

Enquête IPSOS/MediaVacances.com Mars 2013



La location de vacances de particulier à particulier, un secteur dopé par la crise !



Si certains secteurs de l'économie touristique souffrent de la situation économique, d'autres tirent leur épingle du jeu et se trouvent favorisés par un changement des comportements de consommation. C'est le cas de la **location de vacances entre particuliers**, en plein essor.

Alors que les acteurs français et européens du secteur enregistrent des croissances à deux chiffres, cette récente étude IPSOS/MediaVacances.com, confirmant les résultats de l'enquête précédente menée lors de la crise de 2008, **met en évidence les atouts de ce mode d'hébergement dans un contexte économique dégradé.**

En effet, les français, dans leur majorité, estiment que la location de vacances de particulier à particulier:

- **Offre le meilleur rapport qualité/prix** (à égalité avec le camping)
- **Permet une économie significative** par rapport aux locations commercialisées par des professionnels,
- Laquelle se **rapporte au poste de dépenses le plus élevé** du budget vacances.

L'étude démontre de plus :

- Qu'il y a une **demande croissante des vacanciers** pour ce type d'hébergements,
- Que **l'économie réalisée** est le **principal moteur de cette demande**,
- Que la **qualité de la relation commerciale** avec le loueur, et le **niveau d'équipement des hébergements** sont des facteurs contributifs secondaires.

Méthodologie

Sondage réalisé par IPSOS France (omnibus téléphonique) sur un échantillon représentatif de la population française de 951 personnes âgées de 18 ans et plus, du 16 au 17 novembre 2012.

Contacts:



MediaVacances.com

Hervé Paccard,
CEO

h.paccard@akenatechnologies.com

01 83 62 02 40

MediaVacances.com, édité par la société AKENA Technologies, est spécialiste de la location de vacances entre particuliers, à l'échelle européenne.

La société organise régulièrement des études, enquêtes, sondages dans différents marchés européens concernant le marché de la location de vacances.



IPSOS France

Austragésila EVORA
Chargée d'étude sénior
01 41 98 93 51

IPSOS France est leader des études par enquêtes sur le marché français.

Résultats de l'étude

L'hébergement est le poste de dépense le plus important dans le budget vacances d'été, talonné par le poste "transport"

42% des français partant en vacances cet été considèrent que l'hébergement est le poste de dépense principal, alors que 38% d'entre eux citent le poste "Transport".

Les autres réponses :

- Alimentation : 8%
- Les loisirs : 12%
- Autre : 0%

La réponse à cette question est nettement corrélée avec le revenu et l'âge des français. L'hébergement est en effet le poste le plus important pour les français qui ont les moyens de louer un hébergement. Pour les catégories moins favorisées et les français les plus jeunes (18-24 ans), qui partent majoritairement en vacances en famille ou chez des amis, c'est le transport qui devient le poste principal de dépense.

On notera que 30% des français déclarent ne pas partir ou ne pas être concernés. Cette population est principalement constituée des catégories populaires et des personnes âgées.

La location de vacances de particulier à particulier et le camping offrent, d'après les français, le meilleur rapport qualité/prix

Lorsque l'on demande aux français de citer les 3 modes d'hébergement de vacances marchand ayant le meilleur rapport qualité/prix, **la location de vacances entre particuliers** occupe la première place (70,6 % des citations), **à quasi-égalité avec le camping**, cité dans 70,1% des cas.

Les autres modes d'hébergements sont loin derrière (pourcentage de citations) :

- Le club de vacances (37,9%)
- La location de vacances via les circuits de distribution traditionnels (36,8%)
- L'hôtel (26,2%)

Le nombre moyen de citations est de 2,4

On notera par ailleurs que :

- Le camping obtient le plus grand nombre de citations spontanées (41%),
- Le positionnement relatif de chacun des deux modes d'hébergement est largement clivé par le revenu, les français les plus modestes attribuant le meilleur rapport qualité/prix au camping, les plus aisés à la location directe.

Les taux de citation de la location directe et du camping confortent les résultats de l'étude IPSOS/MediaVacances de 2008 qui mettait déjà en évidence l'avantage de ces deux modes d'hébergement marchands au travers du critère « rapport qualité/prix ».

On note que les taux de citation pour ces deux modes d'hébergements sont en hausse de 2% par rapport à la précédente étude.

Bien que positionnés dans le domaine du rapport qualité/prix, ces deux secteurs apparaissent néanmoins assez peu concurrentiels, et s'adressent à des cibles différentes.

Une grande majorité de français se considère capable d'estimer l'économie réalisée en louant directement auprès d'un particulier.

79% des français sont capables d'évaluer l'économie apportée par la location d'un hébergement de vacances directement à un particulier, par rapport à la location à un professionnel (agence, tour opérateur, etc.).

Les catégories les moins à l'aise avec cette estimation sont les personnes âgées (43% des plus de 70 ans ne savent pas évaluer cette économie).

L'avantage économique de la relation C2C, apporté par la suppression des intermédiaires, largement communiqué dans le domaine de l'immobilier traditionnel, est compris par une grande majorité de français.

Une majorité des français estime entre 10% et 30% l'économie générée par la location à un particulier plutôt qu'à un professionnel

Parmi ceux qui savent évaluer l'économie réalisée en louant directement auprès d'un particulier, **une grande majorité (69%) des français la positionne entre 10% et 30%** :

- 41% l'estiment entre 10 et 20%
- 28% l'estiment entre 20 et 30%

19% d'entre eux estiment que cette économie est supérieure à 30% :

- 11% l'estiment entre 30% et 40%
- 8 % des français estiment qu'elle est supérieure à 40%,

12% d'entre eux estiment qu'elle est inférieure à 10% :

- 11,4% des français l'estiment à moins de 10%,
- Seuls 0,6% des français estiment que l'économie est nulle.

Les français estiment dans leur majorité :

- *qu'il y a une économie (99,4%)*
- *que cette économie est significative (88% estiment qu'elle est supérieure à 10%) alors qu'elle porte sur le poste de dépense considéré comme le plus important.*

La variabilité des résultats est conforme à la réalité du marché, car l'économie réalisée par le locataire dépend de nombreux facteurs.

Cependant, le taux moyen d'économie estimé par les français (21,6%) en 2012 est cependant sensiblement inférieur aux observations faites sur le marché.

Par rapport à l'étude IPSOS/MediaVacances de 2008, on note un glissement vers une perception d'économie supérieure à 30% (+8%).

Un marché dynamisé par la demande

Parmi les français potentiellement concernés par ce mode de location, ils sont **24,6% à vouloir utiliser plus souvent qu'avant ce mode de location, contre 22,2% à vouloir l'utiliser moins souvent qu'avant.**

Ces réponses sont fortement corrélées avec la perception d'économie réalisée. Les sondés qui pensent réaliser une économie importante, sont plus nombreux à vouloir « partir plus souvent qu'avant ».

Dans une économie touristique impactée par la crise, on constate que l'avantage économique apporté par la relation directe entre locataire et propriétaire stimule le marché.

Ce différentiel de +2,4% est un indicateur de vigueur de la demande et de dynamisme du marché, contrastant avec le climat général de l'économie.

Ces résultats paraissent cependant assez faible au regard de l'augmentation de nombre de demandes constaté par les acteurs du secteur.

MediaVacances.com, spécialiste de ce mode d'hébergement, enregistre en 2012 une augmentation régulière et importante du nombre de demandes par annonce depuis 2008 (+21% en 2012 pour la France).

L'avantage économique n'est pas le seul moteur du marché de la location de particulier à particulier

Lorsque l'on interroge sur leurs motivations les français qui souhaitent avoir recours plus souvent qu'avant à la location de vacances entre particuliers, sans surprise, l'**économie réalisée** est la première d'entre elles (56,1% des citations).

Cependant, elle est talonnée (54,2% des citations) par **le facteur humain et la relation avec le propriétaire** (« c'est plus chaleureux, il y a un contact humain avec le propriétaire »).

La qualité de la relation humaine avec le loueur (propriétaire) est un facteur motivant le recours à la location directe presque autant que l'avantage économique. Les consommateurs semblent ici préférer une relation humanisée « one to one » à la relation commerciale professionnelle (agence de voyage, centrale de réservation, internet, plateau téléphonique, etc.).

Le confort des hébergements arrive en 3ème position (« parce que c'est plus confortable, les logements sont mieux équipés », 28,9% des citations).

Ce résultat s'explique par un niveau d'équipements de confort (électroménager, hifi/son, internet, etc.) en général plus élevé pour ce type d'hébergements. Ils sont en effet régulièrement utilisés par leurs propriétaires, et équipés en conséquence.

Les autres réponses :

- Simplicité/rapidité : 16,7% des citations
- Davantage de choix : 16,2% des citations
- Evite les mauvaises surprises : 10% des citations
- Autres : 5,7% des citations

Le nombre moyen de citations est de 1,9.