

PROJECTEURS

L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE
POUR PRÉPARER VOTRE PROJET

OUVRIR UN GÎTE OU UNE CHAMBRE D'HÔTES



OCTOBRE 2022

bpi**france**

CRÉATION

PROJECTEURS

AVANT-PROPOS

Les dossiers Projecteurs constituent un outil de premier niveau d'analyse d'un métier ou d'un secteur. Ils s'adressent aux porteurs de projets entrepreneuriaux, futurs micro-entrepreneurs ou dirigeants de TPE (commerçants, artisans, professions libérales, *etc.*), et à leurs conseillers.

Chaque dossier présente de façon synthétique et pédagogique une description de l'activité sur les plans économique et réglementaire, les tendances, les chiffres-clés du métier et/ou du marché, la réglementation applicable, des contacts et des sources d'information, une bibliographie ainsi que de nombreux conseils.

Ce document ne développe pas la méthodologie générale de création/reprise d'entreprise. Celle-ci est détaillée sur le site **[Bpifrance-creation.fr](https://bpifrance-creation.fr)**. Vous y trouverez des contenus spécifiques sur les **statuts juridiques**, les **financements**, les **aides**, la **fiscalité**, les **locaux**, le **statut fiscal et social de l'entrepreneur**... Rapprochez-vous également des **réseaux d'accompagnement** à la création/reprise d'entreprise pour une étude locale de votre marché.

Si vous souhaitez actualiser les informations contenues dans ce dossier, n'hésitez pas à vous renseigner directement auprès des sources mentionnées.

Le dossier Projecteurs **OUVRIR UN GÎTE OU UNE CHAMBRE D'HÔTES** est édité par Bpifrance.

Son contenu est 100 % numérique. Il est vendu au prix de 16 € TTC à l'adresse : <https://bpifrance-creation.fr/librairie>

27-31, avenue du Général Leclerc, 94700 Maisons-Alfort

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Dufourcq

CONTACTS

Céline Arsac (celine.arsac@bpifrance.fr)

Laurence Tassone (laurence.tassone@bpifrance.fr)

ISBN : 978-2-38076-040-8

Bpifrance, octobre 2022

MISES EN GARDE

1. Ce dossier est réalisé par Bpifrance Création avec la collaboration de certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, Bpifrance ne peut garantir les informations dans le temps et décline toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles. Les exemples sont donnés à titre indicatif et non exhaustif, et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de Bpifrance à quelque titre que ce soit.
2. Ce dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise. Seules sont analysées les spécificités d'une profession. Pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création d'entreprise, reportez-vous au site Internet de Bpifrance Création : <https://bpifrance-creation.fr>
3. En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de Bpifrance Création. Pour toute demande, utilisez le [formulaire de contact](#) du site de Bpifrance Création.

OUVRIR UN GÎTE OU UNE CHAMBRE D'HÔTES

MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions,
en particulier :

- Amélie Chauvin, chargée d'études et formatrice de Guest & Strategy
- Solange Escure, directrice générale des Gîtes de France®
- Jérôme Forget, fondateur et gérant de Guest & Strategy
- Charles Lecointe, éditeur d'Accueillir Magazine
- Florence Mardirossian, présidente du département Gîtes & Chambres d'hôtes du Groupement national des indépendants hôtellerie et restauration (GNI)

N'hésitez pas à partager avec nous vos réflexions et expériences !

PROJECTEURS



AVERTISSEMENT

Chers créateurs entrepreneurs,

Vous venez d'acquérir ce dossier Projecteurs rédigé pendant la crise liée à la Covid-19.

Une grande partie des secteurs d'activité et des métiers que nous traitons dans ces dossiers ont vu leurs perspectives de marché à court terme bouleversées par cet arrêt brutal et inédit de l'activité lié aux périodes de confinement et par une reprise plus ou moins effective et rapide selon les activités.

Les informations que nous mettons à votre disposition dans la partie 3 des dossiers Projecteurs sont, pour la plupart, des éléments concernant la structure de votre marché qui restent pertinents pour la mise en place de votre projet.

En cette période incertaine, les organisations professionnelles mentionnées dans la dernière partie de chaque dossier Projecteurs sont mobilisées pour accompagner au mieux leurs adhérents actuels et futurs dans la traversée de cette crise ou la création de leur entreprise. Afin d'obtenir les informations les plus récentes sur l'évolution de votre futur marché, nous vous invitons à vous rapprocher de ces organisations qui sont les plus à même de vous communiquer les derniers chiffres et les éventuelles mesures spécifiques mises en place par le gouvernement en faveur de votre secteur.

Parallèlement à cette démarche, nous vous conseillons d'effectuer une veille régulière en mettant en place les actions suivantes :

- surveillez les nouveaux contenus de **Bpifrance Création** et abonnez-vous à sa **newsletter** ;
- effectuez une veille sur le site du **Cedef**, le centre de documentation du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance ;
- consultez régulièrement des sources qui suivent l'activité sectorielle, comme les *newsletters* des revues sectorielles, notamment celles mentionnées dans la partie 7 de chaque dossier Projecteurs.

Nous vous souhaitons une belle réussite dans votre projet !

L'équipe des dossiers Projecteurs

SOMMAIRE

1.	EN BREF	6
2.	DÉFINITION DE LA PROFESSION	8
3.	ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ	12
4.	MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ	33
5.	ÉLÉMENTS FINANCIERS	47
6.	RÈGLES DE LA PROFESSION	55
7.	CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION	61

**EN
BREF**

1.

EN BREF

Depuis plusieurs années, les gîtes sont en plein essor. En témoigne l'augmentation spectaculaire de l'offre de meublés de tourisme sur Internet. A contrario, le marché des chambres d'hôtes est mature, les nouvelles ouvertures ne faisant que compenser les fermetures. Dans les deux cas, ces formes d'hébergement touristique sont montées en gamme et répondent à une demande de « vacances chez l'habitant », avec des touristes en quête d'espace et de confort, de séjours insolites, écologiques, urbains, en famille ou entre amis, ainsi que des télétravailleurs adeptes de *workation*.

L'ouverture d'un gîte ou d'une chambre d'hôtes peut offrir un complément de revenu ou constituer une véritable activité professionnelle. Mais attention, il s'agit d'un secteur très concurrentiel et réglementé. Il faudra être attentif à de nombreux points avant l'ouverture : recherche du bien immobilier, travaux, équipements, démarches administratives, communication et stratégie *webmarketing*, etc.

Ce segment de l'accueil de vacanciers est lui aussi influencé par les tendances d'un tourisme qui se convertit à la durabilité, qui devient de plus en plus « expérientiel » et qui joue la carte du télétravail (ou *workation*). La tendance est à l'hybridation, pour s'adapter à différentes clientèles, et pour les plus gros loueurs, au recours aux conciergeries locatives.

Comme tous les professionnels de l'hébergement touristique, les propriétaires de gîte et chambres d'hôtes doivent s'adapter au digital, sous l'influence très marquée des plateformes de réservation en ligne et des réseaux sociaux. Les pistes pour construire votre stratégie *webmarketing* sont nombreuses et essentielles pour assurer une pérennité à votre activité.

CHIFFRES-CLÉS

700 000

**logements meublés seraient proposés
à la location de vacances en France**

21 500

**loueurs de chambres d'hôtes seraient
présents sur l'ensemble du territoire**

(Accueillir Magazine ; en France en 2022)

2.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Activité

Le gîte

Le gîte est une forme de meublé de tourisme. Le meublé de tourisme est un logement (villa, appartement ou studio) meublé, à l'usage exclusif du locataire, mis en location, à titre onéreux, dans sa totalité ou en partie, auprès d'une clientèle de passage qui y effectue un séjour caractérisé par une location à la journée, à la semaine ou au mois, et qui n'y élit pas domicile. Il n'a pas de contrainte de capacité ni de services. Par ailleurs, Atout France, l'opérateur de l'État chargé de développer le tourisme en France, est gestionnaire du classement « Meublé de tourisme » (de 1 à 5 étoiles). Il s'agit d'une démarche nationale et volontaire qui qualifie les locations saisonnières selon différents critères, régulièrement actualisés. Coexistent ainsi dans l'offre d'hébergements touristiques français des établissements classés et non classés.

Le classement Atout France ne doit pas être confondu avec la labellisation/les labels qui correspondent à des démarches de classement privées (voir la rubrique « [Organismes professionnels](#) » en partie 7).

À noter : le « gîte rural » n'est pas défini par le Code du tourisme. Il s'agit d'une appellation d'usage généralement utilisée pour les meublés de tourisme situés en zone rurale.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Gîte ou meublé de tourisme – Réglementation](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

→ Articles [L324-1 et suivants](#), [D324-1 et suivants](#) et [R324-1-2](#) du Code du tourisme.

La chambre d'hôtes

Cette activité consiste pour un habitant à mettre en location, à titre onéreux, des chambres meublées situées à son domicile en vue d'accueillir des touristes pour une ou plusieurs nuitées, assorties de prestations (article [L324-3](#) du Code du tourisme), à savoir *a minima* la fourniture du petit-déjeuner et du linge de maison.

La capacité d'accueil ne doit pas dépasser 5 chambres et 15 personnes (article [D324-13](#) du Code du tourisme). Au-delà, la location de chambres chez l'habitant ne peut pas se prévaloir de cette appellation de « chambre d'hôtes ». Toutefois, l'exercice de cette activité n'est pas interdit, sous réserve du respect des obligations en matière fiscale et sociale et des règles relatives à la sécurité incendie dans les établissements recevant du public (ERP) qui leur sont applicables.

Chaque chambre d'hôtes doit donner accès (directement ou indirectement) à une salle d'eau et à des toilettes. Elle doit être en conformité avec les réglementations sur l'hygiène, la sécurité et la salubrité (article [D324-14](#) du Code du tourisme).

L'activité de chambre d'hôtes peut être complétée par une activité de **table d'hôtes**. Celle-ci doit constituer un complément de l'activité d'hébergement, proposer un seul menu pour 15 personnes tout au plus, de qualité, à base d'ingrédients du terroir et servi à la table familiale.

Sources :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Chambre d'hôtes – Réglementation](#) », rubrique en ligne.
- CCI PARIS-ÎLE-DE-FRANCE ENTREPRISES. « [L'exploitation d'une table d'hôtes](#) », fiche pratique mise à jour le 13/08/2018.
- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Les chambres d'hôtes](#) », article mis à jour le 18/02/2022.
- ECONOMIE.GOUV.FR. « [Appellations "chambres d'hôtes", "chambres chez l'habitant" et "gîtes"](#) », article publié le 14/10/2020.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Les établissements recevant du public \(ERP\)](#) », rubrique en ligne.

Quelles différences y a-t-il entre gîte et chambre d'hôtes ?

Ce sont deux formes d'hébergement touristique distinctes sur le plan réglementaire et fiscal. Par ailleurs, le touriste n'a pas les mêmes attentes vis-à-vis de la chambre d'hôtes et du gîte. Dans le premier cas, il est servi, il va à la rencontre de l'autre et est plus enclin à la discussion. Dans le deuxième, il est plus centré sur son groupe, sa famille ou ses amis.

Le mode de vie du loueur n'est pas le même non plus : la chambre d'hôtes est chez lui, dans sa maison ou dans une dépendance, alors que le gîte peut être situé sur la propriété du loueur, de l'autre côté du village ou à l'autre bout du pays (même si dans les faits, posséder un gîte près de chez soi est plus simple et plus économique).

Le temps et la disponibilité diffèrent également :

- La chambre d'hôtes est un hébergement à la nuitée sans contrainte de durée (de nouveaux hôtes peuvent arriver tous les jours), tandis que le loueur de gîte peut proposer un contrat à la nuitée, pour 2 nuits au moins, mais aussi à la semaine.
- Si louer une chambre d'hôtes inclut aussi le ménage (lit compris), en gîte, le loueur n'y est pas obligé. Il peut toutefois fournir des services additionnels (comme louer le linge de maison), laisser le client faire la plus grande partie du ménage ou lui proposer une option de ménage au moment du départ.
- Le loueur de gîte n'offre pas de service de restauration alors qu'en chambre d'hôtes, servir le petit-déjeuner fait partie de la prestation et une offre sur le principe de la table d'hôtes peut exister, mais ce n'est pas une obligation. En revanche, le gîte doit proposer les équipements nécessaires pour cuisiner et dresser le couvert, ce qui n'est pas dans le périmètre de l'offre en chambre d'hôtes.
- La gestion du gîte peut être confiée en tout ou partie à un tiers alors que la chambre d'hôtes est un accueil chez et par l'habitant, même si celui-ci peut se faire aider.

Il n'existe pas de classement officiel pour les chambres d'hôtes. En revanche, une chambre d'hôtes peut être labellisée (voir la rubrique « [Organismes professionnels](#) » en partie 7). À l'inverse, un gîte peut bénéficier du classement officiel de 1 à 5 étoiles, dans la catégorie des meublés de tourisme, après une visite d'inspection de l'hébergement par un organisme certifié.

Au stade de la réflexion, le porteur de projet peut choisir de créer un ou des gîtes plutôt que des chambres d'hôtes, ou l'inverse, ou bien opter pour un mixte des deux.

Par ailleurs, certains loueurs créent des formes d'hébergement hybrides, loués tantôt en chambre d'hôtes, tantôt en gîte, en regroupant les chambres d'hôtes, la salle à manger et la cuisine dédiée.

Sources :

- ACCUEILLIR MAGAZINE. « [L'hébergement hybride, est-ce une bonne idée ?](#) », article publié le 22/02/2022.
- ATOUT FRANCE. « [Le classement des meublés de tourisme](#) », rubrique en ligne.
- CAPO-CHICHI Christelle. « [Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôte](#) », livre publié en 2022.

Code APE de la NAF

Un code spécifique d'activité principale de l'entreprise (APE) au sein de la nomenclature d'activités française (NAF, révision 2 de 2008) est attribué par l'Insee à chaque entreprise – et à chacun de ses établissements – lors de son inscription au répertoire Sirene.

Pour les créateurs de gîte ou de chambre d'hôtes, le code NAF est le **55.20Z** « Hébergement touristique et autre hébergement de courte durée ».

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Ce code comprend :

- les maisons de vacances pour enfants et autres ;
- les appartements et pavillons de vacances ;
- les résidences de tourisme sans service de chambre quotidien ;
- les maisons familiales de vacances sans service de chambre quotidien ;
- les auberges de jeunesse et les refuges de montagne.

Il ne comprend pas :

- l'hébergement avec service quotidien des lits et nettoyage de la chambre (55.10Z) ;
- la mise à disposition de maisons et d'appartements meublés ou non pour un usage plus permanent, généralement sur une base mensuelle ou annuelle (68).

Pour en savoir plus :

→ ECONOMIE.GOUV.FR « **Activité de votre entreprise : code APE, code NAF, qu'est-ce que c'est ?** », rubrique en ligne.

Aptitudes

Le métier de loueur de gîte ou de chambre d'hôtes est un métier de passion avant tout, qui peut être lucratif si vous possédez le sens de la gestion d'entreprise et de la prospection commerciale. Si vous vivez en couple, il est conseillé que votre conjoint conserve une activité rémunérée par ailleurs, tout du moins dans un premier temps.

Le propriétaire de gîte ou de chambre d'hôtes doit :

- **Avoir le sens du relationnel** pour assurer l'accueil de ses hôtes – dans la plupart des cas des inconnus –, créer un lien avec eux et rester à l'écoute de leurs demandes.
- **Avoir une bonne capacité d'écoute** et une grande ouverture d'esprit.
- **Être patient et pédagogue** pour partager et faire découvrir à ses hôtes son quotidien voire sa passion.
- **Connaître parfaitement sa région** afin d'indiquer à ses hôtes les curiosités et les sites à visiter. L'exploitant de gîte ou de chambre d'hôtes est l'ambassadeur du territoire ! Ses hôtes comptent sur lui pour connaître les bonnes adresses (commerces, surtout de produits régionaux, restaurants, animations locales, activités sportives et culturelles, sentiers de randonnée...).
- **Être polyvalent**, car il s'agit d'assurer les repas (dans le cas des chambres d'hôtes), l'hygiène et la propreté de l'hébergement, d'entretenir la maison et le jardin, de renouveler régulièrement la décoration, mais aussi de gérer la stratégie marketing, commerciale, etc. ; voire de proposer une activité à vos hôtes.
- **Parler anglais**, voire une autre langue étrangère selon votre clientèle cible.
- **Être endurant**, car les journées sont longues, surtout en saison. Il faut garder le sourire et son énergie jour après jour, sans discontinuer.
- **Être réactif**, pour faire évoluer son offre en fonction des souhaits de la clientèle.
- **Être bon gestionnaire** : gérer ses prix, ses coûts, sa trésorerie, etc. pour que son entreprise soit pérenne ; savoir aussi gérer son temps et déléguer.

Pour en savoir plus :

→ [GUEST & STRATEGY. « Chambres d'hôtes et gîtes : le CV idéal du porteur de projet en 2021 »](#), article publié le 30/03/2021.

3.

**ÉLÉMENTS
DE L'ÉTUDE
DE MARCHÉ**

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché

Un bref historique

En 1951, le premier gîte rural est créé, puis en 1955, la Fédération nationale des Gîtes de France® voit le jour, tandis que les chambres d'hôtes apparaissent à la fin des années 1960. Ces deux formes d'hébergement touristique sont alors essentiellement proposées par des agriculteurs ou des personnes (retraitées ou non) souhaitant compléter leurs revenus.

Entre 1980 et 2000, les gîtes et chambres d'hôtes connaissent une période de forte croissance.

Ensuite, le nombre de chambres d'hôtes a eu tendance à se stabiliser, avec la cessation d'activité de nombreux loueurs âgés et l'arrivée de nouveaux propriétaires souhaitant vivre de cette activité. Quant à l'offre de location meublée, elle continue de progresser fortement sous l'impulsion des plateformes de locations et d'échange de logement entre particuliers.

Aujourd'hui, l'offre couvre tout le territoire national, avec une bonne densité d'implantation, en ville comme à la campagne. Elle répond à de nombreuses attentes : tourisme écoresponsable, tourisme de proximité, week-end au vert, etc.

Sources :

- GÎTES DE FRANCE® CORSE. « [L'historique des Gîtes de France](#) », rubrique en ligne.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès du GNI en juin 2022.
- PARIS MATCH. « [Maisons d'hôtes : les coulisses d'un phénomène](#) », article publié le 11/03/2008.

L'état des lieux du secteur

Il est difficile de recenser le nombre de gîtes et de chambres d'hôtes en France ainsi que le nombre de propriétaires : les études ou les statistiques se basent généralement sur les chiffres officiels des principaux réseaux labellisés, essentiellement représentés par Gîtes de France® et Clévacances (voir la rubrique « [Organismes professionnels](#) » en partie 7).

L'OFFRE D'HÉBERGEMENTS EN FRANCE AU 1^{ER} JANVIER 2018

TYPE D'HÉBERGEMENT	ÉTABLISSEMENTS (EN MILLIERS)	LITS (EN MILLIERS)
Résidences secondaires	3 066,3	15 331,4
Meublés de tourisme classés	95,1	455,2
Chambres d'hôtes	25,3	50,6
Hôtels de tourisme	17,8	1 282,5
Résidences de tourisme et hébergements assimilés	2,3	689,8

.../...

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

TYPE D'HÉBERGEMENT	ÉTABLISSEMENTS (EN MILLIERS)	LITS (EN MILLIERS)
Campings	8,3	2 731,5
Villages de vacances, maisons familiales	0,9	256,0
Auberges de jeunesse, centres de séjour	0,2	34,1
TOTAL	149,9	5 499,8

Note de lecture : les chambres d'hôtes sont celles des réseaux Accueil Paysan, Clévacances, Fleurs de soleil et Gîtes de France®.

Champ : France métropolitaine.

Source : Direction générale des entreprises (2019).

Autres chiffres

- 700 000 locations de vacances seraient dénombrées en France en 2022.
- 167 000 meublés de tourisme classés et 815 900 lits étaient proposés en France en 2021.
- 100 000 meublés de tourisme (dont les gîtes) seraient classés de 1 à 5 étoiles.
- 60 000 meublés (comprenant les gîtes) seraient labellisés.
- Près de 21 500 loueurs gèrent 60 000 chambres d'hôtes sur l'ensemble du territoire, soit près de 3 chambres en moyenne par loueur.
- 185 000 locations, dont les chambres d'hôtes, sont mises à disposition sur tout le territoire français par les réseaux appartenant à l'Union nationale pour la promotion de la location de vacances (UNPLV ; voir la rubrique « **Autres organismes professionnels** » en partie 7).

De la même manière que pour le dénombrement des hébergements de tourisme, le chiffre d'affaires réalisé par les gîtes et les chambres d'hôtes de France n'est pas disponible. Mais celui réalisé par les 50 000 hébergements de Gîtes de France® l'est : le volume d'affaires était de 600 millions d'euros en 2021, contre 468 millions d'euros en 2016.

Sources :

- ADN TOURISME. « **Chiffres clés : meublés de tourisme classés 2021** », rapport publié le 22/04/2022.
- MAISON À PART. « **Ouvrir une chambre d'hôtes ou un gîte : mode d'emploi** », article publié le 11/03/2022.
- UNPLV. « **Notre histoire** », rubrique en ligne.

Les créations d'entreprises

Les porteurs de projet qui ouvrent un gîte ou une chambre d'hôtes se voient principalement attribuer le code NAF 55.20Z (« Hébergement touristique et autre hébergement de courte durée »). Toutefois, ce code ne permet pas de dénombrer précisément les créations d'entreprises et le stock d'entreprise relatif aux gîtes et chambres d'hôtes, pour plusieurs raisons :

- Ce code recense aussi d'autres formes d'hébergement que les gîtes et chambres d'hôtes.
- Toutes les créations de gîtes et chambres d'hôtes ne font pas l'objet d'une création d'entreprise et ne se voient donc pas attribuées un code NAF. Cette tendance est accentuée par les nombreuses créations de gîtes et chambres d'hôtes qui se font hors « réseaux », sur les plateformes de réservation en ligne notamment.

Les chiffres concernant ce code NAF sont donc à interpréter avec précaution.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

ÉVOLUTION DES CRÉATIONS D'ENTREPRISES DANS LE SECTEUR EN FRANCE, 2019-2021

SECTEUR	NOMBRE D'ENTREPRISES EN 2019	NOMBRE DE CRÉATIONS EN 2021	TAUX DE NOUVELLES ENTREPRISES
Hébergement touristique et autre hébergement de courte durée (55.20Z)	24 637	3 787	15,4 %
TOUS SECTEURS CONFONDUS	6 157 676	995 868	16,2 %

Note de lecture : les données pour l'année 2020 ne sont pas utilisées dans le calcul du taux de renouvellement, car les niveaux d'activité sont anormaux (aussi bien à la baisse qu'à la hausse) en raison de l'impact des mesures de confinement liées à la crise de la Covid-19.

Source : Insee (Sirene).

En 2013 et 2018, les données pour le code NAF 55.20Z étaient respectivement de :

- 14 533 et 18 999 entreprises présentes sur le marché ;
- 1 680 et 2 437 créations d'entreprises.

Durée de vie d'une chambre d'hôtes ou d'un gîte

Selon *Accueillir Magazine*, la durée d'exploitation moyenne d'une chambre d'hôtes est de huit ans, celle des meublés de tourisme (dont les gîtes) est souvent beaucoup plus courte, car le bâtiment peut être vendu ou loué comme résidence principale, sortant ainsi du marché de la location saisonnière en fonction des opportunités.

Selon *Guest & Strategy*, la durée de vie moyenne d'une exploitation, tout type d'hébergement confondu, est de trois à cinq ans. La fermeture du gîte ou de la chambre d'hôtes est liée à de multiples raisons :

- départ à la retraite ;
- besoin de changement de vie professionnelle et/ou personnelle lié à un sentiment de lassitude ou d'épuisement ;
- problèmes de santé ;
- difficulté à trouver un repreneur ;
- difficulté de remplissage due à un produit ne correspondant plus aux attentes ou à une stratégie marketing et commerciale insuffisante ;
- difficulté à concilier l'activité d'accueil avec une autre activité ;
- besoin d'argent ou recherche d'un retour sur investissement en vendant le fonds et les murs associés à l'activité de gîte ou de chambres d'hôtes.

Sources :

- CAPO-CHICHI Christelle. « **Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôte** », livre publié en 2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de *Guest & Strategy* et *Accueillir Magazine* en août 2022.

Les profils des créateurs

À l'origine, l'ouverture d'un gîte ou d'une chambre d'hôtes était souvent le fait d'agriculteurs et/ou de retraités, eu quête d'un complément de revenu. Aujourd'hui, les profils des créateurs de gîtes et chambres d'hôtes sont beaucoup plus variés et tendent à rajeunir.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Ce sont :

- des agriculteurs souhaitant transformer une dépendance en logement pour diversifier leurs revenus ;
- des propriétaires qui veulent financer les travaux de leur « maison de famille » ou qui souhaitent faire vivre une demeure à forte dimension patrimoniale reçue en héritage ;
- des professionnels qui ont besoin d'accueillir des stagiaires régulièrement dans l'année (professeurs de yoga, de danse, de théâtre...) ;
- des personnes ayant une activité professionnelle ou des retraités qui veulent compléter leurs revenus ;
- des citadins qui souhaitent quitter les grandes villes sans attendre la retraite pour se mettre au vert, réduire leur temps de travail en entreprise ou mener à bien différents projets personnels (artisanat, permaculture, apiculture, hébergement touristique, etc.) dans le cadre d'une reconversion professionnelle ;
- des personnes qui veulent se reconvertir à temps plein dans l'accueil et l'hébergement de touristes pour en faire une activité rentable, ce qui demande beaucoup de temps et d'énergie.

À noter : selon le cabinet Ancoris, les porteurs de projet dans le secteur des gîtes et chambres d'hôtes sont majoritairement en situation de reconversion, avec un nouveau projet de vie et aspirent à une meilleure qualité de vie.

Sources :

- ACCUEILLIR MAGAZINE. « [Quitter la ville](#) », article mis à jour le 11/04/2022.
- CAPO-CHICHI Christelle. « [Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôte](#) », livre publié en 2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès du GNI en juin 2022.
- TOUR HEBDO. « [Ancoris publie son baromètre semestriel de l'investissement touristique en France](#) », article mis à jour le 20/09/2021.

Évolution du secteur

L'impact de la crise sanitaire sur la recherche de maison individuelle

Sans que cela soit devenu un phénomène massif, une tendance s'est affirmée : celle des départs des grandes villes pour de plus petites, situées près d'une gare, à la campagne ou proche d'un littoral. Les annonces immobilières de maisons avec un jardin et une connexion Internet performante (pour le télétravail) ont en effet connu un grand succès auprès d'acheteurs en quête d'un meilleur cadre de vie. Cet engouement a provoqué une hausse des prix de l'immobilier, rendant plus difficile l'accès à la propriété pour les porteurs de projet souhaitant acquérir un bien pour y ouvrir un gîte ou une chambre d'hôtes.

Source : ACCUEILLIR MAGAZINE. « [Quitter la ville](#) », article mis à jour le 11/04/2022.

Les hébergements touristiques pendant et après la crise sanitaire de 2020

En 2020, la baisse de fréquentation a été particulièrement forte dans les hôtels, et moindre dans les logements chez l'habitant, qui ont accueilli de nombreux touristes durant la période printanière et estivale, entre le premier et le deuxième confinement.

En 2021, les locations meublées ont bénéficié de l'engouement des Français pour le tourisme près de chez eux, dit « de proximité ». Les vacanciers français ont en effet plébiscité ces types d'hébergements touristiques, spacieux, indépendants, souvent équipés d'une piscine. Ils ont particulièrement apprécié les départements ruraux, dotés de grands espaces et de territoires préservés pour y exercer des activités de plein air. Ainsi, le réseau Gîtes de France® a vendu plus de 303 millions de nuitées et accueilli 5 millions de vacanciers en 2021. Du côté d'Airbnb, la part de séjours ruraux réservés en France a presque doublé

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

entre l'été 2019 (24 %) et l'été 2021 (45 %), tandis qu'en 2021, le tourisme de proximité s'est imposé avec 62 % de nuitées réservées dans un rayon de 500 km du lieu d'habitation des voyageurs.

L'année 2021 a également été excellente pour les plateformes de location de logements entre particuliers : le chiffre d'affaires d'Airbnb est supérieur de 25 % à celui de 2019.

Sources :

- BANQUE DES TERRITOIRES. « **Gîtes et plateformes de location, premiers bénéficiaires de la reprise de l'activité touristique** », article publié le 03/03/2022.
- FRANCE BLEU PROVENCE. « **Le Var détrône Paris comme première destination Airbnb** », article publié le 25/05/2021.
- GÎTES DE FRANCE®. « **Avec 5 millions de vacanciers accueillis et un volume d'affaires en hausse de 20 %, le réseau Gîtes de France réalise en 2021 une progression exceptionnelle** », communiqué de presse publié le 22/02/2022.
- GUEST & STRATEGY. « **Débriefing de la saison touristique 2021** », article publié le 29/09/2021.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès du GNI en juin 2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ INSEE. « **En 2021, malgré l'embellie estivale dans les campings, la fréquentation touristique baisse d'un quart par rapport à 2019** », étude publiée le 17/05/2022.
- ➔ Pour des données sur la fréquentation touristique en France et dans votre région, consultez la rubrique « **Tourisme** » du site de l'Insee.

Les bonnes perspectives de 2022 pour le tourisme

L'année 2022 semble bien partie pour être celle de la reprise du secteur touristique dans son ensemble. Voici quelques signes qui en témoignent :

- un niveau global de réservations et de fréquentation quasiment équivalent à celui de 2019 pour le secteur de l'hôtellerie-restauration ;
- la clientèle européenne et américaine – dont est très dépendante l'hôtellerie, notamment à Paris – est de retour ;
- de janvier à mi-août 2022, 35 millions de Français sont partis en vacances, soit 7 sur 10 ;
- de nombreux Français ont voyagé en France, au lieu de sortir du territoire ;
- l'arrière-saison enregistre des niveaux de réservation supérieurs à ceux de l'an passé, notamment dans l'hôtellerie francilienne ;
- depuis le début de l'année 2022, les dépenses par carte bancaire ont dépassé leur niveau de 2019 dans la plupart des secteurs liés aux loisirs.

Des freins et des risques pèsent cependant sur le secteur au premier rang desquels figurent :

- l'attractivité de l'emploi dans le secteur du tourisme : les rémunérations et les conditions de travail proposées par les employeurs n'attirent pas les candidats ;
- la guerre en Ukraine, qui fait augmenter les prix, notamment ceux de l'énergie, et perturbe les chaînes d'approvisionnement internationales ;
- la situation financière des Français, après paiement de leurs dépenses de chauffage notamment, qui pourrait impacter les vacances d'automne et de Noël ;
- la menace du retour aux restrictions sanitaires en cas de reprise épidémique, limitant les déplacements et les voyages ;
- les changements climatiques qui peuvent venir impacter durablement le choix des destinations touristiques (incendies, sécheresses, pénurie d'eau potable, etc.).

Sources :

- ATOUT FRANCE. « **Vers un été radieux ? Les clientèles touristiques annoncent leur grand retour** », article publié le 29/06/2022.
- ATOUT FRANCE. « **Note de conjoncture de l'économie touristique** », étude publiée en mai 2022.
- ECONOMIE.GOUV.FR. « **Bilan touristique de la période estivale 2022** », article publié le 26/08/2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- L'ECHO TOURISTIQUE. « **Campings : la saison 2022 devrait battre des records** », article publié le 24/05/2022.
- LE MONDE. « **Paris attend 33 millions de touristes cette année** », article publié le 14/06/2022.
- OPINIONWAY POUR ALLIANZ PARTNERS. « **Vacances d'été : 4 Français sur 10 pourraient changer leurs projets de vacances à cause de la hausse des prix** », communiqué de presse publié le 08/06/2022.

L'offre d'hébergements sur les plateformes de réservation en ligne est en forte croissance

Le succès des hébergements de particuliers sur Internet est étroitement lié à celui de la plateforme américaine Airbnb, créée en 2008. Elle a révolutionné la location saisonnière en permettant aux propriétaires ou locataires de mettre leur logement en location pour de courtes durées et a confirmé, avec d'autres plateformes comme Booking ou Leboncoin (voir la rubrique « **La stratégie de webmarketing** » en partie 4), la tendance du court séjour, d'abord en ville puis à la campagne, avec une offre incluant plus de services, comme la mise à disposition de draps et de serviettes.

Ce type d'offre, initialement porté par des particuliers mettant en location saisonnière leur résidence principale ou secondaire sur des plateformes de réservation en ligne, a connu une expansion fulgurante en quelques années, venant bousculer les équilibres économiques en place au sein des hébergements touristiques. À tel point que désormais, particuliers et professionnels se retrouvent sur ces plateformes pour commercialiser leurs biens, auprès d'une clientèle toujours plus nombreuse, poussant régulièrement de nouvelles entreprises à proposer leur propre plateforme de réservation en ligne.

Ces plateformes constituent à la fois une formidable opportunité de visibilité dans un contexte de clientèle internationale mais aussi une très forte mise en concurrence de l'hébergement. Il faut donc bien préparer et tenir à jour sa présentation sur ces plateformes (voir la rubrique « **La stratégie de webmarketing** » en partie 4).

Bon à savoir : ces plateformes proposent une recherche de logements par « catégories » intégrant notamment des entrées « chambre d'hôtes » et « gîte », mais aussi « avec vue », « arctique », « cabanes perchées », « camping », « vignobles », « surf », « près de la plage », « *tiny houses* », « patrimoine », « avec animaux », « chalets »... toutes conçues pour aider les voyageurs à découvrir des logements insolites.

Sources :

- INDUSTRIE HOTELLÈRE. « **Une nouvelle catégorie "Patrimoine" sur Airbnb** », article publié le 09/06/2022.
- VILLAGE MAGAZINE. « Gîtes et chambres d'hôtes : les clés du succès », dossier publié en juin 2022.
- XERFI. « Les services de location saisonnière entre particuliers », étude publiée en juillet 2017.

Pour en savoir plus :

- ➔ L'ECHO TOURISTIQUE. « **Chambres d'hôtes : Bedycasa renaît de ses cendres** », article publié le 17/01/2022.
- ➔ LES ÉCHOS. « **Camping and Co s'ouvre à la location immobilière touristique** », article publié le 16/05/2022.
- ➔ L'HÔTELLERIE RESTAURATION. « **Booking-Better, un site de réservation en direct et solidaire** », article publié le 26/04/2022.
- ➔ TENDANCE HÔTELLERIE. « **Tourisme durable : GreenGo rachète Vaovert et consolide sa place de leader en France** », article publié le 03/06/2022.
- ➔ TOURMAG. « **Fairbooking : que devient le Booking... mais éthique ?** », article publié le 14/10/2021.

Tendances du secteur

Le télétravail, nouveau moteur de l'hébergement touristique

Le tourisme et, en réaction, l'offre d'hébergement, sont affectés par des changements de modes de consommation et de travail, que la crise sanitaire a accentués.

Selon un sondage réalisé par l'agence Génie des Lieux, les Français sont de plus en plus enclins au *bleisure* ou *workation* qui consiste à travailler à distance pendant ses vacances. Voici les tendances estimées pour l'été 2022 :

- 35 % des Français feront du télétravail sur leur lieu de vacances ;
- 34 % vont télétravailler 1 à 2 jours par semaine en accompagnant leur famille ;
- 79 % des Français partiront en vacances avec leur équipement professionnel ;
- au-delà du Wifi aujourd'hui indispensable, 65 % recherchent dans leur hébergement des espaces de travail adaptés et aménagés (pièce dédiée, salle de réunion, matériel de bureau à disposition, etc.).

Le groupe hôtelier Accor note également une hybridation plus forte entre loisir, travail et mobilité : à l'hôtel, elle se traduit par l'arrivée de personnes venant pour les affaires, travaillant dans leur chambre et prolongeant leur séjour par des activités de détente. Des chambres, à louer en journée, avec bureau connecté, thé, café, offre minimale de restauration ont été créées pour cette clientèle. La filiale Wojo d'Accor intègre des espaces de *coworking* au sein de ses hôtels pour cette même clientèle. Le groupe Okko, lui, propose un « Club », à savoir un espace au rez-de-chaussée combinant restauration, détente et travail avec ordinateur.

Ainsi, les hébergeurs souhaitant miser sur l'accueil de personnes en télétravail ont tout intérêt à développer la modularité de leurs espaces, et notamment de leurs chambres, afin de répondre à ces attentes, passant de la chambre au bureau connecté.

Sources :

- FOOD HÔTEL TECH. « [Les nouveaux comportements de la clientèle hôtelière : workation, staycation, last minute...](#) », conférence du 07/06/2022.
- INFLUENCIA. « [Pierre et Vacances disruptive en nous invitant à travailler chez eux](#) », article publié le 15/07/2020.
- L'HÔTELLERIE-RESTAURATION. « [Coworking : un nouveau souffle pour l'hôtellerie](#) », article publié le 05/07/2021.
- TENDANCE HÔTELLERIE. « [Sondage Génie des Lieux – Cet été, 63 % des Français feront du "bleisure" : business + loisir](#) », article publié le 05/07/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ AIRBNB. « [Vivre et travailler de partout, chez vous : Airbnb partage sa vision d'un futur fait de voyages](#) », article publié le 29/04/2022.

L'hybridation : entre gîte et chambre d'hôtes

Certains loueurs font le choix de créer des hébergements qui peuvent se louer tantôt en chambre d'hôtes, tantôt en gîte. Ils suivent ainsi une nouvelle tendance de l'hébergement touristique consistant à proposer des formules à mi-chemin entre l'hôtel et l'auberge de jeunesse, avec des chambres qui peuvent devenir des bureaux et des bureaux qui peuvent devenir des salles de réception...

Les avantages de l'hybridation pour le loueur :

- Offrir plus de liberté : cela lui permet de prendre quelques semaines de vacances en haute saison lorsqu'il loue la maison dans son ensemble en tant que gîte. Il peut également limiter sa charge de travail à certains moments de l'année en louant une partie de la maison en meublé de tourisme sur des durées plus longues.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- Attirer d'autres types de clients : en basse saison, une location meublée à prix raisonnable peut intéresser des étudiants ou des professionnels qui cherchent un logement pour plusieurs semaines ou plusieurs mois. En moyenne ou haute saison, l'offre de chambres d'hôtes visera une clientèle de loisirs.

Les inconvénients de l'hébergement hybride :

- Les attentes d'un client de gîte ou de chambres d'hôtes : elles ne sont pas les mêmes, ce qui a des conséquences sur les aménagements, les services, la décoration...
- La communication digitale : le caractère hybride de l'hébergement peut induire en erreur l'internaute. Or, celui-ci a besoin de comprendre si l'offre porte sur une chambre d'hôtes ou un gîte, car la réservation se fait dans l'immédiateté, sans contacter le loueur pour en savoir plus.

Cette hybridation est complexe à mettre en œuvre et nécessite une véritable réflexion préalable. Il faut :

- que le bâtiment s'y prête ;
- bien maîtriser les questions fiscales et juridiques, car les règles applicables aux chambres d'hôtes et aux gîtes ne sont pas les mêmes ;
- que les calendriers soient bien distincts, pour éviter les problèmes de double réservation sous deux formes différentes si le logement est disponible sur plusieurs sites Internet (celui du loueur, celui de l'office de tourisme ou celui de la/des plateformes de réservation en ligne d'hébergements touristiques).

Source : ACCUEILLIR MAGAZINE. « [L'hébergement hybride, est-ce une bonne idée ?](#) », article publié le 22/02/2022.

Les conciergeries locatives

Avec l'accroissement du nombre d'annonces de locations saisonnières sur les plateformes numériques, des professionnels ont pris le relais : ils s'occupent de la gestion locative de biens immobiliers appartenant à des propriétaires n'habitant pas forcément sur place et souhaitant uniquement mettre leurs biens à disposition des voyageurs (clientèle d'affaires, couples, familles...).

Concrètement, ces conciergeries locatives peuvent prendre en charge :

- la prise de photos professionnelles ;
- la mise en ligne des annonces sur Internet ;
- la gestion des plannings d'occupation, de l'état des lieux d'entrée et de sortie ;
- le nettoyage et le remplacement du linge de maison ;
- le jardinage ;
- la surveillance ;
- le dépannage (une ampoule à changer, une chaudière qui tombe en panne, l'eau d'une piscine qui tourne au vert...).

Pour ces missions, une commission de 15 % à 30 % du prix du loyer est demandée, incluant ou non la prestation de ménage, à laquelle peuvent s'ajouter des services supplémentaires, comme la location de vélos, des prestations de traiteur ou de massages, des conseils pour améliorer l'habitat allant du *home staging* ou « mise en scène de sa maison » au suivi de travaux de rénovation.

Ce nouveau marché des conciergeries locatives – il y en aurait 5 000 en France – serait en expansion et viserait les 3,5 millions de maisons secondaires présentes sur le territoire français, dont l'occupation moyenne serait de 30 nuitées par an.

Sources :

- 20 MINUTES. « [Métier méconnu et hybride, les conciergeries de locations de vacances explosent](#) », article publié le 29/03/2022.
- LA MONTAGNE. « [Des conciergeries d'Airbnb professionnalisent l'offre des courts séjours dans le Puy-de-Dôme](#) », article publié le 26/01/2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le tourisme expérientiel

Le tourisme expérientiel permet aux voyageurs d'assouvir leur envie de découvrir quelque chose d'unique, de s'immerger dans le lieu qu'ils visitent, de participer et d'intégrer le quotidien des populations sur leur lieu de destination ; il met l'accent sur les émotions et les sensations.

Selon une étude Odoxa pour la plateforme Alentour, pendant les vacances d'été 2022, 9 vacanciers sur 10 souhaitent pratiquer des activités touristiques et/ou de loisirs. Les activités sportives et de plein air étaient les plus demandées (49 %), suivies de près par les activités culturelles (48 %), les activités gastronomiques ou oenotouristiques (35 %), et les visites guidées ou les « tours » (31 %).

Voici quelques exemples de démarches ou prestations liées au tourisme d'expérience :

- Il existe des **gîtes à thème**, tels que des gîtes de pêche ou de neige, des gîtes équestres, des gîtes au vignoble (**label Vignobles & découvertes**), des gîtes au jardin (avec des animations sur le jardinage, la permaculture, l'herboristerie ou l'apiculture par exemple), des gîtes pensés pour les cyclotouristes, des gîtes situés près d'un itinéraire touristique (se parcourant à pied, à vélo, en canoë, etc.).
- Certains hébergements proposent des activités liées au **bien-être** : cours de yoga, soins, naturopathie, massages, ou différents équipements tels que piscine, spa, hammam, espace de balnéothérapie.
- D'autres privilégient les **activités artisanales et artistiques** : création d'objets de maroquinerie, de bijoux, de parfums, stage de dessin, de peinture, de céramique...
- L'expérience peut également prendre la forme d'un **hébergement insolite** (péniche, roulotte au fond du jardin, chambre d'hôtes dans les arbres, bulle ou yourte...).
- Au sein des maisons d'hôtes, la **table d'hôtes**, composée d'un seul menu, à base de produits locaux, est fréquente. Cette offre alimentaire peut être remplacée par des paniers-repas ou plateaux-repas avec assiettes gourmandes (avec un plat souvent composé d'une salade, de légumes frais servis froids ou de crudités de saison, de charcuteries ou de fromages), plus faciles à réaliser.

Le tourisme d'expérience est une tendance de fond qui intéresse l'ensemble des acteurs du secteur. Les plateformes de réservation en ligne d'hébergement touristique référencent de nombreuses activités, notamment en ville. Elles sont principalement liées à la cuisine, la culture ainsi que le sport et sont dispensées par des locaux, professionnels ou amateurs.

Le **tourisme de savoir-faire** est une autre forme de tourisme immersif. Il valorise le patrimoine industriel et technique, les savoir-faire d'excellence et métiers d'art français. Ce type de tourisme rencontre, lui aussi, de plus en plus de succès. Il peut donc être intéressant de proposer à ses hôtes des visites. Voici deux sources pour trouver des opportunités de visites dans votre région : l'association **Entreprise et découverte**, dont le but est la valorisation et la promotion de l'offre de visites d'entreprise, référence sur son site Internet près de 2 000 entreprises et musées d'entreprises ouverts toute l'année au grand public. Et le collectif **Wecandoo** recense des ateliers d'artisanat pour lesquels il organise des visites, voire des séances de découverte.

La plateforme **Alentour**, initiée par le gouvernement dans le cadre du Plan de relance en faveur du tourisme et lancée par la Banque des Territoires en 2021-2022, a pour but de mieux valoriser le patrimoine naturel, culturel, sportif, artistique et gastronomique des territoires français et de développer la digitalisation des entreprises du secteur touristique. Elle met en relation des professionnels d'activités de loisirs (notamment les petits prestataires, peu visibles et difficilement « réservés » sur Internet) avec des hébergements touristiques et des offices de tourisme, pour que les voyageurs puissent facilement consulter les offres de loisirs disponibles dans les environs et réserver rapidement la visite ou l'activité souhaitée.

Le propriétaire de gîte ou de chambres d'hôtes peut saisir ce levier du tourisme immersif pour **se différencier** des meublés classiques. Il peut proposer un concept unique, surtout s'il est éloigné des circuits touristiques ou d'un grand axe de communication. Il s'agit notamment de proposer des équipements ou des activités supplémentaires en fonction de son implantation, des caractéristiques de son environnement ou d'un savoir-faire personnel.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Pour cela, le propriétaire de gîte peut s'appuyer sur sa passion, ses compétences personnelles ou celles d'un spécialiste, avec lequel il pourra nouer un partenariat. Il devra vérifier si ces activités annexes sont réglementées ou non. Par exemple, il faudra être immatriculé au Registre du commerce et des sociétés (RCS) et souscrire une assurance obligatoire pour organiser des séjours bien-être avec équipements dédiés.

Sources :

- GOUVERNEMENT.FR. « **Destination France : plan de reconquête et de transformation du tourisme** », dossier de presse publié en novembre 2021.
- GUEST & STRATEGY. « **Débriefing de la saison touristique 2021** », article publié le 29/09/2021.
- LE FIGARO. « **On vous dit tout sur Alentour, le nouvel "Airbnb Expériences" à la française** », article publié le 30/09/2021.
- LE MONDE. « **Spa, thalasso, thermes... les Français adorent l'eau** », article publié le 29/06/2018.
- LOZERE.FR. « **Le tourisme expérientiel : une autre façon de découvrir un territoire...** », article publié le 20/12/2017.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Guest & Strategy en août 2022.
- SERVICE-PUBLIC.FR. « **Alentour, la nouvelle plateforme du tourisme de proximité** », article publié le 11/10/2021.
- TENDANCE HÔTELLERIE. « **Les Français, le tourisme et les loisirs : une étude Odoxa pour Alentour** », article publié le 24/06/2022.

ZOOM SUR L'HÉBERGEMENT INSOLITE

En 2019, selon le cabinet Alliances et le site AbracadaRoom, la France métropolitaine comptait 3 490 modules d'hébergement insolite et 13 098 lits. En 2020, le chiffre d'affaires de l'hébergement touristique insolite est évalué à 260 millions d'euros.

C'est un type d'hébergement prisé des gérants de camping, de gîte et de chambre d'hôtes, pouvant prendre de multiples formes et proposer des niveaux de confort, de prix et de services très différents : yourte, bulle, tente, cabane dans les arbres, sur l'eau ou sur pilotis, roulotte, ancien wagon, ancien voilier, tonneau, logement troglodyte, igloo, dôme rotatif, *love room*, tipi, maison de hobbit, *tiny house*... La liste est longue et en constante augmentation.

Pour le loueur, il s'agit d'offrir à ses hôtes une expérience inédite, une parenthèse dans le quotidien, à l'écart des regards, qui peut être situé près de chez eux. Ainsi, l'hébergement insolite s'affranchit des kilomètres parcourus et constitue une destination en tant que telle.

L'hébergement insolite peut permettre au loueur d'augmenter sa capacité d'hébergement/location, à moindre frais et de façon progressive : selon *Accueillir Magazine*, lorsque l'apport financier est limité, mieux vaut privilégier une maison plus petite et moins coûteuse mais avec un terrain suffisamment grand, afin d'y installer plus tard des hébergements complémentaires. Ces derniers coûteront moins cher que l'agrandissement d'une maison en vue d'y créer de nouvelles chambres en dur.

Cependant, se lancer dans l'aventure de l'hébergement insolite nécessite d'être un minimum averti et renseigné sur ces sujets. De nombreuses étapes sont à considérer, telles que :

- lire et comprendre le Plan local d'urbanisme (PLU) ;
- s'assurer que son projet est réalisable sur la zone convoitée et connaître les contraintes qui peuvent être imposées ;
- obtenir l'adhésion au projet des collectivités locales ;
- avoir, dans certains cas, un permis de construire.

La principale difficulté réside dans les contraintes d'urbanisme : certaines collectivités territoriales soutiennent la création de ce type d'hébergement par des subventions, quand d'autres seront opposées au concept.

Sources :

- ACCUEILLIR MAGAZINE. « *Le choix de l'hébergement historique* », dossier publié dans le numéro de septembre-octobre 2021.
- ESPACES, TOURISME ET LOISIRS. « **L'hébergement insolite, une nouvelle forme de dépaysement à quelques heures de chez soi** », article publié en mai 2021.
- GUEST & STRATEGY. « **Comment l'hébergement insolite s'est imposé comme un classique en quelques années ?** », article en ligne.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le tourisme durable

Dans le contexte de croissance du tourisme et de pression environnementale exercée par ce secteur sur la biodiversité et les espaces naturels, la France veut être exemplaire et devenir la première destination pour le tourisme durable à l'horizon 2030. Elle s'est dotée d'un Plan Destination France, de reconquête et de transformation du tourisme.

Le tourisme représente en effet 8 % du total des émissions de gaz à effet de serre (GES) de l'humanité, dont les trois quarts proviennent des transports (le gouvernement français invite les touristes à privilégier les transports collectifs, les déplacements doux comme la marche ou le vélo et à partir moins loin et moins souvent), et selon l'Ifop, 80 % des Français attendent des professionnels du tourisme qu'ils agissent en faveur d'un tourisme durable.

Selon une étude réalisée par VVF Ingénierie, faire du tourisme durable signifie respecter la nature pour 86 % des Français et séjourner dans un hébergement respectueux de l'écologie pour également 86 % d'entre eux.

Sources :

- GOUVERNEMENT.FR. « **Destination France : plan de reconquête et de transformation du tourisme** », dossier de presse publié en novembre 2021.
- IFOP. « **Les Français et le tourisme durable** », sondage publié le 08/04/2021.
- NOTRE-ENVIRONNEMENT.GOUV.FR. « **Tourisme durable : une solution pour voyager dans le monde de demain ?** », article mis à jour le 12/07/2021.
- TENDANCE HÔTELLERIE. « **Enquête VVF : les Français et le tourisme durable** », article publié le 06/10/2021.

Qu'est-ce que le tourisme durable ?

Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), il s'agit d'un « tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux, actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil ». Il peut être adopté par n'importe quel acteur touristique, à condition d'intégrer les principes du développement durable dans sa gestion stratégique et/ou son offre. Il relève aussi de la responsabilité des voyageurs, dans leurs comportements, leurs gestes quotidiens, et leurs choix de prestataires et/ou destinations.

À noter : tourisme durable et écotourisme ne sont pas synonymes. En effet, l'écotourisme est une forme de tourisme durable, mais reste centré sur la découverte et la préservation de la nature.

L'objectif principal lorsqu'une entreprise se positionne sur le tourisme durable est de **faire preuve de cohérence pour être crédible**. Chacun peut intervenir à différents niveaux, selon ses moyens et son degré d'engagement. Il faudra veiller à limiter les écarts entre la promesse tenue et la réalité sur place.

Source : ATD. « **Le tourisme durable** », rubrique en ligne.

Les enjeux du tourisme durable

Aujourd'hui, en tant que professionnel du tourisme, il est indispensable d'intégrer dans son activité et sa stratégie de développement les enjeux liés au tourisme durable :

- Les attentes de la part des voyageurs sont fortes sur ces thématiques. Si aujourd'hui, intégrer une dimension durable ou une démarche RSE dans son hébergement s'apparente à une forte valeur ajoutée, demain, cela sera la norme.
- Si l'enjeu de son activité touristique est de viser la pérennité de son entreprise, au regard des changements climatiques actuels, il est nécessaire de s'inscrire dans cette démarche.
- Cette démarche permet d'augmenter ses marges en réduisant ses coûts, principalement liés à la consommation d'énergie.
- Les projets touristiques durables sont aujourd'hui soutenus par les acteurs institutionnels et les collectivités, par le biais d'aides financières notamment.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Exemples de démarches écologiques

Pour le créateur de gîte ou de chambres d'hôtes, une démarche de tourisme durable peut se traduire de différentes manières :

- **La création d'un hébergement « écologique », avec un bâtiment :**

- > construit ou rénové avec des matériaux naturels, durables et locaux ;
- > fonctionnant avec des énergies renouvelables (solaire, bois, éolien, hydroélectrique, en fonction des ressources locales) ;
- > permettant des économies d'énergie, d'eau (matériel moins gourmand en eau dans les toilettes, les salles de bain et les buanderies ; utilisation de l'eau de pluie pour le fonctionnement des sanitaires et de la machine à laver le linge, *etc.*), avec assainissement par plantes filtrées... ;
- > aménagé avec l'aide d'artisans locaux ;
- > décoré avec des meubles de seconde main rénovés, recyclés ou chinés.

À noter : selon Gîtes de France®, il faut prévoir un surcoût de 25 à 30 % pour les travaux d'un gîte « vert » (par rapport à un gîte « classique »). En fonction des choix énergétiques, l'investissement peut être rentabilisé en quelques années.

- **Des extérieurs plus naturels, en auto-gestion :**

- > création et entretien d'un jardin écologique, composé de plantes endémiques et résistantes (à la sécheresse et au gel), arrosé en partie grâce à la récupération des eaux de pluie, sans usage de pesticides et de désherbants chimiques ;
- > mise en place d'un potager en libre-service pour la clientèle ;
- > création d'une piscine naturelle filtrée par des plantes et des bactéries.

- **Des intérieurs eux aussi plus « verts » :**

- > literie et linge de maison en matière naturelle ;
- > utilisation de produits d'entretien écologiques.

- **Une alimentation repensée et écoresponsable :**

- > fourniture d'un petit-déjeuner composé de produits locaux et/ou maison et bio ;
- > table d'hôtes davantage centrée sur le végétal ;
- > mise en place d'une démarche « zéro déchet » : achat d'ingrédients ou de plats avec ses propres contenants, mise en place d'une consigne auprès des viticulteurs ou brasseurs pour les bouteilles vides, utilisation de produits réutilisables (verres en verre, serviettes et sets de table en tissu, *etc.*), prêt à la clientèle de cabas, sacs isothermes, paniers ou contenants pique-nique, mise en place d'un compost.

- **Des activités de proximité... pour les locaux également :**

- > découverte de la faune, de la flore et des produits locaux (par exemple la fourniture d'échantillons de savons artisanaux et locaux) ;
- > location de bicyclettes (classiques ou électriques) pour favoriser la mobilité douce ;
- > visite d'activités accessibles à vélo depuis votre hébergement touristique ;
- > promotion de votre hébergement touristique auprès d'une clientèle « plus locale ».

- **Un usage raisonné du numérique :**

- > préférence pour le Wifi plutôt que la 4G, beaucoup plus consommatrice d'énergie ;
- > création d'un site Internet « écoconçu » plus léger, rapide à charger, avec des vidéos paramétrées en qualité inférieure ;
- > adoption des « éco-gestes » dans la gestion de sa messagerie et de sa présence numérique (supprimer ses courriels régulièrement, envoyer des fichiers *via* des serveurs internes ou des plateformes plutôt que par courriels, poster moins mais mieux, limiter le recours à la vidéo sur les réseaux sociaux, *etc.*) ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- > prise en compte du cycle de vie des équipements (privilégier l'achat d'appareils reconditionnés, recycler le matériel hors d'usage...) ;
- > sélection d'un *data center* écoresponsable pour le stockage des données ;
- > référencement de votre site Internet sur une plateforme d'hébergement durable.

Cette attention portée à la pollution numérique est d'autant plus importante que la consommation électrique des réseaux de communication pourrait doubler à l'horizon 2035 en raison de la démultiplication des usages chez les particuliers (recherches sur Internet, publication d'avis et de messages sur les réseaux sociaux...).

Au-delà des initiatives environnementales, les entreprises peuvent mettre en place des démarches plus larges de **Responsabilité sociale ou sociétale des entreprises** (RSE) qui visent à avoir un impact social positif sur la société tout en étant économiquement viable. Il s'agit par exemple d'agir sur la protection et la formation des salariés, d'assurer l'accueil ou l'emploi de personnes handicapées, de veiller à ce que vos hôtes ne soient pas victimes de racisme...

Communiquer sur son positionnement durable

Les réalisations en cours et les progrès obtenus doivent être présentés, chiffrés et valorisés sur le site Internet de l'hébergeur et les réseaux sociaux. En effet, les deux premiers freins des consommateurs à la pratique d'un tourisme durable sont le prix et le manque d'information. Il faut ainsi choisir un ton adapté sans être moralisateur, en assumant une communication transparente sur son niveau d'engagement et les actions mises en place au sein de son établissement.

À noter : le caractère durable d'un hébergement n'est pas uniquement lié à son implication en faveur de l'environnement et de la société. Il se mesure également à sa capacité à :

- s'implanter dans son écosystème local (synergies avec les autres acteurs locaux) ;
- durer dans le temps grâce à une activité pérenne, au profit de l'économie locale ;
- maximiser son indépendance commerciale grâce à une stratégie *webmarketing* forte pour développer ses ventes directes et minimiser sa dépendance envers des plateformes numériques de réservation d'hébergements.

Sources :

- 4RTOURISME.FR. « **Tourisme durable : boîte à idées pour les professionnels** », article publié le 27/01/2021.
- ACCUEILLIR MAGAZINE. « Communiquer sur ses valeurs », article publié dans le numéro de novembre-décembre 2021.
- ACCUEILLIR MAGAZINE. « Cuisiner responsable », article publié dans le numéro de mai-juin 2021.
- ACTEURS DU TOURISME DURABLE. « **Proposer un petit-déjeuner "zéro déchet" dans les hébergements touristiques** », rubrique en ligne.
- ADEME BRETAGNE. « **Guide pratique à l'attention des hébergeurs pour engager des actions environnementales** », publié en avril 2021.
- GUEST & STRATEGY. « **Tourisme durable : les perceptions et attentes des voyageurs** », article publié le 31/05/2022.
- GUEST & STRATEGY. « **#ET16 : les Rencontres du e-tourisme** », article publié le 26/11/2020.
- IFOP. « **Les Français et le tourisme durable** », sondage publié le 08/04/2021.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Gîtes de France® en mai 2022.
- TENDANCE HÔTELLERIE. « **Tourisme durable : GreenGo rachète Vaovert et consolide sa place de leader en France** », article publié le 03/06/2022.
- TENDANCE HÔTELLERIE. « **Enquête VVF : les Français et le tourisme durable** », article publié le 06/10/2021.
- TOURMAG. « **Voyage d'affaires : comment mettre en place une démarche écoresponsable ?** », article publié le 16/06/2022.
- TOURMAG. « **Comment la France veut devenir la première destination durable au monde** », article publié le 15/05/2022.
- TOURMAG. « **Les enseignements de l'étude "Pour un numérique soutenable"** », article publié le 26/04/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ ADEME BRETAGNE. « **Guide pratique à l'attention des hébergeurs pour engager des actions environnementales** », publié en avril 2021.
- ➔ ECONOMIE.GOUV.FR. « **Qu'est-ce que la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) ?** », rubrique en ligne.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- ➔ EXPLORE FRANCE. « **Voyager durable en France, c'est facile !** », article publié le 22/07/2022, pour découvrir des « activités douces », de la gastronomie locale et de saison.
- ➔ REPORTERRE. « **Les piscines naturelles se la coulent douce** », article mis à jour le 22/07/2019.
- ➔ TOURMAG. « **Le tourisme durable, un critère pour 93 % des voyageurs** », article publié le 30/06/2022.

Exemples de labels mettant en avant les démarches écologiques des hébergements touristiques

- **Accueil Paysan** : réseau labellisant des agriculteurs et des acteurs ruraux proposant des gîtes et chambres d'hôtes qui respectent une charte environnementale et socialement responsable.
- **Clef verte** : label s'adressant aux établissements touristiques (campings, hôtels, gîtes, chambres d'hôtes, auberges de jeunesse, résidences de tourisme, restaurants, villages et centres de vacances) qui maîtrisent leur consommation en eau et en énergie, qui mettent en place une gestion environnementale des déchets, qui proposent des loisirs qui ne nuisent pas à la nature et qui valorisent les acteurs et les atouts naturels du territoire.
- **Écogîte** : label des Gîtes de France® pour les hébergements performants en termes énergétiques, qui ont recours aux énergies renouvelables (solaire, bois, éolien, hydroélectrique, etc.), et qui ont une meilleure gestion des ressources en eau et des déchets, ainsi qu'une intégration de l'hébergement « dans son environnement », avec l'utilisation de matériaux sains.
- **Écolabel européen** (EE) de la Commission européenne portant sur 24 catégories de produits et de services (détergents, papier, peinture, cosmétiques, hébergements touristiques...) : ceux-ci doivent répondre aux exigences du référentiel de leur catégorie, construit sur la base d'études scientifiques (approche cycle de vie, multicritères...).
- **Étiquette environnementale** de l'entreprise ABCD Tourism pour les meublés de tourisme : elle permet d'afficher l'impact environnemental de son meublé de tourisme (à la manière de l'étiquette Classe énergie) et de communiquer sur ses valeurs.
- **Garantie tourisme équitable et solidaire** de l'Association pour le tourisme équitable et solidaire (Ates) : label proposé aux hébergements chez l'habitant qui s'engagent notamment dans une démarche de protection de l'environnement et d'achat responsable.
- **Gîte Panda**, sous le contrôle du World Wild Fund for Nature (WWF) : cette appellation est destinée aux hébergements répartis dans les communes des parcs naturels régionaux, des parcs nationaux, des zones Natura 2000 et des réserves naturelles.
- **Tourisme et Handicap** : label de l'État français qui permet notamment de renseigner sur l'accessibilité des hébergements touristiques aux personnes en situation de handicap et leur garantit un accueil adapté.
- **Valeurs parc naturel régional** : marque destinée aux entreprises œuvrant dans l'agriculture, l'artisanat (produits locaux, métiers d'art, écoconstruction...) ou proposant des produits ou services touristiques et/ou pédagogiques (hébergement, restauration, séjours, activités...).

À noter : une modernisation et un verdissement du classement réalisé par Atout France pour les meublés de tourisme (dont les gîtes) ont été opérés, afin de mieux tenir compte des impératifs de durabilité et d'environnement. La grille de classement contient 133 critères répartis en 3 grands chapitres : équipements, services au client, accessibilité et développement durable.

Pour en savoir plus :

- ➔ ATOUT FRANCE. « **Le classement des meublés de tourisme** », rubrique en ligne.
- ➔ L'ECHO TOURISTIQUE. « **50 nuances de vert : comment se retrouver dans la jungle des labels ?** », article publié le 20/04/2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

ZOOM SUR LE « SLOW » EN TOUT GENRE !

Slow tourisme, gîtes et chambres d'hôtes peuvent parfaitement s'entendre ! Le *slow tourisme* consiste à voyager **en prenant son temps**, en redécouvrant la diversité des paysages mais aussi le patrimoine local, historique, culturel et gastronomique.

Il s'agit aussi de **se déplacer autrement**, à vélo, à pied, en transport fluvial ou en train.

Cette pratique promeut la **déconnexion**, la redécouverte de territoires de proximité, la rencontre et le partage avec les populations locales. Elle invite à des voyages plus écologiques, à faible émissions de CO₂, qui respectent le patrimoine et la biodiversité.

Sources :

- MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE. « [Le "slow tourisme", de quoi parle-t-on ?](#) », article publié le 02/06/2022.
- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Le slow tourisme en France](#) », article mis à jour le 09/10/2020.

Par ailleurs, depuis 1986, l'association internationale Slow Food se bat contre l'uniformisation du goût. Née en Italie, en opposition à la « malbouffe » et au « *fast food* », l'association rassemble plus de 100 000 membres à travers 160 pays. Selon la **démarche** « **Slow Food** », un aliment doit être « bon, propre et sain ». Une chambre d'hôtes avec une offre de table d'hôtes, qui fait la promotion des produits de terroir, peut tout à fait rejoindre le mouvement.

Clientèle

Selon une étude d'Europ Assistance, la location de vacances (maison, appartement, villa) est l'hébergement touristique le plus prisé des voyageurs, devant l'hôtel et le fait de résider chez un membre de sa famille ou chez ses amis. Il répond en effet aux attentes de nombreux touristes, en quête d'autonomie, d'espace et de confort, d'un logement personnalisé, voire atypique et de participation à la vie locale le temps de leur séjour.

Le gîte s'adresse à des touristes séjournant plus longtemps (une ou deux semaines, voire un mois) que ceux en chambre d'hôtes. Que ce soit pour le gîte ou la chambre d'hôtes, une grande amplitude d'ouverture (voire une ouverture toute l'année) est préconisée, surtout au démarrage de l'activité : nombreux sont les touristes (retraités ou étrangers) qui apprécient de découvrir une région hors saison.

Sources :

- CAPO-CHICHI Chistelle. « [Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôte](#) », livre publié en 2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Gîtes de France® en juillet 2022.
- PHONIC POUR EUROP ASSISTANCE. « [Étude auprès des usagers de locations de vacances : 2021](#) », étude publiée en 2021.

La clientèle traditionnelle

Les chambres d'hôtes attirent plus les couples que les familles, tandis que les vacanciers des Gîtes de France® sont principalement des familles (à 55 %).

L'activité est surtout liée aux vacances scolaires lorsque la clientèle est familiale et sur la plupart des territoires français, à l'exception des grandes villes ; et certains propriétaires de gîtes n'hésitent pas à diversifier leurs revenus d'octobre à mars, en accueillant des clientèles professionnelles ou en hébergeant des événements familiaux (cousinades, anniversaires, fêtes, réceptions, etc.).

Selon le site Abritel, les attentes des Français en 2022 sont les suivantes :

- 88 % affirment apprécier plus encore qu'avant les bons moments passés en famille et avec leurs proches à l'occasion des vacances ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- 57 % citent la piscine comme l'équipement dont ils rêvent le plus ;
- 78 % des familles interrogées déclarent être plus susceptibles qu'avant de partir pour un plus long séjour, de deux semaines au moins ;
- ils seraient prêts à payer leur location plus cher pour s'offrir des prestations supérieures, comme un logement avec une belle vue (39 %), un emplacement premium (20 %), ou un hébergement insolite ou exceptionnel (17 %) ;
- 65 % des familles françaises propriétaires d'animaux de compagnie ont voyagé, prévoient ou aimeraient voyager avec leurs animaux domestiques.

Sources :

- ABRITEL. « **Étude Abritel : les vacances des familles françaises** », communiqué de presse en ligne.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Gîtes de France® en juillet 2022.

La clientèle étrangère

Selon la Direction générale des entreprises (DGE), les touristes étrangers en France sont avant tout européens (près de 80 % d'entre eux). Ils sont essentiellement originaires d'Allemagne, de Belgique, du Luxembourg, du Royaume-Uni, de l'Italie et de l'Espagne. Chez Gîtes de France®, 10 % des locations proviennent de la clientèle étrangère (Belgique, Allemagne et Royaume-Uni) en 2021.

Les touristes en provenance d'Amérique sont la première clientèle extra-européenne : ils représentent 10 % des arrivées de touristes étrangers en France. Parmi ces touristes originaires d'Amérique, les résidents des États-Unis demeurent la première clientèle.

Sources :

- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « **Plus de 89 millions de touristes étrangers en France en 2018** », Le 4 pages de la DGE, n° 88, document publié en juillet 2019.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Gîtes de France® en juillet 2022

La clientèle professionnelle

Le tourisme d'affaires a été fortement impacté par la crise sanitaire, mais les professionnels espèrent une reprise durable à partir de 2022, avec la présence des voyageurs d'affaires français et européens.

Certaines tendances se confirment pour cette forme de tourisme :

- le développement des salons hybrides ou « phygital » (physique et digital) ;
- le recours plus fréquent au télétravail et à l'organisation de réunions en distanciel ;
- le souhait d'allier travail et loisirs avec le *workation*.

La clientèle d'affaires est représentée par :

- des dirigeants d'entreprises, des personnes en stage ou en formation, des commerciaux, des travailleurs expatriés qui se déplacent pour des réunions d'affaires ou des visites clients dans le cadre de courts séjours ou pour des missions spécifiques de plusieurs semaines ou plusieurs mois ;
- des groupes, qui se déplacent pour des séminaires d'équipe, du *team building*, des formations ou des galas d'entreprise.

Pour les exploitants de gîte ou de chambre d'hôtes, cette clientèle est intéressante, car elle voyage en semaine, toute l'année, et peut permettre d'augmenter le taux d'occupation de l'établissement.

Pour séduire cette clientèle, il faut notamment :

- un logement accessible en transports en commun ou à proximité d'une grande ville ;
- une prestation de restauration sur place (table d'hôtes, offre de *snacking*, mise à disposition d'une kitchenette, d'une machine à café ou d'un mini bar) ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- des horaires adaptés, et des services « comme à l'hôtel » (enregistrement à l'arrivée et au départ autonome à l'aide d'une boîte à clés par exemple, conciergerie, blanchisserie, mise à disposition d'une planche à repasser, etc.) ;
- une connexion Internet haut débit sécurisée, des prises murales, des ports USB et HDMI dans la chambre, des chargeurs et adaptateurs universels à disposition, un accès à une imprimante ou une tablette connectée, un bureau et des sièges ergonomiques ;
- des espaces modulables, permettant par exemple à une chambre de se transformer en bureau ;
- une salle de jeux, de sport, des cours de cuisine, de yoga (pour les séjours plus longs).

Sources :

- CAPO-CHICHI Christelle. « **Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôte** », livre publié en 2022.
- GUEST & STRATEGY. « **La clientèle d'affaires évolue, zoom sur ses attentes et ses besoins** », article publié le 30/11/2021.

DÉFINIR SA OU SES CIBLES

Cibler l'ensemble des voyageurs est très ambitieux, car il y aura toujours moins cher ou « mieux » que chez vous. Ainsi, il est important de bien définir sa (ou ses) cible(s) en amont de son projet.

Vous pouvez définir pour chacune d'elle un « persona », sorte de « fiche client » fictive très détaillée indiquant les caractéristiques de votre cible marketing (personnalité, loisirs, manières de se déplacer, réseaux sociaux préférés, durée moyenne de séjour, niveau moyen de revenu, etc.), définies sur la base de vos statistiques clients si vous avez commencé à collecter des données clients (voir la rubrique « **Recueil, analyse et utilisation des données pour améliorer son offre et fidéliser ses clients** » ainsi que l'encadré « **Gestion d'un fichier client et RGPD** » en partie 4).

Votre hébergement pourra par exemple être particulièrement dédié aux :

- sportifs ;
- couples en quête d'un séjour romantique ;
- personnes handicapées ;
- familles avec enfants ;
- visiteurs accompagnés de leur animal domestique ;
- gastronomes ;
- mariés et leurs invités ;
- salariés en déplacement pour un séminaire d'entreprise ;
- seniors ;
- touristes d'un pays en particulier, à condition de maîtriser leur langue.

Ces persona vous permettront notamment de personnaliser votre expérience client sur plusieurs points : la décoration, l'aménagement des espaces, les services annexes, les activités sur place, les petites attentions à l'arrivée, etc. Ils vous permettront aussi et surtout de cibler avec précision votre communication en ligne (voir la rubrique « **La stratégie de webmarketing** » en partie 4).

Source : GUEST & STRATEGY. « **Comment perfectionner sa stratégie sur les réseaux sociaux ?** », article publié le 28/02/2022.

Concurrence

Malgré un contexte économique tendu depuis 2020, la concurrence a tendance à se densifier, notamment sous l'impulsion des plateformes Internet, qui mettent en ligne de plus en plus d'hébergements touristiques. Cette concurrence peut ainsi provenir de tous types d'hébergements touristiques (hôtels, meublés de tourisme, campings, villages de vacances, etc.), être forte entre gîtes et chambres d'hôtes, et varier d'un territoire à un autre.

Ainsi, vos concurrents seront ceux offrant un niveau de prestations similaires aux vôtres, quel que soit le type d'hébergement. Pour les repérer, consultez :

- l'office du tourisme le plus proche de chez vous ;
- les offres proposées dans votre région sur les plateformes de réservation en ligne.

Pour identifier vos concurrents, il est recommandé de prendre en compte :

- le type de logement (il s'agit-là du critère le moins important) ;
- la capacité d'accueil globale qui doit être similaire à la vôtre ;
- la proximité géographique ;
- le niveau de prestation (milieu de gamme, haut de gamme) ;
- la nature des services (piscine, jardin, repas, etc.) ;
- la qualité de leur e-réputation (nombre d'avis et moyenne des notes).

Plus votre produit sera différenciant, par le biais de l'expérience proposée, moins le critère de la proximité géographique aura de l'importance. C'est le cas, par exemple, avec les hébergements insolites.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès de Guest & Strategy en août 2022.

Les gîtes et chambres d'hôtes concurrencent-ils les hôtels ?

La situation des petits hôtels est difficile : plus de 200 hôtels de 20 à 50 chambres fermeraient leurs portes chaque année dans les villes et villages de campagne.

Selon le Groupement national des indépendants de l'hôtellerie et restauration (GNI), hôtels, gîtes et chambres d'hôtes sont complémentaires plutôt que concurrents : le syndicat considère en effet que ces types d'hébergements, de plus en plus nombreux sur le territoire français, répondent à une demande de proximité et de convivialité que la taille de leur structure (5 chambres tout au plus) favorise et que l'hôtellerie française a du mal à satisfaire, certainement en raison de son modèle économique. Par exemple, la plupart des propriétaires de chambres d'hôtes n'ont pas de personnel.

Enfin, sur certains territoires, gîtes et chambres d'hôtes sont parfois les seules formes d'hébergement touristiques. De ce fait, le GNI considère les gîtes et chambres d'hôtes comme le premier maillon de la chaîne hôtelière.

Par ailleurs, l'hôtellerie, en profond renouvellement, peut être vue comme une source d'inspiration pour les gérants de gîtes et de chambres d'hôtes. Elle veut retrouver sa place de lieu incontournable dans la ville, rendre service aux touristes, aux voyageurs d'affaires et aux résidents du quartier dans lequel elle est implantée.

Des articles de la presse locale, nationale ou spécialisée présentent régulièrement de nouveaux concepts hôteliers (développement de concepts *lifestyle*, aménagement d'espaces de *coworking*, hybridation des concepts avec par exemple l'intégration d'un atelier de réparation de vélos dans une aile de l'hôtel, digitalisation de l'offre, intégration des problématiques environnementales, etc.).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Sources :

- FOOD HÔTEL TECH. « [Les nouveaux comportements de la clientèle hôtelière : workation, staycation, last minute...](#) », conférence du 07/06/2022.
- GNI. « [Le GNI ouvre la porte aux gîtes et chambres d'hôtes](#) », article publié le 01/04/2022.
- GNI. « [Le GNI s'ouvre aux gîtes et aux chambres d'hôtes](#) », communiqué de presse publié le 09/03/2022.
- HOSPITALITY ON. « [Barn Hotels casse les codes de l'hôtellerie rurale](#) », article publié le 09/05/2022.
- HOSPITALITY ON. « [Les hôtels HappyCulture font le choix d'une forêt off & on line pour la journée de la Terre](#) », article publié le 25/04/2022.
- HOSPITALITY ON. « [Vu dans la presse Rocky Pop : "Un hôtel de deglingo"](#) », article publié le 22/04/2022.
- L'HÔTELLERIE RESTAURATION. « [Gogaille, l'auberge 2.0](#) », article publié le 19/05/2022.
- MADDYNESS. « [Evi Hob redonne vie aux hôtels abandonnés](#) », article publié le 21/05/2022.
- TENDANCES HÔTELLERIE. « [Greet Evreux Centre, l'adresse éco responsable et "cyclo friendly" sur la plus belle voie verte de Normandie](#) », article publié le 23/06/2022.
- TOURMAG. « [Maisons de Campagne, un concept hôtelier dans l'air du temps](#) », article publié le 27/04/2022.

Concurrence entre chambres d'hôtes et gîtes

Il existe une réelle concurrence entre les chambres d'hôtes et les gîtes : certains nouveaux propriétaires ne cherchent plus seulement un complément de revenu, mais pour beaucoup, un, voire plusieurs revenus, et se professionnalisent. Cela est aussi lié au fait qu'aujourd'hui, proposer une simple chambre à coucher ne suffit plus pour créer une « expérience touristique ».

Parallèlement, la mise en location d'un très grand nombre de résidences principales ou secondaires par leurs propriétaires une partie de l'année (4 mois tout au plus), via les plateformes de réservation, a fait exploser la concurrence : de nombreux loueurs de gîtes et de chambres d'hôtes sont référencés sur une ou plusieurs de ces plateformes, très prisées des touristes.

Les principaux acteurs de la commercialisation en ligne

Airbnb

- Au 2^e trimestre 2022, Airbnb a réalisé un revenu record de 379 millions de dollars. Depuis le début de l'année, son chiffre d'affaires est en hausse de 58 % par rapport à 2019.
- Airbnb propose en permanence des nouveautés : nouvelles catégories, nouvelles fonctionnalités pour l'utilisateur, plus de flexibilité, offre de cartes cadeaux, etc.
- Les frais de service payés par les hôtes se situent entre 14 et 16 %.

Booking

- Booking Holdings retrouve peu à peu son niveau de revenus acquis avant la crise de la Covid-19, avec 11 milliards de dollars de chiffre d'affaires pour l'année 2021 contre 15 milliards en 2019. Son taux de commission est de 22 %.
- Avec son programme Booking Genius, Booking permet aux voyageurs de bénéficier d'une remise sur hébergement mais aussi de privilèges parfois coûteux pour le gestionnaire de l'hébergement (petit-déjeuner offert, sur-classement, etc).
- Depuis juillet 2022, Booking a enrichi son offre de location grâce à un partenariat avec le label Clévacances, répertoriant ainsi toutes les offres initialement disponibles sur la plateforme en ligne du label.

Leboncoin

- Leboncoin appartient au groupe norvégien Adevinta, qui possède différentes sociétés dont Locasun, Pilgo, Argus, AvendreALouer.
- Leboncoin comptabilise 50 millions d'annonces en ligne, 29 millions de visiteurs uniques tous les mois. Il s'agit du site français le plus consulté : 1 Français sur 2 qui se rend sur le site chaque mois.
- Depuis 2020, sa rubrique « Vacances » compte 4,4 millions de visiteurs.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- S'y retrouvent des particuliers comme des professionnels tels que les chaînes Pierre & Vacances, Logis Hôtels, etc.
- Le taux de commission est de 10 %.

TripAdvisor

- TripAdvisor est un comparateur en ligne des offres touristiques : restauration, hébergements, activités, etc.
- Pour 99 \$ par an, TripAdvisor Plus propose aux voyageurs un accès à 700 000 offres touristiques dans le monde et une réduction de 10 %. Cette offre s'apparente à la formule classique du programme Booking Genius.

Si les différentes agences de voyages en ligne peuvent s'avérer indispensables pour le bon fonctionnement économique de son activité, il faut être **vigilant quant à sa dépendance** envers ces plateformes. L'objectif est de pouvoir bénéficier d'un effet « *billboard* ». Il s'agit de bénéficier, du fait de la présence de son hébergement sur ces plateformes, non seulement de réservations indirectes, mais aussi de davantage de réservations directes : certains voyageurs vont en effet se rendre sur votre site Internet pour voir notamment si les tarifs sont plus avantageux et le cas échéant, réserver.

Sources :

- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Guest & Strategy en août 2022.
- PHOCUSWIRE. « [Airbnb posts record Q2 income of \\$379M on \\$2.1B revenue](#) », article publié le 02/08/2022.
- PHOCUSWIRE. « [Booking holdings closes 2021 with improved revenue, profit](#) », article publié le 23/02/2022.

AUTRES SOURCES D'INFORMATION POUR UNE ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE OU RÉGIONALE

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les **données de l'Insee** (ex-Odil) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le site de la **Direction générale des finances publiques** (DGFiP) du ministère de l'Action et des comptes publics permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux **indices de disparité des dépenses de consommation** (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la partie 7 « **Contacts et sources d'information** ») et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi **ses ratios par région**.
- La **base de données publiques** en *open data*.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le **pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France** (BNF) permet l'accès – physique uniquement – à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

4.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Ressources humaines

Recrutement

Lorsque l'activité liée aux gîtes ou aux chambres d'hôtes est exercée de manière professionnelle, toute l'année, le besoin en main-d'œuvre, souvent à temps partiel, peut se faire sentir rapidement, surtout si vous vous lancez seul.

Les personnes recherchées doivent être multitâches afin d'assurer le ménage des locaux, le nettoyage extérieur, mais aussi l'accueil et effectuer quelques réservations. Elles doivent être disponibles en soirée (de 16 à 20 heures par exemple), voire remplacer ponctuellement le propriétaire le temps d'un week-end.

Ces profils sont difficiles à trouver, particulièrement dans le cadre de la reprise de l'activité touristique. Les gestionnaires de gîtes et chambres d'hôtes peuvent s'adresser à des associations de développement local, à des structures de Chèque emploi service universel (Cesu) ou à des conciergeries locatives. Mais celles-ci ont, elles aussi, des difficultés de recrutement liées au contexte actuel. De plus, les travailleurs de ces structures changent régulièrement, ce qui signifie pour le propriétaire de gîtes et chambres d'hôtes qu'il faut souvent former de nouveaux intervenants, ce qui prend du temps... là où l'objectif était d'en gagner.

Le salariat est une solution pour une minorité de propriétaires, ceux positionnés sur le haut de gamme et gérant plusieurs gîtes ou plusieurs chambres d'hôtes (4 à 5). Pour mettre toutes les chances de votre côté en matière de recrutement, vous devez tenir compte de la pénibilité du travail, des horaires décalés et du besoin de formation de vos salariés.

Sources :

- 20 MINUTES. « [Métier méconnu et hybride, les conciergeries de locations de vacances explosent](#) », article publié le 29/03/2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès du GNI et Guest & Strategy en juin 2022.
- LES ÉCHOS. « [Comment hôtels et restaurants mènent la bataille du recrutement avant les vacances](#) », article publié le 16/06/2022.

Formations

Aucun diplôme n'est requis pour ouvrir des gîtes ou des chambres d'hôtes. Mais se former est important, surtout si vous souhaitez vivre de cette activité. Il existe des formations sur le montage de projets de gîte ou chambre d'hôtes et des formations dans les domaines du tourisme, de l'hôtellerie ou de la restauration.

Voici une liste (non exhaustive) de structures proposant des formations aux créateurs et propriétaires de gîtes et chambres d'hôtes :

- [Accueillir Magazine](#) propose plusieurs [formations](#) pour les porteurs de projet (« Deux jours pour ouvrir gîtes ou chambres d'hôtes », « Gagner des réservations en direct sur Internet » ainsi que des ateliers « focus »). Elles portent sur les démarches à effectuer, la gestion au quotidien, la commercialisation, les revenus (fiscalité, rentabilité). Ces formations sont destinées notamment à des créateurs qui préparent leur projet, qu'ils aient leur logement, qu'ils soient à sa recherche ou qu'ils envisagent ce projet à plus long terme.
- L'[Afrat](#) (association dont la vocation est de contribuer durablement au développement, à la préservation et à l'attractivité des territoires ruraux et de montagne), à Autrans (38), propose des [formations](#) adaptées aux propriétaires de gîtes et chambres d'hôtes autour des thématiques suivantes : « cuisine et restauration », « création d'entreprise », « emploi et informatique », « montagne et tourisme », « sports et nature ».

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

- **Atout France**, opérateur de l'État en charge du développement de l'offre touristique française, propose des **formations** – en présentiel et en distanciel – aux acteurs publics et privés du secteur du tourisme. Dans ce cadre, il propose également des **tutos** (oeno-tourisme, *slow* tourisme) et des **moocs** dédiés à l'accueil des clientèles internationales.
 - Les Centres de formation professionnelle et de promotion agricole (**CFPPA**), destinés aux adultes, proposent des **formations** adaptées aux loueurs.
 - Le réseau Gîtes de France® a lancé en 2020 **Gîtes de France Académie®** qui propose des formations aux collaborateurs du réseau et aux propriétaires afin de leur permettre de monter en compétences.
 - **Guest & Strategy**, agence de conseil, formation et marketing spécialiste des chambres d'hôtes et gîtes professionnels, propose des **formations** préconçues sur sa plateforme **Guest Learning**, ainsi que des formations individualisées à distance et en contact direct avec le formateur. Les thèmes concernent l'ensemble des maillons de la chaîne de la création : étude de faisabilité, étude de positionnement, stratégie *webmarketing*, stratégie tarifaire, etc.
 - **Mamaisondhotes.com**, organisme de formation, propose une **formation** de 35 heures en immersion dans une maison d'hôtes en activité sur trois territoires différents : la Normandie, le Var et l'Auvergne.
- Pour trouver un organisme proche de chez vous, contactez votre comité départemental du tourisme, l'agence de développement du tourisme, votre chambre de commerce et d'industrie (CCI) ou votre chambre d'agriculture.

Pour en savoir plus :

- ➔ **[Orientation-pour-tous.fr](#)** est un site créé par l'État, les régions et les partenaires sociaux, qui peut vous aider à trouver un centre de formation.

Ressources en ligne

La rubrique « **Ressources** » du site d'Airbnb contient des articles et guides sur des problématiques variées (bonnes pratiques d'accueil, développement d'une approche inclusive dans l'activité d'hôte, création d'une annonce performante...).

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « **[Se former en ligne : sélection de moocs et formations en ligne pour les créateurs et dirigeants de jeunes entreprises](#)** » et « **[Suivre une formation à la création d'entreprise](#)** », rubriques en ligne.

Financer sa formation

Il existe des formations non diplômantes, mais toutes ne sont pas éligibles aux aides financières comme le Compte personnel de formation (CPF), les aides de Pôle emploi ou des conseils régionaux et des Opérateurs de compétences (OPCO). Depuis le 1^{er} janvier 2022, il est indispensable que l'organisme de formation possède la certification Qualiopi pour pouvoir bénéficier de ces fonds publics et mutualisés.

Plusieurs organismes peuvent financer les porteurs de projet dans le domaine des gîtes et chambres d'hôtes, tels que :

- l'**Afdas**, opérateur des services de la culture, des industries créatives, des médias, de la communication, des télécommunications, du sport, du tourisme, des loisirs et du divertissement pour les artistes-auteurs ;
- le Fonds d'assurance formation des chefs d'entreprises artisanales (**Fafcea**) ;
- le Fonds interprofessionnel de formation des professionnels libéraux (**FIF PL**) ;
- la **Fondation de la 2^{ème} chance**, qui finance des projets soit de formation qualifiante, soit de création/reprise d'entreprise dans une logique de réinsertion professionnelle, quel que soit le secteur d'activité ;
- **Vivea**, le fonds pour la formation des entrepreneurs du vivant et des agriculteurs non salariés.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Convention collective

Il n'existe pas de syndicat représentatif des loueurs de gîtes ou de chambres d'hôtes au niveau national, si bien qu'il n'y a pas eu de négociation de convention collective entre les partenaires sociaux.

Les gîtes et chambres d'hôtes peuvent cependant se rattacher à la [Convention collective nationale des hôtels, cafés, restaurants \(HCR\)](#) du 30 avril 1997, étendue par arrêté du 3 décembre 1997.

Sources : BPIFRANCE CRÉATION. « [Chambre d'hôtes – Réglementation](#) » et « [Gîte ou meublé de tourisme – Réglementation](#) », rubriques en ligne.

Équipement – Investissement de départ

La qualité du logement est essentielle : la plupart du temps, l'hébergement se trouve dans un bâtiment de qualité, souvent traditionnel mais pas nécessairement (une maison d'architecte ou une maison moderne construite avec des matériaux biosourcés peuvent également contribuer à créer un lieu de vacances de caractère), situé dans un environnement champêtre, calme et dépayçant comme un grand jardin par exemple.

L'achat et la transformation d'une maison pour y accueillir un gîte ou des chambres d'hôtes occasionne souvent des travaux. Ainsi, 473,5 millions d'euros sont investis en moyenne par an par les propriétaires adhérents à Gîtes de France® pour la rénovation du patrimoine bâti.

Sources :

- CAPO-CHICHI Christelle. « [Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôte](#) », livre publié en 2022.
- GÎTES DE FRANCE®. « [Sylvie Pellegrin est reconduite dans sa fonction de présidente de la Fédération nationale des Gîtes de France](#) », communiqué de presse publié le 23/09/2020.

Où acheter son bien ?

Attention aux lieux déjà attractifs avant la crise sanitaire, car les maisons disponibles y sont moins nombreuses et plus chères qu'avant : l'engouement pour les résidences secondaires, le développement du télétravail, le fort attrait de la population pour la maison individuelle ont fait grimper les prix dans les villes moyennes situées à distance raisonnable de la capitale ou des principales métropoles, dans les villes desservies par les lignes TGV, dans les communes du littoral et dans les lieux de villégiature.

De plus, dans ces zones très demandées, il est difficile de trouver des artisans pour effectuer les rénovations nécessaires dans un délai raisonnable. La crise sanitaire de 2020 ainsi que le conflit entre la Russie et l'Ukraine en 2022 ont également bousculé la logistique internationale et de nombreux matériaux et équipements ne sont pas disponibles ou avec des délais d'approvisionnement importants.

Ces éléments peuvent vous inciter à vous intéresser à d'autres territoires : dans chaque département, des villes et villages disposent d'atouts suffisants pour y ouvrir des chambres d'hôtes et des gîtes avec succès. Le territoire compte des [stations vertes](#), des [petites cités de caractère](#), des [villages qualifiés de plus beaux de France](#), des [villages étapes](#), des communes qui ne peuvent prétendre au statut de commune touristique malgré leurs atouts mais aussi des [villes et villages étoilés](#), souvent situés en zone rurale et agissant pour une meilleure qualité de l'environnement nocturne, ce à quoi sont sensibles de plus en plus de vacanciers désireux de s'éloigner de la pollution sonore, visuelle et lumineuse.

Il peut également être intéressant de vous implanter dans un territoire moins prisé des touristes – mais néanmoins fréquenté – qui ne dispose pas d'hôtel.

Il faudra éviter l'isolement à tout prix, le coin de verdure idyllique éloigné de tout circuit et mal desservi... sauf en cas de projet d'envergure, permettant de combler tous les besoins au même endroit. C'est le

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

cas par exemple avec l'organisation de séjours thématiques (retraite yoga, jeûne, etc.) proposant à la fois l'hébergement, la restauration et les activités.

Enfin et avant tout, choisissez un territoire où vous pensez que vous serez heureux, car votre hébergement ne peut être accueillant que si vous vous y sentez bien. C'est là que vous développerez votre « concept d'hospitalité », unique et différenciant, qui vous fera moins dépendre de votre territoire pour l'attractivité de votre offre.

Sources :

- ACCUEILLIR MAGAZINE. « [Difficile achat immobilier de ses chambres d'hôtes ou gîtes](#) », article publié le 27/09/2021.
- Informations recueillies par Bpifrance création auprès de Guest & Strategy en août 2022.
- VILLAGE MAGAZINE. « Gîtes et chambres d'hôtes : les clés du succès », dossier publié en juin 2022.

S'installer en ville : bonne ou mauvaise idée ?

Les gîtes et chambres d'hôtes ont un intérêt à s'établir dans les secteurs urbains et les périphéries des grandes villes, où le tourisme urbain et le tourisme d'affaires sont moins saisonniers. Mais la concurrence (des particuliers, via les plateformes de réservation d'hébergement en ligne) y est plus rude.

Dans les zones citadines, les chambres d'hôtes sont moins recherchées par défaut par les touristes. Cependant, s'y implanter peut être pertinent. Pour garantir la rentabilité de l'activité, il faudra alors remplir différents critères, à savoir :

- la proximité avec le voyageur ;
- l'expérience client ;
- la décoration ;
- l'intimité ;
- la modularité des espaces pour accueillir différents types de clientèles.

L'objectif est de se différencier des hôtels (qui offrent plus de services pour un tarif proche ou équivalent) et des nombreux meublés de tourisme, souvent appelés des « Airbnb » par abus de langage, qui offrent indépendance et intimité pour un tarif souvent plus abordable.

Il faut également garder à l'esprit que le coût du foncier peut être prohibitif dans le cadre d'une implantation en ville.

S'agissant des gîtes, il faudra veiller aux différentes réglementations en matière d'urbanisme, propres à la ville d'implantation : limitation du nombre de nuitées annuelles, compensation des mètres carrés, changement de destination, etc. (voir la partie 6 « [Règles de la profession](#) »).

Source : informations recueillies par Bpifrance Création auprès de Guest & Strategy en août 2022.

À noter : depuis 2010, le réseau Gîtes de France® développe son label en ville avec l'appellation [Citybreak](#).

Travaux de rénovation et d'aménagement

La création d'un gîte ou d'une chambre d'hôtes implique souvent la réalisation de travaux de rénovation et d'aménagement afin de mettre le logement en conformité avec les normes sanitaires, de sécurité et environnementales, mais aussi avec les standards attendus par les clients.

Le montant à mobiliser est alors variable. Vous pouvez peut-être bénéficier de l'aide financière des régions ou des départements, notamment si vous êtes membre d'un réseau ou si vous avez un label (voir la rubrique « [Financement – Aides spécifiques](#) » en partie 5).

Vous pouvez également demander conseil aux professionnels ou services suivants :

- Un intervenant de [Maisons paysannes de France](#), qui va donner des conseils sur la préservation de l'architecture de la maison par rapport à l'architecture du site.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

- Un architecte du Conseils d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement ([CAUE](#)). Cet organisme est investi d'une mission de service public pour promouvoir la qualité de l'architecture, de l'urbanisme et de l'environnement. Dans ce cadre, il pourra par exemple indiquer si le logement est situé dans un site comportant des caractères architecturaux particuliers.
- Les Directions départementales de la protection des populations ([DDPP](#)) et les Directions départementales de l'emploi, du travail, des solidarités et de la protection des populations ([DDETSP](#)) pour toute question concernant l'hygiène et les contraintes sanitaires liées à la table d'hôtes.
- Le Comité national pour la sécurité des usagers de l'électricité ([Consuel](#)), qui est le garant des normes d'éclairage, de chauffage et d'électricité et qui délivre l'Attestation de conformité permettant à l'opérateur de distribution d'électricité de raccorder l'installation au réseau.

Dépenses à prévoir

Plusieurs achats sont à prévoir, certains étant à renouveler régulièrement :

- mobilier, matelas confortables, linges de lit, électroménager (lave-linge, four, micro-onde par exemple), petits équipements (vaisselle, etc.) ;
- matériel pour les enfants (lit parapluie, chaise haute, réhausseur, table à langer, poussette, tapis antidérapants dans les douches et baignoires, jeux et jouets de premier âge, balançoire, toboggan, etc.) ;
- matériel pour les sportifs (vélos, matériel de pêche, jumelles, bâtons de randonnée, canoës, kayaks...) suivant votre environnement ou les activités que vous souhaitez proposer à vos hôtes ;
- matériel de plein air, pour profiter des espaces verts et se prémunir de la chaleur (mobilier de jardin, parasols, lampes solaires qui se chargent le jour et diffusent leur lumière la nuit...) ;
- matériel pour passer du temps à l'intérieur lorsque le beau temps n'est pas au rendez-vous : jeux de société, table de billard, fléchettes, grand écran et accès à une plateforme de *streaming*, etc. ;
- matériel de bureau pour la gestion de l'activité : ordinateur ou tablette, imprimante, papier, plastifieuse, calendriers, stylos... et un *smartphone* pour faciliter la communication avec vos clients ;
- abonnement à une application mobile de paiement pour que l'entrepreneur puisse utiliser son téléphone ou sa tablette comme terminal de paiement ;
- PMS (*Property management system*) : logiciel permettant d'optimiser l'administration globale de son hébergement depuis une seule interface, qui possède des fonctionnalités de planification et de gestion des réservations, de facturation et de tarification, de gestion de la relation client ;
- CM (*Channel manager*) : logiciel reliant le PMS aux plateformes de réservation en ligne qui permet de piloter sa commercialisation depuis une seule interface en synchronisant tarifs et disponibilités sur les différents canaux de distribution.

À noter : certains PMS disposent parfois d'un outil de *Channel manager* intégré et inversement. Il faut dans tous les cas que PMS et CM puissent communiquer entre eux.

Sources :

- CAPO-CHICHI Christelle. « [Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôte](#) », livre publié en 2022.
- GUEST & STRATEGY. « [Quels sont les outils qui peuvent simplifier la gestion de votre établissement ?](#) », article publié le 28/01/2022.
- LYON ENTREPRISES. « [Les meilleures solutions de paiement mobile pour PME !](#) », article publié le 18/03/2021.

Les moyens de promotion classiques mais indispensables

Le nom de votre hébergement

Cela peut paraître surprenant d'afficher le nom comme moyen de promotion, mais il s'agit véritablement de la première impression que vous transmettez à vos hôtes. Soyez créatif, inventif, et cherchez à respecter votre image et votre positionnement.

Les critères à prendre en compte à propos du nom :

- Il doit être unique et libre de droits : le nom peut avoir été déposé précédemment par un tiers en tant que marque auprès de l'Institut national de propriété industrielle (Inpi) ou d'un organisme de propriété intellectuelle étranger. Il faut donc faire une **recherche d'antériorité** auprès de l'Inpi ou du registre du commerce et des sociétés (RCS) pour s'assurer de la liberté d'usage du nom choisi.
- Il ne doit pas être trop long.
- Il doit être facilement mémorisable.
- Il doit vous correspondre et il n'a pas besoin de faire référence au lieu ou à l'activité de gîte ou de chambre d'hôtes.

Quant au nom de domaine, il doit être disponible pour pouvoir créer votre site Internet (pour cela, allez vérifier sur [Ovh.com/fr](https://www.ovh.com/fr)) ou votre blog, voire votre compte sur les réseaux sociaux.

Ne vous précipitez pas dans la validation de votre nom et prenez le temps de le tester autour de vous à plusieurs reprises. En effet, si vous vous êtes trompé de nom, les conséquences peuvent être très lourdes au niveau de votre référencement et il vous sera difficile et coûteux d'en changer.

Le logotype

Il symbolise et véhicule votre concept auprès de vos potentiels clients. Tout comme pour votre nom, il est primordial de penser à l'impact donné par votre logotype auprès de vos hôtes.

Selon vos objectifs, et non selon votre budget, il est recommandé de faire appel à un graphiste professionnel ; mais des solutions alternatives existent, notamment pour réaliser vous-même ou faire réaliser votre logotype sur Internet.

Attention à la qualité de votre logo, car il servira pour toute votre communication, aussi bien pour votre site Internet que pour vos cartes de visite.

Vous pouvez également présenter votre offre d'hébergement sur votre véhicule (flocage du logo).

Les cartes de visite

Vous les distribuerez dans un premier temps à vos amis, à votre famille, à vos relais institutionnels, puis à vos hôtes ayant séjourné dans votre établissement afin de les fidéliser davantage et les encourager à parler de vous.

Comme pour le logo, il est vivement conseillé de faire appel à un graphiste professionnel pour la réalisation de votre carte de visite.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Se faire connaître des professionnels locaux

Il s'agit de se constituer un réseau de prescripteurs. Pour cela, n'hésitez pas à contacter :

- l'office de tourisme local (l'adhésion est recommandée, voire indispensable pour l'ensemble des hébergements de type gîtes et chambres d'hôtes, afin de s'assurer un bon ancrage territorial) ;
- la mairie ;
- vos confrères, propriétaires de gîtes et chambres d'hôtes près de chez vous, que vous pourrez recommander à des clients lorsque votre planning de réservation sera plein, et inversement ;
- les commerces, restaurants et producteurs locaux ;
- des organisateurs d'activités de loisirs et d'événements qui ont besoin d'hébergements pour faire venir et rester des voyageurs sur place (exemples : activités de loisirs de plein air, location de vélos, musées, jardins, châteaux, etc.) ;
- les organisateurs de voyages et de circuits touristiques ;
- les compagnies de taxis ;
- les gares routières et ferroviaires les plus proches ;
- la presse locale.

Quelques conseils pour nouer une relation avec eux :

- invitez vos prestataires et partenaires locaux à une inauguration ou un événement annuel ;
- faites-leur tester votre offre d'hébergement ;
- participez à des manifestations locales (comme un concert ou une pièce de théâtre par exemple, en tant que bénévole et/ou proposez votre lieu à des conditions avantageuses) ;
- représentez votre établissement lors de salons professionnels, appuyé par vos partenaires locaux tels que l'office de tourisme ou le Comité du tourisme de votre département ;
- identifiez et contactez de possibles revendeurs (organismes de réception, agences de voyages classiques...) ;
- référencez les salles de mariage, réception et autres lieux accueillant des manifestations d'envergure qui semblent ne pas avoir une capacité d'hébergement suffisante.

Sources :

- CAPO-CHICHI Christelle. « [Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôte](#) », livre publié en 2022.
- GUEST & STRATEGY. « [Top 5 des raisons pour être partenaire de son office de tourisme](#) », article publié le 02/03/2021.

La stratégie de webmarketing

Quelques chiffres sur Internet et ses usages dans le tourisme

- 92 % des foyers français bénéficient d'une connexion Internet en 2021.
- La France compte 53,5 millions d'internautes chaque mois en 2021, qui passent en moyenne 2 h 26 par jour sur Internet, avant tout sur leur téléphone mobile.
- Au 1^{er} trimestre 2022, les sites de e-tourisme les plus consultés de France ont été, par ordre décroissant : Booking, SNCF Connect, Airbnb, TripAdvisor et Air France, tandis que les sites de l'office de tourisme de Paris et celui des Gîtes de France® figuraient dans le top 10.
- TripAdvisor recense 8,3 millions d'hébergements, restaurants, expériences, compagnies aériennes et croisières dans le monde.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

- 1 Français sur 3 utilise les réseaux sociaux pour trouver l'inspiration quant à sa destination touristique, 6 sur 10 chez les moins de 27 ans.
- Selon une étude de Next tourisme réalisée avec Adobe, 77 % des Français réservent leur hébergement de vacances par le canal numérique en 2021. En France, Airbnb capte 43 % de ces réservations en ligne, devant notamment Booking (12 %) et Gîtes de France® (6 %). Les réservations en ligne directement auprès de l'hébergeur du gîte pèsent plus du quart du total (26 %).

Sources :

- GÉO. « [1 voyageur sur 3 s'inspire sur les réseaux sociaux... et pas toujours pour le mieux !](#) », article publié le 28/04/2022.
- IEFT. « [Les réseaux sociaux, acteurs essentiels du tourisme](#) », article publié le 28/03/2022.
- MÉDIAMÉTRIE. « [L'année Internet 2021](#) », communiqué de presse publié le 10/02/2022.
- NEXT TOURISME, ADOBE. « [Les pratiques de réservation de voyage des Français](#) », étude publiée en juin 2021.
- TRIPADVISOR. « [À propos de TripAdvisor](#) », page consultée le 27/09/2022.
- TOURMAG. « [Voyage : quels sont les grands gagnants sur le web en France ?](#) », article publié le 24/06/2022.

Se faire connaître sur les réseaux sociaux

Les recherches des internautes ont beaucoup évolué : pour trouver l'inspiration, leur lieu de vacances et organiser leur voyage, ils se rendent sur les réseaux sociaux, où ils chercheront à leur tour à influencer leur entourage ou d'autres internautes. Sur Facebook, Instagram, Pinterest, Snapchat ou TikTok (canal privilégié des 11-30 ans), ils suivent des créateurs de contenu et des influenceurs qui vont par exemple partager leur expérience au sein d'un hébergement touristique grâce à des photos et des vidéos interactives amusantes.

L'intérêt des réseaux sociaux pour les propriétaires de gîtes et chambres d'hôtes réside dans le fait de pouvoir cibler la clientèle, de partager avec elle leur univers et leurs convictions, et d'attirer des personnes réellement intéressées par leur projet d'accueil.

FACEBOOK ET INSTAGRAM : LES IMMANQUABLES

Aujourd'hui, la présence des maisons d'hôtes et des gîtes doit se faire au moins sur Facebook et Instagram. Ces deux réseaux sociaux sont indispensables à la fois pour se faire connaître et pour créer une relation avec les visiteurs. Ils permettent de capter des cibles distinctes et complémentaires : plutôt jeunes sur Instagram et plus « âgées » sur Facebook.

Sur Facebook, l'audience sera généralement plus sensible à du contenu autour du territoire, de l'humain, de l'histoire, des anecdotes et des offres inédites.

Sur Instagram, il sera préférable de privilégier le *storytelling*, la présentation des produits, la décoration, les différents espaces : maison, jardin, espaces communs.

Vous pourrez bien sûr utiliser également du contenu à des fins marketing et promotionnelles avec des offres exclusives, des bons cadeaux, des jeux concours, etc.

Source : GUEST & STRATEGY. « [Comment perfectionner sa stratégie sur les réseaux sociaux ?](#) », article publié le 26/02/2022

Il est possible de recourir à **des outils de gestion des réseaux sociaux** afin de programmer ses publications et de gagner du temps.

Il est important de bien paramétrer ses comptes (logo, photo de profil, description), de définir le contenu, le ton, le message, les couleurs, les formats (*stories*, vidéos, photos) et d'engager sa communauté : répondre aux commentaires, interroger sa communauté, etc.

Pour cela, il sera nécessaire de créer un planning éditorial permettant de planifier ses publications. Il n'y a pas de recette miracle pour savoir à quelle heure et quel jour publier. Cela va dépendre de votre

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

positionnement, de votre communauté et du message que vous voulez faire passer. L'idéal serait de publier au moins une fois par semaine sur Facebook et deux fois par semaine sur Instagram.

Ainsi, la meilleure stratégie est de tester et ensuite de se référer aux différentes statistiques des réseaux sociaux pour analyser les différents créneaux ou types de publications qui ont fonctionné. Vous pourrez ainsi en savoir plus sur :

- Votre audience : qui compose votre communauté ?
- Les performances : quelles thématiques, quels sujets ont suscité de l'intérêt ?
- Les données de trafic : d'où vient l'internaute ?
- Les contenus : les hashtags utilisés ont-ils été pertinents ? Quels formats ont séduit ?

Les règles de base sur les réseaux sociaux sont donc :

1. Définir ses objectifs et un message clé en fonction de sa cible.
2. Définir le ton utilisé : humour, formalisme, etc.
3. Donner envie, faire rêver, susciter de l'émotion.
4. Publier du contenu exclusif.
5. Publier régulièrement, à son rythme, sans en faire trop.
6. Utiliser des mots-clés concis, clairs.
7. Tester et analyser ses résultats.

Sources :

- FOOD HÔTEL TECH. « [Les nouveaux comportements de la clientèle hôtelière : workation, staycation, last minute...](#) », conférence du 07/06/2022.
- GUEST & STRATEGY. « [Comment perfectionner sa stratégie sur les réseaux sociaux ?](#) », article publié le 26/02/2022.
- GUEST & STRATEGY. « [#ET16 : les Rencontres du e-tourisme](#) », article publié le 26/11/2020.
- VILLAGE MAGAZINE. « [Gîtes et chambres d'hôtes : les clés du succès](#) », dossier publié en juin 2022.

Les différents canaux de commercialisation en ligne

Les canaux de commercialisation des gîtes et chambres d'hôtes sont très largement digitaux. Parmi eux se trouvent :

- les plateformes de réservation des OTA (*Online travel agencies*) ou centrales de réservation de voyage comme Booking ;
- les plateformes de réservation de logements entre particuliers comme Airbnb ;
- les plateformes de référencement spécialisées comme TripAdvisor ;
- les plateformes de réservation des réseaux/labels de gîtes et chambres d'hôtes comme Gîtes de France® ou Clévacances ;
- les sites d'annonces immobilières et les sites d'annonces généralistes comme Leboncoin ;
- les sites des groupes immobiliers ;
- les sites Internet des propriétaires de gîtes et chambres d'hôtes.

Les plateformes de réservation permettent de toucher des voyageurs du monde entier. Du point de vue des clients, le fait que votre hébergement soit présent sur ce type de plateforme peut être rassurant, même si, certains d'entre eux sont critiques vis-à-vis de leur *business model*. En effet, la commission qu'elles prélèvent sur chaque chambre ou hébergement loué a un impact direct sur la marge des loueurs : certains établissements n'hésitent pas à l'expliquer sur leur site pour essayer de gagner des réservations directes (c'est-à-dire effectuées sur le site Internet du gérant de l'hébergement touristique).

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Quelques conseils pour les gérants de chambres d'hôtes :

- proposer les chambres de votre établissement sur plusieurs plateformes de réservation, mais avec modération (ne pas forcément mettre toutes ses chambres sur ces plateformes, et pas toute l'année) ;
- mettre vos chambres sur des plateformes alternatives de niche en fonction de votre positionnement (par exemple sur [Emmenetonchien.com](https://www.emmenetonchien.com) ; [Wegogreen.fr](https://www.wegogreen.fr) ; [Gay-sejour.com](https://www.gay-sejour.com)).

Attention : une fois que vous serez engagé, il sera difficile de renégocier, notamment en ce qui concerne le taux de commission.

Sources :

- FOOD HÔTEL TECH. « [Fidélisation client, ok mais pour qui ? L'hôtel ou l'OTA ?](#) », conférence du 07/06/2022.
- LE PARISIEN. « [Réservations touristiques : la fronde anti-Booking s'intensifie dans l'hôtellerie française](#) », article publié le 06/07/2021.
- TOURMAG. « [Marketing : promouvoir les établissements hôteliers à l'ère du numérique](#) », article publié le 22/03/2022.

Vendre sur son site Internet, dernier rempart contre les géants du Web

En 2021, 33 % des réservations d'hôtel en Europe se faisait directement sur le site Internet de l'hôtelier, tandis qu'environ 70 % du trafic Web des hébergements touristiques émanait d'un support mobile (*smartphone* ou tablette).

Voici quelques conseils pour un site Web performant, bien référencé, à même d'augmenter vos réservations en direct. Il doit :

- être adapté au mobile (*mobile friendly*) ;
- son arborescence doit être intuitive, la charte graphique homogène, les photos professionnelles ;
- mettre en valeur les avis des voyageurs, avoir une FAQ ainsi que vos coordonnées GPS ;
- être pensé comme un site de e-commerce, doté d'un moteur de réservation adapté au mobile, bien visible, rapide et clair, avec un formulaire de contact et la possibilité de s'abonner à une *newsletter* ;
- être à jour et avoir un contenu identique à celui des OTA (*Online travel agencies*).

Autres conseils :

- Pensez à proposer sur votre site un tarif plus intéressant ou de meilleures conditions (plus de services, petit cadeau de bienvenue, réduction sur le petit-déjeuner) que sur celui des OTA.
- Vous devez mener une stratégie SEO d'optimisation du référencement de votre site Internet par les moteurs de recherche (mots-clés ciblés, métadéscriptions, « *balises titres* », contenus utiles et pertinents pour les visiteurs, maillage interne et externe efficace, URL simples et compréhensibles...). Cela permet d'améliorer votre positionnement dans les pages de résultats des moteurs de recherche et de générer naturellement du trafic vers votre site. Sur Google My Business par exemple, votre page, assortie d'un courriel, doit permettre au client de découvrir votre établissement en un coup d'œil. S'il veut en savoir plus, il ira sur votre site.

Sources :

- ACCUEILLIR MAGAZINE. « [Site Internet, lever les freins à la réservation](#) », article publié dans le numéro de mars-avril 2022.
- FOOD HÔTEL TECH. « [Les réservations hôtelières reprennent : comment les gagner en direct ?](#) », conférence du 07/06/2022.
- GUEST & STRATEGY. « [Ventes directes vs indirectes : bilan de l'année 2020 et perspectives 2021](#) », article publié le 25/01/2021.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Guest & Strategy en août 2022.
- TOURMAG. « [Marketing : promouvoir les établissements hôteliers à l'ère du numérique](#) », article publié le 22/03/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ [FRANCENUM.GOUV.FR](https://www.francenum.gouv.fr). « [Comment créer votre site e-commerce ou boutique en ligne pour vendre vos produits et services ?](#) », rubrique en ligne.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Soigner sa réputation en ligne : répondre aux avis des clients

Les avis des voyageurs occupent une place importante dans le processus de décision de nombreux touristes. En témoignent les chiffres de l'enquête menée en 2022 par Partoo auprès de la population française de 18 à 64 ans :

- 70 % des Français lisent les avis des établissements qu'ils comptent visiter ;
- 60 % estiment qu'une note inférieure à 3,5/5 est rédhibitoire ;
- les hôtels et hébergements temporaires sont le deuxième secteur pour lequel les avis en ligne jouent un rôle important pour les consommateurs ;
- la fréquence, la note moyenne et la qualité des avis sont décisifs pour l'algorithme de Google, afin qu'un établissement soit mis en avant dans les résultats de recherche ;
- 93 % des consommateurs sont intéressés par les réponses des propriétaires d'établissements à des avis négatifs.

Voici quelques conseils afin de gagner en visibilité sur les sites d'avis :

- Créer sa page sur TripAdvisor et Google Business Profile plus connu sous le nom de Google My Business (Google Maps). C'est gratuit et indispensable, car quelqu'un de mal intentionné pourrait créer cette page à votre place dans un objectif de nuisance.
- Obtenir un maximum d'avis et la meilleure note possible vous rapprochant de 5/5. Pour cela, imaginez un scénario faisant preuve d'originalité, de sincérité et d'enthousiasme afin d'inciter vos voyageurs à témoigner positivement à la suite de leur séjour au sein de votre établissement.

De nombreuses techniques de « conquête d'avis » client existent comme l'usage du SMS ou du courriel s'il y a besoin d'une relance. Mais la technique la plus efficace reste la communication orale sans insistance. Si vous obtenez 10 à 20 % d'avis suite à votre sollicitation, vous pouvez considérer votre démarche comme fructueuse selon l'opinion de différentes agences marketing.

Attention : nous n'évoquons ici que les avis laissés sur les plateformes volontaires telles que TripAdvisor et Google Business Profile. Sachez que les agences de voyages en ligne telles que Booking, Expedia ou Airbnb sollicitent par elles-mêmes vos voyageurs à l'issue de leur séjour afin de récolter un avis qui demeurera à usage exclusif de leur propre communication.

- Répondre systématiquement aux avis qu'ils soient positifs ou négatifs. Pourquoi ne « remercier » que les clients totalement ou partiellement insatisfaits et ne pas saluer ceux qui ont pris le temps de vous complimenter de manière unilatérale ? Sachez que plus votre réponse sera rapide, plus votre visibilité sera accrue.
- Rester en veille sur les évolutions des sites d'avis, qu'ils soient gratuits ou payants. Sauf exception, le coût d'acquisition d'un voyageur par un site d'avis demeure moins onéreux que de passer par une agence de voyage en ligne dont la commission oscille entre 15 et plus de 20 %.
- Proposer sur votre site un volet de gestion des avis. Votre voyageur pourra très bien écrire un avis sur un site spécialisé mentionné précédemment, mais avoir des avis sur votre site Internet participera à son bon référencement. Il s'avère de surcroît que les avis déposés y sont souvent plus longs et plus riches et qu'ils peuvent être agrémentés de photos voire de vidéos selon la configuration de votre site Web.

Sources :

- ACCUEILLIR MAGAZINE. « Comment les avis influencent la décision », article publié dans le numéro de mars-avril 2022.
- BLOG DU MODÉRATEUR. « Étude : l'usage des avis en ligne par les Français en 2022 », article publié le 04/04/2022.
- FOOD HÔTEL TECH. « Fidélisation client, ok mais pour qui ? L'hôtel ou l'OTA ? », conférence du 07/06/2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Guest & Strategy en août 2022

Pour en savoir plus :

➔ [ECONOMIE.GOUV.FR](https://economie.gouv.fr/Peut-on-faire-confiance-aux-avis-en-ligne). « [Peut-on faire confiance aux avis en ligne ?](https://economie.gouv.fr/Peut-on-faire-confiance-aux-avis-en-ligne) », rubrique en ligne.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Recueil, analyse et utilisation des données pour améliorer son offre et fidéliser ses clients

L'étape suivant l'animation du site Internet et des réseaux sociaux consiste à mieux connaître ses prospects et clients : il s'agit de collecter des « *data* » ou « données clients » qui permettent de connaître le profil, la localisation, le comportement, les goûts, la fréquence et la nature des achats des clients, *etc.*

Avant de commencer à collecter des données, posez-vous les questions suivantes :

- Quelles données collecter, pour quels usages ?
- Comment collecter ces données personnelles ? Comment se mettre en conformité avec le Règlement général de protection des données (RGPD) ?
- Comment s'assurer que les clients acceptent cette collecte de données ?
- Comment utiliser ces données clients de manière utile, significative et constructive afin d'améliorer l'expérience client et le taux d'occupation de son hébergement touristique ?

La collecte des données peut se faire de manière plus ou moins formelle : par exemple, vous pouvez demander sa carte de visite au voyageur professionnel, ou bien obtenir des données depuis votre site Internet et vos comptes sur les réseaux sociaux (formulaire à remplir).

L'objectif de la collecte de données est d'obtenir des informations qui permettront de relancer vos hôtes de manière pertinente et de leur donner le sentiment d'être reconnus.

GESTION D'UN FICHIER CLIENT ET RGPD

La gestion des fichiers clients obéit à des règles déontologiques. Il est interdit de collecter et de stocker des données à caractère personnel qui ne sont pas utiles directement à l'exercice de la profession. Ces informations relèvent du Règlement général de protection des données (RGPD) visant à la protection de la vie privée.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Me mettre en conformité avec le RGPD \(Cnil\)](#) », rubrique en ligne.
- ➔ CNIL. « [RGPD : par où commencer ?](#) », rubrique en ligne.

Vous pourrez par exemple envoyer plusieurs *newsletters* par an à vos clients, avec à chaque fois une thématique forte (exemples : vœux de fin d'année, début de saison, séjour à thèmes, *etc.*), des promotions ou avantages, et créer des campagnes publicitaires ciblées sur Internet et les réseaux sociaux afin de séduire de nouveaux hôtes.

Sources :

- FOOD HÔTEL TECH. « [Fidélisation client, ok mais pour qui ? L'hôtel ou l'OTA ?](#) », conférence du 07/06/2022.
- MAISON & OBJET ACADEMY. « [La data pour mieux vendre](#) », vidéo en ligne.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [10 conseils pour vendre en ligne](#) », « [Comment construire une communauté ?](#) », « [Faut-il créer un site Internet pour booster son business ?](#) », rubriques en ligne.
- ➔ FRANCENUM.GOUV.FR. « [Comment créer votre site e-commerce ou boutique en ligne pour vendre vos produits et services ?](#) », rubrique en ligne.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

→ [Tousenlignemaintenant.fr](https://tousenlignemaintenant.fr). Il s'agit d'un dispositif qui a pour but de favoriser la présence en ligne des artisans, commerçants et petites entreprises. Financé par l'État et confié à l'Afnic, Bpifrance et France Num, ce dispositif permet de bénéficier d'un accompagnement de 3 semaines avec un coach en ligne.

Les outils pour maximiser la fidélisation des clients

L'expérience client fait partie intégrante du séjour du voyageur. Aujourd'hui, les touristes n'ont plus uniquement envie de dormir dans un hébergement : ils s'attendent aussi à y vivre une expérience unique. C'est notamment par le biais de cette promesse que se construit la fidélisation des clients.

Pourquoi fidéliser ?

- les clients fidèles coûtent 5 à 10 fois moins cher qu'un nouveau prospect à transformer en client ;
- ils dépensent davantage : 10 à 20 % de budget supplémentaire ;
- ils sont d'excellents médiateurs, valorisant l'hébergement par le biais du bouche à oreille, des réseaux sociaux ou encore des sites d'avis en ligne sur lesquels ils témoignent de leur expérience ;
- ils sont impliqués et bienveillants, et sont souvent de bons conseils pour développer l'offre ;
- ils connaissent déjà les lieux et permettent donc aux gestionnaires de gagner du temps.

Comment faire ?

Il est primordial d'instaurer une relation de confiance avec ses hôtes avant, pendant et après le séjour afin d'inciter ces voyageurs à forte valeur ajoutée à revenir dans l'établissement. Vous pouvez :

- leur donner des nouvelles par le biais des réseaux sociaux et des *newsletters* ;
- leur offrir un cadeau de bienvenue ou encore de départ pour susciter l'émotion ;
- leur rappeler des souvenirs, par l'intermédiaire d'une carte envoyée à une date stratégique ;
- les inciter à la réservation en leur proposant un code promotionnel.

Source : GUEST & STRATEGY. « [Comment maximiser la fidélisation de sa clientèle ?](#) », article publié le 21/04/2021.

Pour en savoir plus :

→ GUEST & STRATEGY. « [Le cadeau de bienvenue : entre personnalisation et expérience client](#) », article publié le 30/06/2021.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

5.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Chiffre d'affaires – Facturation

Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôtes fait rêver, et beaucoup aimeraient vivre pleinement de cette activité. Mais dans bien des cas, il s'agira d'une activité de complément, permettant de réhabiliter ou d'entretenir un patrimoine ou de percevoir des revenus additionnels pour une personne active ou à la retraite.

Prix de location

Les prix sont libres. Il n'existe aucun barème en matière de prix de location. Tout dépend du secteur géographique, de la période de l'année (basse, moyenne ou haute saison), du niveau de confort et d'équipement, des services inclus... sans oublier le prix des offres similaires dans la région et sur les plateformes de réservation en ligne.

Globalement, le prix des chambres d'hôtes et des gîtes sont à la hausse depuis plusieurs années. Les causes sont multiples : ouverture d'offres plus haut de gamme, hausse des impôts et taxes locales, assujettissement de nombreux loueurs aux cotisations sociales... Et l'inflation actuelle aura un impact, ne serait-ce que sur le prix de l'énergie et celui du chauffage...

La période 2020/2021 est difficile à analyser compte-tenu de l'épidémie de Coronavirus. Certains loueurs ont maintenu leurs prix tandis que d'autres les ont baissés. En sortie de crise sanitaire, un phénomène de rattrapage a été constaté, certains loueurs bénéficiant d'une forte demande liée à l'envie de vacances.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès d'Accueillir Magazine en août 2022.

Selon une enquête effectuée par *Accueillir Magazine* en 2016 auprès d'un échantillon de 1 200 maisons d'hôtes :

- le prix moyen de la nuitée est de 85,60 € pour deux personnes, petit-déjeuner inclus, hors taxe de séjour, en haute saison ;
- 14 % des maisons d'hôtes affichent un prix inférieur à 60 € la nuit, petit-déjeuner inclus, et 14 % un prix supérieur à 120 € ;
- pour les 35 % des loueurs ayant une table d'hôtes, le prix moyen d'un repas est de 24,40 € par personne.

Source : ACCUEILLIR MAGAZINE. « Enquête réalisée auprès de 1 200 maisons d'hôtes », publiée en 2016.

Concernant les tarifs affichés dans le réseau Gîtes de France®, le prix moyen déboursé en 2021 par les clients pour une location d'une semaine en gîte était de 603 €. Pour une nuitée en chambre d'hôtes, il était de 107 € au sein du même réseau.

D'une manière générale, sur les dernières années, le panier moyen (qui correspond à la somme dépensée par les touristes lors d'un séjour en gîte ou en chambre d'hôtes avec petit-déjeuner) a augmenté, tandis que la durée des séjours est stable. En 2021, le séjour s'élève en moyenne à 603 € pour 8,06 jours en gîte, et 214 € pour 2,16 jours en chambre d'hôtes.

Sources :

- GÎTES DE FRANCE®. « **Avec 5 millions de vacanciers accueillis et un volume d'affaires en hausse de 20 %, le réseau Gîtes de France réalise en 2021 une progression exceptionnelle** », communiqué de presse publié le 22/02/2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès de Gîtes de France® en juillet 2022.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Quelques conseils :

- établir un tarif minimum au moins équivalent à son coût de revient ;
- proposer des prix qui incluent le coût de toutes les prestations, car la facturation de services supplémentaires est mal perçue par la clientèle ;
- au-delà de trois nuitées pour les chambres d'hôtes, prévoir éventuellement des réductions ou des avantages ;
- lors de la réservation, demander le paiement d'une partie du prix du séjour avant l'entrée dans les lieux, pour éviter les désistements de dernière minute ou le paiement de la totalité du séjour avec un calendrier de remboursement à taux dégressif à l'approche de la date du séjour.

Pour en savoir plus :

→ GUEST & STRATEGY. « [Les clés pour bien définir sa politique tarifaire](#) », article publié le 29/10/2019.

Taux d'occupation et chiffre d'affaires

La rentabilité économique dépend fortement du taux d'occupation obtenu par le loueur, qui varie en fonction de la localisation, des prix de location pratiqués et de la durée d'ouverture.

Le taux d'occupation d'une chambre d'hôtes est de 30 % en moyenne, soit 16 semaines par an.

Ainsi, une maison d'une capacité de trois chambres d'hôtes avec un taux d'occupation de 30 % réalise un chiffre d'affaires annuel moyen de 28 120 €. Une fois les charges déduites, cela correspond à un revenu net estimé à 8 150 €.

Source : ACCUEILLIR MAGAZINE. « Enquête réalisée auprès de 1 200 maisons d'hôtes », publiée en 2016.

Prix de revient – Marge – Résultat

La Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) propose des indicateurs pour les entreprises individuelles relevant du segment « Autres hébergements touristiques » (code FCGA 5520.Z1).

RATIOS DES ENTREPRISES INDIVIDUELLES DU SECTEUR, 2019

AUTRES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES	
Chiffre d'affaires HT moyen	91 615 €
EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES HT TOTAL	
Marge brute	90,2
Valeur ajoutée	49,3
Charges de personnel	9,2
Résultat courant	10,5

.../...

ÉLÉMENTS FINANCIERS

AUTRES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES	
EN NOMBRE DE JOURS*	
Crédit fournisseurs	48
Crédit clients	12
Rotation des stocks	34

* Nombre de jours d'achat TTC pour les fournisseurs et les clients, et de chiffres d'affaires HT pour la rotation des stocks.

Note de lecture : les données indiquées ici sont relatives à l'exercice 2019, année ante-crise sanitaire, car les niveaux d'activité de l'année 2020 peuvent être anormaux (aussi bien à la baisse qu'à la hausse).

Champ : France entière, ensemble des 770 entreprises individuelles adhérentes de la FCGA relevant de l'activité des « Autres hébergements touristiques ».

Source : FCGA (statistiques 2019).

AUTRES RÉSULTATS POUR LES ENTREPRISES DU SECTEUR, 2019

AUTRES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES	
Résultat courant	9 586 €
Effectif moyen (exploitant inclus)	1,4
Chiffre d'affaires par personne	66 836 €

Note de lecture : les données indiquées ici sont relatives à l'exercice 2019, année ante-crise sanitaire, car les niveaux d'activité de l'année 2020 peuvent être anormaux (aussi bien à la baisse qu'à la hausse).

Champ : France entière, ensemble des 770 entreprises individuelles adhérentes de la FCGA relevant de l'activité des « Autres hébergements touristiques ».

Source : FCGA (statistiques 2019).

Charges d'exploitation

Les principales charges, pour un loueur de gîte comme de chambre d'hôtes, sont les suivantes :

- coûts de fonctionnement du logement et des services associés (eau, électricité, énergie, blanchisserie, taxe d'habitation ou cotisation foncière des entreprises (CFE), taxe foncière, produits d'entretien et réparations, etc.) ;
- remboursement de l'emprunt éventuel obtenu pour les travaux et/ou l'achat ;
- frais de petit-déjeuner et de table d'hôtes (pour les loueurs de chambres d'hôtes) : matières premières et logistique ;
- cotisations sociales de l'exploitant et charges éventuelles de personnel (ménage, jardinage) ;
- coût de promotion et de commercialisation : communication classique, volet commercial et stratégie de *webmarketing*, adhésion à un réseau/label, commission des plateformes de réservation en ligne ;
- frais divers (contribution à l'audiovisuel public, abonnement Internet et téléphonique commissions bancaires, journaux et revues mis à disposition des hôtes...) ;
- assurances (voir la rubrique « [Assurances](#) » en partie 6).

Pour en savoir plus :

→ BPIFRANCE CRÉATION. « [Assurer mon entreprise](#) », rubrique en ligne.

Les propriétaires de gîtes ou chambres d'hôtes doivent prévoir un budget « travaux » annuel afin de rafraîchir et « relooker » régulièrement les logements loués (refaire les peintures ou changer des meubles, par exemple).

Il faut également améliorer les prestations annexes proposées aux personnes hébergées (construction d'une piscine, par exemple). Car, sans être décisives, ces prestations constituent un véritable « plus » pour les clients et permettent à un gîte ou à une chambre d'hôtes de se distinguer au sein d'une offre de plus en plus abondante.

Financement – Aides spécifiques

L'ouverture d'un gîte ou d'une chambre d'hôtes ne nécessite pas forcément la création d'une entreprise, mais le secteur tend à se professionnaliser.

Les dispositifs que nous présentons dans cette partie ne sont mobilisables que par les créateurs d'entreprise (personne physique) ou une fois l'entreprise créée (personne morale). Mais de façon générale, le site de Bpifrance Création détaille les différentes formes de financement mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins. Ces informations se trouvent dans les rubriques « [5 conseils pour bien financer votre projet de création d'entreprise](#) » et « [Les financements](#) » qui donne un panorama des financements existants.

Le love money

L'apport personnel du créateur est souvent limité par rapport au budget global de l'entreprise ; c'est un pari qu'il engage sur la rentabilité de l'entreprise.

Ses proches peuvent l'aider à financer son projet, quelle que soit la forme que prend ce soutien : don d'argent, prêt, participation au capital de l'entreprise (dans ce dernier cas, les Anglo-Saxons parlent de **love money**). Des incitations fiscales existent pour chacune de ces formules.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Coup de pouce des proches et love money : deux possibilités pour financer un projet](#) », article mis à jour en juillet 2021.

Le crowdfunding ou financement par la foule

Le créateur (ou le propriétaire) de gîte ou de chambre d'hôtes peut aussi faire appel au financement participatif (**crowdfunding**), notamment en cas de refus bancaire ou de manque de trésorerie.

C'est un mode de collecte de fonds réalisée via une plateforme Internet spécialisée, permettant à un grand nombre de contributeurs de choisir collectivement de financer directement et de manière traçable des projets identifiés.

Dans le cas du gîte ou de la chambre d'hôtes, le financement participatif pourra prendre deux formes :

- le don avec récompense (pour une opération ponctuelle, sociale, culturelle, thématique, à dimension environnementale, etc.) ;
- le prêt rémunéré (pour la rénovation d'un bâtiment ou la création d'hébergements complémentaires ou insolites).

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Si la levée de fonds est atteinte, le créateur ou le propriétaire de gîte ou de chambre d'hôtes pourra lancer son projet.

Au-delà des fonds récoltés, le financement participatif apporte des avantages en termes de :

- communication, en permettant aux créateurs de bénéficier de l'excellent référencement Internet des plateformes de *crowdfunding* et d'un effet de « bouche-à-oreille » chez les internautes ;
- connaissance des clients, en leur offrant la possibilité d'adapter/enrichir le projet grâce aux commentaires des contributeurs et ainsi de rendre l'analyse de la clientèle plus pertinente.

Bon à savoir : Bpifrance Création gère la plateforme « [Tous nos projets](#) » recensant plus de 40 000 projets d'une trentaine de partenaires, tous acteurs de la finance participative, qui permet de découvrir des projets en *crowdfunding*, que ce soit pour [un gîte](#) ou pour [une maison d'hôtes](#).

Sources :

- ACCUEILLIR MAGAZINE. « [Gîtes et chambres d'hôtes, faire appel au crowdfunding](#) », article publié le 02/03/2018.
- ECONOMIE.GOUV.FR. « [Crowdfunding : tout savoir avant de se lancer !](#) », article mis à jour le 13/09/2021.

Pour en savoir plus :

- ➔ FINANCEMENT PARTICIPATIF FRANCE. « [+ 84 % en 2021 : le crowdfunding accélère encore sa croissance](#) », article publié le 10/02/2022.

Les aides à l'écorénovation/rénovation énergétique

Les aides de l'État

L'État propose des aides aux propriétaires occupants, mais aussi aux propriétaires bailleurs dans certains cas, pour financer les travaux de rénovation énergétique de leur logement (amélioration de l'isolation, diminution de la facture de chauffage, acquisition d'une chaudière plus performante, etc.). En voici la liste :

- MaPrimeRénov' ;
- MaPrimeRénov' Sérénité ;
- Éco-prêt à taux zéro (éco-PTZ) ;
- Prime « Coup de pouce économies d'énergie » ;
- Chèques énergie ;
- Certificat d'économie d'énergie (CEE) de la part des fournisseurs d'énergie ;
- TVA réduite à 5,5 % pour les travaux d'amélioration de la qualité énergétique ;
- Exonération de la taxe foncière pour les travaux d'économies d'énergie.

Attention :

- Certaines aides sont cumulables mais pas toutes.
- Dans certains cas, les travaux doivent être réalisés obligatoirement par une entreprise ou un artisan qualifié RGE ([Reconnu garant de l'environnement](#)).
- Ces dispositifs évoluent en permanence, notamment sur le périmètre des travaux et des personnes éligibles. Renseignez-vous régulièrement et contactez les services locaux de [France Rénov'](#) pour vous faire accompagner.

Sources :

- ECONOMIE.GOUV.FR. « [Rénovation énergétique : les aides auxquelles vous pouvez prétendre](#) », article publié le 17/01/2022.
- FRANCE RÉNOV. « [France Rénov' : la rénovation énergétique pour tous !](#) », rubrique en ligne. Le site contient également un annuaire des points d'information en région et des artisans qualifiés RGE.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Le Fonds Tourisme Durable

Lancé en 2021, le Fonds Tourisme Durable, coordonné par l'Ademe, accompagne les hébergeurs et les restaurateurs (TPE-PME) présents dans l'espace rural et les petites communes dans leur volonté d'accélérer leur transition environnementale. Concrètement, ce fonds soutient la réalisation d'un diagnostic environnemental gratuit et le financement des investissements qui en découlent.

Les objectifs sont :

- de réduire et maîtriser les coûts fixes (énergie, eau, déchets, gaspillage alimentaire, transport) ;
- d'encourager l'ancrage dans les territoires (circuits courts et de qualité, synergies pérennes avec les acteurs du tourisme local et les producteurs locaux) ;
- de se former, de se faire labelliser et de communiquer sur l'engagement écologique.

Les aides octroyées varient de 5 000 € à 200 000 €. La demande de subvention doit être déposée avant le 31/12/2022. Mais une prolongation du Fonds Tourisme Durable est annoncée jusqu'en 2024 dans le cadre du plan Destination France.

Sources :

- ADEME. « [Fonds Tourisme Durable : restaurateurs & hébergeurs, accélérez votre transition écologique](#) », rubrique en ligne.
- CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE. « [Sophie Portier : le Fonds Tourisme Durable permet aux entreprises d'aller plus loin et plus vite dans la réalisation de leurs projets](#) », article mis à jour le 14/06/2022.

Les aides locales

Au-delà des aides nationales, il existe de nombreuses aides locales pour améliorer la performance énergétique de son logement.

Pour en savoir plus :

- ➔ ANIL. « [Aides locales aux travaux](#) », rubrique en ligne.

Les subventions départementales et régionales

Les principales subventions sont émises par les conseils régionaux et départementaux. Elles varient d'un territoire à l'autre. Les collectivités locales peuvent décider d'accorder la priorité à un type de produit sur leur département (gîtes ou chambres d'hôtes, hébergements insolites ou novateurs) ou à des hébergements touristiques d'un certain niveau de classement ou de confort.

Les subventions visent généralement à faciliter les travaux d'aménagement des parties communes et des équipements d'accueil : gros œuvre, toiture, isolation thermique et phonique, chauffage, installations sanitaires, revêtement des sols et des murs, aménagement des espaces verts et des voies d'accès, sécurisation des plans d'eau et piscine, honoraires d'un architecte pour la maîtrise d'œuvre, etc. Elles s'élèvent en général à 20-30 % du montant hors taxe des travaux.

Les conseils régionaux proposent également un soutien financier aux porteurs de projet souhaitant réaliser une étude de faisabilité par un prestataire.

À noter :

- Il faut faire une demande auprès du Conseil départemental ou régional avant le début des travaux.
- Les délais d'instruction sont parfois longs et l'aide a des contreparties. Il s'agit généralement d'une affiliation pendant plusieurs années à un réseau/label, avec des consignes à respecter et des niveaux de classement à atteindre.
- Les subventions sont versées sur présentation de factures uniquement.

Sources :

- CAPO-CHICHI Christelle. « [Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôte](#) », livre publié en 2022.
- GUEST & STRATEGY. « [5 astuces pour convaincre son banquier de financer son projet touristique](#) », article publié le 28/10/2021.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Pour en savoir plus :

- Comité départemental du tourisme (CDT) et Comité régional du tourisme (CRT) pour une vue d'ensemble des aides disponibles selon le lieu d'installation.
- Délégation régionale au tourisme, Comité régional du tourisme ou service tourisme du Conseil régional pour savoir si une aide européenne peut être accordée à votre projet.

Les aides dans les Zones de revitalisation rurale (ZRR)

Le fait pour une entreprise d'être installée ou de vouloir s'installer dans une Zone de revitalisation rurale (ZRR) lui ouvre le droit à des exonérations fiscales sous certaines conditions, dont le nombre de salariés et la nature de l'activité de l'entreprise. Ce dispositif est prolongé jusqu'au 31 décembre 2023. Les demandes d'exonération peuvent être faites jusqu'à cette date.

Pour en savoir plus :

- ENTREPRENDRE.SERVICE-PUBLIC.FR. « [Exonérations d'impôts en zone de revitalisation rurale \(ZRR\)](#) », article publié le 01/01/2022.

6.

RÈGLES DE LA PROFESSION

RÈGLES DE LA PROFESSION

Règles et usages de l'activité

Gîte ou chambre d'hôtes, une activité réglementée dans tous les cas

Bpifrance Création met à disposition des porteurs de projet et des professionnels de la création d'entreprise et de l'accompagnement des contenus d'expertise concernant les activités réglementées. Retrouvez l'essentiel dans les fiches réglementaires « [Gîte ou meublé de tourisme](#) » et « [Chambre d'hôtes](#) ».

LA LÉGISLATION SE DURCIT POUR LES MEUBLÉS DE TOURISME

Les hôteliers ont été les premiers à se plaindre de la concurrence jugée déloyale des plateformes mettant en ligne des annonces de locations saisonnières, car les plateformes et les loueurs ne sont pas soumis aux mêmes contraintes qu'eux. Parallèlement, certaines villes ont constaté très tôt qu'une partie des propriétaires de biens immobiliers se tournaient vers la location saisonnière – plus rentable – au détriment de la location annuelle, induisant ainsi une raréfaction de l'offre immobilière, une augmentation des prix, des difficultés d'accès au logement pour la population permanente, la création de commerces peu utiles à cette dernière (magasins de souvenirs par exemple) au détriment de commerces qui lui sont essentiels, etc.

Ainsi, l'État a mis en place des règles à l'intention des loueurs de meublés de tourisme :

- Une **déclaration préalable** en mairie est obligatoire, à l'exception des résidences principales louées tout au plus 120 jours dans l'année civile (au-delà, le logement loué perd sa qualité de résidence principale).
- Une **déclaration préalable de changement d'usage** est obligatoire dans certaines communes pour transformer un logement en un local à usage de meublé de tourisme. Les résidences principales louées jusqu'à 120 jours par année civile ne sont pas concernées.
- Cette procédure de changement d'usage peut être assortie d'une **règle de compensation** (transformation simultanée d'un local commercial en logement ou achat de droits de commercialité).
- Un **numéro d'enregistrement** peut être demandé à des fins de contrôle par les communes qui appliquent le changement d'usage. Il doit figurer sur chaque annonce de location, y compris celle concernant les résidences principales.
- Les communes qui appliquent le changement d'usage et le numéro d'enregistrement peuvent soumettre à autorisation la location de locaux commerciaux en meublé de tourisme.

À noter : les plateformes de réservation en ligne ont l'obligation de supprimer les annonces ne respectant pas ces règles. Les communes ont accès au décompte du nombre de jours de location d'un meublé loué par leur intermédiaire.

Sources :

- ACCUEILLIR MAGAZINE. « Meublés de tourisme, vers plus de régulation », article publié dans le numéro de mai-juin 2022.
- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Les meublés de tourisme](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

→ [ECONOMIE.GOUV.FR. « Pouvez-vous utiliser votre logement comme local professionnel ? »](#), rubrique en ligne.

Assurances

Le propriétaire d'un hébergement à tout intérêt à informer son assureur de l'objet de la location saisonnière et des activités complémentaires proposées (location de vélos, activités thématiques, etc.).

Même si le client est responsable des dégradations qu'il provoque, il est préférable que le loueur contracte une assurance qui prend en charge les sinistres. Elle est rarement incluse dans son contrat multirisques habitation (qui couvrent les dommages aux biens, la responsabilité civile du propriétaire et les sinistres).

Pour couvrir les dégâts causés par le locataire, le propriétaire peut souscrire :

- Une clause d'abandon de recours ou de renonciation à recours. Cette clause figure dans l'engagement de location et dans le contrat d'assurance du propriétaire, mais la responsabilité du locataire demeure entière à l'égard des voisins et des tiers.
- Souscrire une assurance « pour le compte de qui il appartiendra » avec abandon de recours. Le locataire est alors couvert pour l'incendie et les dégâts des eaux, par la garantie du propriétaire, même à l'égard des voisins et des tiers.

Dans les deux cas, les dégradations commises par le locataire restent à sa charge.

Autres points importants à voir avec son assureur :

- La couverture des cas d'intoxication alimentaire par le biais du petit-déjeuner et/ou d'un repas pris en table d'hôtes.
- Les mesures de précaution et assurances liées à des risques spécifiques (vélos, massages, hébergement insolite, etc.). Par exemple, les piscines doivent obligatoirement être entourées de barrières de protection ou équipées d'un des trois autres systèmes de protection obligatoires (alarme, abri, couverture). À défaut, la responsabilité pénale du loueur peut être engagée.

Sources :

- CAPO-CHICHI Christelle. « [Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôte](#) », livre publié en 2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès d'Accueillir Magazine en août 2022.

Statut de l'entrepreneur

L'activité liée au **gîte** peut être :

- agricole, si l'activité a pour support une exploitation agricole et est exercée ou gérée par l'exploitant agricole lui-même (existence d'un lien économique entre les activités agricoles de production et les locations) ;
- commerciale, si la location est accompagnée de prestations complémentaires ;
- civile, en cas de location « sèche » (sans prestation associée).

L'activité liée à la **chambre d'hôtes** est, quant à elle, commerciale ; mais elle peut relever d'une activité agricole, si l'activité a pour support une exploitation agricole et est exercée ou gérée par l'exploitant agricole lui-même (existence d'un lien économique entre les activités agricoles de production et les locations).

Sources : BPIFRANCE CRÉATION. « [Chambre d'hôtes – Réglementation](#) » et « [Gîte ou meublé de tourisme – Réglementation](#) », rubriques en ligne.

Structure juridique

Le cadre de ce dossier Projecteurs ne permet pas d'évoquer en détail les différentes structures juridiques, le calcul des cotisations sociales, etc. Retrouvez les aspects juridiques, sociaux et fiscaux de la création d'entreprise sur le site de Bpifrance Création dans les rubriques « [Les structures juridiques](#) » et « [Quel statut juridique choisir pour son entreprise ?](#) ».

Régime social

Pour les **loueurs de gîte**, la loi [2016-1827](#) du 23 décembre 2016 de financement de la Sécurité sociale pour 2017 a créé une obligation d'affiliation aux caisses sociales pour les loueurs de gîte, meublé de tourisme et location de vacances dont les recettes annuelles dépassent 23 000 €. Si les recettes annuelles n'excèdent pas cette somme, les revenus de cette activité relèvent de la gestion du patrimoine privé et ne donnent pas lieu au paiement de cotisations sociales. Ces recettes doivent néanmoins être déclarées à l'administration fiscale lors de la déclaration de revenus.

Sont à prendre en compte toutes les locations de locaux d'habitation meublés loués à une clientèle y effectuant un séjour à la journée, à la semaine ou au mois et n'y élisant pas domicile : gîte, meublé de tourisme, location de vacances, location saisonnière, etc.

Sources :

- Accueillie Magazine. « [Gîtes et meublés de tourisme, le paiement des cotisations sociales devient obligatoire au-delà de 23 000 euros de chiffre d'affaires](#) », communiqué de presse en ligne.
- URSSAF. « [La location de logement meublé de courte durée](#) », rubrique en ligne.

Les **loueurs de chambres d'hôtes** doivent être affiliés au régime social des Travailleurs non-salariés (TNS) au titre des assurances maladie, maternité, vieillesse, invalidité et décès :

- soit auprès de la Sécurité sociale pour les indépendants (ex-RSI) ;
- soit auprès de la Mutualité sociale agricole (MSA) pour les agriculteurs.

L'affiliation auprès de la Sécurité sociale des indépendants est obligatoire lorsque le revenu imposable lié à l'activité annuelle de location de chambre d'hôtes (y compris pour l'activité de table d'hôtes, le cas échéant) dépasse 5 348 € (correspondant à 13 % du plafond annuel de la Sécurité sociale).

En cas de revenu inférieur ou égal à ce seuil, il n'y a pas d'obligation d'affiliation. Le revenu généré par la location est alors soumis aux contributions sociales sur les revenus du patrimoine (CSG, CRDS, prélèvement social, contribution additionnelle au prélèvement social et contribution finançant le revenu de solidarité active) au taux global de 15,5 %.

Sources :

- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Les chambres d'hôtes](#) », article mis à jour le 18/02/2022.
- URSSAF. « [La location de chambre d'hôtes](#) », rubrique en ligne.

Régime fiscal

TVA

Les locations de logements meublés tels que le **gîte** sont en principe exonérées de TVA : le propriétaire ne facture pas de TVA, et il ne récupère pas la TVA sur les investissements et achats courants. Cependant, le gérant peut être assujéti à la TVA s'il offre, outre la prestation d'hébergement, trois des prestations suivantes, qui doivent être rendues dans des conditions similaires à celles des professionnels de l'hôtellerie : petit-déjeuner, nettoyage régulier des locaux, fourniture de linge de maison, réception, même non personnalisée, de la clientèle. En présence de trois ou quatre prestations de parahôtellerie, la location du gîte est assujéti à la TVA.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès d'Accueillir Magazine en août 2022.

L'activité de **chambre d'hôtes** peut bénéficier d'une franchise en base de TVA, si le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 85 800 € en métropole et 100 000 € dans les territoires ultramarins. Au-delà, l'exploitant est assujéti à la TVA au taux de 10 % pour la prestation d'hébergement et de table d'hôtes (sauf pour les boissons alcoolisées taxées à 20 %). Il peut également opter pour la TVA en dessous de ce seuil s'il exerce en tant qu'entrepreneur individuel ou en société.

Sources :

- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Les chambres d'hôtes](#) », article mis à jour le 18/02/2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès d'Accueillir Magazine en août 2022.

Imposition sur le revenu

Concernant l'activité des **gîtes**, trois régimes sont possibles selon le niveau de chiffre d'affaires :

- en deçà de 176 200 € HT pour l'achat/vente ou la fourniture de denrées, la fourniture de logement, et de 72 600 € HT pour les prestations de services, le loueur relève du régime de la microentreprise ;
- entre 176 200 € HT et 818 000 € HT pour l'achat/vente ou la fourniture de denrées, la fourniture de logement, et entre 72 600 € HT et 247 000 € HT pour les prestations de services, le loueur relève du régime dit « réel simplifié » ;
- au-delà de ces sommes, le loueur est soumis au régime du « réel normal ».

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Régimes du bénéfice réel – BIC et IS](#) », article publié en mai 2022.

L'activité de **chambre d'hôtes** relève du régime fiscal de la parahôtellerie et non de celui de la location meublée. Les revenus doivent être déclarés à l'impôt sur le revenu (IR) sous l'un des deux régimes suivants :

- Bénéfices industriels et commerciaux (BIC) : bénéfices réalisés par les personnes physiques qui exercent une profession commerciale ;
- Bénéfices agricoles pour un agriculteur.

Pour les loueurs, inscrits sous le régime du micro-entrepreneur (ex-régime de l'auto-entrepreneur), si le chiffre d'affaires hors taxe ne dépasse pas 170 000 €, le bénéfice est calculé après un abattement forfaitaire de 71 %, le revenu imposable correspondant à 29 % du chiffre d'affaires. Si le revenu ne dépasse pas 760 € par an, il est exonéré d'impôt sur le revenu (sauf pour les micro-entrepreneurs ou les microentreprises).

Source : DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Les chambres d'hôtes](#) », article mis à jour le 18/02/2022.

Taxe d'habitation

La taxe d'habitation s'appliquait aux locaux loués en **chambres d'hôtes**, car ils font partie de l'habitation personnelle du loueur. Depuis 2018, la suppression progressive de la taxe d'habitation sur les résidences principales bénéficie aux loueurs.

L'usage, comme la destination des locaux, restant l'habitation, il n'y a aucun changement d'usage ni de destination à effectuer, sauf dans le cas où les chambres d'hôtes sont installées dans un ancien bâtiment à usage agricole (reconversion d'une grange, etc.) .

Sources :

- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « [Les chambres d'hôtes](#) », article mis à jour le 18/02/2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès d'Accueillir Magazine en août 2022.

Cotisation foncière des entreprises (CFE)

La taxe professionnelle a été remplacée par la contribution économique territoriale (CET) dont une des composantes est la cotisation foncière des entreprises (CFE). La CFE est calculée sur la base des biens soumis à la taxe foncière.

De très nombreux hébergeurs sont assujettis à la CFE, notamment dans le cas des meublés de tourisme tandis que les chambres d'hôtes relèvent de la CET, qui se compose de la cotisation foncière des entreprises (CFE) et de la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE). Cette taxe est due dans chaque commune où l'exploitant dispose de locaux et de terrains liés à son activité. Certains loueurs de chambres d'hôtes peuvent bénéficier d'exonération ou de réduction de la CET.

Il peut être utile de se renseigner directement au service des impôts des entreprises (SIE) du lieu où se situe le logement.

Sources :

- SERVICE-PUBLIC.FR. « [Chambres d'hôtes \(et table d'hôtes\)/Impôts et taxes à payer](#) », rubrique vérifiée le 01/01/2022.
- SERVICE-PUBLIC.FR. « [Mettre en location sa résidence secondaire \(meublé de tourisme\)/Démarches auprès des impôts](#) », rubrique vérifiée le 01/01/2022.
- SERVICE-PUBLIC.FR. « [Mettre en location sa résidence principale \(meublé de tourisme\)/Démarches auprès des impôts](#) », rubrique vérifiée le 07/08/2020.

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Quelle est la fiscalité applicable au micro-entrepreneur \(auto-entrepreneur\) ?](#) », rubrique en ligne.

Taxe de séjour

La taxe de séjour est prélevée par le loueur pour le compte des collectivités territoriales. Elle s'applique aux meublés de tourisme classés en fonction du nombre d'étoiles, et aux chambres d'hôtes au même tarif que les hôtels 1 étoile. Depuis 2019, les plateformes de réservation doivent collecter la taxe de séjour et la reverser aux communes.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès d'Accueillir Magazine en août 2022.

7.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Organismes professionnels

Pourquoi adhérer à un réseau/label de gîtes ou chambres d'hôtes ?

Les réseaux/labels de gîtes et chambres d'hôtes sont des organisations professionnelles regroupant des propriétaires, afin de rompre l'isolement de leurs adhérents et de favoriser les échanges entre eux. Certains de ces réseaux sont nationaux, d'autres locaux, portés par des propriétaires ou des offices du tourisme. Les deux principaux proposent une centrale de réservation en ligne à leurs adhérents.

Chaque réseau a ses spécificités et propose une série de services, généralement mise en valeur sur son site Internet. Certains aident les porteurs de projet dans leur parcours de création. Il peut y avoir alors des contreparties à respecter, comme la nature des aménagements à réaliser ou un engagement de plusieurs années en cas d'obtention d'une subvention pour la rénovation du bâti.

Ils peuvent aussi les accompagner dans leur développement, l'amélioration de leur visibilité ou de leur accessibilité, par des conseils juridiques, administratifs, de gestion, *etc.*, des réunions de propriétaires ou encore des formations.

Il est important de prendre contact le plus tôt possible dans son projet avec le label ciblé à son échelle départementale pour connaître sa dynamique et les services apportés sur son territoire.

À noter : peu de propriétaires de gîtes et de chambres d'hôtes adhèrent à un label (10 % selon *Accueillir Magazine*). Ils proposent leurs hébergements directement et/ou sur une ou plusieurs plateformes Internet, qui, elles, ne constituent pas des réseaux.

Source : ACCUEILLIR MAGAZINE. « [Mieux connaître le secteur des gîtes et des meublés de tourisme en France](#) », rubrique en ligne.

Les principaux réseaux/labels de gîtes et chambres d'hôtes

- **Clévacances**

Réseau créé en 1995, Clévacances est un acteur de premier plan dans le domaine des gîtes et chambres d'hôtes. Il référence ainsi sur sa plateforme 11 000 hébergements proposés par 10 000 propriétaires adhérents. Les logements sont situés en ville, à la campagne, à la montagne, en bord de mer, dans toutes les régions françaises, Corse et Outre-mer compris. Le label Clévacances comporte près de 200 critères : confort et équipements, situation et environnement (découverte des régions, conseils personnalisés de visites et activités), assistance et accueil.

- **Gîtes de France®**

Réseau présent en France métropolitaine et en Outre-mer, en particulier en zone rurale, il regroupe 51 000 hébergements en 2021, dont 47 000 gîtes et 4 000 maisons d'hôtes. La Fédération des Gîtes de France® a pour mission de favoriser les séjours touristiques en milieu rural ; d'offrir un tourisme d'authenticité, de convivialité, de nature, de calme, de découverte et d'espace ; de participer à la valorisation et à la conservation du patrimoine et de l'environnement rural ; de contribuer à fixer les populations rurales par l'apport de ressources complémentaires ; et de participer au développement local par l'augmentation de la capacité touristique. La majorité des propriétaires de gîtes et chambres d'hôtes de ce réseau exercent en non professionnels.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Autres réseaux/labels de gîtes et chambres d'hôtes

- **Accueil Paysan**

Fédère plus de 900 structures paysannes, dont certaines proposent un hébergement pour les touristes (chambres d'hôtes, gîtes, relais ou gîtes d'étape, aires de camping, hébergements insolites, etc.).

- **Bienvenue à la ferme**

Créé par l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture (Apcv), ce réseau présente les activités d'accueil touristique de 8 000 producteurs (découverte de la ferme, vente de produits du terroir, restauration, hébergement, etc.).

- **Bienvenue au Château**

Réseau créé par des Comités régionaux du tourisme de Bretagne, Normandie, Pays de la Loire, Poitou-Charentes et du Centre, il est désormais présent sur une grande partie du territoire métropolitain.

- **Fleurs de Soleil**

Regroupe des chambres d'hôtes et meublés de tourisme répartis dans toute la France en milieu rural comme en milieu urbain.

- **Guest & House**

Rassemble des chambres d'hôtes proposant un haut niveau de confort et de décoration, associées à des propriétaires reconnus pour la qualité de leur accueil.

- **Maisons passions**

Réseau de chambres d'hôtes et de gîtes proposant un niveau de qualité 3 étoiles.

- **Rando Accueil**

Regroupe des gîtes, maisons d'hôtes, hôtels ou campings pour les amateurs de randonnées.

Il existe d'autres réseaux/labels locaux d'hébergements touristiques, initiés par des offices du tourisme ou des agences de développement touristique, liste à consulter sur leur site Internet respectif.

Autres organismes professionnels

- **Groupe national des indépendants (GNI)**

Cette organisation professionnelle est au service des hôtels, cafés, restaurants, traiteurs organisateurs de réception et établissements de nuit, indépendants et patrimoniaux. Elle renseigne ses membres sur la gestion des salariés, les aspects juridiques, la formation, la fiscalité, la réglementation, le numérique, le développement durable, etc. et les représentent auprès des pouvoirs publics.

En 2022, elle a créé un département consacré aux gîtes et chambres d'hôtes au sein de sa branche hôtellerie et hébergement. Sa mission est d'accompagner la professionnalisation de ces formes d'hébergement touristique, d'assurer leur montée en gamme « en les amenant notamment dans une activité de plus en plus écoresponsable ».

- **Les cogîteurs**

Réseau collaboratif de propriétaires d'hébergements touristiques, lieu d'information et d'échanges en ligne sur la réglementation, la fiscalité, le marketing, le référencement, proposant un magazine Web, une veille touristique, des guides pratiques et études, des formations et événements (colloques, rencontres, etc.) ainsi qu'un service de médiation entre les différents acteurs du réseau.

- **Union nationale pour la promotion et le développement de la location de vacances (UNPLV)**

Cette union rassemble les principaux acteurs de la location de vacances et de la location urbaine : Abritel-HomeAway, Airbnb, Clévacances, Popliday, SeLogger, Interhome, le Syndicat des professionnels de la location meublée (SPLM), Leboncoin Vacances et Homeliday.

Organismes institutionnels

- **ADN Tourisme**

Cette fédération nationale des organismes officiels de tourisme coordonne l'action et définit les missions des offices de tourisme, syndicats d'initiative, unions ou fédérations départementales et régionales de France. Son site Internet est consacré à l'actualité du secteur.

- **Atout France**

Ce groupement d'intérêt économique (GIE) (créé par l'État) a trois missions complémentaires : promouvoir et développer la marque « **France** » à l'international ; adapter l'offre française à la demande touristique nationale et internationale ; et accompagner les partenaires français, privés comme publics, en vue d'accroître leur compétitivité économique. Son site Internet comporte également des informations sur le classement des hébergements touristiques marchands.

- **Direction générale des entreprises (DGE)**

La DGE est un service du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance. Elle conçoit et met en œuvre les politiques publiques concourant au développement des entreprises, notamment touristiques.

- **Tourisme & Handicaps (ATH)**

Cette association vise à élaborer, avec ses partenaires institutionnels et les professionnels du tourisme, une qualité d'accueil permettant à toutes les personnes en situation de handicap de bénéficier de vacances et de loisirs en autonomie. Elle réalise aussi des enquêtes, études, expertises, organise des colloques, met en place des formations, etc. L'association est chargée par la DGE de la gestion de la marque d'État « Tourisme & Handicaps ». Elle peut aider les propriétaires de chambres d'hôtes et de gîtes à rendre leur hébergement accessible aux personnes handicapées.

Pour en savoir plus :

➔ ECONOMIE.GOUV.FR. « **Professionnels du tourisme : obtenez le label Tourisme & Handicaps** », rubrique en ligne.

Ouvrages et études

- ADEME BRETAGNE. « **Guide pratique à l'attention des hébergeurs pour engager des actions environnementales** », publié en avril 2021.
- CAPO-CHICHI Christelle. « **Ouvrir un gîte ou une chambre d'hôte** », livre publié en 2022.
- COLLECTIF. « **Guide des Hôtels et Maisons d'hôtes de charme en France 2022** », livre publié en 2022.
- DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES. « **Mémento du tourisme 2018** », rapport publié en mars 2019.
- FRANCIS VARENNES. « **Guide juridique et fiscal du tourisme rural** », publié en janvier 2022.
- IFOP. « **Les Français et le tourisme durable** », sondage publié le 08/04/2021.
- PARIS & CO. « **Les grandes tendances du tourisme d'aujourd'hui et de demain – Focus sur le télétravail** », cahier de tendances 2022.
- PHONIC POUR EUROP ASSISTANCE. « **Étude auprès des usagers de locations de vacances : 2021** », publiée en 2021.

Revue et sites Internet

Le loueur de gîte ou de chambres d'hôtes se doit de suivre les évolutions sociales, économiques, technologiques du secteur touristique. Il trouvera des ressources consacrées à sa profession et à son secteur dans des magazines ou sur Internet. Voici un tour d'horizon non exhaustif.

Revue sur le tourisme

- **Accueillir Magazine**, magazine bimestriel destiné aux propriétaires de chambres et de gîtes, sur abonnement. Propose des informations (notamment juridiques et fiscales) pour se lancer et développer sa clientèle, ainsi que des annonces immobilières sur son site. Possède également un **blog** sur l'actualité des gîtes et chambres d'hôtes.
- **Espaces tourisme et loisirs**, revue bimensuelle. S'intéresse notamment au tourisme de proximité et relaie les initiatives touristiques locales. Publie des brèves touristiques sur son site et propose à l'ensemble des acteurs du tourisme de publier leurs offres d'emploi.
- **Juristourisme**, magazine mensuel. Consacré à l'actualité juridique du tourisme et des loisirs.
- **L'Echo touristique**, site Internet, *newsletter* et magazine trimestriel, destiné aux professionnels du tourisme. Consacré à l'actualité du tourisme avec des rubriques comme « Transport », « E-tourisme », « Hébergement », « Voyage responsable ».
- **Maisons paysannes de France**, revue trimestrielle de l'Association nationale de sauvegarde du patrimoine rural et paysager. Son objectif est notamment de promouvoir la maison paysanne traditionnelle, en favorisant son entretien et sa restauration, en respectant l'identité propre de chaque région et en sauvegardant ses caractéristiques écologiques.
- **Village**, revue trimestrielle. S'adresse tout particulièrement à ceux qui construisent (ou souhaitent construire) leur vie à la campagne. Publie régulièrement des articles et des dossiers sur les gîtes et chambres d'hôtes avec des conseils et des témoignages des professionnels du milieu.

Sites Internet dédiés au tourisme

- Le **Carnet des tendances** du cabinet Guest & Strategy. Propose une analyse mensuelle des actualités du tourisme pour le développement commercial et marketing de l'activité d'hébergeur touristique.
- **Hospitality-on.com**. Traite de l'actualité de l'industrie hôtelière française, européenne et mondiale.
- **SOS Experts**, rubrique du site L'Hôtellerie-Restoration. Permet aux propriétaires de gîtes ou chambres d'hôtes de poser des questions juridiques et fiscales à des spécialistes du droit.
- **Tendance Hôtellerie**. Dédié à l'hôtellerie, aux hôteliers et à leurs équipes. Actualités, emplois, tendances, opinions, etc.
- **Tour hebdo**. Consacré aux professionnels du voyage.
- **Tourmag**. Présente les actualités dans le domaine du tourisme francophone et international.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Revue et/ou sites Internet consacrés à l'aménagement intérieur, la décoration, le bricolage

De nombreuses ressources documentaires permettent de découvrir des exemples de créations, de rénovations, d'aménagement intérieur et de décoration de maisons et hébergements touristiques. En voici quelques exemples :

- [Côté maison](#) ;
- [Deco.fr](#) ;
- [Elle Décoration](#) ;
- [Maison à part](#) et sa rubrique « [Hôtels et chambres d'hôtes](#) »
- [Maison créative](#) ;
- [Maison & travaux](#).

Salons et événements

Voici une liste de salons, professionnels et grand public, à visée représentative mais non exhaustive, spécialisés dans le tourisme :

- [Horizonia](#), nouveau salon professionnel, annuel, à Lyon. Dédié au « tourisme durable, au tourisme de proximité, convivial et responsable ». Des produits et solutions durables dédiés à l'hébergement, l'aménagement paysager, les espaces aquatiques, les équipements et des services, sont notamment présentés à l'occasion de conférences et d'ateliers.
- Le Rendez-vous national des loueurs saisonniers, organisé par J'affiche Complet. La 1^{re} édition se tiendra le 25 mars 2023 à Paris.
- Les [Universités du tourisme durable](#), salon annuel, nouvelle région à chaque édition. Organisées par Acteurs du tourisme durable (ATD), association de professionnels visant à mettre en place l'adoption d'actions vertueuses en matière environnementale dans le secteur du tourisme.
- [Next Tourisme](#), salon annuel, à Paris. Sur le thème du marketing, de la commercialisation, de l'e-tourisme, etc.

Les propriétaires actuels et futurs de gîtes ou chambres d'hôtes peuvent tenir un stand sur des salons aux thèmes variés pour se faire connaître. Quelques exemples :

- [Destinations Nature](#), annuel, à Paris ;
- [Foire de Paris](#), annuel ;
- Salons bio en France ou à l'étranger comme le salon [Marjolaine](#), annuel, à Paris ;
- Salons CSE (anciens salons CE), annuels, à Lille, Paris, Rouen ;
- [Salon du 2 roues](#), annuel, à Lyon ;
- [Salon du Cheval de Paris](#), annuel ;
- Salons du mariage, annuels, dont le [Salon du mariage](#), à Paris ;
- [Salon du Randonneur](#) (à pied, à cheval, à vélo), annuel, à Lyon ;
- [Salon international de l'agriculture](#), annuel, à Paris.

NOTES

PERSONNELLES



<https://bpifrance-creation.fr>



<https://twitter.com/bpifrancecrea>



<https://linkedin.com/company/bpifrance>

bpifrance

CRÉATION

CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION

Prix : 16 € TTC

ISBN : 978-2-38076-040-8