

Airbnb,

le nouveau meilleur ami
de la mairie de Paris

(L'OBS avec Rue89, le 26/02/2015)

Je ne fais pas une phobie d'Airbnb

Sébastien Bazin, PDG d'AccorHotels
(Le Figaro, le 18/12/2015)

*Le modèle "Airbnb" annonce-t-il une
nouvelle forme de tourisme invisible ?*

DARK VADOR À L'ASSAUT DES JEDIS

L'industrie traditionnelle
saura-t-elle résister à Airbnb ?

Airbnb :

à Paris, **1 loueur sur 5** est multipropriétaire
(BFM Business, le 26/10/2015)

Face aux « barbares » du Net,
les hôtels contre-attaquent
(La Tribune, le 16/08/2015)

Paris :
Airbnb collecte directement
la taxe de séjour
(Boursier.com, le 01/10/2015)

AIRBNB EN CHIFFRES

● AIRBNB DANS LE MONDE

Figure 21: Airbnb – a global phenomenon



Source: Deutsche Bank, Airbnb

Figure 2: Key city data – an overview

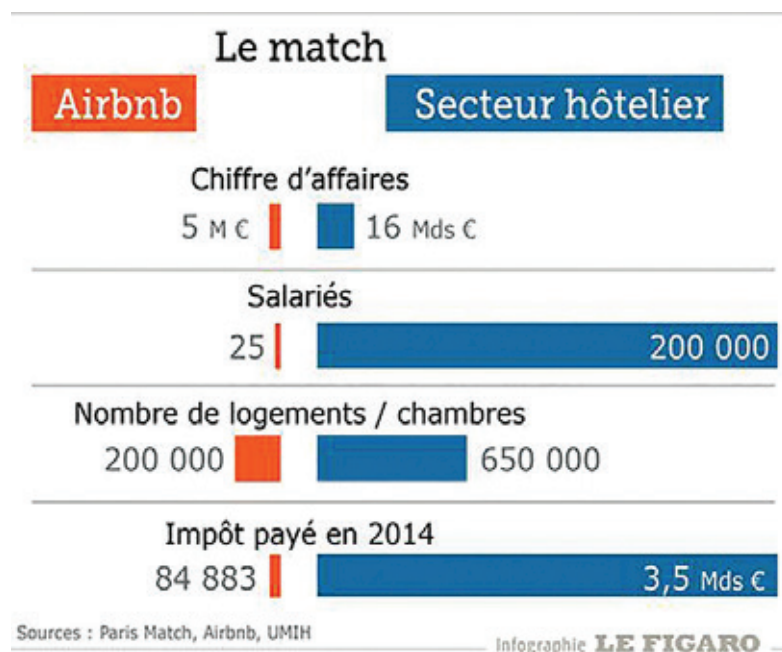
	Estimated hotel rooms in city	Hotel occupancy (YTD)	Number of Airbnb listings	Estimated Airbnb rooms	Estimated Airbnb occupancy	Share of entire home / apartments	Share of private rooms	Average availability per year (/365)
London	138,769	83.0%	25,361	51,607	26.7%	52.6%	45.8%	239.3
Paris	75,000	76.6%	35,428	88,705	27.9%	84.1%	14.9%	226.8
New York	110,000	85.3%	30,483	60,332	31.4%	55.9%	41.4%	225.8
Madrid	60,000	70.4%	7,446	15,719	24.2%	61.5%	38.9%	274.6
Barcelona	70,000	78.4%	14,703	28,636	27.6%	53.2%	45.8%	280.8

Source: Deutsche Bank, Inside Airbnb (<http://insideairbnb.com>) data as of September 2015. Notes: estimated Airbnb rooms excludes shared rooms. Estimated occupancy is calculated by Inside Airbnb using the "San Francisco Model" – (i) a review rate of 50% is used to convert reviews to estimated bookings, (ii) an average length of stay is configured for each city and this is multiplied by the estimated bookings to give occupancy.

● AIRBNB EN FRANCE

La France est le 2ème marché d'Airbnb après les Etats-Unis

LE FIGARO | 16.12.2015 • « La SNCF stoppe son opération controversée avec Airbnb »



Retrouvez l'article complet sur : <http://www.lefigaro.fr/societes/2015/12/15/20005-20151215ART-FIG00096-la-sncf-fache-le-secteur-hotelier-en-s-alliant-avec-airbnb.php>

● AIRBNB A PARIS

Figure 72: Room type – Paris



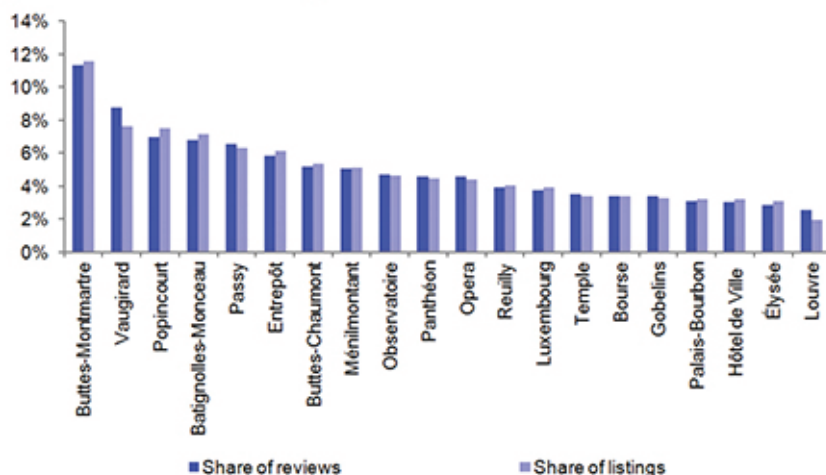
Source: Deutsche Bank, Inside Airbnb data as of September 2015

Figure 79: Average price / night for entire homes varies widely according to location

Location	Average price / night (EUR)
Batignolles-Monceau	101
Bourse	131
Buttes-Chaumont	74
Buttes-Montmartre	82
Élysée	155
Entrepôt	91
Gobelins	82
Hôtel de Ville	135
Louvre	145
Luxembourg	136
Ménilmontant	76
Observatoire	87
Opéra	98
Palais-Bourbon	130
Panthéon	121
Passy	124
Popincourt	85
Reuilly	81
Temple	120
Vaugirard	94
Entire Home/Apartment Average	102.2

Source: Deutsche Bank, Inside Airbnb
Filtered min 1 night en >0 reviews
Data is rounded and includes average 10.5% service fee

Figure 75: Private room listings and reviews: well matched



Source: Deutsche Bank, Inside Airbnb

AIRBNB ET LA RÉGLEMENTATION

LA RÉGLEMENTATION EN FRANCE

Que permet la loi Alur ?

—> La possibilité pour toutes les communes de mettre en place une autorisation préalable au changement d'usage ;

—> La possibilité pour les copropriétés de soumettre le changement d'usage à leur autorisation ;

—> L'obligation pour les intermédiaires de rappeler aux loueurs la réglementation et d'obtenir pour les intermédiaires de leur part une déclaration sur l'honneur qu'ils respectent bien leurs obligations

Quelle réglementation aujourd'hui ?

• La réglementation applicable à la location d'un bien qui n'est pas la résidence principale du loueur

L'activité de mise en location d'un logement pour l'hébergement touristique entraîne l'obligation de procéder à trois déclarations.

1) Le changement de destination

Le fait de louer un logement à usage d'habitation à des touristes constitue un changement de destination de l'immeuble. En effet, le local en question n'est plus destiné à l'habitation, mais à l'exercice d'une activité commerciale (article R 123-9 du code de l'urbanisme).

2) La demande d'autorisation de changement d'usage

Dans certaines communes, le changement d'usage est soumis à la délivrance d'une autorisation et non pas une déclaration (communes de plus de 200 000 habitants, c'est à dire Paris et la petite couronne, Lyon et Marseille).

3) La déclaration du meublé de tourisme

Selon l'article L 324-1-1 du code du tourisme : « toute personne qui offre à la location un meublé de tourisme, que celui-ci soit classé ou non [...], doit en avoir préalablement fait la déclaration auprès du maire de la commune où est situé le meublé ».

Donc, il existe en plus une obligation générale de déclaration à la mairie de toute activité de meublé de tourisme, même en dehors de la réglementation en matière d'urbanisme.

• La réglementation applicable à la location d'un bien qui est la résidence principale du loueur

Article L 324-1-1 du code du tourisme.

Toute personne qui offre à la location un meublé de tourisme, que celui-ci soit classé ou non au sens du présent code, doit en avoir préalablement fait la déclaration auprès du maire de la commune où est situé le meublé.

Cette déclaration préalable n'est pas obligatoire lorsque le local à usage d'habitation constitue la résidence principale du loueur, au sens de l'article 2 de la loi n° 89-462 du 6 juillet 1989 tendant à améliorer les rapports locatifs et portant modification de la loi n° 86-1290 du 23 décembre 1986.

Les règles applicables à la location meublée de résidence principale dérogent à certaines règles précitées.

Rappelons que, pour que ce soit la résidence principale du loueur il doit en principe y résider au moins 8 mois. Donc en pratique, la location à des tiers est limitée à 4 mois.

L'application des règles de changement de destination et d'usage

Cette location n'est pas soumise à la double autorisation de changement de destination et d'usage de l'immeuble (en ce sens, article L 324 - alinéa 2 du code de la construction et de l'habitation).

La conformité au règlement de copropriété

Une telle activité de location reste soumise à des contraintes de réglementation.

Il faut notamment vérifier que l'activité est conforme au règlement de copropriété.

LA RÉGLEMENTATION PROPRE A PARIS

A Paris, les locaux d'habitation sont protégés : transformer un logement en location touristique nécessite une autorisation préalable, car cette location devient alors une activité économique.

Ces dispositions **ne concernent pas la location pour de courtes durées de sa résidence principale, qui, elle, ne nécessite pas d'autorisation.**

Une autorisation préalable

La loi prévoit qu'une autorisation auprès de la Mairie de Paris est nécessaire avant de transformer un logement en location de courte(s) durée(s) pour des durées inférieures à 1 an (ou 9 mois pour un étudiant).

Cette autorisation **n'est pas nécessaire lorsque le logement constitue la résidence principale du bailleur.**

Exemples:

Madame X s'absente un mois et loue sa résidence principale à Paris durant cette période à des touristes : elle n'a pas besoin d'autorisation.

Monsieur Y possède un logement à Paris qui n'est pas sa résidence principale. Il le loue à la nuitée ou à la semaine pendant l'année ou une partie de l'année : il doit préalablement demander une autorisa-

tion (même s'il est expatrié, puisque ce logement ne peut constituer sa résidence principale).

Une nécessaire compensation

La réglementation prévoit que cette autorisation peut être accordée sous réserve de transformer en logement des locaux non dévolus à l'habitation (par exemple un bureau ou un commerce), situés dans le même arrondissement. Cette compensation a pour but la préservation des surfaces à usage d'habitation dans l'arrondissement, et le maintien de l'équilibre entre l'habitat et les activités économiques.

Le demandeur peut proposer cette compensation sur son propre patrimoine ou sur le patrimoine d'un tiers (organisme HLM par exemple) qui lui cède cette possibilité à titre onéreux ou gratuit.

Les surfaces minimales à offrir en compensation dépendent du secteur où se situe votre logement.

Comment régulariser sa situation ?

Pour pouvoir proposer une location touristique de courte durée, il faut se mettre en conformité avec les réglementations et en conséquence faire un certain nombre de démarches auprès de la Mairie de Paris.

Soit remettre le local à l'habitation, par exemple en le proposant à la location avec un bail relevant de la loi du 6 juillet 1989.

Soit proposer le logement en intermédiation locative.

Soit obtenir les autorisations nécessaires à cette activité, auprès d'un guichet unique :

→ **une autorisation de changement d'usage avec compensation.** Le logement proposé en compensation doit être situé dans le même arrondissement que le meublé touristique.

→ **une autorisation de changement de destination du local.**

Source : site de la mairie de Paris http://next.paris.fr/pro/du-changement-d-usage-de-locaux-d-habitation/demande-de-changement-d-usage/localisations-meublees-touristiques-ce-qu-il-faut-savoir/rub_10110_stand_114399_port_25377

A titre d'illustration :

En direct ou via un professionnel, ce qu'il faut savoir sur la location à Paris

Statut du logement du propriétaire loueur	Durée de location	Rendement brut	Notre commentaire
Résidence principale du loueur	Généralement à la nuitée ou à la semaine Pas plus de 4 mois par an en cumulé.	Entre 110 et 160 euros par nuit pour un logement entier (pouvant accueillir 3 à 4 personnes) dans les arrondissements centraux de la capitale.	La location ne nécessite ni déclaration ni demande d'autorisation préalable auprès de la mairie. Attention cependant aux mauvaises surprises avec des locataires indécents.
Logement d'habitation (autre que résidence principale du loueur)	Pour des baux de moyenne durée : le bail doit être d'au moins un an (9 mois pour des étudiants), selon la mairie de Paris. Les professionnels du meublé estiment que les baux de 3 à 9 mois sont aussi autorisés par la loi.	Entre 3 à 8 % par an en gestion directe.	La location en meublé est possible, mais les avis divergent sur la durée minimale de bail requise. En dessous de baux de 90 jours, on tombe en revanche de façon certaine dans la législation concernant la location saisonnière, qui nécessite à Paris une autorisation et un changement de destination du bien.
		De 3 à 4 % net par an via une agence.	La mise en gestion via une agence permet de gagner beaucoup de temps. C'est aussi l'un des meilleurs moyens pour s'assurer un taux de remplissage optimal et d'éviter les mauvaises surprises avec des locataires indécents. Les frais de gestion vont de 8 à 15% du loyer TTC pour une formule tout compris.
	A la nuitée ou à la semaine	De 1500 à 3000 euros de loyers par mois (avec un taux de remplissage compris entre 45 et 100%) pour un 45-m ² au cœur de Paris.	C'est illégal à Paris. Il faut obtenir l'autorisation de la mairie pour procéder à un changement de destination du bien immobilier (de logement d'habitation à local commercial) et convertir une surface commerciale équivalente en logement d'habitation. Certains professionnels proposent de s'occuper de la gestion de l'appartement contre 15 à 30% du loyer.
Local commercial	A la nuitée, à la semaine ou pour quelques mois	De 1500 à 3000 euros de loyers par mois pour un 45-m ² au cœur de Paris.	La location en court séjour à la nuitée ou à la semaine est autorisée à partir du moment où il s'agit d'un local commercial et non d'un logement destiné à l'habitation. Si vous mettez le bien en gestion par une agence avec une formule tout compris, celle-ci prélèvera 15 à 30% TTC du loyer pour des locations à des touristes de passage, beaucoup moins si les baux sont plus longs.
Location via un exploitant gérant professionnel	Variable en fonction du type de résidence	De 3 à 4 % net par an pour un logement dans une résidence étudiante à Paris.	Le mécanisme consiste à acheter un bien dans une résidence spécialisée (touristes, étudiants...), puis à s'engager avec un exploitant professionnel sur une durée longue (par exemple 12 ans). En échange, ce dernier vous assure un certain montant de revenus par trimestre, tous frais inclus.

SOURCE : CHALLENGES

Source : Airbnb : ce que vous avez vraiment le droit de faire en tant que propriétaire, Jean-Louis Dell'Oro, Challenges, 10/05/2015 <http://www.challenges.fr/patrimoine/20150507.CHA5611/Airbnb-proprietaires-ce-que-vous-avez-vraiment-le-droit-de-faire.html>

Taxe de séjour :

Depuis le 1er octobre 2015, Airbnb collecte directement la taxe de séjour pour le compte des personnes mettant à disposition leur logement. Les réservations effectuées à Paris se verront ajouter 0,83 € par personne et par nuit de frais supplémentaires. Airbnb reversera le produit de ce prélèvement directement à la ville.

LES CONDITIONS GÉNÉRALES D'AIRBNB

Conditions générales d'Airbnb (extrait)

Le site, l'application et les services constituent une plateforme en ligne sur laquelle les hôtes peuvent créer des annonces pour des hébergements que les voyageurs peuvent consulter pour obtenir des informations ou réserver lesdits hébergements directement auprès des hôtes. Vous comprenez et acceptez qu'Airbnb ne soit partie à aucun accord passé entre les hôtes et les voyageurs, et qu'elle n'a pas la qualité de courtier en immobilier, d'agent immobilier ou d'assureur. Airbnb n'exerce aucun contrôle concernant le comportement des hôtes, des voyageurs et autres utilisateurs du site, de l'application et des services ou concernant les hébergements, et Airbnb exclut toute responsabilité à ce titre dans les limites autorisées par la loi.

Veillez noter que, comme indiqué plus haut, l'utilisation du site, de l'application et des services est destinée à faciliter la mise en relation des hôtes et des voyageurs ainsi que la réservation d'hébergements directement entre eux. Airbnb ne peut pas contrôler et ne contrôle pas le contenu des annonces ni l'état, la légalité ou le caractère adapté des hébergements. Airbnb exclut toute responsabilité relative aux annonces et aux hébergements. En conséquence, les membres effectueront ou accepteront leurs réservations à leurs propres risques.

AIRBNB ET LES HÔTELIERS



Face aux « barbares » du Net, les hôtels contre-attaquent

LA TRIBUNE | 16.08.2015 • Par Marina Torre

En popularisant l'offre de nuitées du particulier au particulier à l'échelle planétaire, les plateformes collaboratives conquièrent de nouveaux touristes, mais font aussi de l'ombre aux professionnels « historiques » du logement touristique.

Airbnb, Booking, Expedia et autres plateformes ont révolutionné le modèle économique des hôteliers. À l'image du groupe Accor, les acteurs « historiques » commencent à s'organiser pour éviter de se faire « uberiser ». (...)

« *Airbnb est un catalyseur du changement* », reconnaît Olivier Petit, associé spécialiste du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration à In Extenso. « *Ce nouvel acteur a de toute évidence pris des parts de marché aux hôteliers. Dans quelles proportions, c'est plus compliqué à déterminer.* »

Même sans pouvoir le chiffrer précisément, « l'effet Airbnb » effraie. **Parmi les professionnels français du secteur, plus de huit sondés sur dix interrogés pour le forum Next Tourisme disent percevoir les plateformes collaboratives comme une menace.**

La contre-offensive des hôteliers

Ceux qui le peuvent répondent en déployant les grands moyens. En France, le groupe Accor, qui a changé de nom pour devenir AccorHotels, se pose en fer de lance de la contre-offensive et a annoncé à l'automne 2014 un plan de 225 millions d'euros pour se « digitaliser » (...). Il n'est évidemment pas le seul à tenter de répliquer. Le numéro un mondial en nombre de chambres IHG (InterContinental), a lancé le 18 juin une série de nouveautés, comme l'installation de balises numériques dans les parties communes de l'hôtel pour envoyer des messages aux invités, tandis que Hilton teste l'ouverture des chambres par smartphone. Un autre réseau américain, Best Western, de son côté, saute sur l'occasion pour tenter une montée en gamme. (...)

2,5 milliards d'euros investis dans l'innovation

(...) Dans toutes les gammes, ces innovations coûtent cher. L'an dernier, d'après Atout France, les hôteliers français ont investi 2,5 milliards d'euros pour se refaire une beauté et améliorer leur service. Un chiffre en hausse de 8% dans les chaînes et 4 % chez les indépendants. Les dépenses d'investissement de capital représentant désormais 80 % du total contre 64 % quelques années plus tôt. (...)

L'hôtellerie (sub) urbaine de province souffre

(...) Dans ce contexte, certains hôteliers risquent d'avoir beaucoup de mal à se défendre : notamment ceux

qui ont construit leur modèle sur des coûts immobiliers peu élevés en s'installant en périphérie des villes afin de répondre principalement à la demande de la clientèle d'affaires. Ce sont eux qui se trouvent en difficultés lorsque les voyageurs professionnels limitent leurs déplacements en période de crise, ou parce qu'ils préfèrent les remplacer par des réunions virtuelles par écrans interposés (vidéo-conférences). Dans l'hôtellerie urbaine de province, une nuitée sur deux est réservée par un(e) client(e) en déplacement professionnel.

« À Paris, tous les secteurs sont dynamiques. Ailleurs en France, les hôteliers les plus dépendants des déplacements professionnels souffrent. Comment trouver des relais de croissance dans les hôtels de périphérie de deux ou trois étoiles des villes moyennes ? Qui a envie de passer des vacances ou un week-end entre un Kiabi et un Carglass, sur un parking d'hypermarché ? », interroge Christian Delom.

Pour ceux qui en ont fait une industrie, il reste peut-être à tenter l'internationalisation visant à trouver dans les marchés émergents, en Asie notamment, la croissance qui manque en Europe. Car, même si le Vieux Continent attire toujours plus de voyageurs, les membres de la classe moyenne asiatique se mettent aussi à découvrir les régions qui les entourent. À cet égard, l'acquisition de Louvre Hotel Group (Campanile, Kyriad) acheté par le chinois Jinjiang- qui vient d'ailleurs d'entrer au capital d'AccorHotels -, confirme la montée en puissance de nouveaux acteurs venus d'Asie. (...)

Retrouvez l'article complet sur : <http://www.latribune.fr/entreprises-finance/services/tourisme-loisirs/face-aux-barbares-du-net-les-hotels-contre-attaquent-491969.html>

Le Point

Paris : l'île Saint-Louis envahie par Airbnb

LE POINT.FR | 10.12.2015

Sur l'île parisienne, 17 % des logements sont offerts à la location « collaborative ». Une association d'hôteliers s'insurge contre les abus.



(...) En 2015, Airbnb comptait 50 000 logements parisiens contre 4 000 en 2012. On estime qu'il y en aura 80 000 en 2016. « Sur 60 000 offres Airbnb, 20 000 ne sont pas légales »

L'AhTop (Association pour un hébergement et un tourisme professionnels), créée en juillet dernier, revendique

déjà 30 000 adhérents parmi lesquels des organisations syndicales de l'hôtellerie et du tourisme, la chaîne Best Western France, la Fnaim, l'Unis et le SNPI.

L'association est à l'origine d'une étude sur l'incroyable expansion d'Airbnb à Paris, une expansion qui n'a nulle équivalence ailleurs dans le monde. « Nous ne sommes pas contre Airbnb, commente dans le Figaro, le président de l'AhTop, Jean-Bernard Falco. Pour accueillir 100 millions de touristes en 2020 comme le souhaite le gouvernement, il faut mettre en place des solutions d'hébergement différentes des hôtels qui ne souffriront pas. Mais appelons un chat un chat. Airbnb fait du business, ce n'est pas le chantre de l'économie du

partage et de l'altruisme. Sur 60 000 offres Airbnb à Paris, au moins 20 000 ne sont pas légales. Ce sont des professionnels, qui louent leur logement plus de 120 jours par an, en violant la loi. S'ils font comme moi, un métier d'hôtelier, qu'ils respectent la règle, en commençant par se déclarer en mairie. La loi sur les locations de meublés touristiques existe, qu'ils la respectent ! C'est la propriété absolue. »

Selon l'étude de l'AhTop, la fraude priverait l'État et les collectivités locales de recettes importantes. Les pertes fiscales sont ainsi évaluées à une centaine de millions d'euros (dont plus de 80 millions au titre de la seule TVA) pour un chiffre d'affaires annuel provenant de cette location «collaborative» de plus de 500 millions. (...)

Retrouvez l'article complet sur : http://www.lepoint.fr/immobilier/paris-l-ile-saint-louis-envahie-par-airbnb-10-12-2015-1988891_31.php



La SNCF stoppe son opération controversée avec Airbnb

LE FIGARO ECONOMIE | Mis à jour le 16.12.2015 • Par Isabelle de Foucaud et Géraldine Russell

Le lobby des hôteliers a obtenu gain de cause. La décision de la SNCF a été jugée « scandaleuse » par Airbnb France. De nouvelles pistes de collaboration pourraient être étudiées en janvier.

Annoncé discrètement juste avant le week-end, le partenariat entre la SNCF (via sa filiale voyages-sncf.com) et AirBnB fait des vagues. Le site de vente en ligne de billets de train, qui compte 7 millions de visiteurs uniques par mois, proposait à ses clients de mettre en location leur logement pendant leur absence sur la plateforme AirBnB. Une façon pour eux de rentabiliser leurs déplacements... Cette offre, expérimentée pendant quelques mois avant un déploiement possible en 2016, fait hurler les syndicats des hôteliers, au premier rang desquels le Groupement national des Indépendants (GNI). Et leur lobbying a payé.

« Face à l'incompréhension créée par la promotion ponctuelle de Voyages-sncf.com avec Airbnb, Voyages-sncf.com a décidé d'arrêter l'opération en cours », a expliqué le site dans un communiqué. « Je suis surpris, je trouve ça assez scandaleux, a réagi Nicolas Ferrary, directeur France d'Airbnb sur Europe 1. Ce partenariat permettait aux Français de voyager plus et d'augmenter leur pouvoir d'achat en gagnant un peu d'argent en louant leur logement ».

L'un des principaux syndicats hôteliers, l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie, a convenu avec la SNCF de «se revoir en janvier pour étudier de nouvelles pistes de développements touristiques, entre voyages-sncf.com et l'hôtellerie française».

Plus tôt dans la journée, l'organisation professionnelle GNI s'était étonnée du « partenariat imminent entre une filiale de la SNCF, subventionnée à hauteur de plusieurs milliards d'euros par l'État et les contribuables français, et la plateforme Airbnb », déclare dans un communiqué cette dernière. « Comment cette société publique peut-elle nouer un partenariat avec cette société de services étrangère qui réalise en France près de 300 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel et qui, dans le même temps, s'arrange et réussit le tour de passe-passe fiscal et social consistant à ne payer des impôts que sur à peine 2 % de son chiffre d'affaire et à ne déclarer que 30 salariés ! », s'insurge Didier Chenet président du Synhorcat et du GNI.

De l'huile sur le feu

La colère des hôteliers face à la plateforme collaborative n'est pas nouvelle. Cela fait des mois que les syndicats hôteliers interpellent les autorités publiques afin qu'elles mettent en place un meilleur

encadrement des locations de courte durée. Un combat focalisé sur trois principales revendications: reconnaître la location occasionnelle comme une activité commerciale, harmoniser la fiscalité, et aligner la réglementation pour les loueurs à celle-très contraignante- pour les hôteliers, notamment sur les normes de sécurité. « À cet effet, le GNI rappelle son exigence d'une concurrence saine et équitable pour tous les acteurs de l'hébergement touristique », insiste l'organisation.

Dans ce contexte tendu, l'offre collaborative de la filiale de vente en ligne de la SNCF, qui pourrait concerner 10% de sa clientèle d'ici à 2019, a de quoi remettre de l'huile sur le feu.

Retrouvez l'article sur : <http://www.lefigaro.fr/societes/2015/12/15/20005-20151215ARTFIG00096-la-sncf-fache-le-secteur-hotelier-en-s-alliant-avec-airbnb.php>

San Francisco a voté « oui » à Airbnb

LE POINT | 06.11.2015 • Par Constance Assor

Faut-il ou non limiter la durée de location sur Airbnb ? Consultés, 55 % des habitants de San Francisco viennent de se prononcer en faveur de la start-up.

Alors qu'une amusante campagne publicitaire placardée sur tous les Abribus parisiens propose en ce moment de sponsoriser notre collection de chaussures en mettant son appartement sur Airbnb, les autorités de San Francisco militent quant à elles pour limiter l'essor de cette pratique outre-Atlantique.

Berceau du géant de la location courte durée, la municipalité de San Francisco invitait donc cette semaine ses habitants à se prononcer sur l'opportunité de limiter à 75 jours par an les locations de courte durée. La victoire des partisans d'Airbnb est sans appel : 55 % des électeurs de la ville ont rejeté la « proposition F ». Le plafond fixé à 90 jours lorsque l'appartement est intégralement loué demeure inchangé. Il n'y a aucune limite lorsqu'on se contente de rentabiliser une pièce de l'appartement.

La prospérité pour tous

Si cette victoire fait la démonstration de la popularité et du poids politique de l'entreprise, actuellement valorisée à plus de 25 milliards de dollars, force est de constater qu'elle a aussi un coût.

Le géant de l'économie de partage s'est d'ailleurs offert les services de Chris Lehane, ancien conseiller en communication de Bill Clinton, ainsi que de Gene Sperling, ex-conseiller économique de Barack Obama, et investi près de 8 millions de dollars pour combattre cet encadrement plus strict des locations. Pour convaincre les citoyens, la plateforme a prôné « la prospérité pour tous », dans une ville marquée par de profondes disparités sociales entre les très riches actifs de la Silicon Valley et les habitants plus modestes qui arrondissent leurs fins de mois grâce à Airbnb. L'ex start-up s'est également inquiétée des dérives qu'engendrerait une régulation trop stricte, poussant les copropriétés à espionner et dénoncer les voisins au prix de mésententes fâcheuses.

Pour autant, les détracteurs ne manquaient pas d'arguments : ils ont fait valoir que les locations *via* Airbnb contribuaient à la flambée des prix de l'immobilier. En louant de façon occasionnelle des appartements, le stock de logements diminue et augmente de fait le prix moyen des loyers pour les habitants de San Francisco. Il faut aujourd'hui près de 4 000 euros pour un deux-pièces, soulignent les associations de locataires.

Retrouvez l'article complet sur : http://www.lepoint.fr/high-tech-internet/san-francisco-a-vote-oui-a-airbnb-06-11-2015-1979832_47.php

Barcelone traque les locations illégales sur Airbnb avec un logiciel

LE FIGARO IMMOBILIER | 22.12.2015 • Par la rédaction Immobilier

La mairie de Barcelone a infligé 60.000 euros d'amendes aux sites de location de logements Airbnb et HomeAway. Grâce à un programme informatique, elle a identifié des milliers d'annonces illégales.

Cette fois-ci la chasse aux fraudeurs dans les locations touristiques commence à s'industrialiser. Si Paris s'en tient encore souvent à de la communication ou à des opérations «coup de poing» ciblées, Barcelone préfère automatiser le processus. La mairie de la ville a annoncé



lundi avoir infligé deux amendes de 30.000 euros à la plate-forme d'hébergement chez l'habitant Airbnb, pour avoir fait la publicité de logements qui n'étaient pas habilités à recevoir des touristes. Et elle fait de même avec le site américain Homeaway, leader mondial de la location de vacances en ligne entre particuliers.

Grâce à un programme informatique surveillant les annonces en ligne, la mairie a ainsi pu identifier 3929 logements loués de façon irrégulière à des touristes, sur le site HomeAway et 1891 sur Airbnb. La municipalité- dirigée par Ada Colau, égérie du mouvement des Indignés- a lancé «quatre procédures disciplinaires contre chacune des deux plates-formes pour avoir fait la publicité de logements qui n'étaient pas inscrits au registre du Tourisme de Catalogne (30.000 EUR) ou pour ne pas avoir répondu aux exigences de l'administration (30.000 EUR)», a-t-elle annoncé.

Impact négatif du tourisme

Depuis l'été 2014, Barcelone a pris différentes mesures pour réduire l'impact négatif du tourisme, générant un mécontentement croissant chez les habitants. Il s'agit notamment de freiner la location au noir de logements par le biais des plates-formes. En juillet 2015, la nouvelle maire Ada Colau a annoncé le gel pour un an de l'attribution de nouvelles licences hôtelières.

Pour mieux identifier les logements touristiques en règle, les autorités de la vieille ville ont notamment commencé à y apposer des plaques, dans le quartier de la Barceloneta, au bord de la Méditerranée. L'été dernier, une série d'inspections avait été lancée à la Barceloneta pour détecter les logements loués illégalement et sanctionner ceux qui les proposent. Un service de dénonciation par les voisins avait même été créé. Ce type de locations au noir a explosé dans la seconde ville d'Espagne, notamment à la faveur de la crise. Troisième ville la plus visitée d'Europe après Londres et Paris, Barcelone accueille 27 millions de touristes par an. Selon l'organisation professionnelle des hôteliers espagnols, elle concentre à elle seule plus de 137.000 lits sur les plateformes collaboratives, soit presque le double de l'offre conventionnelle.

Retrouvez l'article sur : http://immobilier.lefigaro.fr/article/barcelone-traque-les-locations-illegales-sur-airbnb-avec-un-logiciel_d3359906-a8a4-11e5-8b92-2fad3e8eddde/

L'EXPÉRIENCE AIRBNB



LE FIGARO • fr
madame

« Airbnb m'a rapporté 12 000 euros en un an »

LE FIGARO MADAME | 30.09.2014 • Par Inès Belgacem

Elles ont 40 ans, un appartement, souvent des enfants... et se retrouvent pourtant régulièrement à dormir sur le canapé des amis pendant que des locataires venus du monde entier savourent le confort de leur home, sweet home. Focus sur les nouvelles nomades de luxe.

Elles ont 40 ans, un appartement, souvent des enfants... et se retrouvent pourtant régulièrement à dormir sur le canapé des amis pendant que des locataires venus du monde entier savourent le confort de leur home, sweet home. Focus sur les nouvelles nomades de luxe.

Les contorsions de calendrier et la vie avec un baluchon ne leur font pas peur. Ces quadras actives et mères de famille sont les bohèmes d'une époque où l'on peut financer ses vacances en louant son chez soi sur Airbnb. La plupart des gens n'aiment guère l'idée de laisser leur maison à des inconnus. « Il faut déjà être une personne originale pour accepter de prêter sa maison », reconnaît Frédérique, mère de

famille de 40 ans, qui le fait très régulièrement. Elle loue son charmant nid douillet de cinq lits situé Porte Maillot, à deux pas de Neuilly-sur-Seine, pour la modique somme de 150 euros la nuit, directement via le site. Comme elle, nombreux sont les Français à s'être lancés sur cette plateforme de réservation de chambres de particulier à particulier. Un canapé, une chambre d'ami ou un appartement tout entier : les offres sont multiples. L'entreprise clame proposer plus de 30 000 logements dans l'Hexagone en 2014. L'âge moyen des loueurs : 38 ans. Rien d'étonnant pour Diouldé Chartier-Beffa, fondatrice de D'cap Research, « l'observatoire des mutations sociétales » : « pour pouvoir prêter et partager quelque chose, il

faut déjà avoir ce quelque chose. »

Léna, elle, s'est lancée dans la location pour financer les travaux dans un pied-à-terre à Avignon. « Un ami le faisait et cela lui rapportait un surplus de revenu appréciable. » La traductrice décide de tenter à son tour le système d'économie participative et loue son appartement de 55 m² aux Batignolles, à Paris, à des couples de passage. Après un an sur Airbnb, le résultat est globalement positif : elle a loué son appartement 150 nuits depuis octobre 2013, ce qui lui a rapporté 12 000 euros net. « Une somme non négligeable », concède-t-elle.

Une communauté sympathique

Ses activités l'ont toutefois mise dans des situations inconfortables parfois. Bien souvent, le vendredi soir s'avère critique. Les touristes veulent pouvoir s'installer alors qu'elle ne pensait partir que le lendemain à Avignon. Difficile de dire non, car sur Airbnb, il faut être cool. « Parfois, c'est la galère », s'exclame Léna dans un soupir. « En plus, je travaille à domicile. » Quand ces déconvenues se produisent, elle débarque chez son frère ou ses parents.

Pour Frédérique, qui a trois enfants, l'aventure est bien plus rocambolesque. « Je ne suis pas toujours très organisée », raconte celle qui se perd dans les réservations et s'est ainsi retrouvée à « dormir dans un lit superposé, en écoutant les petits ronflements des fils de mes amis, pendant que mes propres garçons étaient chez leur père ». Une situation dont elle s'amuse, ajoutant : « mes copains prennent tout ça très bien et savent que je leur retournerai la pareille. On crée une communauté sympathique. »

« L'occasion de se rapprocher d'un ami ! »

Dans les deux sens, un système d'entraide se met en place. Entre les copains qui reçoivent et le nouveau bohème qui débarque. « Cela peut dérouter de faire dormir dans le salon une amie qui a son appartement pas loin. Mais, dans le fond, c'est amusant. Ça fait soirée entre ados », raconte Clélia qui héberge ses copines lors des réservations. « Et c'est parfois l'occasion de discuter toute la nuit. »

Eléonor, elle, pensait avoir tout planifié. Elle partait au Portugal et six Australiennes de 20 ans prenaient possession de sa maison. Mais, patatras ! Elle réalise à l'aube, en se rendant à l'aéroport, qu'elle a oublié son passeport chez elle. « Je suis revenue à 5 heures du mat avec le sentiment d'être une voleuse. Elles dormaient avec toutes les lumières allumées. C'était étrange de voir ma maison devenue un pensionnat de jeunes filles. » Mais les 250 euros récoltés ont

payé le billet pour Lisbonne. Et lui ont donné envie de recommencer. « Je loue, après je vois où je peux atterrir. Parfois, c'est l'occasion de se rapprocher... d'un ami ! »

Cette nouvelle bohème parmi les cadres est promise à un bel avenir selon Diouldé Chartier-Beffa. Car aujourd'hui, on partage beaucoup plus qu'une maison. Ça peut aller du covoiturage aux outils de jardin, en passant par tous les systèmes de troc. « Internet n'a fait que relier l'offre et la demande à grande échelle », ajoute Diouldé Chartier-Beffa. Ces services remettent en contact les gens avec les autres, et permettent une expansion de la confiance.

« Mes enfants ont mis le holà. »

Une confiance limitée toutefois, puisqu'il « y a toujours un certain stress à laisser sa maison à un inconnu », explique Lena qui se sent souvent dépossédée de son chez elle. Alors, à chaque fois qu'elle laisse son appartement, elle fait en sorte que rien ne traîne et verrouille dans un coin ses objets de valeur. Isabelle non plus n'aime pas trop prêter ses affaires. Elle loue tout de même régulièrement son appartement, situé à deux pas du canal Saint-Martin. Quitte à rencontrer quelques déconvenues : « J'ai retrouvé mon fauteuil complètement taché. Il était foutu ! »

Des problèmes, il y en a, de temps à autre. Ce qui ne décourage pas Frédérique, qui ne se considère en aucun cas dépossédée : « Je prête ma maison, je ne la donne pas. » Elle a pourtant tout aménagé pour mettre ses affaires personnelles sous clé et faire de son appartement, un quasi hôtel. Car cette nouvelle source de revenu est devenue essentielle.

« C'est de l'argent facile et même la seule façon facile de gagner de l'argent en plus de mon travail », reconnaît Eléonor, éditrice free-lance, qui résiste difficilement à la tentation de louer dès que possible. D'autant qu'elle ne range rien. « Je ramasse les quelques objets précieux, les i-Pad et les téléphones au dernier moment et je les cache... en oubliant souvent où ! », s'amuse cette fantaisiste. Avant d'avouer : « cette location ouvre la possibilité de partir en week-end et même en vacances ». Autrement, l'équation financière serait trop juste. Et si la bohème l'amuse, ses enfants, eux, ont mis le holà. « Ils se sentent dépossédés de leurs chambres et font une ronde sévère à leur retour pour vérifier que rien ne manque. »

Retrouvez l'article sur : <http://madame.lefigaro.fr/art-de-vivre/airbnb-rapporte-12-000-euros-an-300914-977114>

Comment airbnb a bouleversé le rêve de Noël de ma fille

THE HUFFINGTON POST | 24.12.2015 • Par Michel Lévy-Provençal

NOËL- Souvenez-vous de votre premier Noël à la neige. Si vous avez eu cette chance un jour, enfant, de vivre un 25 décembre à la montagne, il est probable que vous vous en rappelez encore. Fermez les yeux et écoutez le doux son de la cheminée qui crépite, humez l'odeur du sapin devant la fenêtre, admirez le paysage montagneux, sentez la chaleur du chocolat au lait et des crêpes à peine sorties de la poêle. Voilà l'expérience que nous avons prévu de faire vivre notre fille de 3 ans cette année. Nous avons donc réservé sur Airbnb un très beau chalet, pendant une semaine, au coeur des Alpes, à deux pas de la belle station de Megève, à Flumet. Parmi toutes les offres proposées dans la région une nous a paru idéale : un chalet «Prestige» à 5 minutes des pistes en voiture et d'après les photos présentées, au coeur de la nature.

Le lieu parfait pour faire toucher du doigt ce rêve d'enfant à la petite.

À l'arrivée, en pleine nuit, nous découvrons l'intérieur du chalet qui est plutôt agréable, même si à l'étage, la température est fraîche. Mes beaux parents passent cette semaine avec nous et choisissent gentiment de s'installer en haut. Notre fille et nous sommes au rez-de-chaussée. La nuit passe.

Premier jour, dès l'aube, le défilé de voitures et de camions nous réveille. Le chalet est en bord de départementale. De l'autre côté de la route, je constate médusé que nous sommes entre une zone de stockage et la déchèterie d'une menuiserie attenante. Nous nous apprêtons à passer une semaine entre le passage bruyant des véhicules de livraison qui arrivent et partent de Megève et un terrain en friche où outils, débris et bâches font office de paysage. C'est l'opposé du cadre

idyllique que l'annonce Airbnb décrivait.

Nous tentons de faire abstraction et passons notre journée à découvrir la région : vins chauds au village, patinoire et premières courses pour préparer la soirée de Noël. Le soir venu, nous rentrons. Quelle surprise, quand nous nous apercevons, dès le premier bain pris, que le ballon d'eau chaude est vide et que nous sommes condamnés à la douche froide à 4 degrés dehors. C'est à ce moment, que je décide de contacter pour la

première fois le service client d'Airbnb afin de leur demander quel recours nous avons face aux problèmes que nous rencontrons. Quelques minutes d'attente au téléphone et la réponse de mon interlocuteur est claire : «Airbnb ne prend pas en compte les nuisances extérieures et concernant la chaufferie nous

contactons le propriétaire qui a jusqu'à demain matin pour régler le problème». Agacé par cette réponse, je décide d'abord de contacter directement notre hôte qui m'indique ne pas pouvoir résoudre le problème dans l'immédiat et m'invite à me contenter de la situation ou à partir dès le lendemain matin de son chalet ! J'en appelle alors à quelques contacts sur les réseaux sociaux à la pêche aux idées. Coup de chance, un de mes amis connaît bien le patron d'Airbnb en Europe et me propose de nous présenter. Ce dernier répond par un message dans les quelques minutes qui suivent en m'assurant que quelqu'un devrait me contacter rapidement pour trouver une solution. Cela ne tarde pas et je suis conscient de cette chance qu'une très grande majorité d'utilisateurs de la plateforme n'ont pas. Une jeune femme du service «expérience utilisateur» d'Airbnb en Californie m'appelle sur mon téléphone mobile pour nous rassurer et nous promettre qu'elle traitera

« C'est l'opposé du cadre idyllique que l'annonce Airbnb décrivait »

le problème dès le lendemain matin. Nous nous endormons.

Deuxième jour, mon interlocutrice de la veille nous rappelle et nous propose de nous transférer dans un autre chalet qu'il nous reste à trouver à condition de régler les deux premières nuits. J'accepte en prenant le soin de préciser que nous ne pouvons pas prendre le risque d'abandonner ce chalet sans une alternative certaine car nous imaginer bloqué en montagne sans logement avec un enfant en bas âge est impensable. Evidemment, elle nous assure qu'une solution sera dans tous les cas assurée par Airbnb. Second jour de vacances, nous n'avons toujours ni skié ni véritablement eu le temps de nous occuper des activités de montagne car nous sommes mobilisés sur le dossier Airbnb. Nous voilà encore partis pour passer quelques heures dans le village en attendant la solution alternative assurée par notre gentil contact du support utilisateur. Les heures passent, il est 17h, la nuit commence à tomber et l'inquiétude monte d'un cran. C'est à ce moment que je reçois un SMS. Enfin, un nouvel hôte nous propose un chalet très confortable à quelques minutes en voiture et nous donne RDV à une adresse que nous ne pourrions récupérer qu'une fois la réservation effectuée et réglée sur le site. Armé de mon téléphone mobile, je conclue la transaction, règle la totalité du séjour dans ce nouveau chalet et nous nous mettons en route. Le plus important est de commencer enfin ces vacances dont nous rêvons. Un petit détour pour acheter un nouveau sapin de Noël et nous arrivons à 18h précises au rendez-vous.

Il fait nuit et froid. Une femme nous accueille en précisant qu'elle a en charge l'ouverture de la maison, le propriétaire étant absent (et injoignable) car «en vacances actuellement sur un bateau en Jamaïque !». Le chalet est glacial mais plutôt joliment décoré. Nous gardons nos doudounes sur le dos, il fait 7 degrés à l'intérieur. Nous allumons cheminée et chaudière et passons le temps à décorer le nouveau sapin en attendant que la température monte. Deux heures passent, le thermomètre ne bouge pas, toujours 7 degrés partout dans le chalet. La chaudière semble allumée mais rien n'y fait. J'ouvre le four de la cuisine, branche tous les radiateurs électriques, tente de contacter notre hôte, personne au bout du fil. J'envoie un nouveau mail au service client. Pas de réponse. J'appelle le service utilisateur français d'Airbnb.

30 minutes passent avant d'obtenir le premier conseiller. Il est 20h30, notre fille est depuis 2h30 emmitouflée dans son anorak de ski devant un sapin triste, dans une maison glaciale à l'odeur de renfermé. La cheminée peine à tirer. Le rêve tourne au cauchemar.

72h se sont écoulées. Evidemment, c'est à ce moment que je sors de mes gonds. Nous sommes en train de vivre le pire Noël de notre vie. Je demande immédiatement d'annuler et de rembourser la totalité de ma dernière réservation. À cette heure tardive l'hôtel est ma seule issue peu importe le prix. Vous imaginez bien le coût de deux chambres à la dernière minute pendant une semaine de Noël à proximité de Megève ? Et là, que me répond le service client d'Airbnb ?

- «Si nous annulons cette réservation à votre demande, nous ne pouvons pas vous rembourser, Monsieur !»

- «Pardon ? Vous ne pouvez pas me rembourser la location d'un chalet de montagne dans lequel nous venons à peine d'arriver et où il fait 7 degrés sans chauffage fonctionnel ? Avec un enfant en bas âge à l'intérieur ?»

- «Comprenez monsieur, c'est une somme !»

- Moi, au bord de la crise de nerfs : «c'est mon pognon c***** que tu as encaissé en avance de ta prestation de m**** que tu ne veux pas rembourser !»

- Airbnb : «Il nous faut une preuve qu'il fait 7 degrés dans le chalet pour envisager un remboursement, Monsieur».

J'avale ma rage. Il faut dire que j'ai passé 30 minutes à attendre avant de pouvoir parler à quelqu'un. Bien sûr, je ne me sens pas très fier d'obtempérer et prends conscience de la façon dont je me laisse traiter. Je transmets par mail une photo du thermomètre figé sur 7°C depuis 3h à mon interlocuteur qui finit par accepter le remboursement. Pour la deuxième fois depuis notre arrivée nous faisons nos valises et déshabillons l'arbre de Noël. Nous repartons sur la route en quête de deux chambres pour la nuit et d'un repas au chaud pour notre fille. Par chance nous trouvons un point de chute : un hôtel disponible au prix du tiers du séjour pour une seule nuit. Peu importe. Notre petite dîne, veille un peu et nous filons nous coucher, éreintés.

Quatrième jour de «vacances», il est temps de reprendre nos esprits et de nous rendre à l'évidence, nos vacances sont écourtées et il nous faut nous résigner à rentrer à Paris.

Nous sommes le 24 décembre, trois jours se sont écoulés et je n'ai reçu aucune nouvelle d'Airbnb ; ni de mon interlocutrice si gentille du service client californien, ni du si sympathique patron d'Airbnb en Europe, à qui j'ai pourtant fait part de la conclusion de notre séjour. Nous avons dépensé en trois jours de stress la totalité du budget de notre semaine de vacances, les premières leçons de ski de notre fille ont été annulées et Airbnb a «disrupté» nos fêtes de Noël !

Alors évidemment, il y a plus grave dans la vie. Et cette histoire n'est qu'un cas particulier. Nous sommes aussi privilégiés face aux innombrables et croissants problèmes rencontrés chaque jour par les utilisateurs de cette plateforme. J'étais jusqu'à présent non seulement fan d'Airbnb et ce depuis les premiers jours de l'ouverture en France, mais aussi un prescripteur du service. Il m'arrive très souvent d'évoquer le modèle Airbnb lors de mes prises de paroles en public sur les sujets de la disruption à l'ère de la digitalisation de masse, comme ce fut le cas il y a un mois à la conférence newtourism 2015.

Nous connaissons la mécanique et le modèle d'affaire d'Airbnb. La plateforme part du principe, contrairement aux acteurs traditionnels de l'hôtellerie, qu'elle n'a plus besoin d'acquérir des lieux d'hébergement ou encore de les louer, ni même de faire appel à du personnel qualifié pour assurer l'accueil, le service ou prendre la responsabilité des prestations qu'elle vend. Elle utilise massivement le numérique, le web, le mobile pour faciliter la mise en relation de ses clients (hôtes et locataires). Elle capte en permanence des données pour améliorer son offre. Ce faisant, elle minimise radicalement ses coûts d'investissements et ses charges pour se rémunérer en capitalisant sur des actifs qui ne lui appartiennent pas et qu'elle aide à exploiter en ponctionnant une partie de la valeur qu'elle arrive à en tirer. C'est une mécanique qui fait appel à la puissance de la foule, c'est à dire de la main d'oeuvre qu'elle n'embauche pas et sur laquelle elle ne paie pas de taxe. Bref, Airbnb a en effet trouvé une martingale qui fonctionne à merveille, jusqu'à un certain point...

Cette histoire m'a permis de prendre conscience d'une facette du modèle Airbnb qui m'avait échappé. Elle constitue probablement une des failles que les principaux concurrents traditionnels du service ont intérêt à massivement exploiter. La faiblesse principale d'Airbnb réside dans le fait, contrairement à ce que prétend leur récente campagne de communication ventant l'hospitalité et la responsabilité, qu'ils ne peuvent structurellement pas tenir ces deux promesses à leurs clients.

La responsabilité que porte un professionnel à l'égard de sa clientèle ne peut être comparée à celle d'un amateur. En l'occurrence tout le monde ne peut se prétendre hôtelier. C'est un métier normé, avec un sens du service et de l'hospitalité. C'est une responsabilité qu'un amateur ne peut assumer. Un tiers doit le faire à sa place. Et c'est précisément ce qu'Airbnb ne fait pas. Airbnb pourrait prendre par exemple la responsabilité de qualifier chacun des produits mis en ligne sur sa plateforme et arrêter de considérer que les mauvaises expériences de leurs clients serviront à qualifier leur stock. Airbnb pourrait prendre la responsabilité de gérer l'accueil de leurs clients plutôt que de le déléguer à des amateurs non qualifiés. Ils pourraient développer un écosystème de professionnels en charge de l'accueil et du départ des visiteurs dans une location. Enfin Airbnb pourrait proposer un écosystème de services locaux qualifiés et assurés par des professionnels pour répondre aux besoins habituels d'un client dans un hôtel : room-service, blanchisserie, conciergerie... Aujourd'hui, au mieux ils nouent des partenariats sans véritablement prendre la responsabilité du service rendu, au pire, ils sont tentés de reproduire leur modèle en proposant par exemple depuis peu des «expériences touristiques» conçues et organisées par leurs hôtes, toujours amateurs...

A contrario, les hôteliers traditionnels possèdent expertise et main d'oeuvre. C'est une force contrairement aux apparences. Leur métier, quand ils le font bien, leur permettrait de disrupter à leur tour Airbnb sur le terrain de ses propres promesses : accueillir, accompagner, prendre la responsabilité de la prestation qu'ils proposent à leurs clients. Le retard que les hôteliers ont accumulé dans la course à la numérisation les handicape face à la puissance apparente de l'ex-

périence utilisateur d'Airbnb. Rattraper ce retard est un préalable évidemment indispensable. En revanche, une fois dotés des outils équivalents à ceux des plateformes en ligne les plus évolués, tout se jouera sur le terrain du service. Imaginez un instant, une fois à égalité sur le plan de l'expérience digitale, que les grandes chaînes hôtelières décident de concurrencer Airbnb sur son propre modèle ? Imaginez, qu'en plus de leurs propres chambres, elles proposent, comme Airbnb, des appartements ou des maisons louées ponctuellement à proximité immédiate de leurs hôtels, mais en assurant en plus un service de la qualité de celui qu'on attend d'un professionnel (accueil, conciergerie, petit-déjeuner, room-service, blanchisserie, nettoyage quotidien des chambres, animations et expériences professionnelles)... J'imagine que ce type de projets a été évalué par les directions stratégiques des chaînes hôtelières ?

Je ne tirerai qu'une seule leçon de cette histoire. Airbnb ne transforme pas véritablement le marché de l'hôtellerie. La plateforme vient plutôt concurrencer les mauvais hôtels ou les agences de location temporaire d'appartements et de maisons. Imaginer le contraire c'est prendre le risque, comme nous l'avons fait cette semaine, de vivre un cauchemar. La technologie, le big-data, les outils de communication en ligne sont absolument nécessaires aujourd'hui pour répondre à l'enjeu d'un tourisme de masse mais ils ne remplaceront jamais la chaleur et l'hospitalité d'un humain qui vous accueille et prend soin de votre bien-être parce qu'il a fait du sens du service son métier.

Retrouvez l'article sur : http://www.huffingtonpost.fr/michel-levyprovencal/reservation-airbnb-ski-noel_b_8872544.html

Le Monde.fr

Airbnb : Paris veut éviter le syndrome de « Barceloneta »

LE MONDE.FR | 01.10.2015 • Par Guy Dutheil

Cela s'appelle montrer patte blanche. Depuis le 1er octobre, le site américain de location d'appartements entre particuliers Airbnb a commencé, après un accord avec la Mairie de Paris, de collecter la taxe de séjour. Rien ne l'y obligeait. Selon la législation, c'est au loueur qu'il revient de percevoir la taxe auprès de son locataire. En pratique, rares étaient les particuliers qui en prenaient la peine. Au grand dam des municipalités privées d'un revenu supplémentaire.

Notre gain était « infinitésimal », reconnaît Jean-François Martins, adjoint à la Mairie de Paris chargé du tourisme et des sports. Mais un décret d'août 2015 permet au site de collecter directement la taxe de séjour. Une aubaine pour Airbnb qui veut à tout prix éviter d'être pris pour cible par les pouvoirs publics et ses concurrents comme le sont Uber, le géant américain de réservation de voitures avec chauffeurs en guerre ouverte avec les taxis, et Booking.com, site de location de chambres d'hôtels, sous le feu croisé de l'autorité de la concurrence et des syndicats hôteliers.

A Paris, l'enjeu est d'importance pour le géant américain qui a débarqué en France en 2012. En moins de trois ans, la capitale est devenue la première ville Airbnb dans le monde, devant New York ou Los Angeles, les berceaux du site américain. En 2015, 50 000 logements parisiens contre 4 000 en 2012, sont propo-

sés par le site. Une véritable explosion de l'offre quand on sait que la capitale ne propose que 80 000 chambres d'hôtels.

Pour se faire bien voir, Airbnb a donc décidé « d'aller à la rencontre des parties prenantes et notamment les pouvoirs publics pour voir comment on pouvait les aider », indique Nicolas Ferrary, directeur général du site en France. Airbnb va percevoir, à la place du loueur, 83 centimes par nuitée. Ce futur pactole fait déjà saliver la Mairie de Paris. « Cela dépendra du nombre de nuitées », tempère M. Ferrary qui estime toutefois la manne à « quelques millions d'euros pour la ville ». Plus précise, la Mairie s'attend, selon des « estimations », à percevoir 5 millions d'euros par an.

Vivre comme de « vrais » Parisiens

Et ce n'est qu'un début ! Entre Airbnb et les Parisiens, c'est plus qu'une histoire d'amour mais une véritable passion qui ne connaît pas de répit. Nombre de propriétaires d'appartements ont cédé à cette nouvelle mode. C'est le cas de Carole. Cadre supérieure dans l'administration, cette brune piquante loue depuis deux ans son spacieux trois-pièces du 11e arrondissement. Un bel appartement meublé situé à un tour de roue de Brompton, le vélo pliable anglais chouchou des bobos, du canal Saint-Martin.

« Je loue dès que je suis en vacances ou en week-end. En fait, à chaque fois que je n'occupe pas mon appartement. »

140 euros par jour pour 90 mètres carrés. Plutôt qu'un commerce, c'est un complément de revenu qui est recherché. « Je me paie mes vacances avec Airbnb, explique t-elle. Avec l'argent je vais à l'hôtel. » Selon ses calculs, Airbnb lui rapporte « dans les 5 000 euros par an ». Depuis deux ans, le monde entier est venu dans son appartement. « Des Allemands, des Américains, des Anglais, des Australiens, des Suisses, des Indiens, des Espagnols, des Italiens, des Brésiliens et des Chinois cet été », énumère-t-elle.

Cet engouement n'est pas un hasard. Les étrangers ou les provinciaux ne souhaitent « pas résider dans les arrondissements les plus touristiques », explique Nicolas Ferrary. La preuve « les trois arrondissements phares d'Airbnb sont le 10e, le 11e et le 18e ». Un palmarès qui recoupe l'activité du site qui a constaté que « 70 % des appartements proposés sont situés hors des zones touristiques ». Outre un prix abordable, il semble que les touristes cherchent à vivre, l'espace de quelques jours ou de quelques semaines, comme des « vrais » Parisiens.

Ainsi, Carole confie son chat en pension à ses hôtes et leur laisse ses adresses préférées dans le quartier. « J'ai un petit carnet avec tous les restaurants que j'aime avec des commentaires », ajoute-t-elle. Une initiative très appréciée. Comme la majorité des autres particuliers, Carole n'a pas eu à se plaindre des séjours de ses locataires. Avant l'arrivée d'Airbnb, elle a pratiqué l'échange d'appartements pendant quinze ans. « Parfois on se rend compte qu'il manque un verre. Mais dans l'ensemble, les gens sont précautionneux. »

7 000 euros en un mois

Il y a parfois quelques taches sur ce tableau presque idyllique. Jeremy, jeune trader de 27 ans dans l'industrie du luxe, a depuis peu renoncé à louer son 150 mètres carrés du faubourg Saint-Honoré par l'intermédiaire d'Airbnb, lassé des vols et des dégâts causés à son appartement. Auparavant, il se transformait en « Tanguy » par intermittence. A chaque fois qu'il louait, il retournait vivre dans la grande villa cossue de ses parents à Neuilly. Avec des gains d'importance. La location d'un mois à des visiteurs chinois cet été lui a rapporté 7 000 euros cash. Mais à en croire Jeremy, pour un propriétaire, passer par Airbnb « prend trop de temps ». Selon lui, « c'est bien pour des retraités qui ont du temps ou des riches qui peuvent faire appel à des services de conciergeries ».

Justement, avec le succès d'Airbnb, tout un écosystème commence à se développer autour du site de locations. Marie veut en être. Le smartphone scotché à l'oreille, la jeune femme enchaîne les coups de

fil. En août, cette ancienne courtière a laissé tomber les salles de marché de banques américaines pour fonder Check in the city, une start-up spécialisée dans les services de conciergerie pour les propriétaires d'appartements. Une clientèle, généralement très aisée qui n'a ni le temps ni l'envie de s'occuper de ses locataires Airbnb. C'est Marie qui s'en charge à leur place.

L'accueil est personnalisé, bouquet de fleurs et petits gâteaux. Elle s'enquiert aussi de leurs attentes : « Je leur pose des questions sur leur vie, leurs goûts. Tous me répondent : "Nous voulons aller dans les endroits où vous allez, vos bistrotts de quartiers, vos coups de cœur perso." Cela fait toute la différence. » Et ça marche ! La jeune chef d'entreprise prend 150 euros par prestation, « pour les petits logements. Et cela monte en fonction de la surface de l'appartement. »

Eviter la « Barceloneta »

Certains propriétaires ont bien compris tous les avantages qu'ils pouvaient tirer d'Airbnb. Comme au 164 et 166 faubourg Saint-Honoré. Jeannine Lenne, la concierge du 166 en est encore toute retournée. Un particulier était devenu propriétaire de six appartements, principalement des studios meublés, qu'il louait par l'intermédiaire de Airbnb. Un va-et-vient incessant.

« Ils défilaient jour et nuit, 24 heures sur 24. Ils tapaient à la porte de la loge, croyant que c'était la réception de l'hôtel », se souvient Jeannine. Elle « n'en dormait plus. Je devais prendre des cachets. J'ai fait de la dépression ». « Un jour, un monsieur m'a même demandé de lui monter le petit-déjeuner », s'indigne t-elle. Ce petit commerce aurait rapporté la somme faramineuse de 635 000 euros au propriétaire indélicat. Avant une amende de 60 000 euros à la suite de plaintes de voisins.

La Mairie de Paris dit vouloir éviter le phénomène « Barceloneta », du nom du quartier central de Barcelone aujourd'hui livré à Airbnb. Au grand dam des habitants. « Mais il ne faut pas jeter le bébé Airbnb avec l'eau du bain. Notre vrai combat, c'est éviter la destruction d'habitats résidentiels qui deviendraient des meublés loués toute l'année », indique Jean-François Martins.

Un épiphénomène, selon Airbnb, qui signale que « 90 % des hôtes Airbnb ne proposent qu'un seul appartement sur le site ». Avec un gain modeste : 300 euros par mois en moyenne. Il n'empêche. La dizaine d'enquêteurs de la ville de Paris devrait « effectuer des contrôles dans les jours qui viennent », prévient l'adjoint au maire.

Recommandé aux cadres des banques d'affaires

Succès aidant, Airbnb mord sur toutes les clientèles. Même celles des 5-étoiles et des palaces. Les Plaza, Bristol et autres Georges V auraient perdu de 10 % à 15 % « de leur business au profit d'Airbnb », se désole François Delahaye, directeur général du Plaza Athénée. Des stars de cinéma comme John Travolta, un ex-client du Plaza, préféreraient désormais des appartements de prestige loués par le biais d'Airbnb. Notamment pour échapper aux paparazzis. Plus grave, les banques d'affaires américaines Merrill Lynch et Goldman Sachs auraient recommandé à leurs cadres, habitués des palaces, de réserver avec Airbnb des appartements avenue Montaigne.

Didier Le Calvez, patron du Bristol et président de l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie UMIH Prestige, sonne le tocsin : « Nous demandons que les règles soient les mêmes pour tout le monde. » Il dénonce « le travail au noir et l'absence de contrôles ». Et réclame que « la taxe de séjour soit payée individuellement, comme Airbnb le fait déjà à San Francisco, New York ou à Londres ». Et il menace de frapper l'Etat à la caisse. Lors de son congrès, en novembre, à Bordeaux, l'UMIH pourrait par exemple, décider « le boycott de la TVA ou d'autres revenus ».

Retrouvez l'article complet sur : http://www.lemonde.fr/economie/article/2015/10/01/pour-airbnb-paris-vaut-bien-une-taxe_4779202_3234.html

QUELLE RÉGLEMENTATION ?



Extraits du Rapport d'information déposé par la Commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale sur l'impact du numérique sur le secteur touristique français, présenté par Daniel Fasquelle et Pascale Got (février 2015).

B. Le modèle "airbnb" annonce-t-il une nouvelle forme de tourisme invisible ?

Au cours de nos auditions, les professionnels de l'hôtellerie ont aussi pointé fortement la concurrence des nouvelles formes alternatives d'hébergements touristiques, avec la mise en marché d'hébergements touristiques par les particuliers. À vrai dire, le phénomène n'est pas nouveau, même s'il a incontestablement pris une ampleur nouvelle au cours des dernières années, aidé en cela par l'outil numérique. Si la plateforme Airbnb focalise l'attention des observateurs, on ne saurait restreindre à cet acteur le champ d'une activité qui n'est certes pas sans soulever des difficultés, mais qui recèle également un réel potentiel pour l'offre touristique française. (...)

2. La force d'impact du modèle "Airbnb"

Si l'on parle beaucoup d'Airbnb, c'est d'abord parce que le modèle est celui d'une réussite exceptionnelle, en quelques années seulement. La société a été fondée en 2008 à San Francisco à partir d'une idée simple et ingénieuse : mettre en relation par le biais d'une plateforme d'échanges des personnes prêtes à louer tout ou partie de leur logement à titre temporaire et des personnes qui ne trouvaient pas à se loger par ailleurs, notamment lors de la tenue de grands événements qui saturaient l'offre hôtelière. Jusqu'à la fin de l'année 2011, le site était basé uni-

quement aux États-Unis mais un véritable phénomène d'adhésion était à l'œuvre. M. Olivier Grémillon, directeur d'Airbnb Europe, nous a ainsi indiqué que lorsque le bureau parisien a ouvert ses portes en 2012, on trouvait déjà sur la plateforme plus de 4 000 annonces concernant des locations parisiennes et 8 000 pour la France entière.

Aujourd'hui, d'après les chiffres qui nous ont été fournis par Airbnb, **le nombre d'annonces mises en ligne en France s'élève à près de 100 000. Paris constitue par ailleurs le 2^e marché le plus important dans le monde pour Airbnb, après New-York et devant Barcelone.** Entre août 2013 et juillet 2014, 1,4 million de voyageurs auraient séjourné dans un logement "Airbnb" dans notre pays, en provenance de France pour 32 % d'entre eux, du reste de l'Europe pour 38 % et de l'Amérique du Nord à hauteur de 16 %. La durée moyenne du séjour est estimée à 4,2 nuits et le nombre de voyageurs par réservation s'élèverait à 2,3. **Sur cette base, on peut estimer le nombre de nuitées en France au cours de la dernière année entre 1,8 et 1,9 million.** Ce chiffre reste très en deçà de la fréquentation hôtelière et ne constitue qu'une infime partie de l'hébergement touristique loué auprès de particuliers, mais il n'est pas négligeable eu égard à la diffusion exponentielle de la pratique. M. François Momboisse, président de la Fevad, considère que ce succès est d'abord et avant tout fondé sur une forte demande « d'en-bas » qui correspond à l'aspiration de nouvelles catégories

de touristes¹, tant français qu'internationaux et qu'il **est impossible de lutter contre un tel mouvement de fond.**

Le succès du modèle « Airbnb » renvoie aussi à un dispositif efficace et sécurisé pour ses utilisateurs, à même de s'autoréguler. (...)

Ce modèle est-il irrésistible ? Quoi qu'il en soit, il ne semble pas être entamé par **les controverses qui se font régulièrement jour à son sujet, notamment aux États-Unis, et dont la presse se fait l'écho**, qu'il s'agisse d'un propriétaire aux prises avec des « squatteurs », du saccage d'un appartement, ou de problèmes de discrimination entraînant le refus de louer son appartement².

À l'image de Booking.com et d'Expedia, mais avec un modèle économique différent, Airbnb mène une politique active visant à asseoir son image et sa réputation, qui repose sur des bases solides : **« Notre plus grand ennemi, c'est l'ignorance »**, assure ainsi M. Olivier Grémillon, pour qui l'entreprise prête à beaucoup de fantasmes mais repose sur un modèle profondément bon, à savoir : exploiter des surfaces sous-utilisées d'une part, procurer un gain de pouvoir d'achat supplémentaire aux hébergeurs d'autre part. **Il assure également que les offres mises en ligne portent très majoritairement sur des résidences principales**, notamment en milieu urbain. Contrairement aux grandes OTA, cependant, nos interlocuteurs n'ont pas fait part d'une forte dépendance à Google, s'agissant de leurs dépenses de publicité. **La très grande majorité du trafic sur leur site viendrait de manière organique, par un « effet réseau »**.

Valorisée au printemps dernier à 10 milliards de dollars, après une nouvelle levée de fonds de 450 millions de dollars, l'entreprise annonce aujourd'hui 11 millions de clients dans le monde, pour 600 000 logements dans 192 pays et fait assurément partie des puissances montantes de l'économie du Net. À ce titre, ses fondateurs savent jouer d'un certain esprit de provocation avec leurs interlocuteurs, dès lors qu'il s'agit notamment

d'annoncer la fin de l'hôtellerie traditionnelle, tout en aspirant à voir leur activité normalisée sur les différents fronts où elle se trouve aujourd'hui contestée.

3. La régulation indispensable d'un secteur foisonnant

Le modèle généré par Airbnb n'est certes pas encore dominant, loin de là. D'après M. Cyrille Coiffet, il pourrait cependant le devenir très rapidement, si l'on se fie au rythme de progression de l'audience de la plateforme. D'ores et déjà, plusieurs critiques sont formulées à son encontre par les professionnels, qui

« Airbnb a profité, à ses débuts, d'un flou réglementaire »

rejoignent pour partie celles visant l'ensemble de la location saisonnière par des particuliers.

Derrière les accusations de concurrence déloyale, on trouve toujours le même ressort, à savoir le placage d'une nouvelle logique commerciale redoutable d'efficacité sur des modèles anciens, qui estiment être soumis à davantage de contraintes et qui craignent en conséquence de ne pas pouvoir relever le défi de la compétition qui leur est lancé.

Dans un récent portrait du PDG d'Airbnb³ publié par le magazine Enjeux-Les Échos, la situation est assez bien résumée : « Aujourd'hui, une bonne partie de son énergie est consacrée à lutter contre les professionnels de l'hébergement, qui s'estiment victimes d'une concurrence déloyale, et les municipalités, qui craignent de voir le parc locatif se redéployer vers ce système. Comme pour tout modèle qui s'attaque à une rente, Airbnb a profité, à ses débuts, d'un flou réglementaire. Désormais, l'entreprise aspire à voir son activité normalisée ». Précisons d'emblée que les interrogations face à ce phénomène ne sont pas propres à la France et qu'elles prennent pour chaque pays des formes différentes, selon le contexte local, les pratiques habituelles et la réglementation initiale.

¹ D'après Airbnb, l'âge moyen d'un voyageur qui transite par sa plateforme est de 34 ans. 30 % des voyageurs interrogés assureraient par ailleurs qu'ils n'auraient pas voyagé ou qu'ils seraient restés sur place moins longtemps si cette option d'hébergement n'avait pas existé.

² <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2014/07/22/01007-20140722ARTFIG00218-une-propretaire-narrive-pas-a-se-debarrasser-de-ses-squatteurs-Airbnb.php>

³ <http://www.lesechos.fr/enjeux/business-stories/lenjeu-du-mois/0203880692788-brian-chesky-avec-Airbnbil-fait-enrager-les-hoteliers-1059156.php>

a. Une concurrence déloyale envers les professionnels ?

Les différents modes d'hébergement touristique peuvent-ils cohabiter ? Il convient de ne pas adopter sur cette question un point de vue malthusien : **non seulement les différents modes d'hébergements peuvent cohabiter, mais ils le doivent si nous souhaitons effectivement renforcer notre potentiel touristique** dans les prochaines années. Certes, le développement de l'offre des particuliers tend à remettre en question les classifications traditionnelles et les professionnels peuvent peiner parfois à s'en distinguer et à faire valoir leur plus-value. Voyons les choses autrement : cela peut également amener l'offre professionnelle à s'interroger sur son adéquation à la demande.

Accessoirement, la situation n'est pas là même partout en France. Comme nous l'a fait remarquer Mme Alexia de Monterno, directrice adjointe de l'Institut Montaigne, les récriminations des hôteliers contre Airbnb n'ont ainsi pas vraiment lieu d'être à Paris, par exemple, où l'on estime la pénurie de l'offre hôtelière à 30 000 lits ! Autant dire que la location par des particuliers peut aussi répondre à une certaine défaillance de l'offre professionnelle, ce qui ne signifie pas pour autant que d'autres problèmes ne se posent pas.

Selon M. Cyrille Coiffet, la « radicalisation » du discours hôtelier ne correspondrait pas à la réalité économique : les séjours à l'hôtel sont plus courts et généralement la dimension familiale y est peu prise en compte. En outre, le séjour hôtelier entraîne des frais annexes que les familles ne peuvent pas toujours s'offrir. En réponse, M. Christophe Alaux a d'ailleurs convenu que, dans les prochaines années, l'enjeu pour le groupe Accor allait être de rénover son offre familiale.

En pratique, la « radicalisation » des hôteliers s'opère différemment selon les professionnels rencontrés : l'UMIH et le GNC semblent surtout se focaliser sur les très courts séjours qu'ils considèrent en quelque sorte comme leur chasse gardée : « la location à la nuitée, c'est la définition même de l'hôtelier ! », tandis que le groupement des indépendants étend ses griefs à l'ensemble des locations de vacances, meublés et chambres d'hôtes, pour regretter qu'ils ne soient pas soumis aux mêmes normes qu'eux, s'agissant notamment d'hygiène et de sécurité. Les

uns et les autres considèrent que, dès lors que l'activité des particuliers devient substantielle, il n'y a pas de raison de les traiter différemment qu'eux. D'une façon générale, il conviendrait de lever les malentendus entre l'activité des professionnels et celle des particuliers, la première faisant l'objet de contrôles bien plus contraignants.

Sur ce dernier point, les interlocuteurs de la DGCCRF que nous avons rencontrés ont admis **la réelle difficulté qu'il pouvait y avoir parfois à distinguer loueurs professionnels et loueurs particuliers**. Accessoirement, les contrôles qu'ils peuvent effectuer sont limités car le code de la consommation ne protège pas la transaction entre deux particuliers. Parmi les pistes évoquées pour une meilleure régulation à l'avenir, figure la possibilité d'une coresponsabilité de plein droit de la plateforme. Ce faisant, il n'est pas évident d'imposer dès aujourd'hui des contraintes à un secteur en pleine évolution.

Dans le cadre de la discussion du projet de loi relatif à la simplification de la vie des entreprises, qui vient d'être définitivement adopté, le Gouvernement avait introduit par voie d'amendement un article lui permettant de prendre par voie d'ordonnances des mesures pour « l'amélioration du cadre réglementaire précisant les modalités de location d'hébergements touristiques par des exploitants non professionnels, afin d'éviter le développement d'une concurrence déloyale ». Ce dispositif ne figure cependant pas dans la version définitive du texte. À tout le moins, il apparaît contre-productif d'opposer les uns et les autres. **Si le cadre réglementaire doit être amélioré, il conviendrait de remettre à plat les règles s'imposant aux uns comme aux autres**, étant entendu que les professionnels seront toujours davantage astreints mais qu'il n'est pas interdit d'envisager l'allègement de certaines de leurs charges.

Par ailleurs, **il est indispensable de pouvoir mieux identifier les faux particuliers qui sont en fait de vrais professionnels déguisés**. À cet égard, le droit doit être pleinement appliqué, d'autant que des aménagements en ce sens sont récemment entrés en vigueur avec la loi ALUR.

Un autre point a été soulevé par nos divers interlocuteurs, à propos du statut des plateformes en ligne qui mettent en relation les particuliers entre eux. Cette question renvoie au fait de savoir si les dispositions relatives à la location saisonnière, contenues

dans la loi du 2 janvier 1970, dite « loi Hoguet », leur sont applicables ou pas. Le président de l'UNPLV a ainsi reconnu que tous les adhérents de son association n'entraient pas dans ce cadre, qui fait peser sur certains acteurs des obligations plus importantes.

Selon M. Jean-Marc Agnès, président du Syndicat des professionnels de la location meublée, les portails vont aujourd'hui bien au-delà de la publicité en ligne, ils sont de vrais intermédiaires et le SPLM demande en conséquence que leur soient imposées les mêmes obligations légales et fiscales qu'aux structures traditionnelles.

S'il convient effectivement de veiller à l'égalité entre les acteurs intermédiaires de la location saisonnière, ce n'est pas forcément en intégrant de nouveaux acteurs dans un dispositif ancien que nous y parviendrons, mais plutôt en adaptant le dispositif en question. Au demeurant, il s'agit aussi de ne pas pénaliser les plateformes françaises, telles que Sejourning ou BedyCasa.

b. Le point d'achoppement spécifique de la fiscalité

L'absence d'équité fiscale entre particuliers et professionnels est souvent revenue au cours de nos auditions. Il convient d'appréhender cette question à la fois sous l'angle de la fiscalité des intermédiaires de la location saisonnière et sous l'angle de la fiscalité des propriétaires.

Notons que nos collègues Monique Rabin, Éric Straumann et Éric Woerth ont évoqué ces questions dans le cadre de leur mission d'évaluation et de contrôle sur la fiscalité des hébergements touristiques, qui a rendu ses conclusions en juillet 2014⁴.

S'agissant de la fiscalité des plateformes intermédiaires, la question dépasse très largement le cadre des travaux de notre mission et renvoie à la nécessaire harmonisation de la fiscalité européenne. Airbnb déclare ainsi s'acquitter en France de la TVA sur les frais de service appliqués aux hébergeurs situés en France et aux voyageurs qui réservent leur séjour en France. En revanche, elle n'acquiesce au titre de l'impôt sur les sociétés qu'un faible montant, eu égard au fait que sa filiale française réalise un chiffre, qui s'élevait en 2013 à 3,4 millions d'euros et qui correspond principalement à des prestations de services réalisées pour le compte de sa maison mère. L'activité réalisée par Airbnb en dehors des États-Unis est actuellement localisée en Irlande.

S'agissant de la fiscalité applicable aux propriétaires d'hébergements loués, la question renvoie à l'absence de traçabilité de l'activité. En d'autres termes, les revenus locatifs générés sont-ils déclarés au fisc ? Airbnb et Sejourning nous ont assuré qu'ils envoyaient aux intéressés, chaque année, un récapitulatif des gains à déclarer. Par ailleurs, les propriétaires doivent s'acquitter de **la taxe de séjour**.

Sur ce point, le rapport de la MEC comportait plusieurs propositions intéressantes qui ont permis d'engager un dialogue avec le Gouvernement et d'aboutir au vote, dans le projet de loi de finances pour 2015, d'un nouveau dispositif de collecte de la taxe de séjour par les plateformes en ligne.

c. Avons-nous pris sur les nouveaux modèles ?

Au-delà de la fiscalité, la question se pose de **la maîtrise que nous pouvons avoir de ces nouveaux comportements touristiques**. Lors des débats de

La collecte de la taxe de séjour par les plateformes numériques

L'article 67 de la loi de finances pour 2015, introduit par amendement gouvernemental, procède à une importante refonte du dispositif de la taxe de séjour. Il introduit dans l'article L. 2333-34 du code général des collectivités territoriales la possibilité, pour les professionnels qui, par voie électronique, assurent un service de réservation ou de location ou de mise en relation en vue de la location d'hébergements pour le compte des logeurs, des hôteliers, des propriétaires ou des intermédiaires, sous réserve d'avoir été habilités à cet effet, d'être préposés à la collecte de la taxe. Il s'agit là d'une première étape dont un bilan devra être dressé à l'issue de la première année de mise en œuvre, afin de vérifier la portée effective de la disposition.

⁴ <http://www.assemblee-nationale.fr/14/rap-info/i2108.asp>

la loi ALUR, plusieurs dispositions ont été adoptées en vue d'une meilleure régulation des pratiques en question.

Ces dispositions visent à **mieux distinguer ce qui constitue une location occasionnelle d'un bien reconnu par ailleurs comme la résidence principale du loueur, et une location répétée qui tendrait à faire de cette activité une pratique quasi-professionnelle**. Il s'agit de pouvoir lutter contre les abus en la matière qui se manifesteraient dans les zones denses, où l'on observe par ailleurs une pénurie de logements.

Ainsi, en application de l'article L. 631-7 du code de la construction et de l'habitation, tel que modifié par la loi ALUR, « le fait de louer un local meublé destiné à l'habitation de manière répétée pour de courtes durées à une clientèle de passage qui n'y élit pas domicile constitue un changement d'usage ».

Un dispositif d'autorisation préalable de changement d'usage pour la location de meublés de courte durée a par ailleurs été institué, permettant à chaque commune ou intercommunalité de définir un régime d'autorisation temporaire de changement d'usage, et exonérant les résidences principales de cette obligation, à la condition que la durée cumulée de location ne soit pas supérieure à quatre mois.

Par ailleurs, **des obligations renforcées pour les intermédiaires, visant à informer le loueur des obligations qui lui incombent en matière de location saisonnière**, ont été inscrites dans le code du tourisme.

Il faut en effet souligner qu'au regard des règles en vigueur, **bon nombre de ces locations s'effectuent aujourd'hui dans un cadre illégal**, notamment lorsqu'il s'agit en pratique de sous-locations, auquel cas le loueur doit disposer de l'accord du propriétaire et ne peut pas sous-louer à un prix au m² supérieur à celui dont il s'acquitte. La Ville de Paris est particulièrement en pointe dans le combat contre les dérives que la généralisation de ces pratiques pourrait générer et a multiplié les contrôles au cours des derniers mois. Des condamnations pour sous-location illégale ont été prononcées dès le printemps dernier⁵. Il va sans dire que ses préoccupations sont légitimes, eu égard à la situation du logement dans la capitale : il ne faudrait pas qu'à terme les habitants

soient évincés de logements qui serviraient uniquement à accueillir des touristes.

Cependant, si l'on considère la question au niveau de la France entière, deux enjeux liés l'un à l'autre sont encore devant nous, sur le plan touristique. Le premier est celui **d'un meilleur recensement de l'offre effective**, afin que ne se développe pas dans nos territoires un tourisme invisible, au profit duquel aucune action positive ne pourrait être menée. À cet égard, on peut regretter que, par la loi ALUR, on ait dispensé les occupants de résidences principales de la déclaration obligatoire en mairie dès lors qu'ils louent ces dernières à titre temporaire. Le second enjeu tient à **la relation entre cette offre d'hébergement et les territoires touristiques**. Comme l'indique le rapport de la DGE, l'hébergement touristique s'ancre naturellement dans une destination.

Les nouvelles formes d'hébergements touristiques, hors des circuits de labellisation et d'information historiques et traditionnels, sont encore mal appréhendées par la plupart des organismes locaux de tourisme. Ayant engagé des efforts pour qualifier une offre commercialisable selon les normes en vigueur, ces organismes tendent encore majoritairement à considérer que qualité et légalité vont nécessairement de pair avec classement et labellisation. **La volatilité de la nouvelle offre est jugée difficilement compatible avec la volonté des offices de tourisme de structurer une offre touristique permanente**.

D'après M. Jean Burtin, président d'Offices de tourisme de France, les institutionnels locaux sont amenés à travailler avec Airbnb, pour la simple raison que dans certaines communes, le « catalogue » Airbnb est plus important que celui des meublés déclarés en mairie ! Le risque existe cependant pour les communes de se mettre à dos les professionnels locaux, qui adhèrent en bonne et due forme à l'office.

Quoi qu'il en soit, la redéfinition des relations entre les acteurs locaux du tourisme et les nouveaux acteurs de la location saisonnière est indispensable si nous souhaitons pouvoir tirer le meilleur parti des nouveaux flux de touristes.

Source : <http://www.assemblee-nationale.fr/14/rap-info/i2556.asp>

1- Repenser l'encadrement réglementaire des

⁵ http://www.lemonde.fr/economie-francaise/article/2014/05/21/premiere-condamnation-pour-sous-location-illégale-via-airbnb_4423020_1656968.html

Location de meublés touristiques, Propositions du Groupement National des Indépendant (GNI), septembre 2014

meublés touristiques

a- *Fixer un seuil pour la procédure de changement d'usage*

La procédure de changement d'usage permet de modifier la destination d'un local pour l'utiliser à des fins commerciales.

Selon les communes, il peut s'agir d'une procédure de déclaration ou d'autorisation. L'autorisation peut être subordonnée à une compensation sous la forme de la transformation en habitations de locaux ayant un autre usage.

Cette compensation est par exemple imposée à Paris. Dans certains arrondissements, il est même imposé de transformer deux locaux ayant un autre usage en locaux d'habitation pour un local d'habitation transformé en local commercial.

Or, actuellement, il n'existe pas de seuil à partir duquel le changement d'usage est obligatoire. Selon la loi ALUR (art.16) :

« Le fait de louer un local meublé destiné à l'habitation **de manière répétée pour de courtes durées à une clientèle de passage qui n'y élit pas domicile** constitue un changement d'usage au sens du présent article ».

Nous demandons que la notion de « courte durée » de location soit définie par un décret. La durée en-dessous de laquelle l'usage du local ne serait pas considéré comme commercial pourrait être fixée à six semaines par an. Au-delà, une immatriculation RCS (registre du commerce et des sociétés) et un changement d'usage seraient nécessaires.

b- *Rendre obligatoire la consultation de l'assemblée des copropriétaires*

L'accueil fréquent de touristes dans un logement diffère largement d'une occupation « classique » à l'année.

De nombreux copropriétaires et locataires se plaignent des nuisances causées par les allées et venues de ces touristes, qui sont parfois sources de dégradations et de vols dans les parties communes et les logements.

Nous demandons que la consultation de l'assemblée des copropriétaires avant tout changement d'usage soit obligatoire.

c- *Créer une obligation de déclaration pour les résidences principales*

Actuellement, la réglementation prévoit que la procédure de changement d'usage ne s'applique qu'aux résidences secondaires. Aucune procédure n'est prévue pour les résidences principales.

Cela a pour conséquence de faire échapper de nombreuses locations à l'application de la loi et au contrôle des autorités administratives et fiscales.

Il est aisé pour les particuliers de contourner l'application de cette règle en déclarant leur résidence secondaire comme étant leur résidence principale (exemple d'une personne disposant de plusieurs logements dans la même ville).

La seule façon d'assurer un encadrement efficace de la location de meublés de tourisme est d'imposer une procédure de déclaration simple aux résidences principales louées occasionnellement à des touristes, distincte de la procédure de changement d'usage. Cette procédure doit être obligatoire sous peine de sanctions.

d- *Mettre en place un numéro d'enregistrement*

Une fois la procédure de changement d'usage ou de déclaration (pour les résidences principales) effectuée, l'autorité locale pourrait délivrer un numéro d'enregistrement.

Ce numéro permettra au loueur d'attester qu'il a bien rempli son obligation.

Il permettra aux autorités de faciliter les contrôles réglementaires et fiscaux.

Le numéro d'enregistrement permettra de lier un logement à une procédure de changement d'usage ou de déclaration, selon qu'il s'agit d'une résidence secondaire ou principale. Cette procédure est déjà en vigueur dans plusieurs villes touristiques européennes comme Barcelone, Madrid, Berlin ou Bruxelles mais également à San Francisco.

e- *Imposer aux intermédiaires l'affichage de ce numéro et une mention rappelant aux loueurs les risques en cas de fausse déclaration*

Nous souhaitons que l'affichage de ce numéro (qu'il soit délivré à l'issue d'une procédure de déclaration ou d'autorisation) soit imposé aux plateformes numériques.

Cela présenterait l'avantage de simplifier les contrôles, et permettrait de rassurer les clients sur l'existence de l'appartement.

Un paragraphe mettant en garde les loueurs contre les fausses déclarations et mettant en avant les sanctions encourues pourrait être ajouté. Les textes prévoient en effet une amende de 25 000 euros.

Il peut également être ordonné le retour à l'habitation des locaux transformés sans autorisation sous un certain délai. Si le loueur ne s'y conforme pas, une astreinte d'un montant maximal de 1 000 euros par jour et par mètre carré est prévue.

Nous demandons que les intermédiaires diffusant des annonces de location de meublés touristiques aient l'obligation de publier sur chaque annonce le numéro d'enregistrement du logement, attestant du respect des obligations.

Par ailleurs, ces intermédiaires doivent avoir l'obligation de mettre en garde les loueurs contre les fausses déclarations.

f- *Instaurer une durée minimale de location des meublés touristiques*

La location à la nuitée constitue une concurrence déloyale pour les établissements hôteliers, qui doivent respecter des réglementations lourdes pour l'exercice de leur activité (sécurité incendie et accessibilité notamment).

Nous demandons que soient interdites les locations de meublés touristiques inférieures à 7 nuitées consécutives.

Des réglementations similaires ont été adoptées par New York (30 jours) et Madrid (5 jours).

2- **Assurer l'équité fiscale avec les autres formes d'hébergement**

a- *La taxe de séjour*

Selon l'article L2333-29 du Code des collectivités territoriales, « La taxe de séjour est établie sur les personnes qui ne sont pas domiciliées dans la commune et n'y possèdent pas une résidence à raison de laquelle elles sont passibles de la taxe d'habitation ».

Ainsi, les loueurs d'appartements meublés sont bien redevables ou collecteurs (selon qu'il s'agit d'une taxe de séjour forfaitaire ou au réel) de la taxe de séjour.

Le calcul s'effectue comme suit : tarif x capacité d'accueil x durée d'ouverture

On retranche ensuite l'abattement légal à ce montant (calculé en fonction de la durée d'ouverture). S'agissant d'hébergements non classés, le tarif est de 0.20 €.

Pour les « hébergements chez des particuliers » la capacité d'accueil correspond au nombre maximum de personnes susceptibles d'être accueillies.

Nous demandons que le respect de cette obligation par les particuliers soit contrôlé.

Par ailleurs, un passage de la taxe de séjour au réel, comme nous le sollicitons par ailleurs, permettrait de faciliter les contrôles dans la mesure où la taxe de séjour devrait être mentionnée lors des réservations.

Nous demandons également que les sites intermédiaires qui publient des annonces de location de meublés touristiques deviennent collecteurs de la taxe de séjour, à l'image de l'accord passé entre Airbnb et San Francisco.

Enfin, nous demandons que ces sites délivrent des reçus aux loueurs en fin d'année, leur indiquant les revenus qu'ils ont tirés de la location de leur logement sur leur site.

Ces reçus devraient également être transmis aux autorités fiscales.

b- *La TVA*

Actuellement, sont soumises à la TVA les prestations de mise à disposition d'un local meublé ou garni effectuées à titre onéreux et de manière habituelle, lorsque, outre l'hébergement, l'exploitant offre dans des conditions similaires à celles proposées par les établissements hôteliers professionnels, au moins trois des prestations suivantes :

- Le petit déjeuner,
- Le nettoyage régulier des locaux,
- La fourniture de linge de maison,
- La réception, même non personnalisée, de la clientèle.

(Article 261D du Code général des impôts).

Ainsi, les particuliers qui louent des appartements meublés, de manière habituelle, sans offrir un minimum de services assimilables aux services hôteliers, ne seraient pas soumis à la TVA.

Or, on constate que les loueurs de meublés touristiques offrent dans la majeure partie des cas au moins trois de ces services : l'accueil du client, le linge de maison, et le nettoyage du logement. Cependant cette réalité est difficile à contrôler par les autorités fiscales.

L'article 261D nous semble donc totalement obsolète et devrait être modernisé.

La fiscalité ne doit pas provoquer de distorsion de concurrence du fait de l'application de règles différentes.

Nous proposons que l'assujettissement de la location de meublés touristiques à la TVA dépende de la destination du local : s'il a fait l'objet d'une procédure de changement d'usage, alors la TVA doit s'appliquer.

Dans le cas contraire, une franchise en base de TVA nous semble justifiée car il s'agit alors d'une activité commerciale occasionnelle.

Propositions de l'UMIH pour une concurrence juste et équitable entre tous les acteurs au bénéfice du consommateur (22 octobre 2015)

Les plateformes de mise en relation entre particuliers sont désormais des acteurs à part entière de l'économie. A ce titre, il est impératif qu'elles respectent un principe de loyauté que ce soit par une meilleure information du consommateur ou par le respect d'une concurrence saine et loyale envers les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration.

1. Pour les plateformes en ligne proposant la location de meublés de courte durée

Face à l'ampleur grandissante du phénomène de la location d'hébergements meublés de courte durée sur les plateformes en ligne, et à ses conséquences sur l'activité des professionnels (et en conséquence sur l'emploi), l'UMIH souhaite que ces activités soient mieux encadrées.

REDONNER DU SENS A L'ECONOMIE DE PARTAGE, EN EMPECHANT LES DERIVES :

- > **Fixation d'une durée minimale de location de 7 jours**, comme c'est le cas dans de nombreux pays touristiques, avec des villes comme New-York, Barcelone, Berlin.
- > **Durée maximale de location de 52 jours par an, ou en cas d'excès de cette durée, une présence obligatoire de l'« hôte » sur place.** Cette durée permettrait d'endiguer le phénomène des loueurs qui détournent la réglementation des meublés de courte durée pour en faire une véritable activité hôtelière déguisée.

IMPOSER LA TRANSPARENCE FACE A DES PROFILS QUI SE RAPPROCHENT D'AVATARS

- > **Obligation pour le loueur de s'enregistrer, y compris, pour une résidence principale**, auprès des autorités. Cette déclaration systématique est la seule qui garantit l'identité du loueur.
- > Obligation pour les plateformes de vérifier que l'annonceur remplit ses obligations légales, et notamment **publier, de manière visible et lisible sur l'annonce, le numéro d'enregistrement soit du meublé de tourisme que la mairie devrait délivrer, soit du loueur de sa résidence principale.**
- > Indication par les plateformes de la qualité de l'annonceur, du nombre d'annonces dont il est l'auteur.
- > Pour la Taxe de séjour, la loi ouvre désormais la possibilité aux plateformes de la collecter « pour le compte » des loueurs. Seul Airbnb à Paris s'y est engagé et nous regrettons que l'administration ne demande pas la liste des loueurs qui sont chargés de « collecter » cette taxe auprès de leurs clients : cette « vraie » déclaration de la taxe de séjour donnerait l'adresse du logement et l'identité réelle du loueur.
- > Le décret n°2015-1091 du 28 août 2015 permet, comme annoncé par le Ministre Laurent Fabius lors de la Conférence annuelle sur le tourisme, effectivement à l'administration fiscale d'exercer son droit de communication auprès des entreprises françaises. Mais les plateformes concernées sont rarement françaises et ne

garantissent aucune identité. Nous demandons donc une explication sur la portée de ce décret.

RESTAURER UNE EQUITE PAR UNE SAINTE CONCURRENCE

- > **Obligation pour les plateformes de faire un rappel au loueur de ses droits et obligations en matière civile et fiscale et envoyer au loueur un rappel déclaratif fiscal en fin d'année.**
- > **Obligation pour les plateformes en ligne de déclarer auprès de l'Autorité Administrative les revenus générés par la vente de biens et la fourniture de services sur le territoire national**, y compris pour les personnes domiciliées à l'étranger. Cette obligation doit s'appliquer aux entreprises non domiciliées en France. A défaut, nous demandons à l'Etat d'inviter ces acteurs à s'y engager.
- > Obligation pour les plateformes de s'assurer, avant de publier l'annonce, que l'annonceur apporte la preuve (1) de l'autorisation de l'éventuel bailleur pour sous-louer le bien, (2) du changement d'usage en local commercial si le meublé est loué à titre habituel, et (3) du respect du règlement de copropriété le cas échéant.
- > En tant qu'intermédiaire en matière d'opérations immobilières, le respect par la plateforme en ligne et par les entreprises qui y ont recours, des obligations nées de la Loi Hoguet notamment en matière de garanties financières et de titularité de carte professionnelle.
- > Nous demandons une concertation avec les pouvoirs publics et les consommateurs sur les attentes de la clientèle et les normes qui sont imposées à l'hôtellerie.



4, rue de la Planche 75007 Paris Tél. : 01 53 63 40 04 contact@leclubdesjuristes.com

www.leclubdesjuristes.com

Rejoignez-nous sur Twitter : [@leclubdesjuristes](https://twitter.com/leclubdesjuristes)