

## Table des matières

Table des matières .....	iii
Liste des figures .....	vi
Liste des abréviations .....	vii
Introduction .....	1
1 Contexte du travail .....	2
1.1 Problématique .....	2
1.2 Revue de la littérature .....	6
1.2.1 L'économie collaborative et Airbnb .....	6
1.2.2 Les résidences secondaires en Suisse .....	10
1.3 Objectifs et méthodologie du travail .....	11
2 Économie collaborative.....	13
2.1 Définition et développement .....	13
2.2 Polémique autour du terme « économie collaborative ».....	16
2.3 Le secteur de l'hébergement touristique .....	17
2.3.1 Modèles commerciaux.....	18
2.3.2 Hybridation de l'hébergement .....	18
3 Airbnb.....	20
3.1 Histoire .....	20
3.2 Développement .....	22
3.2.1 En Suisse et dans le canton du Valais .....	22
3.2.2 Stratégie .....	25
3.3 Avantages et inconvénients .....	25
3.4 La communauté Airbnb.....	30
4 La plate-forme .....	33

4.1	Conception .....	33
4.2	Inscription facilitée .....	35
4.3	Outil de gestion .....	37
4.4	Païement sécurisé.....	38
4.5	Confiance.....	38
4.5.1	Vérification d'identité .....	39
4.5.2	Doubles commentaires .....	40
4.5.3	Messagerie directe .....	42
4.6	Modèle de commissionnement.....	42
4.7	Assurances.....	43
4.8	Invitation à devenir hôte .....	44
5	De l'authenticité à la professionnalisation .....	45
5.1	Situation en Valais .....	45
5.2	Les conditions de services d'Airbnb.....	47
5.3	Prestataires de services et gérances 2.0.....	49
6	Analyse des enquêtes .....	52
6.1	Les agences immobilières du Valais francophone.....	52
6.1.1	Le profil des répondantes .....	53
6.1.2	Airbnb.....	53
6.1.3	Les canaux de distribution .....	55
6.1.4	Les gérances 2.0.....	56
6.1.5	Rentalp .....	57
6.2	Les offices du tourisme du Valais germanophone .....	58
6.3	Airbnb : une chance ou une menace .....	59
7	Conclusion .....	60
	Liste des références .....	62

Annexe I : profils Airbnb de gérances 2.0 .....	76
Annexe II : entretien avec Monsieur Olivier Cheseaux.....	77
Annexe III : entretien avec Monsieur et Madame Monbaron .....	85
Annexe IV : entretien avec Monsieur Marc Hazan .....	90
Annexe VI : entretien avec Monsieur Alexis Dussillol.....	99
Annexe VII : questionnaire de l'office du tourisme de Saas-Fee/Saastal .....	102
Annexe VIII : questionnaire de l'office du tourisme de Heidadorf Visperterminen.....	104
Annexe X : l'enquête qualitative.....	106
Annexe XI : résultats de l'enquête qualitative .....	111
Déclaration de l'auteure .....	116

## Liste des figures

Figure 1 Les acteurs de l'économie collaborative .....	14
Figure 2 Ce qu'offre l'économie de partage .....	15
Figure 3 Airbedandbreakfast.com le 6 mars 2008 .....	21
Figure 4 Airbnb en Suisse .....	23
Figure 5 Offre de lits Airbnb par canton: part de marché en % .....	24
Figure 6 L'offre Airbnb .....	24
Figure 7 Le belo.....	31
Figure 8 Guide de quartier .....	31
Figure 9 Page d'accueil Airbnb .....	34
Figure 10 Page de recherche .....	34
Figure 11 Etape lors de la publication d'une annonce sur Airbnb .....	35
Figure 12 Calendrier Airbnb .....	37
Figure 13 Régions touristiques .....	53
Figure 14 Si l'agence administre ou non des biens destinés à un usage touristique .....	53
Figure 15 Utilisation d'Airbnb.....	53
Figure 16 Nombre de biens en location en Valais via Airbnb .....	54
Figure 17 Plates-formes de distribution (excepté Airbnb).....	55
Figure 18 Les agences membres de la C.I.T.I. / Les agences non-membres de la C.I.T.I. ....	58
Figure 19 Perception d'Airbnb.....	59
Figure 20 Airbnb, un moyen de réchauffer les lits froids valaisans.....	59

## Liste des abréviations

API	Application Programming Interface
C.I.T.I.	Coopérative Informatique du Tourisme et de l'Immobilier
OVT	Observatoire Valaisan du Tourisme
P2P	Peer-to-peer
TIC	Technologies de l'information et de la communication

## Introduction

Depuis son arrivée sur le marché, l'économie collaborative bouleverse petit à petit tous les secteurs économiques. En réponse à un mouvement sociétal privilégiant la fonctionnalité à la propriété, le succès des plates-formes collaboratives est au rendez-vous. Le tourisme, qui est un terreau fertile pour un tel phénomène, voit des plates-formes telles qu'Airbnb se développer de manière fulgurante. Valorisée à plus de 25 milliards de dollars en 2016, la start-up Airbnb vaut plus que certains groupes hôteliers (Lexpress.fr, 2016). Non seulement un nombre conséquent de voyageurs optent pour ce mode d'hébergement, mais des particuliers à travers le monde entier décident également de mettre en location leur bien sur cette plate-forme. Du côté suisse, la récente étude de l'Observatoire Valaisan du Tourisme a mis en exergue le développement fulgurant d'Airbnb en termes de logement en Suisse et plus particulièrement en Valais, d'où l'intérêt d'étudier Airbnb comme outil de commercialisation des lits touristiques valaisans. Ce travail a ainsi pour but d'analyser les facteurs clés qui persuadent les loueurs à utiliser cette interface pour mettre en location leur bien en Valais.

Ce travail aborde différents sujets et se construit de la manière suivante. La première partie du travail explique le concept de l'économie collaborative et le phénomène Airbnb. Par la suite, la plate-forme Airbnb et ses différents aspects qui assurent son succès auprès des loueurs sont analysés. Puis, l'évolution de la start-up californienne, qui se détourne de son modèle originel avec l'arrivée entre autres de nouveaux acteurs, est expliquée. Finalement, le dernier chapitre est dédié à l'analyse des résultats des enquêtes quantitatives et qualitatives.

## 1 Contexte du travail

Ce chapitre a pour but de décrire la problématique du travail, son importance et le contexte dans lequel elle s'inscrit. Par la suite, une revue de la littérature permettra un état de la question en regroupant les ouvrages et articles liés à la problématique. Finalement, les objectifs du travail et la méthodologie pour les atteindre seront exposés.

### 1.1 Problématique

Le tourisme valaisan doit continuellement innover et faire face à des défis à relever. Dès l'arrivée du web 2.0<sup>1</sup>, l'économie collaborative a pu se développer à grande échelle dans le secteur du tourisme et des plates-formes telles qu'Airbnb, qui permet des locations de vacances entre particuliers, ont ainsi vu le jour. L'auteure elle-même utilise cette plate-forme pour séjourner lors de ses voyages depuis plus de trois ans. Au niveau du marché suisse, l'analyse réalisée par l'Observatoire Valaisan du Tourisme (OVT) en novembre dernier met en exergue la croissance que poursuit Airbnb en Valais. Sujet sensible, cette plate-forme communautaire est fréquemment pointée du doigt et critiquée pour plusieurs motifs : elle engendrerait de la concurrence déloyale, de l'inflation immobilière ou encore des injustices concernant le non-règlement de la taxe de séjour. Cependant, l'auteure aimerait explorer un autre aspect d'Airbnb : sa capacité à réchauffer les lits froids valaisans en favorisant la mise sur le marché des biens parahôtelières et plus globalement des lits touristiques.

Les lits froids, également dénommés lits non marchands ou non commercialisés, sont des lits de résidences secondaires non proposés en location. Ils sont par conséquent occupés seulement quelques jours, voire quelques semaines par année par leur propriétaire. Selon l'Office fédéral du développement territorial ARE, ces lits sont généralement « occupés en moyenne 30 à 40 jours par année » (2010, p. 34). Cette situation a pour conséquence une sous-utilisation des infrastructures et une sous-occupation des lits disponibles dans la station avec un manque à gagner en termes de taxes de séjour et de dépenses touristiques.

---

<sup>1</sup> Le web 2.0, ou web social, « désigne généralement le « web nouvelle génération » c'est-à-dire l'ensemble des fonctionnalités communautaires et collaboratives (blogs, avis consommateurs, flux RSS, plateformes d'échanges vidéo, etc.) qui se sont fortement développées sur Internet à partir de l'année 2005. » (Bathelot, 2011)

Dès les années 1960, la majorité des stations de sports d'hiver suisses se sont développées en construisant des résidences secondaires (Clivaz, 2012). Ce modèle a provoqué l'apparition de lits froids avec les impacts conséquents décrits ci-dessus. Selon le Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication, le dernier recensement réalisé en 2000 dénombrait, en Suisse, près de 420'000 résidences secondaires correspondant à 12% du parc immobilier total (2012, p. 1). A ce jour, des spécialistes estiment que ce chiffre avoisine les 500'000 (Office fédéral du développement territorial ARE, 2010, p. 37). En Valais, cette part se montait, en 2000, à plus de 35%, soit 61'000 logements habités temporairement (Département fédéral de l'environnement, 2012, p. 2). La récente étude réalisée par l'OVT recense, en 2015, près de 100'000 unités ce qui correspond à 41% des logements valaisans (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2016). En comparaison, moins de 33'000 lits hôteliers valaisans étaient disponibles à cette date (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015, p. 21). Pour endiguer la construction de nouvelles résidences secondaires, le peuple suisse a donc accepté l'initiative populaire « pour en finir avec les constructions envahissantes de résidences secondaires » en 2012 (Perrin, 2012).

Avec actuellement près de 100'000 résidences secondaires construites en Valais impliquant des lits qui pourraient être commercialisés, il est important de s'interroger sur la façon de réchauffer ces lits froids. Alors que les appartements mis en location par des intermédiaires tels que Reka ou Interhome sont loués 150 à 200 jours par an, les logements mis en location par des agences locales sans un effort particulier au niveau du marketing sont à peine plus occupés que les lits non commercialisés (Office fédéral du développement territorial ARE, 2010, p. 35). Aucune donnée statistique concernant la location des résidences secondaires n'est disponible à ce jour excepté deux enquêtes. Arcalpin, avec une étude à échelle réduite réalisée à Crans-Montana, Verbier et La Tzoumaz, indique que seules 15% des résidences secondaires seraient louées alors que le cabinet spécialisé dans l'immobilier Wüest & Partner avance un chiffre de 40% au niveau suisse (2016, p. 56). Toutefois, l'Office fédéral du développement territorial ARE déclare dans le *Guide pour la planification directrice cantonale* :



En résumé, force est de constater qu'à l'heure actuelle la majeure partie des résidences secondaires ne sont utilisées que très peu de semaines durant l'année et entrent dès lors dans la catégorie des « lits froids ». Il s'agit donc d'un enjeu central et d'un défi d'intégrer les résidences secondaires privées dans un système de location. L'exigence d'avoir des lits effectivement commercialisés ne peut être réalisée que si l'on parvient aussi à intégrer ces lits dans un système de commercialisation bien structuré. (2010, p. 35)

Cette constatation datant de 2010 rejoint la dernière étude semestrielle de Wüest & Partner, selon laquelle une des principales causes de la faible disposition des propriétaires à louer leur bien réside dans les canaux de distribution (2016, p. 56). En effet, ces derniers avec une faible diffusion ne permettent pas d'obtenir un taux de réservations satisfaisant. Toutefois, grâce aux diverses évolutions technologiques, une plate-forme telle qu'Airbnb est susceptible de résoudre ce problème.

Avec une majorité des résidences secondaires non commercialisées, le canton du Valais et ses destinations touristiques doivent faire face aux impacts liés à ce phénomène et subir les conséquences de ces lits froids. Face au succès mondial d'Airbnb et à sa croissance fulgurante en Suisse, il serait donc possible de trouver en cette innovation un moyen de réchauffer ces lits. Ce travail de Bachelor a pour but de présenter la plate-forme Airbnb et de découvrir les facteurs clés qui influencent les loueurs à utiliser cette interface pour mettre en location leur bien en Valais. Les hypothèses sont les suivantes :

- La conception de la plate-forme permet une utilisation simple et optimisée par le loueur ;
- Le système des doubles commentaires est un facteur sécurisant ;
- La commission de 3% prélevée par Airbnb concurrence les canaux de location plus traditionnels ;
- La renommée et la portée de l'entreprise avec notamment l'incitation aux hôtes à devenir eux-mêmes loueurs favorisent l'utilisation d'une telle plate-forme par des utilisateurs novices ;
- Les prestataires de services facilitent l'accès à la plate-forme.

Afin de répondre aux différentes hypothèses, ce travail se compose d'une première partie explorant le phénomène de l'économie collaborative et d'Airbnb. Par la suite, la plate-forme sera expliquée et les témoignages d'utilisateurs, d'une gérance 2.0 et d'un responsable d'Airbnb compléteront ce travail. Finalement, un questionnaire adressé aux agences immobilières et à deux offices du tourisme permettra d'obtenir un aperçu de leur utilisation d'Airbnb en Valais.

## 1.2 Revue de la littérature

Airbnb, une plate-forme communautaire qui s'inscrit dans l'économie collaborative, offre l'opportunité aux particuliers de mettre à disposition une chambre ou un logement entier à d'autres particuliers, généralement des touristes. Créée en 2008, la plate-forme s'est considérablement développée jusqu'à atteindre une notoriété mondiale. Ce concept innovant a ainsi fait couler beaucoup d'encre et a éveillé l'intérêt de nombreux auteurs. Cette revue de la littérature résume donc l'état de la connaissance dans le domaine de l'économie collaborative et apporte également un éclairage sur la problématique des résidences secondaires en Valais.

### 1.2.1 L'économie collaborative et Airbnb

Au cours des dernières années, le phénomène de l'économie collaborative, également dénommée économie de partage, a émergé et s'est considérablement développé dans le secteur touristique. Alors que le concept de partage a toujours existé, le phénomène d'économie collaborative est né avec internet selon Belk (2014). Dans son article *You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online*, il décrit l'économie de partage comme des particuliers qui coordonnent l'acquisition et la distribution d'une ressource contre une rémunération ou une autre compensation. Il précise qu'internet et particulièrement le Web 2.0 ont apporté de nouvelles façons de partager et ont ainsi développé les anciennes formes de partage sur une plus grande échelle. En revanche, Bardhi et Eckhardt avec leur article *Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing* (2012) se réfèrent à l'économie de partage comme la consommation basée sur l'accès et définissent ce phénomène par les consommateurs obtenant accès à des biens et services en payant pour les utiliser temporairement et par ce fait, aucun transfert de propriété n'est réalisé. Selon ces auteurs, la démarche ne serait donc pas aussi altruiste que Belk le suggère.

Les plates-formes de l'économie collaborative sont souvent présentées comme les protagonistes de conflits entre la réglementation en vigueur et la zone grise où elles opèrent. Toutefois, selon Cohen et Sundararajan dans leur article *Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy* (2015), ces plates-formes devraient être considérées comme faisant partie de la solution, plutôt que la source du problème et elles devraient être incluses comme des acteurs clés dans un régime d'autoréglementation. Pour

sa part, Guttentag avec *Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector* (2015) oriente sa recherche sur les questions juridiques s'y relatant et soulève deux problèmes majeurs auxquels Airbnb doit faire face : les sous-locations illégales et les obligations fiscales. Le développement futur de la start-up peut être menacé par ces questions juridiques.

Guttentag analyse également Airbnb en tant qu'une innovation de rupture dans son article *disruptive innovation and the rise of an informal tourism accomodation sector* (2015). Malgré le fait que plusieurs critères de sélection d'un hébergement par les touristes tels que la qualité du service, la réputation de la marque et la sécurité peuvent faire défaut à Airbnb, l'innovation de rupture réside dans le fait qu'un logement Airbnb est souvent moins onéreux qu'un hôtel et offre de nouveaux avantages tels que l'accès à une cuisine et à une machine à laver ou simplement le fait de se sentir à la maison. En outre, Airbnb tente continuellement d'améliorer ses points faibles. Le développement de la start-up s'est déroulé, comme le décrit la théorie de l'innovation de rupture, avec une popularité limitée à ses débuts pour finalement faire sa place dans les marchés traditionnels. Airbnb pourrait ainsi prendre une part considérable du marché de l'hébergement touristique et permettre également d'étendre les dépenses des touristes à de nouveaux quartiers où aucune offre hôtelière n'est disponible.

Tussyadiah et Pesonen ont quant à eux identifié les éléments de motivation et les obstacles à l'hébergement collaboratif dans leur *article drivers and barriers of peer-to-peer accomodation stay – an exploratory study with American and Finnish travellers* (2016) : les motivations telles que la dimension sociale (attrait de l'aspect communautaire et du développement durable) et économique (économie de coûts) à l'opposé des obstacles tels que la confiance, l'efficacité et la connaissance de la plate-forme. Botsman et Roger soutiennent également que la consommation collaborative est conduite par des motivations qui vont au-delà des économies de coûts. Dans leur ouvrage *What's mine is yours : The rise of collaborative consumption* (2010), la consommation collaborative est censée diminuer les impacts négatifs sur l'environnement car elle réduit la création de nouveaux produits impliquant la consommation de matières premières. De leur côté, Zekanovic-Korona et Grzunov soulignent que la recherche d'un hébergement à moindre prix est un objectif

fréquent des touristes (*Evaluation of shared digital economy adoption : Case of Airbnb*, 2014). Pour répondre à cette demande, une multitude de plates-formes informatiques basées sur le concept d'économie collaborative, telles qu'Airbnb et HomeAway, se sont ainsi développées durant ces dernières années. Tel que Gansky le mentionne dans son ouvrage *The mesh : Why the future of business is sharing* (2010), l'économie collaborative découle également d'un changement d'attitude des consommateurs à l'égard de leur mode de consommation : ces derniers essayent de nouvelles marques et sont ouverts à de nouveaux modes de consommation. Le papier de Sigala, *collaborative commerce in tourism : Implications for research and industry* (2015), souligne que l'économie collaborative va continuer à se développer et va à terme perturber les commerces traditionnels et menacer les entreprises qui n'auront pas pris en compte le changement des modes de consommation de leurs clients.

Tussyadiah et Pesonen approfondissent le sujet dans leur article *Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns* (2015) en analysant les changements de comportement de voyage suite à l'utilisation d'hébergement dit « collaboratif ». L'attrait social et économique de ce mode de logement permet un choix plus large de destinations qui n'auraient pas été accessibles financièrement en séjournant dans un hébergement traditionnel. Avec les mêmes moyens financiers, la fréquence de voyage, la durée de séjour ou encore la quantité d'activités réalisées sur place peuvent être optimisées. Toutefois, les motivations à réserver son logement sur des plates-formes telles qu'Airbnb peuvent varier selon le type de logement souhaité. Tussyadiah soulève cette fois-ci que les hôtes à la recherche d'interactions sociales logent dans une chambre au contraire des touristes séjournant dans un appartement entier (*Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accomodation*, 2016).

L'article *Shareadox: -The paradox of service quality assurance in Sharing Economy businesses* écrit par Appelquist, Johansson et Törnlöf révèle que les entreprises de l'économie collaborative utilisent différents outils pour assurer une certaine qualité de service : des systèmes de réservation et paiement standardisés, des instruments de notations et la création d'attributs identitaires et communautaires. Dans leur ouvrage *What's mine is yours : The rise of collaborative consumption* (2010), Botsman et Roger

traitent également de ce sujet et présentent des obstacles auxquels l'économie collaborative doit faire face : la sécurité et la confiance qui sont primordiales dans un écosystème dont les participants ne se connaissent pas au préalable. Les entreprises de l'économie collaborative ont surmonté ces difficultés grâce à différents moyens tels que l'intégration d'assurance, l'utilisation de caution et par-dessus tout un système de notation et commentaires qui permet à la communauté de s'autoréguler. Grâce à ces innovations, une note positive équivaut, d'une certaine manière, à une référence d'un ami pour une prise de décision. Comme Lauterbach et al. (2009) le déclare également, les mécanismes de réputation sont cruciaux pour les transactions en ligne lorsque les personnes ne se connaissent pas. Abramova, Shavanova, Fuhrer, Krasnoa et Buxmann étudient pour leur part l'impact des différentes réponses envisageables du loueur aux commentaires négatifs (*Understanding the Sharing Economy: The Role of Response to Negative Review in the Peer-to-peer Accommodation Sharing Network*, 2015). En tant que loueur, il serait préférable de s'excuser ou d'avouer la faute afin d'inspirer davantage confiance aux yeux des voyageurs. Tout en étant un élément primordial, le système de notation peut toutefois être partiellement biaisé comme le soulignent Zervas, Proserpio et Byers dans leur article *A First Look at Online Reputation on Airbnb, Where Every Stay is Above Average* (2016). En effet, ils ont découvert que des biens référencés à la fois sur la plate-forme Airbnb et TripAdvisor sont mieux notés sur la première. Edelman et Geradin abondent également dans ce sens avec leur article *Efficiencies and regulatory shortcuts: How should we regulate companies like Airbnb and Uber?* (2015) révélant que peu de clients osent noter négativement leur séjour. En outre, la rédaction d'un commentaire n'étant pas obligatoire sur la plate-forme Airbnb, il s'est révélé que les voyageurs ayant vécu une mauvaise expérience tendent à ne pas laisser de feedback. Finalement, Ert, Fleischer et Magen soulignent dans leur papier *Trust and Reputation in the Sharing Economy: The Role of Personal Photos on Airbnb* (2016) l'importance de la photo de profil du loueur. En effet, lors de la prise de décision par le voyageur de louer un logement, il va accorder une certaine importance à l'image que reflète le loueur : plus il est perçu comme fiable, plus haute est la probabilité que son bien soit sélectionné.

### 1.2.2 Les résidences secondaires en Suisse

Entre 1970 et 1990, de considérables investissements dans les constructions de résidences secondaires ont façonné la structure des stations de ski suisse. D'après Beritelli, Laesser et Weinert dans leur article *Customer Value of Second Home Ownership : Insights from a Mature Market (Switzerland)* (2007), une majorité des propriétaires de résidences secondaires ne louent pas leur propriété et ce pour de multiples raisons : la résidence secondaire est proche du domicile si bien que le propriétaire peut s'y rendre pour la fin de semaine, il n'y a pas de besoins économiques ou de bienfaits à louer. Peu importe si les résidences secondaires sont occupées régulièrement ou occasionnellement, les destinations doivent tout de même fournir les infrastructures communes adéquates lors de la haute saison dont la durée s'élève à un voire deux mois par année. Par conséquent, elles ne parviennent pas à rentabiliser les installations sur le reste de l'année et à réaliser les bénéfices économiques escomptés. Du point de vue de nombreuses destinations, cette problématique liée aux résidences secondaires qui ne sont pas louées est donc de plus en plus considérée comme un enjeu économique et social majeur.

Afin de contrer ce phénomène, les destinations peuvent inciter les propriétaires de résidences secondaires à louer leur bien en modifiant le cadre économique et la taxation de ces biens. Elles peuvent en outre mettre en place des mesures douces afin de faciliter la mise en location telle qu'une plate-forme de communication et distribution efficiente, un support de location géré par des professionnels ou encore la mise sur pied d'entreprises de nettoyage. Une étude exploratoire de Bieger et Beritelli *Understanding second home owners who do not rent—Insights on the proprietors of self-catered accommodation* (2007) suggère que jusqu'à 11% des propriétaires ne louant pas leur bien seraient motivés à le faire avec l'aide de ces mesures. Comme le souligne également le *Guide pour la planification directrice cantonale* de l'Office fédéral du développement territorial ARE, une des conditions essentielles pour qu'une résidence secondaire puisse être louée régulièrement réside dans les prestations entourant la mise en location : la commercialisation du bien, la gestion administrative et la logistique de la location comprenant l'accueil, la remise des clés et le nettoyage (2011). Certains obstacles à la location peuvent être ainsi réduits moyennant la mise sur pied de certaines mesures.

### 1.3 Objectifs et méthodologie du travail

Avec Airbnb comme outil de commercialisation des lits touristiques valaisans, le but de ce travail est de découvrir les facteurs clés qui influencent les loueurs professionnels et non-professionnels à utiliser cette plate-forme. Afin d’y parvenir, trois objectifs ont été fixés :

- Expliquer l’économie collaborative et le phénomène Airbnb ;
- Analyser les facteurs clés qui incitent les loueurs à utiliser cette plate-forme ;
- Évaluer l’usage d’Airbnb comme plate-forme de distribution par les agences immobilières du Valais francophone et par les offices du tourisme du Haut-Valais.

En vue d’atteindre les objectifs énoncés, différentes démarches ont été entreprises. Premièrement, une partie théorique a été élaborée grâce à de la littérature scientifique, des articles et des ouvrages. L’économie collaborative, le phénomène Airbnb et son développement en Valais y sont décrits. Par la suite, la plate-forme d’Airbnb est analysée du point de vue de sa conception et de son fonctionnement. L’objectif est de relever les facteurs motivants à louer un bien par ce moyen. L’auteure a complété ses recherches avec des entretiens qualitatifs semi-directifs auprès de loueurs valaisans professionnels et non-professionnels utilisant cette plate-forme, une gérance 2.0 et finalement un représentant d’Airbnb :

- Monsieur Cheseaux : créateur et propriétaire d’Anako’lodge, sept mayens de la Forclaz rénovés et proposés à la location de courte durée ;
- Monsieur et Madame Monbaron, propriétaires de la Clé des Champs à Hérémence, une chambre d’hôte constituée d’un studio dans leur maison familiale ;
- Monsieur Marc Hazan, fondateur de Keys’n’Fly, un service de management Airbnb ;
- Monsieur Alexis Dussillol, responsable du développement en montagne d’Airbnb.



La retranscription de ces entretiens se situe dans les annexes et l'exploitation des résultats d'entretien se retrouve au fil du travail. Des communications personnelles avec Monsieur Daniel Guinnard, président de la Coopérative Informatique du Tourisme et de l'Immobilier (C.I.T.I.) et un propriétaire d'une résidence secondaire dans le Val d'Anniviers vont également être utilisés mais sans la présence des retranscriptions dans les annexes.

La situation des professionnels de la location en Valais face au développement d'Airbnb est analysée grâce à des questionnaires. Les pratiques touristiques en termes de location de vacances étant sensiblement différentes dans le canton du Valais, les agences immobilières du Valais francophone gèrent plus communément les locations de résidences secondaires alors que les offices du tourisme sont également actifs dans ce domaine dans le Valais germanophone. De ce fait, deux questionnaires différents ont été réalisés : une enquête quantitative à l'encontre des agences immobilières du Valais francophone et un questionnaire qualitatif auprès des offices du tourisme du Haut-Valais.

Concernant la mise en œuvre du sondage auprès des agences immobilières, elle s'est déroulée en plusieurs étapes. Après la définition des objectifs de l'enquête, une première version du questionnaire a été rédigée. Ce dernier a été par la suite vérifié et approuvé par une personne active dans le secteur de l'immobilier et des locations de vacances. Le questionnaire a ensuite été mis en ligne avec le logiciel d'enquête Sphinx iQ2 et envoyé par e-mail à 178 agences du Valais francophone sur la base des membres de l'USPI, de la coopérative C.I.T.I. et des agences référencées sur le site internet « local.ch ». Soixante-quatre questionnaires (taux de réponse de 36%) ont été recueillis après un envoi et deux relances. Afin de motiver les agences à répondre au questionnaire, un prix fut mis en jeu. De plus, en répondant au questionnaire, elles pouvaient recevoir par la suite le rapport d'analyse descriptive des résultats de l'enquête. Le questionnaire complet et une partie des résultats se trouve en annexe alors que le chapitre 6 de ce travail présentera leur analyse. Finalement, pour le Valais germanophone, l'office du tourisme de Saas-Fee/Saastal et Heidadorf Visperterminen ont répondu au questionnaire qualitatif.

## 2 Économie collaborative

Afin de saisir au mieux le sujet de ce travail, il est important de définir la sphère dans laquelle évolue Airbnb : l'économie collaborative. Premièrement, une définition sera donnée et son développement ainsi que l'étendu du phénomène seront exposés. Par la suite, l'auteure présentera le secteur de l'hébergement collaboratif et ses différents modèles commerciaux. Finalement, le phénomène de l'hybridation de l'hébergement sera expliqué.

### 2.1 Définition et développement

L'économie collaborative, également dénommée économie de partage, *peer-to-peer* (P2P) ou encore *sharing economy*, est « un modèle économique dans lequel l'usage prédomine sur la propriété. Dans ce modèle, l'usage d'un objet peut être augmenté par le partage, le prêt, la location ou l'échange » (L., 2016). Le cabinet d'audit Deloitte la définit comme un concept simple : « tout ce qui n'est pas utilisé peut être loué » (2015, p. 4). Cependant, ce modèle économique est généralement défini au sens strict comme une transaction entre particuliers. D'un point de vue plus holistique, l'économie collaborative désigne également « toutes sortes d'échanges directs de biens et de services entre des parties qui entrent en contact via une plate-forme en ligne » (Deloitte, 2015, p. 5). Dans son article *The Sharing Economy Lacks a Shared Definition*, Rachel Botsman souligne le manque d'une définition claire et précise. Pour sa part, elle définit l'économie collaborative comme : « *An economy built on distributed networks of connected individuals and communities versus centralized institutions, transforming how we can produce, consume, finance, and learn. It has four key component : Production, Design, production, and distribution of goods through collaborative networks* » (Botsman, s.d.). L'économie collaborative jouit donc d'une définition plurielle qui ne cesse d'évoluer.

Etant donné qu'échanger des biens et des services est intemporel, le concept d'économie de partage ne serait donc pas nouveau. Toutefois, la taille du marché a considérablement augmenté. En effet, l'économie collaborative s'est développée grâce à l'arrivée du web 2.0 et la création de plates-formes d'échange en ligne. Ces dernières, agissant comme intermédiaires entre l'offre et la demande, ont permis de faciliter l'échange de biens à grande échelle. L'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) a

également été un point crucial pour son développement. En effet, selon Trivett & Skift Staff, des moyens de paiements fiables et une confiance dans le e-commerce ont permis le développement d'une telle économie (2013, p. 3). La recherche d'authenticité et la confiance accordée aux étrangers ont également appuyé cette progression. Selon Demian Hodari, cofondateur de HouseTrip et professeur de management à l'Ecole hôtelière de Lausanne, l'économie de partage « est un phénomène de long terme pour l'industrie de l'accueil, parce qu'elle correspond à des changements profonds de modes de vie » (Ruiz, 2016, p. 12). Gansky mentionne également ce changement d'attitude dans son ouvrage *The mesh : Why the future of business is sharing* (Gansky, 2010).

Ce nouveau modèle économique touche différents domaines tels que l'hébergement, les transports ou encore la restauration. L'industrie du voyage en est particulièrement bouleversée (Trivett & Skift Staff, 2013). Avec le développement de l'économie collaborative grâce aux plates-formes en ligne, il est maintenant possible de réaliser un voyage entier avec ce mode de consommation. La figure 1 ci-dessous démontre cette tendance grandissante. Le voyageur peut se déplacer grâce à BlaBlaCar, réserver son logement sur Airbnb, son dîner sur EatWith et ses excursions sur Greeters ou encore Meetup. Les besoins du voyageur ordinaire peuvent donc largement être couverts par les services des entreprises de l'économie collaborative. Bien que ce mode de voyage ne soit pas nécessairement utilisé par tout le monde, cette tendance se confirme et va durablement bouleverser la façon de vivre et de voyager (Godreau, 2016).

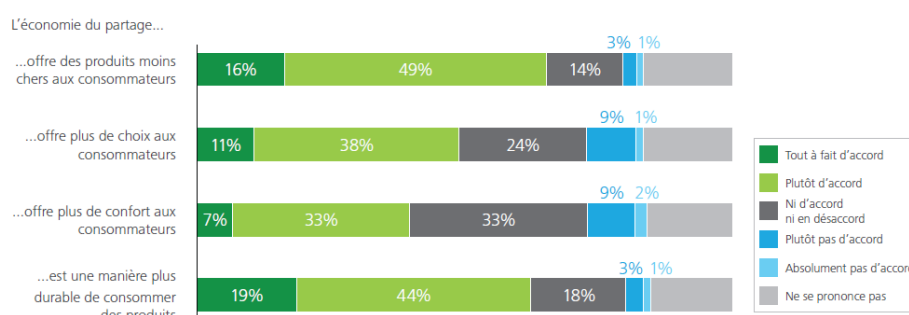
Figure 1 Les acteurs de l'économie collaborative



Source : Owyang (2014)

Selon les travaux de Cannon, Sarah et Lawrence H. Summer, le marché mondial de l'économie collaborative était estimé à 26 milliards de dollars en 2013 et atteindra 110 milliards de dollars dans un avenir proche (cité dans Deloitte, 2015, p.5). L'économie collaborative ne cesse de s'étendre. Encore considérée comme un marché de niche il y a quelques années, l'économie collaborative est actuellement perçue par 82% des Français comme favorable (Odoxa). Selon l'enquête de Deloitte de 2015, 18% des Suisses ont déjà participé à l'économie de partage tandis que 55% des consommateurs suisses participeraient à l'économie de partage dans les 12 prochains mois en louant une propriété, des biens ou des services via une plate-forme d'économie de partage (p. 3). Toujours selon l'étude de Deloitte, les consommateurs suisses sont majoritairement d'avis que l'économie de partage est une manière de consommer durablement et offre des produits moins chers comme démontré sur la figure 2. En outre, les Suisses sont dans l'ensemble opposés à un renforcement de la réglementation relative à l'économie de partage. Au regard de ces chiffres et observations, le développement de l'économie collaborative en Suisse peut être considéré comme un phénomène qui va s'implanter.

Figure 2 Ce qu'offre l'économie de partage



Source : Deloitte (2005)

A la question de savoir si ce phénomène est ici pour durer, Olson et Kemp, deux chercheurs analystes de la banque Phipper Jaffray, répondent également par l'affirmative en avançant quatre arguments (2015, p. 7) :

1. Les consommateurs s'identifieront toujours davantage à une marque de l'économie collaborative plutôt qu'à une entreprise traditionnelle ;
2. L'économie collaborative sera plus rapide à s'adapter aux nouveaux besoins des individus ;

3. De nombreux services de l'économie collaborative offrent une expérience unique ;
4. Elle sera toujours capable de fixer des prix en-dessous des prestataires commerciaux.

## 2.2 Polémique autour du terme « économie collaborative »

Le terme « économie collaborative » est depuis un certain temps remis en question au vu du développement de certaines plates-formes telles qu'Airbnb ou Uber. Les termes « collaboratif » et « de partage » connotés positivement peuvent induire en erreur. Selon Eckhardt et Bardhi, il n'est plus question de *sharing economy* lorsqu'une plate-forme d'échange est l'intermédiaire entre des consommateurs qui ne se connaissent pas mais il s'agirait bien d'une *access economy* (2015). Cette dernière est caractérisée par des consommateurs animés par des valeurs utilitaristes plutôt que sociales. Ces deux auteurs prouvent leurs dires avec une recherche sur l'entreprise Zipcar qui propose un service d'autopartage. Selon leur étude, les utilisateurs de cette plate-forme en ligne ne cherchent pas à interagir entre eux. Ils sont intéressés par des prix plus attractifs et le confort plutôt que l'aspect social. Du même avis, Hugues Sibille, président du Labo de l'économie sociale et solidaire, soulève une confusion de langage qu'Airbnb et d'autres acteurs entretiennent subtilement (Prudent, 2016). Bien qu'Airbnb est perçue comme une communauté, cette dernière n'a aucun pouvoir sur l'entreprise. La finalité d'Airbnb n'est pas de mettre en relation des personnes mais bien de gagner de l'argent. Le terme « économie collaborative » n'est par conséquent pas synonyme d'économie coopérative ou d'économie sociale. En outre, cette première accroît les inégalités patrimoniales. Le cabinet Deloitte indique également que le terme « économie du partage » doit être utilisé prudemment. Ce dernier peut en effet être mal interprété dans le sens d'altruisme (2015, p. 5). L'économie collaborative, dans son développement actuel, ne serait donc qu'une forme moderne d'économie de marché. En somme, différents termes sont utilisés pour décrire ce phénomène et ceux-là sont remis en question. Néanmoins, l'auteure utilisera dans ce travail le terme « économie collaborative » étant donné que ce dernier est le plus communément usité.

## 2.3 Le secteur de l'hébergement touristique

Historiquement, le marché de la location de vacances était administré par trois types d'intermédiaires : les sites de petites annonces, les agences immobilières spécialisées et les chaînes volontaires organisées autour d'un label (De Saint Albin, 2013). Face au développement de l'économie collaborative, le secteur de l'hébergement n'a pas été épargné. Plusieurs acteurs sont actuellement présents sur le marché : Airbnb, HomeAway, FlipKey, HomeStay, Housetrip, Wimdu, 9flats et onefinestay pour ne citer que quelques exemples (Guttentag, 2013, p. 1194). Deux acteurs majeurs se distinguent :

- HomeAway (connu sous le nom Abritel en France), fondé en 2005, est spécialiste de la location de vacances et met en relation des particuliers propriétaires et agences immobilières avec des vacanciers à la recherche d'un hébergement (HomeAway, n.d.) ;
- Airbnb, fondé en 2008, est « une plate-forme communautaire de confiance qui permet de proposer des logements uniques à travers le monde, de les découvrir et de les réserver ; en ligne, sur un téléphone mobile ou une tablette » (Airbnb, 2016).

Opérant les deux dans le secteur de l'hébergement collaboratif, Airbnb se différencie de son concurrent en proposant initialement une plate-forme qui met en relation des particuliers proposant une chambre dans leur logement tandis que HomeAway cible les logements entiers. D'ailleurs, Airbnb axe son marketing sur la notion de partage au contraire de HomeAway, qui avec sa nouvelle campagne publicitaire vise le contraire en soulignant les désavantages du partage (Houste, 2016).

Au vu des dernières actualités relatant la croissance fulgurante d'Airbnb et de sa position de leader dans la branche, l'auteure a donc décidé de concentrer ses recherches sur le développement de cet acteur en Suisse et dans le canton du Valais. Les différents modèles commerciaux utilisés par les plates-formes de l'économie collaborative dans le domaine de l'hébergement et le phénomène de l'hybridation de l'hébergement vont toutefois être expliqués afin d'obtenir une vue globale du marché.

### 2.3.1 Modèles commerciaux

Les différents acteurs de l'hébergement opérant dans le secteur de l'économie collaborative possèdent trois modèles commerciaux distincts (Olson & Kemp, 2015, p. 16) :

1. La commission est payée par le loueur : celle-là est calculée sur la valeur de la location pouvant s'élever de 6% à plus de 15%. L'avantage est un commissionnement selon les locations et les hôtes ne sont pas freinés par des frais à payer lors de la réservation. Ce modèle est utilisé par HomeAway.
2. La commission est payée par l'hôte : basée sur le même modèle que la commission payée par le loueur, les coûts de réservation sont imputés à l'hôte. Ce modèle est efficace pour obtenir davantage de biens à louer étant donné que le loueur n'a peu, voire pas de frais. Toutefois, il y a un risque que les clients se tournent vers d'autres plates-formes n'imputant pas les frais à l'hôte. FlipKey, Airbnb et Housetrip emploient ce modèle.
3. Un abonnement : l'inscription à la plate-forme requiert un abonnement annuel unique. Ce modèle est intéressant pour les sites qui sont déjà bien développés et peuvent assurer une haute probabilité de réservation. Ce modèle est également utilisé par HomeAway qui offre ainsi le choix aux loueurs entre les deux types de commissionnement.

### 2.3.2 Hybridation de l'hébergement

Le secteur actuel de l'hébergement n'est plus aussi contrasté qu'à l'époque. Selon Pierre Eloy, fondateur de Touristic<sup>2</sup>, les derniers rachats, fusions ou encore investissements massifs entre les grands acteurs de l'hébergement mondial seraient signe d'une hybridation de l'hébergement (2016). En avril 2016, AccorHotels annonce avoir racheté onefinestay, le concurrent de luxe d'Airbnb, pour un montant de 148 millions d'euros. Le groupe hôtelier investira en outre plus de 64 millions pour le développement de l'entreprise (Accorhotels, 2016). En 2015, Expedia, acteur du voyage en ligne, rachète HomeAway pour près de 3,9 milliards de dollars (Expedia, 2015). Le but de cette transaction est de renforcer l'entreprise face au développement d'Airbnb. Lancée en 2015, la plate-forme hybride Sweet Inn propose

---

<sup>2</sup> Touristic est une entreprise dédiée aux solutions numériques pour les professionnels du tourisme.

de louer un appartement tout en bénéficiant de services hôteliers (Hospitality On, 2015). En outre, le président-directeur général d'Accorhotels, Sébastien Bazin, déclare « a hotel company can't just be a hotel company today » (cité dans Ting, 2006). De nouveaux comme d'anciens acteurs se renouvellent et doivent s'ajuster aux besoins de la clientèle. Face à l'évolution des technologies et tendances, le secteur de l'hébergement devra sans cesse évoluer et s'adapter.

Du côté d'Airbnb, l'entreprise ne s'est pas arrêtée seulement aux voyageurs de loisirs mais développe actuellement les voyageurs d'affaires qui seraient un des trois principaux marchés en expansion, en parallèle au marché chinois et aux destinations en zone non-urbaine (Oates, 2015). Une page leur est ainsi dédiée ([www.airbnb.com/business-travel](http://www.airbnb.com/business-travel)). Afin de pouvoir mettre son bien à disposition de la clientèle d'affaires, les loueurs doivent acquérir le badge « Business Travel Ready » en respectant différentes exigences tels que les produits à disposition, une propreté irréprochable ou encore un Wi-Fi rapide. A la suite d'un partenariat avec la société Concur, spécialiste américain des logiciels de gestion de notes de frais et d'organisation de voyages d'affaires, la start-up déclare avoir déjà conclu des accords avec une trentaine de sociétés issues de l'industrie high-tech pour que ces dernières réservent l'hébergement de leurs employés via Airbnb (Crouzillacq, 2014). En outre, Joe Zadeh, le vice-président du développement de produits chez Airbnb, indique que plus de 50'000 professionnels sont inscrits sur le site et cette nouvelle activité se développe de manière accrue (cité dans De Matharel, 2016). De nouvelles fonctionnalités à l'encontre de la clientèle d'affaires sont continuellement créées. C'est le cas d'une des dernières mises à jour présentées par Airbnb lors de sa rencontre annuelle. Elle permet à un employé de réserver un logement pour un tiers, c'est-à-dire pour ses collègues (Statt, 2016). Jusqu'alors, seule la personne effectuant le voyage d'affaires pouvait réserver son propre logement.

Le secteur de l'hébergement se voit donc bousculé par le développement de l'économie collaborative qui n'est pas prêt de ralentir. Les chaînes hôtelières se voient obliger d'adapter leurs offres face aux nouveaux modes de consommation des touristes. Ces derniers se tournent de plus en plus vers des plates-formes de l'économie collaborative telles qu'Airbnb qui va être présentée de manière plus précise dans le chapitre suivant.



### 3 Airbnb

Afin de répondre à la question de recherche de ce travail, il est essentiel d'expliquer plus en détail le phénomène Airbnb. Ce chapitre se concentre donc sur l'histoire de la plate-forme et son développement en Suisse et plus particulièrement en Valais. Les avantages et inconvénients de ce modèle commercial sont également présentés. Finalement, l'intérêt se portera sur la professionnalisation grandissante des loueurs Airbnb et des évolutions futures de la plate-forme.

Afin d'éviter toute confusion dans le contexte de l'économie collaborative et d'Airbnb, il est préférable de définir dans quel sens les trois termes suivants sont utilisés pour la suite du travail :

- Hôte : « personne qui est reçue chez quelqu'un, à qui on donne l'hospitalité » (Larousse, hôte, n.d.) ;
- Loueur : « personne qui consent à une autre la location d'un meuble ou d'un immeuble » (Larousse, n.d.) ;
- Objet ou bien : un logement entier, une chambre ou un lit dans une chambre partagée qui est référencé dans une annonce sur la plate-forme Airbnb.

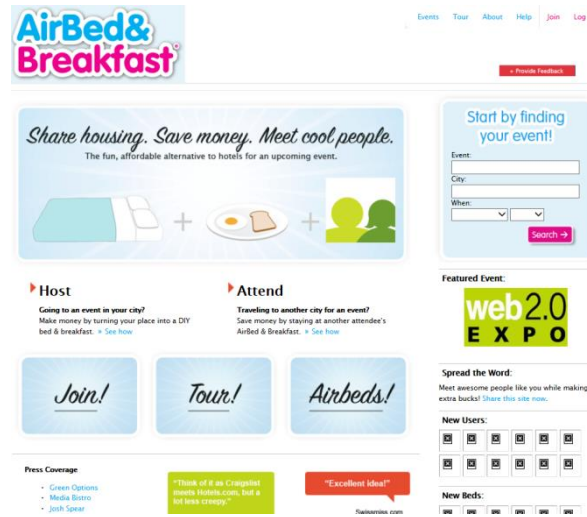
Le terme hôte est également utilisé par Airbnb pour désigner un membre qui héberge des voyageurs, en d'autres termes un loueur. Toutefois, le sens donné ci-dessus par le dictionnaire Larousse a été retenu pour la rédaction de ce travail.

#### 3.1 Histoire

Fondée en août 2008 à San Francisco par Brian Chesky, Joe Gebbia et Nathan Blecharczyk, Airbnb est une plate-forme communautaire de location d'hébergement entre particuliers (Airbnb, 2016). Son histoire débuta lorsque Brian Chesky et Joe Gebbia n'étaient plus en mesure de s'acquitter du loyer de leur appartement à San Francisco. Les hôtels de la ville étant complets à cause d'une conférence, ils décidèrent de monter un simple site internet dénommé Airbedandbreakfast.com afin d'y louer un matelas pneumatique installé dans leur salon. Ce dernier fonctionne et trois personnes vont séjourner chez eux durant la semaine. Sur le conseil d'un de leurs hôtes séduit par l'idée, Brian Chesky contacte son ancien

colocataire, Nathan Blecharczyk, pour qu'ils développent ensemble le concept. Airbnb est né (Huault-Dupuy, 2014). La figure 3 montre le site dans ses premiers jours.

Figure 3 Airbedandbreakfast.com le 6 mars 2008



Source : Airbnb, 2008

Son mode d'utilisation est simple : une personne désireuse de louer une chambre dans son logement ou son logement entier s'inscrit sur la plate-forme Airbnb. Elle insère elle-même les différentes informations liées à son bien, fixe librement le prix de location et indique les disponibilités dans un calendrier. Le futur hôte recherchant un logement se rend sur la plate-forme Airbnb et insère la destination, les dates de séjour et le nombre de voyageurs. Il fait son choix parmi les biens disponibles et envoie une demande de réservation. Cette dernière peut être approuvée immédiatement ou être confirmée ultérieurement par le loueur. Une fois la location conclue, Airbnb, en tant qu'intermédiaire, se charge de débiter le montant de la location moyennant des frais de réservation pour l'hôte et de le verser au loueur, en échange d'une commission, 24 heures après l'arrivée du client, s'assurant ainsi d'éviter tout malentendu. L'entreprise Airbnb en elle-même ne possède pas, ne gère pas et ne contrôle pas les biens qui sont loués par sa plate-forme (Juul, 2015). Ses tâches se limitent à référencer les biens, traiter les paiements et couvrir ses utilisateurs avec une assurance. Les logements loués se répartissent en trois catégories : « logement entier », « chambre privée » et « chambre partagée ». Finalement, les types de propriété varient énormément : du chalet simple à la cabane dans les arbres en passant par le château.

## 3.2 Développement

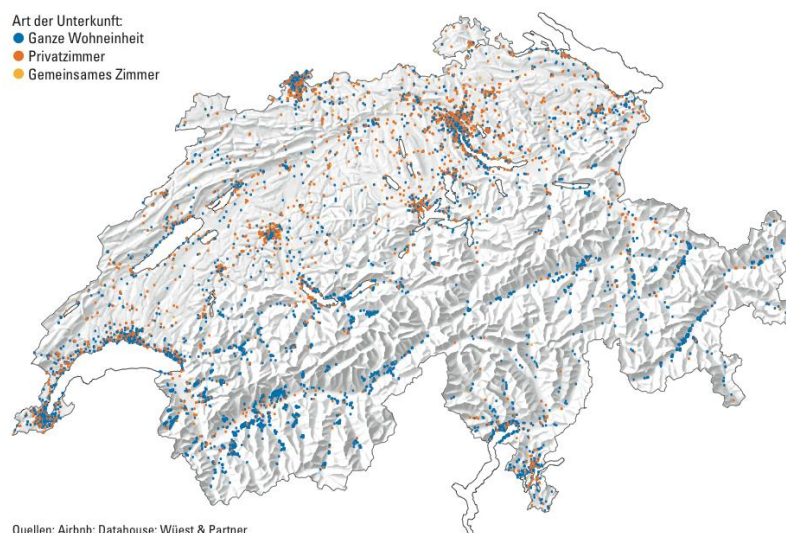
Présent dans plus de 191 pays, la plate-forme peut dorénavant se targuer d'offrir plus de deux millions de logements différents (Airbnb, 2016). En comparaison, le site de réservation d'hébergement en ligne Booking offre environ 900'000 hôtels, hébergements indépendants et appartements dans 224 pays et territoires (Booking.com, s.d.). Actuellement valorisée à près de 25 milliards de dollars, la start-up Airbnb vaut plus que des groupes hôteliers tels que Marriott et Starwood (L'express.fr, 2016). Son chiffre d'affaires, estimé par des analystes, a triplé en deux ans, augmentant de 250 millions à 850 millions de dollars pour l'année 2015. En effet, n'étant pas coté en bourse, Airbnb n'est pas contraint de publier ses chiffres. Selon l'OVT, il est estimé qu'Airbnb a généré en 2015 plus de 80 millions de nuitées mondialement, tandis que pour la Suisse, le chiffre avoisinerait un million (2015, p. 5). L'industrie hôtelière suisse cumulant 36 millions de nuitées, Airbnb représenterait donc pour le moment moins de 3% des nuitées (Ruiz, 2016). Mais au vu de son développement, la plate-forme anticipe une forte croissance. En mai dernier, Airbnb a d'ailleurs publié ces premiers chiffres pour la Suisse révélant que le nombre de réservations via la plate-forme a doublé entre 2014 et 2015 pour atteindre les 300'000 (Müller, 2016). Alexander Schwarz, responsable Airbnb pour l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse, a également relayé au quotidien Schweiz am Sonntag que les hôtes Airbnb séjournent en moyenne 4,5 nuits en Suisse, au contraire d'une moyenne de 2 nuits dans l'hôtellerie traditionnelle. Seules 17% des réservations sont faites par les Suisses, le reste de la clientèle vient de l'étranger et principalement des Etats-Unis, de l'Allemagne, de la France et d'Angleterre.

### 3.2.1 En Suisse et dans le canton du Valais

Selon l'OVT, l'offre Airbnb en termes de lits comparée à l'offre hôtelière helvétique représentait 8% en 2014 (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015, p. 21). Fin octobre 2015, l'observatoire a dénombré 33'374 lits Airbnb, représentant près de 13% des lits hôteliers suisses. Finalement, d'après la dernière étude semestrielle du cabinet spécialisé dans l'immobilier Wüest & Partner parue en avril dernier, plus de 15'500 biens suisses sont recensés sur la plate-forme Airbnb, rassemblant quelque 55'000 lits à disposition (2016, p. 52). Cela correspond à près d'un quart de la capacité hôtelière helvète. Près de deux tiers des biens mis en location se révèlent être des logements entiers. Pour le reste, il s'agit de

chambres privées ou partagées. Ces évolutions entre 2014 et 2016 démontrent donc sans équivoque le développement fulgurant d'Airbnb en Suisse. La figure 4 illustre la répartition des logements Airbnb à travers la Suisse sous forme de carte (état avril 2016).

Figure 4 Airbnb en Suisse



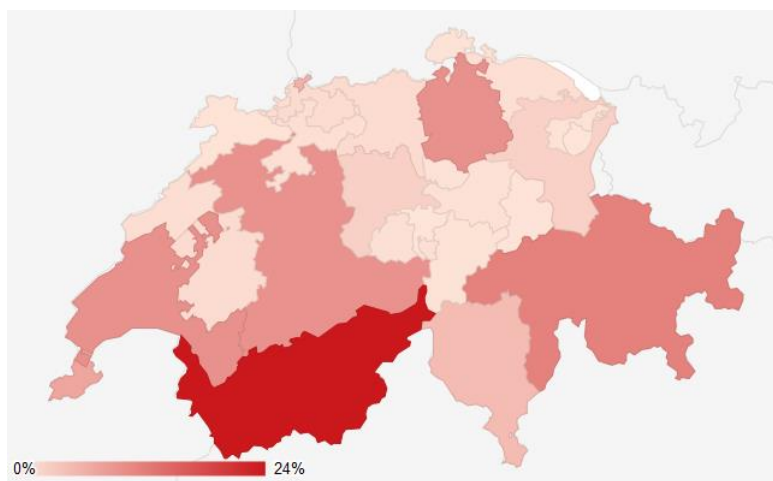
Source : Wüest & Partner (2016)

Au niveau valaisan, le total des lits Airbnb avoisinant les 8'139 couchages représente près de 25% de l'offre hôtelière fin 2015 (OVT, 2016, p. 15). L'OVT a dénombré 1'737 objets valaisans, représentant 13,45% de part de marché d'Airbnb en Suisse. En passant de 703 à 1'737 objets, l'évolution entre 2014 et 2015 a été de 147%. En comparaison, les cantons ayant le plus grand nombre d'objets sont : « Zürich (2'117), Valais (1'737), Genève (1'633), Vaud (1'437) Berne (1'158), Bâle-Ville (1'140) et Grisons (934). Les destinations valaisannes ayant le plus grand nombre d'objets en location via la plate-forme sont Verbier-Val de Bagnes-La Tzoumaz (299), Zermatt (221), Crans-Montana (169) et Nendaz (115).

Les stations ayant le plus grand nombre de lits en location sont identiques à l'énumération ci-dessus. Néanmoins, la comparaison entre l'offre Airbnb en nombre de lits et l'offre hôtelière est particulièrement marquée pour Nendaz (178%) et Verbier-Val de Bagnes – La Tzoumaz (101%). A propos des tarifs, le prix moyen de location d'un objet se situe à 282.- CHF la nuit, respectivement le prix par lit est de 71.- CHF. Alors que le Valais est le canton avec un prix moyen de location le plus élevé de Suisse, le prix par lit se situe

toutefois dans la moyenne. Ce facteur peut s'expliquer par le type de bien mis en location dans les Alpes. En effet des appartements, maisons ou chalets se louent plus cher qu'une chambre mais peuvent héberger davantage d'hôtes, résultant en un prix par lit inférieur.

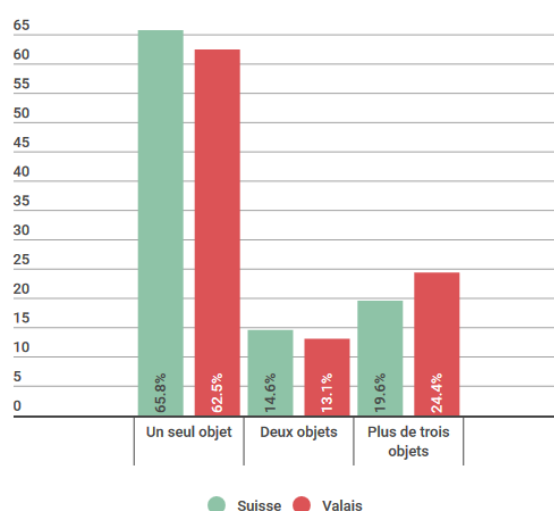
Figure 5 Offre de lits Airbnb par canton: part de marché en %



Source : Observatoire Valaisan du Tourisme (2015)

Grâce à l'inventaire de ces objets réalisé par l'OVT en octobre dernier, l'auteure a pu comparer les données entre la Suisse et le canton du Valais concernant les loueurs et le nombre d'objets mis en location. La majorité des loueurs administrent un objet, respectivement 85,5% des loueurs au niveau Suisse et 83,1% dans le canton du Valais. Les loueurs gérant un seul bien peuvent être considérés comme des particuliers. Une différence se dégage pour des loueurs administrant plus de trois objets, considérés par l'OVT comme des loueurs professionnels. Il y a en Valais davantage de ce type de loueurs (7 %) qu'en moyenne suisse (5%). Par rapport au nombre d'objets mis en location, ces professionnels administrent près d'un quart des objets (24,4% de l'offre) loués dans le canton, en comparaison à 19,6% de l'offre au niveau suisse. La figure 6 illustre la proportion par nombre d'objets mis en location.

Figure 6 L'offre Airbnb



Source : Figure de l'auteure créée avec les données de l'OVT

### 3.2.2 Stratégie

Jusqu'à récemment très axé sur un développement citadin, la start-up californienne a également décidé de développer son marché dans les destinations de montagne. Pour ce faire, une équipe temporairement basée dans les Alpes avec à sa tête Alexis Dussillol, engagé en tant que responsable du développement en montagne d'Airbnb, a été créée il y a un peu plus d'une année. (Marjollet, 2014). Pour l'instant concentré sur la Région Rhône-Alpes, Airbnb multiplie les stratégies pour s'y développer avec par exemple un partenariat avec le festival de cinéma Montagne en Scène en avril dernier, l'organisation d'apéros parmi les acteurs locaux et les propriétaires de résidences secondaires et une ex-championne de ski comme relais local (Lyan, 2016). Ainsi, entre 2014 et 2015, Airbnb a plus que doublé son nombre de logements dans les Alpes. Selon Urs Wagenseil, directeur du département Tourisme à la Hochschule Luzern, le potentiel de croissance d'Airbnb en Suisse n'est pas encore épuisé. L'offre va très certainement se densifier en dehors des villes, dans les zones touristiques (cité dans Freigang, 2016).

A l'échelle du Valais francophone, aucun partenariat ni aucune rencontre n'ont été réalisés (A. Dussillol, communication personnelle, 17 juin 2016). Bien qu'Alexis Dussillol s'occupe du marché français, il reste ouvert à développer Airbnb de l'autre côté des Alpes françaises. Toutefois, une seule station valaisanne à ce jour a pris contact avec lui mais sans donner suite. Il souligne donc qu'actuellement, le développement est assez limité et c'est aux stations de le contacter.

### 3.3 Avantages et inconvénients

Une liste considérable des avantages et inconvénients liés au phénomène Airbnb peut être dressée. Toutefois, ce tableau diffère selon le point de vue choisi et dans quel contexte le phénomène se diffuse. En effet, le canton, composé de plus de 40% de résidences secondaires (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2016), ne fait pas face aux mêmes problématiques que les zones urbanisées telles que Genève ou Zürich pouvant par exemple subir une diminution du parc locatif découlant de la progression d'Airbnb. L'auteure expose ainsi dans ce chapitre seulement une partie des impacts positifs et négatifs.

### *Les avantages*

Une étude a démontré que les produits disponibles sur les plates-formes collaboratives sont davantage diversifiés que ceux proposés par les agences de voyages en ligne telles qu'Expedia (Wang, Li, Guo, & Xu, 2016, p. 683). Airbnb permettrait donc une diversification des produits touristiques. En plus de séjourner dans des hébergements non traditionnels, les touristes ont ainsi accès à des endroits plus exotiques et des attractions moins touristiques. Du point de vue du voyageur, la plate-forme permet également d'avoir un accès facilité à des logements souvent moins chers et de meilleure qualité. Cet avantage permet ainsi à des voyageurs de se rendre dans des pays qui étaient jusqu'à récemment trop onéreux (Tusssyadia & Pesonen, 2016, p. 1). Elles peuvent également augmenter leur durée de séjour ou encore réaliser davantage d'activités sur place. Du point de vue d'une destination, ce changement dans l'habitude de consommation est important car il peut amener des revenus supplémentaires. En facilitant l'emploi des espaces existants et non-utilisés, Airbnb contribue en outre à diminuer l'impact environnemental (Airbnb, 2014). Finalement, la start-up californienne propose l'accès à un nouveau mode d'hébergement allouant authenticité et contact avec les locaux (Juul, 2015, p. 4).

Du point de vue d'une destination valaisanne, Airbnb a la capacité de réchauffer les lits comme l'atteste Philippe Nantermod, député valaisan au Conseil national : « la facilité de mise en location d'un bien grâce à l'économie de partage permet de lutter contre les lits froids » (cité dans Ruiz, 2016, p. 9). Selon Hervé Froideveaux, coauteur de *Immo-Monitoring*, il faut percevoir Airbnb comme une possibilité supplémentaire de louer des appartements notamment dans les stations avec un taux d'occupation faible et en d'autres termes permet de remplir les lits froids. Airbnb permet donc d'augmenter l'efficacité de la transaction entre un bailleur et un locataire (Rüchti, 2016). Monsieur Cheseaux témoigne également que ses biens d'exception attirent une nouvelle clientèle qui ne serait pas venue dans le Val d'Hérens ni en Valais sans la mise en location de ces moyens sur le site Airbnb (communication personnelle, 13 mai 2016). Finalement, selon les déclarations d'Alexis Dussillol, « 25% de nos loueurs ont déclaré que leur bien n'était pas sur le marché avant la venue d'Airbnb » (CP, 17 juin 2016).

Les avantages du point de vue du loueur se retrouvent au chapitre 4 lorsque le fonctionnement et les caractéristiques de la plate-forme sont présentés.

### *Les inconvénients*

En raison de son développement rapide et mondial, Airbnb reste controversé. En effet, la plate-forme est accusée, non sans raison, d'engendrer une hausse des loyers dans les zones les plus urbanisées. En effet, si le propriétaire loue son logement en entier, il sera tenté de le louer à des touristes via la plate-forme Airbnb et ainsi générer davantage de revenu que s'il le louait sur une longue durée à un indigène. Cette pratique a pour conséquence la raréfaction des biens immobiliers et une hausse des loyers généralisée.

Pour contrer cette pratique, Paris, la ville détenant le nombre de logements Airbnb (60'000) le plus élevés mondialement, a renforcé son partenariat avec la start-up californienne (Lainé, 2016). Les loueurs Airbnb dépassant le plafond de 120 jours de location autorisés par la loi recevront automatiquement un e-mail de la Mairie de Paris le leur signalant. De son côté, Berlin a durci les règles en interdisant les locations de courte durée (moins de 30 jours) de logement entier afin de lutter contre la diminution du parc locatif, la spéculation immobilière et la hausse de loyers pour les indigènes (Le Monde, 2016). Les deux villes ont également démarré la chasse aux locations frauduleuses avec réciproquement une plate-forme internet répertoriant les logements déclarés qui sont en règle et un formulaire en ligne pour dénoncer les illégaux (inRocks, 2016). Amsterdam a adopté un autre angle en légalisant la pratique avec une réglementation. Elle s'est ainsi baptisée « Airbnb friendly » (Martin, 2016). La Suisse n'est pas épargnée et va devoir prendre position tôt ou tard. Une nuance doit cependant être soulignée entre des villes telles que Genève ou Zürich souffrant d'un manque de logements et des régions touristiques avec une forte densité de résidences secondaires telles que Crans-Montana ou Verbier.

Une polémique autour des taxes de séjour est également d'actualité. Alors que les clients séjournant en hôtel doivent s'en acquitter, il s'avérerait qu'un nombre non-négligeable de clients Airbnb ne s'en acquitterait pas, ayant pour conséquence une baisse de revenus pour les villes ou régions et une concurrence déloyale pour les acteurs traditionnels de l'hébergement (Baker, 2014). Toutefois, plusieurs régions et villes telles que Paris,



Amsterdam ou encore Chamonix ont pris les devants et en accord avec Airbnb, cette dernière est en charge de prélever les taxes de séjour afin de les reverser aux autorités (Le Monde, 2016). Au niveau suisse et valaisan, tel que le mentionne Philippe Nantermod, il n'y a pas de concurrence déloyale : « les clients d'Airbnb sont soumis à la taxe de séjour comme les clients d'hôtels » (Barbey, 2014). Le problème résiderait ainsi plus dans l'application des lois que d'un manque de régulation. Il appelle également à une dérégulation afin de simplifier la tâche des hôteliers. Dans ce sens, une résolution a été déposée fin 2014 (Wanner, 2015). De son côté, la municipalité de Sion a interpellé récemment le préposé cantonal à la protection des données, Monsieur Fanti, afin de savoir quelle instance a l'autorité pour mener des enquêtes afin de démasquer les fraudeurs : « si le conseil communal le décide, la police municipale pourra investiguer » avec une possible amende allant jusqu'à 5'000.- CHF (Savary, 2016, p. 10).

Dans le même ordre d'idée, une controverse liée aux aspects fiscaux pose problème. Les loueurs sont tenus de déclarer aux impôts tout revenu lié à la location, voire la sous-location de leur logement (Vakaridis, 2013). Comme le soulève le Nouvel Observateur, il apparaîtrait qu'une partie des loueurs ne déclarent pas les revenus liés à leur activité sur Airbnb. Aucun chiffre concret n'est toutefois disponible pour prouver ces dires (Hebert, 2013).

Du côté de l'hôte, différents problèmes peuvent surgir. Premièrement, le manque de sécurité peut être un frein à la location (Baker, 2014). Les biens référencés sur Airbnb ne sont pas soumis à des normes de sécurité, au contraire des hôtels. Airbnb a toutefois mis sur pied divers outils pour remédier à ces inconvénients. Une page de son site internet, dénommée « hébergement responsable », encourage les loueurs à être davantage responsables en leur donnant des conseils liés à diverses thématiques telles que la sécurité, les voisins, les autorisations ou encore les assurances (Airbnb, 2016). Il reste un point qui ne peut être réglé pour le moment : les femmes voyageant seules. Ces dernières peuvent en effet se sentir moins en sécurité que dans un hôtel (Sim, 2016). Un autre inconvénient d'Airbnb a trait à la nuisance pour le voisinage. De la nature du service, les locations peuvent se dérouler dans des immeubles où les hôtes côtoient les résidents fixes. Des désagréments tels que du bruit ou un comportement non adapté de l'hôte peuvent surgir et créer des frictions. En ce sens, Airbnb a récemment mis à disposition une nouvelle fonctionnalité où

les voisins des loueurs peuvent signaler via une page (<https://fr.airbnb.ch/neighbors>) si un problème surgit avec un hôte (Lausson, 2016). La start-up espère ainsi résoudre les problèmes liés à la coexistence des clients Airbnb et des indigènes afin d'éviter des incidents qui écorneraient son image (Nakamura, Newcomer, & Alpeyev, 2016). Finalement, les objets Airbnb ne répondent pas forcément à des standards hôteliers. Chaque bien est unique et il y a donc une variabilité dans les logements qu'Airbnb référence. En effet, les loueurs ne sont pas contraints de mettre à disposition des linges de bain ou un sèche-cheveux par exemple. La plate-forme permet de connaître l'équipement du logement. Toutefois, elle n'a aucun contrôle sur ce qui est déclaré et aucune information n'est garantie. En outre, la qualité de la literie n'est en rien assurée. Il reste donc pour l'hôte une certaine incertitude. Ces critères d'hygiène ou d'incertitude de la qualité peuvent donc également être des freins à la location (PwC, 2015, p. 23).

L'hôte peut également faire face à un inconvénient supplémentaire qui a trait au fait qu'une réservation peut être refusée. Si la réservation n'est pas possible avec le mode « réservation instantanée », le voyageur doit entreprendre une demande de réservation avec, sur conseil d'Airbnb, quelques mots pour le loueur. Toutefois, la réservation n'est pas garantie. Le loueur est en effet libre de refuser la demande. Monsieur Hazan, fondateur de la société Keys'n'Fly, laisse la liberté aux propriétaires d'émettre des critères d'acceptation et des demandes de réservation sont bel et bien refusées (communication personnelle, 8 juin 2016). Selon une étude de Edelman, Luca et Svirsky, les voyageurs qui ont un nom à connotation afro-américaine ont 16% moins de chance d'obtenir leur demande de réservation acceptée que les hôtes qui ont un nom à connotation « blanche » (Edelman, Luca, & Svirsky, 2016). En outre, de récents témoignages corroborent les résultats de cette étude. Malgré un positionnement clair d'Airbnb interdisant tout contenu qui incite à la discrimination, les préjugés et la discrimination restent des défis importants pour la start-up (V.R., 2016).

Force est de constater que le phénomène Airbnb comporte toutes sortes d'avantages et d'inconvénients. Il est maintenant intéressant de se pencher sur les procédés marketing qu'utilise Airbnb pour se développer.

### 3.4 La communauté Airbnb

La plate-forme Airbnb repose sur sa communauté de voyageurs et loueurs qui la compose. Dès lors, l'entreprise a développé une stratégie de contenu afin de renforcer le sentiment d'appartenance selon De Klepper, coordinatrice média sociaux et contenu chez Airbnb, (De Kepper, 2015). Depuis 2014, la stratégie se veut encore plus structurée et toujours aussi orientée vers la communauté. Pour ce faire, la start-up utilise différents procédés.

Avec son rassemblement annuel dédié à l'hospitalité « Airbnb open » à Paris, Airbnb réunit plus de 6'000 utilisateurs de plusieurs dizaines de pays (Puren, 2015). Elle organise également des rencontres avec les loueurs. En France, plus de 120 rencontres ont déjà été tenues depuis 2012 permettant ainsi à l'équipe d'Airbnb de rencontrer les propriétaires et répondre à leurs questions (Ferrary & De Kepper, 2013, p. 35).

Au niveau de la plate-forme, les utilisateurs d'Airbnb peuvent créer une *Wish List* répertoriant leurs logements préférés en les notant par un cœur et qu'ils peuvent ensuite classer par thème et partager avec leurs amis. La start-up ne cessant d'innover, elle y a récemment ajouté une nouvelle fonctionnalité collaborative en rendant la *Wish List* interactive : afin de faciliter l'organisation d'un voyage, l'utilisateur peut en inviter d'autres pour qu'ils votent pour leur logement préféré (Statt, 2016). La relation humaine reste également une valeur essentielle véhiculée par Airbnb (Dublanche, 2014). Dans ce sens, une rubrique « les histoires » permet d'en connaître davantage sur les utilisateurs de la plate-forme. L'humain est ainsi mis au centre. Les utilisateurs d'Airbnb, en particulier du côté des loueurs, ont également accès à des pages, dédiées à l'hébergement, prodiguant des conseils sur l'accueil, la propreté, la précision ou encore la communication. Airbnb a également mis sur pied un « Community Center » : une plate-forme où les loueurs peuvent échanger sur des sujets qui les concernent (Airbnb, 2016). Les rencontres entre les loueurs, aussi désignées « meetups », sont également organisés via ce biais.

Airbnb a renouvelé en 2014 son image de marque en accentuant l'aspect communautaire à l'aide d'un nouveau symbole « le belo », présenté sur la figure 7 symbolisant les quatre mots-clés « people, places, love, Airbnb » (DesignStudio, 2014). Après les slogans « Welcome

Home » et « Belong anywhere », la dernière campagne marketing « Ne visitez pas. Vivez là-bas. » a été conçue afin de répondre aux déceptions liées au tourisme standardisé (Ting, 2016).

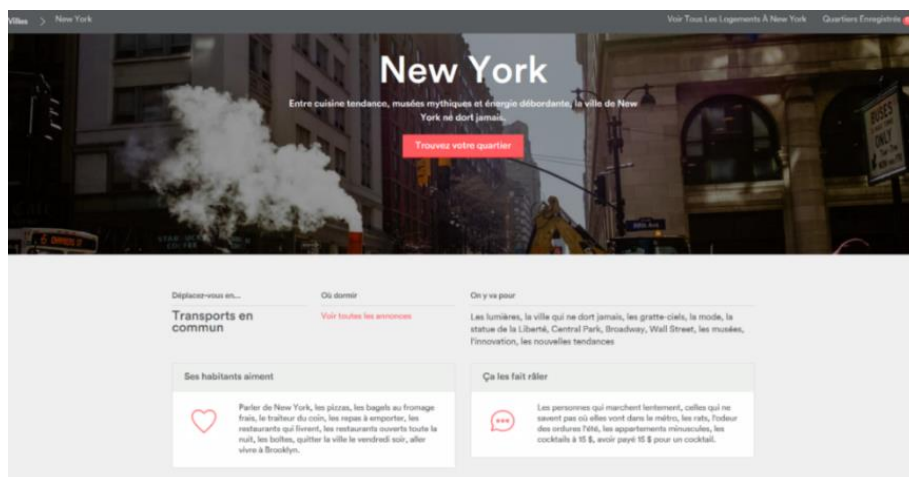
Figure 7 Le belo



Source : DesignStudio (2014)

L'équipe d'Airbnb a également créé sur la base de crowdsourcing<sup>3</sup> auprès des hôtes des guides de quartiers (Ferrary & De Kepper, 2013, p. 34). A ce jour, 23 villes telles que Berlin, New York et Venise sont disponibles. Pour chaque ville, une rubrique « ça les fait râler » et « ses habitants aiment » informe également le voyageur de ses spécificités (figure 8). Les quartiers sont dépeints de façon réaliste à travers des scènes de la vie quotidienne photographiées par des artistes locaux (Dublanchet, 2014). Un quartier peut être également recherché au moyen de mots-clés. Chaque page est bien sûr accompagnée de propositions de logements.

Figure 8 Guide de quartier



Source : Airbnb (2016)

<sup>3</sup> Le crowdsourcing est une expression anglo-saxonne désignant une pratique pour obtenir des idées, réflexions et informations en sollicitant un large groupe de personnes (Merriam-Webster, s.d.) .

En avril dernier, Airbnb a lancé une nouvelle vidéo « Never a stranger » révélant une femme voyageant seule accueillie par divers hôtes avec pour but d'apaiser les peurs de séjourner chez des inconnus (Ursić, 2016). La vidéo souligne également les interactions sociales et le bienfait de séjourner dans ce mode d'hébergement alternatif. La vidéo se termine notamment par : « With over a million homes around the world, you're never a stranger » et reprend donc son slogan « belong anywhere ».

Finalement, Airbnb encourage ses utilisateurs qui louent un bien à personnaliser au plus haut degré l'objet loué incluant les services pour que le voyageur accueilli se sente comme chez lui. La plate-forme organise ainsi un concours des meilleurs loueurs « host awards » lors de son rendez-vous annuel Airbnb Open (Airbnb, 2015). Elle a aussi créé un programme « superhost » afin de permettre aux voyageurs de distinguer les loueurs offrant le meilleur service qu'il soit (Grothaus, 2015). Les loueurs remplissant certains critères tels qu'un taux de réponse supérieur à 90%, ne pas avoir annulé de réservations ou encore avoir au minimum 80% de cinq étoiles se voient attribuer un badge qui se retrouvera sur leur annonce et profil. Ce badge permettrait ainsi d'obtenir davantage de réservations (O. Cheseaux, CP, 13 mai 2016). En outre, le loueur sait exactement combien d'étoiles il a reçu par catégorie et peut ainsi connaître les aspects à améliorer. Si le loueur reçoit un certain nombre de mauvaises notes, il reçoit une notification.

Avec un contenu créé et adapté par sa communauté, Airbnb a ainsi permis de fédérer les utilisateurs de sa plate-forme. Il est maintenant temps de s'intéresser aux fonctionnalités de la plate-forme.

## 4 La plate-forme

Le succès d'Airbnb n'est pas seulement dû au fait de révolutionner le secteur de l'hébergement par une innovation de rupture mais réside principalement dans sa plate-forme qui, comme ses homologues Amazon et Google, se veut une expérience client en tant que telle (Olson & Kemp, 2015, p. 20). Non seulement par son design et sa stratégie de contenu, la plate-forme se distingue également par une utilisation simplifiée et optimisée.

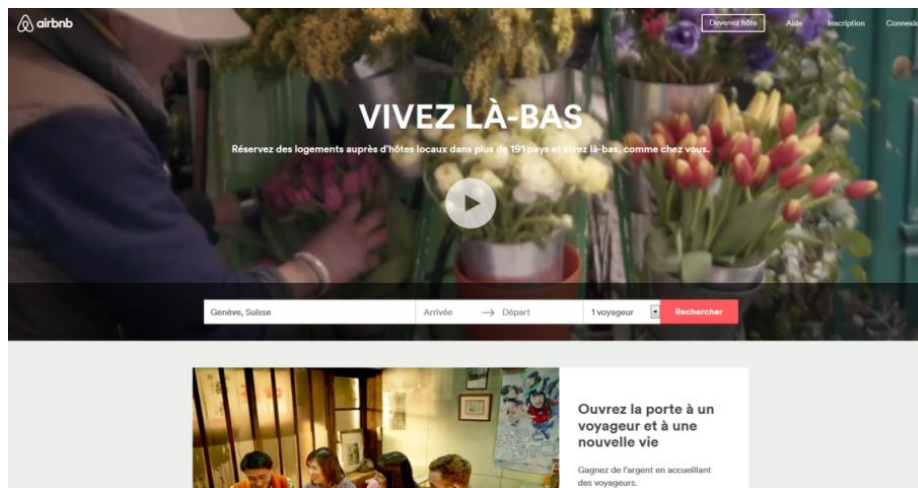
L'hôte et le loueur font appel à différentes fonctionnalités du site Airbnb lors de leur utilisation. Ce travail portant sur la mise en location des biens parahôtelières valaisans, l'auteure s'est donc principalement concentré du point de vue du loueur. La plate-forme proposant différents services qui font d'Airbnb un espace intuitif et fluide, les ingrédients de cette recette gagnante sont décrits dans le sous-chapitre suivant.

### 4.1 Conception

En 2014, Airbnb a remporté le Webby Awards pour son site internet et son application iOS dans la catégorie voyage (The Webby Awards, 2014). Cette récompense est survenue après que la firme a complètement renouvelé son site internet et son application pour mobile. Cette nouvelle ligne visuelle a permis de placer davantage l'accent sur les utilisateurs et la communauté (Hoff, n.d.).

D'un point de vue graphique, Airbnb se concentre sur des visuels de haute qualité. Tel que l'illustre la figure 9, la page d'accueil inclut une barre de recherches avec les éléments essentiels (lieu, date d'arrivée et de départ, nombre de voyageurs). Airbnb a également choisi de remplacer les photos qui ornaient auparavant la page d'accueil par des vidéos mettant en scène des personnes aux profils différents et dans des situations de la vie courante (Bourguignon, 2014). La communauté est ainsi mise en avant grâce à ces visuels. Ils inspirent en outre la confiance et procurent un sentiment positif à l'utilisateur.

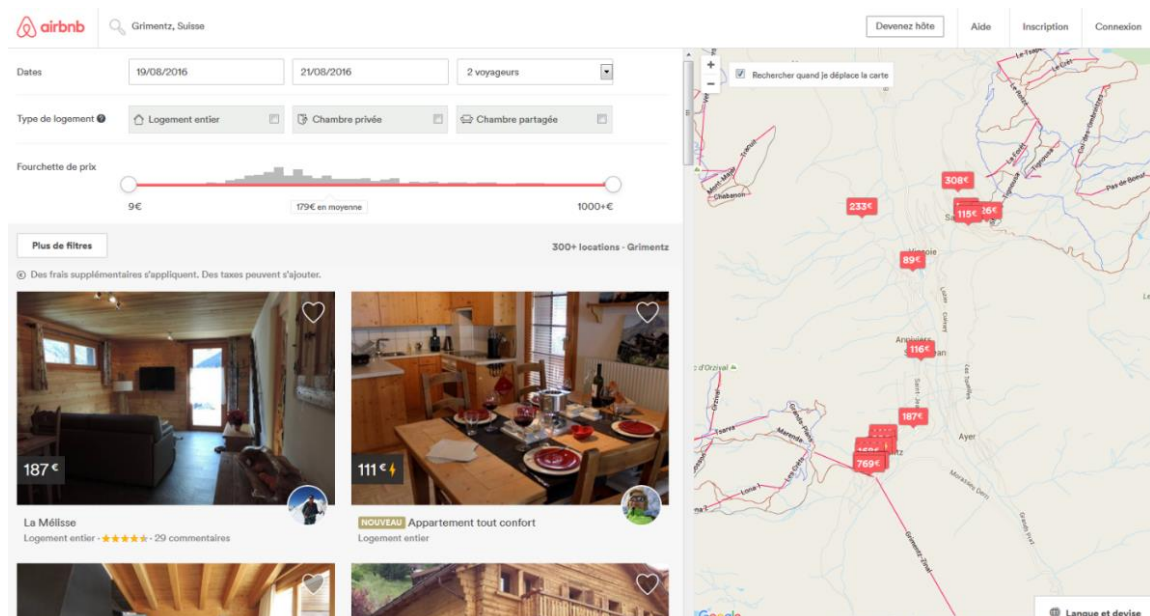
Figure 9 Page d'accueil Airbnb



Source : Airbnb (2016)

La plate-forme est conçue pour que l'expérience soit sans effort pour l'utilisateur (Boissier, s.d.). Pour le voyageur en quête d'un hébergement, après avoir lancé la recherche, il voit s'afficher les différents résultats sous forme d'une image par logement accompagné du prix, du type de logement et de son nom ainsi que du nombre de commentaires et sa notation (figure 10). La photo du loueur est également mise en avant. Une cartographie dynamique occupe la moitié de l'espace. L'utilisateur est ensuite libre d'ajuster sa recherche selon ses besoins (dates, type de logement, fourchette de prix et de nombreux autres critères).

Figure 10 Page de recherche



Source : Airbnb (2016)

## 4.2 Inscription facilitée

Du côté de l'utilisateur désirant mettre un bien en location via Airbnb, il lui suffit de cliquer sur l'encart « Devenez hôte » présent sur la page d'accueil. La personne doit tout d'abord se créer un profil Airbnb qu'il peut aisément synchroniser avec son compte Facebook, Google ou avec un e-mail. Ensuite, le processus pour publier une annonce sur Airbnb se déroule en trois étapes décrites ci-dessous. Tout au long du processus se trouvent des notes et astuces qui aident à compléter les informations au mieux comme l'illustre la figure 12.

Figure 11 Etape lors de la publication d'une annonce sur Airbnb

The screenshot shows the Airbnb interface for listing a property. The top navigation bar includes the Airbnb logo, a search bar, and user links. The main content area is titled 'Présentez votre logement aux voyageurs'. It features a sidebar on the left with links like 'Logement', 'Informations de base', 'Description', 'Adresse', 'Équipements', 'Photos', 'Sécurité à la maison', 'Ressources voyageurs', 'Description détaillée', 'Réservation', 'Tarifs', and 'Calendrier'. The central part of the page has a heading 'Présentez votre logement aux voyageurs' followed by a paragraph: 'Chaque logement sur Airbnb est unique. Mettez en avant ce qui rend votre logement accueillant pour que les voyageurs qui veulent séjourner dans votre région le remarquent.' Below this is a section 'Équipements classiques' with a list of amenities: 'Produits de base', 'Télévision', 'Télévision par câble', 'Climatisation', 'Chauffage', 'Cuisine', 'Internet', 'Internet sans fil', and 'Entrée dans les lieux 24h/24'. The right sidebar contains a tip: 'Équipements classiques. Les voyageurs peuvent filtrer leur recherche en fonction des équipements dont ils souhaitent bénéficier. Listez donc les objets qui seront à leur disposition.'

Source : Airbnb (2016)

### Le logement

Le futur loueur doit préciser quel type de propriété il possède avec un choix de 27 types de propriétés différentes : du chalet à la tente en passant par l'igloo. Il est demandé par la suite d'indiquer le type de logement (logement entier, chambre privée ou partagée), la capacité d'accueil, le nombre de chambres, de lits et de salles de bains. Le type de lit (matelas pneumatique, futon, canapé-lit et vrai lit) doit être également complété.

Le moment vient de remplir l'adresse exacte et de compléter l'équipement du logement. Il est obligatoire d'ajouter au minimum une photo. Un centre d'aide est mis à disposition avec des conseils sur la prise de photo. Le loueur peut également faire appel à un photographe professionnel via Airbnb et ce gratuitement. Airbnb collabore avec une équipe de plus de 2'000 photographes dans le monde. Grâce à ce service, l'entreprise assure ainsi des clichés de qualité qui augmentent la valeur des logements mis en location via la plateforme (De Kepper, 2015, p. 51).



Des précisions concernant la sécurité sont demandées. L'utilisateur complète l'équipement de sécurité dont dispose le logement comme, par exemple un détecteur de fumée ou un extincteur. Il indique également où se trouvent ces équipements et les instructions sur les issues de secours. Après avoir complété les numéros de téléphone d'urgence, il peut imprimer la fiche de sécurité et est invité à la tenir à disposition des hôtes qui vont séjourner dans son logement.

### *Ressources voyageurs*

Il s'ensuit la description du logement à remplir, avec le nom du logement et un résumé qui sera affiché sur la plate-forme. L'utilisateur est ensuite invité à remplir une description plus détaillée comprenant le règlement intérieur, l'interaction avec les voyageurs, l'accès au logement, les transports et le quartier. Il est conseillé par Airbnb de partager ses adresses préférées : restaurants, espaces, vie nocturne.

### *Réservation*

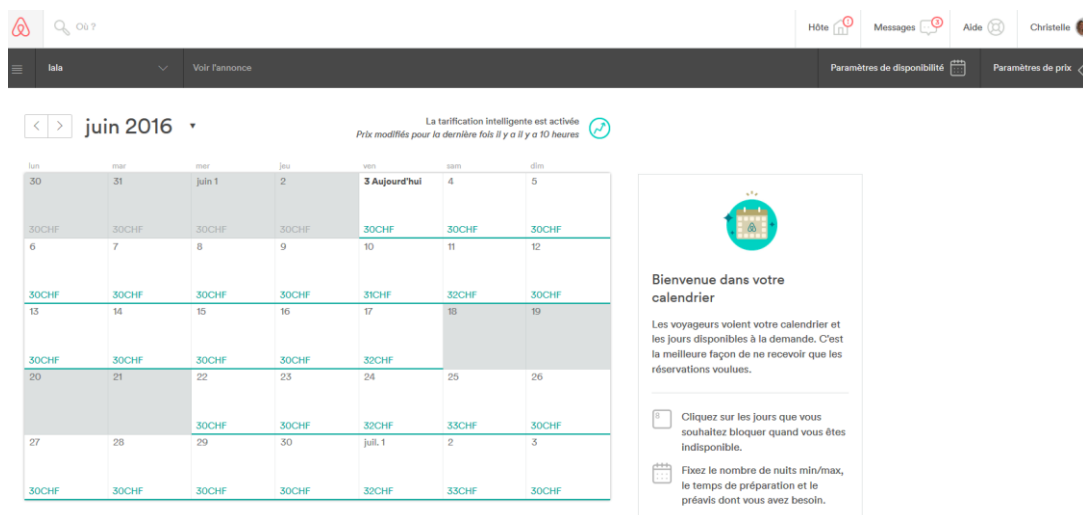
La dernière étape concerne les tarifs et le calendrier. Premièrement, deux systèmes de tarification sont proposés : le prix est fixe ou il varie en fonction de la demande. Pour le premier choix, un prix de base est défini et des prix spéciaux peuvent être ajoutés pour des jours spécifiques. Pour la tarification en fonction de la demande, un prix de base est fixé avec une fourchette de prix. Dans tous les cas, Airbnb fournit des conseils de tarification basés sur la demande. Par exemple, Airbnb conseille un prix de base de 37.- CHF, pour une chambre double avec salle de bain privée sur la commune d'Ayent. Cependant, Airbnb précise clairement que « Your price is always up to you. After you publish you can set custom prices from your calendar » (Airbnb, n.d). Finalement vient l'ajout des disponibilités du logement. A cette étape se trouvent trois choix : un calendrier totalement ouvert, marquer certaines dates comme disponibles ou finalement ouvrir une seule série de dates. Le loueur peut décider des conditions de réservation du logement avec des horaires d'arrivée et de départ ainsi que des conditions d'annulation de strictes à flexibles.

Mettre en location un bien via Airbnb peut donc être réalisé en un court laps de temps et en mobilisant peu de ressources.

### 4.3 Outil de gestion

Une fois l'annonce publiée, un outil de gestion complet est mis à disposition de l'utilisateur. Il peut premièrement gérer les disponibilités de son bien au travers du calendrier (figure 12). Il peut ainsi bloquer les dates selon ses besoins, s'il a loué son logement par un autre canal ou s'il veut le garder pour sa propre utilisation. L'outil permet ainsi d'éviter les doublons. Il peut également modifier les tarifs comme bon lui semble et ajuster les conditions d'annulation. Cet outil offre ainsi une flexibilité totale à l'utilisateur. Il reste toutefois guidé à travers chaque étape à l'aide de conseils. Si le loueur n'arrive pas à fixer le prix de son bien, il peut également s'en remettre à l'outil de tarification intelligente d'Airbnb comme expliqué précédemment.

Figure 12 Calendrier Airbnb



Source : Airbnb (2016)

Un tableau de bord permet également d'avoir une vue complète des réservations comprenant les statistiques, les annonces ainsi que les revenus. Lorsqu'une nouvelle réservation est effectuée ou pour toute autre interaction, le loueur peut en être informé via SMS gratuitement. Il n'a ainsi pas à se préoccuper de vérifier ses courriels si aucun besoin n'est.

Un élément relevé dans chaque entretien avec les loueurs professionnels est la facilité d'utilisation de la plate-forme et son caractère intuitif. Tel que le mentionne Guttentag, le loueur, à travers Airbnb, peut sans effort promouvoir son bien à des hôtes potentiels (2013, p. 1195). Airbnb a créé un espace simple pour poster une description et des photos, pour

communiquer avec les hôtes ainsi que réaliser les réservations et paiements. Une multitude d'informations concernant les réservations et les revenus sont également mis à disposition des loueurs (O. Cheseaux, CP, 13 mai 2016). Le loueur paramètre les disponibilités et les tarifs à sa guise. La plate-forme permet également de concrétiser une réservation dans un laps de temps moindre.

Outre la conception de la plate-forme et des fonctionnalités optimisées pour ses utilisateurs, Airbnb favorise la mise en location de biens grâce à des caractéristiques expliquées dans les points suivants.

#### **4.4 Paiement sécurisé**

Le e-commerce devenant une norme à travers le monde, effectuer des transactions en ligne n'est plus un facteur contraignant. Le développement de ce secteur a permis aux consommateurs d'être davantage confortables avec la sécurité entourant les paiements en ligne. De ce fait, la transaction monétaire est l'étape la moins préoccupante pour les utilisateurs du site Airbnb (Olson & Kemp, 2015, p. 12). En réservant un logement via Airbnb, l'hôte voit sa carte de crédit débitée du montant de la location. Airbnb se charge de retenir le montant et de le verser au loueur 24 heures après l'arrivée de l'hôte. Ainsi, les deux parties prenantes sont protégées, d'une part si l'hôte annule son séjour au dernier moment et d'autre part si le loueur ne met pas à disposition le logement adéquat. Comme le mentionne les loueurs professionnels interrogés, certains des clients connaissent leur propre internet mais réservent tout de même via la plate-forme (O. Cheseaux, V. et A. Monbaron, CP, 13 mai 2016). Le fait qu'Airbnb est l'intermédiaire rassure les touristes pour le paiement et en cas de litige.

#### **4.5 Confiance**

Un des défis de l'économie collaborative réside dans sa capacité à installer des liens de confiance entre les différents utilisateurs qui ne se connaissent à priori pas. Selon Joe Gebbia, le cofondateur d'Airbnb, la peur de l'étranger est un des défis majeurs qu'Airbnb doit surmonter au moyen de la réputation des utilisateurs, basée sur leur profil, leurs notations et commentaires (AWP, 2016). La start-up a ainsi développé certains mécanismes décrits ci-après.

#### 4.5.1 Vérification d'identité

Afin de faciliter la mise en confiance et dépasser la peur de l'inconnu, Airbnb a créé la vérification d'identification avec différents outils. Lorsqu'une personne se crée un compte sur Airbnb, il lui est demandé (Airbnb, 2016) :

- Une copie d'une de ses pièces d'identité ;
- De connecter un autre profil en ligne tel que Facebook, LinkedIn ou encore Google à son compte Airbnb ;
- De télécharger une photo de profil ;
- De fournir un numéro de téléphone et une adresse e-mail.

Les personnes ayant réalisé le processus d'identification ont une indication sous forme de badge sur leur profil. Cela permet ainsi d'assurer une certaine crédibilité à leur profil. Airbnb, avec ce système de vérification d'identité, augmente ainsi la confiance de sa communauté (PwC, 2015, p. 24).

Selon Cohen et Sundararajan, l'asymétrie d'information<sup>4</sup> peut avoir pour conséquence une réduction des transactions (locations dans le cas d'Airbnb) en raison de l'incertitude sur la qualité du logement et des services (2015, p. 120). Avant l'émergence des plates-formes collaboratives, l'intervention gouvernementale était une solution à la défaillance du marché dans les entreprises traditionnelles. Selon une étude de PwC sur l'économie collaborative, les consommateurs estiment plus important un système d'évaluation par des pairs qu'une réglementation par le gouvernement (2015, p. 15). Airbnb, à l'instar d'Uber et Lyft, offre des solutions alternatives avec l'utilisation des technologies digitales pour réguler l'asymétrie d'information. Non seulement Airbnb invite ses utilisateurs à vérifier leur identité avec différents outils, mais la plate-forme utilise également la technique du double commentaire. Avec ces moyens, l'asymétrie d'information se voit diminuer.

---

<sup>4</sup> L'asymétrie d'information désigne une situation dans laquelle deux agents, dans le cadre d'un échange, disposent d'une inégalité d'informations (Finance de marché, s.d.).

#### 4.5.2 Doubles commentaires

Le système d'Airbnb repose sur un jugement quantitatif et qualitatif (Galliani, 2014). Airbnb propose aux hôtes d'évaluer le bien en termes de précision, propreté, enregistrement, communication, emplacement et la valeur, tout en les invitant à laisser un commentaire. De leur côté, les loueurs peuvent évaluer les hôtes. Il s'agit donc d'une technique du double commentaire. Le processus se déroule comme suit (Airbnb, 2016) :

1. Lorsque la location se termine, le loueur et l'hôte sont invités à s'évaluer mutuellement dans un délai de 14 jours. L'hôte peut notamment évaluer son expérience avec des étoiles (de 1 à 5) dans sept catégories différentes (expérience globale, propreté, précision, qualité/prix, communication, arrivée et location) et rédiger un commentaire de maximum 500 mots. Pour sa part, le loueur peut rédiger un commentaire concernant l'hôte.
2. Une fois que les deux membres ont effectué leur notation ou que la période de 14 jours est écoulée, les notes et commentaires sont rendus publics simultanément. Les commentaires apparaissent respectivement sur la page de l'objet loué et sur le profil de l'hôte.

Airbnb a modifié ce dernier point en 2014. Précédemment, les commentaires étaient publiés aussitôt qu'ils étaient rédigés. Ceci pouvait induire un biais étant donné qu'un des commentaires était lu avant la rédaction de l'autre avis. Le second commentaire pouvait être ainsi perçu comme une réponse au premier. Dans le cas où le premier commentaire était négatif, le loueur ou l'hôte pouvait se sentir vexé et livrer à son tour un commentaire négatif qui n'aurait pas eu lieu d'être. A l'inverse, une dynamique peut se créer avec une entente officieuse entre le loueur et l'hôte ayant comme résultat une raréfaction des commentaires portant préjudice et une augmentation des commentaires positifs, voire neutres (Porges, 2014). Le nouveau système publiant les commentaires réciproques en même temps ou après un délai de 14 jours a permis d'endiguer en partie ce problème. En effet, l'auteur du commentaire n'est pas biaisé et se comportera donc plus honnêtement. Il ne faut toutefois pas négliger un autre paramètre qui peut influencer l'objectivité des commentaires : la relation nouée entre le loueur et l'hôte. Lorsque l'hôte a partagé le

logement du loueur ou a été particulièrement bien accueilli par ce dernier, il lui sera naturellement plus difficile d'émettre des observations critiques (De Malet, 2016).

Non seulement le système de notation et de commentaire fournit des indications concrètes sur la prestation donnée et le comportement de l'hôte, mais il disciplinerait également ses utilisateurs et les motiverait ainsi à fournir un effort supplémentaire (Porges, 2014). Pour Joshua Gans, économiste à l'université de Toronto, « Uber et Airbnb sont en fait certains des écosystèmes les plus réglementés au monde » (Guillaud, 2015). Le niveau de transparence est élevé et ceci grâce à un système de notations bilatérales incitant le fournisseur comme le client à se manifester sous leur meilleur jour (Deloitte, 2015, p. 11). L'autoréglementation est donc efficace et garantie par *l'e-reputation*.

Tandis que les hôtels répondent à certains standards, les biens loués sur la plate-forme ne sont soumis à aucune réglementation ou norme. Airbnb ne vérifie non plus pas la véracité des informations données par le loueur. Le système de notation avec un jugement qualitatif et quantitatif est donc primordial pour contrecarrer ce point négatif. Ce système fournit des indications concrètes sur le logement pour les hôtes et les loueurs peuvent les utiliser pour améliorer leur prestation. Les commentaires servent donc d'une part à vérifier l'exactitude de la description du bien et d'autre part à vérifier si le prix de location est justifié. De plus, le loueur accueillant un hôte chez lui ou dans un logement lui appartenant est rassuré de connaître d'une certaine manière l'inconnu. Il n'est pas exagéré de déclarer que « reviews are the glue that keep the sharing economy together (Porges, 2014).

Selon Olson et Kemp, les commentaires confèrent de la transparence et créent un système de responsabilisation puisque les transactions sont notées et influencent les prises de décision des futurs utilisateurs (2015). En effet, il est commun lors de la recherche d'un logement sur Airbnb de se référer en partie au nombre de commentaires de l'objet. Selon le rapport sur l'économie collaborative de Pascal Terrasse, « les systèmes d'évaluation proposés par les plates-formes (notation et commentaires), exercent un fort pouvoir de prescription dans l'acte de consommation » (2016, p. 33). Airbnb le confirme en précisant que les avis constituent le deuxième critère de choix d'un hébergement après les photos et donc avant même le prix (Russell , 2016). Monsieur Cheseaux l'atteste également avec sa propre expérience : il peine à augmenter les locations d'un de ses nouveaux moyens alors

qu'un autre qui est sur la plate-forme depuis plus de trois ans génère 60% d'occupation (CP, 13 mai 2016). Les premiers commentaires font la différence. En outre, il a même été prouvé que la qualité des informations contenues dans les commentaires générés par les utilisateurs peuvent être meilleures que celles produites par des professionnels (Aschoff, F., Prestipino, M., Schwabe, G. cité dans Novak & Schwabe, 2009). Finalement, le risque de « faux avis », phénomène courant sur le Web, est limité dans le cas d'Airbnb. Seul l'hôte ayant séjourné chez le loueur peut rédiger un commentaire et vice-versa.

#### **4.5.3 Messagerie directe**

La confiance est également favorisée par un système de messagerie directe entre le loueur et l'hôte (Guttentag, 2013, p. 1195). En effet, l'hôte lors de sa demande de réservation est incité à rédiger quelques phrases à l'attention du loueur. En outre, lorsque la réservation est confirmée, l'hôte et le loueur peuvent discuter au moyen d'une messagerie directe. Même si les deux personnes ne parlent pas la même langue et ne pourraient à priori pas communiquer, Airbnb a la solution : un traducteur automatique est inséré dans la partie messagerie. Ainsi, l'hôte comme le loueur peuvent écrire dans leur langue natale et traduire leur texte dans la langue de leur choix simplement en cliquant sur un bouton.

#### **4.6 Modèle de commissionnement**

Les acteurs de l'économie collaborative utilisent différents modes de commissionnement. Pour sa part, Airbnb a choisi d'utiliser un modèle de commissionnement partagé entre le loueur et l'hôte. L'individu utilisant Airbnb pour louer son bien se verra retrancher 3% de sa location, tandis que l'hôte paiera des frais de réservation entre 6% et 16% selon la valeur de la transaction, un prix de location plus élevé signifiant un pourcentage de frais de réservation inférieur (Olson & Kemp, 2015, p. 20). En comparaison au célèbre site internet Booking qui prélèverait entre 15 et 35% de la chambre payée par le client, Airbnb est bien en dessous (Dell'Oro, 2013). Ce type de commissionnement a permis à Airbnb d'étoffer son offre rapidement étant donné que la publication d'une annonce ne compte rien et seulement 3% du prix de location est prélevé.

## 4.7 Assurances

Selon Joe Gebbia, moins de 1% des locations ont été problématiques (AWP, 2016). Sans moyen de vérifier ses dires, il est tout de même intéressant de se pencher sur la question juridique si un problème survenait.

Airbnb propose à ce jour deux types de programme ayant pour but de couvrir les loueurs en cas de dommages matériels ou corporels : la Garantie Hôte<sup>5</sup> et l'Assurance Hôte (Airbnb, 2016). La Garantie Hôte est la première assurance qui a été mise sur pied par la start-up suite au saccage d'un appartement en 2011 (Jourdan, 2011). Elle couvre les dommages causés aux biens loués se montant jusqu'à 800'000 euros (Airbnb, 2016). Toutefois, il est clairement signalé dans les conditions que ce programme « Garantie Hôte n'est pas une assurance et ne remplace pas votre assurance habitation propriétaire ou votre assurance habitation locataire » (Airbnb, 2016). Nathalie Roze, avocate spécialisée en droit de l'immobilier, souligne également que la portée et le fonctionnement de la garantie n'est pas très claire (Pommier, 2015). L'Association Suisse des locataires émet également des réserves sur cette assurance qui serait insuffisante (ASLOCA, 2014). Cette garantie aurait donc plus vocation à rassurer qu'à être réellement appliquée. En plus de la Garantie Hôte, le loueur a le choix d'ajouter une caution ou non à la réservation. Cette dernière peut s'élever de 95 à 5'100 dollars américains (2016). Le loueur a 48 heures après le départ du voyageur pour effectuer une demande de retenue sur caution. A travers les divers entretiens conduits par l'auteure avec des loueurs et une gérance 2.0, il s'est avéré qu'Airbnb n'a jamais posé problème aux remboursements de dommages. Cette assurance est également un élément primordial qui a fait opté Monsieur Hazan pour Airbnb et non un de ses concurrents (CP, 8 juin 2016). Du côté du loueur professionnel, c'est argument est également important (CP, 13 mai 2016)

L'Assurance hôte pour sa part est une couverture responsabilité civile « jusqu'à 1 000 000 \$ US par sinistre en cas de poursuites engagées par des tiers pour préjudice corporel ou dommage matériel survenu lors d'un séjour avec Airbnb » (Airbnb, 2016). En d'autres termes, si un voyageur se blesse accidentellement dans le logement loué, le loueur

---

<sup>5</sup> Dans les conditions générales d'Airbnb, l'hôte désigne le loueur ; le voyageur est la personne qui réserve un logement.



est couvert. Ce programma a été lancé en 2015 et est disponible à ce jour dans 16 pays mais n'incluant pas la Suisse (Airbnb, 2015)

#### **4.8 Invitation à devenir hôte**

Selon Galliani, le nombre croissant d'utilisateurs de la plate-forme incite les potentiels utilisateurs à louer leur bien via ce canal de distribution (2014). De même, un hôte ayant eu une bonne expérience en louant un bien via Airbnb a une forte probabilité d'inscrire son propre logement sur ce même site. Selon Wüest & Partner, les expériences positives vécues lors de précédentes locations en tant qu'hôtes permettraient à de plus en plus de personnes de surmonter leurs peurs et finalement de mettre en location un bien via la plate-forme (2016, p. 58). Airbnb ne rate donc pas l'occasion d'inciter ses utilisateurs à devenir eux-mêmes des loueurs et à inviter également leurs proches à rejoindre Airbnb. En parrainant un ami, l'utilisateur Airbnb recevra 30.- CHF sous forme de coupons de réduction Airbnb lorsque ce premier voyagera et 75.- CHF lorsqu'il deviendra hôte (Airbnb, 2016). Lors de chaque nouvelle réservation, l'hôte se voit encourager à parrainer quelqu'un. Encourager ses clients à devenir eux-mêmes hôtes est une des stratégies principales d'Airbnb pour continuer à se développer. Les entretiens conduits auprès des professionnels utilisant cette plate-forme confirme le succès d'une telle stratégie. En effet, deux des trois loueurs ont premièrement connu Airbnb en étant eux-mêmes voyageurs.

L'utilisateur d'Airbnb en réservant un voyage se voit également encourager à « gagner un complément de revenu » en louant une chambre ou un logement entier. Il est redirigé vers une page dénommée « devenir hôte » où il peut à ce moment-là calculer ce qu'il peut gagner en loueur son logement (figure 14)

La plate-forme met à disposition des loueurs un outil transparent, intuitif et sécurisé. Avec les différentes fonctionnalités et aspects présentées dans ce chapitre, Airbnb s'est ainsi assuré un succès non seulement auprès des particuliers désirant louer un bien mais aussi auprès des professionnels de la location. Cette évolution de la plate-forme est expliquée dans le chapitre suivant.

## 5 De l'authenticité à la professionnalisation

De nos jours, les interactions sociales avec la population locale et l'authenticité sont des critères recherchés par les voyageurs (Tusssyadia & Pesonen, 2016). Airbnb, en proposant des locations entre particuliers, permet ainsi de vivre une expérience plus authentique et locale, en résidant également dans des quartiers moins « touristiques » (Puren, 2015). En outre, des biens insolites tels que des châteaux, des roulottes et des péniches peuvent être réservés (Ferrary & De Kepper, 2013, p. 35). Ces biens d'exception permettent d'attirer une clientèle supplémentaire. Dans le cas du Valais, Monsieur Cheseaux se démarque grâce à ses moyens rénovés qui attirent une nouvelle clientèle qui n'aurait initialement pas séjourné dans le Val d'Hérens (CP, 13 mai 2016).

Selon Demian Hodari, l'accès à une cuisine et un salon, plusieurs chambres pour les familles, des prix souvent plus bas et une expérience plus authentique sont des éléments clés qui incitent les clients à choisir Airbnb plutôt qu'un hôtel traditionnel (Ruiz, 2016, p. 12). Monsieur Hazan et les propriétaires de la Clé des Champs confirment également ces dires (CP, 13 mai et 8 juin 2016). Alors que la tendance est à l'authentique et l'expérience locale, la start-up voit sa communauté progressivement s'écarter de ces valeurs.

Airbnb s'est premièrement développé en tant qu'intermédiaire entre particuliers (P2P) au sens strict, en excluant donc les entreprises et les professionnels de la location. Toutefois, l'étude de l'OVT tend « à montrer un glissement de l'utilisation d'Airbnb en direction d'un modèle classique de location parahôtelière (B2C) » (2015, p. 48). En effet, l'apparition de multiloueurs sur la plate-forme dérouterait le modèle original d'Airbnb. La plate-forme serait ainsi utilisée comme canal de distribution par des professionnels tels que des hôteliers, des gérances immobilières et des nouveaux prestataires de services gravitant dans le sillage d'Airbnb, les gérances 2.0. Avant d'expliquer plus en détail ces nouveaux acteurs, l'étendue de la professionnalisation d'Airbnb en Valais va être éclaircie.

### 5.1 Situation en Valais

Avec près d'un quart des objets valaisans administrés par des loueurs supposés professionnels et un canton dénombrant plus de 40% de résidences secondaires, « ce

phénomène d'industrialisation du partage semble particulièrement important en Valais » (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015, p. 48). Comme indiqué sous le point 3.2.1, bien qu'une majorité des loueurs valaisans administrent un seul objet, près de 25% de biens sont gérés par 7% des loueurs en Valais. Ces derniers peuvent être considérés comme des professionnels étant donné qu'ils gèrent plus de trois biens. Sur la base des données de l'OVT (fichier Excel dénombrant les logements Airbnb en état à fin octobre 2015), l'auteure de ce travail a tenté d'identifier les loueurs administrant plus de trois biens.

Premièrement, il se trouve que près de 85% des loueurs dits professionnels ou multiloueurs qui gèrent des biens en Valais le font uniquement dans ce canton. Peu de professionnels « valaisans » louent dans différents cantons à la fois. Sur 425 biens loués en Valais par ces personnes, 84,5% sont des logements entiers. Deuxièmement, l'auteure a pu reconnaître en partie ceux qui se cachaient derrière des noms tels que Marc ou Kim (voir annexe I pour des exemples de profil) en se basant sur la description du profil Airbnb, des commentaires écrits par les hôtes et finalement par le nombre et le nom des biens. Le type de professionnels identifiés sont des :

- Gérants de *Ferienwohnungen* dans le Haut-Valais ;
- Des chambres d'hôtes et des hôtels ;
- Des agences de location ;
- Des *property manager* basés à l'étranger ;
- Un office du tourisme du Haut-Valais,
- Des gérances 2.0 telles que Chambres d'amis et Keys'n'Fly.

Il reste toutefois une partie des multiloueurs qui ne peuvent pas être identifiés et classés dans une des catégories ci-dessus. Le point suivant se penche sur l'aspect légal de ces loueurs professionnels utilisant la plate-forme Airbnb. Par la suite, l'auteure va également approfondir le sujet des gérances 2.0.

## 5.2 Les conditions de services d'Airbnb

En actualisant ses conditions de services en mars dernier, Airbnb statue que les loueurs ne peuvent pas agir en tant qu'agents immobiliers ni intermédiaires (Ting, 2016). L'entreprise se réserve donc le droit de supprimer des annonces contraires à cette condition, ce qu'elle a effectivement réalisé en retirant 1'500 annonces new-yorkaises en février dernier comme Ting le mentionne. Ces conditions de services sont les suivantes :

Vous comprenez et reconnaissez être le seul responsable du respect des lois, règles et règlements, et des obligations fiscales qui peuvent régir votre utilisation du Site, de l'Application, des Services et du Contenu Collectif. Lorsque vous utilisez le Site, l'Application, les Services et le Contenu Collectif, vous ne pouvez pas et vous acceptez de ne pas :

- [...]

- proposer, en tant qu'Hôte, tout Hébergement dont vous n'êtes pas le propriétaire ou que vous n'êtes pas habilité à louer en tant que résidence ou autre type de bien (sans limiter ce qui précède, vous ne publierez pas d'Annonce pour des Hébergements en tant qu'Hôte si vous agissez en qualité d'agent immobilier ou autre type d'agent pour un tiers).

(Airbnb, 2016)

La légalité et par conséquent le futur des agences 2.0 ou toute autre entreprise agissant en qualité d'agent immobilier pourraient donc être remis en question. Il est intéressant de mettre en parallèle cette condition avec les dernières déclarations d'Alexis Dussillol : « Depuis 6 mois, nous faisons un gros travail pour convaincre les locaux de monter des sociétés de conciergerie afin de proposer des solutions intégrées, comprenant l'entrée, la sortie, la blanchisserie... » (cité dans Lyan, 2016). La subtilité résiderait peut-être dans le fait qu'une société de conciergerie, dans la définition donnée par Monsieur Dussillol, ne s'occuperait pas de la mise en location du bien sur Airbnb mais seulement de la logistique

sur place. Certains acteurs professionnels, opérant seulement au niveau de la plate-forme, se verraient donc menacés si Airbnb décide d'appliquer ces conditions de services à la lettre. Selon Monsieur Hazan, son entreprise ne serait pas inquiétée par ces conditions étant donné que les propriétaires lui accordent le droit de gérer leur bien (CP, 8 juin 2016). Suite à un entretien avec Alexis Dussillol, il s'avérerait que ces conditions sont un reliquat du début d'année (CP, 17 juin 2016). L'auteure n'a toutefois pas pu trouver ces nouvelles conditions dont il fait mention et à ce jour, les dernières mises à jour datent du 29 mars 2016 et incluent l'extrait des conditions citées précédemment (Airbnb, 2016). Il est possible que cette condition soit toujours présente pour atténuer les plaintes des villes vis-à-vis des loueurs professionnels dans les zones urbanisées. Dans les faits, elle ne semble pas être respectée.

Toutefois, tel que le mentionne Alexis Dussillol lors de l'entretien, la stratégie Airbnb est différente pour les villes et les zones vacances face à l'augmentation des acteurs professionnels utilisant la plate-forme (CP, 17 juin 2016). Du côté des villes, Airbnb privilégie les loueurs non-professionnels et leur résidence principale. Par contre, du côté des zones de vacances telles que les stations de ski composées beaucoup plus de résidences secondaires, Airbnb veut intégrer les agences immobilières qui facilitent la mise en location de ces biens. L'équilibre entre particuliers et professionnels se situerait d'ailleurs respectivement à 75% et 25%, comme c'est le cas en Valais actuellement.

En résumé, il n'a pas été possible à ce jour de définir clairement l'aspect légal des loueurs professionnels utilisant la plate-forme Airbnb. Néanmoins, comme le mentionne ; Monsieur Hazan, la start-up est tout à fait au courant que des acteurs professionnels utilisent sa plate-forme et n'a, apparemment, pas de problème avec cette perspective. Il y a cependant toujours un risque qu'Airbnb n'accepte plus les loueurs professionnels et de ce fait, il est important pour eux de diversifier les canaux de distribution (CP, 8 juin 2016)

### 5.3 Prestataires de services et gérances 2.0

Face au développement d’Airbnb, non seulement des loueurs professionnels dits « traditionnels » (agences de location, hôtels, chambres d’hôtes) se sont mis à utiliser la plate-forme mais de nouvelles entreprises ont également émergé afin de répondre aux besoins des utilisateurs de la plate-forme. Ces prestataires de services, aussi dénommés gérances 2.0 du fait qu’elles officient principalement sur internet, évoluent dans ce qui est appelé en anglais la *sub-economy*, une économie parallèle (The Sharing Economy Goes Next-Level, 2015). Ces nouveaux acteurs proposent des services aux personnes désirant louer leur bien via une plate-forme collaborative. Elles peuvent fonctionner comme des agences de location en s’occupant de l’arrivée et du départ des hôtes, de la remise des clés, du nettoyage, des réservations en échange d’une commission sur le prix de location ou proposer seulement une partie de ces services (PwC, 2015, p. 23). Ces entreprises permettent donc de combler des lacunes présentes dans l’économie collaborative dénommées en anglais *issues of friction and trust*. Avec des agences comme intermédiaires, il y a moins de tracas concernant la logistique pour le loueur et l’étude de PwC suggère que les hôtes seraient rassurés par une qualité constante du service, fait également attesté par Monsieur Hazan (CP, 8 juin 2016).

Certaines agences s’occupent de la location de A à Z en passant par la gestion de l’offre sur Airbnb, l’accueil des clients jusqu’au nettoyage du logement pendant que d’autres telles que Keys’n’Fly s’apparentent davantage à un service de management. Cette dernière s’occupe de la gestion des offres mais n’inclut pas de services de nettoyage. L’éventail des services proposés par les gérances 2.0 peut donc grandement varier (The State of Airbnb Hosting: An in-depth analysis of Airbnb and the home sharing industry, 2016) :

- Création et gestion de l’annonce sur Airbnb ;
- Gestion des réservations et communication avec les hôtes ;
- Optimisation du prix de location ;
- Prise en charge de l’arrivée et du départ des clients, incluant la gestion de la clé ;
- Réalisation du nettoyage ;

- Service de maintenance et petites réparations.

Ces agences se rémunèrent avec une commission calculée sur le montant de la réservation. Elle peut osciller par exemple entre 7% pour Keys'n'Fly et 21% pour Wedoux qui offre la gestion du bien et un service complet de conciergerie (accueil des voyageurs, nettoyage, lessive des draps et linges).

Alors que les gérances 2.0 se développent dans les zones urbaines telles que Genève et Zürich, la professionnalisation de ce secteur dans le canton du Valais est encore faible. Sur la base des données de l'OVT (fichier Excel dénombrant les logements Airbnb à état à fin octobre 2015), l'auteure a pu relever plusieurs agences 2.0 officiant en Valais. En tout cas deux d'entre elles sont basées en Suisse : Keys'n'Fly et Chambres d'amis. Au mois de juin 2016, elles géraient respectivement 72 et 59 biens sur Airbnb, dont sept et trois situés en Valais. Comme Monsieur Hazan le déclare, il gère encore peu de biens en Valais et aimerait développer davantage ce marché (CP, 8 juin 2016). Des gérances 2.0 ou des prestataires de services sont en effet un facteur clé pour qu'Airbnb puisse continuer sa progression dans les Alpes. Contrairement aux chambres mises en location via Airbnb, les logements loués en entier demandent une organisation supplémentaire. En effet, le propriétaire doit se déplacer afin d'accueillir l'hôte et de lui remettre les clés ; il en va de même pour son départ. Dans le cas du Valais et ses résidences secondaires, la majorité des propriétaires vivent éloignés de leur bien immobilier. Si le propriétaire ne peut s'occuper des tâches inhérentes à la location, ces dernières doivent pouvoir être déléguées. De ce fait, la problématique du réceptif client en station doit être posée (Atout France, 2015, p. 64).

L'apparition des services de gérances 2.0 remet également en question les services des régies immobilières traditionnelles (Türler, 2016, p. 12). En effet, ils entrent en concurrence directe. Selon Claude Chessex, « Airbnb entre principalement en concurrence avec les régies dans le cas d'immeubles destinés à des locations de vacances, par exemple en station. Sinon, le public cible et les services diffèrent » (Türler, 2016, p. 13). Des propriétaires de résidences secondaires séduits par le concept d'Airbnb peuvent se tourner vers des gérances 2.0 pour la mise en location de leur bien. En outre, Mars Hazan témoigne que le ressentie des propriétaires envers les agences de location traditionnelles est mitigée. Le manque de promotion et un faible taux d'occupation amèneraient ces personnes à se tourner vers des

sociétés telles que Keys'n'Fly (CP, 8 juin 2016). Ces dernières seraient également plus flexibles. Le propriétaire pouvant réserver ou non son logement pour sa propre utilisation selon son gré. Le témoignage d'un propriétaire à Genève, déclarant qu'il a opté pour un service de gérance 2.0 pour sa flexibilité plutôt que de choisir une régie corrobore ces affirmations (Ruiz, 2016, p. 12). D'autres raisons qui amèneraient le propriétaire à faire appel à de tels services pour mettre son bien sur Airbnb sont également son manque de connaissance en informatique, son manque de temps ou simplement le souhait de déléguer cette tâche. En effet, les gérances proposent un service complètement intégré. Le rapport *The stage of Airbnb Hosting : an in-depth analysis of Airbnb and the home sharing industry* a d'ailleurs sondé les besoins des loueurs Airbnb vis-à-vis d'une gérance 2.0 (2016). Il révèle que près de la moitié des répondantes sous-traitent le nettoyage de leur logement. Ils sont un tiers à utiliser des verrous de portes intelligents et 17,3% à faire appel à un concierge pour la remise des clés. Les propriétaires désirant louer leur bien sur Airbnb sont donc à la recherche de tels services.



## 6 Analyse des enquêtes

Actives dans la location des vacances, certaines agences immobilières et certains offices du tourisme utilisent également Airbnb comme canal de distribution. Il est donc intéressant de se pencher sur l'utilisation par ces acteurs de la plate-forme collaborative. Un sondage quantitatif a été conduit auprès des agences immobilières du Valais francophone et un sondage qualitatif a été envoyé à des offices du tourisme du Valais germanophone afin de mesurer leur utilisation d'Airbnb, le développement des gérances 2.0 et la répartition des réservations entre les différents canaux de distribution. Il a été également demandé aux agences immobilières quelques questions au sujet du site internet « rentalp.ch ». Ce chapitre présente donc les résultats de ces deux enquêtes.

### 6.1 Les agences immobilières du Valais francophone

Un questionnaire a été envoyé aux agences immobilières du Valais francophone sur la base des membres de l'USPI, de la C.I.T.I. et des agences référencées sur le site internet « local.ch ». Le sondage à l'encontre des agences immobilières du Valais francophone a récolté soixante-quatre questionnaires complétés correspondant à un taux de réponse de 36%. Étant donné qu'il n'était pas possible d'identifier sur l'échantillon si l'agence contactée administrait des biens à usage touristique ou non, le questionnaire a été adapté et affichait, selon les réponses, entre 4 et 18 questions. Le sondage touchait trois sujets majeurs : Airbnb et les gérances 2.0, les canaux de distribution et finalement le point de vue des agences sur le site de location de logements de vacances dans les Alpes « rentalp.ch ». Ce site internet a été conçu par la C.I.T.I. qui a elle-même été créée en 2003 par des professionnels de la branche immobilière et qui regroupe actuellement plus de 50 membres à travers la Suisse (C.I.T.I., s.d.). Cette coopérative propose un logiciel de gestion locative à ses membres ainsi que la mise en réseau des différents logements gérés par ces derniers au travers du site internet Rentalp. Décrit comme le « leader de la location de logements de vacances dans les Alpes », il est donc intéressant de comparer sa notoriété, ainsi que son utilisation avec son nouveau concurrent Airbnb (C.I.T.I., s.d.).

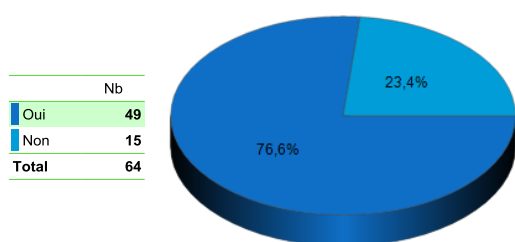
La suite de ce travail présente les résultats du sondage et leur analyse. Une partie des graphiques accompagnent le texte tandis que le reste se trouve à l'annexe XI.

### 6.1.1 Le profil des répondantes

Plus de trois quarts des répondantes sont des agences qui administrent des biens destinés à un usage touristique (figure 13). Parmi ces agences, la moitié d'entre elles sont membres de la C.I.T.I. Les 13 destinations touristiques valaisannes francophones, excepté la Vallée du Trient, sont représentées parmi les répondantes au sondage comme l'illustre la figure 14.

**Figure 14 Si l'agence administre ou non des biens destinés à un usage touristique**

Taux de réponse : 100,0%

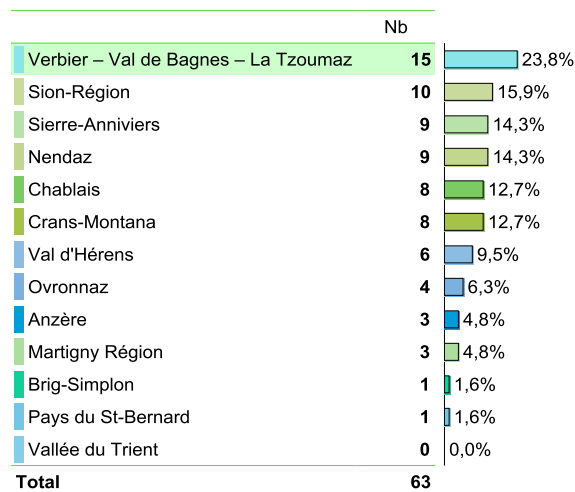


Source : Données de l'auteure - sondage

**Figure 13 Régions touristiques**

**Dans quelle(s) région(s) touristique(s) êtes-vous principalement actif?**

Taux de réponse : 98,4%



Source : Données de l'auteure - sondage 2016

### 6.1.2 Airbnb

Les agences immobilières administrant des biens à usages touristiques sont 40,8% à utiliser la plate-forme Airbnb comme canal de distribution. Etonnamment, les agences qui ne sont pas membres de la C.I.T.I. utilisent en moyenne moins Airbnb (34,8%) que celles membres de la coopérative (47,8%). Les régions touristiques avec un nombre d'agences utilisant Airbnb supérieur aux agences n'utilisant pas la plate-forme collaborative sont Verbier-Val de Bagnes – La Tzoumaz et Nendaz. Dans ces deux régions, les professionnels auraient ainsi plus facilement recours à la plate-forme collaborative.

**Figure 15 Utilisation d'Airbnb**

Taux de réponse : 100,0%

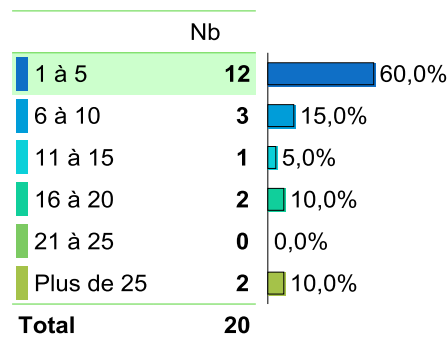


Source : Données de l'auteure - sondage

Comme le présente la figure ci-dessous, une majorité des agences loue entre un et cinq biens. Deux agences louent toutefois plus de 25 biens via ce canal. Elles réalisent entre 20 et 30% de leurs réservations totales via Airbnb.

**Figure 16 Nombre de biens en location en Valais via Airbnb**

Taux de réponse : **100,0%**



Source : Données de l'auteure - sondage 2016

Selon les répondantes, la première raison d'utiliser Airbnb est tout d'abord la notoriété de la plate-forme et ainsi une diffusion des offres à large échelle. Le commissionnement faible arrive en troisième position. Lors d'une demande de location via Airbnb, 35% des répondantes n'effectuent aucune vérification et acceptent la demande directement. À l'opposé, 65% des agences effectuent au minimum un contrôle avec leur base de données existante ou une vérification de la provenance de l'hôte. Elles sont 40% à avoir déjà dû refuser une demande de location, la plupart du temps à cause que le logement a été loué entre-temps via un autre canal de distribution. Des demandes pour un court séjour d'une voire deux nuits sont également une raison de refus. À contrario des loueurs privés ou gérances 2.0 sur Airbnb, les agences ne refuseraient donc à priori pas de demandes à cause de certains critères de sélection émis par des propriétaires. Toutefois, les offres des agences ne semblent pas toujours correspondre aux demandes de clients pour des séjours courts.

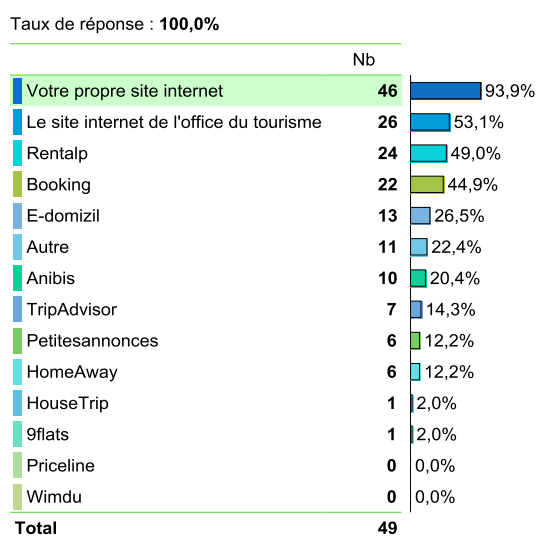
La principale raison des agences qui administrent des biens à usage touristique mais qui n'utilisent pas Airbnb est le fait d'avoir leur propre plate-forme de réservation (63,3%). La deuxième raison la plus évoquée est le manque de synchronisation entre le calendrier d'Airbnb et leur propre système de gestion. Finalement, plus de 23% des agences perçoivent Airbnb comme un concurrent et ne veulent donc pas utiliser la plate-forme. Selon les commentaires des répondantes, plusieurs agences sont toutefois en discussion concernant l'implémentation d'Airbnb dans leur entreprise. Par rapport au manque de synchronisation

entre le logiciel de gestion des agences et la plate-forme Airbnb, ce problème va bientôt être résolu par la start-up. Elle est actuellement en train de développer des interfaces de programmation applicative publics, en anglais Application Programming Interface (API) (M. Hazan. CP, 8 juin 2016). Des API publics permettraient ainsi de créer des passerelles entre la plate-forme Airbnb et les logiciels de gestion locative par exemple. Ainsi les agences de location pourraient intégrer les réservations de la plate-forme collaborative à leur logiciel de gestion. Dans ce sens, la C.I.T.I. est en train d'inclure Airbnb à son logiciel de gestion qui est en passe d'être 100% compatible (D. Guinnard, communication personnelle, 24 juin 2016). Dès lors que la problématique de la synchronisation sera réglée, il est plausible d'envisager une augmentation de l'utilisation d'Airbnb par les agences immobilières valaisannes.

### 6.1.3 Les canaux de distribution

Concernant leurs canaux de distribution, quasi l'ensemble des agences possèdent leur propre site internet. Pour les agences membres de la C.I.T.I., elles utilisent aussi principalement Rentalp et le site internet de l'office du tourisme. E-domizil et Booking est également utilisé par près de 50% des membres. Du côté des agences qui ne font pas partie de la C.I.T.I., hormis leur propre site internet, elles utilisent surtout Booking et le site internet de l'office du tourisme. HomeAway, un des concurrents d'Airbnb, n'est utilisé que par 6 agences sur 49, comparé à Airbnb qui est sollicité par 20 agences.

Figure 17 Plates-formes de distribution (excepté Airbnb)



Source : Données de l'auteure - sondage 2016

A une des questions du sondage, les agences ont indiqué la répartition du nombre de leurs réservations par canal de distribution pour l'année 2015. Le tableau de fréquences (voir annexe XI) présente les tendances des répartitions entre les réservations directes (par téléphone, e-mail, le site de l'agence ou encore à l'agence même), via Airbnb et par les autres plates-formes. Les agences ont tendance à réaliser entre 70% et 100% de leurs réservations via le canal direct. Les locations via Airbnb représentent quant à elles entre 0% et 10% alors que celles via des plates-formes autres qu'Airbnb correspondent à un pourcentage de 30 à 40%. En d'autres termes, le tableau indique que pour les agences administrant des biens à usage touristique, les réservations via les canaux directs sont majoritaires. Airbnb représente pour l'instant un canal de réservation mineur pour les agences.

#### 6.1.4 Les gérances 2.0

Quasiment l'unanimité des agences (88,9%) n'ont pas connaissance d'entreprises de conciergerie actives en Valais. Pour les agences répondant par la positive, elles connaissent une entreprise active à Nendaz et une à Verbier. En outre, une des répondantes au questionnaire offre elle-même des services de conciergerie :

Notre agence offre les services de conciergerie notamment aux propriétaires qui louent en direct, dans ce cas nous facturons un forfait location direct incluant la préparation du logement, l'accueil, la remise des clés, disponibilité pendant leur séjour, nettoyage et contrôle. (Données récoltées par l'auteure - sondage 2016).

En mettant en parallèle ces données avec les dires de Monsieur Hazan, fondateur de Keys'n'Fly, il s'avérerait que le nombre d'entreprises proposant des services de conciergerie pour les propriétaires désirant louer leur bien via des plates-formes collaboratives est encore limité dans le canton du Valais. Pourtant, ce genre de services est une des clés du développement d'Airbnb dans les destinations de montagne, composées majoritairement de résidences secondaires. Si les destinations valaisannes veulent profiter de la notoriété de la plate-forme et inciter les propriétaires de résidences secondaires à louer leur bien, il est primordial pour elles de mettre sur pied de tels services ou d'inciter les agences

immobilières à adapter leurs services à cette nouvelle clientèle. Dans le cas contraire, il y a un fort risque que les agences de location traditionnelle se voient supplanter par de nouveaux arrivants qui ont éclos dans le sillage d’Airbnb. Le témoignage d’un propriétaire de résidence secondaire dans le Val d’Anniviers qui utilise à la fois Airbnb et une agence immobilière locale pour mettre son bien en location l’atteste également (Communication personnelle). D’après lui, les agences ne peuvent rien faire contre le développement d’Airbnb. Elles gagnent à trouver des solutions avec les propriétaires de résidences secondaires désirant utiliser Airbnb comme canal de distribution. Dans son cas, il désirait utiliser la plate-forme collaborative afin de parvenir à louer son bien en basse saison. Avec l’agence, ils ont ainsi trouvé un arrangement.

Après avoir abordé le sujet d’Airbnb, des canaux de distribution et des gérances 2.0, le questionnaire s’intéresse à la plate-forme valaisanne Rentalp.

#### **6.1.5 Rentalp**

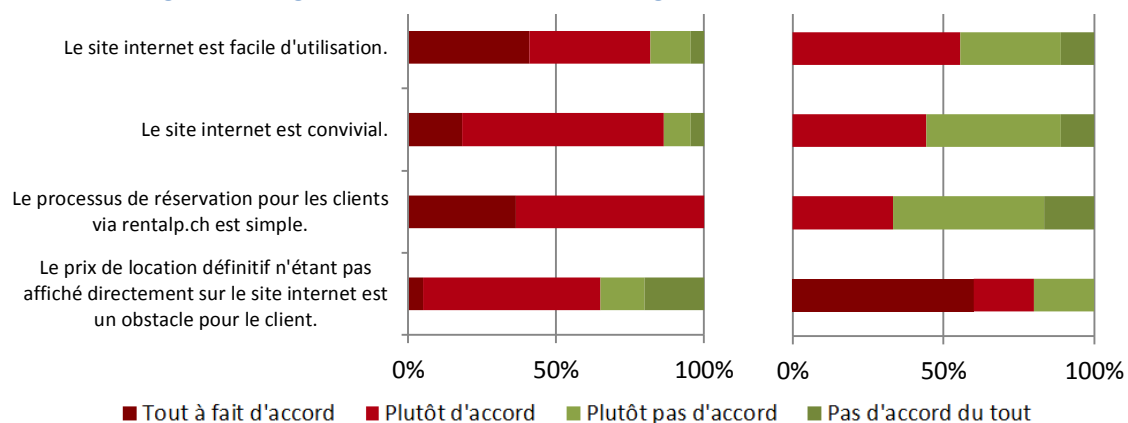
Avec pour but de proposer une large offre de locations de vacances, Rentalp peut se voir bousculer par la plate-forme collaborative Airbnb. En effet, seuls les membres de la C.I.T.I. peuvent publier leurs annonces sur le site alors qu’Airbnb est ouvert à tout le monde. Malgré l’incompatibilité actuelle de la plate-forme Airbnb avec leur logiciel de gestion, plus de 40% des agences utilisent déjà cette plate-forme. En outre, certaines sont également en réflexion. Il est par conséquent intéressant de se pencher sur la notoriété de Rentalp et la vision que possèdent les agences de location du site internet.

Premièrement, parmi les agences qui n’opèrent pas d’objets touristiques, seules 13,3% connaissent le site internet Rentalp. En revanche, elles sont 46,7% à connaître Airbnb. La plate-forme valaisanne, bien que présente sur le marché avant l’arrivée d’Airbnb, doit faire face à une notoriété, dans le secteur de l’immobilier, plus faible que son concurrent américain.

Du côté de l’ergonomie du site, Airbnb est connu pour sa simplicité d’utilisation et une expérience client optimisée. Afin de connaître le point de vue des agences immobilières sur le site internet Rentalp, quatre questions leur ont été adressées. Les réponses des agences, selon si elles sont membres ou non de la C.I.T.I. diffèrent grandement. Comme l’illustre la

figure 18, alors que les membres considèrent à l'unanimité le processus de réservation simple, les non-membres soulignent le contraire. Il est de même pour la facilité d'utilisation du site et sa convivialité. Finalement, la majorité s'accorde sur le fait que le prix de location définitif qui n'apparaît pas sur la plate-forme est bel et bien un obstacle à l'acte d'achat.

Figure 18 Les agences membres de la C.I.T.I. / Les agences non-membres de la C.I.T.I.



## 6.2 Les offices du tourisme du Valais germanophone

Un questionnaire qualitatif a été adressé à deux offices du tourisme du Haut-Valais : Saas-Fee/Saastal qui n'utilise pas Airbnb et Heidadorf Visperterminen, un des seuls offices du tourisme valaisan qui propose des biens via la plate-forme collaborative. Ce dernier utilise Airbnb pour plusieurs raisons : une grande notoriété, une faible commission, une large diffusion des offres, une plate-forme sécurisée, une manipulation facile et une forte demande (données récoltées par l'auteure - sondage 2016). De même que les agences immobilières, aucune vérification particulière vis-à-vis du futur hôte n'est réalisée. L'office du tourisme obtient la majeure partie de ces réservations via Airbnb (70%) qui leur a en plus apporté de nombreux nouveaux clients. Saas-Fee/Saastal de son côté n'utilise pas la plate-forme collaborative car elle n'a pas d'accès via son logiciel de gestion à la plate-forme collaborative. L'office est toutefois conscient que des propriétaires de résidences secondaires louent directement sur Airbnb, voire via l'office également. Il n'hésite pas à ajouter qu'Airbnb leur a amené de nouveaux clients, comme Heidadorf Visperterminen l'a également déclaré.

### 6.3 Airbnb : une chance ou une menace

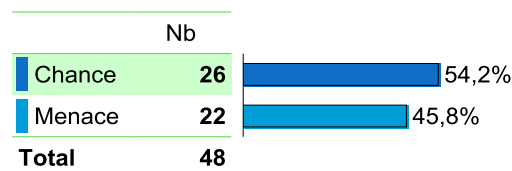
Les agences immobilières comme les offices du tourisme se sont prononcés sur leur vision d'Airbnb et sa capacité à réchauffer les lits froids valaisans. Du côté des agences immobilières du Valais francophone, Airbnb est perçu comme une chance par un peu plus de la moitié des sondés (54,2%). Ce pourcentage est donc mitigé.

Les agences utilisant Airbnb comme canal de distribution sont surreprésentées pour le fait de considérer Airbnb comme une chance, alors que celles se passant de la plate-forme collaborative la perçoivent davantage comme une menace. Néanmoins, 60% des agences conviennent qu'Airbnb est bien un moyen de réchauffer les lits froids valaisans. Finalement, parmi les utilisatrices d'Airbnb, près de 80% d'entre elles considèrent que la plate-forme permet d'améliorer l'occupation des hébergements valaisans.

Figure 19 Perception d'Airbnb

#### Percevez-vous Airbnb comme une chance ou une menace?

Taux de réponse : 85,7%

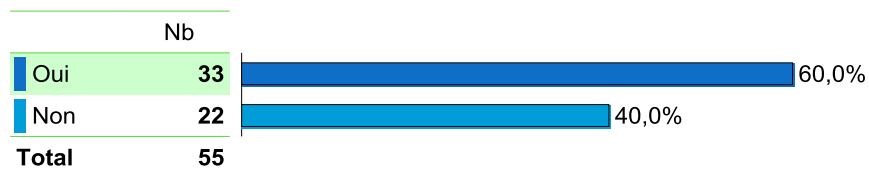


Source : Données de l'auteure - sondage 2016

Figure 20 Airbnb, un moyen de réchauffer les lits froids valaisans

#### D'après vous, est-ce qu'Airbnb est un moyen pour améliorer l'occupation des hébergements valaisans?

Taux de réponse : 98,2%



Source : Données de l'auteure - sondage 2016

Quant aux offices du tourisme du Haut-Valais interrogés, Heidadorf Visperterminen et Saas-Fee/Saastal, Airbnb est sans aucun doute une chance. Pour Saas-Fee/Saastal qui ne met pas de biens sur Airbnb, la plate-forme est toutefois un moyen certain de générer de nouvelles nuitées. Pour Heidadorf Visperterminen qui génèrent 35% de ces réservations via ce canal, Airbnb a apporté de nombreux nouveaux clients. Ils voient donc tous deux Airbnb comme une réelle chance.



## 7 Conclusion

Airbnb met à disposition de ses utilisateurs un outil simple, intuitif et transparent. Ses diverses fonctionnalités et services sont les facteurs clés qui persuadent les loueurs à utiliser cette interface pour mettre en location leur bien en Valais. Tout d'abord, la renommée de la plate-forme permet une diffusion des offres à large échelle. Le propriétaire peut aussi facilement s'inscrire sur la plate-forme, créer une annonce en quelques minutes et par la suite avoir accès à un logiciel de gestion optimisé. Il peut en outre fixer librement les disponibilités de son logement et les tarifs. Il est guidé par des indications et conseils à travers toutes les étapes. De plus, les paiements sont gérés par Airbnb qui offre ainsi une sécurité à l'hôte comme au loueur. Le logement est également garanti par des assurances en cas de litiges. Finalement, la peur de l'inconnu qui peut être un obstacle à la location est résolue en partie par un système d'*e-reputation*, fondé sur des mécanismes efficaces tels que la vérification d'identité et les doubles commentaires. Pour tout ceci, il ne coûtera au loueur que 3% du montant des locations réalisées. Avec de tels avantages appuyés par une stratégie efficace d'incitation aux voyageurs à devenir eux-mêmes loueurs et le développement d'un esprit communautaire, le potentiel de croissance d'Airbnb n'est pas encore épuisé.

Comme le mentionne la dernière étude de Wüest et Partner, les plates-formes de l'économie collaborative permettent de louer plus efficacement les résidences secondaires dans les régions touristiques (2016, p. 58). Cela s'entend que la problématique des lits froids et du taux d'occupation des lits touristiques valaisans ne peut être résolue seulement par un canal de distribution tel qu'Airbnb. Toutefois, cette plate-forme collaborative est sans aucun doute un moyen de commercialiser les lits touristiques et de réchauffer les lits froids comme le confirme la majorité des personnes contactées à travers cette étude.

Avec plus de 100'000 résidences secondaires, le développement d'Airbnb dans le canton du Valais est une chance. A l'instar de Chamonix qui a mis en place une collecte automatique des taxes de séjour ou encore Amsterdam qui s'est baptisé « Airbnb friendly », le Valais peut soutenir et encadrer la progression de la start-up californienne sur son territoire. Pour ce faire, le canton et ses destinations touristiques doivent entrer en discussion avec Airbnb. De plus, dans le cas de résidences secondaires, des infrastructures telles que les gérances 2.0 ou

l'adaptation des services des gérances immobilières traditionnelles sont nécessaires. Ces dernières doivent s'adapter à l'évolution du marché et à la demande actuelle des propriétaires de résidences secondaires.

Du côté des agences immobilières, selon l'enquête réalisée dans le cadre de ce travail, près de 40% des agences immobilières du Valais francophone utilisent déjà Airbnb comme canal de distribution. Pour celles ne faisant pas usage de la plate-forme Airbnb, une des principales raisons invoquées est le manque de synchronisation entre leur logiciel de gestion locative et la plate-forme collaborative. Comme Airbnb va prochainement mettre à disposition des API publics qui vont permettre d'associer les systèmes, il est envisageable que le pourcentage d'agences valaisannes ayant recours à la plate-forme collaborative augmentent significativement. En outre, la C.I.T.I. est justement en train d'inclure Airbnb à son logiciel de gestion, ce qui démontre dans quelle direction se dirige ce secteur. Les agences immobilières ne sont toutefois pas les seules sur le marché de la location. De nouveaux arrivants tels que les gérances 2.0 risquent de perturber les règles du jeu. Encore relativement peu présentes dans les stations touristiques du canton du Valais au contraire des zones plus urbanisées, elles désirent néanmoins développer ce nouveau marché également ciblé par Airbnb selon les dernières actualités. Ces gérances 2.0 répondent aux nouveaux besoins des propriétaires qui désirent louer leur bien via des plates-formes collaboratives. Si les agences immobilières traditionnelles ne veulent pas perdre de part de marché, elles doivent adapter leurs services comme soulevé dans ce travail.

Concernant les perspectives de recherches futures, il serait intéressant de se pencher sur la problématique des taxes de séjour et les aspects fiscaux concernant Airbnb.

## Liste des références

- Accorhotels. (2016, avril 5). *Communiqué de presse 5 avril 2016*. Récupéré sur Accorhotels:  
<http://pressroom.accorhotels-group.com/accorhotels-acquiert-onefinestay-et-devient-un-leader-mondial-de-la-location-de-demeures-d'exception-incluant-des-services-hoteliers/>
- Airbnb. (2008, mars 6). *Airbed&Breakfast*. Récupéré sur Wayback Machine:  
<http://web.archive.org/web/20080306054701/http://www.airbedandbreakfast.com/>
- Airbnb. (2014, juillet 31). *A greener way to travel: the environmental impacts of home sharing*. Récupéré sur Airbnb: <http://blog.airbnb.com/environmental-impacts-of-home-sharing/>
- Airbnb. (2015, décembre 10). *Announcing the 2015 Host Award winners*. Récupéré sur Airbnb: <http://blog.airbnb.com/the-2015-host-award-winners/>
- Airbnb. (2015, octobre 21). *Notre assurance responsabilité civile est désormais disponible dans plusieurs pays*. Récupéré sur Airbnb: <http://blog.airbnb.com/liability-insurance-now-available-around-the-world-fr/>
- Airbnb. (2016). *À propos d'Airbnb*. Récupéré sur <https://fr.airbnb.ch/about/about-us>
- Airbnb. (2016). *Businnes Travel*. Récupéré sur Airbnb: <https://fr.airbnb.ch/business-travel>
- Airbnb. (2016). *Comment ajouter une caution à mon annonce ?* Récupéré sur Arbnb: <https://www.airbnb.fr/help/article/59/how-do-i-add-a-security-deposit-to-my-listing>
- Airbnb. (2016). *Comment fonctionne la notation avec les étoiles ?* Récupéré sur Airbnb: <https://fr.airbnb.ch/help/article/1257/how-do-star-ratings-work>
- Airbnb. (2016, mars 29). *Conditions de Service*. Récupéré sur Airbnb: <https://www.airbnb.fr/terms>
- Airbnb. (2016). *Gagnez des coupons de réduction Airbnb !* Récupéré sur Airbnb: [https://fr.airbnb.ch/invite?\\_ga=1.151504505.1148530281.1464256460](https://fr.airbnb.ch/invite?_ga=1.151504505.1148530281.1464256460)

Airbnb. (2016). *Hébergement responsable*. Récupéré sur Airbnb:

<https://www.airbnb.fr/help/responsible-hosting>

Airbnb. (2016). *Hôte*. Récupéré sur Airbnb: <https://www.airbnb.ch/host>

Airbnb. (2016). *La Garantie Hôte de 800 000€*. Récupéré sur Airbnb:

[https://www.airbnb.fr/guarantee?\\_ga=1.86034840.1421132556.1459962473](https://www.airbnb.fr/guarantee?_ga=1.86034840.1421132556.1459962473)

Airbnb. (2016). *New York*. Récupéré sur Airbnb: <https://fr.airbnb.ch/locations/new-york>

Airbnb. (2016). *Organisez une activité dans votre ville, partagez votre monde*. Récupéré sur

Airbnb: <https://www.airbnb.fr/experience/signup>

Airbnb. (2016). *Que sont les Groupes ?* Récupéré sur Airbnb:

<https://fr.airbnb.ch/help/article/496/what-are-groups>

Airbnb. (2016). *Quelle est la différence entre l'Assurance Hôte et la Garantie Hôte Airbnb ?*

Récupéré sur <https://fr.airbnb.ch/help/article/938/what-s-the-difference-between-airbnb-s-host-guarantee-and-host-protection-insurance>

Airbnb. (2016). *Qu'est-ce que la Garantie Hôte Airbnb ?* Récupéré sur Airbnb:

<https://fr.airbnb.ch/help/article/279/what-is-the-airbnb-host-guarantee>

Airbnb. (2016). *Qu'est-ce que l'Assurance Hôte ?* Récupéré sur Airbnb:

<https://fr.airbnb.ch/help/article/937/what-is-host-protection-insurance>

Airbnb. (2016). *Qu'est-ce que l'identification vérifiée ?* Récupéré sur Airbnb:

<https://fr.airbnb.ch/help/article/450/what-is-verified-id>

ASLOCA. (2014, juillet 16). *Le locataire prend des risques à sous-louer de manière régulière*.

Récupéré sur ASLOCA: <http://www.asloca.ch/dal-215/le-locataire-prend-des-risques-%C3%A0-sous-louer-de-mani%C3%A8re-r%C3%A9guli%C3%A8re>

Atout France. (2015, octobre 6). *La location entre particuliers en stations de montagne*.

Récupéré sur Atout France: <http://atout-france.fr/publications/la-location-entre-particuliers-en-stations-de-montagne>

- AWP. (2016, février 17). *Uber et Airbnb disent avoir rénové de vieilles idées*. Récupéré sur Bilan: <http://www.bilan.ch/entreprises/uber-airbnb-disent-renove-de-vieilles-idees>
- Baker, D. (2014, mai 28). *The Downside of the Sharing Economy*. Récupéré sur Couterpunch: <http://www.couterpunch.org/2014/05/28/the-downside-of-the-sharing-economy/>
- Barbey, G. (2014). Airbnb. Le député valaisan Philippe Nantermod défend le principe de la plateforme communautaire. *L'AGEFI*.
- Bathelot, B. (2011, décembre 2). *Définition : Web 2.0*. Récupéré sur Définitions marketing: <http://www.definitions-marketing.com/definition/web-20/>
- Boissier, P. (s.d.). *Airbnb*. Récupéré sur Design de services: <http://www.designdeservices.org/exemples/21/>
- Booking.com. (s.d.). *Booking.com*. Récupéré sur Booking.com: [www.booking.com](http://www.booking.com)
- Botsman, R. (s.d.). *The Sharing Economy Lacks a Shared Definition*. Récupéré sur Rachel Botsman: <http://rachelbotsman.com/work/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition-fastco-exist/>
- Bourguignon, C. (2014, juillet 30). *Les 8 secrets derrière le succès du site d'Airbn*. Récupéré sur Voyage sur le net: <http://www.voyagesurlenet.com/8-secrets-derriere-le-succes-du-site-airbnb/>
- C.I.T.I. (s.d.). *A propos de*. Récupéré sur Rentalp.ch: <http://rentalp.ch/FR/a-propos-de>
- Clivaz, C. (2012, mars 11). *Acceptation de l'initiative sur les résidences secondaires: L'émergence d'un nouveau modèle de développement pour les stations de sports d'hiver suisses ?* Récupéré sur Journal of AlpineResearch | Revue de géographie alpine.: <http://rga.revues.org/1866>
- Cohen, M., & Sundararajan, A. (2015, mars 1). *Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy*. Récupéré sur The University of Chicago Law Review: <https://lawreview.uchicago.edu/page/self-regulation-and-innovation-peer-peer-sharing-economy>

- Crouzillacq, P. (2014, juillet 31). *Airbnb se positionne sur le voyage d'affaires*. Récupéré sur E-marketing: <http://www.e-marketing.fr/Thematique/Strategies-1001/Loisirs-voyages-10008/Breves/Airbnb-positionne-voyage-affaires-244288.htm>
- De Kepper, S. (2015). Les contenus d'Airbnb, ce sont ceux de sa communauté. *Espaces tourisme & loisirs*, 51.
- De Malet, C. (2016, février 12). *Airbnb & Co : 50% des notations sont fausses? Voici pourquoi*. Récupéré sur Le Figaro: <http://blog.lefigaro.fr/share-qui-peut/2016/02/airbnb-co-50-des-notations-sont-faussees-voici-pourquoi.html>
- De Matharel, L. (2016, juin 22). *"50 000 professionnels organisent leur voyage d'affaires sur Airbnb"*. Récupéré sur JDN: <http://www.journaldunet.com/economie/services/1180611-50-000-professionnels-organisent-leur-voyage-d-affaires-sur-airbnb/>
- De Saint Albin, H. (2013, novembre). Les nouveaux enjeux du marché de la location de vacances. *Espaces, tourisme et loisirs*(315), pp. 16-65.
- Dell'Oro, J.-L. (2013, septembre 17). *Pourquoi les hôteliers en veulent tant à Booking et Expedia*. Récupéré sur Challenges: <http://www.challenges.fr/entreprise/20130917.CHA4410/pourquoi-les-hoteliers-se-retournent-contre-booking-expedia-et-hotels-com.html>
- Deloitte. (2015). *L'économie du partage: partager et gagner de l'argent, quelle position pour la Suisse?* Récupéré sur Deloitte: <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/consumer-business/ch-fr-cb-Leconomie-du-partage-partager-et-gagner-de-largent.pdf>
- Département fédéral de l'environnement, d. t. (2012, janvier 11). Fiche d'information sur l'initiative populaire « Pour en finir avec les constructions envahissantes de résidences secondaires ». *Les résidences secondaires en Suisse*. Berne, Suisse. Récupéré sur <https://www.uvek.admin.ch/uvek/fr/home/detec/votations/initiative-sur-les-residences-secondaires/documentation.html>

- DesignStudio. (2014). *Rebranding the world's most compelling hospitality idea*. Récupéré sur DesignStudio: <https://www.wearedesignstudio.com/works/airbnb-rebrand/>
- DesignStudio. (2014, juillet 18). *The secret to Airbnb's successful rebrand*. Récupéré sur Webdesignerdepot: <http://www.webdesignerdepot.com/2014/07/the-secret-to-airbnbs-successful-rebrand/>
- Dublanchet, L. (2014, avril 28). *Les leçons que l'on peut retenir d'Airbnb*. Récupéré sur etourisme.info: <http://www.etourisme.info/les-lecons-lon-retenir-dairbnb/>
- Eckhardt, G., & Bardhi, F. (2015, Janvier 28). *The Sharing Economy Isn't About Sharing at All*. Récupéré sur Harvard Business Review: <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>
- Edelman, B., Luca, M., & Svirsky, D. (2016, Janvier 6). *Racial Discrimination in the Sharing Economy: Evidence from a Field Experiment*. Récupéré sur <http://www.benedelman.org/publications/airbnb-guest-discrimination-2016-01-06.pdf>
- Eloy, P. (2016, mars 24). *Vers une hybridation de l'hébergement... quand l'hôtel devient un bnb ou que le bnb rentre dans le mice*. Récupéré sur Tourisme.info: <http://www.etourisme.info/vers-hybridation-de-lhebergement-lhotel-devient-bnb-bnb-rentre-mice/>
- Expedia. (2015, décembre 15). *Expedia Completes Exchange Offer To HomeAway Stockholders And Acquires HomeAway*. Récupéré sur Expediainc: <http://www.expediainc.com/news-release/?aid=123286&fid=99&yy=2015>
- Ferrary, N. (2013, novembre). Nouveaux enjeux du marché de la location de vacances. *Espaces*(315), pp. 33-37.
- Ferrary, N., & De Kepper, S. (2013). La location entre particuliers appartient au secteur de la consommation collaborative: l'exemple d'Airbnb. *Espaces tourisme & loisirs*, 315, 32-37.

Finance de marché. (s.d.). *Asymétrie d'information*. Récupéré sur Finance de marché:

<http://financedemarche.fr/definition/asymetrie-dinformation>

Freigang, C. (2016, avril 19). *Die wichtigsten Fakten zum Airbnb-Erfolg in der Schweiz*.

Récupéré sur Handelszeitung:

<http://www.handelszeitung.ch/konjunktur/schweiz/die-wichtigsten-fakten-zum-airbnb-erfolg-der-schweiz-1054609>

Galliani, R. (2014, février 28). *Looking at AirBnB Through Michael Porter's Competitive*

*Advantage Framework*. Récupéré sur Northwestern Business Review:

<http://northwesternbusinessreview.org/looking-at-airbnb-through-michael-porters-competitive-advantage-framework/>

Gansky, L. (2010). *The mesh : Why the future of business is sharing*.

Godreau, S. (2016, février 10). *30 acteurs de l'économie collaborative pour voyager en 2016*.

Récupéré sur Webmarketing&com: [http://www.webmarketing-](http://www.webmarketing-com.com/2016/02/10/45190-infographie-30-acteurs-economie-collaborative-voyager-2016)

[com.com/2016/02/10/45190-infographie-30-acteurs-economie-collaborative-voyager-2016](http://www.webmarketing-com.com/2016/02/10/45190-infographie-30-acteurs-economie-collaborative-voyager-2016)

Grothaus, M. (2015, mars 15). *How To Make A Killing On Airbnb*. Récupéré sur Fastcompany:

<http://www.fastcompany.com/3043468/the-secrets-of-airbnb-superhosts>

Guillaud, H. (2015, novembre 13). *Uber, Airbnb... : les systèmes de notation en question*.

Récupéré sur LeMonde.fr: <http://internetactu.blog.lemonde.fr/2015/11/13/uber-airbnb-les-systemes-de-notation-en-question/>

Guirado-Cailleau, C. (2011, juillet 29). *Airbnb: un site qui pèse 1 milliard de dollars malgré un*

*gros raté*. Récupéré sur MyTF1: <http://lci.tf1.fr/economie/entreprise/airbnb-ou-comment-loger-chez-l-habitant-en-vacances-6610405.html>

Guttentag, D. (2013, Juillet 2014). *Airbnb: disruptive innovation and the reuse of an informal tourism accommodation sector*. Récupéré sur

<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13683500.2013.827159>



- Hebert, D. (2013, août 24). *Airbnb, l'envers du décor*. Récupéré sur L'OBS:  
<http://tempsreel.nouvelobs.com/economie/20130822.OBS4106/airbnb-l-envers-du-decor.html>
- Hoff, B. (n.d.). *How Airbnb rebranded its website and app*. Récupéré sur Creative Bloq:  
<http://www.creativebloq.com/branding/how-airbnb-rebranded-its-website-and-app-121413771>
- HomeAway. (s.d.). *About Us*. Récupéré sur HomeAway:  
<https://www.homeaway.com/info/about-us>
- Hospitality On. (2015, décembre 15). *Sweet Inn, le nouveau concept décrit par Paul Besnainou*. Récupéré sur Hospitality On: <http://hospitality-on.com/actualites/2015/12/15/sweet-inn-le-nouveau-concept-decrit-par-paul-besnainou/>
- Houste, F. (2016, janvier 20). *HomeAway / Abritel : l'offensive est lancée !* Récupéré sur eTourisme Feng Shui: <http://www.etourisme-feng-shui.com/2016/01/20/homeaway-abritel-loffensive-est-lancee/>
- Huault-Dupuy, G. (2014, octobre 27). *L'histoire incroyable derrière le succès d'Airbnb*. Récupéré sur Boursorama: [http://lifestyle.boursorama.com/article/l-histoire-incroyable-derriere-le-succes-d-airbnb\\_a1214/1](http://lifestyle.boursorama.com/article/l-histoire-incroyable-derriere-le-succes-d-airbnb_a1214/1)
- inRocks, L. (2016, mai 11). *Airbnb : la mairie de Paris lance la chasse aux locations frauduleuses*. Récupéré sur Les inRocks:  
<http://www.lesinrocks.com/2016/05/news/airbnb-voisin/>
- Jourdan, S. (2011, décembre 28). *La start-up qui a révolutionné la location courte durée pose ses bagages en France*. Récupéré sur La Tribune: <http://www.latribune.fr/techno-medias/innovation-et-start-up/20111228trib000674139/la-start-up-qui-a-revolutionne-la-location-courte-duree-pose-ses-bagages-en-france.html>
- Juul, M. (2015, septembre 25). *The sharing economy and tourism: Tourist accommodation*. Récupéré sur Parlement européen Think Tank:

[http://www.europarl.europa.eu/thinktank/fr/document.html?reference=EPRS\\_BRI\(2015\)568345](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/fr/document.html?reference=EPRS_BRI(2015)568345)

Krug, S. (2014). *Don't make me think, revisited* (éd. 3rd). Londres: New Riders.

L., C. (2016, janvier 11). *L'e-réputation au coeur de la consommation collaborative*. Récupéré sur Webmarketing&com: <http://www.webmarketing-com.com/2016/01/11/44601-reputation-coeur-de-consommation-collaborative>

*L'exotisme est mort, vive l'authenticité! Ou: pourquoi il est futile de combattre Airbnb*. (2013, juillet 28). Récupéré sur Le blogue de Marie-Claude Dua: <http://marieclaudeducas.com/2013/lexotisme-est-mort-vive-lauthenticite-ou-pourquoi-il-est-futile-de-combattre-airbnb/>

Lainé, L. (2016, mai 10). *Airbnb : la Mairie de Paris lance un site encourageant la délation entre voisins*. Récupéré sur L'Echo touristique: <http://www.lechotouristique.com/article/airbnb-la-mairie-de-paris-lance-un-site-encourageant-la-delation-entre-voisins,82130>

Larousse. (s.d.). *hôte*. Récupéré sur Larousse: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/h%c3%b4te/40474?q=h%c3%b4te#40384>

Larousse. (s.d.). *loueur, loueuse*. Récupéré sur Larousse: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/loueur/47879?q=loueur#47798>

Lausson, J. (2016, mars 15). *Airbnb : les voisins pourront se plaindre en cas d'incident*. Récupéré sur Numerama: <http://www.numerama.com/tech/152370-airbnb-les-voisins-pourront-se-plaindre-en-cas-dincident.html>

Le Monde. (2016, avril 26). *Airbnb : Berlin durcit les règles pour les locations touristiques*. Récupéré sur Lemonde.fr: [http://www.lemonde.fr/economie/article/2016/04/26/airbnb-berlin-durcit-les-regles-pour-les-locations-touristiques\\_4909031\\_3234.html](http://www.lemonde.fr/economie/article/2016/04/26/airbnb-berlin-durcit-les-regles-pour-les-locations-touristiques_4909031_3234.html)

- LearnAirbnb.com. (2016). *The State of Airbnb Hosting: An in-depth analysis of Airbnb and the home sharing industry*. Récupéré sur LearnAirbnb.com: <http://learnairbnb.com/>
- LES ECHOS. (2016, juin 12). *Airbnb veut vous aider à planifier votre voyage entre amis*. Récupéré sur LesEchos.fr: <http://www.lesechos.fr/industrie-services/tourisme-transport/0211017568215-airbnb-veut-vous-aider-a-planifier-votre-voyage-entre-amis-2005667.php>
- Lexpress.fr. (2016, février 17). *Airbnb lève 1,5 milliard de dollars et est valorisée à 25,5 milliards de dollars*. Récupéré sur L'Express L'Expansion: [http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/airbnb-leacve-1-5-milliard-de-dollars-et-est-valorisee-a-25-5-milliards-de-dollars\\_1764463.html](http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/airbnb-leacve-1-5-milliard-de-dollars-et-est-valorisee-a-25-5-milliards-de-dollars_1764463.html)
- Lyan, M. (2016, janvier 13). *Airbnb à la conquête des stations des Alpes*. Récupéré sur La Tribune: <http://acteursdeleconomie.latribune.fr/territoire/2016-01-13/airbnb-a-la-conquete-des-stations-de-ski-des-alpes.html>
- Marjollet, C. (2014, février 24). *Airbnb une startup pour voyager et héberger autrement*. Récupéré sur Kairn: <http://www.kairn.com/fr/activites-montagne/90410/airbnb-une-startup-pour-voyager-et-heberger-autrement.html>
- Martin, M.-C. (2016, avril 26). *Tourisme: Berlin, victime de son succès, interdit Airbnb*. Récupéré sur Letemps: <http://www.letemps.ch/opinions/2016/04/26/tourisme-berlin-victime-succes-interdit-airbnb>
- May, K. (2015, novembre 10). *After years of trying, Airbnb to formally launch Experiences service*. Récupéré sur Tnooz: <https://www.tnooz.com/article/after-years-of-trying-airbnb-to-formally-launch-experiences-service/>
- Merriam-Webster. (s.d.). *crowdsourcing*. Récupéré sur Merriam-Webster: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/crowdsourcing>
- Müller, P. (2016, mai 14). *Widerstand gegen das grösste Hotel der Schweiz*. Récupéré sur Schweiz am Sonntag:

[http://www.schweizamsonntag.ch/ressort/nachrichten/widerstand\\_gegen\\_das\\_groesse\\_hotel\\_der\\_schweiz/](http://www.schweizamsonntag.ch/ressort/nachrichten/widerstand_gegen_das_groesse_hotel_der_schweiz/)

Nakamura, Y., Newcomer, E., & Alpeyev, P. (2016, mars 14). *Airbnb to Let Neighbors Give Feedback on Hosts, 'Party Houses'*. Récupéré sur Bloomberg Technology:  
<http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-03-14/airbnb-to-let-neighbors-give-feedback-on-hosts-party-houses>

Novak, J., & Schwabe, G. (2009, Mars). *Designing for Reintermediation in the Brick-and-Mortar World: Towards the Travel Agency of the Future*. Récupéré sur  
[https://www.researchgate.net/publication/220505565\\_Designing\\_for\\_reintermediation\\_in\\_the\\_brick-and-mortar\\_world\\_Towards\\_the\\_travel\\_agency\\_of\\_the\\_future](https://www.researchgate.net/publication/220505565_Designing_for_reintermediation_in_the_brick-and-mortar_world_Towards_the_travel_agency_of_the_future)

Oates, G. (2015, novembre 16). *Understanding How Airbnb Empowers Hosts With New Business Travel Strategy*. Récupéré sur Skift:  
<https://skift.com/2015/11/16/understanding-how-airbnb-empowers-hosts-with-new-business-travel-strategy/>

Observatoire Valaisan du Tourisme. (2015, novembre 26). *Airbnb – la croissance se poursuit en Valais*. Récupéré sur Observatoire Valaisan du Tourisme:  
[http://tourobs.ch/media/121976/4ovt\\_f\\_airbnb\\_2015.pdf](http://tourobs.ch/media/121976/4ovt_f_airbnb_2015.pdf)

Observatoire Valaisan du Tourisme. (2016, mai 18). *Chiffres clés du Valais et faits saillants de son activité touristique*. Récupéré sur Observatoire Valaisan du Tourisme:  
<http://www.tourobs.ch/fr/faits-et-chiffres/le-canton-du-valais/donnees-de-base/>

Observatoire Valaisan du Tourisme. (2016, avril). *Coup de projecteur sur les caractéristiques des séjours et la satisfaction exprimée par les propriétaires de résidences secondaires (R2) en Valais*. Récupéré sur [www.tourobs.ch](http://www.tourobs.ch)

Observatoire Valaisan du Tourisme. (s.d.). *Analyse du phénomène airbnb en Suisse et en Valais*. Récupéré sur Observatoire Valaisan du Tourisme:  
<http://www.tourobs.ch/fr/faits-et-chiffres/secteurs/airbnb/>

- Office fédéral du développement territorial ARE. (2010). *Résidences secondaires, guide pour la planification directrice cantonale*. Récupéré sur confédération suisse: <http://www.are.admin.ch/dokumentation/publikationen/00018/00385/index.html?lang=fr>
- Olson, M., & Kemp, S. (2015, mars). *Sharing Economy: An In-Depth Look At Its Evolution & Trajectory Across Industries*. Récupéré sur PiperJaffray: <http://collaborativeeconomy.com/research/sharing-economy-an-in-depth-look-at-its-evolution-and-trajectory-across-industries/>
- OVT. (2016). *Airbnb*. Récupéré sur Observatoire Valaisan du Tourisme: [www.tourobs.ch](http://www.tourobs.ch)
- Owyang, J. (2014, décembre 7). *Collaborative Economy Honeycomb 2 –Watch it Grow*. Récupéré sur Jeremiah Owyang: <http://www.web-strategist.com/blog/2014/12/07/collaborative-economy-honeycomb-2-watch-it-grow/>
- Perrin, O. (2012, mars 12). *Le peuple suisse met une bouillotte dans les lits froids*. Récupéré sur Le Temps: <http://www.letemps.ch/suisse/2012/03/12/peuple-suisse-met-une-bouillotte-lits-froids>
- Pommier, A.-H. (2015, mars 4). *Airbnb: êtes-vous couvert en cas de dégâts ?* Récupéré sur Le Figaro: <http://www.lefigaro.fr/assurance/2015/03/04/05005-20150304ARTFIG00123-airbnb-etes-vous-couvert-en-cas-de-degats.php>
- Porges, S. (2014, octobre 17). *The Strange Game Theory Of Airbnb Reviews*. Récupéré sur Forbes: <http://www.forbes.com/sites/sethporges/2014/10/17/the-strange-game-theory-of-airbnb-reviews/#213b0c195e56>
- Prudent, R. (2016, janvier 2013). « *L'économie collaborative accroît les inégalités patrimoniales* ». Récupéré sur L'OBS avec Rue89: <http://rue89.nouvelobs.com/2016/01/03/leconomie-collaborative-accroît-les-inegalites-patrimoniales-262256>

- Puren, V. (2015, mai 4). *Les 5 piliers qui font le succès d’AirBnB et qui devraient inspirer les hôteliers*. Récupéré sur Maddyness:  
<https://www.maddyness.com/entrepreneurs/2015/05/04/tourisme-airbnb-succes/>
- PwC. (2015, avril). *Consumer Intelligence Series: The sharing economy*. Récupéré sur PwC:  
<http://www.pwc.com/us/en/industry/entertainment-media/publications/consumer-intelligence-series/sharing-economy.html>
- Rüchti, F. (2016, avril 19). *Téléjournal 19h30. L'offre Airbnb équivaut au quart de l'offre hôtelière suisse*.
- Ruiz, G. (2016, janvier 21). *AirBnB: enquête sur son fabuleux succès en Suisse*. *Hebdo*(3), 6-16.
- Russell, G. (2016, février 13). *BlaBlaCar, Airbnb...: peut-on se fier aux avis en ligne ?*  
Récupéré sur Le Figaro: <http://www.lefigaro.fr/economie/le-scan-eco/explicateur/2016/02/13/29004-20160213ARTFIG00009-blablacar-airbnb-peut-on-se-fier-aux-avis-en-ligne.php>
- Savary, L. (2016, mai 12). *La police traquera les fraudeurs*. *Le Nouvelliste*, 10.
- Shead, S. (2016, mai 6). *Airbnb is looking at ways of increasing the amount of interaction between hosts and guests*. Récupéré sur Business Insider UK:  
<http://uk.businessinsider.com/airbnb-is-considering-pairing-hosts-and-guests-2016-5>
- Sim, M. (2016, janvier 28). *Dear hoteliers: Six things you need to get right about Airbnb*.  
Récupéré sur Tnooz:  
[https://www.google.ch/search?q=dear+hoteliers+6+things&sourceid=ie7&rls=com.microsoft:fr-CH:IE-Address&ie=&oe=&gfe\\_rd=cr&ei=IPsIV-OtLemX8QeBxY7oDA&gws\\_rd=ssl](https://www.google.ch/search?q=dear+hoteliers+6+things&sourceid=ie7&rls=com.microsoft:fr-CH:IE-Address&ie=&oe=&gfe_rd=cr&ei=IPsIV-OtLemX8QeBxY7oDA&gws_rd=ssl)
- Spilka, S. (2016, janvier 22). *Airbnb’s Head of Product On the Future of Travel Experiences*.  
Récupéré sur PSFK: <http://www.psfk.com/2016/01/airbnb-open-head-of-product-future-of-travel-experiences.html>

- Statt, N. (2016, juin 8). *Airbnb will let you and your friends vote on a place to stay*. Récupéré sur The Verge: <http://www.theverge.com/2016/6/8/11887488/airbnb-collaborative-wish-list-voting-feature>
- Terrasse, P. (2016, février). *RAPPORT AU PREMIER MINISTRE SUR L'ECONOMIE COLLABORATIVE*. Récupéré sur <http://www.gouvernement.fr/partage/6421-rapport-de-pascal-terrasse-sur-le-developpement-de-l-economie-collaborative>
- The Sharing Economy Goes Next-Level*. (2015, mars 2). Récupéré sur Fastcompany: <http://www.fastcompany.com/3041188/the-sharing-economy-goes-next-level>
- The State of Airbnb Hosting: An in-depth analysis of Airbnb and the home sharing industry*. (2016). Récupéré sur LearnAirbnb.com: <http://learnairbnb.com/>
- The Webby Awards. (2014). *The Webby Awards Gallery + Archive*. Récupéré sur The Webby Awards: <http://webbyawards.com/winners/2014/>
- Ting, D. (2016, avril 6). *AccorHotels CEO: It's Foolish and Irresponsible to Fight Against the Sharing Economy*. Récupéré sur Skift: <https://skift.com/2016/04/06/accorhotels-ceo-its-foolish-and-irresponsible-to-fight-against-the-sharing-economy/>
- Ting, D. (2016, avril 19). *Airbnb Repositions Around 'Live There,' Moves Beyond Stays to Experiences*. Récupéré sur Skift: <https://skift.com/2016/04/19/airbnb-repositions-around-live-there-moves-beyond-stays-to-experiences/>
- Ting, D. (2016, mars 31). *Airbnb Tests New Feature That Makes It Easier for Multiple Hosts to Manage Listings*. Récupéré sur Skift: <https://skift.com/2016/03/31/airbnb-tests-new-feature-that-makes-it-easier-for-multiple-hosts-to-manage-listings/>
- Trivett, V., & Skift Staff. (2013). *What the Sharing Economy Means to the Future of Travel*. Récupéré sur Skift Report #7: <http://skift.com/wp-content/uploads/2014/07/skift-what-the-sharing-economy-means-to-the-future-of-travel.pdf>
- Türler, W. (2016, janvier 21). *AirBnB: une nouvelle menace pour les régies immobilières*. *L'Hebdo*(3), 6-16.

Tusssydia, P., & Pesonen, J. (2016, octobre 12). *Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns*. Récupéré sur <http://jtr.sagepub.com/content/early/2015/10/09/0047287515608505.abstract>

Ursić, M. (2016, avril 23). *Never A Stranger: Airbnb Launches TV and Digital Campaign* . Récupéré sur Branding Magazine: <http://www.brandingmagazine.com/2015/04/23/never-stranger-airbnb-launches-tv-digital-campaign/>

V.R. (2016, mai 6). *Logement: les discriminations raciales existent aussi sur Airbnb*. Récupéré sur BFMTV: <http://www.bfmtv.com/international/airbnbwhileblack-un-hashtag-pour-denoncer-les-discriminations-raciales-sur-airbnb-972386.html>

Vakaridis, M. (2013, juillet 5). *Perle du Net, Airbnb fait un carton dans le monde entier*. Récupéré sur Bilan: <http://www.bilan.ch/techno-les-plus-de-la-redaction/perle-du-net-airbnb-fait-un-carton-dans-le-monde-entier>

Wang, D., Li, M., Guo, P., & Xu, W. (2016, février 2). Information and Communication Technologies in Tourism 2016. *Proceedings of the International*, pp. 683-694.


Wanner, R. (2015, janvier 8). Simplifier les normes du métier. *Gastro Journal*, 15.

Wüest & Partner. (2016). *Immo-Monitoring 2016 Frühlingausgabe*.



## Annexe I : profils Airbnb de gérances 2.0

Source : Airbnb.com



### Bonjour, je m'appelle Marc !

Genève, Suisse · Membre depuis septembre 2012


Signaler cet utilisateur

Keys'nFly - Airbnb Management Solution That Suits You  
My name is Marc with Keys'nFly Vacation Rentals, a full service property management company based out of Geneva, Switzerland. My team and I strive to make every experience a seamless one, no matter where your trip may take you. As hospitality professionals experts, we are dedicated to provide superior customer service with attentiveness to inquiries and our guests while they are staying with us. Please let us know how we may help you with your next trip.

205 Commentaires  Vérifié

#### Commentaires (205)


##### Commentaires des voyageurs



The apartment was excellent, very clean, very well equipped and the private parking is absolutely a must. Very good location near the center and very calm. We didn't have the pleasure to meet personally Marc, but when we had him on the phone he was nevertheless very kind and helpfull.

Alfonso


De Germasogela, Chypre · mai 2016



It's a nice flat. It's not far from the center of the city. Perfect place to stay.

Marc

De Barcelone, Espagne · mai 2016



The host canceled this reservation the day before arrival. This is an automated posting.

Neil

De Londres, Royaume-Uni · mai 2016

#### Identification vérifiée


-  Adresse e-mail Vérifié
-  Numéro de téléphone Vérifié
-  Facebook 977 amis
-  Google Validé
-  LinkedIn Validé
-  Commentaires 205 commentaires
-  Identification hors ligne Carte d'identité

#### À propos de moi

**École**  
École hôtelière de Lausanne

**Travail**  
Keys'nFly

**Langues**  
Deutsch, English, Español, Français





### Bonjour, je m'appelle Kim !


Bagnes, Suisse · Membre depuis juillet 2012

Signaler cet utilisateur

From Wales, living in the Swiss Alps.

12 Commentaires  2 Recommandations  Vérifié

#### Wish Lists (1)




**Vacation Places**

4 annonces

#### Commentaires (12)


##### Commentaires des voyageurs




This apartment is in an amazing location for skiing - right next to the main Medran lift and yet tucked away in a residential area that is nice and quiet at night. It is close walking distance to the town centre so very easy to get to restaurants and bars in the evening. The apartment is well-equipped and comfortable with a large living/ eating space for 6 or 7 guests. We absolutely loved our stay there - thank you so much to Kim, Ffione and the team for being so helpful. We will be back!

Claire

De Londres, Royaume-Uni · mars 2016


 3 bedroom property near Medran



The chalet is fitting for 10 people, well equipped. It is close to the kids club (10 min walk) and the sports center (5 min walk). 3 min to the bus station.

Ayala

De Jérusalem, Israël · février 2016

 Freestanding 5 Bedroom Ski Chalet

#### Identification vérifiée

-  Adresse e-mail Vérifié
-  Numéro de téléphone Vérifié
-  Commentaires 12 commentaires
-  Identification hors ligne Passeport

#### À propos de moi

**Langues**  
English, Español, Français

#### Annonces (4)



**Charming mini Swiss ski chalet**  
Chemin de la Barmète, Bagnes



**Freestanding 5 Bedroom Ski Chalet**

## **Annexe II : entretien avec Monsieur Olivier Cheseaux**

*Entretien réalisé le vendredi 13 mai 2016 – Durée : 45 minutes*

*En présence de Monsieur Olivier Cheseaux, créateur et propriétaire d'Anako'lodge, sept  
mayens de la Forclaz rénovés et proposés à la location de courte durée*

### **Par quelles plates-formes louez-vous vos mayens ?**

Airbnb, Anibis, Weekngo, mon propre site internet.

J'ai discuté avec Louis de l'hôtel de paille à Nax. Ils l'ont aussi mis sur Airbnb. Par contre, ils ont eu seulement une réservation, peut-être due au fait que c'est un hôtel. Si tu vas regarder sur Airbnb pour le Val d'Hérens, il y a des personnes qui ont des mayens, pas tout à fait la même chose que les miens, mais ils n'ont pas de réservation. Après, c'est les premières critiques qui font la différence.

Je suis également dans une agence immobilière d'Evolène, des Haudères, depuis un mois. Elle a envoyé à tout son fichier d'adresses, à sa base client, une information par rapport aux mayens de la Forclaz. Elle a eu zéro retour, même pas une demande d'information. Donc, ce n'est pas la clientèle. La clientèle habituée n'est pas la clientèle de mes mayens. C'est une nouvelle clientèle et c'est une question de prix. Parce qu'ici dans la vallée tu peux trouver un mayen à louer à 700.- CHF la semaine. Les gens se disent « si on va dans le Val d'Hérens, on ne paie pas cher ». L'agence immobilière était sidérée. Elle a dit que les mayens de la Forclaz étaient ses plus beaux objets à louer et personne ne lui a demandé de location. Ça veut dire qu'avec mes mayens, je démarche une nouvelle clientèle, un nouveau marché. Comme ce matin avec la dame de Weekngo. Ce sont des personnes ne seraient jamais venues chez moi, et peut-être même pas en Valais, sans elle.

### **Quelle est selon vous la plate-forme la plus efficace ?**

Actuellement, c'est Airbnb.

### **Quelles sont les répartitions des locations entre les différentes plates-formes ?**

Actuellement, j'ai peu de recul vu que j'ai commencé il y a trois mois avec les autres mayens. C'est beaucoup le site internet vu la campagne publicitaire que j'ai réalisée via

Facebook. Par contre, sur le long terme, avec le mayen à Pierre (le prototype), c'est plutôt Airbnb. Weekngo, la première année, elle m'a fait cinq locations. Pour l'année 2016, j'ai déjà 15 locations. Cela est aussi dû au fait que dès cette année, j'ai davantage de moyens et donc d'offres. Elle a par conséquent pu vendre plus de week-ends.

Pour le mayen à Pierre qui est sur Airbnb depuis 3 ans, il a déjà par exemple 18 nuitées louées sur le mois de mai 2016. Entre la première et la seconde année, j'ai réalisé environ 30% d'occupation. Lors de la troisième année, c'est passé à 60%. Pour les six autres mayens que j'ai rénovés, je dois atteindre un 30% pour couvrir les charges, l'amortissement et les intérêts. J'espère atteindre les 50% d'occupation dans les 3 ans.

### **Quelle est la nationalité de vos hôtes ?**

La base c'est beaucoup suisse et sinon beaucoup d'anglais. Les Suisses : Vaudois, Genevois, Bernois, Zurichois et peut-être Bâlois de tête. Les Suisses réservent pas mal via Airbnb.

### **Si des personnes, ayant réservé via Airbnb pour leur première expérience, réservent pour une seconde fois, est-ce qu'ils passent directement par votre site internet ou réservent à nouveau sur Airbnb ?**

J'ai des clients qui connaissent mon site mais qui réservent quand même via Airbnb. Le cas est arrivé pour une location d'une semaine, alors même que la location pour une semaine revient moins cher via mon site internet. Mais la personne ne voulait pas se soucier et a donc réserver via Airbnb, il trouvait plus simple. Si les personnes veulent un rabais à la semaine, je les invite à réserver en direct. Ils ne paieront donc pas la commission d'Airbnb.

### **Pourquoi avez-vous choisi Airbnb ?**

Par pur hasard, je voyageais avec Airbnb depuis septembre 2012.

### **Comment avez-vous connu Airbnb ?**

En voyageant, je crois que le premier voyage, c'était à Berlin.

### **Quelle est votre expérience de la plate-forme Airbnb ?**

Une très bonne expérience. La plate-forme Airbnb est vraiment optimisée. Elle fournit une multitude d'informations concernant les réservations, les revenus, etc. Je suis également informé de ma position, des évaluations de mes hôtes. Je sais combien j'ai reçu d'étoiles (barème de 1 à 5) pour la propreté, l'accueil, le rapport qualité-prix, etc. Avec des bonnes notes, tu deviens superhost et à partir d'un certain nombre de mauvaises notes, tu reçois une alerte. Lorsque je reçois 4 étoiles sur 5 concernant la propreté, je l'avise à la femme de ménage pour qu'elle le sache. Je suis également informé de ma moyenne par rapport « aux hôtes proche de chez vous ». Avec ces différentes informations, je sais donc exactement où je dois m'améliorer.

### **Quels sont les avantages d'Airbnb ?**

- Les paramètres de disponibilités : tu peux noter dans le calendrier les réservations que tu as par d'autres canaux. Donc, Airbnb est bien conscient que tu loues peut-être ton bien via un site internet propre ou une autre plate-forme et ils te laissent donc ajouter à ton calendrier ces informations. Du coup, je gère tout sur Airbnb.
- Les paramètres du prix : j'insère le prix que je veux. Je dois toutefois le faire pour chaque bien séparément.
- Le superhost : si tu as des critiques positives sur les objets que tu loues, tu as des faveurs dans les services. Des gens regardent ça en se disant « tiens, lui il est bon parce qu'il sait recevoir les gens ». Pour obtenir ce statut, il faut avoir dix critiques au minimum. C'est basé ensuite sur quatre critères : nombre de séjour réalisé, pourcentage de notes cinq étoiles (minimum 80%), taux d'engagement, et taux de réponse. J'ai une prochaine évaluation au 1er juillet.
- Statistiques des consultations des annonces : je peux donc voir si les gens regardent l'annonce et s'ils font une demande de réservation. Comme par hasard, le mayen n°5, celui avec le plus de commentaires, a déjà 43 consultations. Je passe de 130 à 13 vues entre mes différentes annonces, c'est fou.

- Lors des échanges avec un hôte ou un futur hôte, il y a un outil de traduction Google intégré. Je peux donc écrire en français et ça me le traduit en anglais automatiquement par exemple.
- Une réservation me prend au maximum 15 minutes de travail avec l'échange de 2, voire 3 messages. Pour une réservation via mon site internet, il y a en tout cas l'échange de 3, voire 4 e-mails. Cela prend plus de temps à rédiger. Les réservations via Airbnb me prennent moins de temps.
- Les SMS : je reçois un SMS pour m'informer que j'ai une nouvelle réservation, pour m'informer que les clients arrivent, etc. Leur système est très optimisé.
- Récapitulatif des réservations : sur une page, tu es toutes les réservations listées. Tu sais donc exactement où tu en es. Tu as également les statistiques des revenus versés et attendus
- Un historique des transactions (par bien, année et mois) est disponible. On peut également l'exporter en fichier CSV.

### **Qui s'occupe du nettoyage, de la remise des clés, ... ?**

J'ai une dame de ménage qui habite Evolène. Pour la remise des clés, il y a une boîte à clé avec un code pour chaque maison.

### **Avez-vous recours à un service de conciergerie ?**

J'ai déjà entendu parler de ça et j'aimerais qu'un tel service existe dans le Val d'Hérens.

J'ai un problème. J'ai une femme de ménage mais j'ai besoin de quelqu'un pour le déneigement, l'entretien de l'extérieur, pour des potentielles pannes (de chauffage, etc.). J'aimerais pouvoir trouver quelqu'un qui est capable de faire tout ça. Si une entreprise peut s'en charger, avec aussi le ménage, ça serait dix fois plus facile. Peut-être un peu plus cher, mais dix fois plus facile. Cela serait génial.

### **Et si l'entreprise vous proposait de s'occuper également du processus de réservation ?**

Non. J'ai des objets de proximité, ça veut dire que les gens veulent aussi me rencontrer et connaître l'histoire des mayens. Pour le premier des mayens, pendant une année, j'ai tout fait moi-même. J'ai accueilli chaque hôte pour savoir d'où il venait et pourquoi il venait à la Forclaz, et j'ai nettoyé le mayen pour me rendre compte du temps que ça prend et pourquoi je faisais telle ou telle manière. Cela m'a ainsi permis de réaliser ce projet des six autres mayens.

**Avez-vous déjà été contacté par une gérance 2.0 ?** (*Entreprise de conciergerie liée aux locations via des plates-formes telles qu'Airbnb*)

Non

**Avez-vous déjà eu des problèmes avec Airbnb ?** (Réservation, paiement, etc.)

Jamais. J'ai juste eu une fois un problème concernant un commentaire (positif) de ma part sur un hôte. Dans mon commentaire, je précisais que l'hôte était accompagné alors qu'il ne voulait pas que cela se sache. J'ai envoyé un e-mail à Airbnb expliquant la situation et j'ai demandé de pouvoir changer la forme de mon message. Incroyable, en l'espace de 7-8 heures, j'ai obtenu une réponse. Je devais reformuler mon commentaire. Ensuite, la reformulation serait transmise à dix utilisateurs Airbnb pour vérifier que le sens est le même que dans la version originale. Dans la deuxième version, j'ai sans le vouloir ajouté un adverbe : ils ont « bien » apprécié. Le « bien » a été supprimé. Ils ont donc engagé des personnes, comme toi et moi, pour un service. Ils m'ont ensuite renvoyé le commentaire corrigé pour savoir si c'est en ordre et dans l'heure suivante, le commentaire sur la plate-forme était modifié.

Les échanges se déroulent tout en français.

Pour tout ça, à ceux qui critiquent, je dirais « quand vous arriverez à faire la même chose, alors je signe ».

**Avez-vous déjà refusé une demande de location ?**

Oui, une fois car la personne avait un commentaire négatif, relatif à un non-respect des lieux lors d'un précédent séjour. Je n'ai pas l'option « réservation directe ». Quand je reçois

une demande, je regarde toujours sur le profil de l'hôte s'il est vérifié. Je regarde également les commentaires.

**Avez-vous déjà eu des problèmes avec des hôtes ? (Logements abîmés, etc.)**

J'ai eu une fois. Enfin, j'ai eu deux soucis entre guillemets. Mais jamais de casse.

**Que s'est-il passé ?**

J'ai eu des gens qui ont quitté le logement comme s'ils étaient à l'hôtel. Ils avaient laissé les tas de journaux et de pet dans un coin alors que je leur ai expliqué où se trouve le molok.

Un deuxième cas était avec des Américains. Ils avaient bougé tout le mobilier, la femme de ménage a d'ailleurs passé plus d'une demi-heure à remettre en état le chalet. La femme de ménage n'a pas fait de photo. Mais il n'y avait pas de casse. Toutefois, elle sait maintenant qu'elle doit faire des photos en cas de problème. Je crois que j'ai 24 heures après le départ d'un hôte pour annoncer un problème.

J'ai un ami qui a eu un problème et Airbnb a tout réglé. Ils ont tout payé. Pourquoi ? Parce qu'ils ne veulent pas de critiques. Il a fait des photos et leur a envoyé. Airbnb a demandé un devis pour le changement de la moquette ou un canapé, je ne me souviens plus exactement, et ils ont payé. Avec Airbnb, j'ai ce côté sécurisé. Si les personnes réservent en direct avec mon site, les personnes peuvent me faire de la casse et je ne sais pas.

Je suis en train de monter un concept artistique pour l'inauguration. Je ferai des expositions permanentes en exposant des œuvres d'artistes dans mes mayens. Mais du coup, je dois faire une assurance vol, mais vol sans infraction.

**Connaissez-vous d'autres personnes louant leur bien/une chambre via Airbnb ?**

Oui, j'en connais dans la vallée. Quand ils ont vu que ça marchait, ils ont mis leur bien sur Airbnb.

**Pour les photos de vos mayens, avez-vous fait appel au service d'Airbnb ?**

Non, il y a des photos de photographes et de moi-même. J'ai longtemps hésité à faire venir les personnes d'Airbnb. Mais je trouve qu'on remarque tout de suite sur le site si les

photos ont été prises par Airbnb. Je trouve que c'est trop mis en scène. J'ai préféré mandaté un photographe et ainsi pouvoir également utiliser les photos pour mon site internet.

**Concernant les taxes de séjour et les taxes d'hébergement, est-ce que le processus pour les déclarer et les payer est simple et efficace ?**

Il y a un gros problème économique aujourd'hui dans la masse. Il faut que les gens prennent conscience qu'ils doivent déclarer leur revenu Airbnb et les taxes de séjour. C'est fait pour. Début mars, j'ai reçu un e-mail d'Airbnb me précisant de ne pas oublier de déclarer mes revenus dans mes impôts. Celui qui dit « je ne sais pas » veut en réalité frauder. Pour moi c'est un faux débat, un faux problème. C'est uniquement que les gens ont décidé de frauder.

Dans mon cas, je dépose dans le mayen une enveloppe avec la « facture » de la taxe de séjour à chaque location. Par contre, comme cela me prend beaucoup de temps, je vais installer une imprimante connectée dans le local général où j'enverrai à distance les factures à imprimer et c'est la femme de ménage qui s'occupera de les déposer.

**D'après vous, est-ce qu'Airbnb permet de réchauffer les lits froids valaisans ?**

Pour moi, c'est une certitude. On voit les dernières statistiques, il y a une explosion de biens Airbnb en Valais, ce n'est pas pour rien. C'est qu'il y a plein d'objets qui en réalité ne servent à personne et qui pourraient servir à quelqu'un. Pour moi, Airbnb c'est une solution et il faut la saisir. Le monde attire le monde. J'ai eu des personnes qui ont loué chez moi via Airbnb et qui après ont loué chez l'épicier du village car je n'étais pas disponible et ils voulaient revenir à la Forclaz. Ils ont également dormi à l'hôtel de la Sage. Pour moi, il n'y a aucun doute sur le fait qu'Airbnb permet de réchauffer les lits froids. Il y a juste un problème. Aujourd'hui pas toutes les personnes ont compris qu'il fallait passer par là. Pour certains acteurs touristiques locaux, ils se disent « mais qu'est-ce que c'est ce truc qui vient nous faire concurrence ? ». Le meilleur exemple que je t'ai expliqué, c'est avec l'agence immobilière : c'est que ta clientèle, ce n'est pas la mienne. Donc toi, soit tu continues avec ta clientèle mais chaque année tu baisses ton taux d'occupation parce que ta clientèle vieillit et elle ne vient plus, soit il faut changer et utiliser d'autres canaux.



Le gros problème du privé, moi je l'ai rencontré quand j'ai mis mon premier mayen sur Airbnb, c'est la logistique du nettoyage et de l'accueil. C'est une grosse énergie. J'ai 45 minutes en voiture pour monter au mayen, je le prépare et si les personnes ont deux heures de retard, ça me prend mon samedi complet. Si je me suis loupé dans le nettoyage, droit derrière j'ai une mauvaise critique et je ne loue plus. D'après moi, un service tel qu'une gérance 2.0 devrait se développer dans le Val d'Hérens.

**Connaissez-vous la plate-forme rentalp.ch ?**

Oui

**L'avez-vous déjà utilisée ?**

Non. Aujourd'hui, je suis en hésitation avec la nouvelle plate-forme de Booking.

J'ai un souci avec le type de clientèle. Les clients qui viennent ici doivent aimer la montagne, marcher, et le fait de devoir faire quelques minutes à pied pour arriver aux mayens ne doit pas être un problème. Je pense dans ce genre de site comme Booking, ça peut être un problème. Je dois donc me méfier un peu. Les commissions sont également différentes.

-

## **Annexe III : entretien avec Monsieur et Madame Monbaron**

*Entretien réalisé le vendredi 13 mai 2016 – Durée : 40 minutes*

*En présence de Monsieur et Madame Monbaron, propriétaires de la Clé des Champs à Hérémente, une chambre d'hôte constituée d'un studio dans leur maison familiale*

### **Par quelles plates-formes louez-vous votre studio ?**

Airbnb, propre site internet, Booking et TripAdvisor, mais c'est presque plus existant, nous ne sommes pas bien référencés.

### **Quelle est selon vous la plate-forme la plus efficace ?**

Clairement Airbnb. Au début, on a commencé uniquement avec le site internet. On faisait peut-être trois nuitées par mois. Dès qu'on a commencé avec Airbnb, ça a bien marché tout de suite.

### **Quelles sont les répartitions des locations entre les différentes plates-formes ?**

Environ 70% Airbnb, 20% Booking et le reste par notre site internet. On a quand même espoir qu'avec le bouche à oreille et si les personnes connaissent, elles passeront par notre site internet. Mais j'ai l'impression que les gens sont rassurés par Airbnb. Ils ont payé leur location à l'intermédiaire Airbnb en qui ils ont confiance et qui est là en cas de litige. En plus, nous sommes plus chers sur Airbnb, étant donné que le prix par nuit est le même que sur le site mais les clients doivent s'acquitter des frais Airbnb (environ 12.- CHF). Au contraire de Booking qui a une politique qui nous empêche d'être plus chers chez eux que via notre propre site. On perd donc 12% du prix de la location. Je pense qu'Airbnb, c'est vraiment une question de confiance. Les clients sont sûrs, ils reçoivent une confirmation et le paiement se fait à l'avance mais est sécurisé. Pour les clients qui reviennent une seconde fois, cela dépend. On a des personnes qui le font en direct mais on a quand même eu un monsieur qui nous a prévenu qu'il repasserait par Airbnb car c'est plus simple et que de toute manière, c'est le travail qui paie.

### **Quelle est la nationalité de vos hôtes ?**

C'est vraiment un mélange. Il y a ceux qui viennent pour aller à Zermatt, les Chinois. Il y a les Suisses qui viennent pour skier : Vaudois, Genevois. Il y a les européens qui font des tours. Il y a les Américains qui étudient en Europe. Il y a également beaucoup de doubles nationalités, des couples mixtes. C'est souvent des gens qui sont habitués à voyager en chambre d'hôtes, ceux qui connaissent Airbnb. Les personnes choisissent notre logement à cause des commentaires positifs et un prix attractif. Et notre avantage comparé à d'autres chambres d'hôtes est la cuisine. En outre, le studio est complètement indépendant. Mais, il y a quand même des personnes qui ne lisent même pas le descriptif, qui ne savent pas qu'il y a une cuisine. Il voit les commentaires et le prix.

**Il y aurait donc des hôtes qui ne seraient pas venus dans le Val d'Hérens si votre bien n'avait pas existé ?**

J'ai l'impression que oui. Il y a quand même un bon pourcentage d'hôtes qui cherchent un logement dans la région de Zermatt pour pas trop cher et bien noté. Il y a également des personnes qui ne recherchent pas un endroit en particulier mais dans le Valais en général, un endroit dans la nature et authentique, et que si on n'existait pas, ils seraient allés dans une autre vallée peut-être. Ce n'est pas la même clientèle qui choisirait l'hôtel de la vallée que ceux qui viennent chez nous. Les personnes qui passent par Airbnb ne vont pas forcément à l'hôtel. Ils seraient allés dans un autre Airbnb ou une chambre d'hôtes d'une autre vallée. On parle souvent avec nos hôtes du sujet des chambres d'hôtes. Ils nous disent que depuis qu'ils connaissent ce mode d'hébergement, l'hôtel ne les intéresse plus. Quelques familles viennent chez nous car elles trouvent chouette d'avoir la cuisine. Ces personnes n'iraient pas à l'hôtel, ils loueraient un appartement.

**Pourquoi avez-vous choisi Airbnb ?**

J'avais regardé les différentes plates-formes qui existaient et j'ai simplement essayé. Toutes celles sur lesquelles c'était facile de s'inscrire et qu'il n'y avait pas trop d'engagement, je me suis mis dessus. Lors de nos voyages, nous n'avions jamais utilisé Airbnb auparavant. On avait utilisé Booking. A la base, on voulait le faire de notre propre chef car nous étions réticents contre ces plates-formes qui prennent des pourcentages. D'ailleurs, en voyage, on essayait toujours de réserver en direct et non passer par Booking.

Mais maintenant nous avons un bus-camping et nous ne logeons donc ni à l'hôtel ni dans des Airbnb. Mais du coup, on a plus d'argent à dépenser pour les activités. Les personnes qui économisent sur le logement dépensent leur budget restant ailleurs.

**Quelle est votre expérience de la plate-forme Airbnb ?**

C'est vraiment bien pensé. Ils sont doués.

**Quels sont les avantages d'Airbnb ?**

C'est intuitif, c'est facile. Je trouve chouette le côté des commentaires réciproques. Autant le client que l'hébergeur peuvent commenter. En outre, les commentaires ne peuvent pas être faux. Le client doit avoir payé et séjourné pour mettre un commentaire.

**Etes-vous déjà passé par une agence immobilière pour louer votre studio ?**

Non. Nous avons eu une demande d'une entreprise des USA pour référencer notre bien mais comme nous ne pouvions pas comprendre assez bien l'anglais, ils ont coupé court. De toute manière, nous ne le ferions pas.

**Qui s'occupe du nettoyage, de la remise des clés, ... ?**

Nous-mêmes.

**Avez-vous déjà eu des problèmes avec Airbnb ? (Réservation, paiement, etc.)**

Non. Une fois, nous avons eu une personne désirant annuler son séjour qu'elle avait confirmé. Théoriquement, il y avait des frais d'annulation sur la plate-forme. D'un commun accord, nous ne voulions pas qu'elle ait à payer ces frais. Nous avons contacté Airbnb par e-mail pour expliquer la situation et ils ont été super. Ils ont laissé tomber leur commission et ont annulé la réservation sans frais. C'était la seule chose qu'on a eu de spécial.

**Avez-vous déjà eu des problèmes avec des hôtes ? (Logements abîmés)**

Jamais et au contraire, on est surpris à quel point ils ont du respect, de comment ils laissent le studio après leur séjour.

Nous n'avons pas la réservation directe de peur d'une double réservation. En effet, nous avons également le bien sur Booking qui fonctionne en réservation directe. Du coup, on adapte le calendrier sur Airbnb.

**Avez-vous déjà refusé une demande de location ?**

Non et on n'aurait pas l'idée de refuser quelqu'un pour un commentaire. Comme nous avons eu que des belles expériences, nous ne sommes pas dans la méfiance. On jette quand même un coup d'œil au profil mais sans vraiment être attentif. Du fait que le bien que nous louons est dans la maison, cela permet aussi d'avoir un certain contrôle dessus.

**Connaissez-vous d'autres personnes louant leur bien/une chambre via Airbnb ?**

Non

**Pour les photos de votre studio, avez-vous fait appel au service d'Airbnb ?**

Non mais je me suis demandé s'ils venaient réellement jusqu'ici.

**Concernant les taxes de séjour et les taxes d'hébergement, est-ce que le processus pour les déclarer et les payer est simple et efficace ?**

Nous payons les deux en même temps deux fois par année. Le montant actuel est de 2.- par jour et par personne pour la taxe de séjour et la taxe d'hébergement (les deux ensembles). Notre taxe de séjour est incluse dans le prix de location. Nous devons remplir un carnet manuellement. C'est pas compliqué mais le processus n'est pas idéal non plus. Ce n'est pas intuitif. On va passer au forfait annuel qui va être plus cher. Notre taux d'occupation est de 30% pour l'année 2015. Mais je trouve dommage car les personnes qui ont une chambre d'hôtes pour le plaisir et font quelques nuitées par année ne vont plus le faire.

**D'après vous, est-ce qu'Airbnb permet de réchauffer les lits froids valaisans ?**

Oui, c'est une bonne solution.

**Connaissez-vous la plate-forme rentalp.ch ?**

Non



## Annexe IV : entretien avec Monsieur Marc Hazan

*Entretien réalisé par Skype le mercredi 8 juin 2016 – Durée : 45 minutes*

*Monsieur Marc Hazan, fondateur de Keys'n'Fly, une gérance 2.0*

### **Votre entreprise & Airbnb**

#### **Combien de biens gérez-vous actuellement via Airbnb ?**

Actuellement, on est à plus de 80 appartements, villas et chalets. La majorité se trouve en Suisse et nous avons d'autres propriétés dans des villes telles que Paris, Barcelone et Londres. Nous sommes également en train de nous développer en Italie et dans le sud de la France. En Valais, nous avons trois appartements à Crans-Montana. Nous n'avons pour l'instant pas d'autres clients en Valais. Mais c'est une destination qui a du potentiel et que nous aimerions davantage développer. On est en train de regarder pour pouvoir promouvoir un peu plus notre plate-forme en Valais.

#### **Pourquoi avez-vous choisi Airbnb ?**

On a choisi Airbnb par rapport à d'autres plates-formes pour la simple et bonne raison qu'Airbnb est quasiment la seule à proposer vraiment une assurance pour le logement. Le propriétaire qui met son appartement sur la plate-forme bénéficie d'une assurance à hauteur de 800'000.- CHF. Principalement pour l'assurance mais aussi pour tout ce qui est facilité de paiement, pour le système de réglementation et une visibilité sur les personnes qui viennent séjourner. On peut ainsi vérifier si ce sont des personnes à recommander ou non. Cela nous permet de garantir à nos clients un bon suivi.

Nous sommes seulement sur Airbnb pour l'instant. Mais nous envisageons également d'autres plates-formes dont HomeAway. Un jour, Airbnb peut décider de supprimer les gérances 2.0 de sa plate-forme. Il faut par conséquent multiplier les canaux de distribution. Nous regardons comment développer l'offre sur d'autres plates-formes. Le principal challenge sera d'une part être sûr d'avoir une garantie équivalente à ce qu'Airbnb offre et d'autre part pouvoir synchroniser toutes ces informations par rapport à la plate-forme que nous venons de développer. A ce jour, Airbnb ne propose pas d'API public. L'API nous sert

justement à pouvoir réconcilier et connecter nos données avec Airbnb. Le seul point sur lequel Airbnb fournit un API est le calendrier.

### **Comment avez-vous connu Airbnb ?**

J'ai connu Airbnb en l'utilisant une première fois lors d'un voyage à Londres avec un groupe d'amis. On cherchait une alternative à l'hôtel qui serait moins coûteuse et nous permettrait d'être plus autonomes en ayant une cuisine par exemple. A ce même moment, j'ai pu me rendre compte des différentes difficultés et contraintes qu'un propriétaire pouvait rencontrer par rapport à la gestion de son bien en location.

### **Que pensez-vous de la plate-forme Airbnb ?**

C'est un outil vraiment magnifique. C'est une plate-forme qui est en train de se développer d'une manière assez phénoménale et qui a facilité la location entre particuliers. La plate-forme est facile d'utilisation. Si quelqu'un veut devenir hôte sur Airbnb, c'est très simple, très user-friendly permettant à n'importe qui, en quelques clics de rentrer son appartement et d'obtenir des réservations. Ce qui est aussi impressionnant c'est que c'est une plate-forme reconnue mondialement permettant d'avoir une certaine visibilité sur les biens. On pourrait également l'avoir à travers HomeAway mais on voit que la tendance est plus sur Airbnb.

### **Avez-vous déjà eu des problèmes avec Airbnb ? (Par exemple : problème de logistique, paiement, réservation, etc.)**

En termes de logistique, nous n'avons pas eu de gros problèmes. Nous n'avons jamais eu un client qui s'est retrouvé à la rue. On a bien évidemment eu des petits soucis mais que nous avons toujours réussi à rectifier rapidement. Par exemple : une femme de ménage n'a pas prévenu qu'elle ne nettoyait finalement pas l'appartement et des voyageurs l'ont découvert pas propre. Mais grâce au partenariat que nous avons actuellement avec Batmaid, nous avons une flexibilité et une efficacité qui est assez impressionnante. Dans ce genre de problème, ils envoient quelqu'un dans l'heure. En termes de paiement, nous n'avons jamais eu de problème. Sinon des petits problèmes par rapport à des choses qui ont pu être endommagées dans l'appartement. Là typiquement, on a pu facilement faire une demande



de retenu sur caution et faire entrer en jeu la garantie. Cela nous a permis ainsi de remettre les choses en état. Il faut par contre avoir un dossier étoffé avec toutes les pièces afin de prétendre à un remboursement. Il faut justifier avec les factures et envoyer les photos comme preuves de dégâts. Si la demande est faite en bonne et due forme, à ce moment-là il n'y a pas de problème. Keys'n'Fly s'occupe du processus et soutient le client. Ce service est compris dans la commission.

**Avez-vous déjà été contacté en tant que gérance 2.0 par Airbnb ?**

Nous n'avons pas été contactés directement mais avons eu la chance de participer à leur sommet annuel qui s'est déroulé à Paris l'année passée. Nous avons eu l'occasion d'échanger avec des responsables d'Airbnb. Ils sont tout à fait au courant qu'il y a des acteurs comme nous sur la plate-forme. Tant que nous avons une utilisation qui respecte les règles d'utilisation d'Airbnb, ils n'ont pas de problème avec ça. Si nous devons les contacter pour une quelconque raison, nous pouvons les atteindre assez rapidement et simplement par téléphone mais nous n'avons pas de ligne spéciale.

***Les réservations & les locations***

**Lors de la réservation, est-ce que les voyageurs Airbnb sont conscients que le bien est géré par une gérance 2.0 et qu'ils ne sont pas en contact avec le propriétaire ?**

Souvent, même toujours, ils sont au courant et se rendent compte rapidement à travers Airbnb que nous sommes une agence, une gérance. Il y a des personnes pour qui parfois cela pose problème. Je dirais pour les puristes d'Airbnb qui prônent vraiment l'échange entre personnes, la découverte et la discussion. Ils ne représentent de loin pas une majorité. Mais malgré cela, on a réussi à recevoir ce genre de réservation et malgré tout à avoir de bonnes notes sur l'efficacité et la présence humaine. Notre service est très présent. Nous sommes tout le temps joignables. Même si nous ne sommes pas présents physiquement pour l'accueil, ils se rendent compte qu'il y a un suivi important, que nous sommes derrière eux s'ils ont besoin de quoi que ce soit. Nous connaissons chaque appartement et leur environnement. L'expérience est donc proche que si quelqu'un à titre personnel louait son appartement et accueillait en personne.

Nous mettons en place différentes techniques de gestion de la clé en fonction du bien du client. Le but est que le client ne doive pas s'embêter à faire le check-in et le check-out ou encore accueillir les gens. L'idée est de pouvoir mettre en place des techniques qui permettront aux voyageurs d'accéder à l'appartement. On peut coordonner des points de contact pour la distribution de la clé. Avec le propriétaire, nous établissons un point de contact qui peut être un voisin, le concierge de l'immeuble ou encore un commerce à proximité. A ce moment-là, nous rentrons en contact avec cette personne pour nous assurer que le voyageur pourra s'adresser à elle pour récupérer la clé. Si un incident se déroule lors du séjour, nous contactons d'abord le propriétaire pour une trouver une solution ensemble. Si la personne n'est pas joignable, il y a le contact d'urgence. Finalement, si aucun des deux n'est disponible, nous contactons une entreprise pour régler le problème, dans le cas d'une panne de chauffage par exemple. Nous essayons dans tous les cas de gérer premièrement le problème avec le propriétaire afin d'éviter d'engendrer des frais non nécessaires. Jusqu'à ce jour, nous avons dû très rarement contacter le contact d'urgence car généralement le propriétaire nous donne un élément de réponse rapidement et nous permet ainsi de régler le problème.

**Selon vous, est-ce que les voyageurs réservant un logement chez vous sont un nouveau marché ou des clients qui modifient leurs habitudes ? *(Par exemple des voyageurs qui logent également à l'hôtel)***

On est en train de remarquer que maintenant les personnes sont parfois rassurées par le fait que nous sommes une agence professionnelle. Ils apprécient le fait qu'elles sont sûres de pouvoir récupérer les clés, que le bien est réel et que nous avons un certain nombre de commentaires, qui sont en majorité excellents.

Des clients qui séjournaient dans les hôtels, il y en a de plus en plus. Ce n'est pas qu'on est en train de voler une grande masse de clients aux hôtels mais on se rend compte que c'est surtout des familles ou des groupes. Ils n'ont pas envie de réserver trois chambres dans un hôtel. Ils préfèrent prendre un appartement pour être tous ensemble et payer peut-être le même prix qu'une chambre d'hôtel. On remarque les changements mais je dirais plutôt que ce segment qui se situerait sur le segment des hôtels 3 étoiles. Ces clients-là auront

peut-être tendance à passer à ce mode d'hébergement. Le client d'un 4 voire 5 étoiles recherche un certain service.

**Pour les demandes de réservation, est-ce que la plupart de vos clients acceptent la réservation immédiate ?**

Non, pas tous nos hôtes acceptent les réservations instantanées. Lors de l'enregistrement chez nous, nous proposons aux clients deux options : soit il approuve lui-même la réservation ou il émet des critères de sélection et nous laisse accepter ou non la réservation à sa place. La réservation instantanée représente 15 à 20% des appartements qu'on gère. Cela reste encore faible. Mais je n'ai pas l'impression que les hôtes s'attardent sur le fait qu'un logement peut être réservé instantanément ou non. En tout cas sur la Suisse, peut-être que dans les grandes villes il peut avoir plus d'impact.

**Est-ce que vos clients ont des critères d'acceptation ?**

Oui

**Avez-vous déjà refusé des demandes ?**

Oui, plus d'une fois.

**Pour quelles raisons ?**

L'hôte ne rentrait pas dans les critères ou il avait de mauvais commentaires. On filtre en amont et cela permet de limiter le nombre de problèmes.

**Avez-vous déjà eu des problèmes avec des voyageurs ? (*Par exemple : logement abîmé, vols, etc.*)**

Nous n'avons jamais eu de problèmes majeurs avec un logement complètement abîmé. Toutefois, certains clients sont moins soignés que d'autres. Cela implique un temps de nettoyage plus long que prévu et le montant pour l'heure supplémentaire de nettoyage est prélevé sur la caution.

**Au niveau juridique, en cas de problème lors de la location (par exemple : casse, vol, etc.), quel est votre rôle ? Avez-vous une part de responsabilité ?**

Non. On s'occupe par contre de faire la demande, la procédure mais nous n'avons de responsabilité dans le litige.

### **Comment se déroule le règlement de la taxe de séjour par les voyageurs ?**

C'est un point assez compliqué. Aujourd'hui on a pu rentrer en contact avec les autorités genevoises et lausannoises. On a remarqué qu'en Suisse ils n'ont pas encore de vraie procédure en place pour pouvoir collecter ce genre de taxes dans le cadre de ce genre de location. Typiquement, on a demandé à la ville de Genève comment on pouvait justement payer ces taxes de séjour qui nous semble être quelque chose de tout à fait normal vis-à-vis des autres acteurs touristiques. Le problème c'est qu'il n'y a pas de véritable procédure, d'une démarche claire pour ce genre de location. On aimerait pouvoir le faire mais aujourd'hui les autorités compétentes ne sont pas prêtes. Nous avons demandé de la documentation ou des fiches à remplir. Pour notre genre de location, sur Genève et Lausanne, c'est problématique. La solution la plus simple serait faire comme à Paris, par un prélèvement automatique des taxes par Airbnb. A l'heure actuelle, nous nous sommes déchargés, à travers nos conditions d'utilisation, de toute responsabilité vis-à-vis de la taxation ou par rapport à la fiscalité. C'est au propriétaire de prendre ses responsabilités. Malgré tout, nous avons voulu entreprendre les démarches pour que cela soit facile si un jour un de nos clients nous demande comment il peut faire. Mais comme je vous l'ai dit précédemment, il n'y a pas à ce jour de structure ou réelle procédure qui a été mise en place.

### ***Vos services & votre clientèle***

### **Pour quelles raisons vos clients font appel à vous et non à une agence immobilière traditionnelle ? Quels sont vos avantages ?**

Une agence traditionnelle n'a à ce jour pas vocation à faire du très court terme. Les limites sont des réservations de minimum une semaine ou plus longtemps. Mais sur du très court séjour, elles n'ont pas encore la structure ou la connaissance pour pouvoir faire ce genre de chose. Elles n'ont pas non plus forcément envie de le faire car elles voient une perte de temps pour l'accueil et d'autres contraintes. Les agences immobilières ne sont pas encore vraiment formées et habilitées à faire ce genre de chose. Les clients qui font appel à

nous sont des clients qui n'ont pas le temps, qui sont à l'étranger ou qui ne sont pas forcément à l'aise avec la technologie et la plate-forme Airbnb. Ils préfèrent payer 7% une agence pour le faire.

**Avez-vous ainsi conquis une partie de la clientèle des agences dites « traditionnelles » ?**

**Et/ou attirer une nouvelle clientèle (des personnes n'ayant jamais loué leur bien avant d'avoir fait appel à vous) ? Quels sont vos avantages ?**

Selon les retours de nos clients, ces agences traditionnelles de location ne feraient plus autant d'effort qu'à l'époque pour louer les appartements, qu'il n'y a pas assez de promotion réalisée. D'une autre part, nous sommes une alternative qui permet aux propriétaires d'être à la fois chez une agence traditionnelle et chez nous. Nous avons également une certaine flexibilité qui ne se retrouve pas forcément chez les agences traditionnelles. Le client se voit mal indiquer à cette dernière qu'il désire son appartement pour tel ou tel week-end. Les agences louent le bien à la semaine, voire au mois.

**Le ménage et la remise des clés ne font pas directement partie de votre service. Ne serait-ce pas un inconvénient pour certains clients (et donc une raison pour solliciter un autre prestataire) ?**

Oui, nous l'avons d'une certaine manière. C'est un système de coordination pour la clé et le ménage. Pour la clé, nous nous sommes rendu compte que nous arrivons à la gérer sans forcément disposer d'une présence sur place. Pour les ménages, également. Nous donnons la possibilité à nos clients de choisir entre deux options : soit utiliser une des entreprises partenaires avec lesquelles nous travaillons, en l'occurrence Batmaid, soit travailler avec la femme de ménage de leur choix. A partir de là, on se coordonne avec la personne qu'ils ont choisie. Notre offre est complètement intégrée. Vous nous confiez votre appartement et nous nous occupons de sa gestion.

### ***Légalité et futurs développements***

**Savez-vous si votre statut est légal ou non vis-à-vis des conditions de service d'Airbnb ?**

*(Sous le point « 14. Conduite de l'Utilisateur » : proposer, en tant qu'Hôte, tout Hébergement dont vous n'êtes pas le propriétaire ou que vous n'êtes pas habilité à louer en tant que résidence ou autre type de bien (sans limiter ce qui précède, vous ne publierez pas d'Annonce pour des Hébergements en tant qu'Hôte si vous agissez en qualité d'agent immobilier ou autre type d'agent pour un tiers)*

Il y a une petite connotation qui fait que notre entreprise reste dans la légalité vis-à-vis des conditions d'Airbnb. En l'occurrence, nous sommes habilités à louer car quand un de nos clients s'inscrit sur notre plate-forme, il signe une décharge déclarant qu'il nous habilite et nous laisse la responsabilité de son appartement et que nous agissons en son nom. Airbnb est au courant de notre existence et nous sommes même un plus pour eux car les clients qui sont sur notre base de données sont des clients qui n'auraient jamais proposé leur appartement sur Airbnb. Ils ne veulent pas s'en occuper ou n'en ont pas le temps.

Il y a toujours un risque qu'Airbnb ne nous accepte plus mais à ce jour, je ne pense pas que cela soit à leur avantage. Il y a beaucoup d'autres acteurs qui agissent en tant que tel, représentant un certain nombre d'appartements. Je ne pense pas que cela soit quelque chose qu'ils veulent faire.

### **Prévoyez-vous de vous développer davantage en Valais ?**

On espère. Maintenant, la période est propice pour prospecter en Valais afin d'obtenir davantage de bien pour la période hivernale. Oui, on aimerait pouvoir développer le Valais.

### **D'après vous, est-ce qu'Airbnb permet de réchauffer les lits froids valaisans ?**

Oui, je pense que c'est une solution pour réchauffer les lits froids. Typiquement, les propriétaires qui n'utilisent pas leur logement toute l'année et cela permettrait de pallier ce problème.

### **Au vu de l'actualité, comment percevez-vous le futur d'Airbnb en Suisse ?**

C'est vrai que nous voyons de plus en plus des villes qui commencent à réglementer Airbnb. On a des villes qui sont complètement fermées à ce genre de location. D'autres villes comme Amsterdam profite d'Airbnb pour en faire une force et pour pouvoir collecter les taxes et que le phénomène bénéficie à l'ensemble de la ville ou au pays. Par rapport à la

Suisse, il en parle et ils aimeraient pouvoir réglementer. Le problème c'est qu'aujourd'hui en termes de coûts et structures, ils n'ont ni le temps ni les moyens de faire une réelle réglementation. Il faudrait quasiment avoir quelqu'un devant les appartements pour vérifier les appartements mis en location. Un contrôle est difficile à mettre en place. A mon avis, en Suisse, il y aura une certaine réglementation sur les taxes de séjour et sur peut-être s'annoncer auprès de sa commune. Je ne pense pas qu'une interdiction telle qu'à Berlin surviendra. Il y aura bien évidemment des réglementations. L'idée de se développer dans d'autres villes et pays est justement là pour diminuer le risque si une réglementation ferme survient en Suisse.

## **Annexe VI : entretien avec Monsieur Alexis Dussillol**

*Entretien réalisé par téléphone le vendredi 17 juin 2016 – Durée : 15 minutes*

*Monsieur Alexis Dussillol, responsable montagne chez Airbnb*

**Comment percevez-vous le développement d'Airbnb dans les régions touristiques de l'arc alpin ?**

Airbnb permet au propriétaire qui n'avait jusqu'alors qu'une visibilité limitée franco-française et maintenant il a une visibilité internationale. Cela permet au tourisme local d'avoir de plus en plus de touristes internationaux et ainsi de remplir les saisons creuses. L'opportunité que nous pouvons faire au tourisme dans les territoires est bien plus importante et sur le long terme. Le point de vue des médias n'est pas toujours le bon.

**Est-ce que des démarches pour un prélèvement des taxes de séjour ont déjà été réalisées/discutées par les communes de Haute-Savoie ?**

La taxe de séjour est un gros focus médiatique, politique mais la taxe de séjour n'intéresse personne. Elle intéresse la commune mais les voyageurs, c'est quelques centimes par jour et par personne. Ce n'est pas un sujet fondamental. Pour les propriétaires, c'est quelque chose qui les embête, qu'ils collectent. Nous on le fait pour faciliter la vie des hôtes et des collectivités. La taxe de séjour n'est pas le sujet principal du développement du tourisme. Mais le prélèvement des taxes de séjour est quelque chose que nous allons faire de plus en plus. Pour l'instant, nous ne l'avons pas encore fait en Suisse. Mais, la semaine dernière nous avons ajouté 18 villes françaises, dont Annecy, avec un prélèvement automatique. L'état va nous donner un fichier qui nous permettra de collecter la taxe dans toute la France d'ici début 2017.

**Etes-vous en contact avec des destinations valaisannes pour un développement futur ?**

**(Par exemple : logement Airbnb certifié par l'OT, partenariat avec des stations, ...)**

J'ai été contacté par une station de l'autre côté d'Avoriaz, le Val d'Illeiez si je me souviens bien. Ils m'ont appelé pour savoir ce que nous pourrions faire ensemble. On a pas mal



discuté, on voulait faire des trucs ensemble. Par la suite, ils ne m'ont pas rappelé. Donc pour le moment, c'est assez limité. Pour l'instant, c'est assez France, Savoie, Haute-Savoie.

**Face à l'augmentation des acteurs professionnels utilisant votre plate-forme (agences immobilières, gérances 2.0, hôtels, etc.), pour quelle stratégie a opté Airbnb ?**

On sépare les villes et les zones de vacances. En ville, la stratégie n'est absolument pas d'avoir des agences immobilières. Il y a suffisamment d'offres sur les résidences principales et qui sont plus dans l'esprit Airbnb. Dans une zone de vacances comme Avoriaz ou Val d'Isère, l'offre est beaucoup plus composée de résidences secondaires. Les agences immobilières qui sont juste en fait l'intermédiaire entre un propriétaire et un locataire facilitent la mise en location. Airbnb a décidé dans ces stations, beaucoup plus rurales et saisonnières, d'intégrer toutes ces agences immobilières. Cela s'équilibre environ à 75% de particuliers et 25% de professionnels. Si un propriétaire veut être sur Airbnb mais ne veut pas gérer son bien et laisserait cette tâche à une agence, nous n'avons pas de raison de refuser son annonce si l'agence apporte un bon service.

Nous sommes en train de développer des API publics. Je ne sais pas quel système est utilisé en Valais mais en France, ils utilisent Arkiane et MP-Concept. Airbnb est en train de travailler dessus et devrait sortir quelque chose d'ici la fin de l'année. Les passerelles sont en train d'être créées pour que les agences puissent gérer plus facilement les biens.

**Concernant les conditions de services d'Airbnb, sous le point 14 (conduite de l'utilisateur) :**

*« Vous comprenez et reconnaissez être le seul responsable du respect des lois, règles et règlements, et des obligations fiscales qui peuvent régir votre utilisation du Site, de l'Application, des Services et du Contenu Collectif. Lorsque vous utilisez le Site, l'Application, les Services et le Contenu Collectif, vous ne pouvez pas et vous acceptez de ne pas :*

*[...]*

*proposer, en tant qu'Hôte, tout Hébergement dont vous n'êtes pas le propriétaire ou que **vous n'êtes pas habilité à louer** en tant que résidence ou autre type de bien (sans limiter ce qui précède, vous ne publierez pas d'Annonce pour des*

*Hébergements en tant qu'Hôte si vous agissez en qualité d'agent immobilier ou autre type d'agent pour un tiers) »*

**Doit-on comprendre que les agences immobilières et les gérances 2.0 n'ont pas le droit d'utiliser la plate-forme Airbnb ?**

Les conditions ont été mises à jour. C'est un reliquat du début de l'année. Les anciennes conditions sont toutefois encore affichées car elles sont valables pour les anciennes réservations.

**Selon vous, quelles sont les clés du succès d'Airbnb dans l'arc alpin ?**

La clé du succès d'Airbnb est la simplicité. Airbnb est simple pour le propriétaire et le locataire.

**D'après vous, est-ce qu'Airbnb permet de réchauffer les lits froids des stations touristiques de l'arc alpin ?**

Il y a 25% de nos loueurs qui ont déclaré que leur bien n'était pas sur le marché avant la venue d'Airbnb. Donc, oui, nous pensons réchauffer les lits froids. Nous n'allons pas réchauffer 100% des lits froids mais si nous adressons 5 à 10% des lits froids dans chaque station, cela sera déjà pas mal. En revanche, nous ne pouvons pas le faire tout seul. Ce processus se déroule en partenariat avec les stations. Pour cette raison, nous faisons des tournées, des meetups, des rencontres d'information. Pour l'instant, il n'y a pas eu de rencontres organisées en Suisse. C'est aux stations à nous contacter dans ce sens.

## **Annexe VII : questionnaire de l'office du tourisme de Saas-Fee/Saastal**

*Questionnaire reçue en retour le 27 mai 2016*

*Réponses de Madame Kirsten*

Wir vermieten und vermitteln Ferienwohnungen im Namen der Vermieter gegen eine Kommission. Die Vermieter können Ihre Daten (Verfügbarkeiten, Preise etc.) über den Feratel WebClient selber verwalten. Wenn die Wohnung frei ist, kann sie ohne Rücksprache von uns oder direkt auf der Homepage von Saas-Fee/Saastal Tourismus gebucht werden. Die Parahotellerie generiert sehr viele Logiernächte und ist für uns ein wichtiger Partner. Wir haben etwa 10% der Buchungen von e-Domizil und 5% von Interhome, die unsere grössten Partner sind.

### **Vermieten Sie Ferienwohnungen auf Airbnb?**

Nein

### **Warum vermieten Sie nicht Ferienwohnungen auf Airbnb ?**

Wir vermieten im Namen der Vermieter und haben zu Airbnb keine Schnittstelle. Es gibt jedoch Vermieter die bei Airbnb direkt aufgeschaltet sind.

### **Welche Vertriebskanäle benutzen Sie? (Ausser Airbnb)**

Unsere Fewo- Vermieter haben die Möglichkeit bei Valais.ch, HappyBello.ch, HolidayInsider, MySwitzerland, Interhome und e-Domizil aufgeschaltet zu werden, wir haben zu diesen Buchungsportalen direkte Schnittstellen.

### **Haben Sie seit der Entwicklung von Airbnb einen Teil Ihrer Kundschaft (die Touristen) verloren (die jetzt direkt via Airbnb mieten)?**

Eher nicht, wir gewinnen eher neue Kunden dazu.

### **Haben Sie seit der Entwicklung von Airbnb einen Teil Ihrer Kundschaft (die Eigentümer von FeWo) verloren (die jetzt direkt via Airbnb vermieten)?**

Nein, es gibt aber einige die sowohl über uns, wie auch über Airbnb vermieten.

**Ist Airbnb Ihrer Meinung nach eine Bedrohung oder eine Chance?**

Es ist sicher eine Chance zusätzliche Logiernächte zu generieren. Ich sehe das nicht als Bedrohung an.

**Ist Airbnb Ihrer Meinung ein Mittel um die Auslastung der Walliser Unterkünfte zu steigern?**

Airbnb ist bei uns erst im Kommen, warten wir mal ab.

## **Annexe VIII : questionnaire de l'office du tourisme de Heidadorf**

### **Visperterminen**

*Questionnaire reçu en retour le 20 juin 2016*

*Réponses de Madame Justine Jost*

#### **Wie verlaufen die Vermietungen von Ferienwohnungen in der Destination Heidadorf Visperterminen?**

In Visperterminen werden rund 35 Ferienwohnungen vermietet. Ca. 40% davon sind auf dem Buchungsportal tiscover.ch online buchbar, der Rest auf Anfrage. 5 Ferienwohnungen werden von uns im Tourismusbüro professionell über unsere eigene Ferienwohnungs-Agentur heidabett.ch vermarktet und vermietet.

#### **Vermieten Sie Ferienwohnungen auf Airbnb?**

14 Wohnungen über AirBnB vermietet. Von unserer eigenen Agentur sind 5 Wohnungen aufgeschaltet.

#### **Aus welchen Gründen benutzen Sie diese Plattform?**

Einfache Bedienbarkeit, grosse Bekanntheit, niedrige Kommission, breite Verbreitung von Angeboten, sichere Plattform, einfache Abwicklung, grosse Nachfrage.

#### **Welche Handlung(e)n machen Sie während einer Mietanfrage via Airbnb?**

Bei nicht online buchbaren Objekten Abgleich des Buchungskalenders mit bestehender Plattform Tiscover oder Anfrage beim Besitzer. Kontaktdaten vom Schlüsselhalter im Falle einer Buchung weitergeben.

#### **Haben Sie schon Mietanfragen via die Plattform abgelehnt?**

Ja, wenn die Anfrage für mehr Personen war, als es Platz hat, oder der Zeitraum schon besetzt war und dies nicht hinterlegt war.

#### **Wie teilt sich die Anzahl von ihren Reservierungen von den folgenden Vertriebskanälen für das Jahr 2015 auf:**

- **indirekte Reservierungen (via Telefon, E-Mail, die Website des Tourismusbüro, in dem Tourismusbüro selbst): ~10**
- **Reservierungen via Airbnb: ~70**
- **Reservierungen via andere Plattformen als Airbnb: ~20**

**Ist die Plattform Airbnb Ihrer Meinung nach effizient?**

Ja sehr effizient.

**Welche Vertriebskanäle benutzen Sie? (Ausser Airbnb)**

Tiscover, anibis.ch

**Haben Sie seit der Entwicklung von Airbnb einen Teil Ihrer Kundschaft (die Touristen) verloren (die jetzt direkt via Airbnb mieten)?**

Nein

**Haben Sie seit der Entwicklung von Airbnb einen Teil Ihrer Kundschaft (die Eigentümer von FeWo) verloren (die jetzt direkt via Airbnb vermieten)?**

Nein

**Ist Airbnb Ihrer Meinung nach eine Bedrohung oder eine Chance?**

Eine grosse Chance!

**Ist Airbnb Ihrer Meinung ein Mittel um die Auslastung der Walliser Unterkünfte zu steigern?**

Ja. Buchungen sind durch Airbnb sehr gut angestiegen. D.h. Airbnb hat uns viele neue Kunden gebracht

## Annexe X : l'enquête qualitative

**Bienvenue!**

Merci de participer à ce sondage.

Remplir ce questionnaire vous prendra moins de 5 minutes.

De manière générale, ce sondage s'adresse aux agences immobilières et ne fait donc pas de différence de genre.

**Tirage au sort et remerciements**

En guise de remerciement pour votre participation, vous pourrez, à l'issue de ce sondage, participer au tirage au sort pour gagner 2 entrées au spa des bisses de l'hôtel 4 Vallées à Nendaz.

**Responsabilité et gestion des données**

Ce sondage est mené dans le cadre de mon travail de Bachelor à la HES-SO Valais, filière tourisme. Je vous garantis que ces données seront traitées de façon anonyme et resteront confidentielles. Je vous transmets volontiers, sur demande, les résultats du sondage.

Avec mes meilleures salutations,

Christelle Deillon

← Précédent  Suivant →

**Dans le cadre de vos activités, administrez-vous des biens destinés à un usage touristique?**

☐ Oui ☐ Non

**Connaissez-vous le site rentalp.ch?**

☐ Oui ☐ Non

**Dans quelles mesures êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant le site de location rentalp.ch:**

	Pas d'accord du tout	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Je ne sais pas
Le site internet est facile d'utilisation.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le site internet est convivial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le processus de réservation pour les clients via rentalp.ch est simple.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le prix de location définitif n'étant pas affiché directement sur le site internet est un obstacle pour le client.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Etes-vous membre de la coopérative CITI?**

☐ Oui ☐ Non

**Connaissez-vous la plate-forme Airbnb?**

☐ Oui ☐ Non

← Précédent  Suivant →

**En tant qu'agence immobilière, êtes-vous utilisatrice de la plate-forme Airbnb?**

☐ Oui ☐ Non

**Combien avez-vous de biens en location en Valais via la plate-forme Airbnb?**

☐ 1 à 5 ☐ 21 à 25  
☐ 6 à 10 ☐ Plus de 25  
☐ 11 à 15 ☐ Aucun  
☐ 16 à 20

**Quelles sont les raisons principales qui justifient votre choix d'utiliser la plate-forme Airbnb?**

☐ Facilité d'utilisation ☐ Diffusion des offres à large échelle (plate-forme utilisée mondialement)  
☐ Notoriété de la plate-forme ☐ Plate-forme sécurisée  
☐ Commissionnement faible ☐ Autre  
☐ Taux de conversion élevé

Si 'Autre' précisez :

**Laquelle/lesquelles des actions ci-après engagez-vous lors d'une demande de location via Airbnb?**

☐ Vérification de la provenance de l'hôte ☐ Aucune vérification, la demande est acceptée d'emblée  
☐ Vérification avec votre base de données existante ☐ Autre

Si 'Autre' précisez :

**Avez-vous déjà refusé des demandes de location via la plate-forme Airbnb?**

☐ Oui ☐ Non

**Pour quelles raisons?**

☐ Doute sur l'identité vérifiée de la personne ☐ La personne ne correspond pas aux critères du propriétaire du logement  
☐ Le logement a été loué entre-temps via un autre canal de distribution ☐ Autre

Si 'Autre' précisez :



**Pour quelles raisons n'employez-vous pas la plate-forme Airbnb?**

<input type="checkbox"/> Airbnb est un concurrent	<input type="checkbox"/> Mauvaise image d'Airbnb (ex: les utilisateurs de la plate-forme ne paieraient pas les taxes de séjour)
<input type="checkbox"/> Manque de confiance en la plate-forme	<input type="checkbox"/> Louer via Airbnb n'est pas légal pour une agence immobilière
<input type="checkbox"/> Des problèmes sont survenus lors de précédentes locations via Airbnb	<input type="checkbox"/> Notre agence a sa propre plate-forme de réservation
<input type="checkbox"/> Pas de synchronisation du calendrier avec notre système de gestion	<input type="checkbox"/> Ne connais pas Airbnb
<input type="checkbox"/> Pas de synchronisation des prix avec notre système de gestion	<input type="checkbox"/> Autre
<input type="checkbox"/> Encaissement des locations via la carte de crédit n'est pas adapté à notre business	

Si 'Autre' précisez :

**Quelles plate-formes de distribution utilisez-vous? (excepté Airbnb)**

<input type="checkbox"/> Votre propre site internet	<input type="checkbox"/> HouseTrip
<input type="checkbox"/> Le site internet de l'office du tourisme	<input type="checkbox"/> HomeAway
<input type="checkbox"/> Rentalp	<input type="checkbox"/> 9flats
<input type="checkbox"/> Anibis	<input type="checkbox"/> Priceline
<input type="checkbox"/> Petitesannonces	<input type="checkbox"/> Wimdu
<input type="checkbox"/> Booking	<input type="checkbox"/> E-domizil
<input type="checkbox"/> TripAdvisor	<input type="checkbox"/> Autre

Si 'Autre' précisez :

**Etes-vous membre de la coopérative CITI?**

☐ Oui ☐ Non

**Avez-vous des biens en location via le site internet rentalp.ch?**

☐ Oui ☐ Non

**Dans quelles mesures êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes concernant le site de location rentalp.ch:**

	Pas d'accord du tout	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	Je ne sais pas
Le site internet est facile d'utilisation.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le site internet est convivial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le processus de réservation pour les clients via rentalp.ch est simple.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le prix de location définitif n'étant pas affiché directement sur le site internet est un obstacle pour le client.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Pour l'année 2015, comment se répartit le nombre de vos réservations par les canaux de distribution suivants:**  
*Le total correspondant à 100%*

	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Réservations directes (via téléphone, e-mail, le site de l'agence et à l'agence même)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Réservations via Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Réservations via des plates-formes autres qu'Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← Précédent  Suivant →

**Avez-vous connaissance d'entreprises de conciergerie\* liées aux locations via des plates-formes communautaires telles qu'Airbnb actives en Valais? (\*également dénommées gérances 2.0)**

☐ Oui ☐ Non

**S'il-vous-plaît, veuillez m'indiquer leur nom:**

**Travaillez-vous avec une gérance 2.0?**

☐ Oui ☐ Non

**Prévoyez-vous de travailler avec une gérance 2.0?**

☐ Oui ☐ Non

**Percevez-vous Airbnb comme une chance ou une menace?**

☐ Chance ☐ Menace


**D'après vous, est-ce qu'Airbnb est un moyen pour améliorer l'occupation des hébergements valaisans?**

☐ Oui ☐ Non

← Précédent  Suivant →

**Dans quelle(s) région(s) touristique(s) êtes-vous principalement actif?**

<input type="checkbox"/> Aletsch Arena	<input type="checkbox"/> Leukerbad	<input type="checkbox"/> Sierrre-Anniviers
<input type="checkbox"/> Anzère	<input type="checkbox"/> Lötschental	<input type="checkbox"/> Sion-Région
<input type="checkbox"/> Blatten-Belalp	<input type="checkbox"/> Martigny Région	<input type="checkbox"/> Val d'Hérens
<input type="checkbox"/> Brig-Simplon	<input type="checkbox"/> Nendaz	<input type="checkbox"/> Vallée du Trient
<input type="checkbox"/> Chablais	<input type="checkbox"/> Ovronnaz	<input type="checkbox"/> Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz
<input type="checkbox"/> Crans-Montana	<input type="checkbox"/> Pays du St-Bernard	<input type="checkbox"/> Zermatt
<input type="checkbox"/> Goms	<input type="checkbox"/> Rund um Visp	<input type="checkbox"/> Ne sais pas
<input type="checkbox"/> Grächen	<input type="checkbox"/> Saastal	



← Précédent

Suivant →

**Des remarques diverses concernant le sujet, le questionnaire, etc.?**

**Intéressé à :**

☐ participer au tirage au sort pour gagner deux entrées au spa 4 Vallées à Nendaz ☐ recevoir les résultats du sondage

**Dans ce cas, veuillez s'il-vous-plaît m'indiquer votre adresse e-mail:**

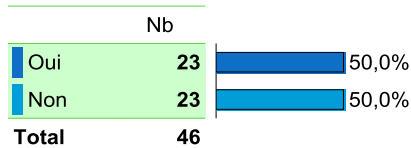
← Précédent

✓ Enregistrer

## Annexe XI : résultats de l'enquête qualitative

### Etes-vous membre de la coopérative CITI?

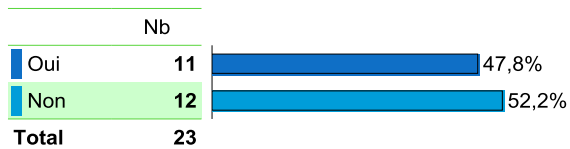
Taux de réponse : 93,9%



### En tant qu'agence immobilière, êtes-vous utilisatrice de la plate-forme Airbnb?

#### [Etes-vous membre de la coopérative CITI?] Parmi "Oui"

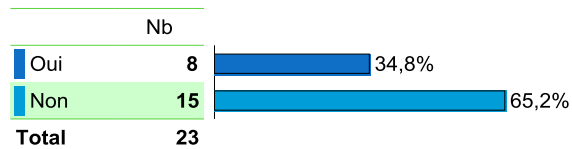
Taux de réponse : 100,0%



### En tant qu'agence immobilière, êtes-vous utilisatrice de la plate-forme Airbnb?

#### [Etes-vous membre de la coopérative CITI?] Parmi "Non"

Taux de réponse : 100,0%

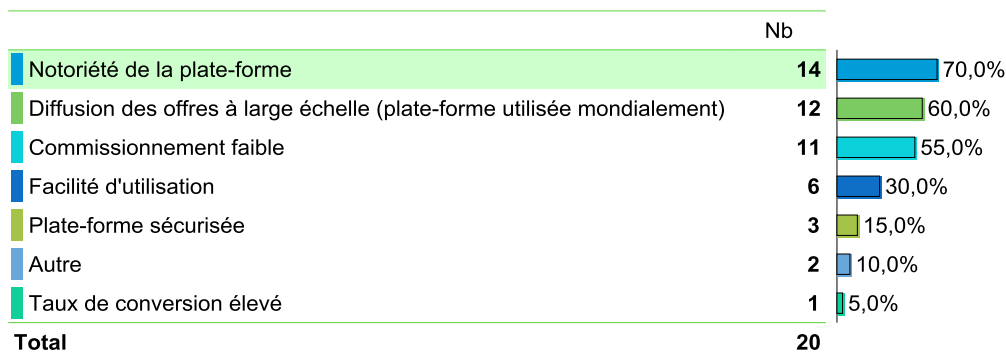


### Région touristique croisée avec utilisation d'Airbnb

	Oui	Non
Anzère	0	2
Chablais	2	4
Crans-Montana	0	4
Martigny Région	1	0
Nendaz	4	3
Ovronnaz	0	2
Pays du St-Bernard	0	1
Sierre-Anniviers	3	4
Sion-Région	0	2
Val d'Hérens	1	4
Vallée du Trient	0	0
Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz	<u>10</u>	<u>5</u>
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>31</b>

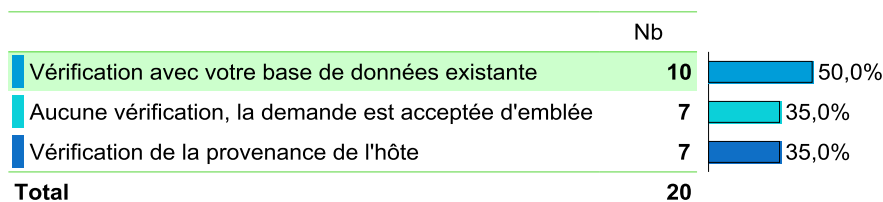
### Quelles sont les raisons principales qui justifient votre choix d'utiliser la plate-forme Airbnb?

Taux de réponse : 100,0%



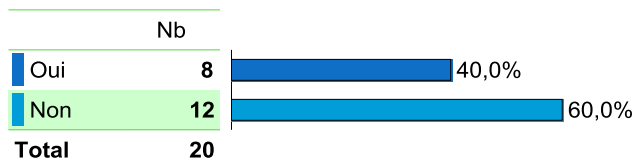
### Laquelle/lesquelles des actions ci-après engagez-vous lors d'une demande de location via Airbnb?

Taux de réponse : 100,0%



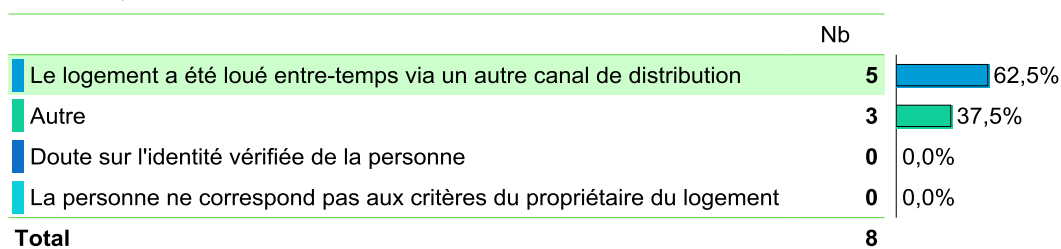
### Avez-vous déjà refusé des demandes de location via la plate-forme Airbnb?

Taux de réponse : 100,0%



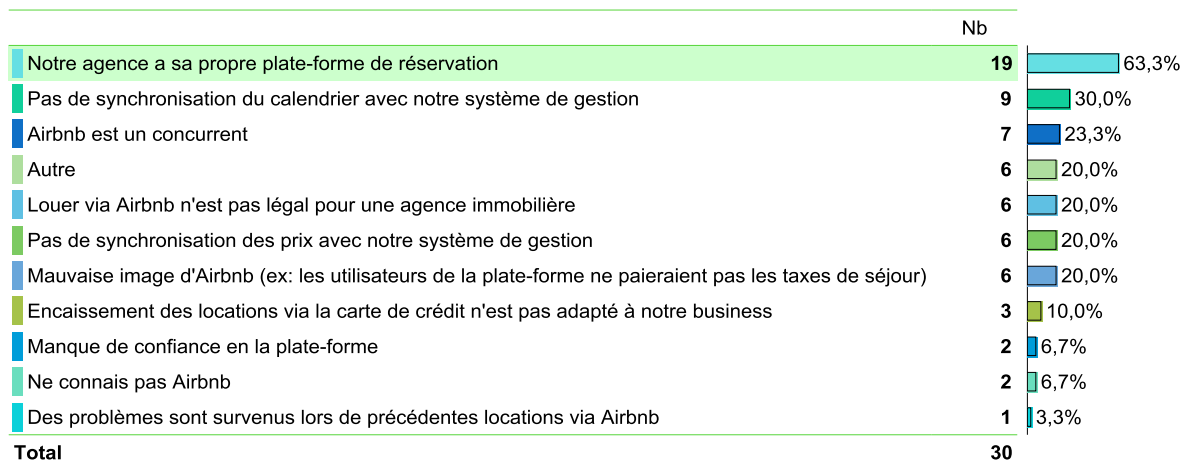
### Pour quelles raisons?

Taux de réponse : 100,0%



## Pour quelles raisons n'employez-vous pas la plate-forme Airbnb?

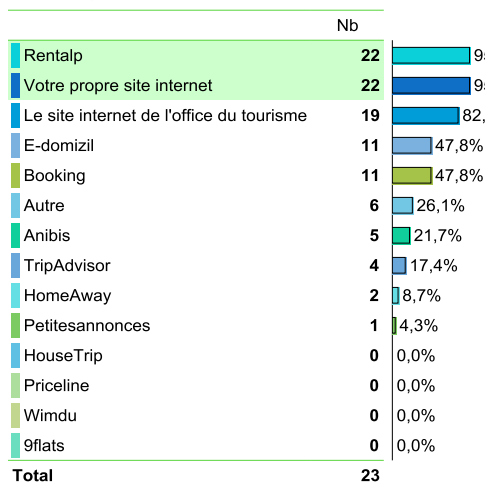
Taux de réponse : 100,0%



### Quelles plate-formes de distribution utilisez-vous? (excepté Airbnb)

[Etes-vous membre de la coopérative CITI?]  
Parmi "Oui"

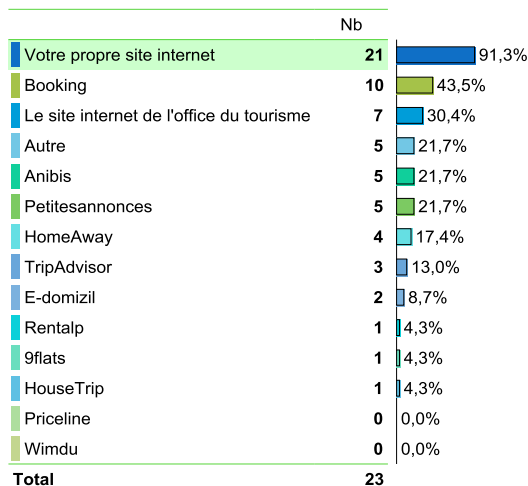
Taux de réponse : 100,0%



### Quelles plate-formes de distribution utilisez-vous? (excepté Airbnb)

[Etes-vous membre de la coopérative CITI?]  
Parmi "Non"

Taux de réponse : 100,0%



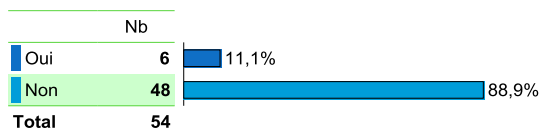
### Réservations par canaux de distribution

	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%	Total
Réservations directes (via téléphone, e-mail, le site de l'agence et à l'agence même)	0	1	4	4	3	4	7	9	5	4	5	46
Réservations via Airbnb	19	9	4	1	0	1	0	0	1	0	0	35
Réservations via des plates-formes autres qu'Airbnb	5	5	8	8	6	4	4	3	1	0	0	44
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>125</b>

p = <0,01 ; Khi2 = 87,29 ; ddl = 20 (TS)

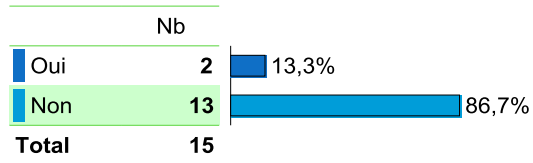
### Avez-vous connaissance d'entreprises de conciergerie\* liées aux locations via des plates-formes communautaires telles qu'Airbnb actives en Valais? (\*également dénommées gérances 2.0)

Taux de réponse : 96,4%



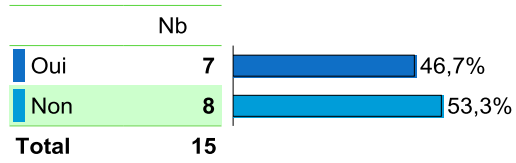
### Connaissez-vous le site rentalp.ch?

Taux de réponse : **100,0%**



### Connaissez-vous la plate-forme Airbnb?

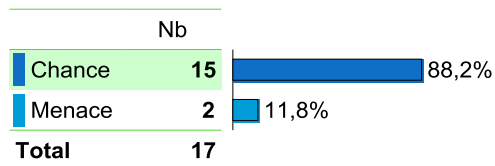
Taux de réponse : **100,0%**



### Percevez-vous Airbnb comme une chance ou une menace?

#### [Utilisation Airbnb] Parmi "Oui"

Taux de réponse : **85,0%**



#### Utilisation Airbnb, Percevez-vous Airbnb comme une chance ou

	Oui	Non
Chance	7	4
Menace	1	6

$p = 0,04$  ;  $\text{Khi}^2 = 4,22$  ;  $\text{ddl} = 1$  (**S**)

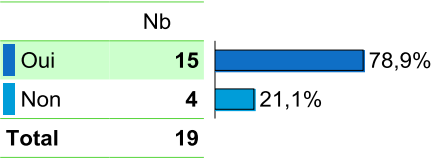
La relation est significative.

Les éléments sur (sous) représentés sont coloriés.

D'après vous, est-ce qu'Airbnb est un moyen pour améliorer l'occupation des hébergements valaisans?

[Utilisation Airbnb] Parmi "Oui"

Taux de réponse : 95,0%





## Déclaration de l'auteur

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seul, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris aux partenaires de recherche appliquée avec lesquels j'ai collaborés.

Sierre, le 6 juillet 2016



Christelle Deillon