particuliers. La couverture de cet échantillon pourrait être encore complétée. En effet, les données agrégées de certaines enseignes ne sont pas encore disponibles ou ne peuvent pas donner lieu à une estimation des nuits effectivement réalisées.
Ces centrales ont **deux modes principaux de commercialisation**. Le principal concerne les logements effectivement facturés par la centrale et pour lesquels le suivi est donc certain. Le deuxième mode concerne les mises en relation entre propriétaires et clients potentiels. Pour les réseaux concernés, cette dernière composante est retraitée par chaque enseigne en appliquant un coefficient de concrétisation (de 3 % à 12 %) qu'elle réestime régulièrement par sondage. La part des nuitées estimées est non seulement minoritaire, mais nettement décroissante dans le temps. L'incertitude liée à l'estimation de cette proportion a donc un impact assez limité sur les résultats.
Les données mensuelles collectées auprès de ces enseignes sont agrégées ; elles permettent de calculer la fréquentation des logements et de la ventiler selon l'origine de la clientèle (résidents/étrangers) ou l'emplacement du logement (Île-de-France/province).

9 Contribution des clientèles résidente et non résidente à l'évolution des nuitées



Lecture : entre 2015 et 2016, les nuitées ont reculé de 1,6 million dans les logements issus de l'offre des professionnels, en raison d'une baisse de 6,8 millions pour la clientèle non résidente, baisse supérieure à l'accroissement de 5,2 millions pour les résidents. Pour les logements particuliers des plateformes, l'acccroissement (+ 5,9 millions de nuitées) provient des deux segments de clientèle (respectivement + 1,4 et + 4,5 millions de nuitées).
Sources : Insee, enquêtes de fréquentation des hôtels, campings et AHCT et estimations sur données d'enseignes (adhérentes à l'UNPLV ou à Gîtes de France).

Les enquêtes sur l'hébergement collectif touristique marchand

L'Insee réalise mensuellement des **enquêtes de fréquentation auprès des acteurs professionnels de l'hébergement collectif touristique** : hôtels, campings et autres hébergements collectifs touristiques (AHCT), notamment résidences de tourisme, villages de vacances et auberges de jeunesse. Les données relatives aux campings ne sont actuellement collectées que pour les mois de mai à septembre.
Ces données et celles recueillies *via* les plateformes ne permettent pas d'appréhender les logements touristiques non marchands (séjours dans une résidence secondaire, dans la famille ou chez des amis).

Définitions

Il y a deux concepts de **fréquentation**. Elle est d'abord mesurée en **nuits x logements** (nuits de facturation d'un logement). La connaissance du nombre de personnes fréquentant ces logements permet d'en déduire les **nuitées** qui totalisent les nuits passées par l'ensemble des clients dans un logement (**nuits x voyageurs**). Ainsi, un couple séjournant trois nuits dans un logement compte pour trois nuits x logements et pour six nuits x voyageurs.

Bibliographie

- « Au quatrième trimestre 2016, la fréquentation touristique se redresse nettement (+ 3,9 % sur un an) », *Informations Rapides* n° 35, février 2017.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14
Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavernier
Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet
Rédacteurs :
J.-B. Champion, C. Collin,
C. Lesdos-Cauhapé, V. Quénechdu
H. Valdelièvre
Maquette : P. Thibaudeau
Code Sage IA1733
ISSN 2416-7851

© Insee 2017

Insee Analyses figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee :
www.insee.fr/collections-nationales

Pour recevoir par courriel les avis de parution :
www.insee.fr/abonnements

Insee
Mesurer pour comprendre