Airbnb en Provence Alpes Côte d'Azur

Jean-Charles Briquet-Laugier, Clémentine Chier, Sylvie Rochhia, Dominique Torre

▶ **To cite this version:**

Jean-Charles Briquet-Laugier, Clémentine Chier, Sylvie Rochhia, Dominique Torre. Airbnb en Provence Alpes Côte d'Azur. [Rapport de recherche] MSHS Sud-EST; GREDEG CNRS; Région Provence Alpes Côte d'Azur. 2021. halshs-03402631

HAL Id: halshs-03402631
https://shs.hal.science/halshs-03402631

Submitted on 25 Oct 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Axe 4 « Territoires, construction, usages, pouvoirs »

Airbnb en Provence Alpes Côte d'Azur

Jean-Charles Briquet-Laugier, Clémentine Chier,

Sylvie Rochhia, Dominique Torre

Partenariat « Fabriques de la connaissance » 2019-2020

31 mars 2021

Airbnb en Provence Alpes Côte d'Azur :
Un nouvel acteur pour l'économie du tourisme

Table des matières

I. Airbnb en Provence Alpes Côte d'Azur 7
1.1 L'offre régionale 7
1.11 Croissance significative du nombre d'annonces créées 7
1.12 Croissance significative du nombre d'annonces actives 8
1.13 Capacité d'accueil annuelle en stabilisation 10
1.2 Caractéristiques de ce marché de la location touristique à court terme 12
1.21 Croissance significative du nombre de jours de réservation par bien 12
1.22 Stabilité relative des tarifs journaliers moyens (ADR) 14
1.23 Revenus annuels générés par l'activité 16
1.24 Acteurs du marché 17
II. Airbnb en Provence Alpes Côte d'Azur : une nouvelle dynamique du tourisme est-elle en développement ? 20
2.1 Airbnb et territoires 21
2.11 Une activité qui reste saisonnière 21
2.12 Des trajectoires de développement différenciées selon les villes 23
2.13 Diffusion de l'activité dans les EPCI mais polarisation des revenus 26
2.2 Une offre dominée par le modèle commercial 30
2.21 Une offre majoritairement constituée de logements entiers 31
2.22 Disponibilité des biens à la location importante 32
2.23 Poids des hôtes multi-annonces 33
2.3. Airbnb et l'offre hôtelière 36
2.4. L'implantation d'Airbnb dans la ville de Nice 40
2.41 Le revenu par habitant et sa distribution 41
2.42 Le revenu moyen par annonce active 43
2.43 Le niveau d'occupation 45
2.44 Revenus de la location de court terme et niveau des loyers 46
Conclusion 49

III. Annexes 51
Annexe 1 : Méthodologie 51
1.1 Apports et limites de la méthodologie de collecte de données 51
1.2 Organisation des données et traitement des variables 52
1.21 Identification des annonces actives 52
1.22 Localisation des annonces 52
1.3 Porosité de l'offre et de ses canaux de transmission 53
Annexe 2 : Variables AIRDNA 55
Annexe 3 : Traitement des données du fichier Monthly-match 60
Annexe 4 : Localisation des annonces 64
Liste des figures 74
Liste des cartes 74
Liste des tableaux 75

Airbnb en Provence Alpes Côte d'Azur : un nouvel acteur pour l'économie du tourisme*

Jean-Charles Briquet-Laugier[1], Clémentine Chier[2],

Sylvie Rochhia[3], Dominique Torre[3]

Ce rapport est le fruit d'un partenariat entre la MSHS Sud-Est et la région SUD Provence-Alpes-Côte d'Azur. Son contenu s'appuie essentiellement sur l'exploitation de données AIRDNA retravaillées, acquises grâce au financement des *Fabriques de la connaissance*.
Il a aussi bénéficié du soutien du GREDEG
(UMR de l'Université Côte d'Azur et du CNRS, projet CODIREM)
et de l'École Universitaire de Recherche ELMI (composante ELMI-expertise).

Les technologies numériques ont conduit à la réorganisation des marchés existants mais aussi à l'émergence de nouvelles interactions[4]. D'un côté, les plateformes *peer to peer* ou les marchés communautaires étaient difficiles à concevoir à grande échelle il y a quelques années ; de l'autre, qui pouvait imaginer que des plateformes à vocation commerciale s'apprêteraient à prendre le dessus sur les opérateurs traditionnels de nombreux secteurs d'activité ? La plateforme BlaBlaCar se fait la championne de l'économie du partage tout en sauvegardant sa rentabilité et son potentiel de croissance. En écho, Uber, Didi, Deliveroo ont imaginé un modèle économique reposant sur des « petits boulots » qui dissolvent le salariat et l'informalité dans une semi-précarité à peine régulée. L'économie de plateformes n'a pas touché tous les secteurs mais elle a eu un impact considérable sur l'industrie des transports et du tourisme. L'émergence et la croissance rapide des plateformes de location de courte période ont profondément transformé l'offre d'hébergements de courte période et changé le comportement des touristes, en élargissant le champ du tourisme résidentiel, en accroissant aussi son itinérance.

Les plateformes ont aussi permis aux résidents de voir leurs offres accéder à la demande dans des conditions aussi efficaces que celles des hôtels et d'autres professionnels du tourisme. La plateforme Airbnb a été leader dans ce domaine et le reste malgré la crise sanitaire. Elle a été conçue dans le but d'exploiter les potentialités du marché des hébergements particuliers en centre-ville insuffisamment couvert par l'offre hôtelière[5]. Son modèle économique est très différent de celui de l'hébergement traditionnel en hôtel : Airbnb ne possède aucun logement,

* Les auteurs tiennent à remercier tout particulièrement Daniel Brunstein et Sauveur Gianonni (Université Pascal Paoli – LISA – CNRS) qui ont partagé avec eux leur expérience issue d'une étude similaire sur la région Corse.
[1]Maison des Sciences de l'Homme et de la Société Sud-Est, Jean-Charles.BRIQUET-LAUGIER@univ-cotedazur.fr
[2] École Universitaire de Recherche *Economics, Law and Management* (EUR ELMI), Université Côte d'Azur, Clementine.CHIER@univ-cotedazur.fr
[3] Université Côte d'Azur-GREDEG-CNRS, sylvie.rochhia@univ-cotedazur.fr, dominique.torre@gredeg.cnrs.fr
[4] Avec le web 2.0, des plateformes agrégeant des acteurs microscopiques par le biais des marchés bifaces sont apparues dans de nombreuses activités.
[5] Ces opportunités de profit et de rentes ont bien été comprises par Brian Chesky et Joe Gebbia lorsqu'ils créent la plateforme à San Francisco en 2008.

il offre seulement un service d'intermédiation entre ceux qui en disposent (les hôtes) et ceux qui veulent y avoir accès (les invités). Par la suite, il se mue en plateforme multiface en mettant aussi les propriétaires en relation avec des fournisseurs de services (sociétés de nettoyage, artisans divers).

La création de valeur dépend alors de l'efficacité avec laquelle la plateforme organise la coordination entre ces deux côtés du marché et dans une moindre mesure des externalités qui transitent entre les différents partenaires de la plateforme.

À l'origine, le modèle Airbnb ciblait les hôtes locaux souhaitant louer une pièce de leur maison ou de leur appartement, voire leur logement entier pendant leurs propres vacances. Cette forme d'offre n'était pas nouvelle mais sa nouvelle exposition, en ligne, sur un site informatif, réactif, et au design attrayant, a conduit à l'émergence de nouveaux comportements relatifs à la relation des touristes à leur destination. L'examen attentif de l'activité d'Airbnb en dynamique, montre que très vite, les hôtes n'ont plus loué principalement des pièces mais des logements entiers, maisons ou appartements, pour des périodes de plus en plus longues. Les touristes itinérants ont pu grâce à cette offre adopter un mode de vie semblable à celui des touristes résidentiels mais sans investissement immobilier. Airbnb puis ses concurrents offrent désormais aux touristes une solution leur permettant de concilier les avantages d'un séjour résident à ceux de l'itinérance ; il devient facile d'être un touriste résident à Londres, puis à Nice ou Barcelone, sans pour autant investir dans l'acquisition d'un logement, fut-ce en propriété partagée[6]. Le séjour en appartement devient un élément clef de l'expérience touristique recherchée par certains.

De la même façon, les conditions de l'accès au statut d'hôte sont simplifiées : un propriétaire peut proposer un ensemble d'hébergements mais aussi n'offrir qu'un seul bien, en recourant au besoin simultanément à un canal alternatif (agence de réservation hôtelière, autre plateforme, etc). Cette adaptabilité de la plateforme a des conséquences importantes sur la localisation de l'offre par rapport à l'industrie touristique traditionnelle. À la recherche d'économies de taille, les hôtels ancrent pour l'essentiel les touristes dans des lieux particuliers. La plateforme n'est pas tenue à cette logique : au-delà des centres villes, elle a pour cette raison une incidence forte sur la structuration du territoire. Elle offre en particulier de nouvelles opportunités de développement à des lieux dépourvus d'hébergements traditionnels, mais dont les populations et les activités peuvent tirer parti des nouvelles formes de tourisme résidentiel.

Ce rapport a pour objet d'identifier ces changements en Provence Alpes Côte d'Azur, région qui réunit des territoires particulièrement représentatifs en termes de tourisme ou d'activités sur la plateforme Airbnb. Il cherche ainsi à repérer les nouveaux axes d'évolution de l'activité touristique, en contraste ou en complémentarité à ses caractéristiques traditionnelles, notamment mais pas seulement en termes de structuration des territoires.

Ce travail a été mené avec le support du Conseil Régional par une équipe de la Maison des Sciences de l'Homme et de la Société Sud-Est, du GREDEG et de l'École Universitaire de Recherche ELMI. Le partenariat des *Fabriques de la Connaissance* a permis d'acquérir auprès de la société AIRDNA une base de données sur l'offre Airbnb en Provence Alpes Côte d'Azur. Grâce à cette base, nous avons eu accès aux informations sur les caractéristiques des biens

[6] En facilitant l'accès aux locations de courtes durées dans les destinations touristiques, les plateformes ont introduit d'importants changements dans le *tourisme résidentiel*. Elles offrent un substitut à l'investissement immobilier et donc à la propriété, et par conséquent les touristes ont la possibilité d'accéder à des résidences tout en préservant la flexibilité dans leurs choix de destinations (maintien de la valeur d'option). Le tourisme résidentiel se caractérise alors par une plus grande flexibilité spatiale et temporelle mais aussi par une nouvelle forme de segmentation entre touristes résidentiels *owners* et touristes résidentiels *users.*

proposés sur la plateforme et sur les aspects concernant l'occupation de ces biens entre 2015 et 2019 pour chaque territoire.

L'exploitation de ces données multivariées et longitudinales a tout d'abord soulevé des problèmes méthodologiques que nous présentons en Annexe. Pour rendre compte des changements qui affectent aujourd'hui le secteur de l'hébergement touristique, nous proposons dans une première partie une cartographie de l'offre gérée par la plateforme Airbnb, en analysant son évolution globale et par département. Nous étudions plus particulièrement les revenus engendrés par la plateforme, le niveau des transactions (mesuré en termes de temps d'occupation des hébergements) et nous proposons une typologie de l'offre. Puis dans une deuxième partie, nous développons quatre thèmes qui ressortent à l'analyse, en matière économique et spatiale : la contribution de la plateforme à l'équipement des territoires, la professionnalisation de la plateforme, sa préservation de la fréquentation hôtelière, enfin son implantation bipolaire dans la ville de Nice, prélude à un travail ultérieur éventuel sur d'autres villes de la région.

I. Airbnb en Provence Alpes Côte d'Azur

L'analyse des données acquises auprès d'AIRDNA permet d'identifier les informations clés de l'activité économique générée par Airbnb sur les territoires (6 départements et 6 villes) de la région. Ces informations portent notamment sur :

- les variables décrivant l'offre Airbnb (annonces créées, annonces actives, annonces actives avec réservation, disponibilités, réservations, capacités d'accueil) ;
- les variables économiques concernant le tarif journalier (ADR / *Average Daily Rate*) et le revenu annuel ;
- les variables permettant de mieux cerner les offreurs (hosts).

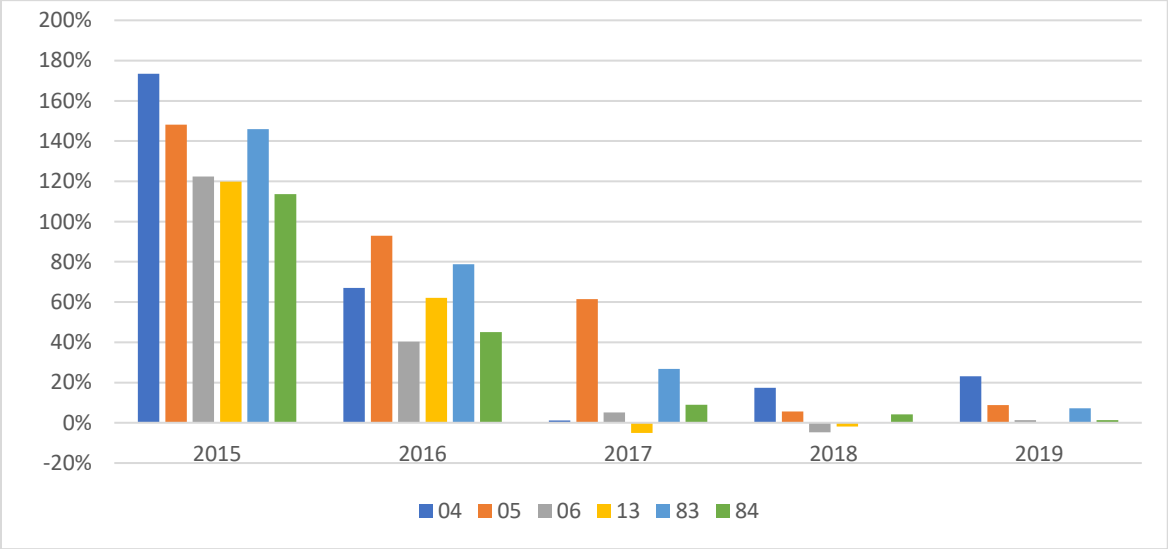
Pour chacune de ces variables, les dynamiques d'ensemble et la diversité territoriale peuvent être appréhendées

- en comparant les évolutions relatives aux 6 départements en fonction de chaque variable à chaque moment du temps ;
- en suivant l'évolution de chaque variable dans chaque dépaysement.

1.1 L'offre régionale

1.11 Croissance significative du nombre d'annonces créées

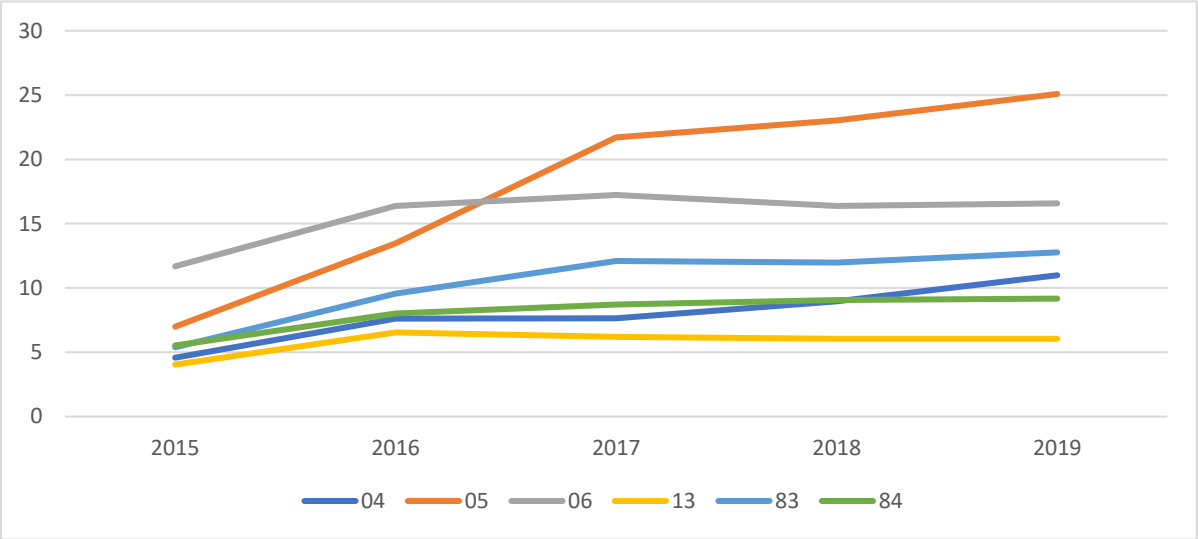
Figure 1. Taux de croissance annuel des créations d'annonces par département



Le décollage de la plateforme est explosif lors des premières années. Dans l'ensemble, la croissance du nombre d'annonces créées tend à ralentir depuis 2017. Cette tendance à la stabilisation, également observée au niveau du nombre d'annonces actives et des réservations, signale l'approche d'une phase de maturité du marché. Par la suite, nous n'avons le plus souvent pas tenu compte de l'année 2015 (émergence de l'offre Airbnb dans les départements alpins) et même de nous focaliser sur les années 2017 à 2019 pour le calcul de certaines variables clefs (infra).

La prise en compte du nombre d'habitants par département montre que les Hautes Alpes affichent le plus grand nombre de créations par habitant (4 fois plus d'annonces créées par milliers d'habitants que les Bouches-du Rhône).

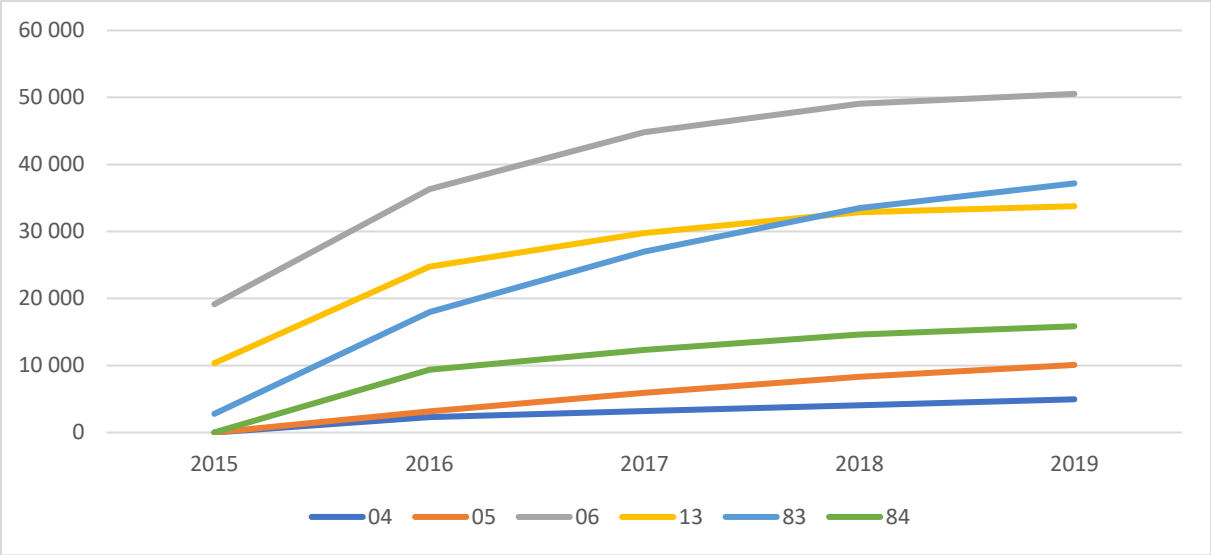
Figure 2. Évolution du nombre d'annonces créées pour 1000 habitants et par département



1.12 Croissance significative du nombre d'annonces actives

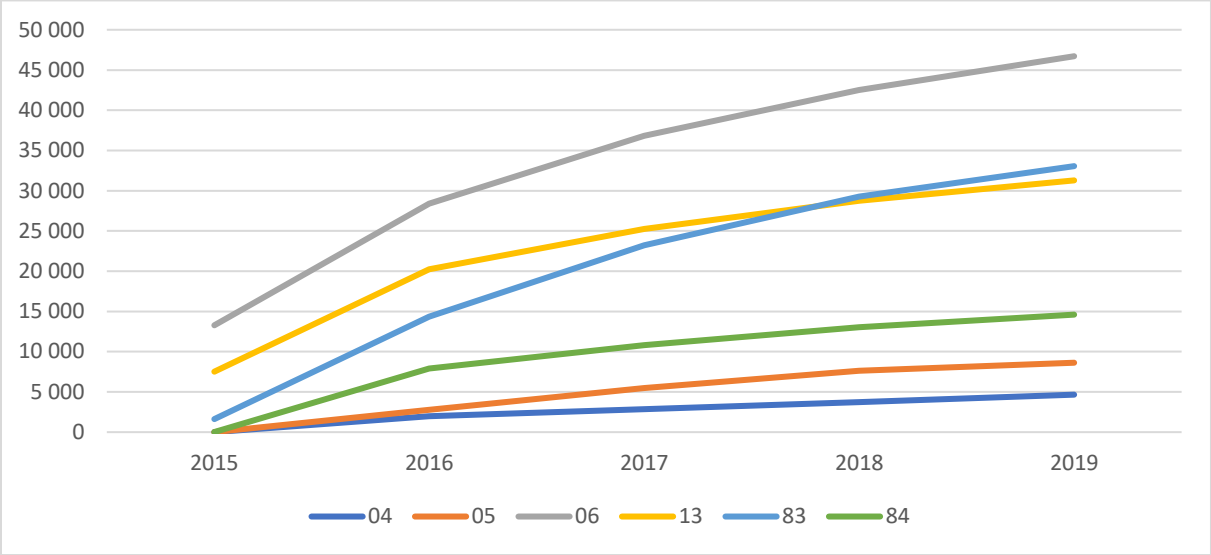
Les offres actives sont examinées ici, c'est-à-dire les annonces qui présentent au moins un jour réservé ou un jour de disponible au cours de l'année. On observe une croissance très forte au cours des premières années et dans certains départements, puis un ralentissement de cette croissance voire une quasi-stagnation entre 2018 et 2019 dans certains départements.

Figure 3. Évolution du nombre d'annonces actives par département



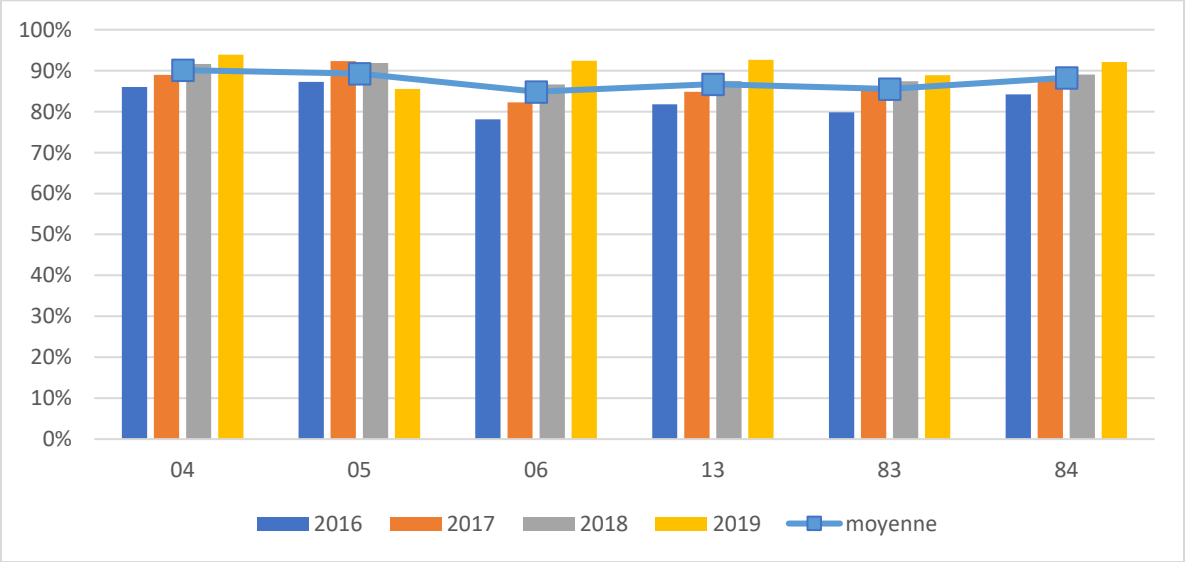
Les annonces actives pouvant correspondre à des jours disponibles sans aucune réservation, il faut aussi d'étudier le nombre *d'annonces actives avec réservation* pour avoir une meilleure représentation de l'activité Airbnb dans la région.

Figure 4. Évolution du nombre d'annonces actives avec réservation et par département



Tendanciellement, cette statistique réplique la précédente mais elle donne cependant quelques indications intéressantes sur l'émergence de la plateforme. Ainsi, en 2015, le nombre d'annonces actives avec réservation est très faible voire inexistant dans les départements alpins et le Vaucluse. Dans ces 3 départements, la plateforme n'est réellement active qu'à partir de 2016. C'est donc à partir de cette date que nous avons décidé d'observer par la suite la part *d'annonces actives avec réservation* parmi les annonces actives.

Figure 5. Pourcentage d'annonces actives avec réservation selon les départements



Depuis 2016, et en moyenne, la part des annonces actives avec réservation se situe au-dessus de 85%[7] pour tous les départements. Excepté pour les Hautes Alpes en 2019, la part des annonces actives avec réservation a augmenté chaque année dans tous les départements depuis 2016.

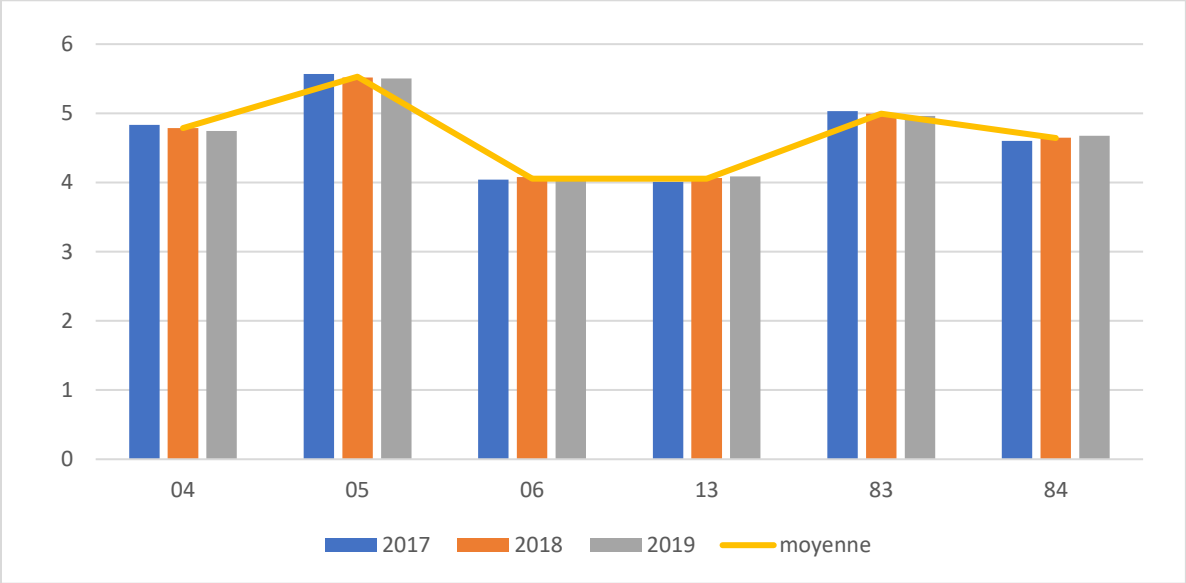
[7] Au-dessus de 87% si l'on considère les années 2017-2019

Cette hausse de la part des annonces actives avec réservation pourrait indiquer que, dans le temps, les hôtes ont gagné en compétences (meilleure connaissance du marché) et sont à même de mieux configurer leur offre pour la rendre attrayante et adaptée au marché. L'augmentation du nombre d'annonces actives avec réservation[8] peut aussi provenir d'un effet demande. Une plus grande popularité attestée de la plateforme a pu aussi conduire à cette croissance, par suite d'un accroissement de la demande. Les données AIRDNA ne permettant pas de connaître le taux d'occupation des hébergements[9], on doit cependant interpréter prudemment l'évolution des annonces actives avec réservation.

1.13 Capacité d'accueil annuelle en stabilisation

Pour estimer la capacité d'accueil théorique d'Airbnb dans la région, nous sommes partis du nombre maximum d'occupants affiché dans les annonces actives. Ce nombre étant lié au type d'hébergement (appartements, maisons), c'est dans les départements les plus urbanisés (Alpes Maritimes et Bouches du Rhône) que les nombres d'occupants théoriques par annonce active sont les plus faibles, ce qui suggère que les surfaces pourraient être aussi en moyenne plus faibles.

Figure 6. Nombre maximum de personnes par annonce active selon les départements



Pour chaque annonce, l'affichage du nombre maximum d'occupants pouvant être hébergés donne une information sur la capacité d'accueil de l'hébergement en question. Les capacités d'accueil déclarées dans les annonces actives sur un territoire fournissent donc une estimation de la capacité d'accueil potentielle d'Airbnb sur ce territoire et pour une période donnée. Le taux d'occupation[10] des hébergements réservés n'étant pas connu, cette capacité d'accueil ne peut-être que théorique et suppose que le biais (à la hausse très probablement) du nombre d'occupants théorique par rapport au nombre d'occupants effectif est constant dans le temps.

[8] Et du nombre de jours réservés.

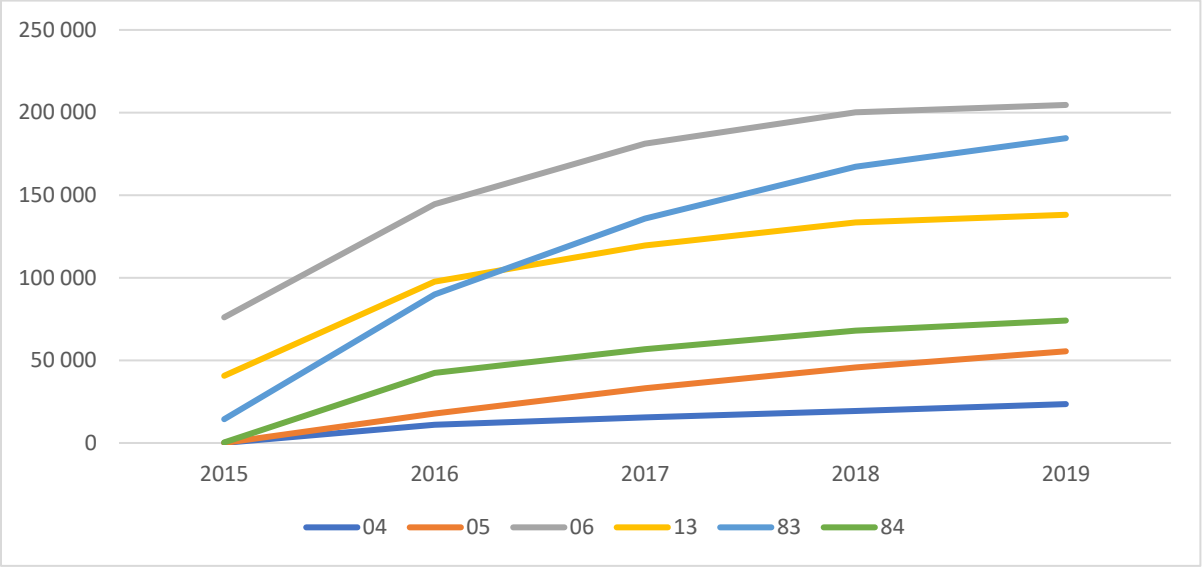
[9] Le nombre d'occupants par logement n'étant pas toujours connu lors des locations entre particuliers, l'Insee adopte en général l'hypothèse de trois personnes par logement : Franceschi P. (2017) Les logements touristiques de particuliers proposés par Internet, *Insee Analyses*, n°33, février.

[10] C'est-à-dire le nombre d'« invités » occupant le logement lors de la location par rapport au nombre maximum d'« invités » autorisé.

L'observation montre alors que le nombre maximum d'occupants déclaré dans les annonces actives se stabilise voire décroît légèrement dans certains départements au cours des deux dernières années, attestant du fait que l'apport de nouveaux hébergements se fait plutôt au niveau de locaux de taille inférieure à la moyenne antérieure, exception faite du Vaucluse.

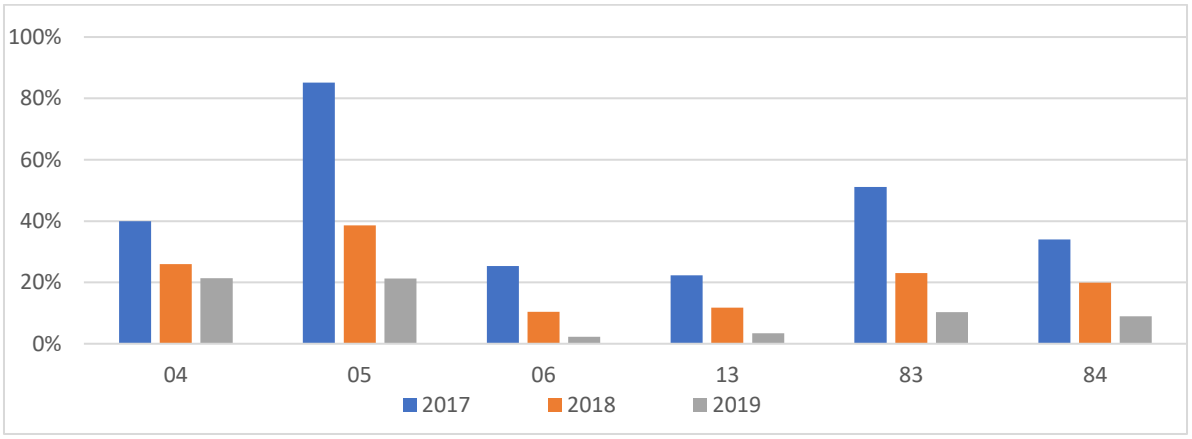
Pour tous les départements, les courbes retraçant l'évolution du nombre total d'occupants potentiels sont très similaires à celles des annonces actives, avec un tassement de la croissance un peu plus net, lié aux observations précédemment réalisées sur les capacités moyennes des surfaces proposées.
Après une période de forte croissance[11], le nombre maximum d'occupants potentiels croît donc beaucoup moins rapidement à l'aube de la nouvelle décennie, notamment dans les départements les plus urbanisés (Bouches du Rhône, Alpes Maritimes) où les capacités d'accueil sont rapidement contraintes par le type d'hébergement dominant (appartement).

Figure 7. Nombre de personnes pouvant être accueillies dans chaque département (annonces actives)



[11] 85% dans le 05 et 51% dans le 83 en 2017. 26% dans le 04 et 39% dans le 05 en 2018. Il est à noter que le 04 et le 05 sont aussi les départements où Airbnb s'est développé avec un certain décalage par rapport aux autres.

Figure 8. Taux de croissance du nombre de personnes pouvant être accueillies selon le département



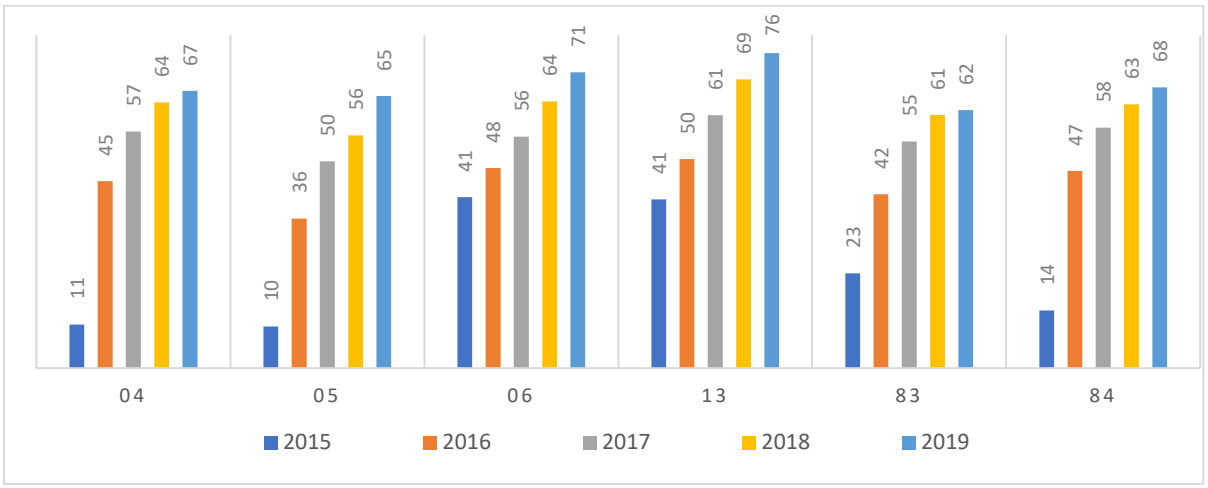
Ainsi, après la phase de développement des années 2015-2017, la capacité d'accueil offerte par les logements sur la plateforme voit aujourd'hui son évolution ralentir. La part des annonces actives avec réservation continue d'augmenter mais comme nous allons le voir ci-dessous le nombre de jours réservés sur la plateforme s'accroît lui aussi sur la période 2015-2019.

1.2 Caractéristiques de ce marché de la location touristique à court terme

1.21 Croissance significative du nombre de jours de réservation par bien

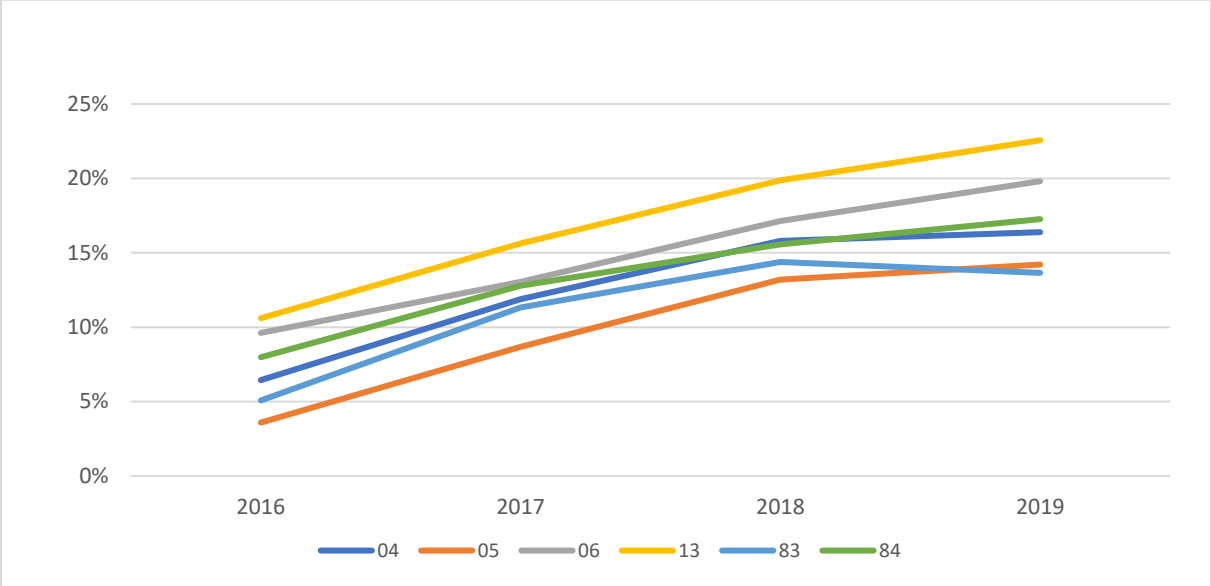
Le nombre moyen de jours de réservation a régulièrement augmenté depuis 2016 et dépasse en 2019 les 60 jours par an dans tous les départements.

Figure 9. Nombre moyen de jours de réservation par département



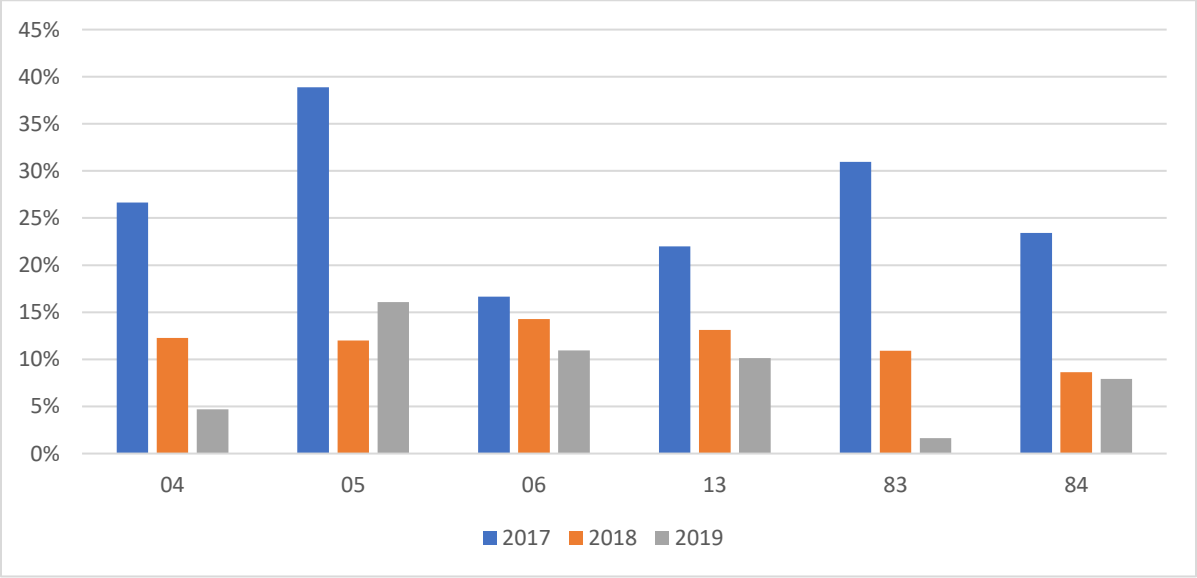
Les annonces faisant l'objet de plus de 120 jours de réservation par an enregistrent aussi une importante croissante dans les départements très urbanisés comme ceux des Bouches du Rhône ou des Alpes Maritimes.

Figure 10. Part des annonces réservées plus de 120 jours/an dans les annonces actives



La part des annonces actives louées plus de 120 jours tend néanmoins à se stabiliser dans le les Alpes de Haute-Provence et même à diminuer dans le Var. Ces deux départements se caractérisent également par le plus fort ralentissement de la croissance du nombre moyen de jours de réservation.

Figure 11. Croissance du nombre moyen de jours de réservation par département



Le nombre de jours réservés augmente dans tous les départements mais le rythme de croissance, fort avant 2017, ralentit par la suite, ce qui met en évidence une certaine maturité du marché. Un tel ralentissement de la croissance des réservations auprès des plateformes numériques s'observe aussi au niveau national : en 2018, la fréquentation des logements

touristiques proposés par les particuliers sur toutes les plateformes augmentait de 15% alors qu'elle avait augmenté de 19% en 2017 et de 25% en 2016[12].

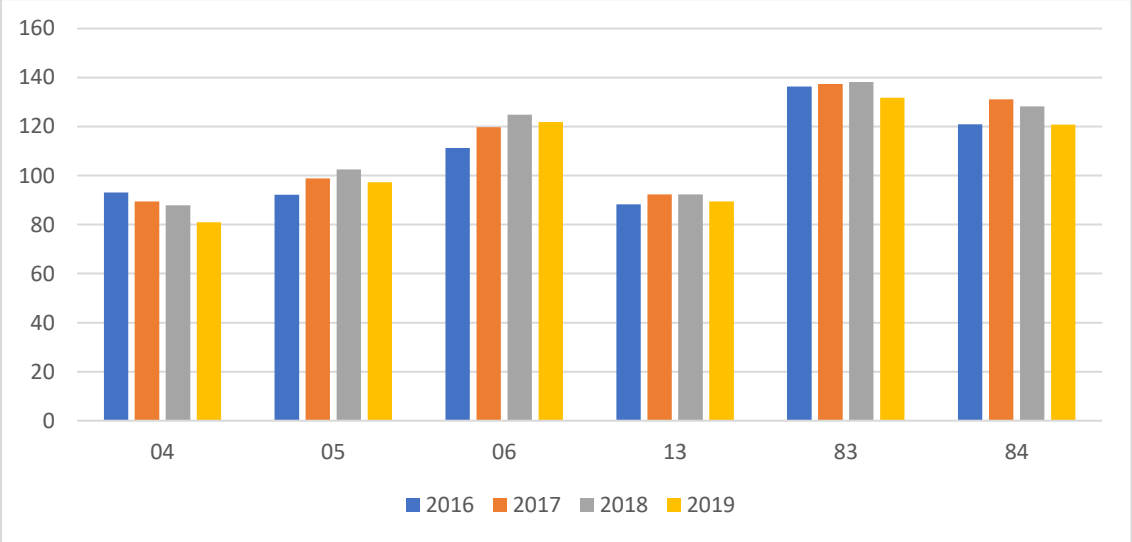
1.22 Stabilité relative des tarifs journaliers moyens (ADR)

En raison des résultats particuliers obtenus en 2015 pour les deux départements alpins et le Vaucluse, il est préférable de partir de 2016 pour étudier l'évolution des tarifs journaliers moyens en euros.

Tableau 1. Tarifs journaliers moyens, en euros, par département

Dép.	2016	2017	2018	2019	Moyenne des tarifs journaliers moyens
04	93,04	89,49	87,85	81,01	87,85
05	92,19	98,80	102,56	97,33	97,72
06	111,27	119,75	124,84	121,84	119,43
13	88,31	92,37	92,34	89,43	90,62
83	136,36	137,42	138,19	131,70	135,92
84	120,92	131,06	128,25	120,77	125,25

Figure 12. Évolution du tarif journalier moyen en euros par département



Ces observations attestent d'une stabilisation des différences entre départements, qui dominent en l'état les dynamiques intertemporelles : Le Var, les Alpes Maritimes et le Vaucluse se détachent des 3 autres départements et plus spécialement des Bouches du Rhône. Au niveau de l'ensemble, une légère baisse du tarif journalier moyen par annonce s'observe en 2019, peut-être à nouveau le signe d'une certaine maturité du marché ?

[12] Bahu M. (2019) Les logements touristiques de particuliers loués via Internet séduisent toujours. *Insee Focus*, n°158, juin.

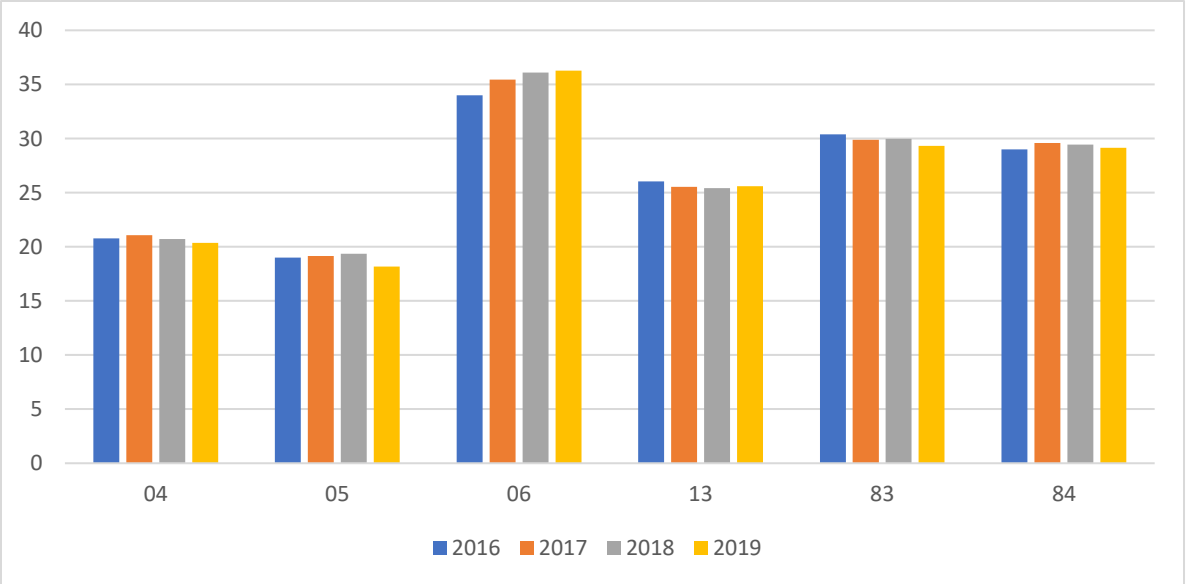
Les spécificités départementales peuvent être saisies avec plus de précision par une étude des tarifs journaliers moyens par tête et en euros.

Tableau 2. Tarifs journaliers moyens par tête, en euros, par département

Dép.	2016	2017	2018	2019	Moyenne des tarifs journaliers moyens par tête
04	20,77	21,06	20,72	20,35	20,73
05	19,01	19,15	19,35	18,18	18,92
06	34,00	35,44	36,11	36,29	35,46
13	26,04	25,53	25,42	25,59	25,64
83	30,38	29,90	29,97	29,33	29,89
84	28,99	29,59	29,45	29,15	29,29

À l'exception de la situation des Alpes-Maritimes, toujours sur un trend haussier, la tendance est en 2019 celle d'une relative stabilité ou d'une légère décroissance de ces tarifs par tête, ce qui suggèrerait que la rentabilité est elle aussi relativement stable ou légèrement en décrue compte tenu de l'inflation.

Figure 13. Tarif journalier moyen en euros par tête selon les départements

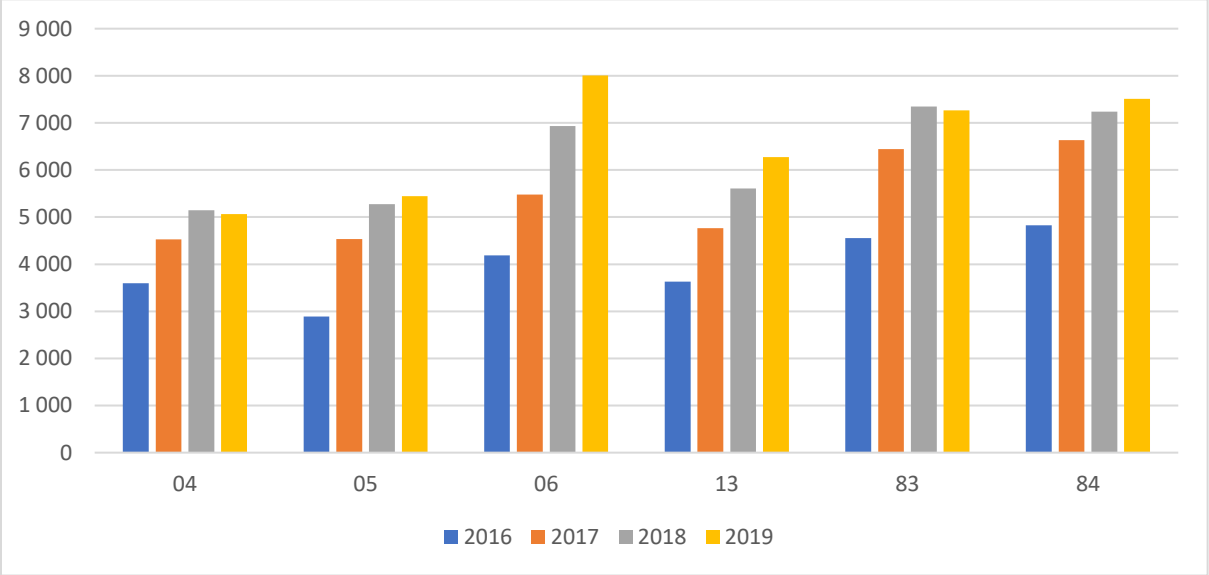


Les différences observées plus haut entre les départements chers et ceux qui le sont moins s'observent à nouveau. Les locations des Alpes Maritimes sont les plus chères par tête : celles du Var et du Vaucluse suivent de près. Mais celles des Bouches du Rhône ne sont plus les moins chères lorsque l'on tient compte de la capacité (au moins théorique) des hébergements. Les Hautes Alpes affichent le tarif journalier par tête le plus faible mais c'est aussi le département dans lequel le nombre maximum d'occupants pouvant être accueillis est le plus élevé (plus de 5 par annonce active). S'agit-il d'une surestimation des capacités réelles liée à des offres commerciales en zone de montagne ou d'une autre raison ?

1.23 Revenus annuels générés par l'activité

À nouveau, partir de 2016 évite d'être confronté à des données insuffisamment nombreuses. La figure 14 montre une tendance à la hausse du revenu annuel moyen en euros par annonce active dans tous les départements. Cette hausse est à mettre en relation avec le taux d'occupation qui s'améliore au cours du temps, plus qu'avec l'évolution des prix. Dans les Alpes Maritimes qui enregistrent la hausse la plus importante au cours du temps, taux d'occupation et prix varient dans le même sens, ce qui donne à l'évolution du revenu une tendance plus franche. Il se stabilise en revanche dans les Alpes de Haute Provence ou dans le Var qui attestent d'évolutions opposées du taux d'occupation et des tarifs par tête (théoriques). La croissance du revenu est aussi régulière dans les Bouches du Rhône, tirée dans ce cas par un accroissement net du nombre de jours de réservations. Ces observations donnent l'impression d'une possible bipolarité des effets de la plateforme, celle-ci démultipliant les possibilités de territoires déjà bien pourvus, mais offrant à l'autre extrémité des opportunités nouvelles à des zones *a priori* moins tournées vers l'hospitalité de courte période.

Figure 14. Revenu annuel moyen par annonce active selon les départements, en euros



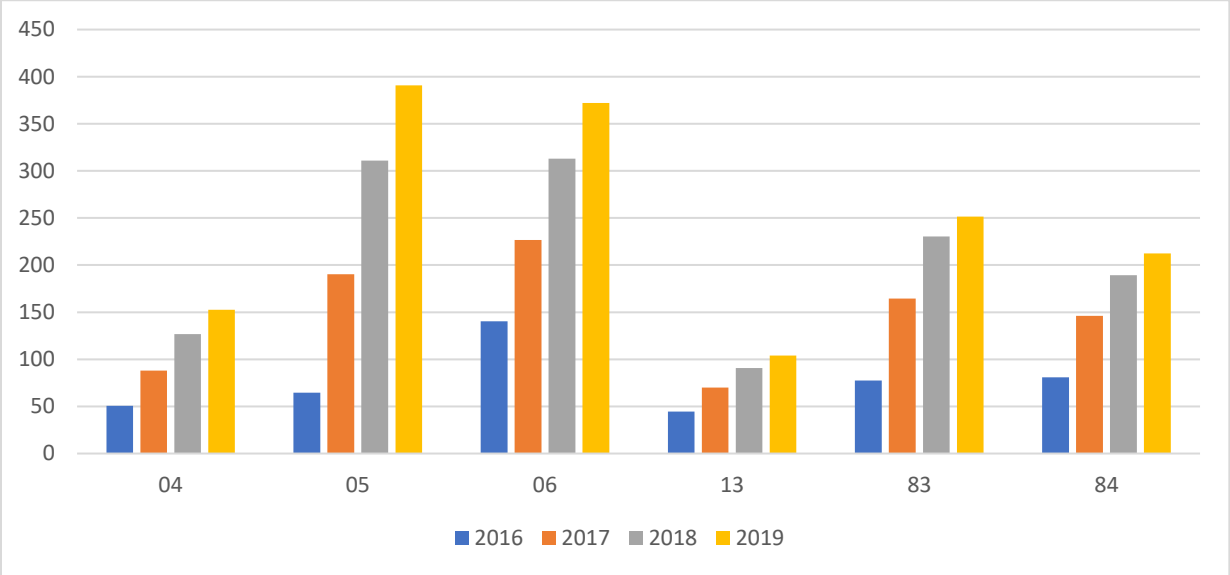
À partir de 2018, l'augmentation des revenus annuels moyens tend à se stabiliser sauf dans les Bouches du Rhône et les Alpes Maritimes, les deux départements les plus urbanisés.

En tenant compte de la population de chaque département (données Insee), il est possible de rapporter le revenu annuel moyen des annonces actives d'un département au nombre de ses habitants. L'augmentation de ce revenu moyen annuel par tête est particulièrement forte dans les Hautes Alpes et les Alpes Maritimes ; ce sont les départements où les activités de location touristique à court terme sont les plus développées lorsqu'on les rapporte à la population.

En résumé, mis à part dans les Alpes Maritimes, les tarifs journaliers moyens par annonce active et par tête ont été plutôt stables sur la période. En contrepartie, on observe une assez forte augmentation des revenus annuels moyens dans tous les départements. Celle-ci s'expliquerait davantage par la hausse du nombre de jours réservés sur la période que par une hausse des tarifs par tête. Enfin, on constate que les niveaux d'activité Airbnb les plus développés se trouvent

dans les Hautes Alpes et les Alpes Maritimes, mais que la plateforme engendre une sorte d'effet de rattrapage des Bouches du Rhône en matière d'hébergement touristique.

Figure 15. Revenu annuel moyen en euros par habitant et par département



1.24 Acteurs du marché

Sans information sur les acteurs du côté demande, nous avons focalisé nos observations sur les acteurs situés du côté de l'offre d'hébergements : les « hôtes ».

Une première lecture montre qu'en Provence Alpes Côte d'Azur, les hôtes sont à l'origine de plusieurs annonces et que le nombre de jours de réservation dont ils bénéficient augmente sur la période.

Tableau 3. Profil des annonceurs au niveau régional

	2015	2016	2017	2018	2019
Nbre moyen d'annonces actives /hôte	1,37	1,4	1,49	1,54	1,56
Nbre moyen de jours réservés/hôte (pour les hôtes disposant d'au moins 1 réservation)	51	63	82	96	104

L'augmentation du nombre moyen de jours réservés par Host pouvant être expliquée par la hausse du nombre de jours de réservation par bien (ci-dessous), nous avons repéré les acteurs du marché en fonction du nombre d'annonces actives attachées à leur identifiant. Nous avons ensuite séparé les Hosts qui géraient une seule annonce de ceux qui en géraient plusieurs pour retenir les catégories suivantes :

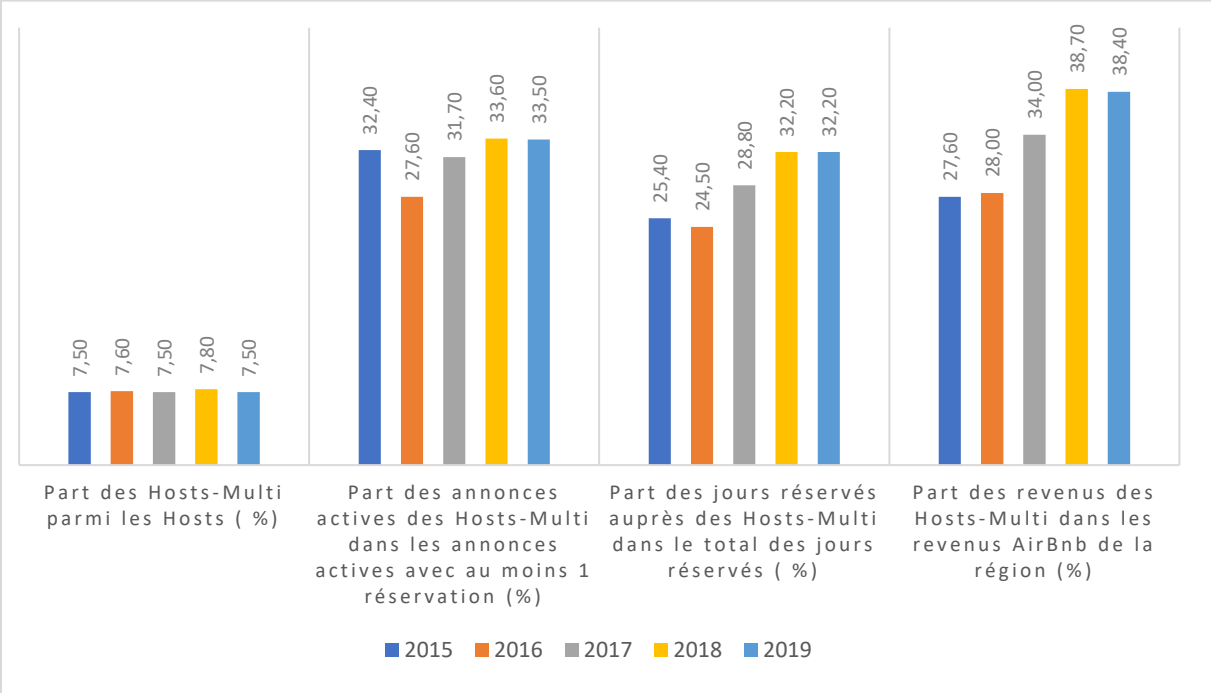
- Les **hôtes-mono** qui n'ont qu'une seule annonce active en Provence Alpes Côte d'Azur ; s'il y a tout lieu de supposer qu'ils sont aussi propriétaires du bien immobilier, rien ne permet de dire s'il s'agit d'une résidence principale ou secondaire.
- Les **hôtes-bi** qui ont deux annonces actives dans la région ; ces annonces ne sont pas forcément situées dans le même département. Ces hôtes-bi peuvent être des personnes qui mettent en ligne à la fois leur résidence principale et leur résidence secondaire, mais il peut

aussi s'agir de gestionnaires professionnels externes à la région et qui gèrent 2 annonces dans la région.

- Les **hôtes-multi** qui ont au moins 3 annonces actives dans la région, lesquelles ne sont pas toujours situées dans le même département. Il peut être pertinent de distinguer les hôtes-multi 1 (entre 3 et 10 annonces), les hôtes-multi 2 (entre 11 et 100 annonces) et les hôtes-multi 3 (plus de 100 annonces). Le fait d'appartenir à ces différentes catégories (dont nous avons choisi les bornes de façon arbitraire) identifie de façon plus ou moins nette la nature de l'offre, la seconde catégorie et surtout la dernière étant constituées principalement de gros intervenants du secteur du tourisme, de sociétés spécialisées ou d'agences.

L'observation des hôtes-multi montre que la plupart des variables les concernant sont assez stables dans le temps : si l'on prend en compte les annonces actives possédant au moins une réservation, sur la période, ils représentent 7,5% des hôtes, un tiers des annonces actives, des jours réservés et des revenus.

Figure 16. Représentativité des hôtes-multi dans les annonces actives avec une réservation



Si l'on raisonne en termes *d'annonces actives*[13] la typologie des hôtes est assez stable entre 2015 et 2019 : la part des hôtes-mono diminue au profit des hôtes-bi et des hôtes-multi mais cette diminution est faible[14].

Quand on raisonne en termes de *jours réservés* ou en termes de *revenus*, on voit que la part des hôtes-mono diminue régulièrement et que les parts des hôtes-multi, surtout ceux de types 2 et 3, augmentent.

[13] Sans tenir compte du nombre de réservations

[14] Les hôtes-mono représentent 83% des annonces actives en 2015 et 80% en 2019. Les hôtes-bi représentent 11% des annonces actives en 2015 et 13% en 2019. Les hôtes-multi représentent presque 6% des annonces actives en 2015 et 7% en 2019.

Figure 17. Répartition des hôtes selon le nombre d'annonces actives gérées

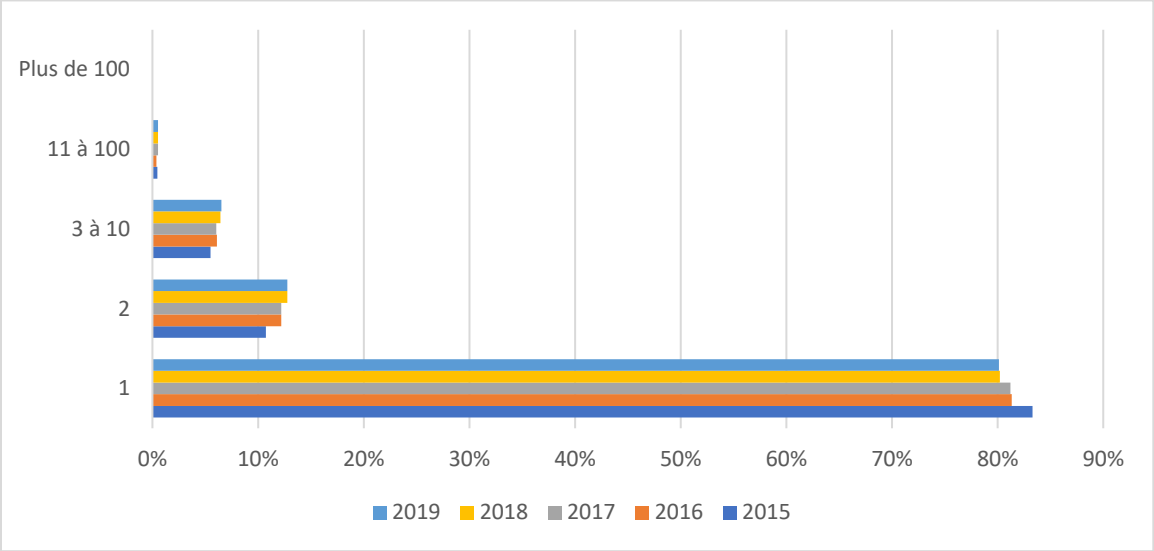
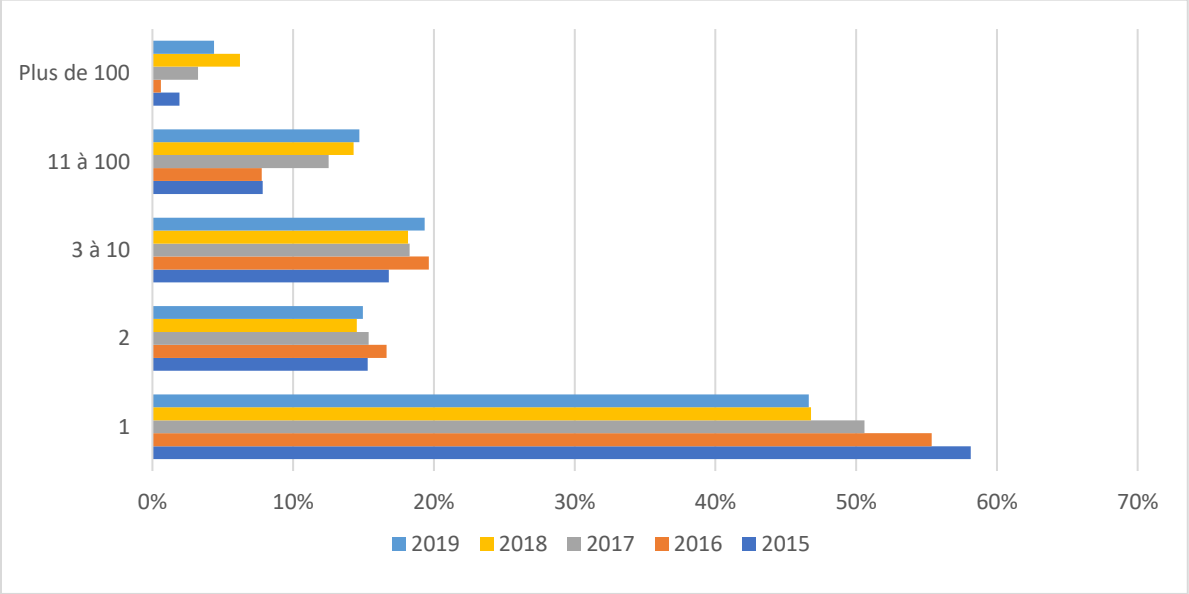


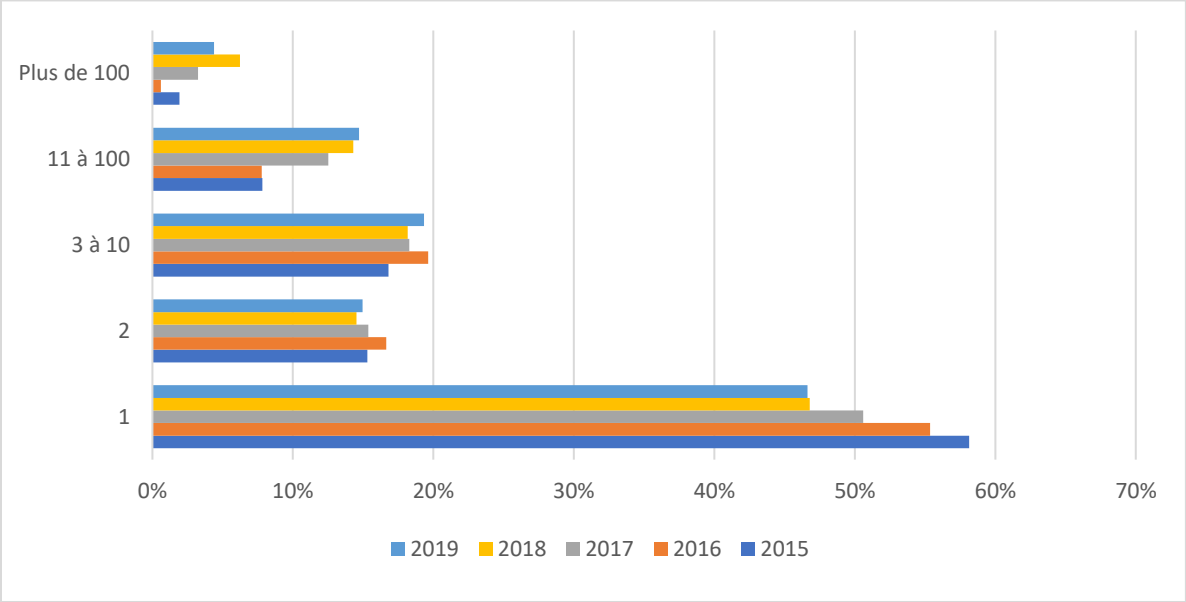
Figure 18. Répartition des jours réservés selon le nombre d'annonces actives par hôte



Alors que les hôtes-mono captaient 58% des revenus des annonces actives en 2015, ils n'en captent plus que 47% en 2018 et en 2019. Quant aux hôtes-multi, ils bénéficiaient de 27% des revenus en 2015 mais de 38% en 2018 et en 2019.

Enfin, si la part des hôtes-bi dans les revenus reste relativement stable, ce n'est pas le cas des hôtes-multi de type de 2 (entre 11 et 100 annonces). Cette catégorie d'hôtes-multi bénéficie à la fois d'une augmentation du nombre de jours réservés et de ses revenus. Cette évolution est peut-être le signe d'une professionnalisation de plus en plus marquée de l'offre d'hébergements sur la plateforme.

Figure 19. Répartition des revenus selon le nombre d'annonces actives par hôte



II. Airbnb en Provence Alpes Côte d'Azur : une nouvelle dynamique du tourisme est-elle en développement ?

Cette section met l'accent sur quatre faits stylisés apparaissant comme des conséquences économiques et spatiales intéressantes de l'implantation de la plateforme. L'étude de certains d'entre eux n'a été qu'ébauchée et devrait être approfondie avec des données complémentaires résultant de croisements à réaliser ou étendus à l'ensemble du territoire. La crise sanitaire qui a débuté en mars 2020 donnera l'occasion d'effectuer de nouvelles par l'analyse des données AIRDNA 2020.

Certains faits saillants sont de nature territoriale : si l'offre initiale concernait les centres urbains, elle s'est par la suite diffusée sur l'ensemble des territoires. Il peut s'agir en particulier de zones périphériques qui ne constituent pas des localisations d'hébergement touristique traditionnel (3.1). Il s'agit aussi de localisations inédites au sein de grandes métropoles urbaines (3.4). Une seconde observation touche aux changements dans la nature de l'offre de la plateforme, qui caractérise aussi sa nature actuelle, quelque part entre sa vocation initiale de plateforme collaborative et celle de partenaire incontournable des professionnels de l'hébergement touristique individuel (3.2). Enfin, il est tentant d'ébaucher une étude des rapports de la plateforme et de ses concurrents : nous avons privilégié les hôtels dont la présence est particulièrement importante et ancienne dans la région (3.3). Il s'agit ici encore de premières observations qui doivent être complétées par une étude dédiée.

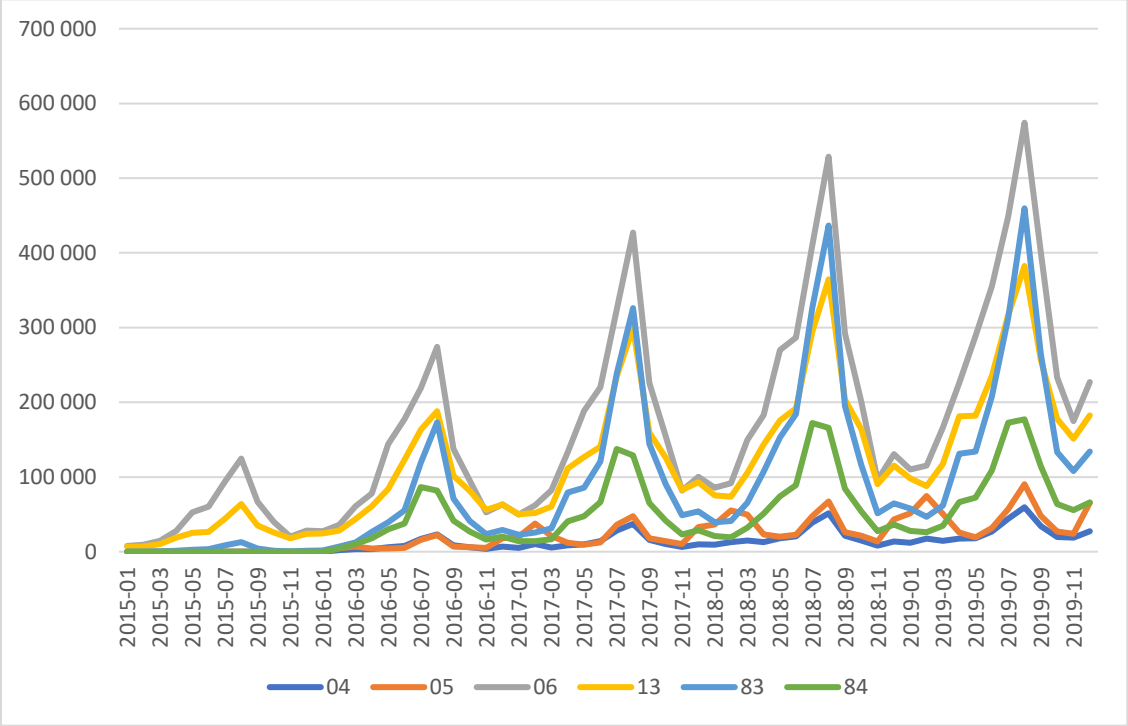
2.1 Airbnb et territoires

2.11 Une activité qui reste saisonnière

Sur l'ensemble de la période, l'observation du nombre de jours réservés[15] montre une importante saisonnalité de l'activité Airbnb avec une singularité pour les Hautes Alpes où deux pics apparaissent pour les saisons d'hiver et d'été.

Dans les Alpes de Haute Provence et dans le Vaucluse, l'activité de la plateforme reste concentrée sur la saison d'été alors qu'une évolution semble se dessiner dans les autres départements, à mettre en relation avec d'autres saisonnalités (l'hébergement hôtelier est également plus important en hiver dans les métropoles régionales ou locales de la région). Dans les Alpes Maritimes et les Bouches du Rhône, la hausse du nombre de jours réservés touche aussi les périodes hivernales, ce qui, jusqu'en 2018, est moins visible pour le Var.

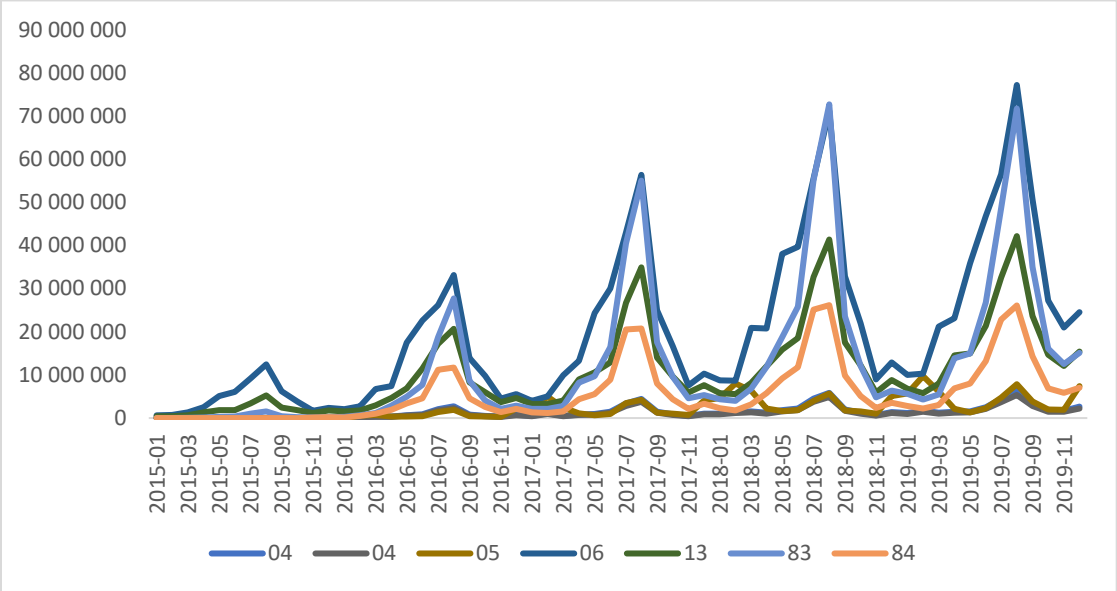
Figure 20. Évolution saisonnière des jours réservés selon les départements



Globalement, la répartition des revenus confirme le caractère très saisonnier de l'activité d'Airbnb. Elle atteste également de la montée de l'activité hivernale notamment dans les Alpes Maritimes, les Bouches du Rhône et le Var. Cette répartition saisonnière des revenus montre que dans les Hautes Alpes, le tourisme d'hiver génère relativement plus de revenus que le tourisme d'été. L'observation des tarifs journaliers (ci-dessous) montre que l'effet prix s'avère important dans le département d'où l'augmentation des revenus en hiver. Dans les Alpes Maritimes, même si la saison d'été reste majeure, les saisons d'hiver et de printemps voient leur importance augmenter en termes de revenus.

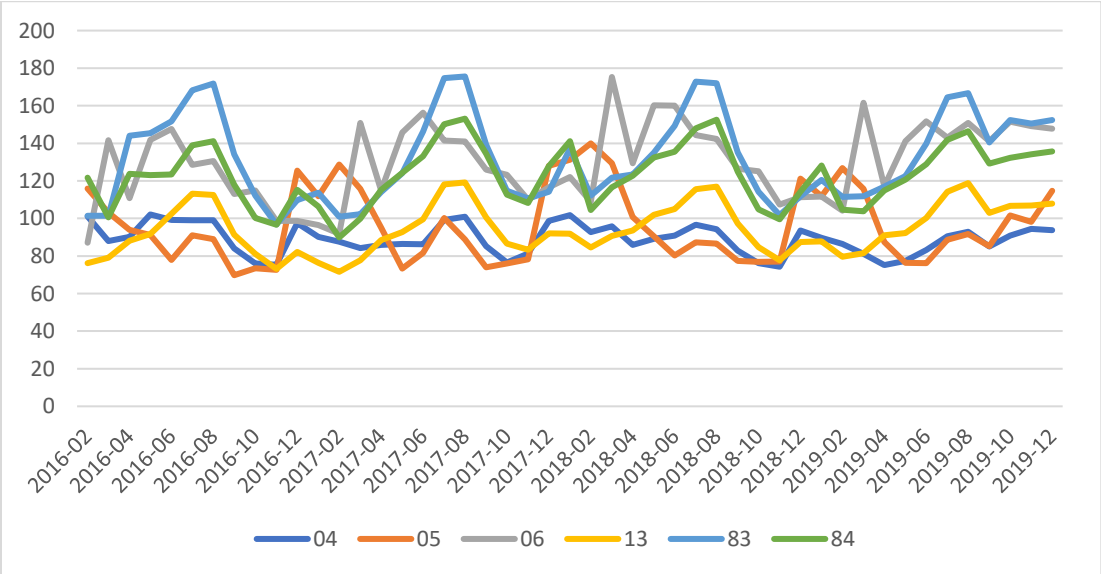
[15] Il en va de même pour le nombre d'annonces actives avec réservation càd l'offre d'hébergements sur la plateforme

Figure 21. Évolution saisonnière des revenus en euros selon les départements



L'observation des tarifs journaliers met l'accent sur les spécificités départementales en matière de tourisme. Les Hautes Alpes apparaissent comme un département atypique : c'est le seul département où les tarifs journaliers d'hiver dépassent très nettement ceux de l'été. Les tarifs journaliers des Alpes Maritimes sont en revanche très marqués par les événements culturels, sportifs ou strictement touristiques organisés en hiver et au printemps dans ce département[16]. Les Bouches du Rhône présentent enfin des tarifs journaliers plus faibles pendant la saison hivernale. Les chefs-lieux de département se caractérisent également différentes trajectoires de développement.

Figure 22. Évolution saisonnière des tarifs journaliers moyens en euros selon les départements

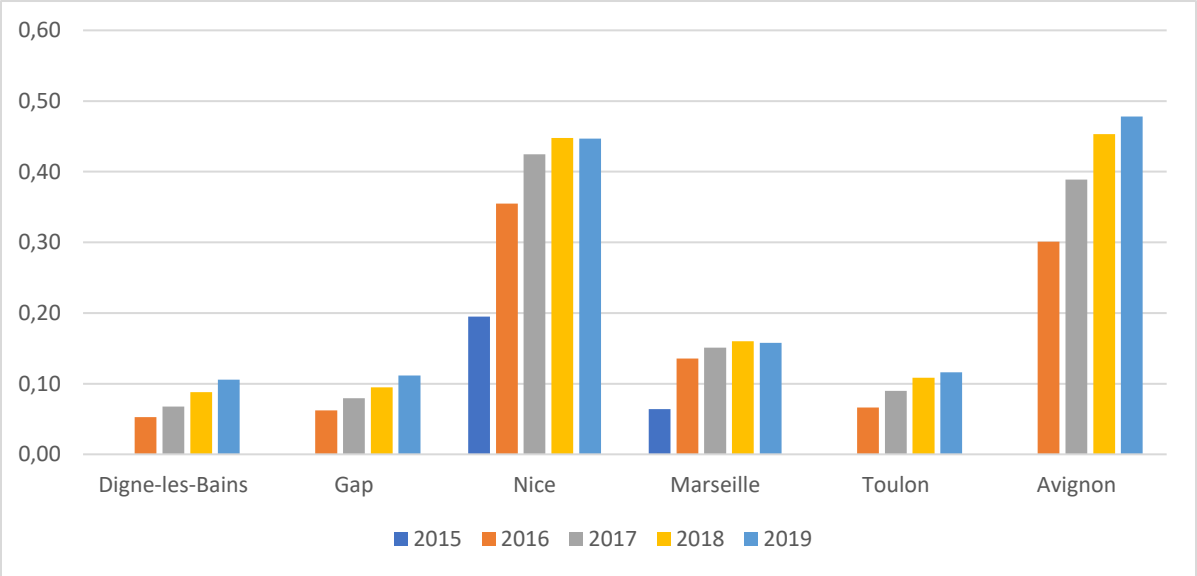


[16] Carnaval puis Festival de Cannes et Grand prix de Monaco

2.12 Des trajectoires de développement différenciées selon les villes

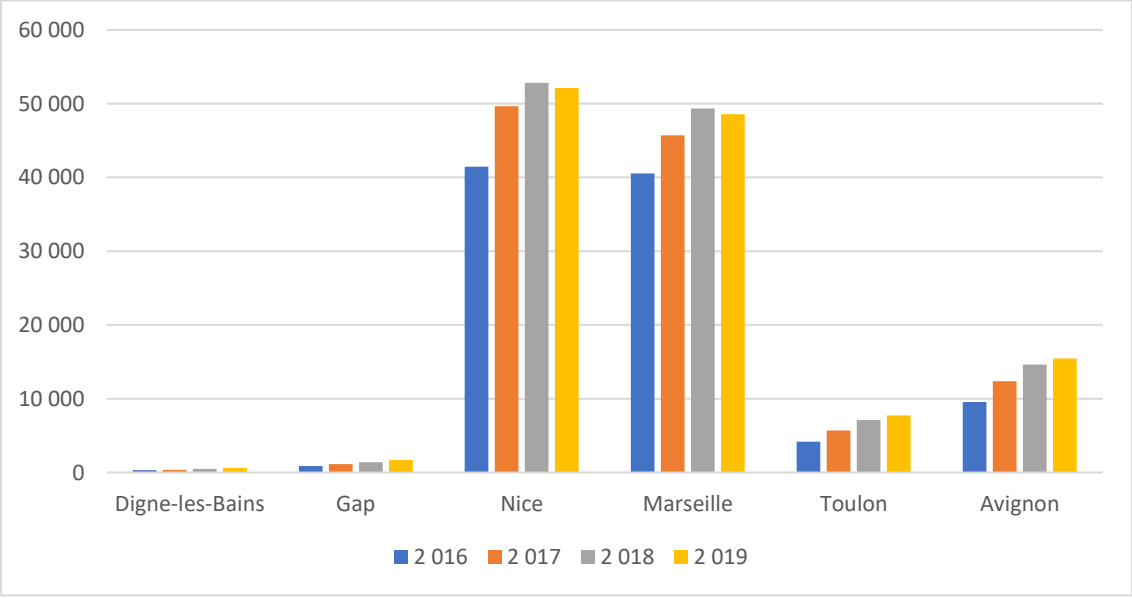
L'activité Airbnb n'a pas connu le même essor dans les six sièges des préfectures départementales. La nombre d'annonces actives et sa croissance initiale pour 10 habitants s'avèrent par exemple beaucoup plus fortes à Nice ou à Avignon que dans les autres préfectures, ce qui n'est pas surprenant compte tenu de l'attractivité touristique de ces deux villes.

Figure 23. Nombre d'annonces actives pour 10 habitants dans les préfectures départementales



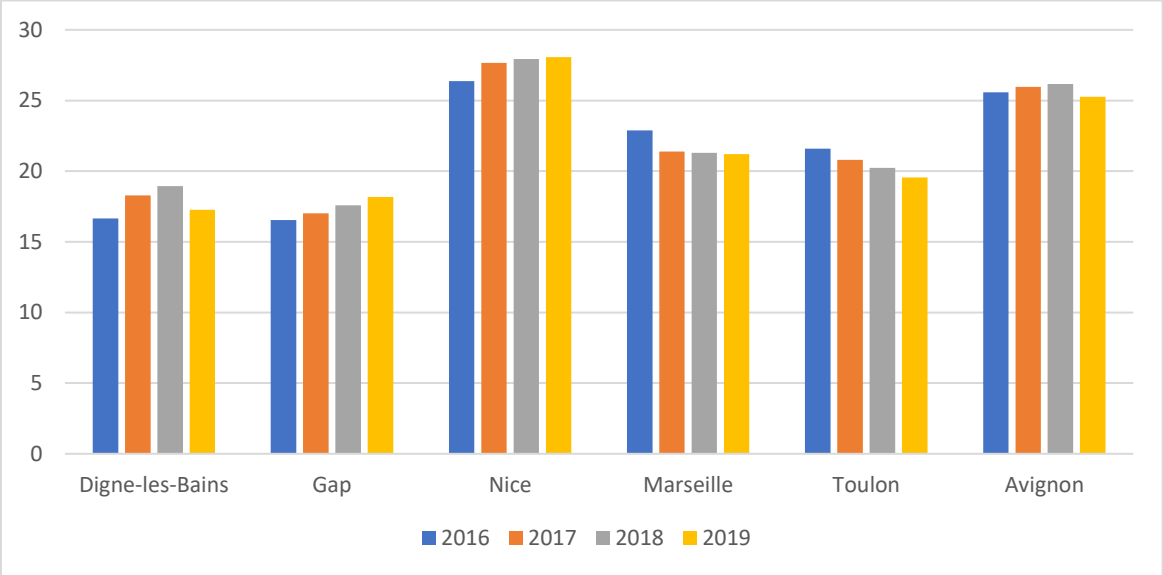
En négligeant la population des résidents, la capacité potentielle d'accueil des annonces actives Airbnb apparait encore plus différente d'une ville à l'autre. Marseille, par sa taille, apparait alors juste derrière Nice, avec des caractéristiques très différentes sur d'autres critères comme les tarifs journaliers moyens ou encore les revenus.

Figure 24. Nombre de personnes pouvant être accueillies dans les préfectures départementales



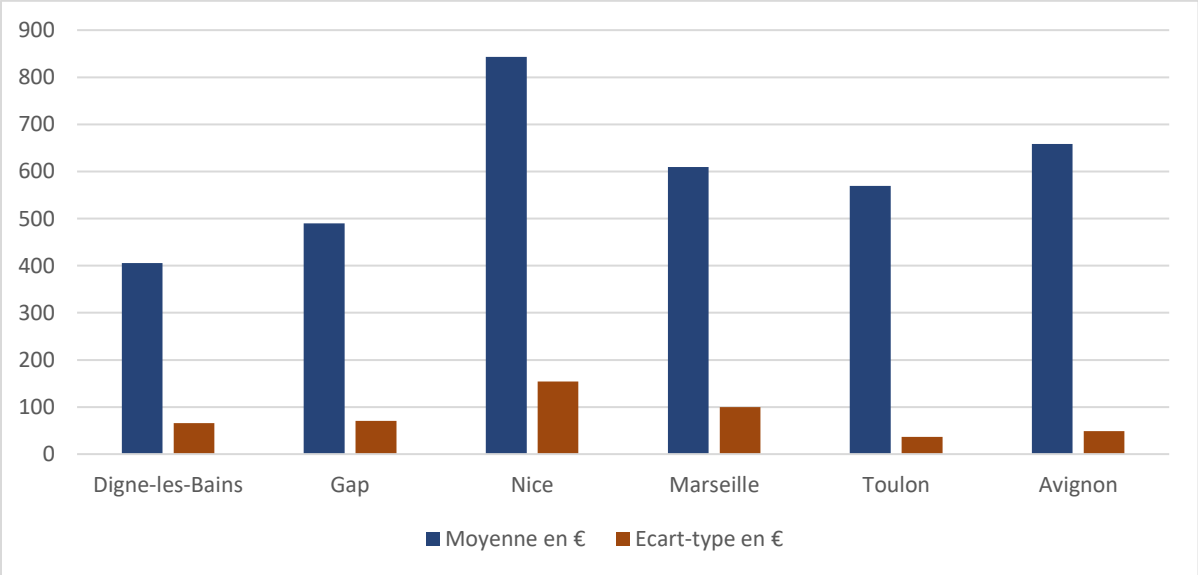
À nouveau, les tarifs journaliers par tête s'avèrent assez stables sur la période quand on regarde les 6 préfectures. Les tarifs journaliers par tête différent nettement selon les chefs-lieux, les plus élevés se situant à Nice et Avignon.

Figure 25. Tarifs journaliers moyens par tête et en euros dans les préfectures départementales



Les différences entre les villes sont également observées lorsqu'on s'intéresse à la moyenne des revenus annuels en euros obtenus pendant les mois actifs. Nice et Avignon apparaissent clairement comme les principales villes bénéficiaires de l'activité Airbnb depuis 2015.

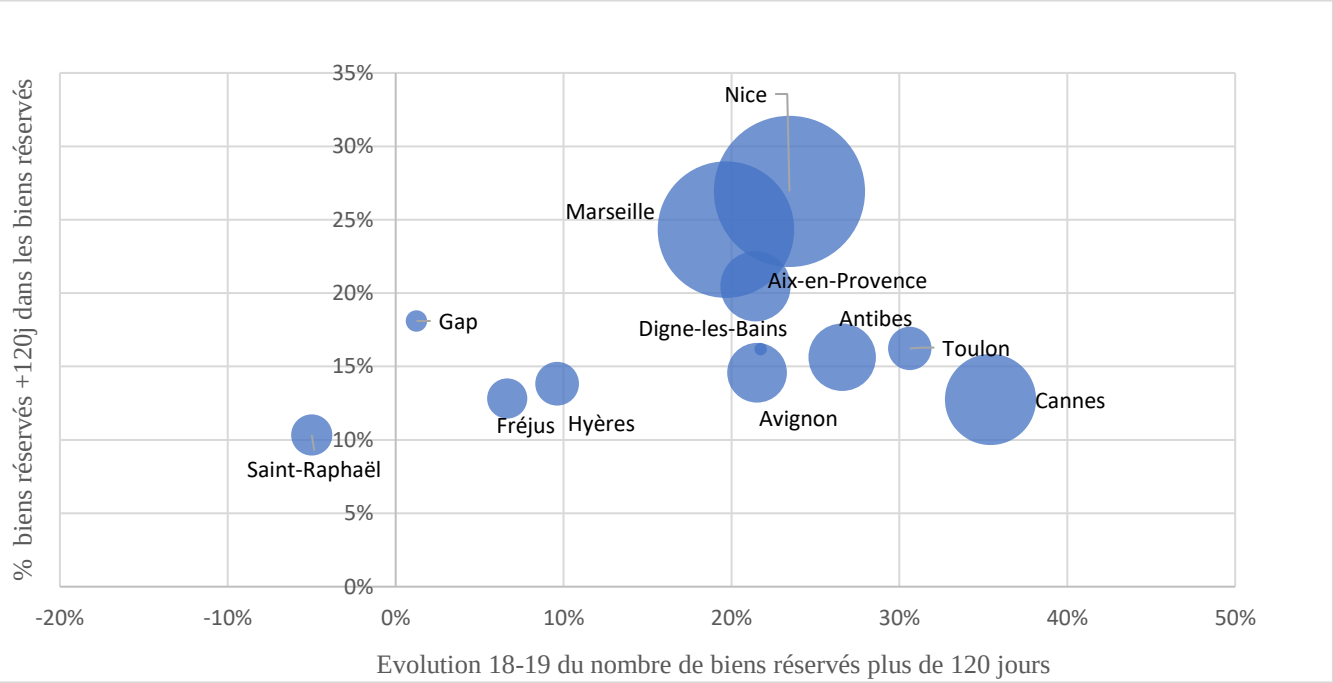
Figure 26. Moyenne des revenus annuels en euros dans les préfectures départementales



Les données 2019 montrent aussi que ce sont dans les grandes villes que la part des biens actifs réservés plus de 120 jours est la plus élevée (la taille de la bulle correspond au nombre de biens

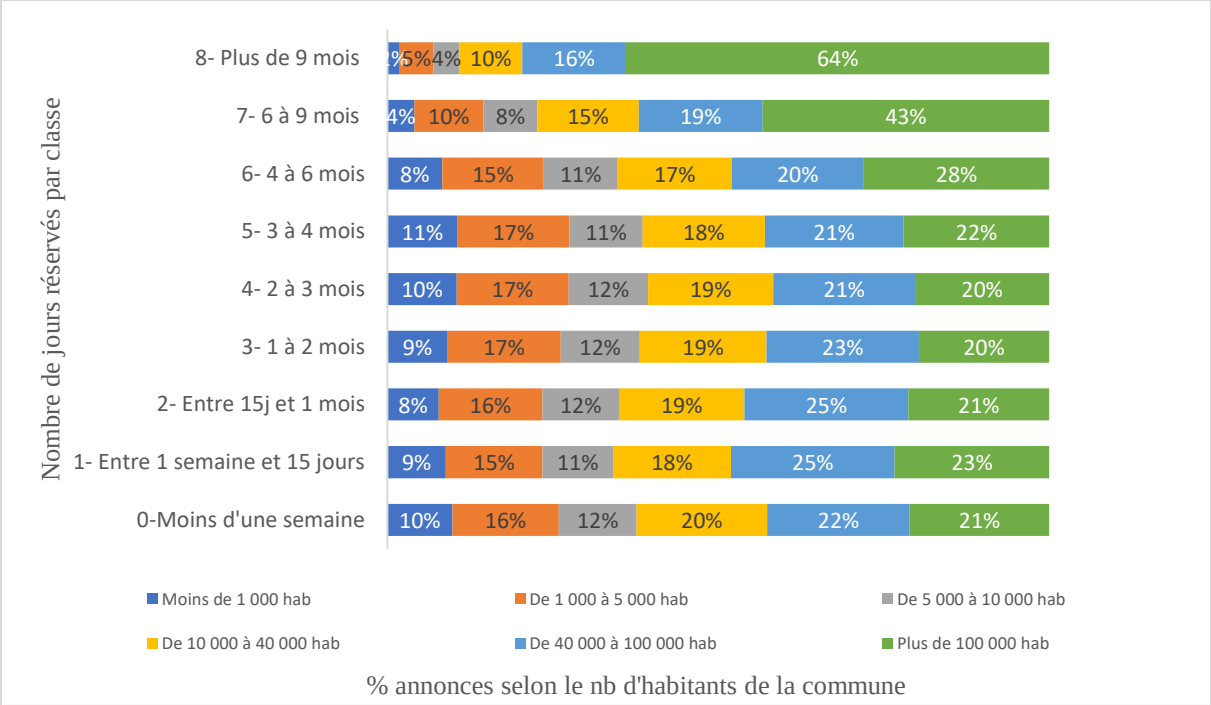
actifs réservés plus de 120 jours dans l'année). De plus, le nombre de biens réservés plus de 120 jours dans l'année connaît une croissance élevée à Cannes, Toulon, Antibes, Avignon, Aix en Provence, Digne-Les-Bains, Nice et même Marseille. Cette croissance est un des éléments utilisés pour montrer que l'offre Airbnb a évolué vers un modèle commercial.

Figure 27. Évolution de la part des biens réservés plus de 120 jours, 2018-2019



C'est à Marseille et Nice que la part des biens actifs réservés plus de 120 jours parmi les biens réservés s'avère la plus élevée. Les grandes communes (plus de 100 000 habitants) se caractérisent en effet par le fait que les annonces réservées pendant de longues périodes cumulées dans l'année (plus de 4, 6, voire 9 mois parfois) représentent des pourcentages plus importants que dans les autres communes.

Figure 28. Répartition du nombre d'annonces selon le nombre de jours réservés et la taille de la commune où se situe le bien, 2019.



Si 64 % des annonces réservées plus de 9 mois dans l'année sont situées dans les villes de plus de 100 000 habitants, seuls 1251 biens (soit moins de 1% des annonces actives) sont concernés en 2019 par un tel taux d'occupation/

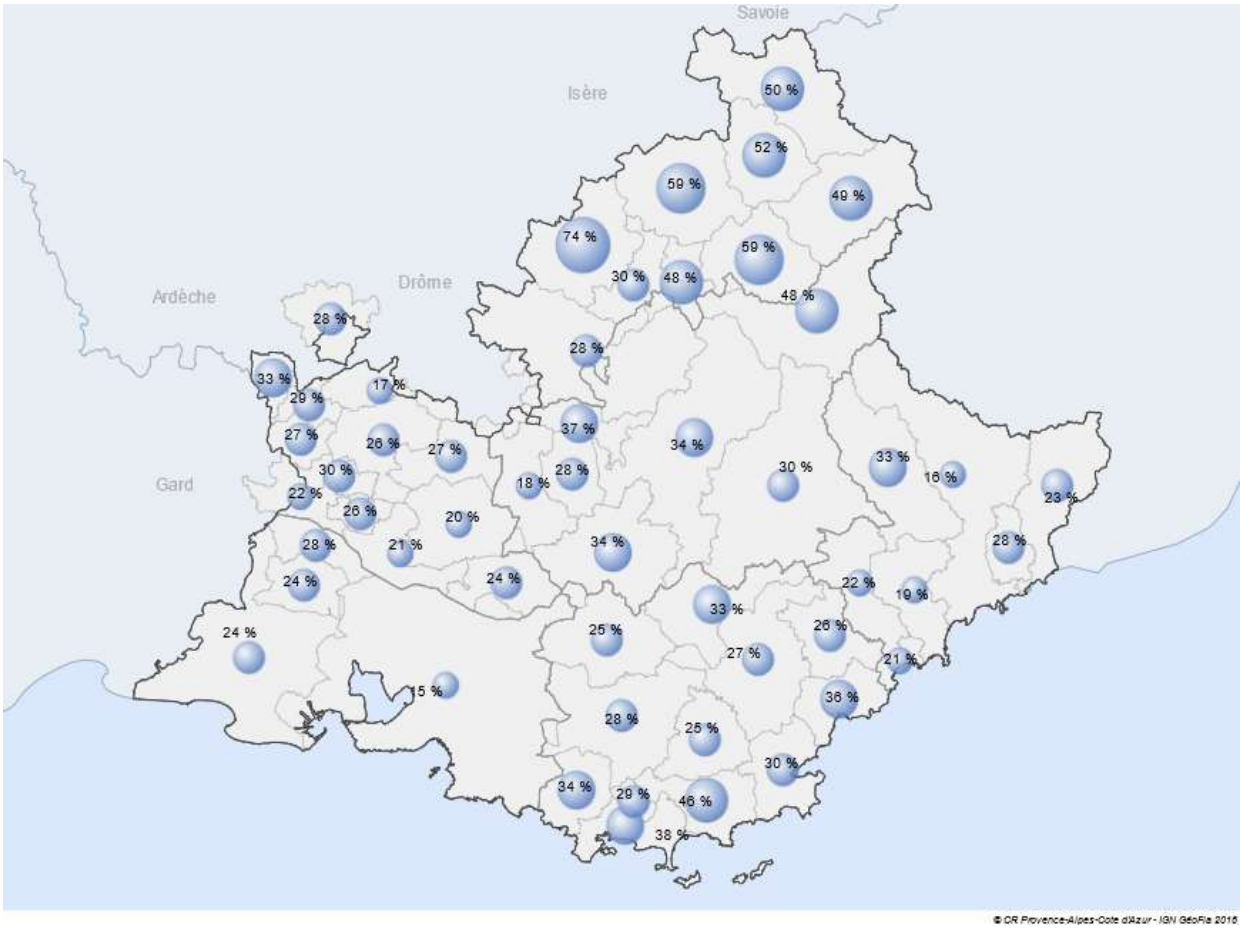
Le développement de l'activité Airbnb peut également être observé à d'autres échelles territoriales. Les villes étant au cœur d'importantes métropoles ou communautés d'agglomération, nous avons aussi observé le développement de l'activité au niveau des Établissements publics de coopération intercommunale (EPCI).

2.13 Diffusion de l'activité dans les EPCI mais polarisation des revenus

L'observation de la moyenne des taux de croissance annuels des annonces actives montre que les EPCI des Hautes Alpes enregistrent la plus forte augmentation du nombre d'annonces actives[17] à l'inverse des EPCI des métropoles. Le constat reste sensiblement le même lorsqu'on observe la moyenne des taux de croissance annuels des annonces actives avec réservation.

[17] 71% pour la Communauté de Communes du Buëch Dévoluy, 61% pour celle du Champsaur-Valgaudemar

Carte 1. Taux de croissance annuels moyens des annonces actives avec réservation EPCI, 2016-2019



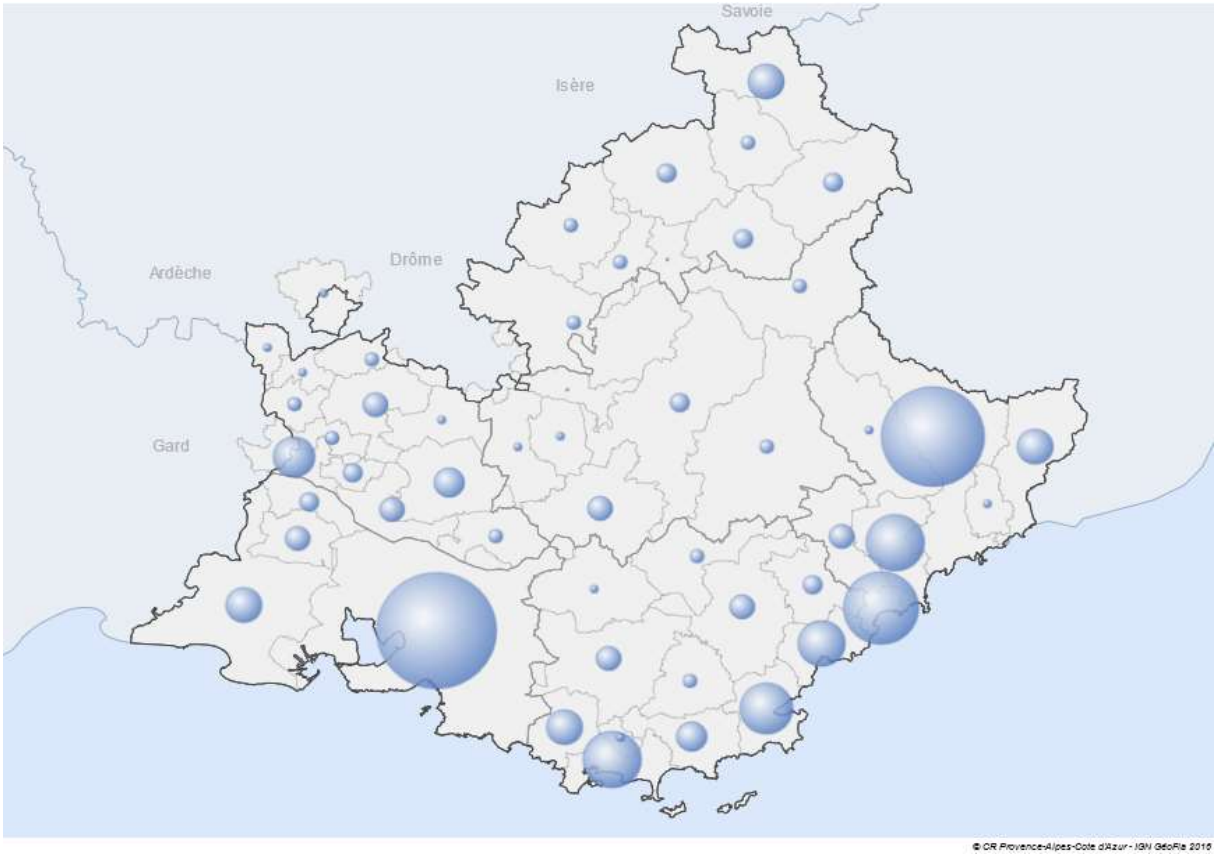
Ces observations tendent à montrer que l'offre Airbnb la plus active, au sens des annonces avec réservations, s'est davantage développée sur les territoires des EPCI non urbains et situés hors littoral. Ces annonces avec réservations ont-elles engendré une hausse de la fréquentation touristique ?

Pour l'Insee[18], la réponse est positive mais les données AIRDNA ne délivrent aucune information sur l'occupation des hébergements après réservation. Ne connaissant pas non plus le nombre de occupants réels, la fréquentation touristique générée par la plateforme ne peut qu'être estimée en adoptant éventuellement l'hypothèse Insee de trois personnes par logement par location[19], évaluation plus basse mais sans doute plus réaliste que les nombres d'occupants théoriques communiqués par la plateforme. Il est également important de tenir du nombre de jours réservés sur l'année.

[18] Bahu M. (2019) Les logements touristiques de particuliers loués via Internet séduisent toujours. *Insee Focus*, n°158, juin.

[19] Franceschi P. (2017) Les logements touristiques de particuliers proposés par Internet, *Insee Analyses*, n°33.

Carte 2. Nombre de jours réservés dans les EPCI en 2019.

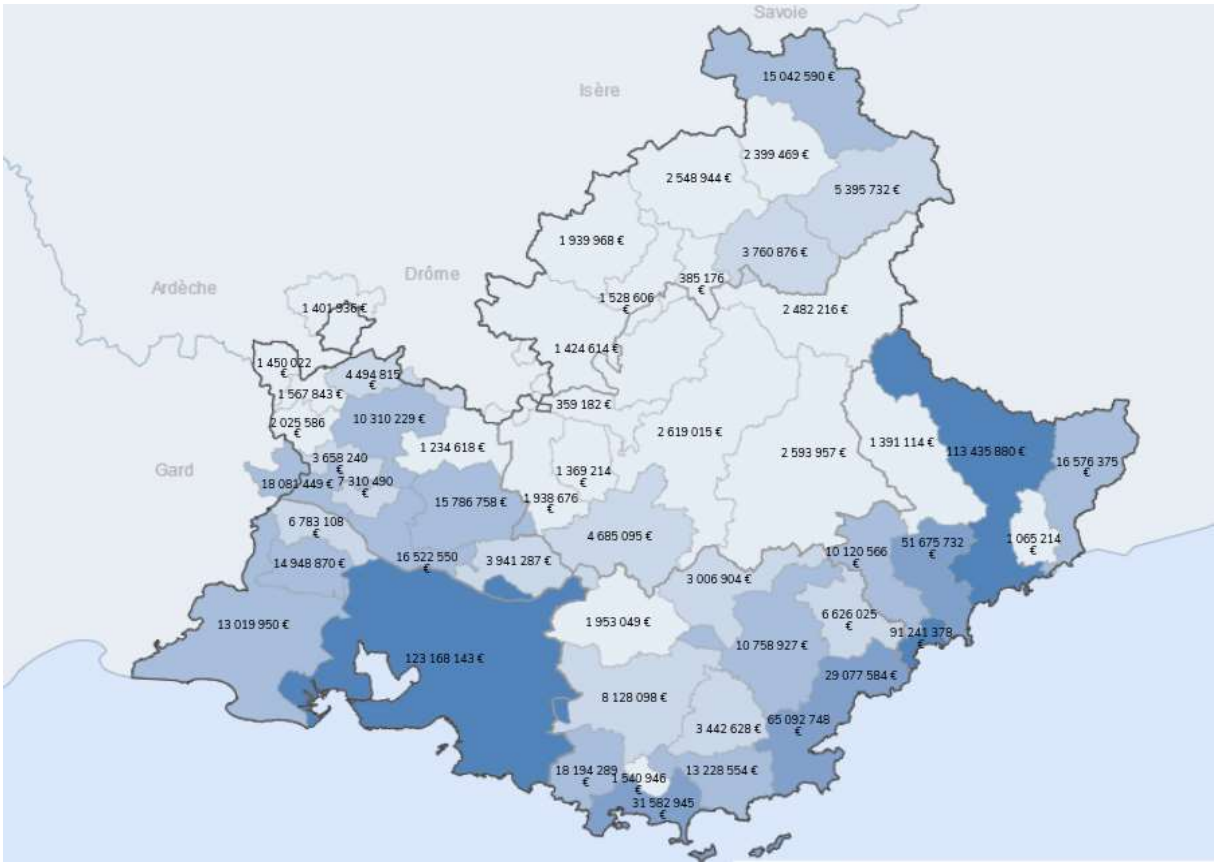


Pour autant, les territoires captant le plus de revenus ne sont pas ceux qui connaissent la plus forte croissance des annonces actives avec réservation. Le classement des EPCI change en effet lorsqu'on s'intéresse aux revenus. Les revenus annuels générés par l'activité Airbnb restent très polarisés dans les zones urbaines et touristiques du littoral[20]. Il s'agit de zones touristiques traditionnelles déjà bien équipées en hébergements touristiques classiques.

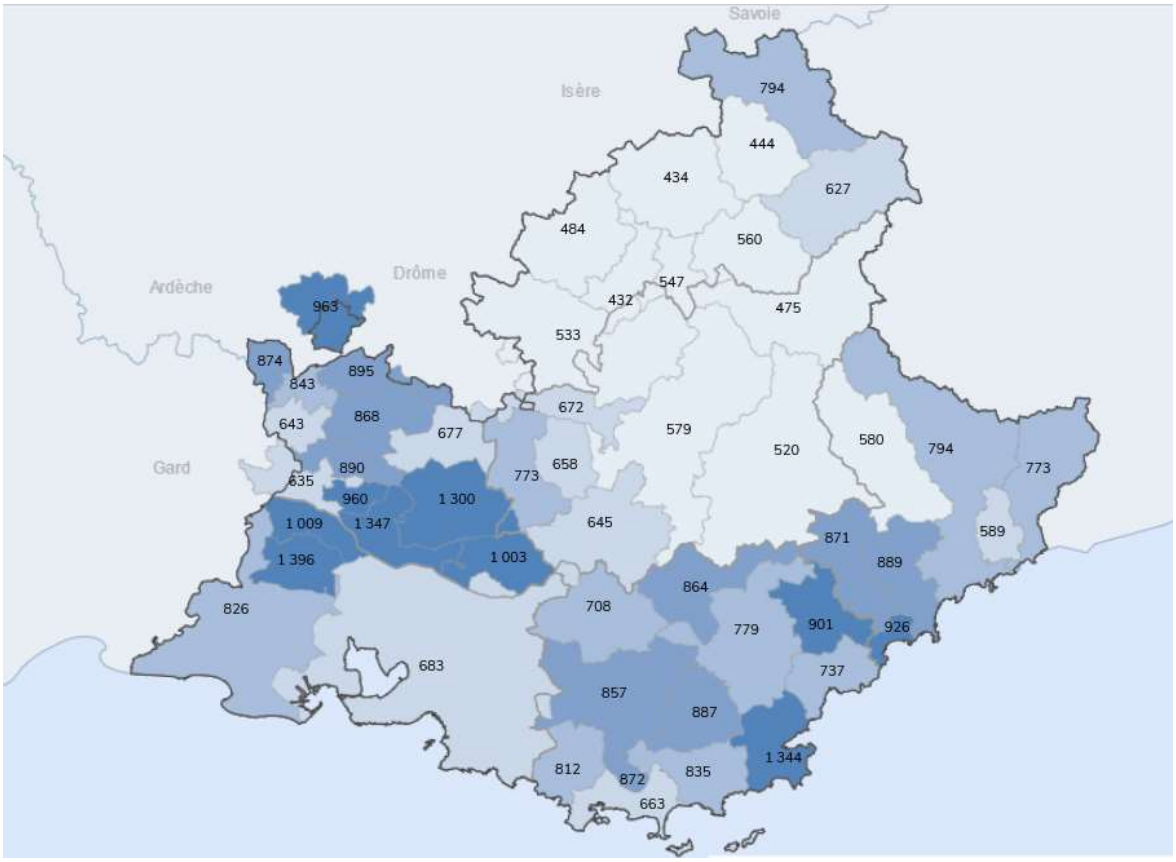
Enfin, en ne regardant que les revenus distribués lors des mois actifs[21], on s'aperçoit que le classement des EPCI se modifie à nouveau mais surtout que les disparités territoriales s'amenuisent. Sans tenir compte des différents types d'hébergement (appartements, maisons), et en ne considérant que les mois actifs, le revenu moyen d'une annonce varie de 400 à 1400€.

[20] Cf graphique sur la moyenne des revenus annuels des annonces actives sur 2016-2019
[21] Càd les mois au cours duquel l'annonce était active : revenu annuel/ nombre de mois actifs

Carte 3. Revenus annuels moyens des annonces actives dans les EPCI, 2016-2019



Carte 4. Moyenne des revenus par mois actif dans les EPCI, 2016-2019



2.2 Une offre dominée par le modèle commercial

L'offre d'hébergements sur Airbnb regroupe des résidences secondaires ou principales, principalement détenues par des particuliers, ainsi que d'autres types de résidences dont la vocation première est clairement commerciale. Les offres des particuliers, toutes plateformes confondues[22], ont ainsi dynamisé le marché des hébergements touristiques et conduit à une hausse de la fréquentation touristique. Les particuliers sont en effet devenus des acteurs clefs du marché de l'hébergement à court terme et c'est par eux que la plateforme a pu émerger. Pour autant, les offres des particuliers ne relèvent pas toutes du modèle collaboratif très souvent associé à Airbnb. Elles peuvent aussi s'inscrire dans le cadre d'un modèle commercial et s'appuyer sur les services de professionnels. Sachant aussi que ces modèles n'ont pas les mêmes impacts économiques et sociaux sur le territoire[23], il est important de les distinguer. Par exemple, savoir repérer les offres de type commercial ou professionnel sur Airbnb peut aider à la réglementation de la plateforme. De nombreux travaux ont donc cherché à mieux connaître les hôtes et leurs motivations[24] mais surtout à identifier les territoires marqués par une forte professionnalisation de la plateforme[25]. Ainsi dans une étude portant sur les villes françaises[26] un hôte est considéré comme professionnel s'il loue plusieurs logements entiers ou s'il loue un seul logement plus de 120 jours. Concernant Marseille et Nice, les estimations concernant la part de logements professionnels sur Airbnb seraient les suivantes :

Tableau 4. Estimation de la part des logements professionnels à Marseille et Nice

		Part de logements Airbnb professionnels	**Nombre de logements Airbnb entiers par hôte**	
			moyenne	maximum
Marseille	2014	24,7 %	1,31	7
	2015	20,9 %	1,87	30
	2016	23,2 %	2,01	34
Nice	2014	45,2 %	3,72	44
	2015	38,8 %	4,13	63
	2016	40,1 %	5,07	83

Source[27] : Ayouba K., Breuillé M.L, Grivault C., Le Gallo J. (2020)

Les paragraphes qui suivent élargissent le nombre de variables observées et susceptibles de caractériser le degré de professionnalisation des annonces sur un territoire donné : il s'agit (i) de la proportion des logements entiers dans l'offre, (ii) du temps de disponibilité des annonces, et (iii) du poids des hôtes multi-annonces. Lorsque ces variables sont élevées, elles vont dans le sens d'une domination du modèle commercial.

[22] Plateformes travaillant avec l'Union nationale pour la promotion de la location de vacances et Gîtes de France.
[23]Gutiérrez A., Domènech A. (2020) Understanding the spatiality of short-term rentals in Spain: Airbnb and the intensification of the commodification of housing. *Geografisk Tidsskrift-Danish Journal of Geography*, 120, 2, 98-113.
[24] Farmaki A., Stergiou D., Kaniadakis A. (2019) Self-perceptions of Airbnb hosts' responsibility: A moral identity perspective. *Journal of Sustainable Tourism*. 1–21.
[25] Gil J., Sequera J. (2020) The professionalization of Airbnb in Madrid: Far from a collaborative economy. *Current Issues in Tourism*, May,1–20.
Serrano L., Sianes A., Ariza-Montes A. (2020) Understanding the Implementation of Airbnb in Urban Contexts: Towards a Categorization of European Cities. *Land 2020*, 9(12), 522.
[26] Ayouba K., Breuillé M.L, Grivault C., Le Gallo J. (2020) Does Airbnb Disrupt the Private Rental Market ? An Empirical Analysis for French Cities. *International Regional Science Review*, Vol. 43 (1-2), 76-104.
[27] Tableau réalisé à l'aide des calculs des auteurs (Ayouba *et al*., 2020, page 90)

2.21 Une offre majoritairement constituée de logements entiers

La distinction entre les différents types de logements proposés sur la plateforme est importante. Les pièces partagées (*shared room*) entrent dans ce que l'on désigne comme étant l'économie du partage ou l'économie collaborative ; les pièces privées (*hotel room*, *private room*) relèveraient de la co-occupation au sein d'un logement et entrent aussi dans l'économie collaborative alors que les logements entiers (*whole unit*) peuvent être assimilés à de la location.

L'observation du niveau départemental montre que les Hautes Alpes, les Alpes Maritimes et le Var se caractérisent par la part la plus importante d'annonces actives pour des logements entiers. Dès 2016, la proportion de logements entiers s'avère élevée dans les offres de tous les départements alors que celle des logements partagés est quasiment inexistante.

Figure 29. Répartition des annonces actives selon le type d'hébergement

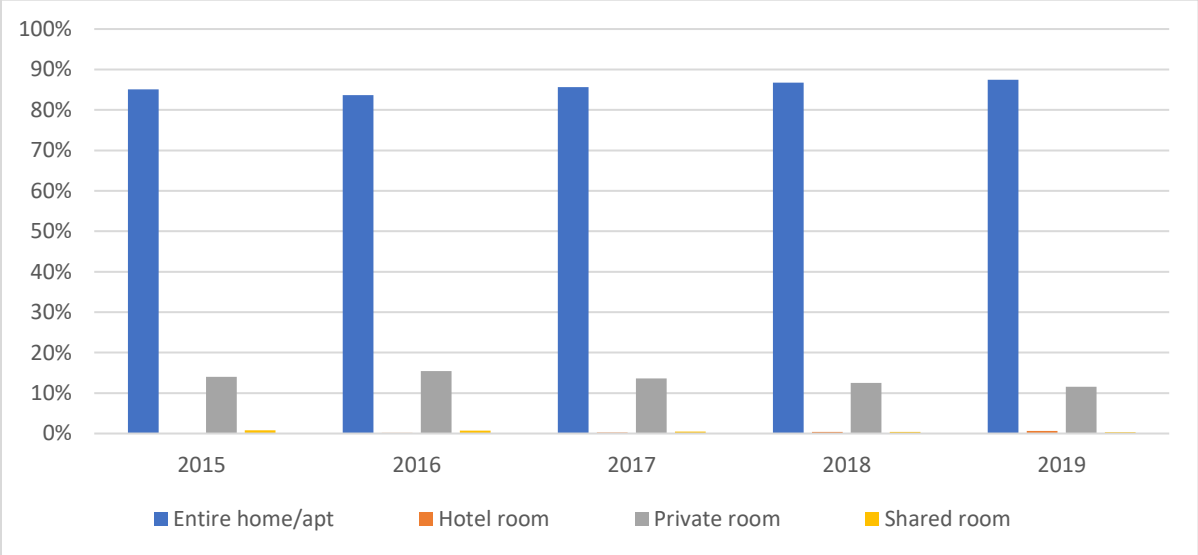
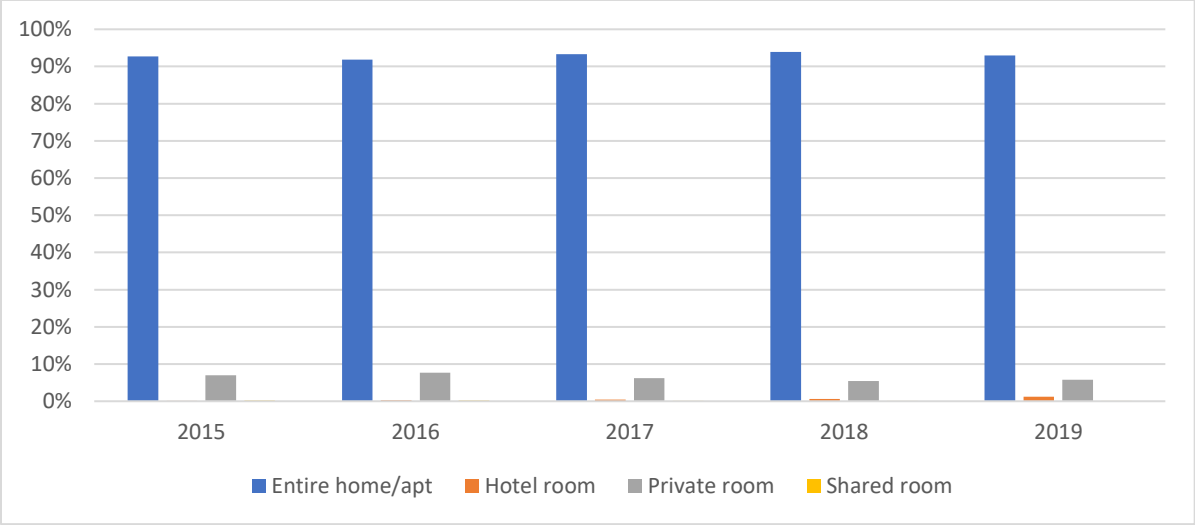


Figure 30. Répartition des revenus selon le type d'hébergement

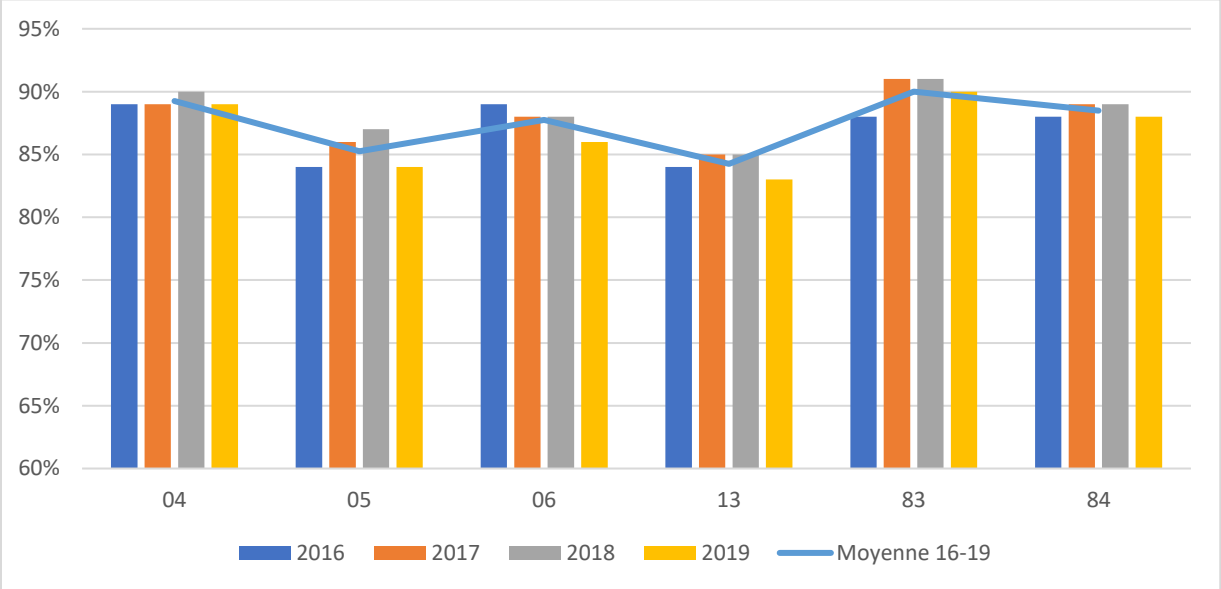


La majorité des offres étant constituée de logements entiers, la plus grande part des revenus dérive également de ce type d'hébergement. Au niveau départemental, on constate que ce sont les logements entiers des Hautes Alpes, des Alpes Maritimes et du Var qui captent le plus de revenus et ce sont aussi des départements dans lesquels les annonces actives pour ce type de logements sont les plus nombreuses.

2.22 Disponibilité des biens à la location importante

Ayant observé[28] que, dans la région, près de 97% des réservations sont issues d'annonces disponibles au moins 60 jours par an[29], il était intéressant de voir si la disponibilité des biens au niveau des annonces actives avait augmenté au cours de la période. Sur les années 2016-2019, 83% à 90% des annonces actives proposent au moins 60 jours de location dans l'année (jours disponibles sur le calendrier). C'est dans le département des Bouches du Rhône que la part des annonces actives offrant plus de 60 jours à la location est la plus faible alors que c'est dans le Var que les hébergements sont proposés pendant une période annuelle plus longue.

Figure 31. Disponibilité des annonces à 60 jours selon les départements

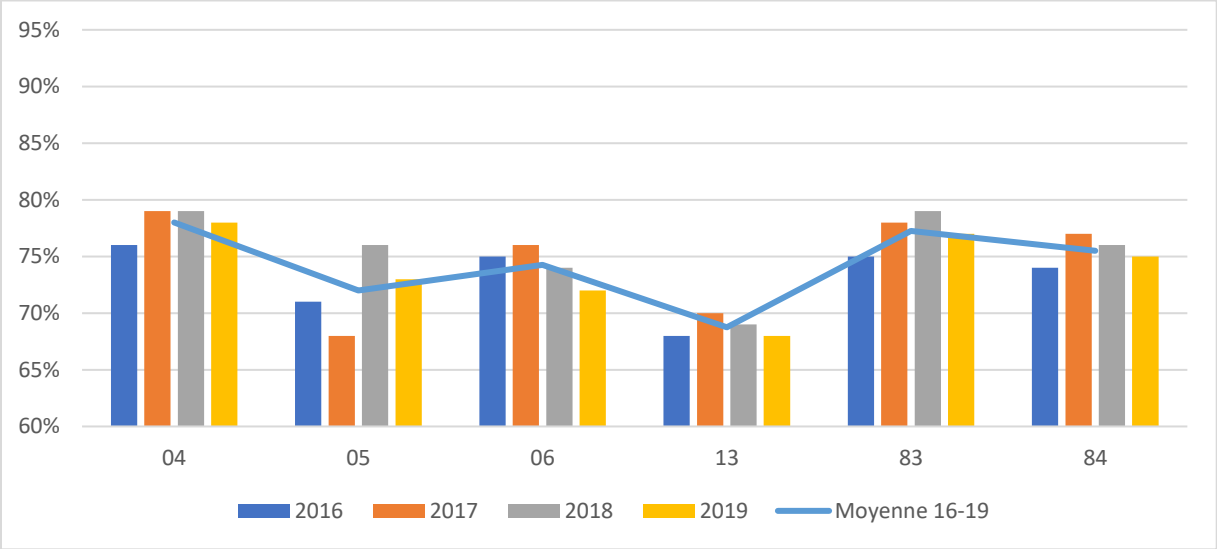


Dans tous les départements, la part des annonces actives offrant plus de 60 jours de location tend à baisser en 2019. Il en va de même pour la part des annonces actives offrant plus de 120 jours de location à l'année. Un changement dans la disponibilité des biens (que ce soit à 60 ou 120 jours) est donc décelé en 2019.
Comment faut-il interpréter ces observations alors que la croissance de l'offre se poursuit, même à un rythme ralenti ? Peut-être ce mouvement traduit-il le fait que la plateforme accueille désormais des biens moins fréquemment disponibles, que les biens sont proposés sur diverses plateformes, ou bien qu'il s'agît d'une des conséquences de la réglementation en place depuis janvier 2020[30].

[28] Ce pourcentage reste stable sur la période 2016-2019 et pour l'ensemble des départements.
[29] Et environ 90% des réservations sont issues d'annonces disponibles au moins 120 jours par an
[30] LOI n° 2018-898 du 23 octobre 2018 relative à la lutte contre la fraude. La transmission d'informations par les plateformes à l'administration a été réalisée pour la première fois en 2020, sur les revenus perçus en 2019.

Concernant la disponibilité à 120 jours, certaines différences apparaissent aussi entre les départements. De nouveau, ce sont les Bouches du Rhône où la part des biens fortement disponibles (plus de 120 jours) reste la plus faible. Dans les Alpes de Haute Provence et le Var, plus de 75 % des annonces affichent une disponibilité à la location supérieure à 120 jours/an.

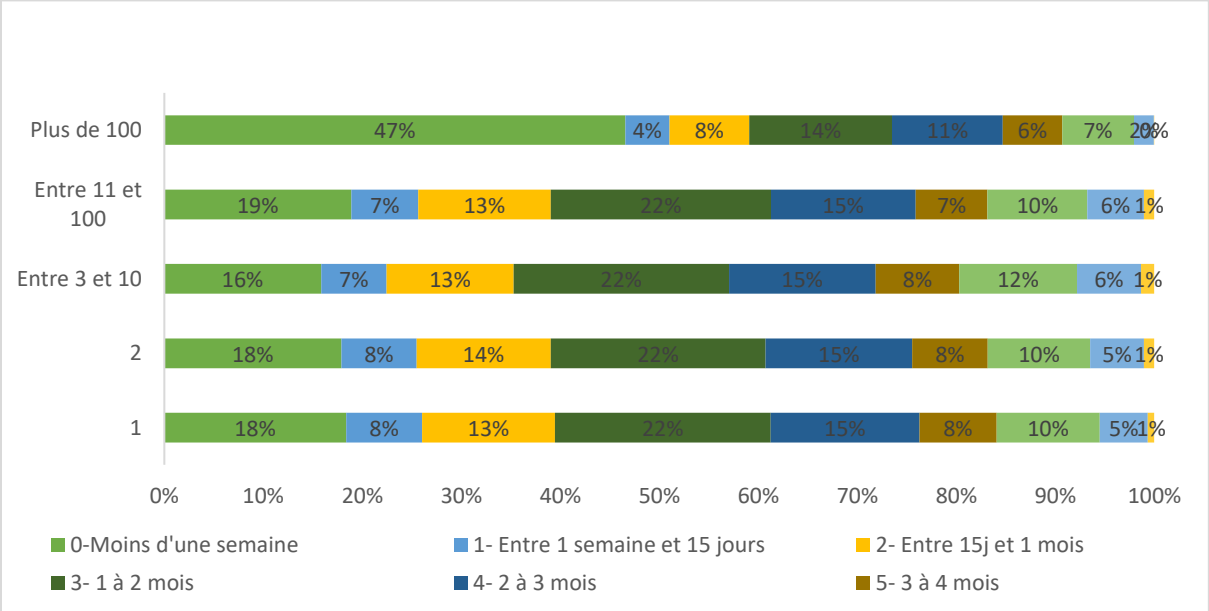
Figure 32. Disponibilité des annonces à 120 jours selon les départements



2.23 Poids des hôtes multi-annonces

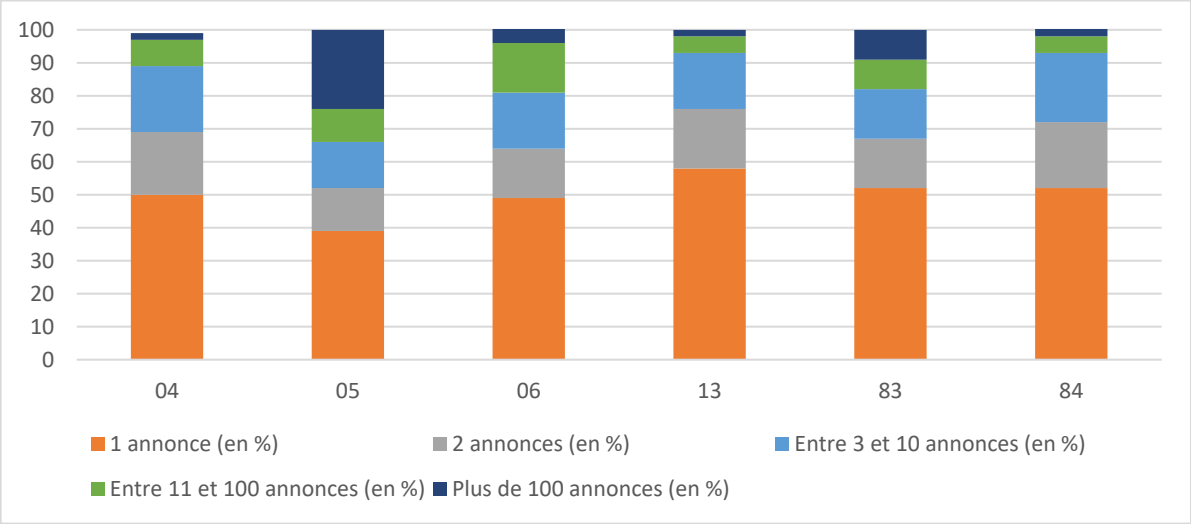
Pour mieux cerner le poids des hôtes multi-annonces dans la région, nous avons centré nos observations sur l'année 2019 qui est la plus récente. Une première synthèse montre que les annonces des hôtes gérant plus de 100 annonces se caractérisent par une moyenne de jours réservés plus faible. Les annonces des hôtes multi de type 3 (plus de 100 annonces) sont donc réservées sur de plus courtes périodes.

Figure 33. Répartition des annonces actives selon le nombre de jours réservés et le nombre d'annonces gérées par hôte, 2019



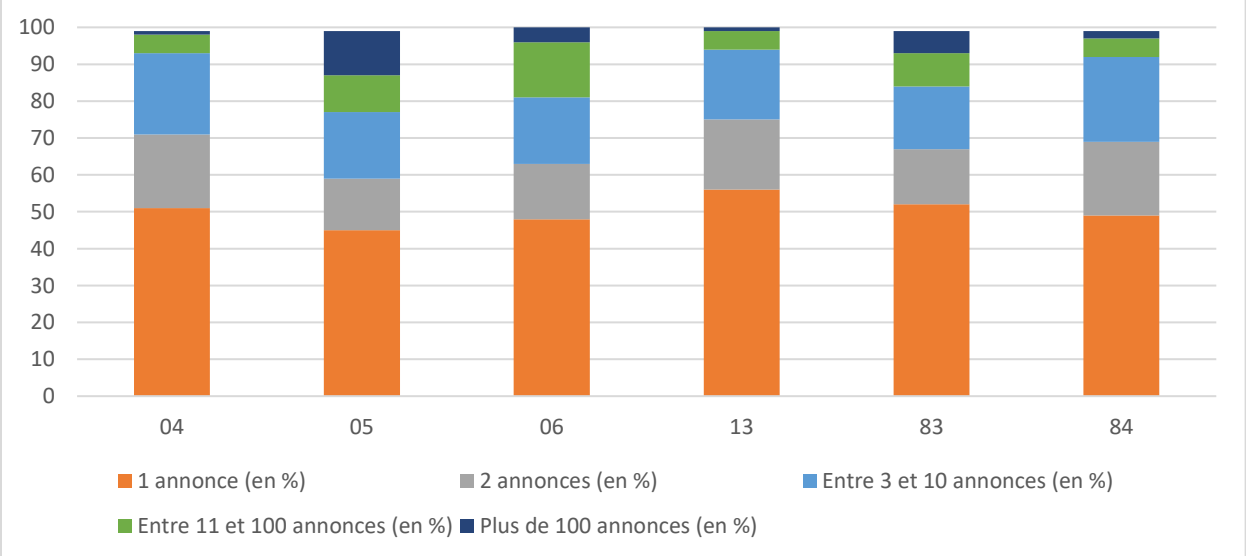
Comme indiqué, les annonces peuvent être situées dans tout le territoire Provence Alpes Côte d'Azur et il s'agit d'observer ce que les hôtes multi-annonces représentent en termes d'annonces actives, de jours réservés, ou encore de revenus au niveau de chaque département.

Figure 34. Répartition des annonces actives selon le nombre d'annonces gérées, en 2019



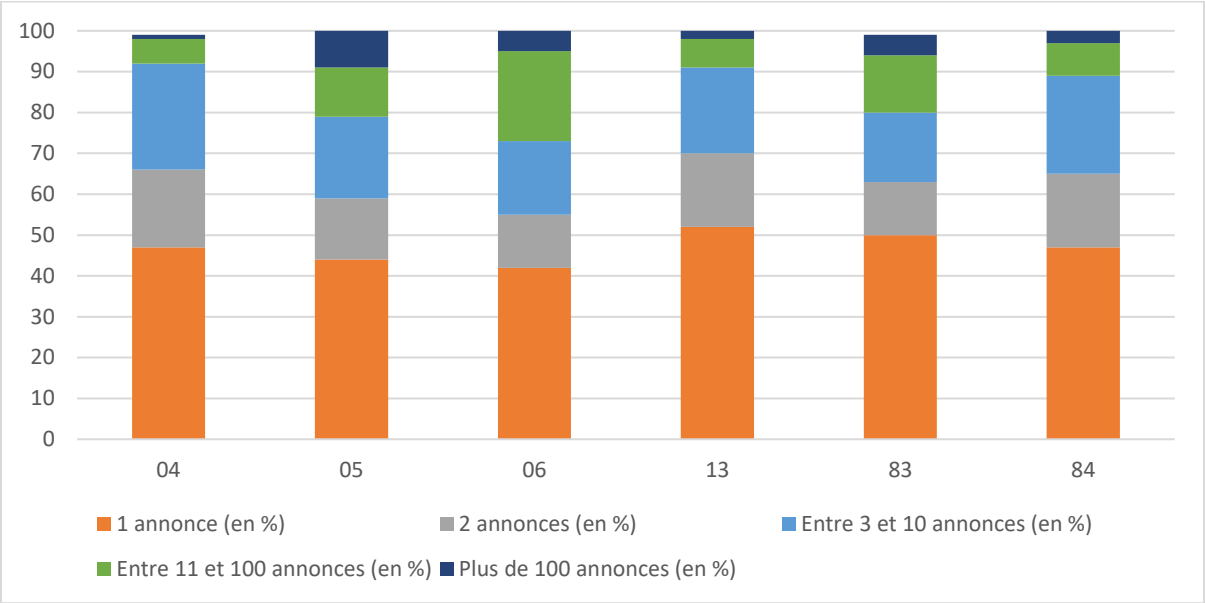
Les Bouches du Rhône apparaissent comme le département demeuré le plus proche d'une vocation *peer-to-peer* de la plateforme : 58% des annonces sont proposées par des hôtes ne gérant qu'une annonce. Ces petits propriétaires fournissent 56% de l'activité de la plateforme en termes de jours réservés. Les hôtes disposant de plusieurs biens sont en revanche nombreux dans les Hautes Alpes. En particulier, les hôtes gérant plus de 100 annonces proposent près du quart des annonces actives de ce département, sans rencontrer cependant le succès de leurs concurrents, puisqu'ils représentent seulement 12% seulement des jours réservés dans ce département. Un tel écart appelle une étude plus fine : y a-t-il une explication économique (type de bien), territoriale (type de localisation, en station de sports d'hiver par exemple) à ce phénomène, ou certaines données relatives à l'occupation réelle de ces hébergements échappent-elles à la plateforme ?

Figure 35. Répartition des jours réservés selon le nombre d'annonces gérées en 2019



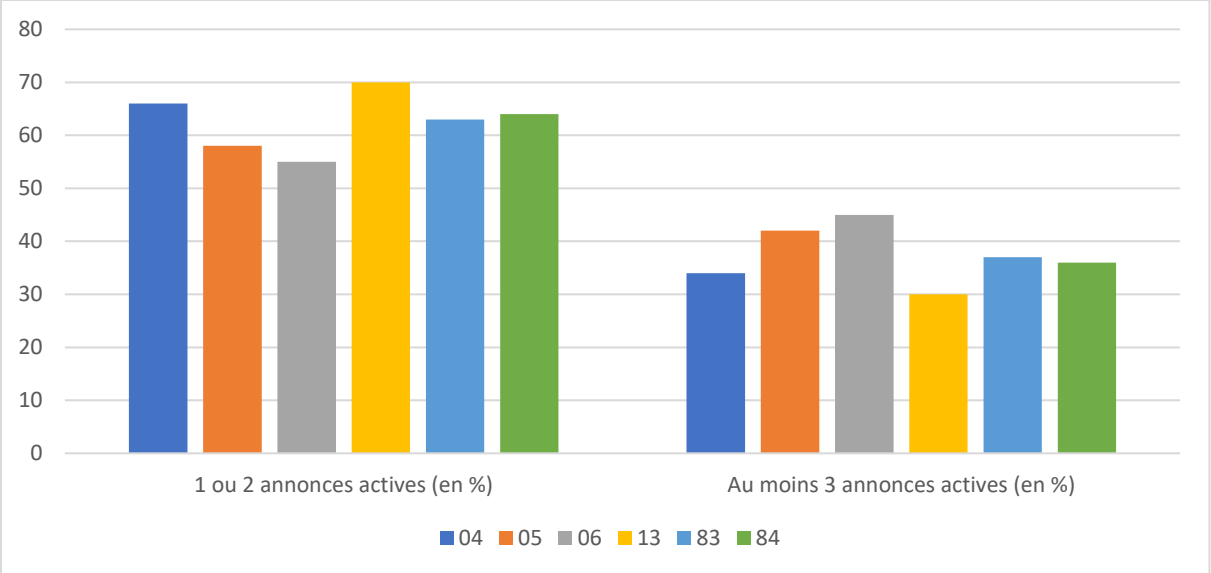
Au niveau de la répartition des revenus, les spécificités départementales sont les plus nettes.

Figure 36. Répartition des revenus selon le nombre d'annonces actives gérées, en 2019



Dans les Bouches du Rhône ou les Alpes de Haute Provence, les petits hôtes (gérant une ou deux annonces) captent plus des deux tiers des revenus départementaux, ce qui atteste de la capacité de la plateforme à engendrer un revenu d'appoint à des résidents de milieu souvent modeste. Dans les Alpes Maritimes, les hôtes-multi qui ne représentent que 36% des annonces actives et des jours réservés parviennent néanmoins à capter 45% des revenus.

Figure 37. Répartition des revenus entre les différentes catégories d'hôtes, en 2019



2.3. Airbnb et l'offre hôtelière

Les années 2015-2019 correspondent à une période d'émergence de la plateforme et pour partie à l'expression d'une offre nouvelle portée par la plateforme. Pendant ces 4 années, l'offre hôtelière est à maturité en Provence Alpes Côte d'Azur, avec une offre déjà importante, mais qui continue à s'accroître, notamment dans les niveaux de gamme les plus élevés. La comparaison de la fréquentation hôtelière et de l'activité de la plateforme permet d'intéressantes observations.

La fréquentation hôtelière est en légère augmentation sur la période au niveau de la région bien que des nuances apparaissent entre les départements. La fréquentation hôtelière est quasiment stable dans les Alpes Maritimes, le Var et le Vaucluse alors qu'elle est en hausse assez nette dans les Bouches du Rhône et dans les deux départements alpins (Tableau 5).

Figure 38. Nombre de nuitées chambre dans l'hôtellerie

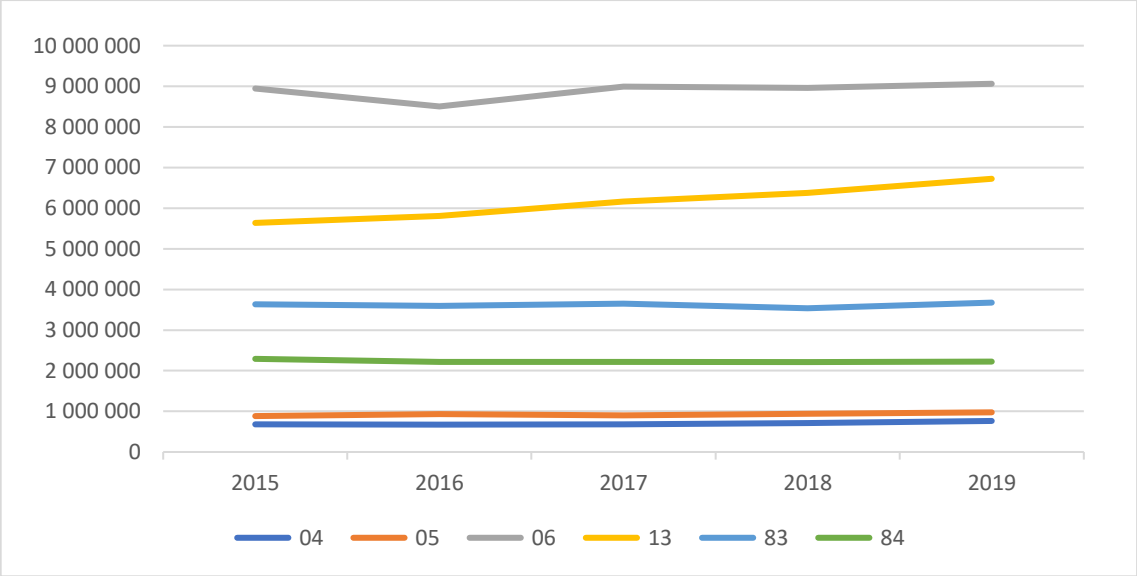


Tableau 5. Évolution du nombre de jours de réservation selon les départements

Dép.	2015	2016	2017	2018	2019
04	21	88 485	161 233	237 049	310 108
05	10	99 082	272 188	426 637	564 410
06	545 426	1 366 029	2 049 478	2 724 427	3 319 746
13	304 829	1 017 261	1 535 511	1 996 702	2 368 863
83	36 810	599 443	1 266 750	1 781 031	2 050 601
84	166	373 811	624 215	826 162	985 711
Total	**887 262**	**3 544 111**	**5 909 375**	**7 992 008**	**9 599 439**

Dans les départements, la fréquentation de la plateforme s'accroit beaucoup plus rapidement que la fréquentation hôtelière, Les deux départements alpins sont ceux pour lesquels la

surperformance de la plateforme est la plus nette malgré le bon taux d'accroissement de la fréquentation hôtelière. Les Bouches du Rhône affichent une évolution moins nettement favorable à la plateforme. Les trois départements les plus touristiques se situent entre les deux groupes.

Figure 39. Nombre de nuits réservées sur Airbnb

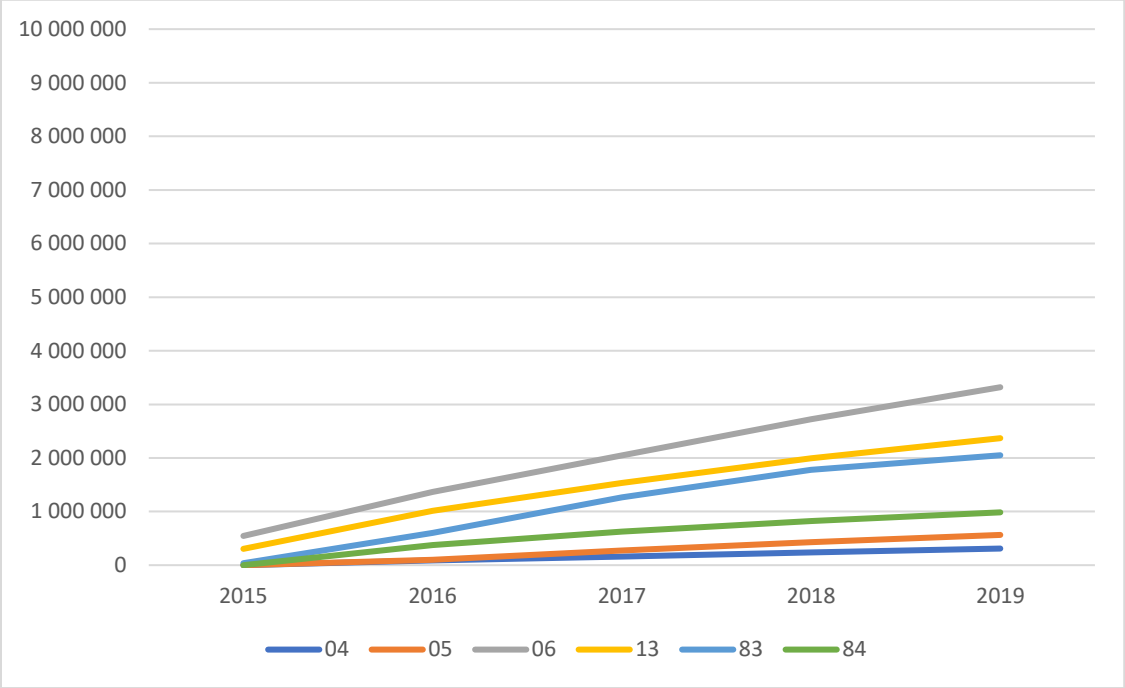
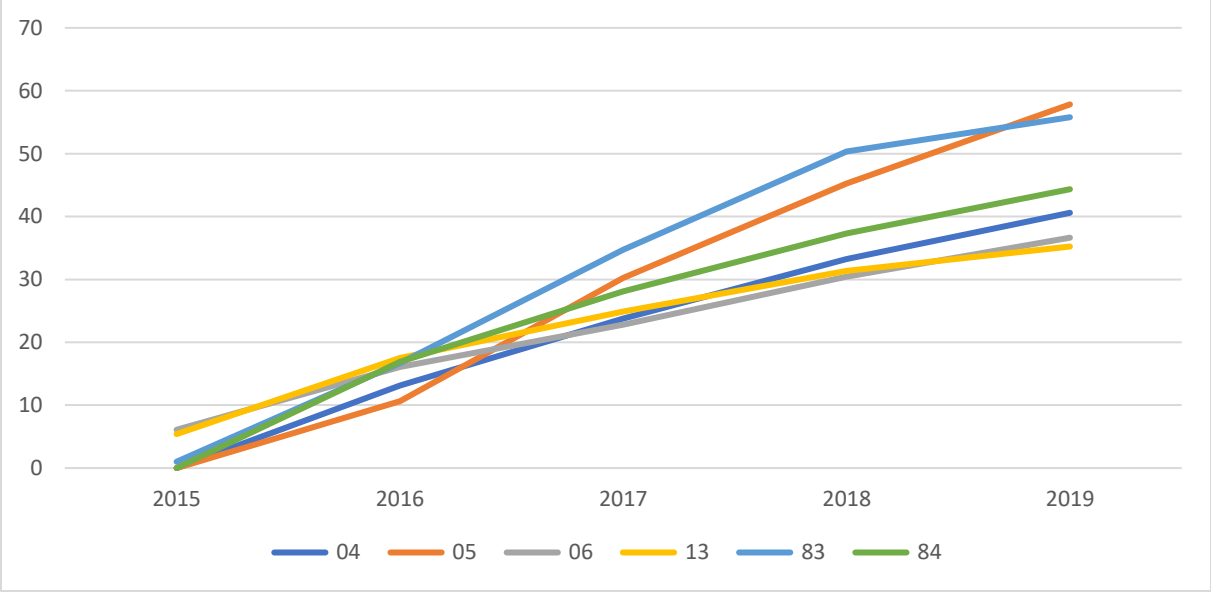


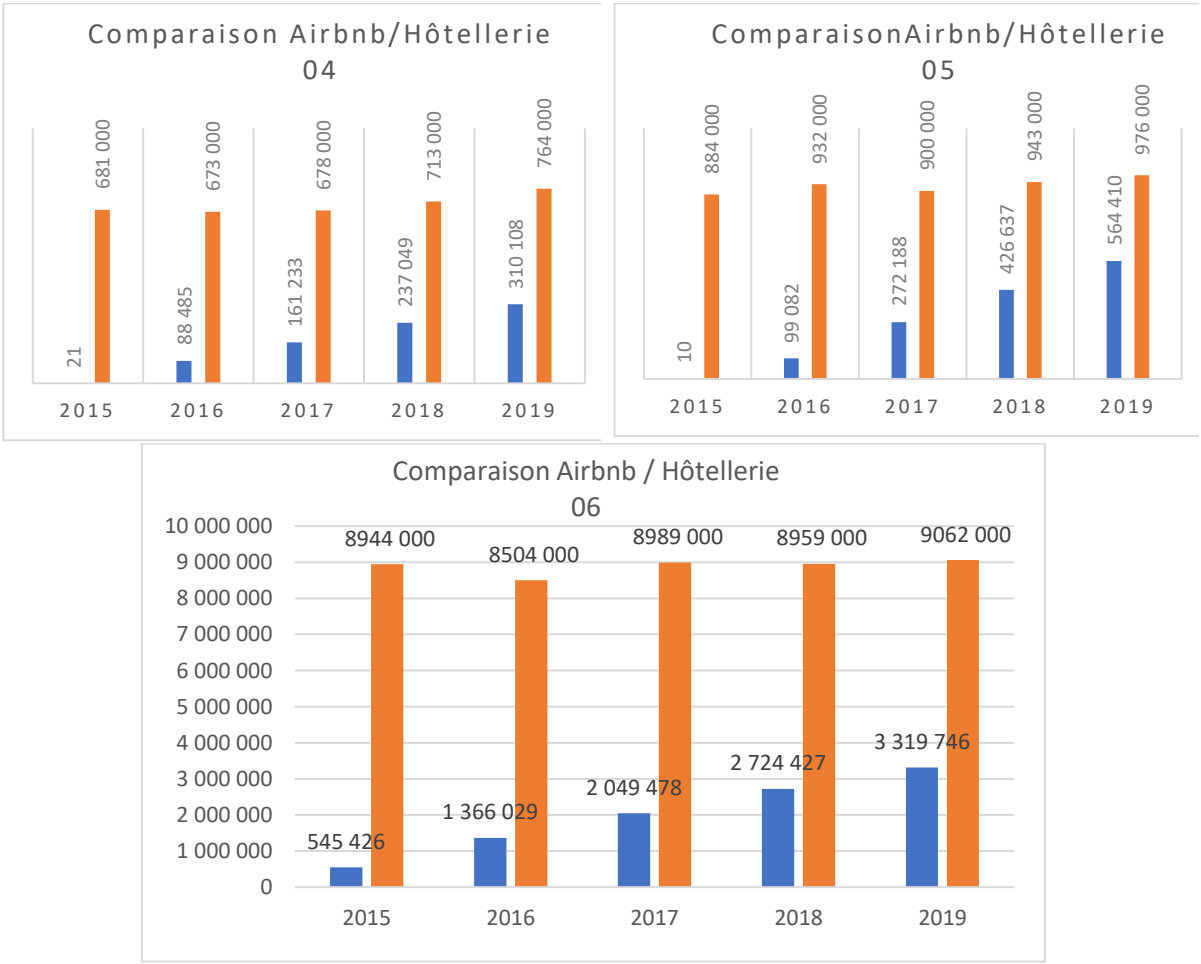
Figure 40. Nombre de jours de réservation d'Airbnb pour 100 nuitées d'hôtel



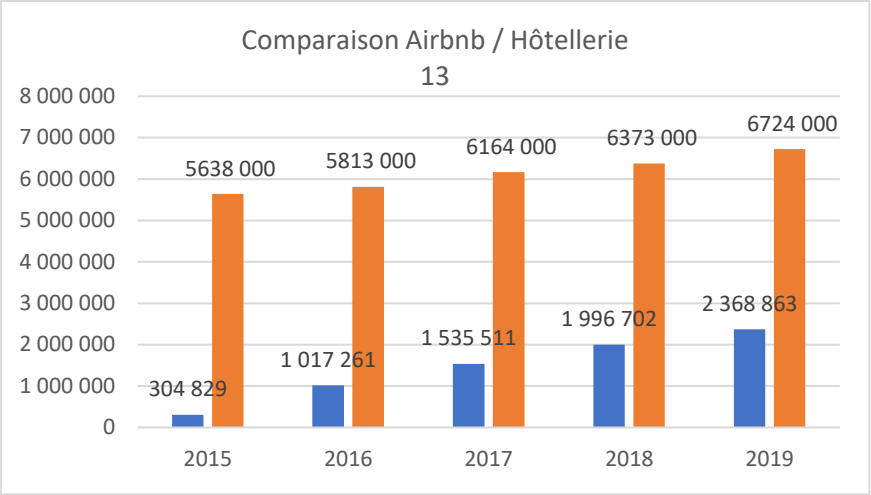
En apparence, la plateforme n'a donc pas évincé les hôtels, du moins avant le début de la pandémie. Elle a en revanche absorbé l'essentiel de l'accroissement de l'hébergement résidentiel. Elle a notamment contribué à accroître d'offre d'hébergements dans les

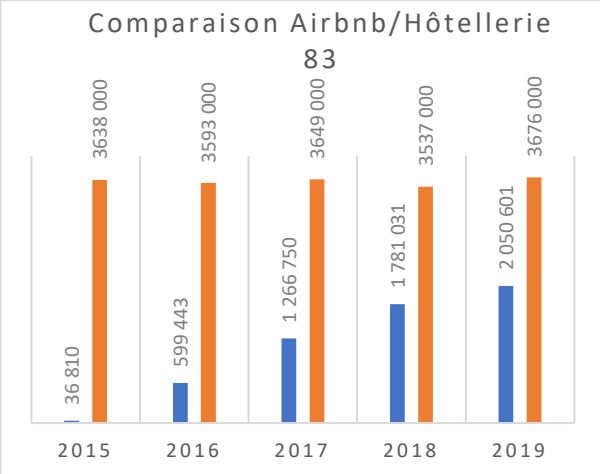
départements alpins sans doute plus déficitaires que d'autres d'un point de vue hôtelier. La plateforme affiche aussi de bonnes performances dans les Alpes Maritimes, où l'offre hôtelière est particulièrement abondante. Dans ce cas, elle compense pour partie le déficit en hébergements bon-marché, et semble également satisfaire d'autres demandes, familiales ou haut de gamme. Si l'on tient compte du fait que l'offre de la plateforme est le fait pour une large part de résidents, notamment parmi les hôtes mono ou bi, on en conclut que plus que les hôtels, souvent propriétés de chaines qui s'approvisionnent et rapatrient leurs résultats ailleurs, les locations de la plateforme créent des revenus supplémentaires en faveur des résidents. Ces observations confirment certaines constatations similaires faites dans d'autres régions ou pays[31].

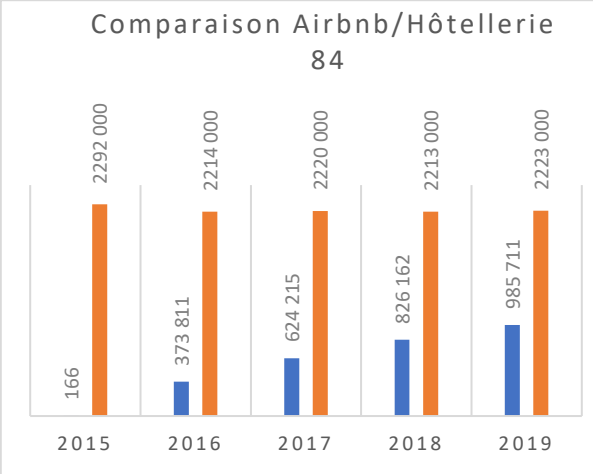
Figure 41. Comparaison Airbnb/hôtellerie pour chaque département



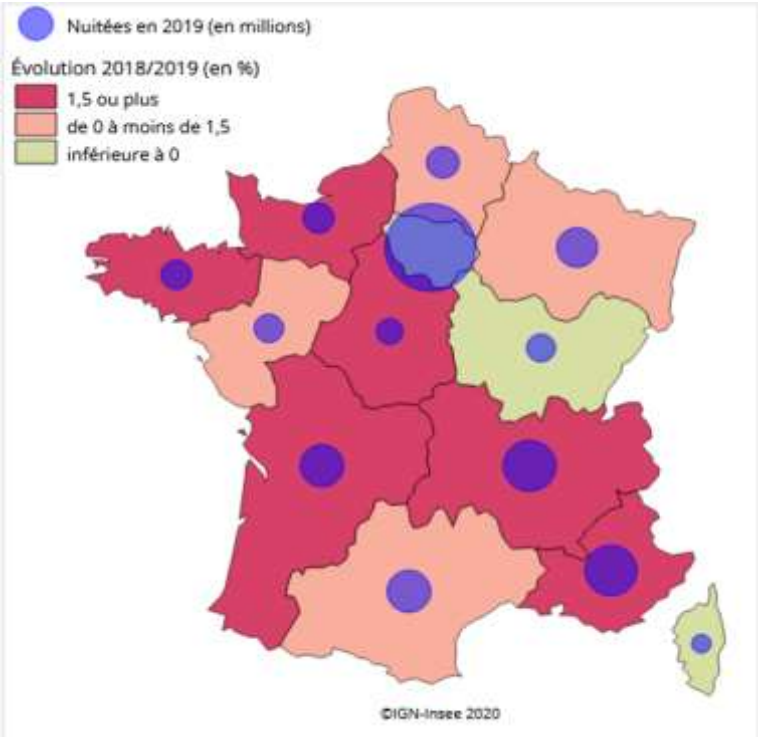
[31] Gidriol J.C (2020) Les hébergements collectifs touristiques en 2019. La fréquentation progresse malgré un recul de la clientèle non-résidente. *Insee Première,* n°1799, mai, 1-4.







Carte 5. Nombre de nuitées dans les hôtels



Source : Insee en partenariat avec la DGE et les comités régionaux et départementaux du tourisme, enquête sur la fréquentation des hébergements touristiques

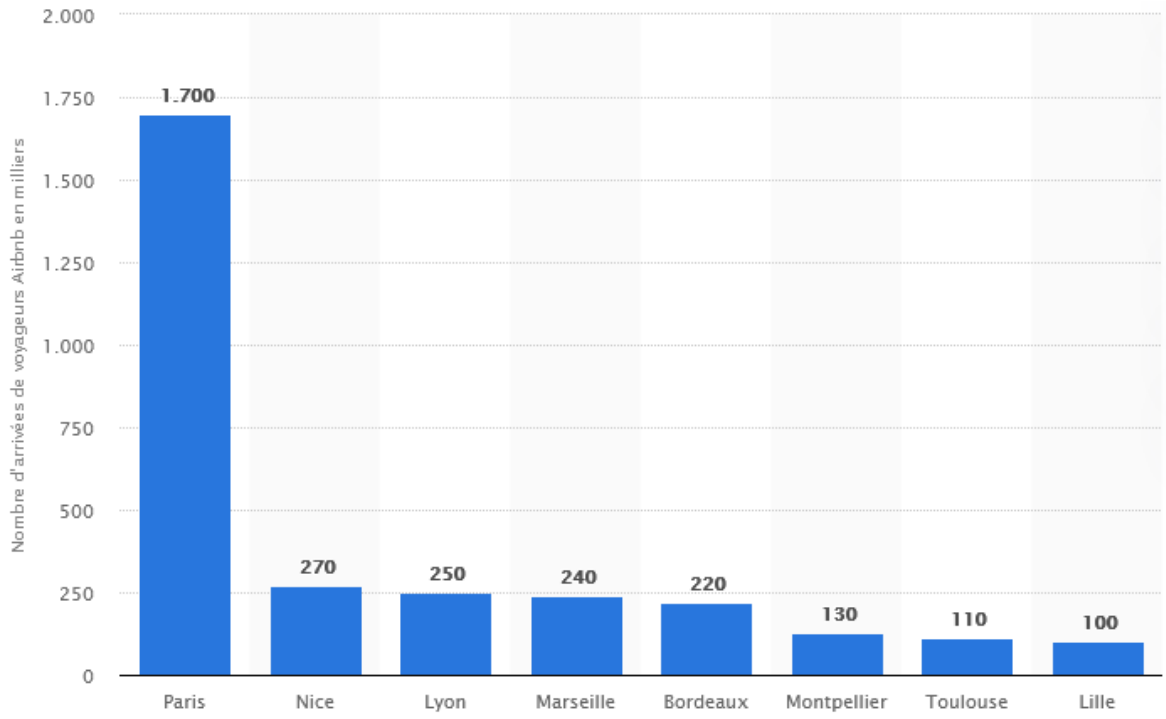
Nos remarques semblent confirmées par une analyse nationale qui établit que la région est parmi celles au sein desquelles le nombre de nuitées hôtelières s'accroît le plus entre 2018 et 2019, malgré le développement simultané et initialement quasi-explosif de la plateforme.

2.4. L'implantation d'Airbnb dans la ville de Nice

On l'a noté, la plateforme a une emprise différenciée sur les grandes villes du département : elle est plus présente, elle croît plus vite et génère plus de revenu dans les cités déjà considérées comme à haut revenu et et/dont la capacité hospitalière est déjà forte, tandis qu'elle contribue à compléter, de façon moins rapide, l'offre d'hébergements hôteliers dans les autres localisations urbaines.

Le territoire Provence Alpes Côte d'Azur intègre 3 des 5 villes, Marseille, Nice et Cannes, au sein desquelles Airbnb a récolté le plus de taxe de séjour en France en 2019. Les trois villes présentent des caractéristiques différentes en matière démographique, Marseille étant surtout une métropole économique et commerciale, et Cannes une cité résidentielle.

Figure 42. Destinations les plus fréquentées par les touristes Airbnb en France en 2016



Source : Statista, juillet 2019

Le focus porté sur la ville de Nice en cette dernière section s'explique pour deux raisons : Nice est la première localisation urbaine SUD en nombre de locations et en termes de revenu généré par la plateforme ; c'est aussi la seconde localisation urbaine française après Paris en 2016. Une seconde raison domine celle-ci : Nice est une ville complexe : à la fois métropole urbaine et haut lieu touristique, caractéristique qu'elle partage avec Paris, Londres, New-York ou Barcelone, mais avec ses spécificités propres, parmi celles-ci le fait de présenter un urbanisme obéissant à d'autres logiques. L'attractivité de son centre historique et d'une partie de son front

de mer est concurrencé par l'attrait de sones résidentielles situées en hauteur, parfois excentrées, alors qu'entre ces deux zones se situent des localisations moins attractives d'un point de vue touristique et surtout résidentiel. Cette complexité de la structuration urbaine de la ville donne aux plateformes la possibilité d'offrir des produits, des surfaces, des standings et de proposer des prix différenciés, en combinant de façon parfois inattendue les composantes de l'offre.

2.41 Le revenu par habitant et sa distribution

En 2017, la population de Nice est estimée à 340 000 habitants, formant 171 696 foyers fiscaux.

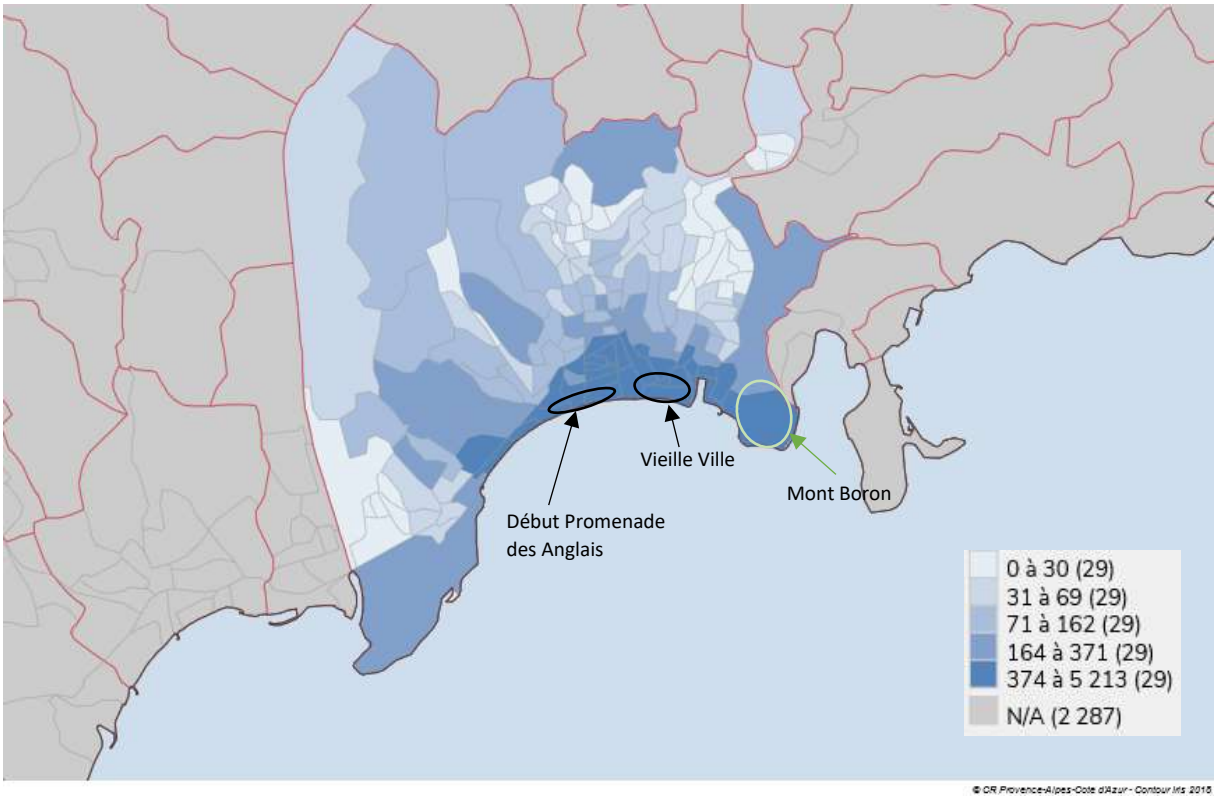
Carte 6. Niveau de revenu déclaré médian des ménages par IRIS, Nice (données 2016)

La population de 2016 a été prise pour référence et le revenu engendré par la plateforme en 2017, ces deux données étant désagrégées par IRIS pour ces deux dates. Une fois observées les données globales et leurs correspondants au niveau des IRIS, il s'avère que la distribution du revenu engendré par la plateforme est très inégalitaire entre les zones, de même que le revenu par tête. Pour prendre deux zones extrêmes, la plateforme dégage 4377,56 euros en moyenne par habitant dans la zone Saleya-Château (zone centrale intégrant une partie de la vielle ville) mais 0 euros dans certains IRIS de l'Ariane qui est un quartier populaire du Nord Est de Nice. Il en ressort une forte dispersion du revenu généré par habitant calculé sur la base des IRIS (écart type de 737,26, soit à peu-près 1/6 de la moyenne). Si ces remarques attestent d'une forte hétérogénéité, elles ne sont cependant pas les plus intéressantes car on pourrait les répliquer pour de nombreuses villes dont le centre est attractif et d'autres zones moins. La situation de

Nice est cependant différente. Elle témoigne d'une distribution beaucoup plus complexe des revenus engendrés par la plateforme que des cités au centre gentrifié comme Paris.

La carte suivante représente la distribution des revenus par habitant engendrés par la plateforme en fonction des IRIS sur des données 2017. Les zones de couleur presque blanche, bleu pâle et bleus soutenus constituent l'aire de la ville de Nice. Plus la couleur est claire, moins le revenu annuel par habitant généré par la plateforme est élevé. Les zones les plus claires correspondent aux quartiers populaires (vallées du Paillon à l'Est, du Magnan (val de la Madeleine) et du Var à l'Ouest, et les quartiers du Nord de Nice (Las Planas). Les quartiers à fort revenu par habitant sont d'une part les quartiers centraux, autour du vieux Nice et de la Promenade des Anglais, et, d'autre part les quartiers des collines, plus ou moins proches de la mer ou du centre.

Carte 7. Revenu annuel par habitant généré par la plateforme par IRIS, Nice 2017



Quand des couleurs différentes détachent les zones où le revenu par habitant est supérieur en moyenne à 1000 euros, la zone de fort rapport apparait encore plus nettement. Il s'agit d'une part des IRIS situés dans la partie la plus éclairée ou réhabilitée de la vieille ville (Saleya-Château, Vieux-Nice-Sainte Réparate, Vieux-Nice-Visitation) et du début de la Promenade des Anglais (Liberti-Albert 1er, France-Negresco) : ces deux IRIS sont entourés par des ellipses de couleur noire. D'autre part, il s'agit aussi du Mont Boron entouré d'une ellipse verte. D'un côté des zones centrales, anciennement populaires mais progressivement réhabilitées (partie Est de la vieille-ville) ou bourgeoises (début Promenade), de l'autre une colline résidentielle à l'habitat moins dense et plus prestigieux. D'autres collines plus éloignées de la mer (Fabron, Rimiez, Châteauneuf, etc…) ont des caractéristiques voisines de celles du Mont Boron, tandis que d'autre quartiers bourgeois (Victor Hugo) sont aussi associés à des revenus par tête importants.

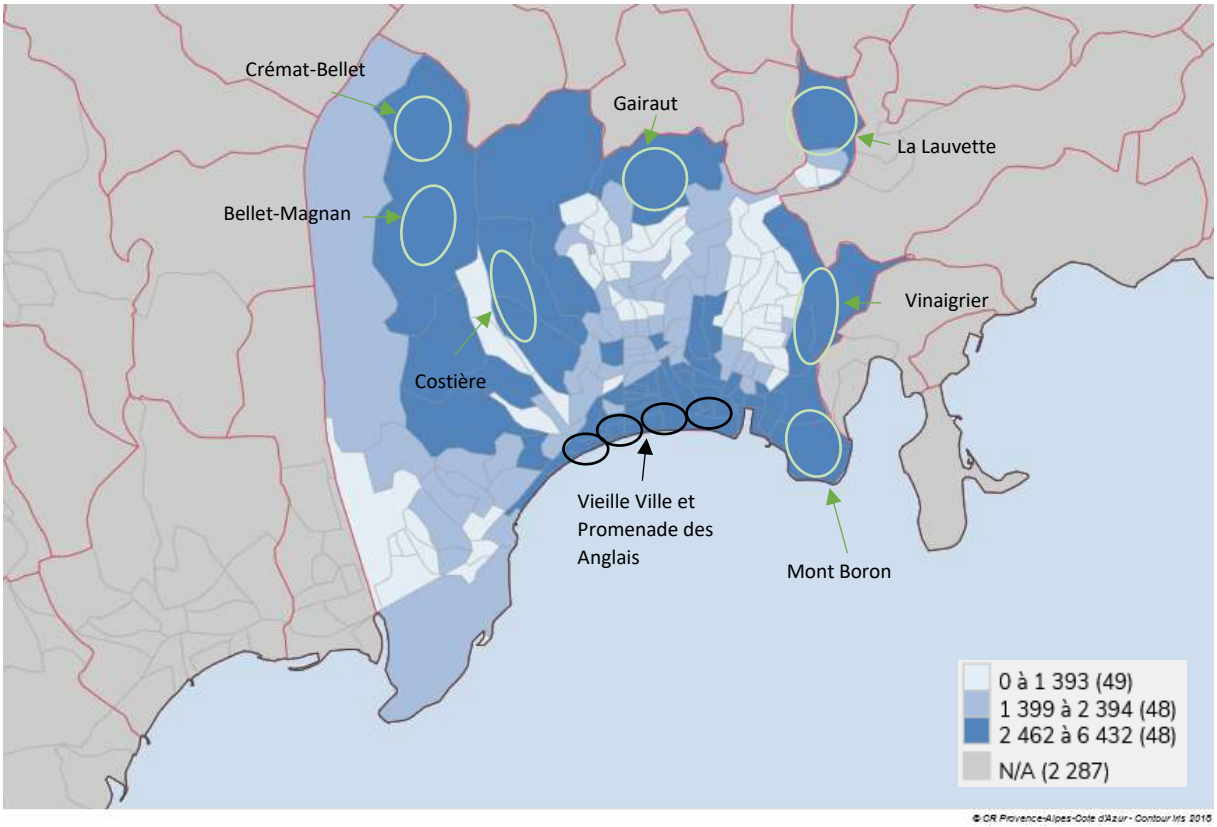
Vieux-Nice-Sainte Réparate

Mont Boron

2.42 Le revenu moyen par annonce active

L'étude de cette bipolarité niçoise est complétée par celle du revenu moyen par annonce. Celui-ci est présenté sur la carte suivante. Le revenu annuel moyen par annonce et par IRIS est de 2121,81 euros. La dispersion mesurée par l'écart (1184,74) est encore plus élevée.

Carte 8. Revenu moyen par annonce et par IRIS, Nice 2017



On trouve ici ce résultat du fait que certaines zones n'accueillent pas ou très peu de voyageurs alors que d'autres font de cet accueil une activité essentielle. Le niveau de la dispersion s'explique en partie du fait que la plateforme est active, elle est aussi plus rémunératrice dans

les zones fréquentées que dans les autres[32]. La comparaison la plus intéressante vient du rapprochement des deux dernières cartes. On remarque alors que certaines zones côtières performantes au niveau du revenu par habitant parce que la population résidente y est faible (quartier d'affaires de l'Arenas et zones mitoyennes) le sont beaucoup moins si l'on s'intéresse au revenu par annonce alors que d'autres localisations se révèlent ici. Il s'agit de localisations situées sur certaines hauteurs de Nice, un peu éloignées du centre et de l'aéroport, des lieux calmes où les résidences individuelles cossues sont dominantes. Dans ces localisations, les offres sont très différentes de celles de la vieille ville mais les revenus par annonce voisins. Cette homogénéisation relative des revenus pour les deux types de localisations et de biens très différents fait apparaitre avec plus de netteté encore les zones blanches des vallées. Le tableau suivant met en évidence les 11 zones engendrant un revenu par annonce supérieur à 3900 euros annuel, ce qui correspond à près de deux fois la moyenne. La première colonne rassemble des localisations de type vieille ville/Promenade et la seconde des localisations de type collines résidentielles. On y trouve 4 zones centrales (contiguës pour trois d'entre elles) et 7 collines plutôt en retrait si l'on exclut le Mont Boron déjà identifié précédemment.

Tableau 6. Quartiers niçois dégageant le revenu par annonce le plus élevé en moyenne

Localisations vieille-ville/Promenade		Localisation collines résidentielles	
IRIS	Revenu moyen par annonce	IRIS	Revenu moyen par annonce
Saleya-Château	6431,83	Gairaut	5605,49
Vieux-Nice-Sainte Réparate	5641,84	Mont Boron	5078,64
Vieux-Nice Visitation	4158,68	La Lauvette	4904,02
France-Negresco	4130,90	Costière	4581,94
		Vinaigrier	4158,30
		Bellet-Magnan	4060,40
		Crémat-Bellet	3907,87

Cette localisation des offres rentables donne ainsi de Nice le visage d'une configuration singulière au sein des grandes métropoles touristiques. On retrouve une telle bipolarité entre centre et collines à Los Angeles notamment, les collines du Nord Est (Holywood) de la ville étant aussi attractives et plus rentables que les localisations centrales. La configuration de Lisbonne conduit aussi à une localisation multipolaire, mais sans la disparité des habitats de Nice ou de Los Angeles, les hauteurs de Lisbonne (Alfama, Bairo Alto, La Mouraria, et même Estrella) offrant pour l'essentiel des hébergements relativement modestes et bon-marché. Paris, Londres, New-York, Barcelone, voire Rome, les destinations les plus offertes sur la plateforme, présentent des configurations bien plus classiques, autour d'un centre historique gentrifié et à haute occupation touristique.

[32] Cette différence entre les taux de dispersion s'explique aussi en partie par les différences d'unités entre les deux statistiques.

2.43 Le niveau d'occupation

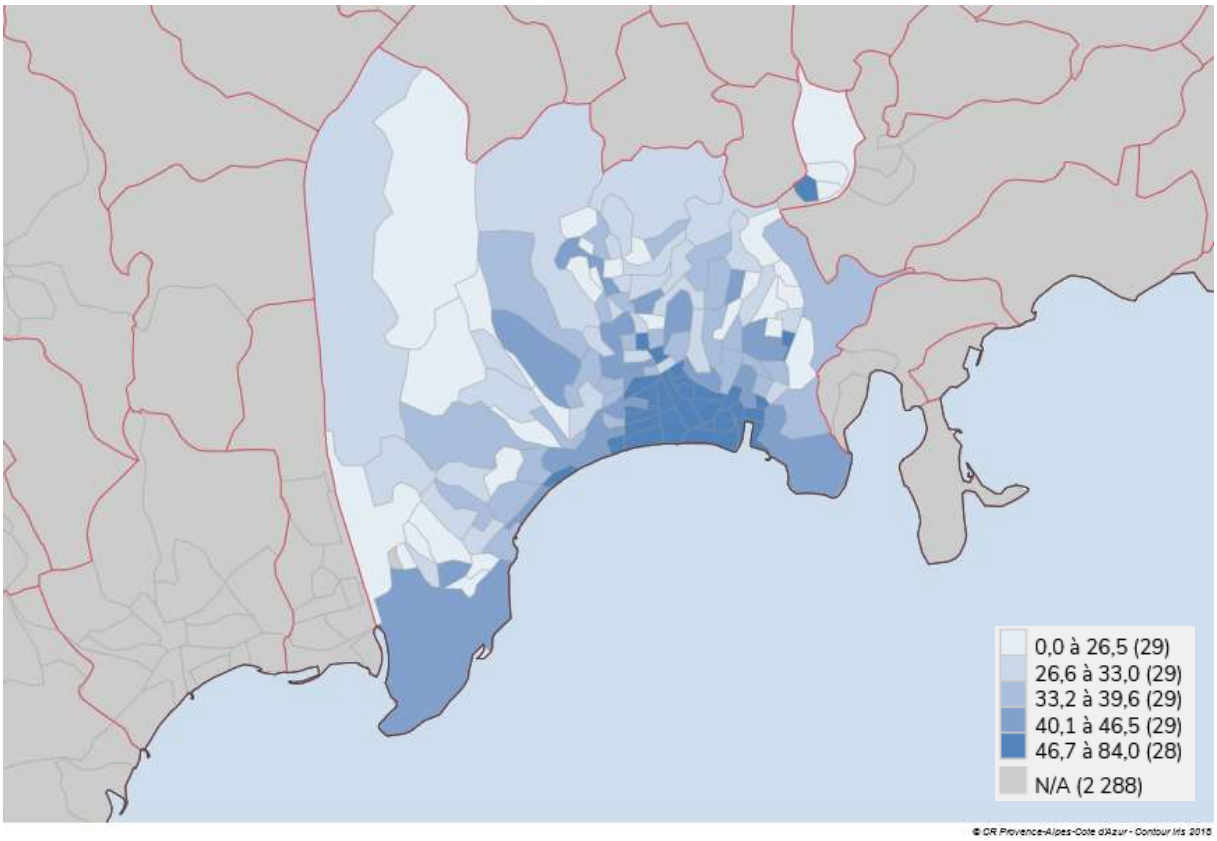
Le niveau d'occupation moyen des hébergements par IRIS présente à nouveau une très forte dispersion. Il tourne autour de 75 jours par an pour les zones de la vielle ville pour descendre à des chiffres très faibles dans des zones peu attractives. Comme il s'agit d'une moyenne par IRIS, il existe aussi une dispersion interne entre hébergements, qui s'explique pour partie au moins par les écarts en termes de disponibilité (certains hébergements sont disponibles en permanence, une fois tenu compte des limitations éventuellement établies par la municipalité, quand d'autres ne le sont que quelques mois ou semaines par an). Si l'on s'intéresse aux deux zones phares précédemment identifiées, mises en regard d'autres localisations, apparait alors le tableau suivant :

Tableau 7. Niveau moyen d'occupation des hébergements selon les quartiers

Localisations vieille-ville/Promenade		Localisation collines résidentielles		Localisations autres	
IRIS	Nombre moyen de jours réservés	IRIS	Nombre moyen de jours réservés	IRIS	Nombre moyen de jours réservés
Vx-Nice-Ste Réparate	76,1	Gairaut	29,3	Ariane-Monzie	84
Saleya-Château	75,5	Mont Boron	43,4	Notre-Dame	61,8
Vx-Nice Visitation	62,7	La Lauvette	22,5	Rossini	61,5
France-Negresco	54,6	Costière	41,9	Thiole	59,1
		Vinaigrier	35	Pr. du Paillon	55,8
		Bellet-Magnan	31,8	V.Hugo-Buffa	54,49
		Crémat-Bellet	22,1		

Ce tableau met en évidence des écarts très intéressants. Les localisations de la vielle ville présentent en moyenne un niveau d'occupation élevé contrairement aux localisations des collines. Avec une occupation entre deux et trois fois moindre en moyenne, un hébergement de Gairaut (en colline et éloigné de la mer) engendre ainsi un revenu aussi élevé qu'un logement de la vielle ville. D'autres localisations, peu rémunératrices, apparaissent aussi dans le palmarès des taux d'occupation. Les quartiers Ariane, Notre Dame et Rossini sont des quartiers populaires ou paupérisés. Les autres sont des quartiers proches du centre ou bien desservis par des transports en commun simples et efficaces (tram) et rassemblant des offres de standing moyen dans des immeubles plutôt anciens. Ces quartiers offrent des hébergements plutôt bon-marché qui peuvent convenir à des visiteurs jeunes, voire à des familles ou à des groupes. Leur taux d'occupation non-négligeable montre que la plateforme joue ici aussi un rôle, même si elle n'affiche pas des performances élevées en termes de revenu dégagé.

Carte 9. Nombre de jours réservés par IRIS (2017)

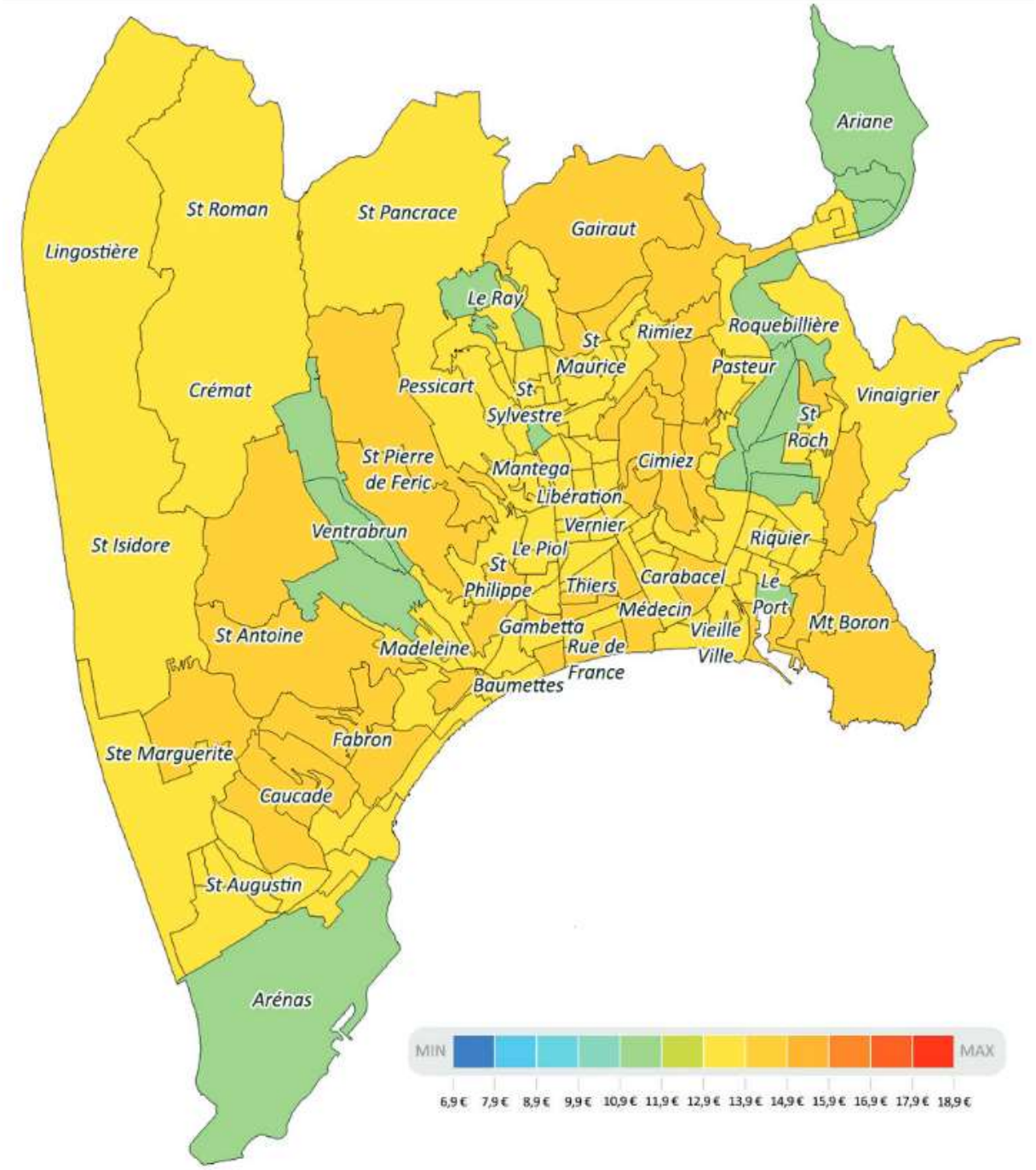


2.44 Revenus de la location de court terme et niveau des loyers

L'étude la plus pertinente à ce niveau se situe dans la prise en compte de l'incidence de la plateforme sur l'évolution des loyers. Malheureusement, nous ne disposons pas de données relatives à ces évolutions annuelles pour la ville de Nice mais seulement des données détaillées d'un rapport publié en 2018 par l'Observatoire des Loyers des Alpes Maritimes.

Les données de ce rapport concernent l'année 2017. Elles portent en particulier sur la ville de Nice, qui est subdivisée en 6 zones dont la logique n'est pas immédiate et ne permet pas de comparaisons de prix utiles.

Carte 10. Loyers médians par tranche de prix et IRIS, 2017



Source[33] : Observatoire des Loyers des Alpes Maritimes (2018, 12, p.27

La carte d'ensemble de la ville de Nice, avec un code de couleurs pour l'évaluation des loyers médians est plus significative, même si comparer une médiane à une moyenne n'est jamais chose aisée. Il faut alors se contenter de mettre en rapport les observations générales faites dans

[33] Observatoire des loyers des Alpes Maritimes (2018) Niveau des loyers 2017, numéro 12, mai.

le cas des loyers et dans le cas des revenus par annonce active. Il en ressort les observations suivantes :

1. Les zones de loyer faible (la haute vallée du Paillon, la Madeleine, Las Planas/Le Ray) sont aussi des zones de faible implantation de la plateforme et des zones caractérisées par un revenu par annonce très faible quand il y a des annonces, même quand le nombre de jours réservé est non-négligeable. La zone proche de l'aéroport, désertée par les locataires, l'est un peu moins par les occupants de la plateforme, moins sensibles aux (ou moins avertis des) nuisances sonores et olfactives.

2. Les collines qui constituent une des zones de revenu élevé de la plateforme sont aussi des zones de loyer élevé. Cela s'applique aussi bien à celle qui sont proches du centre ou de la mer (Mont-Boron) qu'à celles qui en sont plus éloignées (Gairaut, Saint Pierre de Féric, etc.), même si certaines nuances marginales peuvent apparaitre[34].

3. La vieille ville présente une rentabilité plus faible en termes de loyers de longue durée, non seulement que les collines, mais aussi que d'autres quartiers centraux (Médecin, Thiers, Carabacel, Massena, etc). Cette observation n'est pas surprenante pour un connaisseur du Vieux-Nice, fait d'immeubles très anciens et souvent non rénovés, sans ascenseur, abritant des appartements exigus, souvent mal éclairés, avec des vis-à-vis, et sans possibilité de stationnement. Ces caractéristiques ne permettaient il y a quelques années de louer ces biens qu'à des prix très faibles. Le développement des plateformes de location de courte durée a changé la donne.

4. En 2017, et hors location de court terme, Nice apparait comme une ville non gentrifiée en son centre, même si la réhabilitation qui a débuté dans une partie de la zone a commencé à attirer de nouveaux résidents plus aisés.

Ces observations motiveraient un travail différent, portant sur la dynamique des loyers selon les zones et à a suite du développement de la plateforme. L'hypothèse à vérifier empiriquement est que la plateforme a eu une incidence différenciée sur les loyers, sans doute faible sur les collines (la location recouvre une période limitée de l'année et les biens n'ont pas d'autre affectation possible) et plus forte dans le centre historique. La question est aussi de savoir comment s'est fait le report des anciens locataires de longue durée du centre : y a-t-il eu une augmentation des loyers dans d'autres quartiers que ceux qui alimentent pour l'essentiel la plateforme ? Un approfondissement de cette étude pourrait aider à répondre à ces questions.

[34] Par exemple, les loyers sont plus élevés à Fabron qu'au Vinaigrier alors que l'inverse apparait au niveau de la plateforme. En réalité, la zone du Vinaigrier étant occupée pour l'essentiel par un parc naturel, on n'y trouve pas de réelles opportunités de locations de long terme mais certaines villas sont situées aux alentours du Parc Naturel. Les zones de Crémat et de Saint Roman présentent aussi des configurations peu urbanisées et offrent peu de locations de longue durée mais des biens peuvent y être proposés pour des durées limitées.

Conclusion

L'étude des offres d'hébergements Airbnb en Provence Alpes Côte d'Azur montre que la plateforme a dynamisé la location touristique en facilitant l'entrée et la sortie de nouveaux acteurs sur le marché. Du côté de l'offre d'hébergements, les acteurs sont principalement des particuliers, propriétaires de biens immobiliers et occasionnellement usagers de ces biens. Ces acteurs sont aussi des professionnels qui utilisent la plateforme pour offrir les biens dont ils disposent ou pour fournir d'autres services (conciergerie, entretien...). Airbnb permet ainsi à tous les propriétaires, particuliers et professionnels, d'exploiter la capacité inutilisée de leur capital immobilier et de mieux rentabiliser leurs investissements. Du côté de la demande, la plateforme donne aux touristes la possibilité d'accéder à des résidences en bénéficiant de flexibilité dans leurs choix de destinations. Ce rapport décrit comment Airbnb a développé les offres de locations de courte durée dans les destinations touristiques de la région et quels sont les changements que la plateforme a introduits dans ce marché.

En facilitant la mise sur le marché locatif d'un stock important de résidences secondaires ou principales, la plateforme a permis d'accroitre les capacités d'accueil sur tous les territoires. Les taux de croissance des variables relatives à l'offre d'hébergements[35] sont élevés jusqu'en 2017 puis commencent à diminuer ce qui révèle une certaine maturité de ce type de marché[36] de la location touristique. La croissance du nombre total d'occupants potentiels présente un profil assez similaire. Les tarifs journaliers sont stables. En 2019 et en Provence Alpes Côte d'Azur, la plateforme a généré 1,1 milliard d'euros de revenus pour une capacité d'accueil potentielle estimée[37] à 680 000 personnes.

Si la plateforme offre aux propriétaires la possibilité d'un revenu annuel moyen conséquent - *de 5000 à 8000 euros par annonce active selon les départements* – le partage des revenus se fait de plus en plus au bénéfice des acteurs offrant plusieurs biens[38]. L'arrivée à maturité du marché semble donc s'accompagner d'une « professionnalisation » des particuliers et d'une augmentation de la présence des professionnels. La majorité des annonces porte en effet sur des logements entiers et affiche une importante disponibilité dans l'année. L'observation des propriétaires multi-annonces montre toutefois que cette professionnalisation est beaucoup moins marquée dans certains départements, notamment dans les Bouches du Rhône et les Alpes de Haute Provence.

On assiste aussi à un certain redéploiement de l'offre d'hébergements en dehors des lieux touristiques traditionnels. Les observations faites au niveau des EPCI ou de la ville de Nice montrent que la plateforme oriente une partie des flux touristiques vers certaines zones peu équipées en hébergements touristiques classiques. L'offre d'hébergements Airbnb, encore très concentrée dans certains mois de l'année et dans l'espace, tend à se diffuser dans les territoires non urbains ou les quartiers hors centre-ville. Pour autant, les revenus qu'elle redistribue se concentrent dans certaines zones attractives.

[35] Annonces actives, annonces actives avec réservations, jours réservés par annonce, revenus annuel moyen par annonce.
[36] En 2019, près de 87% des annonces actives ont une réservation
[37] Estimation effectuée sur la base du nombre maximum de personnes pouvant être accueillies par annonce
[38] En 2019 et en région Sud, les propriétaires n'ayant qu'une annonce gèrent 80% des annonces actives mais ne perçoivent que 47% des revenus de la plateforme.

Même si notre étude est sommaire en ce point, l'offre d'hébergements Airbnb ne semble pas avoir affecté d'un point de vue global la fréquentation hôtelière dans la région. Airbnb et les autres plateformes ont même permis une hausse de la fréquentation touristique dans certains territoires et quartiers urbains. Au lieu d'ancrer le tourisme dans des lieux particuliers, les plateformes offrent aux touristes la possibilité de choisir et de changer de destination chaque année à des prix qui restent abordables. Un processus de transformation de l'espace se met ainsi en place dans les territoires notamment en milieu urbain. À Nice par exemple, ces changements pourraient ne pas se limiter pas au tourisme et affecter l'ensemble des marchés immobiliers.

L'analyse des données 2020 devrait permettre de voir si une telle évolution est en cours mais aussi d'étendre le travail à d'autres villes ou métropoles. Mieux comprendre les enjeux que présente la plateforme Airbnb au niveau du développement économique ou de la cohésion sociale des territoires est en effet essentiel pour répondre aux préoccupations des institutions locales, notamment en période de crise.

III. Annexes

Annexe 1 : Méthodologie

Les données AIRDNA que nous avons principalement utilisées rassemblent des informations sur chaque hébergement proposé sur la plateforme Airbnb entre 2015 et 2019 (Annexe 2).
Pour chaque hébergement, elles fournissent des relevés mensuels d'indicateurs tels que le descriptif d'un hébergement (pièce privée ou partagée, logement entier, nombre et nature des pièces pour un logement entier) de sa localisation (code postal et coordonnées GPS), de ses commodités (cuisine, air climatisé, chauffage, laveuse, sécheuse, foyer, place de parking…)[39]. Ces données indiquent aussi le nombre de jours proposé à la location, le nombre de jours effectivement occupé et le prix moyen payé lors de la location. Des données sur les hôtes, le nombre et le type de leurs offres, permettent aussi, après croisement, d'obtenir un revenu par hôte.

1.1 Apports et limites de la méthodologie de collecte de données

Les indicateurs de AIRDNA sont relevés en continu à l'échelle mondiale, ce qui les rend à la fois assez complets et surtout comparables d'une destination à l'autre. Toutefois certaines imprécisions subsistent dans ces données[40], notamment en ce qui concerne :

- les adresses postales : Airbnb déforme légèrement les données GPS pour protéger la confidentialité des utilisateurs. Une localisation géographique très précise des hébergements (immeuble, étage) n'est pas possible, les coordonnées GPS ne devant pas être considérées comme des indicateurs parfaitement fiables. Nous l'avons vérifié nous-mêmes dans plusieurs cas quand on descend au niveau des quartiers et des rues.

- les variables d'activité d'hébergement : en moyenne, AIRDNA surestime le nombre de réservations et le revenu annuel. Les annonces Airbnb présentant des taux d'annulation élevés ou fréquemment bloquées pour de courtes périodes s'avèrent les moins fiables, probablement parce que l'algorithme de *scraping* n'est pas toujours capable de bien distinguer les réservations réelles, les annulations et / ou les courtes périodes de blocage. Les données quantitatives doivent donc être interprétés avec prudence. Selon Ioannides *et al*. (2019), les chiffres réels sont de 8% à 15% inférieurs à ceux que transmet la plateforme. Exemple de ces mécomptes, le simple fait d'être proposé à la location ne suffit pas pour qu'un hébergement soit considéré comme « disponible » par AIRDNA lors du calcul des taux d'occupation, ou du revenu moyen par réservation[41]. En effet, AIRDNA inclut uniquement les annonces réservées dans le calcul de ces variables ce qui équivaut à considérer qu'une chambre d'hôtel non louée pendant un mois devrait être exclue du calcul des taux d'occupation et d'autres statistiques. L'exclusion des hébergements sans réservation tend ainsi à minimiser l'offre disponible et à gonfler les taux d'occupation. Ce biais pourrait ne pas s'appliquer uniformément : les localisations qui présentent un taux de fréquentation élevé y sont peut-être moins sensibles que les autres. Nous avons choisi de traiter les

[39] Voir en annexe 3, les définitions des métriques.
[40] Ioannides D., Röslmaier M., van der Zee E. (2018) Airbnb as an instigator of 'tourism bubble' expansion in Utrecht's Lombok neighbourhood. *Tourism Geographies*, 21(1), 1–19.
[41] Agarwal V., Koch J.V, McNab R.M (2019) Differing Views of Lodging Reality: AIRDNA, STR, and Airbnb, *Cornell Hospitality Quarterly*, Vol. 60 (3), 193-199.

imprécisions qui en résultent en ne considérant que les annonces actives. Celles-ci servent de base à toutes les données qui figurent dans ce rapport.

- AIRDNA utilise aussi le nombre total de nuits disponibles et non pas le nombre total de nuitées disponibles. La distinction est subtile car pour les annonces qui ne comportent qu'une seule chambre c'est la même chose. La distinction s'avère importante pour les annonces comportant plusieurs chambres ; dans ce cas le nombre de nuitées est toujours supérieur au nombre de nuits disponibles. La non prise en compte du nombre de chambres conduit ainsi à surestimer la variable ADR, elle biaise également les comparaisons avec les hôtels (raisonnement en nuitées chambre).

1.2 Organisation des données et traitement des variables

Les variables AIRDNA sont décrites en Annexe 2 et les données font l'objet de 3 fichiers :

- **Property** (363 070 lignes) donne les caractéristiques de chaque hébergement (identifié par un property ID) proposé à la location en Provence Alpes Côte d'Azur (2015-2019) ;
- **Monthly-Match** donne les résultats mensuels de chaque annonce et permet de savoir si un hébergement (property ID) a été loué, combien de temps et à quel prix, pour chaque mois de chaque année. La taille de ce fichier est donc considérable et nécessite un travail de préparation important avant traitement ;
- **Hosts** (160 283 lignes) permet de savoir le nombre d'hébergements gérés par chaque hôte (identifié par un host ID).

1.21 Identification des annonces actives

Pour les raisons précédemment exposées, nous n'avons raisonné que sur les annonces Airbnb actives c'est-à-dire les annonces qui font l'objet d'un jour réservé ou au moins disponible au cours de l'année. Pour repérer ces annonces actives, nous n'avons pas directement utilisé la variable « Active » proposée par AIRDNA[42] mais nous avons utilisé une méthode basée sur les résultats mensuels apparaissant dans le fichier Monthly-Match (voir Annexe 3)
Les variables ainsi définies nous ont permis d'éliminer la différence de typologie entre 2015 et les années suivantes et de traiter l'ensemble des données AIRDNA de manière homogène.

1.22 Localisation des annonces

La localisation des annonces est un élément central à ce travail qui a conduit à travailler sur la répartition géographique des offres.

L'annexe 4 présente :

[42] L'identification des annonces actives par AIRDNA soulève en effet plusieurs difficultés.
La première est que la méthode adoptée par AIRDNA pour mesurer les variables et distinguer les annonces actives des annonces non actives a changé en 2016. La seconde est que la définition des annonces actives est en fait différente selon que l'annonce a été scrapée dans le mois ou pas (si le scraping a lieu dans le mois Active signifie « qui a des réservations ou pourrait en avoir » ; si le scraping n'a pas eu lieu dans le mois en cours Active signifie « qui a eu des réservations »).

1. La manière dont le fichier original a été examiné pour repérer les informations de localisation ;
2. Les méthodes utilisées pour compléter les noms de communes ;
3. Les conditions de l'ajout au fichier d'une variable relative au code de la commune et la méthode employée pour la renseigner ;
4. Les conditions de l'ajout au fichier d'une variable relative à l'IRIS (îlots regroupés pour l'information statistique) d'appartenance de chaque listing.

Sans ces ajouts à la base, aucune analyse territoriale et spatiale fine n'aurait été possible.

1.3 Porosité de l'offre et de ses canaux de transmission

Dans le domaine du tourisme, l'offre d'hébergement de court terme se subdivise en plusieurs segments. L'INSEE, distingue 3 catégories : « Hôtels », « Campings » et le reliquat « Autres Hébergements Collectifs Touristiques » (AHCT). Cette typologie exclut les hébergements en logements individuels proposés par des particuliers[43] même si l'offre est marchande[44].
L'offre d'Airbnb échappe pour l'essentiel à cette typologie puisqu'elle est majoritairement constituée de logements proposés par des particuliers. À l'origine, il était plus ou moins implicite que ces hébergements étaient des résidences principales ou secondaires offerts par leur propriétaire en location pendant une partie de l'année, dans des transactions *peer to peer* facilitées par le rôle d'intermédiaire de la plateforme. Cependant, avant même l'introduction de la plateforme, un marché des locations saisonnières et des chambres d'hôtes existait déjà. Il procurait le plus souvent des revenus d'appoint à de tout petits propriétaires mais pouvait aussi conduire à certaines reconversions professionnelles dans l'acquisition de biens mis en location saisonnière ou à l'émergence d'activités commerciales de plus grande ampleur à l'échelon régional ou national, spécialisées dans la résidence de vacances. Ces deux offres ont assuré l'émergence de la plateforme.

Dans la typologie habituelle, la location de court terme est un « meublé ». En France, le meublé peut être un logement entièrement dédié à la location mais il peut s'agir aussi d'un hébergement occupé à temps partiel par son propriétaire comme résidence secondaire, ou même comme résidence principale (dans ce cas pour un nombre de mois supérieur ou égal à 8 mois par an). À l'exception des résidences principales, les meublés doivent être déclarés en mairie si la durée de location excède 120 jours. Ces hébergements sont en général proposés directement par leur propriétaire, via des agences immobilières ou des annuaires comme ceux des offices de tourisme. Quant aux chambres d'hôtes, ce sont en principe des chambres meublées chez l'habitant pour lesquelles la déclaration en mairie est obligatoire. Aujourd'hui, une majorité d'entre elles est répertoriée sur les plateformes spécialisées de type Gîtes de France, Clévacances[45]. Mais dans certains cas, le même bien peut apparaitre sous différentes appellations, la frontière entre le meublé touristique et la chambre d'hôte étant souvent peu claire, la « maison d'hôte » étant de plus en plus souvent entièrement séparée de la résidence du propriétaire, jusqu'à ne conserver parfois plus de lien de proximité avec cette dernière.

[43]Lorsqu'il est proposé par un particulier, l'hébergement en logement individuel peut relever d'une offre marchande (meublés touristiques, chambres d'hôtes...) ou non marchande (résidences secondaires ou hébergements chez des parents/amis).
[44] Gidriol J.C (2020) Les hébergements collectifs touristiques en 2019. La fréquentation progresse malgré un recul de la clientèle non-résidente. *Insee Première,* n°1799, mai, 1-4.
[45] Y compris quand elles s'affichent désormais aussi sur Airbnb.

Ce marché de la location touristique s'est transféré pour partie ou totalité sur Airbnb et sur les plateformes de ses nouveaux concurrents qui ont misé initialement sur les atouts du digital d'une part, et sur la diffusion d'un message de type *peer-to-peer*, où la photographie souriante d'hôtes sympathiques a rénové l'image vieillotte de la location saisonnière. De nouvelles offres commerciales, émanant de différentes origines, s'y sont aussi ajoutées, encouragées par la capacité de la plateforme à diffuser une information complète et attrayante. Airbnb et ses concurrents ont pu proposer à l'occasion des structures diversifiées (caravanes, mobil-home, yourtes, bateaux) difficiles à classer en résidences principales ou secondaires, et qui correspondent à des demandes trop particulières pour qu'un marché traditionnel puisse les satisfaire. Aux modes anciens de diffusion de l'offre s'ajoutent ainsi des plateformes numériques dédiées à la parution gratuite de petites annonces (Leboncoin.fr), spécialisées dans les locations de vacances et chambres d'hôtes (Clévacances, Interhome) ou bien orientées vers les transactions entre particuliers (c'est à cette dernière catégorie qu'appartiennent Airbnb, Abritel-HomeAway[46]). Si on y adjoint les plateformes visant à l'agrégation de plusieurs sites ou offres (Homerez, Booking.com), le marché de l'intermédiation en matière d'hébergements touristiques s'avère finalement très complexe[47] et offre en lui-même de multiples porosités, un bien pouvant être proposé sous diverses formes, mais aussi et surtout sur diverses plateformes. Cette porosité atteste des changements qui affectent aujourd'hui le secteur de l'hébergement touristique.

[46] La plateforme Homelidays est devenue Abritel-HomeAway.

[47] Bouquet C., Vacher L., Vye D. (2019) Que nous dit l'offre Airbnb sur l'évolution des territoires touristiques ? Le cas de La Rochelle/Île de Ré. *Mappemonde*, 125.

Annexe 2 : Variables AIRDNA

https://www.airdna.co/airdna-glossary-of-metric-definitions

Active➔Active vacation rentals are those that had at least one calendar day classified as reserved or available during the reporting period

les annonces AB actives sont celles qui ont au moins un jour de réservé ou un jour de disponible au cours de la période étudiée

Airbnb Host ID➔Unique Airbnb host ID (https://www.Airbnb.com/users/show/(hostID) will bring up the host profile

Airbnb Listing Main Image URL➔Link to the main vacation rental listing image on Airbnb

Airbnb Listing URL➔Link to the vacation rental listing on Airbnb

Airbnb Property ID➔Unique property ID assigned by Airbnb. http://Airbnb.com/rooms/(propid) will bring up the Airbnb vacation rental listing

Airbnb Superhost➔True or False depending if the host is a Superhost on Airbnb

Annual Revenue LTM (Native)➔Last twelve months (LTM) or total monthly listing revenue, depending on report viewed, in native host currency. Includes cleaning fees but not other additional fees

Annual Revenue LTM (USD)➔Last Twelve Months (LTM) or total monthly listing revenue, depending on report viewed, in USD. Includes cleaning fees but not other additional fees

Available Days➔Total number of listing calendar days that were classified as available during the reporting period. Each calendar day is classified as either A = available, B = blocked, or R = reserved.

Available Listings➔Total number of listings whose calendars had at least one day classified as available or reserved during the reporting period

Average Daily Rate (Native)➔Average Daily Rate (ADR) of booked nights in the native currency chosen by the host. ADR = Total Revenue / Booked Nights

Average Daily Rate (USD)➔Average daily rate (ADR) of booked nights in USD. ADR = Total Revenue / Booked Nights

Biais de cet indicateur (surestimé) : si on tient compte du nombre de chambres l'ADR diminue

Bathrooms➔Number of bathrooms in a vacation rental listing

Bedrooms➔Number of bedrooms in a vacation rental listing

Blocked Days➔Total number of listing calendar days that were classified as blocked during the reporting period. Each calendar day is classified as either A = available, B = blocked, or R = reserved.

Booked Date➔Date that AirDNA picked up the booked reservation

Booked Listings➔Total number of listings that had at least one reservation during the reporting period

Calendar Last Updated➔The last time the host updated their calendar

Cancellation Policy➔Cancellation policy for the vacation rental listing

Check-in Time➔Check-in time for the vacation rental listing

Checkout Time➔Check-out time for the vacation rental listing

City➔ City where the vacation rental property is located

Cleaning Fee (Native)➔Cleaning fee charged per reservation in the native currency chosen by the host

Cleaning Fee (USD)➔Cleaning fee charged per reservation in US dollars

Count Available Days LTM➔Total number of listing calendar days that were classified as available for reservation, but not actually booked during the last twelve months. Each calendar day is classified as either A = available, B = blocked, or R = reserved

Count Blocked Days LTM➔Total number of listing calendar days that were classified as blocked from receiving a reservation during the last twelve months

Count Reservation Days LTM➔Total number of listing calendar days that were classified as reserved during the last twelve months

Country➔Country where the vacation rental property is located

Created Date➔The date the vacation rental listing was created

Currency (USD)➔Currency in US dollars

Currency Native➔Native currency chosen by the host

Date➔Date in the listing's calendar

Demand (Listings)➔Total number of vacation rental listings that were booked during the reporting period

Demand (Nights)➔Total number of Booked Nights during the reporting period

Entire Place➔Type of listing in which guests have the whole home to themselves. This usually includes a bedroom, a bathroom, and a kitchen.

Extra People Fee (Native)➔Extra people fee in native currency chosen by the host

Extra People Fee (USD)➔Extra people fee in US dollars

HomeAway Listing Main Image URL➔Link to the main vacation rental listing image on HomeAway

HomeAway Listing URL➔Link to the vacation rental listing on HomeAway

HomeAway Premier Partner➔True or False depending if the HomeAway host is a Premier Partner

HomeAway Property ID➔Unique HomeAway property ID http://HomeAway.com/vacation-rental/p(propid) will bring up the HomeAway listing

HomeAway Property Manager➔Unique property manager ID (when available)

Hotel Comparable Listings➔Studio and one bedroom Entire Home vacation rentals. AirDNA believes these are the type of listings most likely to compete directly with hotels.

Instantbook Enabled➔True = the vacation rental property can be booked without any host/guest communication

Last Scraped Date➔The last date that our scrapers located the vacation rental listing. Each listing is scraped every three days.

La dernière date à laquelle AIRDNA a pu collecter des données pour cette property. Cela signifie que la propriété a été hors ligne / supprimée de la liste depuis cette date.

Latitude➔Latitude of the vacation rental property

Listing Title➔Title of the vacation rental listing

Listing Type➔Three vacation rental listing types: Entire Home, Private Room, and Shared Room

Longitude➔Longitude of the vacation rental property

LTM➔Last Twelve Months

Max Guests➔The maximum number of guests the vacation rental property can accommodate

Metropolitan Statistical Area➔Metropolitan statistical area of where the vacation rental property is located (US only)

Minimum Stay➔The default minimum night stay required by host

Neighborhood➔Neighborhood where the vacation rental property is located, where available

La variable "Voisinage" est extraite de la base de données AIRDNA. Pour déterminer où se trouve la propriété, AIRDNA utilise les coordonnées collectées auprès d'Airbnb / Vrbo. Lorsqu'un quartier est mappé dans cette zone, il est renseigné. Mais tous les quartiers ne sont pas répertoriés dans la base de données AIRDNA

Number of Reservations➔Number of unique reservations during the last twelve months

Number of Reservations LTM➔Number of unique reservations during the last twelve months. The length of a reservation may include one or more Booked Nights.

Number of Photos➔Number of photos in a vacation rental listing

Number of Reviews➔Total number of vacation rental listing reviews

Occupancy Rate➔Occupancy Rate = Total Booked Days / (Total Booked Days + Total Available Days). Calculation only includes vacation rentals with at least one Booked Night.

Occupancy Rate LTM➔Occupancy Rate = Count of Reservation Days / (Count of Reservation Days + Count of Available Days). Calculation excludes blocked days and months without a booking

Biais de cet indicateur (surestimé)
Le fait d'être proposé à la location ne suffit pas pour que la propriété d'un hôte soit considérée comme disponible par Airdna lorsqu'elle calcule les taux d'occupation, les ADR et les RevPAR.
***Airdna n'inclut que les property réservées dans le calcul de ces variables**. Cela équivaut à un hôtelier affirmant qu'une chambre non louée pendant 1 mois devrait être exclue du calcul des taux d'occupation et autres mesures..*

Overall Rating➔Guest rating on a scale of 1-5

Price (Native)➔Available or booked nightly rate in the native currency chosen by the host

Price (USD)➔Available or booked nightly rate in US dollars

Private Room➔Type of listing in which guests have their own private room for sleeping. Other areas could be shared.

Property ID➔ Unique id assigned by AirDNA for each vacation rental listing

Property Type➔Types of accommodations

Published Monthly Rate (USD)➔The monthly price in USD if specified by the host

Published Nightly Rate (USD)➔Default nightly rate for a vacation rental listing in USD

Published Weekly Rate (USD)➔Default weekly rate for a vacation rental listing in USD

Reporting Month➔07/01/2017 = vacation rental performance during July 2017

Reservation Days➔Total number of listing calendar days that were classified as reserved during the reporting period. Each calendar day is classified as either A = available, B = blocked, or R = reserved.

Reservation ID➔This is an ID created by AirDNA to identify which reserved days pertain to a unique reservation

Response Rate➔The percentage of new inquiries and reservation requests a host responds to (by either accepting/pre-approving or declining) within 24 hours

Revenue (Native)➔Total revenue (in the native currency chosen by the host) earned during the reporting period. Includes the advertised price from the time of booking, as well as cleaning fees.

Revenue (USD)➔Total revenue (in US dollars) earned during the reporting period. Includes the advertised price from the time of booking, as well as cleaning fees.

RevPAR➔Revenue Per Available Rental = ADR * Occupancy Rate

Room Nights➔Supply (listing calendar days classified as available or reserved) multiplied by the number of bedrooms in each vacation rental listing

Scraped During Month➔True = listing was scraped during the month

TRUE : la propriété était en ligne pendant ce mois et ses données ont été scrappées par AIRDNA (pour rechercher des propriétés en ligne, filtrer TRUE).
FALSE : la propriété n'était pas en ligne pendant ce mois et ses données n'ont pas pu être scrappées.

Security Deposit (Native)➔Security deposit in the native currency chosen by the host

Security Deposit (USD)➔Security deposit in US dollars

Shared Room➔Type of listing in which guests sleep in a bedroom or a common area that could be shared with others

State➔State where the vacation rental property is located

Status➔A = Available, B = Blocked, R = Reserved

Supply (Listings)➔Total number of vacation rental listings

Supply (Nights)➔Total number of Available Nights and Booked Nights from Active Listings

Zipcode➔Zip code where the vacation rental property is located

Annexe 3 : Traitement des données du fichier Monthly-match

Liste des variables de résultats pour l'année 2015

2015.Month.Match (1)	**Annonce figurant dans le rapport d'activité mensuel** (Monthly Match) Valeurs : 1 = oui ; 0 = non
2015.Active (2)	**Annonce active dans l'année du rapport d'activité mensuel** (Monthly Match) Valeurs : 1 = Oui. L'annonce a au moins un mois avec la caractéristique ACTIVE = TRUE. (3) > 0 0 = Non. L'annonce n'a aucun mois avec la valeur ACTIVE = TRUE. (3) = 0 NA = L'annonce ne figure pas dans le rapport d'activité mensuel. (1) = 0
2015.Month.Active.True (3)	**Nombre de mois de l'année avec la caractéristique ACTIVE = TRUE** Nombre de mois possédant au moins un jour de réservé ou un jour de disponible quand le scraping à pu être réalisé durant le mois (Scraped during month True) + nombre de mois avec au moins un jour de réservé lorsque le scraping n'a pas pu être réalisé dans le mois (Scraped during month False)
2015.Month.Active.False (4)	**Nombre de mois de l'année avec la caractéristique ACTIVE = FALSE** Nombre de mois bloqués (donc sans aucun jour de disponible à la réservation) + nombre de moins sans réservation lorsque le scraping n'a pas pu être réalisé dans le mois (Scraped during month False)
2015.Month.NA (5)	**Nombre de mois de l'année ne figurant pas dans le rapport d'activité mensuel** NB : (3) + (4) + (5) = 12 mois
2015.Month.Res.Active.True (6)	**Nombre de mois de l'année avec la caractéristique ACTIVE = TRUE, avec des réservations** Mois pour lesquels il y a eu au moins un jour de réservation (Scraped during month True or False)
2015.Month.NoRes.Active.True (7)	**Nombre de mois de l'année avec la caractéristique ACTIVE = TRUE, sans réservation** Mois pour lesquels le scraping a pu être réalisé et pour lesquels il n'y a pas eu de réservation, bien que des jours soient disponibles. NB : (6) + (7) = (3)
2015.Month.NoRes.Active.False (8)	**Nombre de mois de l'année avec la caractéristique ACTIVE = FALSE, sans réservation, hors mois bloqués** Mois pour lesquels le scraping n'a pas pu être réalisé (Scraped during month False), et pour lesquels il n'y a pas eu de réservation, bien que des jours soient disponibles.
2015.Month.NoRes (9)	**Nombre de mois de l'année sans réservation, hors mois bloqués** NB : (7) + (8) = (9)
2015.Month.Blocked (10)	**Nombre de mois de l'année bloqués** Nombre de mois pour lesquels aucun jour n'est disponible à la réservation. NB : (5) + (6) + (7) + (8) + (10) = 12 mois
2015.Days.NA (11)	**Nombre de jours de l'année ne figurant pas dans le rapport d'activité mensuel**
2015.Days.Res (12)	**Nombre de jours de l'année réservés** Rd1 + Rd3
2015.Days.Avail (13)	**Nombre de jours de l'année disponibles, hors jours réservés** Ad1 + Ad2 + Ad3 + Ad4
2015.Days.Avail.Active.True (14)	**Nombre de jours de l'année disponibles pour les mois possédant la caractéristique ACTIVE = TRUE, hors jours réservés** Ad1 + Ad2 + Ad3
2015.Days.Avail.Active.False (15)	**Nombre de jours de l'année disponibles pour les mois possédant la caractéristique ACTIVE = FALSE, hors jours réservés**

	Ad4 NB : (14) + (15) = (13)
2015.Days.Blocked (16)	**Nombre de jours de l'année bloqués** NB : (11) + (12) + (13) + (16) = 365 ou 366 jours
2015.Occup.Rate (17)	**Taux d'occupation annuel** Nb de jours de l'année réservés / (Nb de jours de l'année réservés + Nb de jours de l'année disponibles). (17) = (12) / [(12) + (13)]
2015.Occup.Rate.Active.True (18)	**Taux d'occupation annuel, en ne considérant que les mois ayant la caractéristique ACTIVE = TRUE** Nb de jours de l'année réservés / (Nb de jours de l'année réservés + Nb de jours de l'année disponibles pour les mois possédant la caractéristique ACTIVE = TRUE). (18) = (12) / [(12) + (14)] NB : (18) > (17)
2015.Revenu (19)	**Revenu annuel, en $**
2015.Revenu.Active.Month (20)	**Revenu annuel par mois actif avec réservation, en $** (19) / (6)
2015.ADR (21)	**Average Daily Rate : prix moyen pour un jour de réservation, en $** (20) = (19) / (12)
2015.ADR.Guest (22)	**Average Daily Rate par Guest** (21) / Nb de Max Guest
2015.ADR.Bedroom (23)	**Average Daily Rate par Bedroom** (21) / Nb de Bedrooms

Nombre d'annonces et rapport 2015-2019

Annonces existantes (A) Ensemble des annonces crées jusqu'à l'année en cours (incluse) / variable utilisée : **Creation.Year** Ex. : 53 447 (2015)	
Annonces figurant dans le rapport mensuel de l'année (B) variable utilisée : **2015.Month.Match** (1). Ex. : 33 152 (2015)	**Annonces délistées (C)** (A) – (B). Ex. : 20 295 (2015)

Annonces actives (D) **Variable utilisée : 2015.Active** (2). valeur = 1 Ex. : 32 311 (2015)	**Annonces non-actives (E)** **Variable utilisée : 2015.Active** (2). valeur = 0 Ex. : 841 (2015)

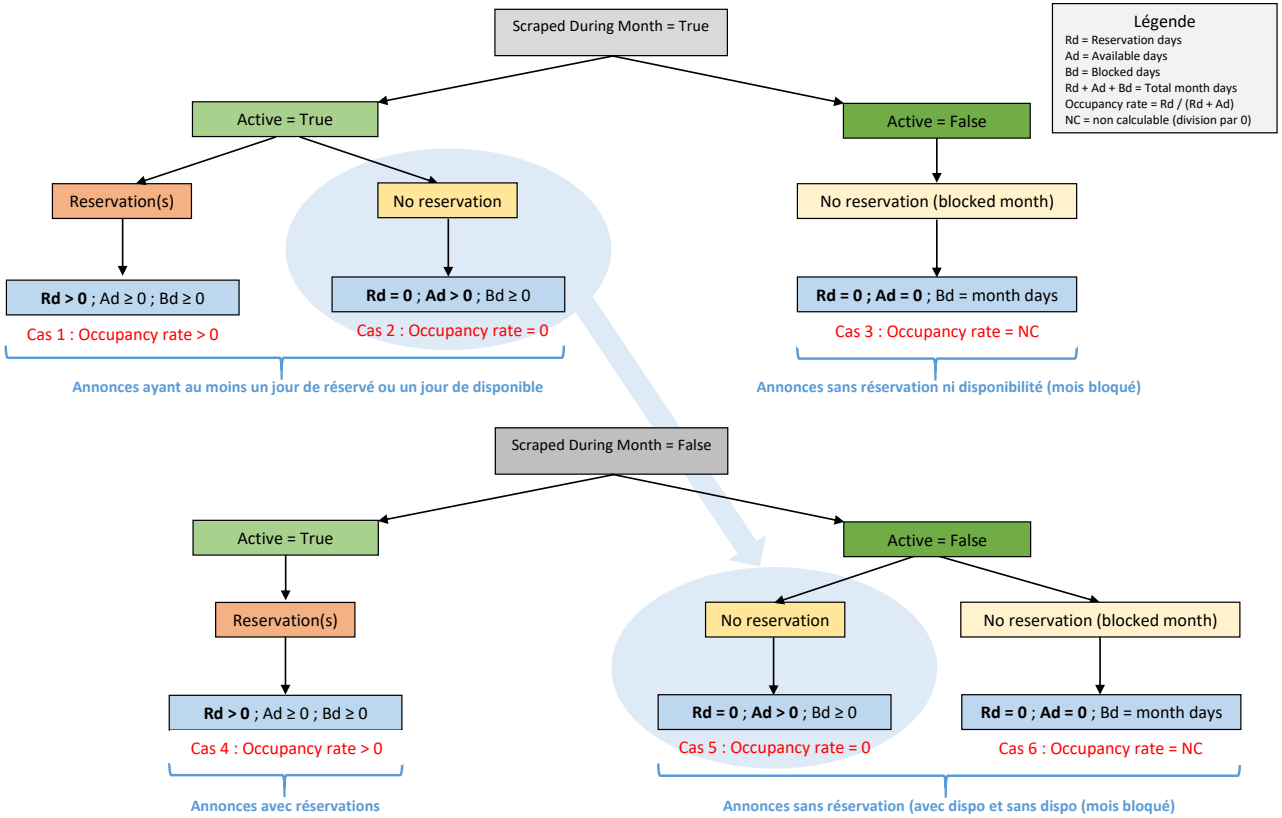
Annonces actives avec réservations (F) Variable utilisée : **2015.Days.Res** (12) valeur > 0 Ex. : 22 422 (2015)	**Annonces actives sans réservation (G)** Variable utilisée : **2015.Days.Res** (12) valeur = 0 Ex. : 9 889 (2015)

Rapport synthétique par département 2015-2019

Créations = nb d'annonces créées dans l'année
Tot annonces = nb total d'annonces créées (année en cours incluse) **(A)**
Actives = nb d'annonces Actives (selon notre définition d'une annonce Active sur l'année) **(D)**
Non-Actives = nb d'annonces Non-Actives (selon notre définition d'une annonce Active sur l'année) **(E)**
Actives / Rapport = **D / B**
Actives avec Res = nb d'annonces actives avec réservation **(F)**
Actives avec Res / Actives = F / D
Actives avec Res / Rapport = **F / B**
Nb j = Total du nombre de jours de l'année réservés**.** Variable utilisée : **2015.Days.Res** (12)
$ = Total des revenus annuels, en $. Variable utilisée : **2015.Revenu** (19)
$ par annonce = Total des revenus annuels (**$**) / Nb d'annonce actives avec Res (**F**)
$ / Active Month = Revenu moyen par mois actif avec réservation. Variable utilisée : **2015.Revenu.Active.Month** (21)
ADR $= $ / Nb j (NB : il ne s'agit pas de la moyenne des ADR - **2015.ADR** (22) - de chaque annonce)
ADR Guest = Moyenne des ADR.Guest de chaque annonce. Variable utilisée : **2015.ADR.Guest** (23)
ADR Bedroom = Moyenne des ADR.Bedroom de chaque annonce. Variable utilisée : **2015.ADR.Bedroom** (24)

Evo Créations = évo en % du nb de créations par rapport à l'année précédente
Rapp 2015 = nb d'annonces figurant dans le rapport mensuel de l'année **(B)**
Actives / Total = **D / A**
Actives No Res = nb d'annonces actives sans réservation **(G)**
Actives avec Res / Actives = G / D
(Non-Actives + Active No Res) / Rapport = **(E + G) / B**
Nb j / Actives avec Res = moyenne de j réservés par annonce active avec réservation
Nb annonces très actives = annonces actives avec plus de 60 j de réservés (année)

Typologie des annonces Airbnb (Résultats mensuels, AirDNA)



Cas 1 : Occupancy rate > 0

Cas 2 : Occupancy rate = 0

Annexe 4 : Localisation des annonces

4 étapes ont été nécessaires pour localiser le lieu du bien proposé dans les annonces

- ⇨ **Étape 1 : repérage des données de localisation**

Le fichier au format csv d'origine a été transformé au format Excel afin d'examiner les informations disponibles dans les différentes colonnes. Ce premier fichier a été nommé Property 00 original.xlsx. Quelques erreurs de conversion (liées aux séparateurs de cellules) ont été observées suite au passage du format csv ou format xls, entrainant des décalages dans les cellules. Ces erreurs (une trentaine) ont été corrigées manuellement afin que chaque donnée se retrouve dans la bonne colonne.
Le fichier corrigé est enregistré sous le nom **Property 01.xlsx**.
Ce fichier comporte 363 070 enregistrements (annonces) identifiées par un numéro (Listing.ID, colonne A). Parmi toutes les informations présentées pour chaque annonce (70 variables), les indications de localisation sont disponibles dans les colonnes suivantes :

1. Pays (Country)
2. Région (State)
3. Commune (City)
4. Code postal (Zipcode)
5. Quartier (Neighborhood)
6. Aire Géographique statistique (Metropolitan.Statistical.Area)
7. Adresse web de l'annonce (Listing.URL)
8. Latitude
9. Longitude
10. Exactitude des coordonnées gps (Exact.Location) : TRUE/FALSE (VRAI/FAUX)

Un premier examen de ces données nous indique que la commune n'est pas toujours renseignée : 4 381 communes sur 363 070 ne sont pas indiquées (1,2 %). Le code postal et l'aire géographique ne sont jamais présents. Les quartiers sont indiqués uniquement pour les villes de Nice et de Marseille, sans que nous ne connaissions le zonage utilisé pour les délimiter.

Afin de compléter les informations manquantes, nous avons créé un fichier Property plus « léger » contenant uniquement, en plus de l'identifiant de l'annonce (Property.ID), les 10 variables citées ci-dessus. Ce fichier a été nommé **Property localisation.xlsx**

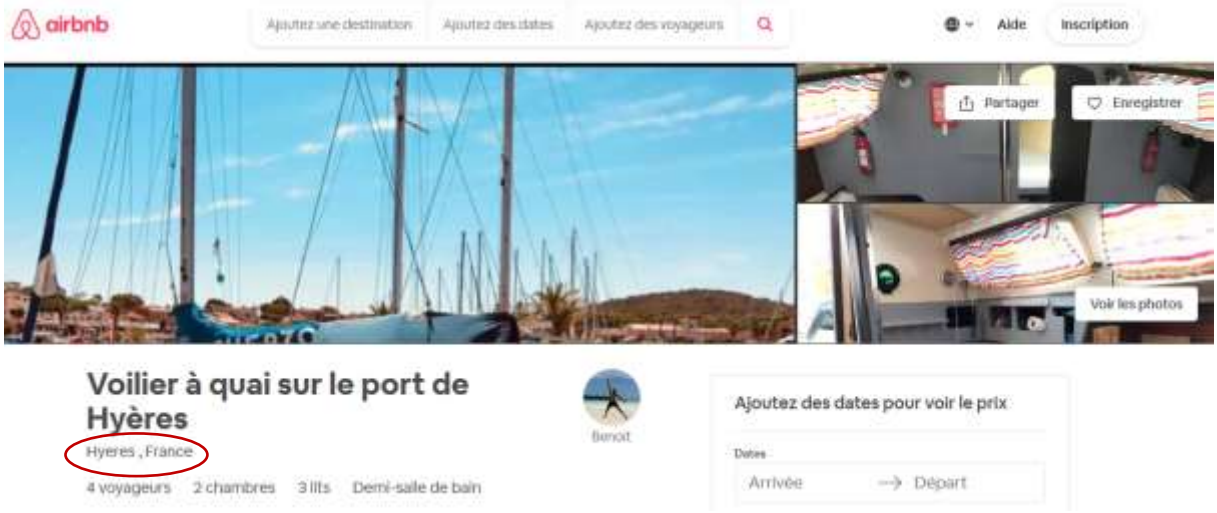
- ⇨ **Étape 2 : recherche des communes manquantes**

L'étape 2 a consisté à compléter les noms des communes manquantes en travaillant sur le fichier **Property localisation**. Plusieurs méthodes ont été utilisées :

1. Utiliser les liens des annonces (Listing.URL) afin d'afficher la page Airbnb correspondante et de retrouver la commune d'appartenance. (
   Cette méthode s'est révélée efficace, sauf dans les cas où les annonces n'étaient plus disponibles sur le site d'Airbnb.
2. Lorsque le lien de l'annonce n'était plus disponible (Airbnb nous redirigeant vers sa page d'accueil), nous avons essayé d'utiliser les informations présentes dans le cache de Google, en saisissant dans ce moteur de recherche : « Airbnb + le numéro de l'annonce ».
3. Lorsque les deux premières méthodes s'avéraient inefficaces, nous avons utilisé la localisation gps indiquée dans le fichier Property (Latitude et Longitude) que nous avons reportée sur le site https://www.coordonnees-gps.fr

Pour compléter les noms des communes manquantes nous avons travaillé sur le fichier **Property localisation**. Plusieurs méthodes ont été utilisées :

1. Utiliser les liens des annonces (Listing.URL) afin d'afficher la page Airbnb correspondante et de retrouver la commune d'appartenance.
   Exemple : https://www.Airbnb.fr/rooms/39519773 : Hyères



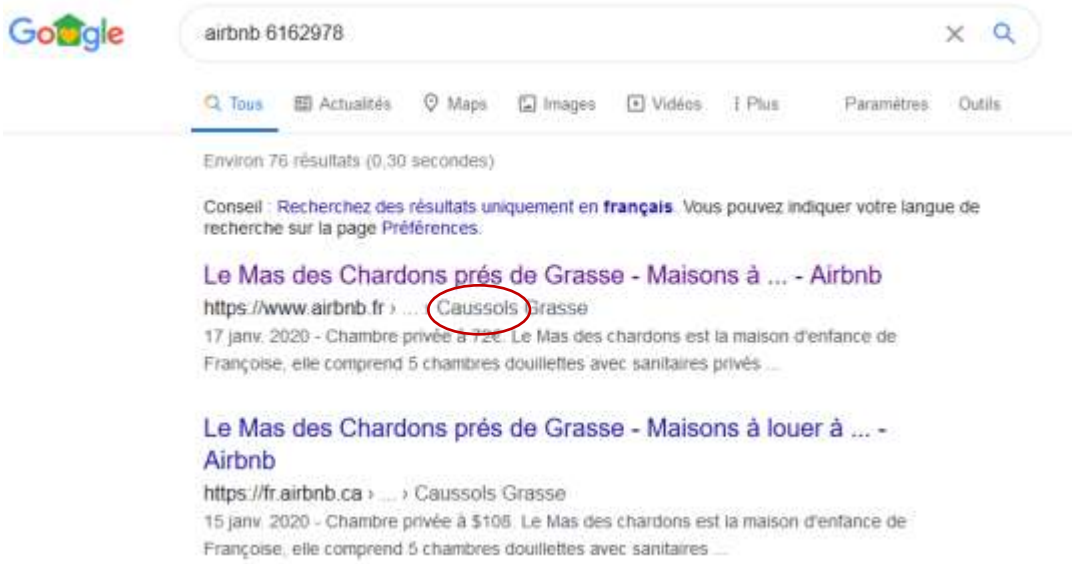
   Cette étape a été menée de manière collaborative en mettant à disposition des membres du projet un fichier libre d'accès, à compléter : https://lite.framacalc.org/9g91-Airbnb

   Ce fichier comprenait deux colonnes (le lien de l'annonce et la commune à remplir) :

'Commune ?

	A	B
1	Commune ?	Annonce
2	La Bâtie-Montsaléon	https://www.airbnb.com/rooms/37519704
3	Hyères	https://www.airbnb.com/rooms/39519773
4	Redortiers	https://www.airbnb.com/rooms/38665286
5	Marseille	https://www.airbnb.com/rooms/37701371
6	Nice	https://www.airbnb.com/rooms/39277757
7	Auribeau	https://www.airbnb.com/rooms/7257516
8	Antonaves	https://www.airbnb.com/rooms/6281957
9	Le Pradet	https://www.airbnb.com/rooms/7028017
10	Le Noyer	https://www.airbnb.com/rooms/6639626
11	plus d'annonce	https://www.airbnb.com/rooms/6162978
12	Marseille	https://www.airbnb.com/rooms/13656011
13	Sanary-sur-Mer	https://www.airbnb.com/rooms/13506079
14	Le Rove	https://www.airbnb.com/rooms/15310921
15	plus d'annonce	https://www.airbnb.com/rooms/15242204
16	Sainte-Croix à Lauze	https://www.airbnb.com/rooms/1435456
17	Ensuès-la-Redonne	https://www.airbnb.com/rooms/1854534

   Cette méthode s'est révélée efficace, sauf dans les cas où les annonces n'étaient plus disponibles sur le site d'Airbnb (exemple n°11 ci-dessous, « plus d'annonce »).
   - le lien https://www.Airbnb.com/rooms/6162978 n'est plus valide, mais en recherchant « Airbnb 61622978 » dans Google, nous trouvons les résultats suivants qu'il a gardé temporairement en mémoire :



Les liens de ces résultats ne sont plus valides mais les informations gardées en mémoire par Google nous permettent de voir que l'annonce se situait à Caussols.

2. Lorsque le lien de l'annonce n'était plus disponible (Airbnb nous redirigeant vers sa page d'accueil), nous avons essayé d'utiliser le cache de Google, en saisissant dans le moteur de recherche : « Airbnb + le numéro de l'annonce ».

3. Lorsque ces deux premières méthodes étaient inefficaces, nous avons utilisé la localisation gps indiquée dans le fichier Property (Latitude et Longitude) que nous avons reportée sur le site https://www.coordonnees-gps.fr

   Exemple : annonce indiquant une Latitude de 44.69585 et une Longitude de 6.59608, que nous pouvons localiser à Saint-Crépin.

NB : cette dernière méthode n'est pas efficace à 100 %, car le fichier AirDNA indique que la localisation donnée par ces coordonnées gps n'est pas toujours exacte (la variable Exact.Location prenant pour valeur TRUE ou FALSE). Cependant, nous avons enregistré par défaut le résultat donné par ces coordonnées.

⇨ **Étape 3 : ajout du code commune**

Comme déjà souligné, la variable ZipCode (code postal) du fichier d'origine n'est renseignée pour aucun listing. Nous ne pouvions faire aucun tri géographique des annonces, à part celui par commune, rendu possible à l'étape 2.

Afin de pouvoir faire une analyse par département, nous avons décidé d'ajouter au fichier **Property localisation.xlsx** une variable **City.Code**, qui ne correspond pas au code postal mais au code commune au sens de l'INSEE. Nous avons ensuite entrepris de compléter les valeurs de cette variable.

L'ajout de ce code s'est déroulé en trois phases :

1. Téléchargement de la liste des communes de la région Sud avec leur code INSEE
2. Enregistrement des codes communes dans le fichier Property localisation
3. Codes communes manquants

La variable ZipCode (code postal) du fichier d'origine n'étant renseignée pour aucun listing, nous avons décidé d'ajouter au fichier **Property localisation.xlsx** une variable **City.Code**, qui ne correspond pas au code postal *mais au code commune au sens de l'INSEE*[48]. Nous avons ensuite entrepris de compléter les valeurs de cette variable.

L'ajout de ce code s'est déroulé en trois phases :

- Téléchargement de la liste des communes de la région Sud avec leur code INSEE

  La liste des communes avec leur code INSEE a été téléchargée à partir du site « Regards cartographique sur nos territoires » de la Région Sud (https://notreterritoire.maregionsud.fr/). En termes de découpages géographiques, plusieurs choix étaient possibles :

  - Communes (liste 2017 et 2019, avec code INSEE)
  - EPCI 2019 d'appartenance de la commune
  - Parc Naturel Régional d'appartenance de la commune
  - SCOT 2019 d'appartenance de la commune
  - Espace SRADETT d'appartenance de la commune
  - Zone d'emploi 2010 d'appartenance de la commune

  Toutes ces informations étant potentiellement utiles pour des analyses géographiques ultérieures, nous les avons téléchargées dans un fichier **Région Sud par communes 2019.xlsx**.

  Nous avons choisi de nous référer uniquement à la liste des communes de 2019 (946 communes), afin de permettre une comparaison avec les données Airbnb en prenant en compte le découpage du territoire le plus récent.

  Nous avons organisé notre fichier en plaçant dans la colonne A, le nom de la commune et en colonne B son code INSEE. En triant la colonne A dans l'ordre alphabétique, nous nous sommes aperçu que plusieurs communes de deux départements avaient un nom identique : Aiglun (dans le 04 et le 06), Aspremont (dans le 05 et le 06), Châteauvieux (dans le 05 et le 83), Esparron (dans le 05 et le 83), La Garde (dans le 04 et le 83), La Rochette (dans le 04 et le 05), Le Castellet (dans le 04 et le 83), Mirabeau (dans le 04 et le 84), Rousset (dans le

[48] Le Code officiel géographique (COG) est la référence légale éditée par l'Insee, qui rassemble les codes et libellés des communes, des cantons, des arrondissements, des départements, des régions, des collectivités d'outre-mer, des pays et territoires étrangers. Le code commune contient cinq chiffres ou lettres (concaténation du code département et de la codification sur trois chiffres de la commune). Il est différent du code postal.

05 et le 13), Saint-Jeannet (dans le 04 et le 06), Sigoyer (dans le 04 et le 05) et Vitrolles (dans le 05 et le 13).

Ces doublons étant une source d'erreur dans l'identification des codes commune des annonces Airbnb, nous avons décidé de les renommer (dans la colonne A du fichier) en ajoutant au nom de la commune le numéro de son département d'appartenance. Exemple : Aiglun (04) et Aiglun (05), associés respectivement aux codes commune 04001 et 06001 (colonne B) :

Libellé	Code Commune
Abriès-Ristolas	05001
Aiglun (04)	04001
Aiglun (06)	06001
Aiguilles	05003

Enregistrement des codes communes dans le fichier Property localisation

Le fichier **Property localisation** ressemblait alors à ce tableau :

	A	…	D	E
1	Property.ID	…	City	City.Code
2	ab-794356	…	Le Cannet	
3	ab-742803	…	Cannes	
4	…			

Le fichier **Région Sud par communes 2019** comportait les colonnes suivantes :

	A	B	…
1	Libellé	Code Commune	
2	Abriès-Ristolas	05001	
3	Aiglun (04)	04001	
4	Aiglun (06)	06001	
5	…	…	
947	Volx	04245	

L'objectif était d'enregistrer dans la colonne E du tableau **Property localisation** les codes communes présents dans la colonne B du tableau **Région Sud par communes 2019**. Cette opération a été réalisée grâce à la fonction RECHERCHEV d'Excel[49] qui prend la forme suivante :

= RECHERCHEV(valeur recherchée;plage contenant la valeur recherchée; le numéro de la colonne dans la plage contenant la valeur de retour;une correspondance approximative (vrai) ou une correspondance exacte (faux)).

Ce qui se traduit dans notre exemple par :

[49] Pour plus de détails sur la fonction RECHERCHEV, voir https://support.office.com/fr-fr/article/recherchev-recherchev-fonction-0bbc8083-26fe-4963-8ab8-93a18ad188a1

= RECHERCHEV (nom de commune de Property localisation;colonnes des communes et des codes communes du fichier Région Sud par communes 2019;plage contenant la valeur recherchée dans le fichier Région Sud par communes 2019 = colonne 2 (code commune);une correspondance exacte (faux) du nom de commune entre les deux fichiers)

Ce qui donne dans Excel (formule recopiée pour toutes les cellules de la colonne E) :

	A	…	D	E
1	Property.ID	…	City	City.Code
2	ab-794356	…	Le Cannet	= RECHERCHEV(D2;'D:\[Région sud par communes 2019.xlsx]Data'!$A$2:$B$947;2;FAUX)
3	ab-742803	…	Cannes	= RECHERCHEV(D3;'D:\[Région sud par communes 2019.xlsx]Data'!$A$2:$B$947;2;FAUX)
4	…			

Cette formule pourrait être traduite par l'ordre suivant : « Recherche Le Cannet (cellule D2) dans la plage de cellule A2:B947 du fichier Région Sud par communes 2019 et renvoie la valeur présente dans la 2e colonne (colonne B du code commune), uniquement si la correspondance entre les deux noms de communes est exacte ».

Le résultat de la fonction fait apparaître le code commune :

	A	…	D	E
1	Property.ID	…	City	City.Code
2	ab-794356	…	Le Cannet	06030
3	ab-742803	…	Cannes	06029
4	…			

- Codes communes manquants

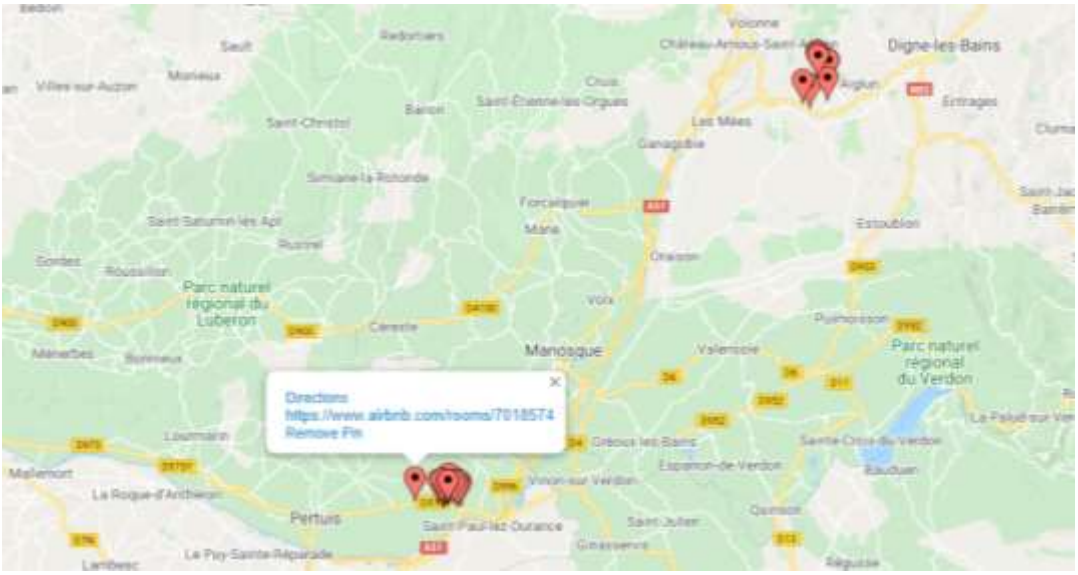
La formule RECHERCHEV recopiée sur toute la colonne E du tableau **Property localisation** a donc permis de renvoyer les codes communes issus du fichier **Région Sud par communes 2019**. Toutefois, un certain nombre de codes restaient non définis (résultat de la formule : « NA »).

a) La première source d'erreur provenait de noms de communes que nous avions identifiés comme identiques dans deux départements. Le fichier **Property localisation** d'AirDNA contenait un nom de commune (ex : Mirabeau) sans référence à son département. La formule que nous avions enregistrée ne parvenait donc pas à déterminer dans le fichier **Région Sud par communes 2019** s'il s'agissait de Mirabeau dans les Alpes de Haute Provence (04) ou de Mirabeau dans le Vaucluse (84) et ne renvoyait aucun code commune (« NA »).

Pour corriger cela, il fallait revenir sur les annonces du fichier **Property localisation** et remplacer les références aux communes concernées par leur nom + leur département tels qu'ils avaient été définis dans **Région Sud par communes 2019**. Pour effectuer ce remplacement, nous avons copié-collé la localisation (latitude et longitude) des annonces de chaque ville « doublon » (environ 2 000 annonces) sur un site permettant de

cartographier des données issues de feuilles de calcul sur une carte Google (Easymapmaker[50] ; Batchgeo[51] ; Openstreetmap[52]).

Pour conserver l'exemple de Mirabeau, voici le résultat cartographique :



Un relevé de cette carte nous a permis d'identifier les annonces relatives aux deux communes et de remplacer Mirabeau dans le fichier **Property localisation** par Mirabeau (04) ou Mirabeau (84), permettant à notre formule RECHERCHEV de renvoyer désormais le code commune correspondant.

b) La deuxième source d'erreur provenait de noms de communes ne faisant plus partie de la liste officielle des communes en 2019. Le fichier AirDNA comportait en effet des noms de communes qui ont connu des modifications d'appellations entre 2015 et 2019.

La liste des modifications des noms de commune est disponible sur le site de l'INSEE (Historique des communes : https://www.insee.fr/fr/metadonnees/historique-commune). Voici le résultat pour la Région Sud pour la période 2015-2019 :

Dép.	Commune nouvelle	Anciennes communes	Date de création
04	Val d'Oronaye	Larche, Meyronnes	1er janvier 2016
05	Garde-Colombe	Eyguians, Lagrand, Saint-Genis	1er janvier 2016
05	Val Buëch-Méouge	Antonaves, Châteauneuf-de-Chabre, Ribiers	1er janvier 2016
04	Ubaye-Serre-Ponçon	La Bréole, Saint-Vincent-les-Forts	1er janvier 2017
05	Vallouise-Pelvoux	Pelvoux, Vallouise	1er janvier 2017
05	Valdoule	Bruis, Montmorin, Sainte-Marie	1er juillet 2017
05	Aubessagne	Chauffayer, Les Costes, Saint-Eusèbe-en-Champsaur	1er janvier 2018
05	Abriès-Ristolas	Abriès, Ristolas	1er janvier 2019

La correction des erreurs a consisté à remplacer dans le fichier Property localisation, les quelques anciens noms de communes par leur nouveau nom (l'exemple le plus fréquent

[50] https://www.easymapmaker.com
[51] https://fr.batchgeo.com
[52] https://www.openstreetmap.org

étant Abriès et Ristolas à remplacer par Abriès-Ristolas). Une fois ces changements effectués, la formule enregistrée a pu retrouver le code de commune correspondant.

c) La troisième source d'erreur provenait de noms de communes n'appartenant pas à la Région Sud. En effet, le fichier AirDNA contenait quelques annonces (65) localisées à la frontière de la Région Sud mais n'en faisant pas partie. Il s'agissait de communes appartenant aux régions voisines d'Occitanie et d'Auvergne Rhône-Alpes ou situées à Monaco ou en Italie. Pour chacun de ces cas, le code commune (ainsi que la région et le pays) ont été enregistrés après une recherche sur internet (pour Monaco nous avons utilisé le code 98000, pour l'Italie nous avons utilisé le code fourni par l'Institut Statistique, l'ISTAT).

Une fois ce travail terminé, les deux colonnes City et City.Code du fichier **Property localisation** ont été déplacées dans le fichier **Property 01**, afin de remplacer les anciennes valeurs des colonnes City et ZipCode. Ce nouveau fichier a été enregistré sous le nom **Property 02.xlsx**.

⇨ **Étape 4 : ajout de l'IRIS**

Pour chaque annonce, le fichier Property ne donne pas de localisation plus précise que la commune. À l'exception de Marseille et de Nice, la variable Neighborhood (quartier) n'est pas renseignée, et la variable Metropolitan.Statistical.Area (que l'on pourrait traduire par aire géographique de référence au niveau statistique) ne comporte aucun enregistrement. Il nous semblait intéressant d'examiner la répartition des annonces Airbnb à un niveau infra-communal notamment pour les villes de taille moyenne ou grande. Nous avons utilisé le découpage territorial IRIS-Ilots Regroupés pour l'Information Statistique- de l'INSEE.

Pour chaque annonce, le fichier Property ne donne pas de localisation plus précise que la commune. À l'exception de Marseille et de Nice, la variable Neighborhood (quartier) n'est pas renseignée, et la variable Metropolitan.Statistical.Area (que l'on pourrait traduire par aire géographique de référence au niveau statistique) ne comporte aucun enregistrement. Il serait pourtant intéressant dans le cadre de notre étude d'examiner la répartition des annonces Airbnb à un niveau infracommunal, notamment pour les villes de taille moyenne ou grande.

Le découpage territorial fréquemment utilisé en France par l'INSEE est l'IRIS, dont la définition est la suivante :

Afin de préparer la diffusion du recensement de la population de 1999, l'INSEE avait développé un découpage du territoire en mailles de taille homogène appelées IRIS2000. Un sigle qui signifiait « Ilots Regroupés pour l'Information Statistique » et qui faisait référence à la taille visée de 2 000 habitants par maille élémentaire.

Depuis, l'IRIS (appellation qui se substitue désormais à IRIS2000) constitue la brique de base en matière de diffusion de données infra-communales. Il doit respecter des critères géographiques et démographiques et avoir des contours identifiables sans ambigüité et stables dans le temps.

Les communes d'au moins 10 000 habitants et une forte proportion des communes de 5 000 à 10 000 habitants sont découpées en IRIS. Ce découpage constitue une partition de leur territoire. La France compte environ 16 100 IRIS dont 650 dans les DOM.

Par extension, afin de couvrir l'ensemble du territoire, on assimile à un IRIS chacune des communes non découpées en IRIS.

On distingue trois types d'IRIS :
- Les IRIS d'habitat : leur population se situe en général entre 1 800 et 5 000 habitants. Ils sont homogènes quant au type d'habitat et leurs limites s'appuient sur les grandes coupures du tissu urbain (voies principales, voies ferrées, cours d'eau...).
- Les IRIS d'activité : ils regroupent plus de 1 000 salariés et comptent au moins deux fois plus d'emplois salariés que de population résidente.
- Les IRIS divers : il s'agit de grandes zones spécifiques peu habitées et ayant une superficie importante (parcs de loisirs, zones portuaires, forêts...).

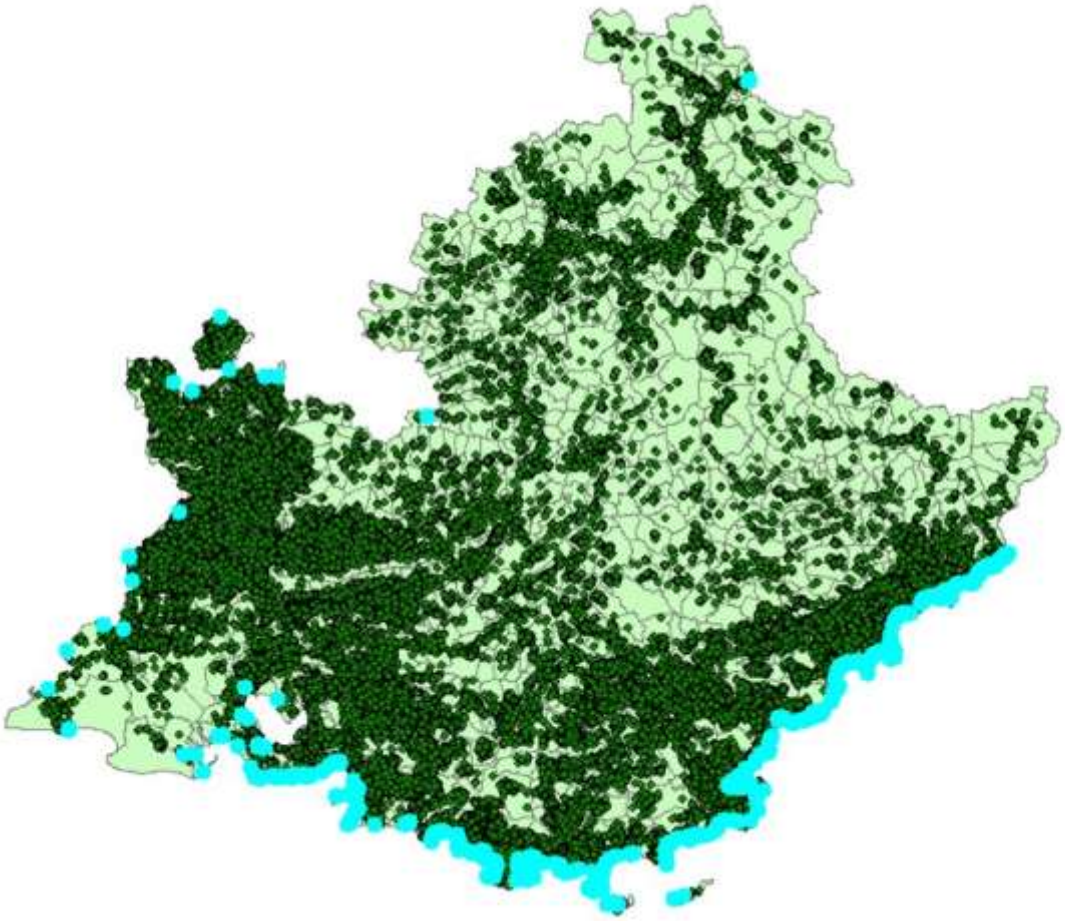
Source : INSEE, https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1523

La liste des IRIS de la Région Sud ainsi qu'un certain nombre de statistiques relatives aux IRIS tels qu'ils étaient définis en 2018 sont disponibles sur le site Regards cartographiques sur notre territoire (https://notreterritoire.maregionsud.fr). Nous avons téléchargé cette liste dans un fichier nommé **Région Sud par IRIS 2018.xlsx**

Le découpage territorial de ces IRIS (fichier pouvant être utilisé dans un Système d'Informations Géographiques, SIG) est également disponible, au niveau national (IGN/INSEE).

Contours…Iris® édition 2018 :
https://geoservices.ign.fr/documentation/diffusion/telechargement-donnees-libres.html#contoursiris

Le fichier compressé téléchargeable à cette adresse contient un fichier au format shapefile (*shp)



Liste des figures

Figure 1. Taux de croissance annuel des créations d'annonces par département 7
Figure 2. Évolution du nombre d'annonces créées pour 1000 habitants et par département 8
Figure 3. Évolution du nombre d'annonces actives par département 8
Figure 4. Évolution du nombre d'annonces actives avec réservation et par département 9
Figure 5. Pourcentage d'annonces actives avec réservation selon les départements 9
Figure 6. Nombre maximum de personnes par annonce active selon les départements 10
Figure 7. Nombre de personnes pouvant être accueillies dans chaque département (annonces actives) 11
Figure 8. Taux de croissance du nombre de personnes pouvant être accueillies selon le département 12
Figure 9. Nombre moyen de jours de réservation par département 12
Figure 10. Part des annonces réservées plus de 120 jours/an dans les annonces actives 13
Figure 11. Croissance du nombre moyen de jours de réservation par département 13
Figure 12. Évolution du tarif journalier moyen en euros par département 14
Figure 13. Tarif journalier moyen en euros par tête selon les départements 15
Figure 14. Revenu annuel moyen par annonce active selon les départements, en euros 16
Figure 15. Revenu annuel moyen en euros par habitant et par département 17
Figure 16. Représentativité des hôtes-multi dans les annonces actives avec une réservation 18
Figure 17. Répartition des hôtes selon le nombre d'annonces actives gérées 19
Figure 18. Répartition des jours réservés selon le nombre d'annonces actives par hôte 19
Figure 19. Répartition des revenus selon le nombre d'annonces actives par hôte 20
Figure 20. Évolution saisonnière des jours réservés selon les départements 21
Figure 21. Évolution saisonnière des revenus en euros selon les départements 22
Figure 22. Évolution saisonnière des tarifs journaliers moyens en euros selon les départements 22
Figure 23. Nombre d'annonces actives pour 10 habitants dans les préfectures départementales 23
Figure 24. Nombre de personnes pouvant être accueillies dans les préfectures départementales 23
Figure 25. Tarifs journaliers moyens par tête et en euros dans les préfectures départementales 24
Figure 26. Moyenne des revenus annuels en euros dans les préfectures départementales 24
Figure 27. Évolution de la part des biens réservés plus de 120 jours, 2018-2019 25
Figure 28. Répartition du nombre d'annonces selon le nombre de jours réservés et la taille de la commune où se situe le bien, 2019 26
Figure 29. Répartition des annonces actives selon le type d'hébergement 31
Figure 30. Répartition des revenus selon le type d'hébergement 31
Figure 31. Disponibilité des annonces à 60 jours selon les départements 32
Figure 32. Disponibilité des annonces à 120 jours selon les départements 33
Figure 33. Répartition des annonces actives selon le nombre de jours réservés et le nombre d'annonces gérées par hôte, 2019 33
Figure 34. Répartition des annonces actives selon le nombre d'annonces gérées, en 2019 34
Figure 35. Répartition des jours réservés selon le nombre d'annonces gérées en 2019 34
Figure 36. Répartition des revenus selon le nombre d'annonces actives gérées, en 2019 35
Figure 37. Répartition des revenus entre les différentes catégories d'hôtes, en 2019 35
Figure 38. Nombre de nuitées chambre dans l'hôtellerie 36
Figure 39. Nombre de nuits réservées sur Airbnb 37
Figure 40. Nombre de jours de réservation d'Airbnb pour 100 nuitées d'hôtel 37
Figure 41. Comparaison Airbnb/hôtellerie pour chaque département 38
Figure 42. Destinations les plus fréquentées par les touristes Airbnb en France en 2016 40

Liste des cartes

Carte 1. Taux de croissance annuels moyens des annonces actives avec réservation EPCI, 2016-2019 27
Carte 2. Nombre de jours réservés dans les EPCI en 2019. 28
Carte 3. Revenus annuels moyens des annonces actives dans les EPCI, 2016-2019 29
Carte 4. Moyenne des revenus par mois actif dans les EPCI, 2016-2019 29
Carte 5. Nombre de nuitées dans les hôtels 39
Carte 6. Niveau de revenu déclaré médian des ménages par IRIS, Nice (données 2016) 41
Carte 7. Revenu annuel par habitant généré par la plateforme par IRIS, Nice 2017 42
Carte 8. Revenu moyen par annonce et par IRIS, Nice 2017 43
Carte 9. Nombre de jours réservés par IRIS (2017) 46
Carte 10. Loyers médians par tranche de prix et IRIS, 2017 47

Liste des tableaux

Tableau 1. Tarifs journaliers moyens, en euros, par département 14
Tableau 2. Tarifs journaliers moyens par tête, en euros, par département 15
Tableau 3. Profil des annonceurs au niveau régional 17
Tableau 4. Estimation de la part des logements professionnels à Marseille et Nice 30
Tableau 5. Évolution du nombre de jours de réservation selon les départements 36
Tableau 6. Quartiers niçois dégageant le revenu par annonce le plus élevé en moyenne 44
Tableau 7. Niveau moyen d'occupation des hébergements selon les quartiers 45