



UNIVERSITÉ DE TOULOUSE – JEAN JAURÈS

INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME,
DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION

LICENCE PROFESSIONNELLE HÔTELLERIE - RESTAURATION

PROJET TUTORÉ

L'ARRIVÉE DE L'HÉBERGEMENT COLLABORATIF ET DE LA GÉNÉRATION Z DANS L'HÔTELLERIE

Présenté par :

Anabelle BRISY

Florent BICHET

Lucien BONHOMME

Ludovic LHERMITE

Guillaume SCHMITT

Année universitaire :

2019 – 2020

Sous la direction de :

Pierre Rouillon

**L'ARRIVÉE DE L'HÉBERGEMENT
COLLABORATIF ET DE LA
GÉNÉRATION Z DANS
L'HÔTELLERIE**

L'ISTHIA et l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entendent donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés de recherche. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

Remerciements

En préambule de ce dossier, nous souhaitons remercier toutes les personnes avec qui nous avons pu échanger et travailler, afin de pouvoir proposer ce dossier écrit.

Dans un premier temps, nous remercions notre encadrant et professeur Monsieur Rouillon pour son temps, ses remarques et ses nombreux conseils qui ont pu valoriser notre travail et le rendre plus qualitatif.

De plus, le projet a pu être réalisé grâce à un encadrement théorique durant toute l'année scolaire durant des cours de pilotage du projet tutoré présentés par Monsieur Rouillon, Monsieur Pichon et Monsieur Cinotti. Nous les remercions pour leur enseignement, encadrement et orientation dans l'élaboration de ce projet.

Enfin, les professionnels et les particuliers interrogés sont de très bonnes sources d'informations, ils ont été d'un grand intérêt pour notre travail. C'est pourquoi nous tenons à les remercier pour leur temps précieux et pour le partage de leurs connaissances dans le secteur de l'hébergement.

Ce projet tutoré compte énormément dans notre formation, nous avons eu la chance d'avoir pu échanger avec les bonnes personnes pour le réaliser. Effectuer ce projet nous a apporté des compétences professionnelles que nous pourrions utiliser sur le terrain.

Sommaire

Remerciements	5
Sommaire.....	6
Introduction générale.....	8
Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement.....	11
Chapitre 1 - Les nouveaux standards en hôtellerie en fonction des attentes de la génération Z	12
Chapitre 2 - Une relation client indispensable pour les hôteliers.....	31
Chapitre 3 - La disparition de l'hébergement collaboratif	39
Partie 2 - La présentation de notre méthodologie	51
Chapitre 1 - Choix d'un thème	52
Chapitre 2 - Une problématisation.....	53
Chapitre 3 - Des hypothèses sur cette problématique	54
Chapitre 4 - Les guides d'entretiens	56
Partie 3 - L'analyse des résultats.....	60
Chapitre 1 - Notre analyse	61
Chapitre 2 - Les hypothèses	67
Chapitre 3 - Préconisations managériales	72
Chapitre 4 - Le futur de l'hôtellerie et ses risques.....	74
Conclusion générale	80
Bibliographie.....	82
Table des annexes.....	86
Annexes	87
Glossaire.....	244

Table des tableaux	246
Table des figures	247
Table des matières	248

Introduction générale

Nous pouvons constater aujourd’hui, que l’offre hôtelière ne cesse de se transformer. Nous observons que de plus en plus de nouveaux modes d’hébergement voient le jour, ce qui peut avoir un impact sur [l’hôtellerie traditionnelle](#), qui, elle, n’offre pas forcément les mêmes prestations, qui sont dites plus classiques. Dans les établissements hôteliers, on rencontre des obligations, les hôtels imposent par exemple des horaires d’arrivées et de départs. Les hôtels laissent donc moins de liberté, ce que l’on ne retrouve pas forcément dans des logements proposés par les plateformes d’hébergements collaboratifs comme Airbnb. Ces écarts de fonctionnement entre l’offre hôtelière dite classique et les plus ou moins nouvelles formes d’hébergement, vont impacter la demande et les utilisations.

C’est pourquoi, nous nous concentrerons dans ce projet sur les impacts que ces nouveaux modes d’hébergement pourraient avoir sur les hôtels traditionnels. Nous analyserons plus particulièrement sur le cas Airbnb.

Nous avons également voulu nous concentrer sur la nouvelle génération appelée [génération Z](#). Nous avons choisi, pour celle-ci, de nous focaliser sur les personnes nées entre 1995 et 2010. Les jeunes sont de plus en plus exigeants et ce, dans plusieurs domaines. Ils ont besoin de plus de liberté mais également, veulent avoir accès à plus de prestations à un moindre prix. Ils sont considérés par certains hôteliers, comme plus ouverts d’esprit mais également plus stricts sur les prestations proposées.

Dans notre projet, nous chercherons à observer et à comprendre les rôles que pourraient avoir l’hébergement collaboratif et la génération Z sur un renouvellement de l’hôtellerie traditionnelle. Nous savons que l’hébergement collaboratif est de plus en plus recherché et donc accessible par la clientèle de la génération Z. Celle-ci n’étant pas entièrement dans la capacité de pouvoir consommer un hébergement commercial, elle va se diriger sur une économie

qui lui est plus proche. Nous avons eu, à travers ce projet, l'opportunité d'interroger des personnes incarnant cette génération. Ces personnes ne consommant pas encore l'hôtellerie traditionnelle, que cela soit pour leurs loisirs ou pour le travail, nous avons eu la possibilité de confronter leurs pensées face à des professionnels du monde de l'hébergement traditionnel.

Avec l'aide de toutes ces données et de ces axes de réflexions, nous avons pu nous poser la question de départ suivante : Comment réagit l'hôtellerie traditionnelle face au développement des hébergements collaboratifs ? Cette question est la notion qui permet de lancer nos recherches, et de les orienter sur des axes de recherches moins vastes, qui, par la suite, ont amené une problématique. Nous pouvons nous demander en quoi les hébergements collaboratifs et la génération Z provoquent-ils un renouvellement de l'hôtellerie traditionnelle ?

La formulation d'hypothèses nous aide à répondre à cette problématique en structurant ce dossier en trois parties. Nos hypothèses seront confirmées ou non grâce à nos recherches mais surtout par des points de vue de professionnels et de particuliers faisant partie du monde de l'hôtellerie, qu'elle soit traditionnelle ou collaborative.

Dans une première partie, nous nous sommes orientés sur le renouvellement perpétuel du secteur hôtelier, en abordant les caractéristiques, la photographie actuelle du secteur et les nouvelles tendances et facteurs qui la bousculent. Cette partie s'oriente sur l'hypothèse que la génération Z bouleverse les standards de l'hôtellerie. Par la suite, nous aborderons une notion d'actualité dans le secteur de l'hébergement, l'expérience client. Notre hypothèse est la suivante, la relation client revient au cœur de son expérience à l'hôtel. Cette notion sera traitée via des notions de personnalisation et d'expérience.

Enfin, nous terminerons cette première partie en nous demandant si l'hébergement collaboratif est un effet de mode, il s'agit de notre troisième hypothèse.

Dans une deuxième partie, nous présenterons notre méthodologie afin de proposer des analyses et des résultats sur nos questions qui valideront ou non les hypothèses.

Pour terminer, nous présenterons les résultats de notre expérience terrain en lien avec nos hypothèses. Vous retrouverez l'analyse des résultats de nos recherches, puis en nous appuyant sur ces résultats, nous proposerons des préconisations pour un futur meilleur pour l'hôtellerie traditionnelle.

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Chapitre 1 - Les nouveaux standards en hôtellerie en fonction des attentes de la génération Z

À l'heure de la mondialisation et des plateformes d'avis, l'offre hôtelière mondiale s'adapte et évolue au fil des décennies pour impacter les expériences, les comportements et les destinations de séjour de leurs futurs clients.

1.1 - Point de vue sur le marché de l'hôtellerie

Dans ce dossier nous aborderons régulièrement la notion d'hôtellerie traditionnelle. Nous allons donc vous présenter cette notion pour définir ce que l'on comprend dans celle-ci et ce que l'on exclut dans sa signification. Puis, nous dresserons un état des lieux de l'hôtellerie traditionnelle à ce jour.

1.1.1) Définition de l'hôtellerie traditionnelle

Tout d'abord le mot « hospitalis » provient du terme latin « hospes » qui signifie hospitalité. Ce terme provient des termes « hôtel », « hôtellerie » et « hôpital ». Le premier terme apparu était « hostel », le plus souvent utilisé pour désigner les « maisons meublées servant de logement payant et d'auberge ¹ ». Enfin, ce mot a été abrégé pour devenir « hôtel ».

¹ Selon Marie-Claire Grassi, dans son ouvrage « Pour une histoire de l'hospitalité » (p. 34).

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

1.1.2) Histoire de l'hôtellerie

Le véritable lieu d'hébergement avec accès au public est apparu dans l'Antiquité en Mésopotamie. Cette découverte faite par l'économiste spécialisé en hôtellerie, Jean-Christophe Lefevre, suppose une forme d'hôtellerie qui ressemblerait davantage à des tavernes qui pouvaient accueillir les marchands pour dormir. Quand bien même le mot hospitalité est un geste gratuit, c'est dès l'Antiquité qu'il est courant de payer son hôte contre un hébergement et de la nourriture.

C'est ensuite à l'époque du Moyen-Âge que l'hôtellerie est gérée principalement par le clergé qui abrite les voyageurs, marchands et étudiants.

Entre le XVIIe et le XVIIIe siècle, avec l'amélioration des voies de transports, une certaine évolution de l'offre sera remarquée. En effet, un plus grand nombre de personnes seront sur les routes pour voyager. De plus, le développement du Grand Tour, un voyage effectué par des jeunes personnes à travers l'Europe pour s'émanciper et s'éduquer permettra une nouvelle révolution de la demande.

Entre le XIXe siècle et 1945, l'industrialisation et l'enrichissement de certaines populations va permettre un élargissement de la clientèle dans les hôtels. C'est d'ailleurs à cette époque que les premiers grands hôtels font leur apparition. Cette nouveauté aura un effet négatif pour les aubergistes qui doivent fermer leurs établissements. Le littoral devient la nouvelle destination pour la clientèle fortunée et avec elle apparaissent les palaces. C'est au début des années 1900 qu'apparaît la première auberge de jeunesse en Allemagne, puis en 1930 la France voit s'ouvrir, elle aussi, sa première auberge de jeunesse. Ces nouvelles offres destinées pour les moins fortunés désireux de voyager prennent donc de l'ampleur notamment avec le Front Populaire et la création de la Fédération Internationale des Auberges de Jeunesse en 1932. En 1936, avec la mise en place des congés payés, surgit un développement massif du tourisme populaire.

Partie 1 – Le renouveau constant de l'hébergement

À la suite de la Seconde Guerre Mondiale, l'hôtellerie connaît une diversification de l'offre avec la création de chaînes hôtelières. En 1963, l'État français prend même des actions pour améliorer l'offre touristique française et développe le littoral languedocien pour attirer les touristes se rendant en Espagne. Enfin, le gouvernement intervient aussi sur le tourisme des sports d'hiver avec le décret « Plan Neige » pour la modernisation des stations dans les Alpes. Au cours des années 1970, avec la mondialisation et l'essor des transports aériens, la clientèle voyage plus et devient internationale. Le tourisme d'affaires prend de l'ampleur.

Aujourd'hui, le marché français de l'hôtellerie est un marché avec une forte intensité concurrentielle avec une majorité d'hôtels de chaînes et l'apparition de nouvelles alternatives d'hébergement chez l'habitant, comme pour Airbnb.

1.1.3) Formes d'hébergement

L'hôtellerie regroupe différentes formes d'hébergement en France, nous allons les énumérer et en donner une courte définition :

- Les hôtels de tourisme : Ce sont des établissements d'hébergement à but commercial avec une offre d'un produit comme une chambre ou un appartement et des services annexes comme le petit déjeuner ou la restauration. Ils sont classés par l'organisme certificateur Atout France de 1 à 5 étoiles ou le label « Palace ». Parmi ces hébergements, on peut distinguer les hôtels indépendants, libres dans toutes leurs décisions, les hôtels de chaînes volontaires qui sont des hôtels indépendants qui se regroupent avec une image commune mais restent libres sur la gestion de leur établissement et enfin les hôtels de chaînes intégrées qui sont des hôtels franchisés ou liés à des groupes hôteliers comme Accor, Louvre Hôtel, etc.

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

- Les campings : Ce sont des établissements qui mettent à disposition des emplacements vides ou équipés pour accueillir des tentes, des mobile-home, des caravanes, pour une période courte, longue, ou annuelle.
- Les chambres d'hôtes : Les chambres d'hôtes sont une forme d'hébergement chez l'habitant contre rémunération avec des prestations.
- Les résidences de vacances : elles se différencient des hôtels en proposant des appartements à la location pour une semaine, sans les prestations supplémentaires qu'on pourrait retrouver dans des hôtels.

Partie 1 – Le renouveau constant de l’hébergement

1.1.4) Le poids de l’hôtellerie

Les chiffres :

Entre 2013 et 2019, on observe une augmentation de l’offre de 4%, en termes d’hôtels, avec presque 18 000 hôtels sur le territoire français pour 640 000 chambres environ. En France, l’organisme de classification des hôtels, Atout France, décerne aux hôteliers le souhaitant des étoiles en fonction de leurs prestations et produits proposés. C’est donc 90% des établissements hôteliers français qui sont ainsi classés. En 2017 on recensait en France 210 millions de nuitées dont 70% effectuées en zone urbaine. La clientèle dans ces zones est à 64% française et 36% étrangère.

Tableau 1 : Le parc hôtelier français et son évolution entre 2013 et 2019 ²

	2013	2019	Evolution	Parc chambres par gamme 2019	Capacité moyenne 2019
Non classés	6.098	5.494	- 10 %	18,3 %	21 ch.
1 ★	538	327	- 39 %	2,1 %	38 ch.
2 ★	4.017	3.712	- 7 %	18,2 %	31 ch.
3 ★	4.822	5.828	+ 21 %	38,2 %	41 ch.
4 ★	1.280	1.963	+ 53 %	19,2 %	61 ch.
5 ★	226	396	+ 75 %	4 %	64 ch.
Total hôtels	16.981	17.720	+ 4 %	100 %	36 ch.
Total chambres	619.322	629.056	+ 1,6 %		

Ce tableau issu d’une autre étude réalisée par l’INSEE, nous confirme cette tendance pour une montée en gamme sur le marché de l’hôtellerie française. Nous constatons une augmentation du nombre d’hôtels classés en 3 étoiles et plus. On constate également une forte diminution d’hôtels en une étoile. D’un point de vue général, le parc hôtelier français augmente de 4 % entre 2013 et 2019, alors que le nombre de chambres augmente seulement de 1,6% nous

² Source : INSEE, 2019

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

pouvons donc supposer que les nouveaux hôtels qui ont ouvert sont de taille plus petite.

L'offre hôtelière actuelle :

Sur un point de vue des prestations proposées par l'offre hôtelière, l'offre milieu de gamme a amélioré son image de marque en intégrant au sein de leurs établissements des environnements plus culturels ou innovateurs, ce qui était autrefois réservé aux hôtels de luxe.

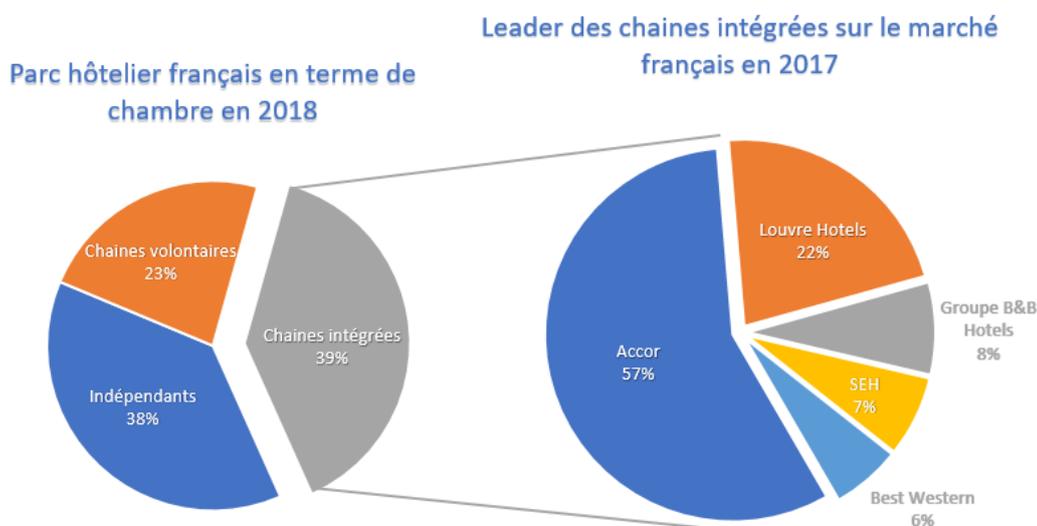
Pour les hôtels d'entrée de gamme, les RPA (Robotic Process Automation) se sont démocratisés pour faciliter les opérations de check-in et check-out ainsi que le service commercial.

Malgré des mouvements sociaux en 2018, la tendance positive de 2017 s'est poursuivie avec une progression du chiffre d'affaires de 4% pour le [RevPAR](#) des hôtels français. D'après l'étude de Deloitte In EXTENSO³, nous assistons à une diminution du nombre de lits pour les hôtels d'entrée de gamme dans les régions principalement. Ce phénomène est expliqué par une décroissance de 5% pour les établissements super-économiques et de 3% pour les établissements économiques, ces établissements connaissent des difficultés de remplissage et ne couvrent donc plus leurs charges. En effet, les établissements super économiques font face à un recul de 1% du taux d'occupation. On remarque aussi une montée en gamme pour les hôtels haut de gamme et luxe avec notamment une augmentation du nombre de lit de 12% et une occupation supérieure à celle de 2014 de 14%.

³ Étude Deloitte In EXTENSO, *L'hôtellerie 4.0, Tendances du tourisme et de l'hôtellerie en 2019*

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Figure 1 : Le marché hôtelier français ⁴



Comme on peut le constater dans ces graphiques l'hôtellerie de chaînes intégrées est aussi grande que la part des hôteliers indépendants. En France nous retrouvons le leader du marché Accor avec 1581 hôtels en France (142 210 chambres), puis, Louvre Hotels qui détient 844 établissements en France suivi du groupe B&B Hotels avec 262 hôtels sur le territoire. Ce sont les principaux concurrents des hôteliers indépendants qui luttent contre la standardisation et la création d'une expérience client la plus personnelle possible au sein de leurs hôtels indépendants.

Notre région Occitanie se place en 2^{ème} position en terme du nombre d'emplacements en camping et en 4^{ème} position en terme de nombre de chambres dans les hôtels. Sur Toulouse, le RevPAR s'élève à 91 euros pour les hôtels de luxe avec une augmentation de 2,5% en 2017, et 14,6% en 2014. Le RevPAR des hôtels de milieu de gamme est en légère baisse avec moins 0,5%

⁴ Sources : INSEE, Coach Omium, Hospitality ON

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

ce qui donne 65 euros pour 2017, mais il y avait eu une augmentation de 14% en 2014. En ce qui concerne les hôtels économiques, la baisse du RevPAR est similaire avec -0,5 % avec 43 euros. Contrairement à la tendance actuelle de baisse des super-économiques, le marché toulousain a enregistré une augmentation de 4,5% de son RevPAR en 2017 et 15,8% en 2014 pour donner un RevPAR moyen de 34 euros pour la classe très économique.

L'emploi :

Les emplois du secteur de l'hôtellerie représentent 23% des 2 millions d'emploi que crée le tourisme en France. Ces emplois sont souvent liés à l'activité touristique. Ils sont très variés tant sur le plan des compétences que des postes. Les emplois dans les hôtels varient en fonction du classement de ce dernier et du nombre de chambres. Le rythme de l'activité semble également avoir une influence sur le type d'emploi. L'emplacement joue aussi un rôle dans le recrutement. En résumé l'emploi en hôtellerie est très varié et dépend de beaucoup de facteurs.

1.2 - Le renouvellement de l'hôtellerie qui tend vers de nouveaux modes d'hébergement

Aujourd'hui, l'évolution de la société et des modes de consommations influence les standards de l'hôtellerie traditionnelle. Pour s'adapter à ces nouvelles pratiques, l'hôtellerie traditionnelle doit se réinventer. Celle-ci va s'appuyer sur de nouveaux concepts, de nouvelles formes de communication et de marketing s'orientant sur le nouveau terme à la mode dans le secteur, l'expérience client. Les consommateurs toujours plus connectés, à la recherche de toujours plus d'informations et de recommandations et avec de nouvelles attentes vont mettre en marche le renouvellement de l'hôtellerie. Ce renouvellement est surtout nécessaire face à l'existence de l'hébergement collaboratif. L'hôtellerie pour ne pas perdre ses clients et rester attractive doit réagir et s'adapter.

Le renouvellement de l'hôtellerie a bien eu lieu, plusieurs nouveaux concepts gardant pour cœur de métier l'hôtellerie pure ont vu le jour.

Premièrement, nous pouvons présenter les établissements dits « lifestyle ». Ce concept d'hôtel s'est inspiré des [boutique hôtels](#) apparues dans les années 1990. Les hôtels boutique se caractérisaient par un style et une architecture urbains et design, une capacité d'accueil limitée, un service plus personnalisé qu'un hôtel classique et une offre majoritairement haut de gamme. Le modèle lifestyle se base sur des sensations et des émotions propres à l'hôtel, des services technologiques récents, une décontraction dans le service et l'ambiance dans l'établissement, des facilités d'accessibilité et enfin des services proposés toujours plus approfondis et personnalisés. Ce concept se retrouve essentiellement dans les hôtels situés en zone urbaine.

Pour rester dans l'optique d'adaptation d'un établissement hôtelier, un nouveau phénomène est maintenant bien connu, il s'agit des établissements à usages

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

multiples. Un hôtel va se situer dans un bâtiment qui dispose également d'autres pôles d'activités comme des commerces, des infrastructures sportives ou culturelles. Cela permet à un hôtel d'accroître son attractivité sur toute la semaine et sur toute l'année mais aussi de réaliser des économies d'investissement et de fonctionnement. Les hôtels vont ainsi s'ouvrir sur l'environnement d'un espace, d'un quartier. Les hôtels s'engagent ainsi dans une communauté qui va bénéficier à leurs clients.

De nouvelles formes définies comme hybrides existent également, nous retrouvons les « hostels » définis comme des auberges de jeunesse qui voient des prestations plus poussées et une ambiance et une décoration plus travaillées. Les résidences de tourisme se classent également dans cette catégorie dite hybride.

Enfin, une nouvelle tendance inventée par le groupe Accor commence à s'intensifier, il s'agit des hôtels éphémères. Il s'agit d'une structure d'hébergements ayant les mêmes prestations qu'un hôtel standard mais qui a la capacité de se déplacer. Accor a lancé en 2019 son projet « Flying Nest » à partir de conteneurs maritimes. Le groupe propose un hébergement dans un conteneur réaménagé en une chambre comme dans un hôtel. Plusieurs chambres sont ainsi rassemblées sur une zone touristique ou sur un événement sportif ou culturel. Par exemple, le projet du groupe Accor a été installé durant une saison hivernale dans la station de ski d'Avoriaz, sur l'événement sportif des 24 heures du Mans ou à Bordeaux en bord de Garonne.

Le monde de l'hôtellerie dispose donc d'outils technologiques et de connaissances des nouvelles offres d'hébergement tendances et en développement afin de mettre en place des actions marketing, de communication et de créer de nouveaux concepts ou pour s'adapter aux nouvelles demandes de leurs clients.

1.3 - Une demande de nouvelles formes d'hébergement et de tourisme

1.3.1) La création de l'hébergement collaboratif

L'apparition d'un phénomène de société qu'est l'émergence des hébergements collaboratifs a commencé dans les années 2000. On connaît tous la plateforme Airbnb, figure emblématique de l'hébergement collaboratif, celle-ci a été créée en 2008 aux États-Unis.

Malgré son âge, la plateforme est toujours d'actualité et leader sur le marché de l'hébergement collaboratif. En mars 2017, Airbnb était valorisée à 31 milliards de dollars. La philosophie de la plateforme a changé, le service n'est plus tellement un service collaboratif mais est devenu un service commercial.

Même si Airbnb écrase ses concurrents, d'anciennes plateformes comme HomeExchange.fr ou trocmaison.com sont toujours présentes sur le marché. Le marché de l'échange de maisons est toujours présent dans le secteur de l'hébergement et du tourisme. Le site HomeExchange.fr propose 400 000 maisons louables dans 187 pays. Selon lui, un échange de maison est finalisé toutes les 4 minutes via sa plateforme. Ces plateformes ont beaucoup changé leur communication pour valoriser la sécurité de ces échanges, un de leur slogan est « En toute sérénité (vraiment) ». Ainsi, les mentalités ont changé.

Ces plateformes profitent du changement des mentalités et des générations Y et Z plus souples et plus aventureuses. Au fur et à mesure du temps, la plateforme internet trocmaison.com a même retiré de sa communication que l'échange était sans risques. De plus, le géant HomeExchange a racheté TrocMaison, signe que ce marché peut encore gagner en popularité et devenir un automatisme de consommation.

Depuis, la demande ne cesse d'évoluer et d'autres modes d'hébergement apparaissent.

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

1.3.2) Les nouvelles tendances

Le tourisme durable :

En premier lieu, on remarque que « l'écotourisme » prend de plus en plus d'importance et commence à devenir une forme de tourisme connue par les consommateurs.

« L'écotourisme », ou appelé également « tourisme durable » ou « tourisme vert » est basé sur la réalisation d'un séjour qui respecte au maximum l'environnement en réduisant l'empreinte carbone, mais aussi en découvrant totalement l'environnement du séjour, à savoir les acteurs de l'environnement, les coutumes, la culture du lieu. Cette forme de tourisme est complètement différente du tourisme de masse.

Ce tourisme se réalise majoritairement en proximité pour limiter l'empreinte carbone liée au transport. L'avion étant le principal polluant dans l'industrie du tourisme. De nouveaux labels comme l'éco-label européen, la Clef Verte ou le label Gîtes Panda permettent d'évaluer si le ou les séjours proposés s'inscrivent bien dans une démarche responsable.

Une nouvelle demande prend de l'ampleur aujourd'hui, il s'agit du Wwoofing, « Working Weekends On Organic Farms » signifiant week-ends de travail dans des fermes bio. Cette tendance consiste à rassembler un particulier pratiquant de l'agriculture biologique ou de l'éco-construction, avec un voyageur qui va rendre service à ce particulier en échange de l'hébergement et du repas. Cette pratique est apparue en Angleterre et s'est rapidement développée. Elle se base sur l'échange pur et exclut tout échange monétaire. La pratique a cependant quelques limites puisque la réussite de l'expérience varie selon l'offre agricole de l'hôte ou la volonté des voyageurs qui peuvent être opportunistes.

Cependant, ce phénomène s'est développé sur tous les continents et voit son succès grandir.

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Le tourisme solidaire et équitable :

Cette tendance possède des points communs avec le tourisme durable, mais accentue la solidarité et le côté équitable du séjour.

La solidarité est caractérisée par un soutien des voyageurs aux populations locales, l'humain est une priorité pour cette forme de tourisme. Les voyageurs en payant leur séjour vont soutenir financièrement le développement local, les populations locales.

Le côté équitable apparaît dans la rémunération égale des acteurs qui rendent possible le séjour. La population locale principalement dans les pays pauvres, va tirer davantage de bénéfices à la fois économiques via une rémunération des prestations et sociaux car leurs conditions de vie vont s'améliorer.

Ce tourisme est possible via des plateformes et applications qui mettent en relation des guides locaux qui ont une parfaite connaissance de leur région, de leur culture et patrimoine, avec des voyageurs responsables qui cherchent une authenticité. La plateforme www.good-spot.com permet de trouver des centaines de destinations et d'activités à travers le monde.

Les co-vacances :

Cette nouvelle demande apparaît pour cause économique. Elle se base sur le partage des coûts liés au tourisme. Plusieurs personnes, familles, couples qui n'ont aucun lien entre eux vont alors partager un hébergement pour leur séjour, ils vont ainsi partager les frais d'hébergement, de transport et de loisirs.

Cela permet soit de partir en vacances pour les personnes ayant un budget très faible, ou d'augmenter le standing d'hébergement en louant une maison d'un certain standing par exemple entre plusieurs familles.

Il existe plusieurs plateformes proposant de réunir des personnes, celles-ci ont sous-segmenté le marché en proposant des rassemblements entre célibataires,

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

familles monoparentales ou entre jeunes allant jusqu'aux personnes partageant une même passion. Cette tendance s'inscrit dans une démarche économique mais aussi humaine.

Le slow tourisme :

Le slow tourisme est un tourisme lent, basé sur l'appréciation du séjour et sur l'approfondissement du vécu. Ce tourisme s'écarte de toute forme de tourisme massif et prône la tranquillité et un mode de vie simple.

Le slow tourisme s'identifie parfaitement aux vacances en vélo appelé cyclotourisme. Beaucoup de personnes utilisent leur vélo comme moyen de transport pour leurs vacances, et réalisent des circuits préétablis à travers plusieurs régions ou pays. Cette forme de tourisme se base aussi sur des transports collectifs comme les bus, les trains, le covoiturage.

L'écovolontariat :

Il s'agit d'un tourisme dédié à la protection de l'environnement. Ce tourisme en proposant des services pour une réserve naturelle, une association, une mission scientifique, un nettoyage de sites protégés... La personne s'engageant est bénévole et volontaire, elle n'est pas rémunérée mais peut participer aux frais de l'association.

Selon le site www.cybelle-planete.org « L'écovolontariat est une action solidaire et participative qui consiste à aider, durant son temps libre, un projet lié à la préservation et à la valorisation de la diversité animale, végétale, environnementale, et culturelle. L'écovolontaire est un citoyen engagé et bénévole et ne peut, à ce titre, recevoir de contrepartie financière pour son action. »

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Le tourisme créatif ou participatif :

Ce tourisme se base sur les habitants d'une zone géographique, ils accueillent les touristes et leur présentent leur environnement avant de participer à des activités. En effet, les touristes vont pratiquer les activités des habitants dans les univers de l'art, de l'artisanat, de la gastronomie et autres activités culturelles régionales. Les « Greeters » sont les habitants qui deviennent guides ou instructeurs pour les touristes.

Ce tourisme a émergé grâce au développement des réseaux sociaux, puisque de plus en plus de personnes ont accès et se connectent aux réseaux et par l'essor des classes créatives à la recherche de nouveaux modes de vie et de découvertes.

Les destinations locales :

Aujourd'hui, et depuis le début des années 2010, des études montrent que la population et notamment les européens restent de plus en plus dans leur pays d'origine pour passer leurs vacances. En 2014, Euromonitor a réalisé une étude démontrant que le nombre de personnes restant dans leur pays pour leurs vacances a été multiplié par deux entre 2013 et 2014.

Ce phénomène est toujours d'actualité et est explicable par plusieurs nouveaux facteurs :

- Le retour à la consommation locale et directe. La population se réintéresse à l'environnement local et à sa culture.
- La démarche environnementale et une volonté de réduire ses déplacements qui polluent l'environnement.
- La crise économique et la politique fiscale du pays qui a réduit le pouvoir d'achat des consommateurs réduisant ainsi leur capacité à voyager et découvrir d'autres pays.

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Nous pouvons constater que toutes ces nouvelles formes de tourisme sont plus engagées pour l'environnement mais aussi pour le développement durable avec l'humain et l'environnement au centre des préoccupations. Cette notion de protection de l'environnement est désormais au cœur des mentalités.

1.4 - La génération Z, une nouvelle chance pour l'hôtellerie

1.4.1) La génération Z

Tout d'abord, une génération est caractérisée par trois perspectives⁵. Une perspective démographique, les individus ont le même âge et ils ont vécu des événements précis en même temps. Une perspective ethnologique, ils ont des rapports de filiation, c'est-à-dire qu'il y a une ascendance ou descendance entre individus de façon directe ou collatérale. Et enfin une perspective sociologique, les individus ont vécu des expériences communes et partagent des modes de pensée communs.

La génération Z présente les personnes nées de 1995 jusqu'à 2010, les parents font partie de la génération X. C'est une génération ultra connectée, sur le plan des relations familiales, cela leur donne plus de pouvoir et de légitimité au sein de leurs familles car ils ont des connaissances techniques plus poussées que leurs aînés. En France, il y a un phénomène appelé la crise de l'autorité, celui qui a l'autorité n'est pas le plus cultivé mais celui qui a le plus d'expérience. Ce constat n'est pas le même par exemple en Asie où le respect des anciens est encore très présent.

⁵ Selon Elodie Gentina et Marie-Eve Delecluse « Génération Z : Des Z consommateurs aux Z collaborateurs »

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

1.4.2) Les attentes professionnelles de la génération Z

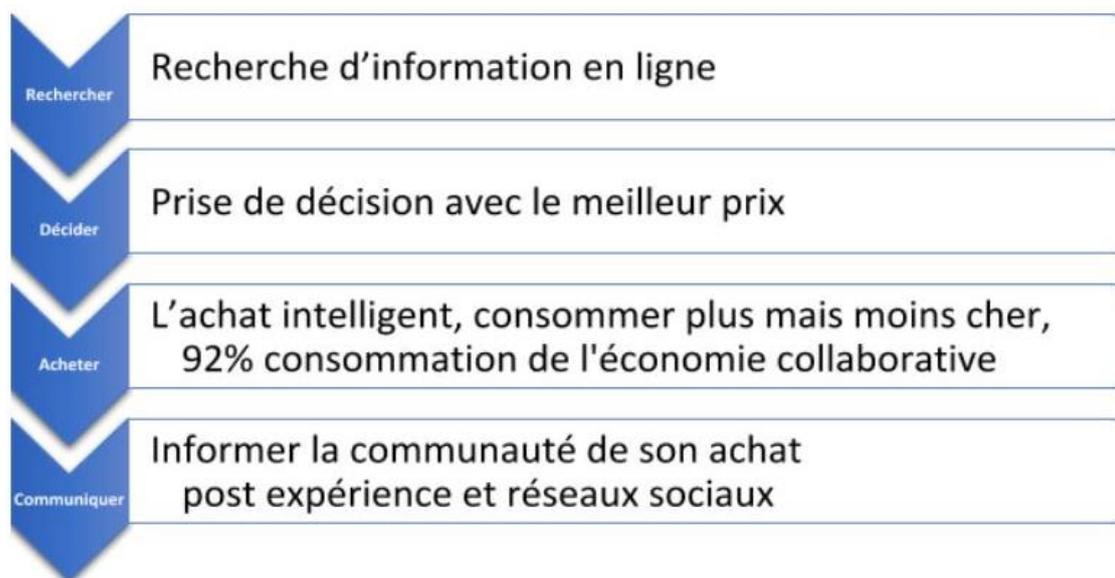
Le critère le plus important est l'ambiance au travail car c'est une génération très jeune, le salaire reste un critère important seulement pour 11,7% d'entre eux. Cette génération cherche davantage d'équité au travail permettant de bonnes conditions de travail, ceci est très important pour cette génération. Ensuite le deuxième critère est la recherche de professionnalisme, il y a une volonté d'effectuer un travail de qualité en faisant attention aux détails et en recherchant toujours la performance. Enfin, la dernière attente est relative à l'innovation, les individus n'hésitent pas à prendre des risques. La sécurité de l'emploi peut même être perçue négativement, la majorité de cette génération ne souhaite pas rester au même poste durant leur carrière professionnelle, beaucoup souhaitent être leur propre patron.

1.4.3) Les attentes de la génération Z dans l'hébergement

La génération Z représente un enjeu pour l'hôtellerie, cette année elle représente 40% des consommateurs, il est donc important pour l'hôtellerie de capter cette génération. Mais pour cela, il va falloir être innovant car cette génération ultra connectée ne se satisfait plus des anciennes standardisations. Elle cherche de l'innovation et surtout une réelle expérience. Le plus grand enjeu est de capter leur attention sur les réseaux sociaux, elle dispose d'environ 8 secondes pour les convaincre en ligne.

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Figure 2 : Parcours client de la génération Z ⁶



Il faut donc que les établissements hôteliers développent leur partie numérique pour réussir à la capter et ne pas hésiter à passer par des [influenceurs](#) pour encore plus multiplier leurs chances. Si les hôteliers arrivent à bien capter cette génération que cela soit pour du loisir ou pour des affaires, ils auront réussi la grosse part du travail puisque la visibilité de l'établissement hôtelier grandira avec cette génération qui partage tout sur internet.

Il s'agit réellement de faire vivre une expérience non-reproductible à la maison à cette génération. Pour l'hôtellerie, la génération Z représente de réels enjeux, qu'ils soient économiques avec ce qu'elle peut générer pour l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie, ou sociaux et politiques avec la visibilité des établissements accrue via les réseaux sociaux et la capacité de cette génération à faire circuler une information sur internet. Cette génération représente le futur pour l'industrie hôtelière, et il est donc indispensable pour celle-ci de s'adapter au mieux pour le futur.

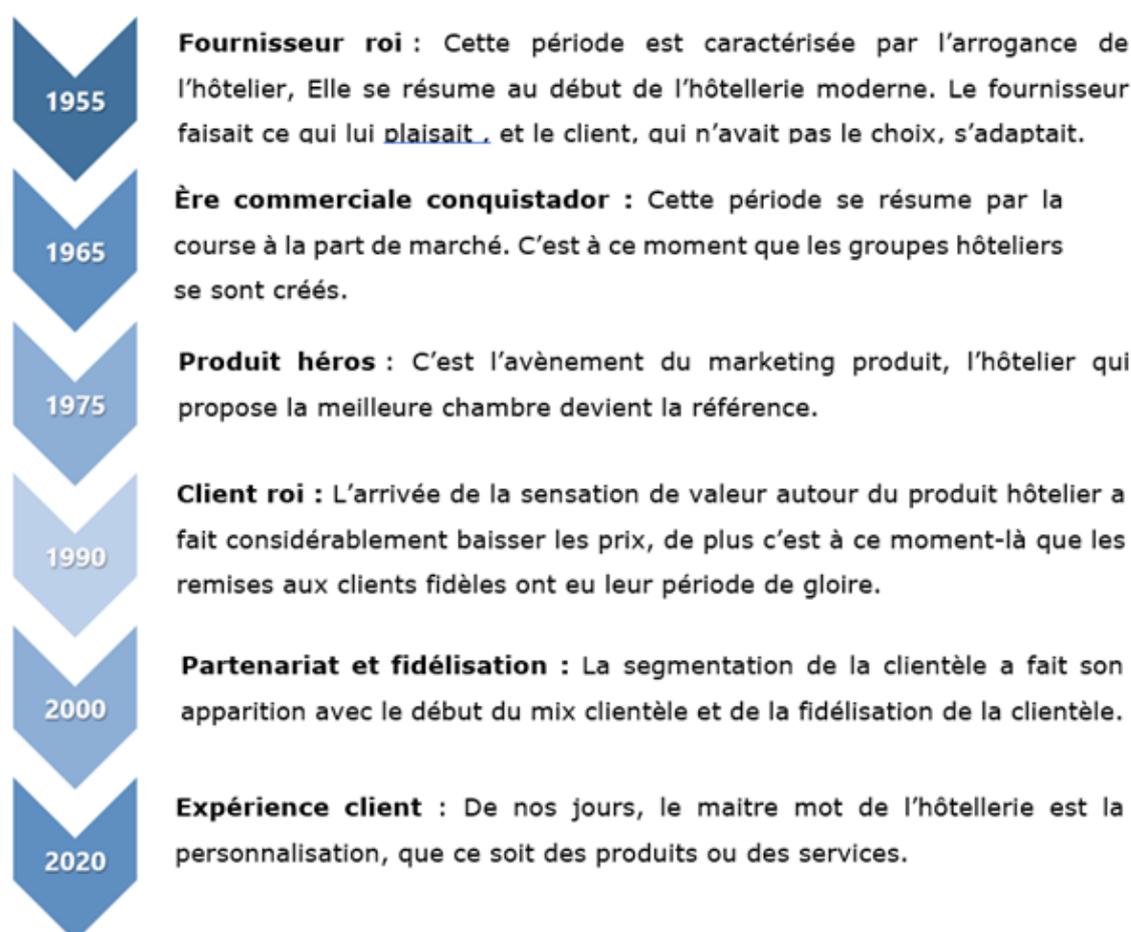
⁶ Selon Elodie Gentina et Marie-Eve Delecluse « Génération Z : Des Z consommateurs aux Z collaborateurs »

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Chapitre 2 - Une relation client indispensable pour les hôteliers

Vous pouvez retrouver en annexe A les six piliers de l'Expérience Client en hôtellerie vus par le panel. Premièrement, avant d'aborder la personnalisation et l'expérience client, voici l'évolution de la relation client / fournisseur :

Figure 3 : Évolution de la relation client - fournisseur⁷



⁷ Selon le cours de Nathalie Loubières, *La segmentation clientèle*

2.1 - La personnalisation des séjours dès la réservation

2.1.1) Modification de l'interface

La réservation a été pendant longtemps considérée comme le début du séjour : le client passe la porte de l'établissement, demande s'il y a une chambre de disponible et réalise le check-in dans le même temps.

Aujourd'hui, les modes de consommation ont changé et avec les nouvelles technologies, la réservation se fait plus en amont temporellement et comprend un processus de réflexion de voyage plus important. On distingue dans les nouvelles tendances, un besoin d'hyper personnalisation des consommateurs vis-à-vis de l'offre. Les clients souhaitent se voir proposer une offre qui leur est personnalisée. La personnalisation correspond à une anticipation des besoins des clients. Huit Français sur dix souhaiteraient que les sites de e-tourisme les accompagnent depuis la préparation du voyage, mais aussi pendant leur séjour et jusqu'à leur retour.⁸

⁸ Selon Oui.Sncf <https://www.varmatin.com/technologie/ces-trois-technologies-qui-transforment-le-monde-du-tourisme-208574>

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Figure 4 : Quel facteur changera la distribution hôtelière dans les voyages d'affaires dans 5 ans ?⁹



Cependant, pour certains clients la réservation dite « hors ligne » reste privilégiée pour des raisons de personnalisation et de contact humain, mais aussi de facilité et de rapidité de réponse aux questions posées.

Cela a créé un réel problème au sein des hôtels et, pendant longtemps, la démarcation s'est faite grâce au prix. Les leviers les plus importants dans une politique de prix sont :

- L'explication des différents types de chambres afin que le client se rende bien compte de la plus-value proposée
- Favoriser la conversion des visites du site internet en proposant trois tarifs différents, afin de cibler au mieux la clientèle
- Opter pour une tarification totale du prix de la chambre et non plus du prix par personne.

⁹ Source : Etude Amadeus, 2018. <https://www.tom.travel/2018/05/29/3-defis-a-relever-pour-moderniser-lindustrie-hoteliere/>

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Afin d'attirer le maximum de clients dans les hôtels grâce aux plateformes numériques, les groupes se sont intéressés à la personnalisation à travers des informations laissées par le client, afin que celui-ci ait un produit qui lui corresponde au prix qu'il souhaite payer. En moyenne 38,5% de la population serait ouverte à l'idée de transmettre leurs informations aux entreprises afin d'avoir des services personnalisés.

De plus, on note également des efforts de certains établissements dans la personnalisation de la chambre de futurs clients. Les hôtels recherchent des informations sur leurs futurs clients afin de rajouter quelques éléments de décoration dans la chambre en fonction des éléments trouvés sur leurs clients. Les établissements font des recherches sur les réseaux sociaux, ils recherchent les goûts et préférences de leurs clients.

Cependant, pour la majeure partie de la population, la confidentialité prime sur la personnalisation.

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

2.1.2) La révolution de la personnalisation prédictive

La personnalisation prédictive vise à exploiter la technologie et notamment l'intelligence artificielle pour améliorer l'expérience utilisateur et augmenter les revenus de l'hôtel. Celle-ci se base sur des algorithmes informatiques qui sont couplés avec des énormes masses de données, de l'intelligence humaine et de l'apprentissage automatique (Machine Learning) à partir de ces données.

Dans les faits, grâce au Machine Learning, les informations utilisateurs sont utilisées en temps réel pour affiner les produits proposés, les prix et les services annexes. Cela revient à séduire le client pour le pousser à réserver une offre qui lui convient, au prix qu'il est prêt à payer et en fonction de la valeur proposée par l'hôtelier. La personnalisation prédictive permet d'aller plus en profondeur et d'améliorer la personnalisation :

Figure 5 : Les différentes personnalisation ¹⁰



¹⁰ Source : <https://www.kameleoon.com/fr>

2.2 - Une personnalisation continue pendant et après le séjour

La personnalisation durant le séjour passe aussi par le numérique. Les E-concierges et les assistants vocaux sont présents pour répondre à tous les besoins.

Afin que le client vive une expérience unique, l'hôtelier doit déjà répondre au service de base qu'il a vendu, à cela s'ajoutent les facteurs qualité que sont : la facilité d'utilisation, la réduction des insatisfactions et le traitement des réclamations. Ensuite seulement la personnalisation entre en compte afin de proposer un service unique et que le client vive une réelle expérience, cela se mesure avec le plaisir et les émotions qu'il ressent.

Cela revient à dire que c'est pour le client une « excellence de service ». L'expérience client c'est « la façon dont clients perçoivent l'ensemble des interactions avec l'entreprise » et donc la plus-value créée par les collaborateurs, équipements innovants et services propres de l'hôtel.

Joël de Rosnay, chercheur, écrivain et conseiller de la Cité des Sciences affirme que les acteurs du tourisme doivent accompagner en permanence leurs clients.

Une personnalisation durant le séjour va permettre de favoriser et d'améliorer l'expérience client pendant le séjour. Un hôtelier va par exemple anticiper des problèmes en s'assurant du confort du client, de sa bonne installation dans l'hôtel. Le fait de poser la question « Votre séjour s'est bien passé ? » à la fin du séjour ne permet pas de changer son avis et de mettre en place des actions correctives mais seulement de connaître les points négatifs de son séjour.

La technologie permet aujourd'hui de rentrer en contact avec le client sans qu'il ne communique avec la réception ou autre. L'utilisation de messageries instantanées est recommandée pour améliorer et faciliter la communication du client durant le séjour.

2.3 - Une expérience après-voyage à son apogée

L'expérience client ne s'arrête pas avec le séjour, pour un établissement. Joël de Rosnay évoque également la notion « d'après-voyage » dans le cycle du voyageur dans une interview pour le média TV5Monde¹¹.

Dans un premier temps, l'expérience après-voyage continue avec les plateformes de notations et de partage de l'expérience. Des plateformes comme Tripadvisor et FlipKey pour les hébergements collaboratifs sont très utilisées par les particuliers pour leurs recherches d'hébergements et également pour évaluer et partager les séjours. Les voyageurs continuent donc après leur séjour de penser à leur expérience, ils se remémorent les points positifs et négatifs. Les hôtels ont donc des intérêts à surprendre leurs clients positivement pour que l'expérience du client ne soit pas uniquement présente sur le moment présent. Certains établissements envoient eux-mêmes un questionnaire de satisfaction à leurs clients une fois leur séjour terminé.

Ensuite, le développement de l'utilisation des réseaux sociaux accentue ce phénomène d'après-voyage. Les clients écrivent des avis publiquement, il s'agit de l'après-voyage où les expériences sont partagées dans les réseaux personnels. Les offres et les attentions portées aux clients doivent donc être très précises pour ne pas décevoir la demande. Ces clients créent donc une vitrine publicitaire aux établissements d'hébergement.

¹¹ <https://voyage.tv5monde.com/fr/joel-de-rosnay-tourisme-et-nouvelles-technologies-quel-avenir-commun>

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Rentre également dans ce cadre, l'utilisation des influenceurs¹². Les hôteliers utilisent les influenceurs pour partager leur image et leur notoriété, ils vont donc créer une expérience pour un influenceur qui va à son tour la partager pour sa communauté. Les clients peuvent également partager leur expérience avec leur entourage et leur réseau.

Enfin, un établissement peut rendre des services à ses clients une fois leur séjour terminé. Nous prenons pour exemple le cas présenté par le Directeur Général de l'établissement hôtelier NH Toulouse Airport Jérémy De Lemos. Lors d'une conférence professionnelle sur les stratégies et enjeux d'une ouverture d'un hôtel d'aéroport haut de gamme, ce dernier a présenté un cas démontrant que l'expérience client s'effectue aussi après le voyage. Une famille qui avait effectué un séjour dans son établissement a oublié en partant de l'hôtel le doudou d'un enfant dans la chambre. L'équipe de l'hôtel ayant retrouvé le doudou a décidé de réaliser une histoire sur la vie du doudou une fois oublié par la famille. Le doudou a donc été renvoyé par l'hôtel avec un livre présentant des photos de la vie de celui-ci dans l'hôtel avec une petite histoire. L'hôtel a donc créé une nouvelle expérience client une fois le séjour terminé.

¹² Voir Glossaire

Chapitre 3 - La disparition de l'hébergement collaboratif

3.1 - L'hébergement collaboratif dans une nouvelle économie

3.1.1) L'économie collaborative

Depuis la crise économique de 2007, le pouvoir d'achat des ménages français a diminué. Le chômage est en hausse, et, malgré les nombreux mouvements sociaux, les salaires restent gelés malgré la hausse progressive des coûts. C'est dans ce contexte que l'économie collaborative s'est développée. Dans un premier temps pour échanger et partager des biens afin de réduire les coûts, dans un second pour arrondir les fins de mois. L'humain, le partage et la réduction des coûts sont au cœur du principe de l'économie collaborative.

Ces pratiques se créent majoritairement sur des plateformes numériques qui regroupent les consommateurs qui sont en recherche d'alternatives pour éviter les circuits traditionnels¹³. On peut les regrouper dans la notion d'économie collaborative.

Les modèles classiques de [Business to Consumers](#) (B2C) sont remis en cause par « l'[Ubérisation](#) » de la société. Les entreprises traditionnelles et les modes de production sont remis en cause par des actions et échanges de services de particuliers qui bouleversent le marché en introduisant des manières différentes de consommer, à des prix souvent plus bas. Le consommateur est de plus en

¹³ Annexe B : Volume du marché de l'économie collaborative en Europe en 2015 (en millions d'euros).

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

plus acteur de sa consommation : fini le package à l'agence de voyage ! Il veut créer de A à Z son expérience.

De nos jours, les principaux échanges se font en [Peer to Peer](#) (P2P). Le terme de « [consom'acteur](#) » apparaît. Les individus ont de plus en plus de pouvoir dans l'économie, en devenant offreur et demandeur.

De plus, l'usage prime sur la possession¹⁴. Et c'est important, il s'agit de la base de l'économie collaborative : la mise en commun de biens au détriment de la société de consommation actuelle. En ce sens, il est possible de réaliser des actions, en limitant l'impact de cette consommation.

Les anciennes pratiques de partage et d'échange sont remises au goût du jour grâce aux nouvelles technologies, le numérique est la troisième révolution industrielle¹⁵. Le nombre important d'utilisateurs va permettre un important développement des formes de collaboration.

Le partage croissant d'informations et d'expériences fait que l'expérientiel est l'élément décisionnel de l'achat. Cela devient une économie à part entière : la « sharing economy ». Les informations peuvent être échangées de manière gratuite par de simples utilisateurs, ou payante à travers les réseaux sociaux et les influenceurs. En fonction de la confiance accordée ou du nombre d'avis, le consommateur pourra se forger sa propre opinion sur le produit.

L'hébergement collaboratif fait donc partie de l'économie collaborative, qui est un modèle socio-économique basé sur l'échange et le partage de biens, services et connaissances entre particuliers. Comme le dit le mot économie, c'est un échange monétaire sous forme de vente, de location ou de prestation de services. Mais il peut également y avoir des échanges non-monétaires sous la

¹⁴ Anne Sophie Novel et Stéphane Riot, *Vive la co-révolution! Pour une société collaborative*

¹⁵ Selon Elodie Gentina et Marie-Eve Delecluse « Génération Z : Des Z consommateurs aux Z collaborateurs »

Partie 1 - Le nouveau constant de l'hébergement

forme de don ou de volontariat. Quelques chiffres sur l'économie collaborative en France qui réalise un chiffre d'affaires de 3,5 milliards d'euros selon le ministère de l'économie avec un potentiel que ce chiffre d'affaire triple dans les années à venir.

Figure 6 : Perception des Français sur l'économie collaborative ¹⁶

L'économie collaborative pour vous, c'est :



Selon une étude menée en 2015 par la Direction Générale des Entreprises, 9 Français sur 10 ont déjà réalisé une pratique de consommation collaborative. Le marché de l'économie collaborative a donc un très fort potentiel d'expansion dans les années à venir.

¹⁶ Source : IFOP

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

3.1.2) L'hébergement collaboratif

L'hébergement collaboratif désigne tous les nouveaux modes d'hébergements proposés par des plateformes numériques comme le célèbre site Airbnb. Ces hébergements ne sont pas forcément gérés par des professionnels, c'est un concept d'échanges et de partage de logements, les premiers hébergements collaboratifs ont vu le jour aux États-Unis dans les années 90 qui au départ les avaient instaurés dans un but d'aide pour les personnes n'ayant pas les moyens de s'offrir des vacances. Maintenant, la majorité des hébergements proposés sont destinés à des fins commerciales.

Cependant d'autres plateformes d'hébergement collaboratif existent comme Couchsurfing ou Fairbnb. La plateforme Couchsurfing est destinée à des voyageurs prêts à partager des moments avec leurs hôtes en échange d'un lit. Ce site permet aussi de créer des événements à destination des voyageurs se trouvant dans une même ville pour discuter et partager des récits. Dans cette plateforme, il n'est pas question d'argent mais d'un échange de connaissances et d'histoire entre les passionnés de rencontres. La plateforme Fairbnb repose, quant à elle, sur les principes d'Airbnb mais souhaite mettre en place comme Couchsurfing une dimension sociale et interactive avec les particuliers. Sur cette plateforme, il est par exemple interdit à l'hôte de mettre en location plus d'un appartement. De plus, le site veille à ce que les annonces puissent profiter aux habitants car la coopérative s'engage à verser 50 % des bénéfices pour des projets locaux. Le géant mondial de l'hôtellerie collaborative, Airbnb, représente une capitalisation cumulée de 25 milliards de dollars soit 2,6 fois plus que le groupe français Accord (11,4 milliards de dollars)¹⁷.

¹⁷ Chiffres titrés de l'article « L'ultime affront d'Airbnb aux géants mondiaux de l'hôtellerie » par Frédéric Bergé (2016)

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Ces nouveaux modes d'hébergements constituent une menace pour l'industrie hôtelière d'un point de vue financier car les tarifs de ces hébergements sont inférieurs à ceux proposés par les hôteliers malgré beaucoup de services en moins mais aussi en termes de statuts fiscaux et légaux pour ceux qui font une utilisation professionnelle sans en avoir le statut, dans certains pays il existe un flou au niveau de l'aspect légal de ces activités. Néanmoins ces nouveaux modes d'hébergements permettent aux utilisateurs de par leurs faibles prix de consacrer un budget plus important à dépenser sur le lieu de leurs vacances et également de pouvoir partir plus souvent sur des durées plus courtes. Selon une étude de l'INSEE¹⁸ le marché de l'hébergement collaboratif a représenté en France 26 millions de nuitées et ce marché ne cesse de grandir.

En effet, avec les chiffres de 2016, l'hôtellerie collaborative représente 13% des 200 millions de nuitées comptabilisées par l'hôtellerie en France. L'hôtellerie collaborative aurait rapporté 15,1 milliards d'euros d'après l'étude réalisé par PWC¹⁹ en 2016. La fréquentation de ces moyens d'hébergement serait en augmentation de près de 30 % par rapport à 2015.

¹⁸ Institut National de la Statistiques et des Études Économiques

¹⁹ PricewaterhouseCoopers

3.2 - Les points positifs de l'hébergement collaboratif

Dans un marché du tourisme où la concurrence fait rage entre les hôtels appartenant à des chaînes intégrées et les indépendants, certaines formes d'hébergement d'une nouvelle génération viennent bouleverser les standards. Au fil des années, l'hébergement collaboratif a pris une place à part entière dans le marché de l'hébergement.

Dans l'idée, l'économie collaborative privilégie la suppression des intermédiaires, l'hôtellerie collaborative travaille dans un sens à cette même suppression. En effet, c'est avec des plateformes autogérées comme Couchsurfing ou Airbnb que les hôtes proposent directement un hébergement aux voyageurs. Dans un sens l'hébergement collaboratif abolit les surplus d'interfaces comme les OTA²⁰ ou les tour-opérateurs. Cependant, on peut observer la création de nouvelles entreprises autour d'Airbnb, qui proposent un regroupement d'appartements, qui pourraient s'apparenter à des interfaces, comme expliqué dans la partie 3.4.

Parmi les côtés positifs de l'économie collaborative, nous pouvons recenser une entraide au sein d'une population. En effet, dans une société où Internet et les réseaux sociaux privent petit à petit les personnes d'un lien social et relationnel, les plateformes de collaboration sont la preuve qu'une part de la population souhaite maintenir l'esprit de partage. Dans cette optique, des plateformes d'échanges de vêtements ont été créées dans l'espoir d'aider les personnes à faire des transactions marchandes à des prix réduits ou même sans échange d'argent. Dans ce sens, les plateformes d'hébergements collaboratifs ont pu développer des systèmes parallèles pour les populations ne pouvant pas se

²⁰ Over The Air, l'équivalent des sites web de voyage

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

déplacer, c'est en effet l'un des principaux avantages que ces plateformes mettent en avant. De plus avec le partage des informations, on a pu voir le développement d'une ouverture d'esprit, « Open Knowledge », qui peut s'appliquer à des fins éducatives et créatives de recherches et d'échanges.

Plus précisément dans le cas de l'hôtellerie collaborative, les plateformes et leurs acteurs, peuvent faire découvrir leur ville aux voyageurs venus séjourner chez eux et montrer les lieux touristiques et endroits à ne pas manquer.

Un autre avantage de l'explosion de l'hébergement collaboratif est l'arrivée massive de nouveaux voyageurs qui, comme nous l'avons dit précédemment, n'avaient pas forcément les moyens de voyager. On constatera donc une augmentation des entrées dans les musées, les festivals, plus de dépenses dans les commerces et boutiques, ainsi qu'une augmentation de la demande dans le secteur de la restauration. Les voyageurs réalisant des économies sur l'hébergement vont orienter leurs dépenses autrement. L'accueil réservé par chaque hôte à leurs voyageurs participe de plus à l'amélioration de l'image de la ville. L'étude de l'ADEME, l'agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, montre les impacts positifs de l'économie collaborative, elle interprète ce phénomène comme une source qui « est rarement liée à une baisse d'activité en ce qui concerne la location d'hébergement ».

Le dernier point positif à citer repose autour du principe de partage. Ce partage permet l'utilisation de biens privés n'ayant plus d'utilité pour son utilisateur, et dont la mise à disposition à d'autres pourrait, d'un point de vue écologique, permettre de ne pas fabriquer ou créer des biens supplémentaires, c'est le partage des ressources communes.

3.3 - Inconvénients de l'hébergement collaboratif

Nous entendons souvent que l'hébergement collaboratif est une aubaine pour les utilisateurs. Cependant, toutes ces plateformes de nouveaux hébergements occasionnent des inconvénients pour d'autres acteurs du marché autant pour l'hôtellerie que les clients.

Pour la majeure partie de la clientèle loisir, Airbnb est considéré comme la facilité pour réserver un logement lors de l'organisation d'un voyage, toutefois, tout n'est toujours pas explicitement détaillé lors de la réservation.

En effet, les conditions d'utilisations ne sont pas toujours claires au niveau de la loi. Airbnb reste très vague quand il s'agit de parler de législations. Cependant, l'application arrive à se dédouaner de toutes responsabilités en citant le nom des textes de loi (inconnu des utilisateurs). En ce qui concerne les hébergeurs, ils ne sont pas plus éclairés concernant les assurances (en cas d'incendie par exemple), Airbnb n'étant pas dans le secteur de l'immobilier mais dans le secteur intermédiaire, ils n'ont pas les connaissances d'une agence immobilière. Les hôtes doivent informer leur assureur lorsqu'ils décident de mettre leurs logements sur Airbnb. La plateforme propose une garantie mais uniquement réservée aux propriétaires des logements, celle-ci ne concerne pas les locataires.

Lorsqu'ils louent leur hébergement, ils n'ont pas la garantie que les locataires vont payer la taxe de séjour. Pour les locataires qui sous-louent leur logement, (sauf accord écrit de leur propriétaire), aux yeux de la loi, c'est illégal. Les personnes louant leur bien n'ont pas les compétences des professionnels de l'hôtellerie, il y a donc plus de risques d'être insatisfait en allant louer un appartement sur Airbnb. Ceux-ci doivent s'investir davantage dans l'accueil de leurs voyageurs, ce qui peut pour certains demander beaucoup de temps et d'énergie.

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Les personnes louant régulièrement leur bien sur Airbnb ou sur d'autres plateformes similaires, sont dans l'obligation au-delà d'un certain montant de chiffre d'affaires de déclarer leur résultat comme étant un revenu supplémentaire à part entière. Ils sont au niveau de la loi, imposables sur leurs revenus Airbnb. Ce dernier prend une commission de 3% sur chaque réservation reçue et entre 6% et 10% de commissions sur les services proposés par les hôtes.

De plus, les hôtes sont régulièrement confrontés aux vols dans le logement, au non-respect des conditions d'utilisation (comme par exemple l'interdiction d'organiser des fêtes), à la dégradation de leur mobilier, à la surconsommation d'énergie ou d'eau et à la saleté et autres dégradations du même style. Les hôtes sont également susceptibles d'être poursuivis en justice en cas de tapages nocturnes ou de vandalisme récurrents. Un autre problème apparaît dans le même sens, les loueurs ne pensent pas forcément aux voisins lorsqu'ils louent leur bien. Cela peut être dérangent de voir et d'entendre constamment des vas et viens dans l'appartement voisin.

Certains locataires ont recours au chantage pour bénéficier de services supplémentaires en échange de commentaires valorisants. La plateforme Airbnb est confrontée à beaucoup de plaintes en justice concernant une certaine discrimination présente de la part des hôtes lors des prises de réservations, ils sont donc obligés de dépenser beaucoup d'argent dans les procédures judiciaires.

Pour les professionnels de l'hôtellerie, l'hébergement collaboratif est également un problème car étant donné que les prix sont plus attractifs, les hébergements traditionnels constatent une baisse de fréquentation dans leurs établissements. Cette manière de fonctionner bouleverse l'équilibre des acteurs traditionnels comme par exemple les agences de voyage, les agences immobilières ou encore les hôtels. L'hébergement collaboratif change la manière de consommer des utilisateurs, ce qui menace les modèles déjà existants sur le marché. Il y a

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

également une baisse du pouvoir d'achat car les consommateurs ne se rendent plus dans des hôtels mais vont dans des appartements qui ne sont pas comptabilisés dans le marché public. Airbnb est considéré comme une source d'économie mais non d'épargne car il n'y a pas une baisse directe d'activité.

De plus selon Dirk Helbling, le digital, qui est utilisé par l'hébergement collaboratif pourrait détruire 50% des emplois actuels d'ici les deux prochaines décennies. L'hébergement collaboratif, étant de plus en plus important sur le marché, crée donc plus de concurrence et augmente son intensité.

Le bilan écologique de l'hébergement collaboratif n'est pas aussi bon que l'on pourrait le penser, c'est la conclusion qui ressort de l'étude de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie. Les personnes ayant recours à la location de leur appartement peuvent se permettre de voyager plus loin et de ce fait, ils vont prendre l'avion, celui-ci étant le moyen de transport le plus polluant.

Le but premier de l'hébergement collaboratif est le partage de biens, mais selon Scott Smith, ce n'est pas exactement ce qu'il dégage. Celui-ci évoque : « Louer ou vendre quelque chose n'a rien à faire avec « partager ». Si vous me prêtez votre vélo et que j'exige pour cela cinq francs, vous ne partagez pas votre vélo avec moi, vous me vendez une course avec ce dernier ».

Selon Jaron Lanier : "Nous ne vivons pas le début d'un nouveau monde de l'utilité publique, mais sa fin".

L'hébergement collaboratif présente donc des inconvénients économiques démontrés par l'intensité concurrentielle, mais également sociaux et politiques avec les problèmes juridiques et les conflits d'usages.

Ce phénomène maintenant bien installé se divise d'un point de vue interne.

3.4 - Une séparation interne

La vision de l'hébergement collaboratif et plus généralement de l'économie collaborative a évolué depuis son apparition. L'essence même de ce marché se basait sur le partage, le développement des relations humaines, des démarches environnementales avec la réutilisation de biens. Cependant, ce modèle socio-économique perd de plus en plus ses caractéristiques sociales pour laisser le terme « économie » prendre le dessus pour le décrire.

En effet, de par nos recherches et les entretiens réalisés, nous pouvons affirmer que l'économie collaborative offre deux visions aux consommateurs et offreurs. Sur les trois entretiens avec des professionnels ou particuliers acteurs de l'hébergement collaboratif, deux s'orientent sur l'aspect économique, et un seul sur l'aspect humain et le partage.

Durant le premier entretien, la personne interrogée propose une chambre de sa maison sur Airbnb. Durant tout l'entretien, l'idée principale qui ressort est le partage et la création d'expériences et de rencontres : « les gens qui viennent chez moi en tout cas, et bien ils reconnaissent le côté humain, ils apprécient le côté humain ²¹» ; « je le fais aussi pour le partage, l'échange, la culture ».

Selon lui, l'aspect lucratif de l'économie collaborative est une dérive : « Aujourd'hui, il y a énormément de dérives, c'est-à-dire que ça n'a de collaboratif que le nom. ». ²² Durant l'entretien, le particulier énonce huit fois le mot « dérive » pour bien faire comprendre son point de vue.

Les deux autres entretiens, ont été réalisés avec des professionnels, l'un auto-entrepreneur et l'autre à la tête de son entreprise de gestion d'appartements.

²¹ Annexe I : Re transcription entretien professionnel N°4

²² Annexe I : Re transcription entretien professionnel N°4

Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement

Le discours de ces deux professionnels n'est pas comparable avec celui précédemment évoqué et s'oriente sur l'aspect lucratif avec les possibilités financières de cette économie. Le deuxième Airbnb interrogé nous a confié que son activité ne rentrait plus dans l'économie collaborative : « Mais là je ne fais plus partie de l'économie collaborative je loue des appartements qui ne servent qu'à ça. Ce n'est pas du collaboratif, ça se rapproche de l'hôtellerie traditionnelle. ²³». L'économie collaborative permet donc un rapprochement avec l'hôtellerie commerciale pure. Les deux personnes interrogées utilisent donc une plateforme dite « collaborative » pour réaliser une activité commerciale.

²³ Annexe J : Retranscription entretien professionnel N°5

Partie 2 - La présentation de notre méthodologie

Partie 2 – La présentation de notre méthodologie

Chapitre 1 - Choix d'un thème

Aujourd'hui, l'économie collaborative est plus que présente dans notre société. Par définition, celle-ci s'oppose à la société de consommation dans laquelle nous sommes. Cette manière de consommer change tous les secteurs et l'hôtellerie ne fait pas exception à cette tendance.

Mis en avant par les nouvelles technologies et l'économie collaborative, le marché de l'hébergement collaboratif est lui aussi en pleine expansion. La multiplication des plateformes de réservations et de comparaisons en ligne encourage cette évolution et facilite la réservation de ce mode d'hébergement. Ces plateformes mettent en relation des voyageurs souhaitant toujours diminuer les coûts de leurs voyages, et, les particuliers qui, souhaitant augmenter leurs revenus, louent en partie ou totalement leur logement.

L'offre en matière d'hébergement se diversifie de jour en jour, et, contraint l'hôtellerie traditionnelle à se remettre au goût du jour. Notre recherche a pour but d'évaluer et d'analyser les raisons de ce renouvellement de l'hôtellerie.

Comme notre recherche repose sur le futur de l'hôtellerie, nous nous sommes tournés vers la clientèle de demain : la génération Z. Aujourd'hui, la majeure partie de la clientèle jeune préfère louer un appartement, un lit dans une auberge de jeunesse ou dans une chambre d'amis chez l'habitant, plutôt que de réserver une chambre d'hôtel. Outre l'aspect économique, la réalisation d'expériences est également privilégiée par l'utilisateur.

Nous allons tenter de savoir si, la génération Z va suivre le chemin de la génération précédente au niveau de ses choix hôteliers, et si, l'hôtellerie traditionnelle a de nouveau sa chance avec ce segment.

Chapitre 2 - Une problématisation

Lors de nos premiers rendez-vous, nous avons été inspirés par l'actualité. Il nous semblait important de d'aborder et d'étudier les phénomènes actuels pour les comprendre, les interpréter et les maîtriser si possible. Dans un premier temps, nous étions intéressés par l'économie collaborative en plein essor. Nous nous sommes demandé de quelles manières l'hôtellerie traditionnelle pouvait interpréter l'arrivée de ce phénomène. Il nous fallait donc le comprendre pour connaître ses conséquences sur l'hôtellerie traditionnelle. Nous avons donc eu l'idée de proposer cette question de départ : Comment réagit l'hôtellerie traditionnelle face au développement des hébergements collaboratifs ?

Cependant, nous sentions le besoin d'intégrer dans notre questionnement, un segment de clientèle qui n'est pas encore un client actuel mais qui, lorsqu'il sera capable de dépenser, sera un acteur à part entière dans le marché de l'hôtellerie. C'est donc à la suite de recherches via la presse spécialisée qu'il nous paraissait important de formuler notre problématique autour de la génération Z, de l'hôtellerie collaborative et de l'hôtellerie traditionnelle. Notre problématique est donc : En quoi les hébergements collaboratifs et la génération Z provoquent-ils un renouvellement de l'hôtellerie traditionnelle ?

Chapitre 3 - Des hypothèses sur cette problématique

À la suite des entretiens effectués avec les différents acteurs en hôtellerie, nous avons pu recueillir différentes informations pour répondre aux hypothèses en lien avec notre problématique.

Notre problématique étant : En quoi les hébergements collaboratifs provoquent-ils un renouvellement dans l'hôtellerie traditionnelle ? Nous avons pu mettre en jonction nos hypothèses avec les différents acteurs de l'hébergement traditionnel, l'hébergement collaboratif et la génération Z. Ces hypothèses ont pour but de nous guider dans nos recherches et seront par la suite validées ou non.

Hypothèse n°1 : La génération Z bouleverse les standards de l'Hôtellerie et veut des nouveaux modes d'hébergement.

À travers cette hypothèse, nous nous sommes interrogés afin de savoir si la génération Z, donc les personnes nées entre 1995 et 2010, bouleversait ou allait bouleverser les standards dans l'hôtellerie. Cette génération est née et a grandi avec les nouvelles technologies, qui ne sont pas spécialement présentes dans les standards de l'hôtellerie que nous connaissons. Nous voulions vérifier si celle-ci changeait ces standards du fait qu'elle n'ait pas les mêmes attentes que les générations précédentes. L'hôtellerie a des standards qui, depuis peu tendent vers de nouveaux modes d'hébergement, nous voulions analyser si ces nouveaux modes étaient liés à l'arrivée de cette nouvelle génération. Nous nous sommes demandé si cette génération ne demandait pas de nouveaux modes d'hébergement puisque ce sont pour la plupart des étudiants avec des budgets plus restreints et avec une envie plus forte d'être autonome. Cette hypothèse nous donne à penser que la génération Z pourrait apporter un nouveau souffle à l'hôtellerie.

Partie 2 – La présentation de notre méthodologie

Hypothèse n°2 : La relation client revient au cœur de son expérience à l'hôtel.

Nous avons pu constater lors de nos expériences personnelles, que la personnalisation du séjour était beaucoup plus présente que dans le passé. Nous avons vu lors de nos cours, en BTS par exemple, que la relation client était indispensable pour les hôteliers, que ce soit pour corriger les éventuels défauts de l'hôtel ou pour justement les fortifier dans ce qui est convenable dans l'hôtel. Par cette hypothèse, nous avons cherché à observer si les hôteliers continuaient cette personnalisation pendant mais surtout après le séjour de leurs clients.

Hypothèse n°3 : Nous pensons que l'hébergement collaboratif est un effet de mode.

L'hébergement collaboratif est un mode d'hébergement assez vague dans l'esprit des clients en hôtellerie. Nous avons essayé de le définir au mieux pour qu'il puisse être clair pour les personnes interrogées. Ensuite, nous nous sommes demandés si celui-ci était réellement un nouveau mode d'hébergement en expansion ou s'il était tout simplement éphémère.

Il est vrai que les risques de l'explosion précipitée de l'hébergement collaboratif pourraient lui nuire sur le long terme. Nous avons également recherché les inconvénients de cet hébergement.

Hypothèse n°4 : La génération Z est attachée aux démarches environnementales.

Par cette hypothèse, nous avons voulu montrer que les jeunes faisant partie de la génération Z se sentaient plus concernés par les enjeux environnementaux que les générations précédentes. Nous voulions voir si cette évolution était une contrainte pour les hôteliers et si ceux-ci le ressentaient lors de l'expérience client de la génération Z.

Partie 2 – La présentation de notre méthodologie

Chapitre 4 - Les guides d'entretiens

Notre réflexion s'est tournée autour de quatre grands axes, et, une fois ces thèmes définis, nous avons pu construire différents guides d'entretien. Pour répondre au mieux à nos hypothèses et à notre problématique, nous avons décidé de mettre au point trois guides d'entretiens différents :

- Annexe C : Guide d'entretien des professionnels de l'hôtellerie
- Annexe D : Guide d'entretien des professionnels de l'hébergement collaboratif
- Annexe E : Guide d'entretien de la Génération Z

Ainsi, nous avons pu interroger tous les acteurs de notre sujet, et nous avons eu une vision globale de celui-ci. Malgré les questions écrites dans les guides d'entretien, ces derniers ont évolué lors des entretiens pour s'adapter au mieux aux professionnels auxquels nous nous adressions. Cependant, les thèmes ont toujours été respectés.

Nous comptons 12 entretiens au total :

- 3 entretiens de professionnels de l'hôtellerie
- 3 entretiens de professionnels de l'hébergement collaboratif
- 6 entretiens de personnes issues de la génération Z

Nous avons su garder une cohérence dans le nombre d'entretiens réalisés, avec une quantité équivalente pour les professionnels de l'hôtellerie traditionnelle et des professionnels de l'hébergement collaboratif. Ainsi, leurs points de vue étaient plus facilement analysables et comparables. De plus, nous avons majoritairement interviewé des personnes issues de la génération Z car c'est le point central de notre étude.

Partie 2 – La présentation de notre méthodologie

4.1 - Les thèmes abordés

Thème 1 : L'hébergement collaboratif

Ce thème a pour but de recueillir les points de vue des interrogés sur l'hébergement collaboratif, sur le marché qu'il représente. Les raisons de son attractivité et de sa durée de vie dans le temps ont également été des sujets abordés afin que les interrogés puissent nous donner leur avis sur son évolution dans le futur.

Thème 2 : L'hébergement traditionnel

Le second thème entraîne une suite de questions relatives à la concurrence entre les deux acteurs, à la relation clients et aux différentes cibles que touchent les hôtels. Nous sommes intéressés par sa vision du concept de l'hôtellerie qui plait au client.

Thème 3 : La génération Z

Ici, nous cherchons à savoir quelles sont les attentes de la génération Z, et si les acteurs sont familiers avec leurs manières de consommer. Cela va nous permettre d'estimer les besoins de cette génération et de répondre aux interrogations que soulèvent nos hypothèses.

Thème 4 : Le futur de l'hôtellerie

Ce thème termine l'entretien en soulevant les actions à mettre en place pour anticiper les attentes de la génération Z, et l'évolution du marché hôtelier dans le futur.

4.2 - Les entretiens semi-directifs

Les professionnels de l'hôtellerie :

Les entretiens avec les professionnels de l'hôtellerie ont duré en moyenne 38 minutes. Durant ce temps, nous avons abordé nos thèmes et les questions relatives à ces derniers. L'entretien étant un moment d'échanges, des questions ne figurant pas dans le guide d'entretien ont été posées. Le guide d'entretien des professionnels de l'hôtellerie se trouve en annexes F,G et H.

Tableau 2 : Récapitulatif des profils des professionnels de l'hôtellerie

Date de l'entretien	Profession	Entreprise	Localisation
31/01/2020	Réceptionniste	Hôtel 3 étoiles	Toulouse (31)
04/02/2020	Chef de réception	Hôtel 4 étoiles	Toulouse (31)
05/02/2020	Responsable hébergement	Hôtel 4 étoiles	Toulouse (31)

Les professionnels du collaboratif :

D'environ 51 minutes en moyenne, les entretiens avec les professionnels du collaboratif nous ont permis d'avoir leurs points de vue sur l'évolution de l'offre d'hébergements et sur l'arrivée de la génération en tant que clientèle. Le guide d'entretien des professionnels du collaboratif se trouve en annexes I,J et K.

Tableau 3 : Récapitulatif des profils des professionnels de l'hôtellerie

Date de l'entretien	Profession	Entreprise	Localisation
07/02/2020	Particulier	-	Toulouse (31)
12/02/2020	Conciergerie individuel	Auto-entrepreneur	Toulouse (31)
02/03/2020	Chef d'entreprise	Conciergerie	Toulouse (31)

Partie 2 – La présentation de notre méthodologie

La génération Z :

Principale source d'informations pour notre recherche, les entretiens des personnes issues de la génération Z durent en moyenne 20 minutes. Bien qu'ils se composent principalement d'entretiens semi directifs, nous avons fait le choix de réaliser une table ronde, afin de confronter entre eux des personnes de la même génération. De plus, nous avons jugé intéressant d'inclure dans cette partie de l'entretien, une auberge de jeunesse, hébergement favori de cette génération. Le guide d'entretien de la génération Z se trouve en annexes L,M,N,O,P et Q.

Tableau 4 : Récapitulatif des profils avec la génération Z

Date de l'entretien	Profession	Age ou entreprise	Localisation
11/02/2020	Directeur	Auberge de Jeunesse	Toulouse (31)
Table ronde le 10/03/2020	Étudiants	20/24	Toulouse (31)
13/03/2020	Collégien	14	Besançon (25)
16/03/2020	Étudiante en hôtellerie	20	Toulouse (31)
16/03/2020	Étudiante	21	Toulouse (31)
16/03/2020	Étudiants	15/16	Belgique

Partie 3 - L'analyse des résultats

Chapitre 1 - Notre analyse

1.1 - L'hôtellerie traditionnelle

Nous avons interrogé trois hôtels, entre 3 et 4 étoiles, ayant une capacité comprise entre 17 et 55 chambres. En les confrontant²⁴, nous avons pu constater qu'il y avait des disparités entre leurs visions. Nous avons choisi de segmenter leurs visions autour de quatre thèmes : l'hôtellerie traditionnelle, l'hôtellerie collaborative, la génération Z et les pistes d'avenirs.

1.1.1) La vision sur l'hébergement traditionnel

Il nous est ressorti de ces entretiens, avec les professionnels du secteur hôtelier, qu'il y avait un réel soin apporté sur l'expérience client. En effet, chacun de nos entretiens met en lumière l'importance d'entretenir une relation privilégiée avec le client. Chaque établissement essaie, par ses propres moyens, de créer un climat d'individualisation, un climat de confiance entre hôteliers et clients. Nous avons pu constater que ce phénomène était impulsé par la création de sites de notation comme Tripadvisor ou Booking, et que les hôteliers souhaitaient être plus attentifs aux avis donnés sur ces sites de référencement. L'exemple des mauvais avis est ressorti lors de tous nos entretiens et les gérants nous ont fait part de leurs méthodes pour les endiguer. Certains passent par des questionnaires de satisfaction pour stopper les mauvaises notes avant qu'elles n'apparaissent sur les sites. D'autres quant à eux, préféreront répondre ouvertement aux mauvais commentaires, ils espèrent ainsi apporter de la confiance et du professionnalisme dans l'image que renverrait l'hôtel aux clients prospects²⁵.

²⁴ Voir Annexe R : Tableau de confrontation professionnels de l'hôtellerie
Annexe S : Tableau de confrontation des professionnels Airbnb
Annexe T : Tableau de confrontation de la génération Z

²⁵ Voir glossaire

1.1.2) La vision sur l'hébergement collaboratif

Aucun d'entre eux ne connaissait réellement la définition de l'hébergement collaboratif, et, après leur avoir proposé notre définition, ils ont pu nous confirmer qu'ils connaissaient effectivement Airbnb, ainsi que d'autres plateformes d'hébergement, et qu'ils pouvaient le pratiquer d'un point de vue personnel. Pour tous, l'hébergement collaboratif est un renouveau. L'hôtellerie collaborative a définitivement changé quelque chose pour eux, que ce soit dans la manière d'aborder le client, dans la façon de gérer les services, ou la création de produits. Les interviewés sont unanimes pour dire que le phénomène Airbnb impacte seulement les hôtels d'entrée de gamme. Pour eux, en effet, le cœur de cible de Airbnb se constitue de personnes qui cherchent un hébergement simple et peu coûteux. De plus, il a pu ressortir que Airbnb proposait une offre formidable car très flexible dans son produit, qui pouvait aller du studio à de grands appartements. Ce mode d'hébergement est, selon eux, plus adéquat pour des personnes voyageant en famille, en couple, ou entre amis, pour des vacances. En effet, les hôteliers sont convaincus que la clientèle affaires n'est pas attirée par ce type de produits trop compliqués et avec un manque de services à proximité. Cela étant dit, ils ont pu nous confier qu'ils essayaient de travailler au maximum avec les propriétaires d'Airbnb pour leur fournir des services supplémentaires, comme le petit déjeuner, le parking, le stockage de clés ou de bagages. Enfin un dernier point a été soulevé par certains de nos interlocuteurs quant à la légalité de certaines formes de locations et leur fiabilité quelque fois incertaine.

1.1.3) La vision sur la génération Z

Les professionnels du secteur que nous avons interrogés autour de leur appréhension sur l'arrivée de la génération Z, se sont accordés à dire qu'elle s'inscrivait dans une ère de nouvelles technologies et d'e-communication. Pour certains, l'ajout, dans le module chambre, de matériel numérique semble indispensable dans les années à venir. Alors que pour d'autres, l'offre actuelle est suffisante, même pour répondre aux attentes de la génération Z. Il est apparu que pour l'instant la génération Z n'allait pas dans les hôtels, pour deux raisons : un prix trop élevé et une vision de l'hôtel vieillotte. Pour terminer, lors de nos entretiens, il a été reconnu que la clientèle, qu'est la génération Z, sera exigeante et friande de promotions, mais qu'elle permettra une amélioration de l'hôtellerie traditionnelle grâce à ses idées novatrices.

1.1.4) Le futur de l'hôtellerie

Enfin, quand il s'agit de demander les prédictions qu'ils font sur le futur, et leur vision de l'hôtellerie dans 10 ans, les hôteliers se sont montrés pragmatiques et s'attendent, pour la majorité, à des changements, même mineurs, avec l'arrivée des prochaines générations dans leurs établissements. Mais certains sont plus réservés quant au besoin de créer une nouvelle offre, estimant que le client bénéficie déjà d'une multitude d'offres très diversifiées dans le secteur de l'hôtellerie. Tous sont d'accord pour dire qu'il n'y aura pas de changements majeurs dans les années à venir, à noter qu'aucun professionnel ne nous a parlé volontairement d'écologie. Les professionnels se sont montrés sereins vis-à-vis de la stabilité du marché toulousain, qui est en progression constante avec une clientèle de loisirs grandissante. Selon eux, Airbnb continuera de prendre de l'ampleur.

1.2 - Les professionnels du collaboratif

Malgré les différences de profils des professionnels du collaboratif que nous avons interrogés, leurs points de vue se rejoignent. Nous allons effectuer une analyse par thème.

1.2.1) L'hébergement collaboratif

Nous avons pu remarquer que les professionnels de ce milieu connaissent ce qu'est l'hébergement collaboratif à ses débuts, et, avaient commencé au départ par ouvrir leur propre appartement aux voyageurs. Pour autant, ils sont conscients de la professionnalisation de ce secteur avec toutes les contraintes que cela amène : taxes, impôts, obligations d'identification des biens, etc. Il en ressort néanmoins que les prix bas et la personnalisation du séjour, en particulier de l'accueil, continuent d'attirer autant de touristes, qui ont entre 18 et 45 ans.

1.2.2) L'hébergement traditionnel

Selon ces professionnels, l'hôtellerie traditionnelle reste prioritaire sur les segments luxe et affaires. Cependant, malgré l'avantage d'avoir tous les services annexes au même endroit, il manque le côté humain et le relationnel. Selon eux, afin que les hôtels reviennent à la tête du marché, il faudrait une baisse des prix, une augmentation des services proposés et une adaptabilité forte à la conjoncture, en plus du relationnel.

1.2.3) La génération Z

Cette génération est vue par les professionnels comme le futur de l'hôtellerie. Il ressort globalement le besoin d'expériences et de découvertes. Pour autant, ils se rendent compte de la nécessité de prévoir des canaux de réservations différents et des hébergements avec plus de services inclus comme des abonnements aux services de streaming. Cependant, pour le moment, leur pouvoir d'achat est trop faible pour révolutionner le marché.

1.2.4) Le futur de l'hôtellerie

Selon eux, le collaboratif va continuer tant que les prix proposés seront plus attractifs que ceux des hôtels, avec encore plus d'expérience client. La notion d'écologie est, elle aussi, très importante, et, sera au cœur des préoccupations de tous les secteurs dans les années à venir.

1.3 - Les personnes issues de la Génération Z

1.3.1) L'hébergement traditionnel

Nous avons pu remarquer au fil de nos entretiens que l'idée d'hôtellerie traditionnelle est plutôt floue chez cette génération. Cependant, il en ressort que l'hôtel est toujours le moyen d'hébergement de base, qu'il est une norme de qualité. Les avantages d'un hôtel sont liés aux équipements et services annexes qu'il propose, comme la piscine, la salle de sport ou encore le petit déjeuner. Pour autant, le prix est un frein à l'achat trop important, ils préfèrent laisser ce type d'hébergement aux clients affaires.

1.3.2) L'hébergement collaboratif

Chez les interrogés, la notion de collaboratif est très forte, et dans la globalité des entretiens, il est ressorti que ce type d'hébergement devait se faire de particuliers à particuliers. Si ce segment de clientèle apprécie et consomme des Airbnb, c'est en raison d'un prix plus bas, d'une tranquillité accrue et d'une localisation favorisée sur des « [Hot Spot](#) ». Les inconvénients à ce type de locations sont surtout l'absence de services annexes sur place.

1.3.3) La génération Z

Il est intéressant de voir le point de vue de personnes issues d'une même génération sur leur génération. Il en ressort globalement que malgré l'attrait que représente le tout numérique et l'utilisation massive des réseaux sociaux, les besoins de contact humain et de convivialité sont les plus importants.

1.3.4) Le futur de l'hôtellerie

Chez la génération Z, l'hôtellerie est un pilier de la société, et ils ne se voient pas vivre sans. L'évolution de l'hôtellerie va donc continuer et se tourner vers quelque chose de plus vert, à des prix plus justes et aux services et expériences multiples appuyés par le développement du numérique.

Chapitre 2 - Les hypothèses

2.1 - Hypothèse 1 : La génération Z bouleverse les standards de l'hôtellerie

Au cours de nos recherches, nous avons décidé de rassembler l'**hypothèse 1** et l'**hypothèse 4** ensemble. Selon nous, ces deux hypothèses étaient complémentaires dans leurs réponses. Effectivement, si la génération Z influençait l'avenir de l'hôtellerie, cela serait provoqué par ses attentes.

L'arrivée de la génération Z sur le marché de l'hôtellerie se fait à travers l'ère du numérique, c'est ce que les hôteliers interrogés se sont accordés à dire. Pour répondre à cette nouvelle manière de consommer, certains devront s'adapter et mettre l'accent sur les différents matériels et plateformes informatiques. Cela semble même indispensable pour pouvoir créer une nouvelle offre, car, la génération Z est très sensible au prix et à l'image que renvoie l'hôtel, qui peut, parfois, être trop vieillissante. Les professionnels du collaboratif sont en accord avec cette vision, et, pour eux, l'accent doit être fait sur l'expérientiel et la découverte. Si l'évolution se fait dans ce sens, tous les professionnels pourront continuer de capter toute la clientèle disponible. Pour d'autres, l'offre actuelle proposée reste satisfaisante pour toutes les générations.

Malgré l'arrivée massive de cette génération sur le marché de l'hôtellerie, 40% des consommateurs en 2020, ce qui représente un réel enjeu économique, les hôteliers s'accordent à dire qu'il n'y aura pas de changements majeurs dans l'offre hôtelière dans les années à venir.

Pour autant, la nouvelle génération ne consomme plus de cellule chambre à proprement parler, elle laisse cela aux clients affaires et aux familles. Elle considère que malgré la qualité des services proposés, le prix est trop élevé. Selon elle, partir en vacances, c'est découvrir et s'amuser, mais aussi, vivre de vraies expériences. Elles passent par le contact humain et la convivialité, ce qui,

Partie 3 – L'analyse des résultats

dans une tranche de prix basse, est absent ou réduit au minimum, comme dans les hôtels Formule 1 par exemple.

La génération Z ne va pas bouleverser les standards de l'hôtellerie. La pensée collective, alliant consommateurs et professionnels, ainsi que les acteurs extérieurs comme l'État, va s'en charger. Tout le monde s'accorde à dire que cette pensée collective va d'abord se tourner vers une démarche écologique, appuyée par le numérique. La génération ne bouleversera pas les standards de l'hôtellerie, elle constitue, du fait de sa nature, le futur de l'hôtellerie. Elle n'en reste pas moins une source potentielle d'accroissement énorme pour les professionnels, et donc un grand enjeu.

2.2 - Hypothèse n°2: La relation client revient au cœur de son expérience à l'hôtel

Grâce à nos entretiens, nous pouvons très nettement dire qu'il y a une prise en compte des attentes et de la satisfaction client. Cette prise en compte passe par de nombreux outils mis en place par les hôtels. Les mails sont un moyen largement développé pour connaître ses attentes et personnaliser au maximum son expérience au sein de l'hôtel. En effet, des professionnels de l'hôtellerie sont pour le remplissage de formulaires de pré-arrivée, ainsi, les clients décident d'un accueil spécifique à la réception, d'une attention particulière en chambre pour un anniversaire par exemple, ou de prestations additionnelles comme le taxi. Il est apparu à de nombreuses reprises que les hôteliers veillaient dorénavant à l'entretien et à la création de relations particulières, plus humaines, avec leurs clients. Les hôteliers indépendants essaient de se différencier sur le point de la personnalisation de l'hôtel grâce à des concepts qui se rapprochent du boutique hôtel. Les hôtels de chaînes vont, quant à eux, essayer de développer une relation de confiance avec leurs clients, en passant par des attentions du quotidien.

Partie 3 – L'analyse des résultats

Il est intéressant d'observer l'attention particulière qu'apporte l'hôtelier indépendant à son client. C'est ce qui a pu ressortir de nos entretiens, l'hôtelier se place le plus souvent comme un hôte accueillant des invités. Cette relation vise à mettre en confiance le consommateur, ce qui influera sa satisfaction durant son séjour. Lorsqu'un client est satisfait, il pourra alors recommander l'hôtel et y retourner sans passer par des interfaces comme nous l'avait expliqué un professionnel.

L'autre enjeu de l'hôtelier, c'est minimiser le monopole des OTA, qui, à l'heure actuelle, infligent des commissions trop élevées selon les indépendants rencontrés.

Dans le cas de l'aubergiste interrogé, la bonne relation entre lui et ses clients était la condition à remplir pour un séjour réussi. Il mettait d'ailleurs un point d'honneur à pouvoir les rencontrer avant leur installation et se réservait le droit de refuser la personne si elle était susceptible de nuire à l'ambiance générale. Nous observons donc que la relation client passe aussi par l'acceptation, de l'invité par l'hôte, à produire les meilleures conditions durant le séjour.

Notons cependant qu'il y a une certaine retenue exprimée par les interrogés lors des entretiens avec la génération Z. Nous avons pu relever qu'ils pouvaient se satisfaire d'un accueil du plus basique avec le strict minimum sans ajout d'informations ou de propositions. Tandis que certains aimeraient avoir cette relation particulière avec l'hôtelier lors d'échanges. Cette différence est à prendre en compte pour les hôteliers, il doit savoir faire la différence entre un client ouvert à la discussion, et, avec qui il pourra créer ce lien et un client avec lequel il devra être efficace et rapide.

2.3 - Hypothèse 3 : Nous pensons que l'hébergement collaboratif est un effet de mode.

Selon les trois professionnels de l'hébergement collaboratif, la fin de ce type d'hébergement n'est pas proche. En effet, malgré le bond qu'ont connu les différentes plateformes d'hébergement collaboratif, nos entretiens révèlent que les professionnels sont confiants sur l'avenir de ces différents moyens de réservation, et ce, notamment grâce à un fort budget recherche et développement.

Ces dernières années, ces plateformes ont montré leur savoir-faire en matière d'innovation, notamment à travers des « expériences », c'est-à-dire, la proposition d'activités autour de l'achat de la chambre ou du logement.

De plus, l'essence même du collaboratif plait toujours : le partage et les bas-prix. Nous l'avons remarqué dans nos entretiens des professionnels mais également dans ceux de la génération Z. Le contact client est la clé du succès, et, c'est donc ce que recherchent principalement les utilisateurs. La facilité de réservation avec une interface maîtrisée et parfaitement en phase avec les logements proposés, avantage l'hébergement collaboratif déjà lors de la réservation.

Le deuxième point qui fait pencher la balance en la faveur de ces hébergements est la surface disponible, ainsi que le nombre d'équipements présents. Pour le même prix, les utilisateurs préfèrent avoir la liberté de cuisiner, d'inviter des amis, de regarder la télé dans le canapé ou dans le lit.

Cependant, les professionnels de l'hôtellerie collaborative nous ont fait part de leurs contraintes grandissantes, suite justement, à la professionnalisation de leur activité. Selon eux, les clients se voient dans leur hébergement « comme à l'hôtel », et cela ressort également dans nos entretiens avec la nouvelle génération.

Partie 3 – L'analyse des résultats

Pour autant, le fonctionnement des conciergeries est plus difficile que celui des hôtels, de par la complexité créée par l'amplitude horaire large des arrivées et départs, de la surface des différents appartements et surtout du fait qu'ils ne soient pas situés dans le même bâtiment.

Selon eux, l'évolution de l'hébergement collaboratif a été bénéfique, elle a permis la création de leur entreprise, et donc une certaine forme de réussite. Pour autant, tout cela repose en équilibre fragile sur la législation assez faible de ce milieu, et, si un durcissement arrivait, il réduirait leurs efforts à néant. Mais, aujourd'hui, les interrogés ne pensent pas que cela puisse arriver, dans la ville de Toulouse néanmoins. Les dérives, telles que le manque de logements pour les riverains, sont loin de se présenter. Dans ce contexte, l'activité créée par le collaboratif profite à tous : commerçants, restaurants, musées, ... Des mesures ont tout de même été prises afin d'équilibrer les charges entre hôtels et meublés de tourisme : l'instauration de la taxe de séjour.

L'hébergement collaboratif a également comme force une facilité de prise de décisions en lien avec le logement, comme la réalisation de travaux ou la décoration, et ce, grâce à l'absence d'intermédiaires. Cela veut dire que le pouvoir d'adaptabilité aux attentes de la clientèle est quasi-infini.

Avec les crises actuelles, nous avons contacté ces professionnels, et, avant le confinement de la population, mis en place à partir du mardi 17 mars 2020, ces professionnels étaient moins impactés que les hôtels. Cela peut s'expliquer par le caractère individuel des appartements et le sentiment de sécurité qui peut en découler. De plus, comme la cible principale de ce type d'hébergement est touristique, le flux de réservation reste important toute l'année, et, ils ont moins été impactés (dans un premier temps) par les fermetures d'entreprises.

Chapitre 3 - Préconisations managériales

Avec l'avantage qu'ont les plateformes d'hébergement collaboratif, il est nécessaire pour les professionnels de l'hôtellerie de s'adapter. Voici les préconisations que nous avons mises en place.

3.1 - Stratégies internes

Pour les stratégies internes, nous préconisons à l'hôtelier de se détacher de l'image de marque vieillissante que peuvent revêtir certains hôtels aujourd'hui. Dans ce sens, il peut dissocier son restaurant et son bar de son hôtel, en donnant un nom différent par exemple, afin d'attirer des riverains et locaux qui se chargeront eux-mêmes de donner une image jeune et active à l'hôtel.

L'accompagnement du rajeunissement de la marque doit aussi passer par le facteur écologique. Nombre de sociétés ont aujourd'hui une partie [RSE](#), il est important soit d'en fonder une, soit de l'utiliser pour toujours rester en phase avec les tendances vertes.

Afin d'appuyer au mieux ce renouvellement vers quelque chose de plus sain et de plus propre, pour la planète mais aussi pour le consommateur, l'usage de la domotique et de l'intelligence artificielle peut être hautement bénéfique : chambre connectée avec chauffage et volets intelligents, afin de maximiser l'exposition au soleil et de diminuer la consommation de gaz, par exemple.

Cependant, l'hôtelier ne doit pas rentrer dans la démarche du tout numérique, le contact humain ²⁶est la clé d'une expérience client réussie. Il ressort de notre projet que l'humain n'est pas amené à disparaître, loin de là. Le client demande de plus en plus de petites attentions et c'est pourquoi le personnel doit toujours

²⁶ Annexe V : La préférence des clients pour une relation avec le personnel ou la technologie

Partie 3 – L'analyse des résultats

être présent, en nombre suffisant et doit travailler dans de bonnes conditions, afin que cette expérience ne soit pas entachée.

Enfin, une fois une bonne expérience client vécue, le client doit partir pour mieux revenir. La fidélisation est très difficile avec la génération Z, mais il est pourtant possible de le faire. Nous avons vu que malgré que le prix soit un facteur important, l'expérience l'est beaucoup plus. En ce sens, la mise en place d'un programme de fidélité qui n'offre pas des prix réduits mais des services, serait intéressante.

3.2 - Stratégies externes

Les concepts d'[hybridation](#) se multiplient par dizaine en France avec l'ouverture de marques, plus modernes et non standardisées, par les géants de l'hôtellerie. C'est le cas chez l'hôtelier français Accor avec sa marque JO & JOE lancée en 2016. Le concept se répand partout dans le monde. Le but est simple : faire de ces hôtels des copies parfaites des attentes du client dans les zones géographiques où il se trouve. En effet, avec les hôtels JO & JOE, les clients bénéficient d'espaces de rencontre pour travailler et discuter, mais tout en restant dans l'esprit de la mégalopole dans laquelle l'hôtel se trouve. Ce concept vient de la réflexion d'un groupe de jeunes actifs (-35 ans), [Shadow Comex](#), et des futurs clients ont donné un axe clair à l'hôtelier : créer un espace où l'on retrouve « la liberté de location, le fun d'une auberge de jeunesse et le confort d'un hôtel ». Ce type de concept nous amène à réfléchir sur la manière d'attirer une clientèle plus jeune dans des hôtels vieillissants.

Nous pouvons conclure que ce serait une bonne idée de mettre en place des comités, formés de professionnels mais aussi de futurs clients de la génération Z, avant le lancement de projets pour valider et faire développer les concepts afin qu'ils répondent réellement à leurs attentes. Dans un marché saturé par l'offre, prendre en considération les avis des générations futures est nécessaire pour qu'un concept fonctionne. Le temps où le client devait s'adapter à l'offre est définitivement révolu.

Chapitre 4 - Le futur de l'hôtellerie et ses risques

4.1 - Partenariats entre conciergeries et hôtels

Nous savons qu'Airbnb est une plateforme d'échanges entre particuliers. Les personnes louent leur logement moyennant rémunération. Certaines de ces personnes en font une profession à part entière. C'est le cas de Monsieur X, que nous avons interviewé lors de notre entretien Airbnb n°3. Il possède 75 hébergements qu'il met en location et il embauche, à temps plein, 4 personnes pour l'aider dans ses activités. Il fait en sorte que tous ses clients louant ses hébergements soient le plus satisfaits possible et c'est ce qu'impose sa profession de concierge et de gestion d'appartements.

Lors de nos entretiens, nous avons pu constater qu'Airbnb n'était pas seulement un concurrent pour les hôtels. Effectivement, les hôtels ayant surtout une clientèle affaires, ils ne se sentent pas impactés. Au contraire, ils créent et forment des partenariats avec les personnes qui louent leur logement. Ces établissements peuvent mettre à disposition leur parking, peuvent se rendre disponible pour donner les clés aux locataires (lorsque les horaires ne conviennent pas aux hôtes), peuvent fournir des prestations de repas et de petit-déjeuner ou encore des services de bagagerie. Évidemment, tout cela est mis à disposition en échange d'une gratification. Les hôtels peuvent également faire appel aux hôtes professionnels (comme Monsieur X) lorsque ceux-ci sont surbookés. En effet, ils sont plus professionnels car ils ont plus d'expérience au vu du nombre de logements qu'ils louent, et pour les hôteliers c'est une forme de sécurité, car ils peuvent avoir confiance et rassurer leurs clients.

4.2 - Les nouveaux types d'hébergement

En matière de nouveaux concepts, la célèbre chaîne d'hôtels de luxe, Delporte Hospitality, créée par Laurent Delporte, propose son concept, la chambre « Origine ». C'est une chambre standard mais uniquement constituée de matériaux naturels. Cela rentre parfaitement dans le domaine de l'écotourisme, ce qui semble inévitable dans les années à venir. Cette chambre allie donc le développement durable, mais, également le bien-être du client, bien évidemment essentiel pour tout établissement hôtelier.

Ce genre de concept est primordial pour le futur de l'hôtellerie avec les problèmes environnementaux, et c'est la totalité des domaines qui devraient prendre en compte cette problématique. En effet, une étude faite auprès des clients des hôtels Marriott révèle que 73 % d'entre eux considèrent que d'ici 2030 les produits écotouristiques seront « mainstream » : expression signifiant quelque chose de courant, de dominant.

Quant à elle, la chaîne Autrichienne Vienna House propose des hôtels « comme à la maison ». C'est à dire un hôtel regroupant l'individualité d'une maison, l'excitation d'un hôtel et la flexibilité d'une maison d'hôtes. Les séjours proposés vont de un jour à plusieurs mois grâce aux nombreux services qu'ils regroupent : librairie, marché de producteurs locaux, jardins, cinéma, coiffeurs et ateliers sportifs. Ces établissements permettent aux touristes de se sentir comme chez eux, même à des milliers de kilomètres de leur domicile. Là aussi la personnalisation et l'expérience sont poussées à leur maximum.

Tous ces nouveaux concepts et projets montrent que le monde de l'hôtellerie évolue et se renouvelle en fonction des attentes des utilisateurs mais également de la prise de conscience écologique et des événements.

4.3 - Les concepts d'hôtellerie du service

Le cas Tribe : Tribe est la nouvelle marque Lifestyle créée par Accor.

Le concept est créé pour les personnes consommant principalement du milieu de gamme. Il a pour but d'apporter de l'originalité et un style contemporain tout en restant dans une tranche de prix abordable.

Grâce à cette marque, le groupe Accor souhaite cibler une clientèle internationale, ayant l'habitude de voyager et dont les besoins doivent être accomplis sans superflu, en misant sur une technologie de pointe et des lobbies conviviaux.

Tribe propose quatre expériences lors d'un séjour. Tout d'abord, une conception intelligente ; c'est-à-dire que le design est pensé au détail près. En second lieu, il y a une sélection artistique ; ayant pour but de donner un style moderne et contemporain, pouvant donner l'impression d'être dans des établissements plus haut de gamme. Ensuite, il propose un service centré sur l'essentiel ; mis en parallèle avec la conception intelligente. En effet, Tribe propose dans ses chambres l'essentiel de ce dont les clients ont besoin et ce dont ils ont envie. Pour finir, Accor veut mettre l'accent sur les expériences et ses exigences ; les clients séjournant chez Tribe vont vivre une expérience nouvelle, dans des établissements hôteliers déstandardisés.

Les prestations proposées restent inchangées vis-à-vis des hôtels traditionnels. Cependant, Tribe ne se concentre pas sur le prix, mais plutôt sur la qualité de l'expérience client. Souvent, nous pouvons apercevoir que l'expérience client est au cœur des préoccupations des hôteliers mais que le côté financier l'est tout autant voire plus, alors que pour Tribe, le côté expérience client est le plus important, le financier viendra ensuite.

Accor souhaite rester un acteur principal de l'hôtellerie mondiale en visant un plus large spectre de clientèles, et en se basant sur des concepts plus Lifestyle.

4.4 - La législation évolue

Les principaux risques à noter se portent sur la gestion du phénomène Airbnb par les gouvernements actuels et futurs. La première loi permettant de donner une définition et un cadre sur l'hébergement collaboratif apparaît en mars 2014 avec la loi Alur. Cette loi vise à laisser plus de liberté à certaines communes en ce qui concerne le problème de l'hébergement collaboratif. Par exemple, en demandant une déclaration en mairie des logements secondaires mis en location. Une nouvelle loi logement, la loi Élan²⁷, décrétée en novembre 2018, vient renforcer la loi de 2014 et autorise les mairies à partir du 1^{er} décembre 2019 à contacter les plateformes d'hébergement tel que Airbnb pour avoir des renseignements. Il est stipulé dans cette loi que les logeurs situés dans les communes de plus de 200 000 habitants doivent faire une « demande d'autorisation de changement d'usage ». De plus cette loi donne le droit aux municipalités de demander, une fois par an à Airbnb, l'adresse des logements (dans la commune) concernés par la location et le nombre de jours de location pour chacun. Cette loi incite donc à plus de transparence avec les villes et vise à rassurer les hôteliers professionnels qui s'inquiètent du nombre grandissant de loueurs privés.

²⁷ Annexe W : Extrait de la loi Elan

4.5 - L'arrêt partiel de l'économie face au Covid-19

C'est en effet un sujet très actuel que l'on va traiter ici. Aujourd'hui, le 18 mars 2020, le premier ministre a ordonné la fermeture des « commerces non essentiels » et « les lieux accueillant du public ».

De par ces mesures, les hôtels ont pu rester ouverts car ils ne sont pas des commerces et les chambres sont rendues « espaces privés » dès leur location.

De plus, pour enrayer la propagation du nouveau coronavirus, Covid-19, le Président de la République, Emmanuel Macron, a exigé une « limitation au maximum des contacts ». Ces mesures exceptionnelles ont des effets sur l'économie nationale qui peuvent déjà se faire ressentir, le Ministre de l'Économie, Bruno Le Maire, estime une chute de 1 % de la croissance sur l'année 2020. Les indépendants sont condamnés à fermer leurs restaurants et commerces, les touristes désertent les villes, et les compagnies aériennes subissent des pertes alarmantes. Dans ce contexte jamais vu, nous avons pu communiquer avec certains professionnels que nous avons interviewés ²⁸. Pour les hôteliers, cette situation inquiète. Là où ils devaient être « remplis ²⁹ » en mai ils n'enregistrent que « 4 réservations par semaine)à ». Du côté des gérants d'Airbnb, la situation paraît moins dramatique, car, selon eux, ils sont moins concernés du fait de l'aspect privé de la location. Cependant, les professionnels nous ont fait part de la baisse de fréquentation.

²⁸ Annexe X : Échanges avec les professionnels au sujet du Coronavirus [Annexe X : Échanges avec les professionnels au sujet du Coronavirus](#)

Partie 3 – L'analyse des résultats

On notera, le 16 mars 2020, l'allocution du Président de la République qui déclare que « tout sera mis en œuvre pour protéger nos salariés et pour protéger nos entreprises quoi qu'il en coûte ». Suite à ce discours le Groupement National des Indépendants Hôtellerie et Restauration a fait savoir par son Président, Didier Chenet, qu'il veillerait au respect de ses promesses.

Conclusion générale

Le contexte actuel est favorable à l'hôtellerie. Entre les compagnies aériennes low-cost, l'espace sans frontières que confère l'Europe ainsi que les multiples plateformes de réservation qui pratiquent des réductions en tout genre, les voyageurs sont nombreux. L'hébergement collaboratif est vite devenu la norme quand il s'agit de courts séjours à petits prix, et, l'hôtellerie traditionnelle a été forcée de se contenter de la clientèle affaires. C'est dans cet environnement que la génération Z fait son entrée sur le marché de l'hébergement. Avec son besoin d'idées novatrices, le prolongement que constitue le numérique par rapport à leur corps et leur implication en matière d'écologie, cette génération peut constituer le renouveau de l'hôtellerie. Le besoin d'expérience, le besoin « d'être là au bon moment », le besoin de vivre quelque chose de spécial et d'unique, tous ces éléments prouvent que la génération Z a de nouvelles attentes et surtout des nouvelles manières de consommer. Grâce à nos entretiens, nous avons pu constater que l'hébergement collaboratif n'était pas un effet de mode, et qu'il était destiné à durer avec une professionnalisation de ce secteur. Le marché de l'hôtellerie l'a bien compris, et, on assiste à des naissances de concepts dans l'air du temps, ce qui va inéluctablement participer au renouvellement de l'hôtellerie.

La construction de ce projet nous a apporté de nombreuses connaissances et nous a appris à travailler ensemble. Nous avons su nous adapter face aux problématiques rencontrées. La première difficulté a été le contact avec les entreprises, nous avons essuyé beaucoup de refus d'entretiens surtout de la part d'hôteliers. Pour les professionnels d'Airbnb, le constat est le même, mais avec un souci supplémentaire : il faut faire une demande d'informations, qui prend en compte une potentielle réservation, pour leur envoyer un message. La seconde difficulté a été l'implication de tous les membres du groupe autour du sujet. Cela nous a appris à nous motiver les uns, les autres, et, il en est ressorti que si l'on portait attention au travail de chacun, le travail effectué serait de meilleure qualité.

Le troisième point présentant des difficultés pour notre travail a été la crise du Coronavirus. De par les mesures de confinement prises, notre mode de travail a dû évoluer et là encore, nous avons appris à nous adapter, mais également appris beaucoup de choses quant au comportement des consommateurs mais aussi des professionnels durant cette crise.

Le futur de l'hôtellerie suscite de nombreuses questions que nous n'avons malheureusement pas pu développer ici, mais qui sont très intéressantes. La principale interrogation que nous aimerions traiter un jour est : est-ce que l'hébergement traditionnel et l'hébergement collaboratif peuvent coopérer ? En effet aujourd'hui, la plupart des hôteliers considèrent que les professionnels du collaboratif participent au tourisme au niveau local. Ce sujet est donc intéressant de par son actualité, avec de gros événements à venir comme les JO, et, il permettrait aux touristes venant en France, de vivre une expérience complète, en dormant aussi bien dans un appartement que dans un hôtel et en profitant des services de chacun.

« *Il se faut s'entraider, c'est loi de nature.* » Jean de la Fontaine.

Bibliographie

Ouvrages

- Decrop Alain, Edition Deboeck, *La consommation collaborative : Enjeux et défis de la nouvelle société du partage*, 2017, 355 pages
- ESLSCA, *L'économie collaborative nouveau vecteur d'influence et de reconquête du pouvoir*, 2014, 91 pages
- Grassi Marie-Claire, *Pour une histoire de l'hospitalité*
- Solomon Micah, *The Heart of Hospitality*, 2016, 224 pages

Travaux universitaires

- De Solère Mathilde, *Perspectives d'évolution et de développement durable pour l'hébergement collaboratif en France au travers d'Airbnb, Couchsurfing, et GuestToGuest*, Université de Paris 1 - Panthéon Sorbonne, 2017, 110 pages

Cours

- Texier Catherine, *Économie du secteur*, Cours de LP HR, ISTHIA, Université Toulouse – Jean Jaurès, 2019
- Loubières Nathalie, *La segmentation clientèle*, Cours de LP HR, ISTHIA, Université Toulouse - Jean Jaurès, 2019
- Pichon Paul-Emmanuel, *Marketing*, Cours de LP HR, ISTHIA, Université Toulouse - Jean Jaurès, 2019

Presse

- Bergé Frédéric, *L'ultime affront d'Airbnb aux géants mondiaux de l'hôtellerie*, 2016

Études

- Étude Deloitte In EXTENSO, *L'hôtellerie 4.0, Tendances du tourisme et de l'hôtellerie en 2019*
- Études Économiques, *Chiffres Clés Du Tourisme*, 2016
- PricewaterhouseCoopers, *L'hébergement en Tête du Marché de L'économie Collaborative*, 2016

Sites internet

- Auproux Agathe, Les Inrockuptibles, *Louer son appart' sur Airbnb, est-ce légal en France ?*, Juillet 2007,
<https://www.lesinrocks.com/2013/07/02/web/actualite/louer-appart-airbnb-legal-en-france/>
- Agence Be Digital Business, *l'envers négatif de l'économie collaborative*,
<http://www.bedigitalbusiness.com/marketing-digital/ressources-digitales/e-reputation-digitale/economie-collaborative-business-envers-negatif/>
- Aneta Lechowicz, *Personnalisation Prédictive*,
<https://mbamci.com/personnalisation-predictive/>
- Costockage, *consommation collaborative*,
<https://blog.costockage.fr/consommation-collaborative/>
- Gabriel Szapiro, *Le marketing prédictif*, Janvier 2018,
<https://www.1min30.com/inbound-marketing/le-marketing-predictif-la-personnalisation-avant-tout-1287449315>
- Hansjörg Schmid, Apunto, *Les bons et les mauvais côtés de l'économie collaborative*, Janvier 2016
<https://apunto-online.ch/societe/showData/les-bons-et-les-mauvais-cotes-de-leconomie-collaborative>
- Home Exchange,
<https://www.homeexchange.fr/>
- Industrie Hôtelière, *Un recul historique de l'offre de chaînes intégrées, tirant à la baisse le parc hôtelier*, Mai 2018,
<https://www.industrie-hoteliere.com/dossiers/2018-recul-historique-de-loffre-de-chaines-integrees-tirant-a-baisse-parc-hotelier/>
- InvestImmo, *les avantages et inconvénients d'airbnb*,
<https://www.investimmo.be/blog/fr/2016/11/10/10-avantages-et-inconvenients-dairbnb/>
- Jean-Baptiste B, Consoglobe, *Les 8 tendances qui changent l'industrie du Tourisme*,
<https://www.consoglobe.com/7-tendances-changent-industrie-tourisme-cg/4>
- Joanne Dreyfus, Deloitte, *Tendances du tourisme et de l'hôtellerie 2019*,
<https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/consumer-business/articles/tendances-tourisme-hotellerie.html>
- Joel De Rosnay, voyage-tv5monde, *Tourisme et nouvelles technologies, quel avenir commun?*, Février 2017,
<https://voyage.tv5monde.com/fr/joel-de-rosnay-tourisme-et-nouvelles-technologies-quel-avenir-commun>
- Julie Polizzi, *Airbnb : les règles à respecter pour une location légale*, février 2020,
<https://www.20minutes.fr/economie/2709611-20200203-airbnb-les-regles-a-respecter-pour-une-location-legale>

- Laurent Queige, etourisme, *Le tourisme créatif, une tendance durable, des opportunités à saisir*, Janvier 2015,
<http://www.eturisme.info/tourisme-creatif-tendance-durable-opportunités-saisir/>
- Louna Leap, etourisme, *L'après voyage*, décembre 2019,
<https://eturisme374120560.wordpress.com/2019/12/03/lapres-voyage/>
- Luc Lenoir, le Figaro, *L'économie collaborative n'est pas aussi verte qu'on le pense*, Mars 2017,
<https://www.lefigaro.fr/conso/2017/03/14/20010-20170314ARTFIG00002-l-economie-collaborative-n-est-pas-aussi-verte-qu-on-le-pense.php>
- Maité Levasseur, veilletourisme.ca , *Hôtel Lifestyle : Autopsie d'un concept*, Mai 2010,
<https://veilletourisme.ca/2010/05/11/hotel-lifestyle-autopsie-dun-concept/>
- MyWeekEndForYou, Développement du tourisme collaboratif : une aubaine pour nos territoires en France ! , Décembre 2018,
<https://www.myweekendforyou.com/developpement-du-tourisme-collaboratif-france/>
- Projet Herb'Paris,
<https://www.herb-paris.com>
- Raphaël Beziz, Chef d'entreprise, *l'économie collaborative : menaces ou opportunités ?*, Mars 2014
<https://www.chefdentreprise.com/Thematique/marketing-vente-1027/Tribunes/leconomie-collaborative-menace-ou-opportunite-234605.html>
- RéputationVIP, *qu'est-ce qu'un influenceur ?*,
<https://www.reputationvip.com/fr/guide/definitions/qu-est-ce-qu-un-influenceur>
- Tendence Hôtellerie, *Accor lance sa nouvelle marque lifestyle TRIBE*, Mars 2019,
<https://www.tendancehotellerie.fr/articles-brevs/communiqué-de-presse/11074-article/accor-lance-sa-nouvelle-marque-lifestyle-tribe>
- Tendence hôtellerie, *Message de Didier Chenet GNI aux professionnels*, mars 2020,
<https://www.tendancehotellerie.fr/articles-brevs/communiqué-de-presse/13168-article/message-de-didier-chenet-gni-aux-professionnels>
- TrocMaison,
<https://www.trocmaison.com/fr/>
- Veilletourisme.ca , *Personnalisez le séjour... oui, mais comment?*, 30 janvier 2017,
<https://veilletourisme.ca/2017/01/30/personnalisez-le-sejour-oui-mais-comment/>
- VeilleTourisme.ca , *Réserver en ligne la chambre d'hôtel : qui le fait, quand et comment?*, 27 Février 2017,
https://veilletourisme.ca/2017/02/27/reserver-en-ligne-la-chambre-dhotel-qui-le-fait-quand-et-comment_trashed/
- Veilletourisme.ca, *Améliorer l'expérience client en ligne*, 03 octobre 2017,
<https://veilletourisme.ca/2017/10/03/ameliorer-lexperience-client-ligne/>

- Webtravel, *Appartements Airbnb, les inconvénients que vous pouvez rencontrer*, Avril 2019,
<https://www.webtravel.fr/conseils-voyage/appartement-airbnb-les-inconvenients-que-vous-pouvez-rencontrer>
- Yael David, Tom travel, *3 Défis à relever pour moderniser l'industrie hôtelière*, 29 mai 2018.

Table des annexes

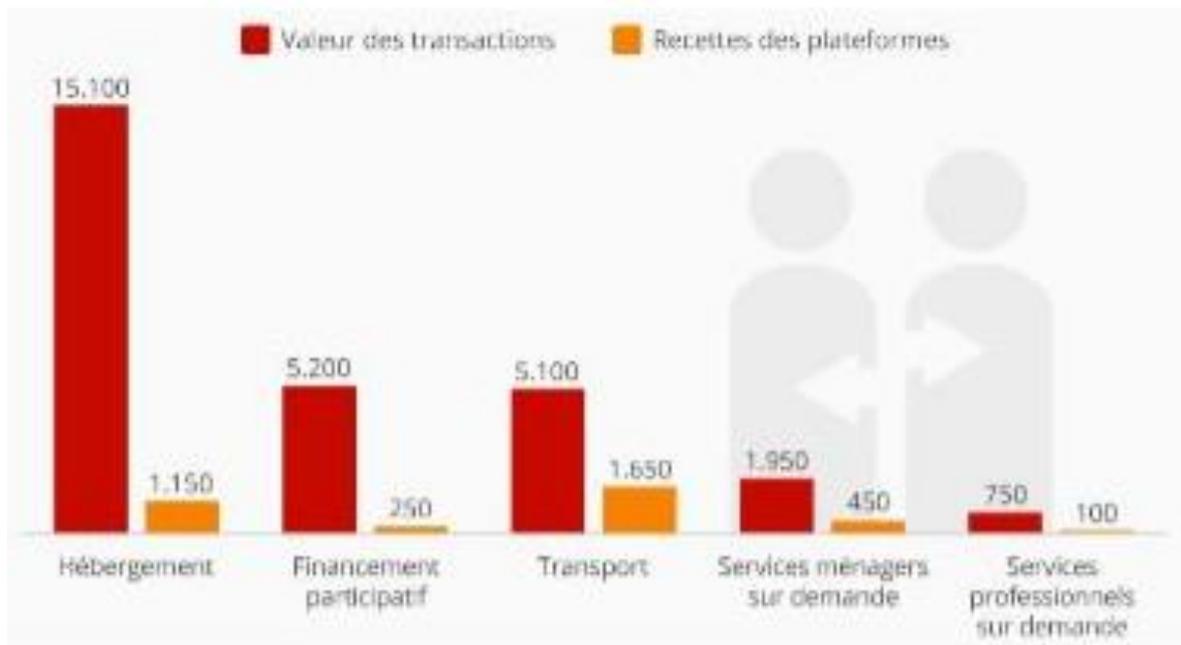
ANNEXE A : LES 6 PILIERS DE L'EXPÉRIENCE CLIENT EN HÔTELLERIE VUS PAR LE PANEL.....	87
ANNEXE B : VOLUME DU MARCHÉ DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE EN EUROPE EN 2015 (EN MILLIONS D'EUROS).	88
ANNEXE C : GUIDE D'ENTRETIEN DES PROFESSIONNELS DE L'HÔTELLERIE	89
ANNEXE D : GUIDE D'ENTRETIEN DES PROFESSIONNELS DE L'HÉBERGEMENT COLLABORATIF.....	91
ANNEXE E : GUIDE D'ENTRETIEN DE LA GÉNÉRATION Z	92
ANNEXE F : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°1.....	93
ANNEXE G : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°2.....	109
ANNEXE H : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°3.....	120
ANNEXE I : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°4	131
ANNEXE J : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°5	148
ANNEXE K : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°6	167
ANNEXE L : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°7.....	182
ANNEXE M : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°8	198
ANNEXE N : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°9.....	205
ANNEXE O : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°10.....	208
ANNEXE P : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°11	211
ANNEXE Q : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN PROFESSIONNEL N°12.....	215
ANNEXE R : TABLEAU DE CONFRONTATION PROFESSIONNELS DE L'HÔTELLERIE	221
ANNEXE S : TABLEAU DE CONFRONTATION DES PROFESSIONNELS AIRBNB	226
ANNEXE T : TABLEAU DE CONFRONTATION DE LA GÉNÉRATION Z.....	231
ANNEXE U : ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'AIRBNB FRANCE.....	240
ANNEXE V : LA PRÉFÉRENCE DES CLIENTS POUR UNE RELATION AVEC LE PERSONNEL OU LA TECHNOLOGIE	241
ANNEXE W : EXTRAIT DE LA LOI ELAN	242
ANNEXE X : ÉCHANGES AVEC LES PROFESSIONNELS AU SUJET DU CORONAVIRUS.....	243

Annexes

Annexe A : Les 6 Piliers de L'Expérience Client en hôtellerie vus par le panel



Annexe B : Volume du marché de l'économie collaborative en Europe en 2015 (en millions d'euros).



Source : PricewaterhouseCoopers, JDN statista

Annexe C : Guide d'entretien des professionnels de l'hôtellerie

Thème 1 - L'hôtellerie traditionnelle

- Comment définiriez-vous l'hôtellerie traditionnelle ?
- Que représente l'expérience client selon vous ?
- Que pensez-vous de la relation client ?
- Quelle importance consacrez-vous à cela ?
- Pensez-vous qu'il soit nécessaire à l'heure actuelle que le client ait un séjour personnalisé ?
- Quelles sont les techniques de fidélisation que vous utilisez ?
- Que pensez-vous des nouvelles techniques de fidélisation ?
- Quelle importance accordez-vous à l'après-voyage d'un client ?
- Que mettez-vous en place ?
- Les retours clients sont-ils au cœur de vos préoccupations ?

Thème 2 - L'hébergement collaboratif

- Selon vous, qu'est-ce que l'hébergement collaboratif ?
- Quels nouveaux modes d'hébergement connaissez-vous ?
- Avez-vous été touchés par l'hébergement collaboratif ?
- Pensez-vous que pour un renouvellement de l'hôtellerie, les nouveaux modes d'hébergements sont-ils indispensables ?
- Pensez-vous que les hébergements collaboratifs soient une menace pour vous ?
- Quel est votre avis à propos de l'hébergement collaboratif, en tant qu'hôtelier ?

Thème 3 - La génération Z

- Comment définiriez-vous la génération Z ?
- Quelle génération touchez-vous le plus actuellement dans votre hôtel ?
- Avez-vous l'impression que la génération Z bouleverse les standards de l'hôtellerie ?
- Quel est votre point de vue sur le marché actuel de l'hôtellerie ? *Au niveau toulousain et national*
- Utilisez-vous les critères des générations afin d'adapter votre offre et de pratiquer le yield management ?
- Est-il nécessaire de mettre en place des accueils différenciés pour la clientèle génération Z ? Pourquoi ?
- Quelles seraient les attentes, selon vous, de la génération Z ?
- Pensez-vous qu'il faille mettre en place des approches spécifique en ce qui concerne l'expérience client pour la génération Z ?
- Pensez-vous que l'hôtellerie traditionnelle attire autant la GZ que les précédentes ?

- Quelles importances consacrez-vous aux nouveaux modes de communication, type réseaux sociaux ?

Thème 4 - L'avenir de l'hôtellerie

- Dans un futur proche comment voyez-vous l'offre hôtelière ?
- Pensez-vous que l'hôtellerie collaborative pourrait ne pas avoir d'avenir ?
- Comment percevez-vous l'arrivée de la prochaine génération ?
- Pensez-vous que la GZ constitue un vrai avenir pour l'hôtellerie ?

Annexe D : Guide d'entretien des professionnels de l'hébergement collaboratif

Thème 1 - L'hébergement collaboratif

- Que pensez-vous du marché de l'économie collaborative ?
- Et concernant Airbnb : en tant que loueur ? en tant que client ?
- Pourquoi vous vous êtes inscrit sur cette plateforme ?
- Pensez-vous que ces nouveaux modes d'hébergements aient révolutionné le marché de l'Hôtellerie ?
- Quel est votre avis sur la montée en puissance de l'hébergement collaboratif contrairement à la baisse de fréquentation de l'hôtellerie traditionnelle ?
- L'hôtellerie doit-elle faire sa révolution également ?
- Pensez-vous que Airbnb soit un effet de mode ?
- Pensez-vous que les nouvelles réglementations imposées par l'État vont impacter Airbnb ?

Thème 2 - L'hébergement traditionnel

- Vous sentez-vous en concurrence avec des hôtels ou groupes d'hôtels, auberge de jeunesse, appart'hôtel ?
- A contrario, êtes-vous contacté par des hôtels pour des services ou les contactez-vous ?
- Pensez-vous que la relation client soit importante ?
- Quels sont les services associés indispensables ?
- La clientèle affaire est la principale cible des hôtels, pensez-vous qu'il soit possible de les concurrencer sur ces segments ?

Thème 3 - La génération Z

- Touchez-vous ce type de clientèle ?
- Êtes-vous familier avec leurs manières de consommer ?
- Quels sont les facteurs à mettre en place pour les attirer ?
- Quel est votre point de vue sur la démarche environnementale ?

Thème 4 - Le futur de l'hôtellerie

- Comment voyez-vous votre/vos hébergement dans un futur proche ?
- Pensez-vous que l'hôtellerie collaborative pourrait ne pas avoir d'avenir ?
- Comment percevez-vous l'arrivée de la prochaine génération ?
- Pensez-vous que la GZ constitue un vrai avenir pour l'hôtellerie ?

Annexe E : Guide d'entretien de la Génération Z

Thème 1 - L'hébergement collaboratif

- Qu'est-ce que l'hébergement collaboratif, pour vous ?
- Avez-vous déjà testé ? Si oui, quels sont les avantages ? Les inconvénients ?
- Qu'est-ce qui vous viens à l'esprit quand je vous dis « airbnb » ?

Thème 2 - L'hébergement traditionnel

- Que représente pour vous l'hébergement traditionnel ?
- Quels sont les facteurs déterminant lors de la réservation de votre hébergement ?
- A prix égal, pourquoi choisirez-vous un type d'hébergement plutôt qu'un autre ?

Thème 3 - La génération Z

- A quoi ressembleriez votre hôtel de rêve ? Quels sont vos attentes en matière d'accueil, de prestations ?
- Pensez-vous que les prestations que proposent les hôtels correspondent à vos besoins ?
- Quelles sont les actions à mettre en place pour attirer votre génération à l'hôtel ?

Thème 4 - L'avenir en hôtellerie

- Comment voyez-vous l'hôtellerie de demain ?
- Selon quels sont les principaux changements à venir ?

Annexe F : Retranscription entretien professionnel N°1

Professionnel questionné : Réceptionniste Hôtel 3 étoiles

Date : 31 Janvier 2020

Lieu de l'entretien : Restaurant Le Bibent

ÉTUDIANT : Bonjour, je nous présente, nous sommes tous deux étudiants à l'ISTHIA, à l'école d'hôtellerie de Toulouse. Vous connaissez peut-être ?

PROFESSIONNEL : De nom.

ÉTUDIANT : De nom ! Et donc nous sommes cette année en Licence Professionnelle en hôtellerie restauration.

PROFESSIONNEL : D'accord.

ÉTUDIANT : Et nous devons travailler avec 5, donc nous sommes 5 dans le groupe en tout, sur un projet tutoré dont le sujet est l'arrivée de la génération Z et des hébergements collaboratifs dans l'hôtellerie traditionnelle. Et pour cela, pour euh se créer des idées, nous devons interroger des professionnels de l'hôtellerie, c'est pour ça que vous êtes ici, merci, nous vous remercions en tout cas.

PROFESSIONNEL : Avec plaisir.

ÉTUDIANT : Et donc voilà, nous allons réaliser un entretien. Donc qui va se dérouler donc par une présentation si vous voulez bien ?

PROFESSIONNEL : oui.

ÉTUDIANT : De votre poste, tout ça. Nous allons aborder l'hôtellerie traditionnelle, l'hébergement collaboratif et la génération Z où nous allons vous demander ce que vous pensez de ces divers domaines et euh voilà, vous pourrez répondre comme vous le souhaitez.

PROFESSIONNEL : Ok.

ÉTUDIANT : Voilà. Donc, en première question, on voulait savoir si vous pouviez vous présenter ? Votre poste, les études que vous avez faites, tout ça.

PROFESSIONNEL : Oui très bien, alors déjà je m'appelle Euh, donc mon poste, je suis réceptionniste donc à l'hôtel ... euh, depuis 7 mois maintenant.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Donc réceptionniste polyvalente où on fait à peu près tout dans l'hôtel. Euh, moi je m'occupe également de tout ce qui est commission, distributeur et tout ce genre de trucs au niveau de la comptabilité. Euh, au niveau de mes études, j'ai fait un BTS Tourisme. Ensuite, j'ai continué avec une Licence, euh, enfin un Dest, un Diplôme Européen en Hôtellerie et euh Restauration. Et en parallèle, j'ai également fait un Bachelor en évènementiel.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Et voilà.

ÉTUDIANT : Très bien. Donc ça fait combien de temps que vous êtes dans l'hôtellerie aujourd'hui ?

PROFESSIONNEL : Euh, alors hôtellerie pure et dure ça fait du coup 7 mois et avant je faisais réception dans les campings.

ÉTUDIANT : D'accord, très bien.

PROFESSIONNEL : Voilà.

ÉTUDIANT : Ok, parfait ! Est-ce que vous pouvez aussi un peu présenter euh, l'hôtel, euh, du coup du Grand Hôtel d'Orléans ?

PROFESSIONNEL : Oui, alors, du coup c'est un hôtel 3 étoiles.

ÉTUDIANT : Oui.

PROFESSIONNEL : Qui est un hôtel totalement indépendant, c'est la même famille qui le tient depuis les années 1950.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Euh, on a 55 chambres, on a également 5 salles de séminaire, donc on fait énormément d'affaires, on fait très peu de tourisme, euh, loisirs.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Et après voilà, on a beaucoup de contrat euh, corporate, ce genre de choses. Et l'hôtel tourne plutôt bien, on a également un restaurant qui est, euh, qui appartient à l'hôtel.

ÉTUDIANT : Propre à l'hôtel.

PROFESSIONNEL : Donc, voilà.

ÉTUDIANT : Ok. Très bien. On commence euh, dans le vif du sujet.

PROFESSIONNEL : Oui !

ÉTUDIANT : Oui, voilà. On va commencer par l'hôtellerie euh, traditionnelle et on voulait savoir comment vous définiriez l'hôtellerie traditionnelle ?

PROFESSIONNEL : Alors, euh, l'hôtellerie traditionnelle, il y a beaucoup de, en fonction du nombre d'étoiles de, des hôtels, déjà, c'est pas la même chose pour chaque étoile, euh, on va dire que du 1-2 étoiles, c'est, 3 même on va dire, c'est assez ouvert, on va dire, à tout le monde, c'est euh, à partir du 3 étoiles on rentre quand même plus dans la catégorie affaires.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Dans ce genre de catégorie, parce que ça reste des prix quand même très abordables mais euh, (blanc) avec un minimum de, de standing, on va dire, mais dès qu'on passe au niveau 4 ou 5 étoiles c'est vraiment un autre niveau, un autre monde, où c'est (blanc) totalement différent au niveau des prestations, au niveau des prix, au niveau de tout ce qu'on peut trouver vraiment dans l'hôtellerie, donc même ça sûr qu'on puisse le qualifier de traditionnelle, on va dire.

ÉTUDIANT : D'accord. Ok. Et au niveau des valeurs dans l'hôtellerie traditionnelle euh, que ça soit, euh, comme vous le disiez, par classe d'étoiles, ou simplement dans la globalité ?

PROFESSIONNEL : Euh, bah les valeurs, pareil, c'est toujours au niveau des étoiles, euh, forcément c'est euh, on va accepter plus de clients, hum, en fonction des étoiles qu'on a.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Euh, nous on s'autorise d'avoir des clients qui sont pas forcément, on va dire acceptés dans les 4 ou 5*, mais on ne peut pas non plus autoriser tout le monde, on peut pas non plus autoriser, certains clients, qui eux peuvent être acceptés dans les 1 ou 2 étoiles.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Donc c'est vrai que c'est compliqué à ce niveau-là.

ÉTUDIANT : Et par, euh, fin, vous pouvez refuser, euh, quel type de client ?

PROFESSIONNEL : Ah, bah nous déjà, on est situé rue Bayard. Donc, euh.

ÉTUDIANT : Oui.

PROFESSIONNEL : On a pas mal de passages qui (petit rire), qui peuvent être assez compliqués, on va dire. On a de temps en temps des drogués, on a de temps en temps des prostituées qui viennent demander si on a des chambres, ou ce genre de chose, on leur dit non parce que pour les hôtels, fin, pour les clients de l'hôtel.

ÉTUDIANT : Pour l'image de marque.

PROFESSIONNEL : Ce n'est pas possible d'avoir ce genre de client.

ÉTUDIANT : Tout à fait. Oui c'est sûr.

PROFESSIONNEL : Donc, voilà.

ÉTUDIANT : Ok. On passe à l'expérience client, ça doit être un point important de votre hôtel, qu'en pensez-vous ?

PROFESSIONNEL : Ah oui ! Oui, oui, surtout quand on est un hôtel indépendant, on mise vraiment tout sur l'expérience client, faut qu'on soit vraiment aux petits soins des clients.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Qu'on ait les petites attentions qu'il n'y a pas justement dans, euh, dans les grandes chaînes. Faut faire attention à tout ce qu'ils nous disent, s'ils nous disent que c'est pour un anniversaire, et qu'ils viennent et qu'on sait quoi que ce soit, il faut qu'on mette des petits cadeaux dans les chambres, il faut qu'on soit vraiment très très attentif la dessus, mais on a également l'avantage justement de pas être une, euh, une grande chaîne, de pouvoir faire des prix aux clients qui viennent souvent, de pouvoir faire des choses, (réflexion) qui permettent justement une relation client très, euh (réflexion), facilitée, on va dire.

ÉTUDIANT : Vous avez beaucoup, euh, de clients, euh, récurrents ?

PROFESSIONNEL : Oui. Oui, oui, on a beaucoup d'habitués, on a beaucoup de clients qui choisissent même leurs chambres, (réflexion), on a des clients qui ont des tarifs à l'année, et on a des clients qui eux par contre décident d'avoir cette chambre et pas une autre et donc du coup, c'est nous qui attribuons le, euh le tarif.

ÉTUDIANT : Ouais. Ok. Donc ça veut dire que, enfin c'est surtout sur la clientèle affaires que..

PROFESSIONNEL : On a beaucoup d'affaires ouais.

ÉTUDIANT : Ouais c'est ça.

PROFESSIONNEL : Après de loisirs, on en a.

ÉTUDIANT : Y a pas de fidélité sur euh, le.

PROFESSIONNEL : Non, de loisirs, c'est très rare. Ils viennent à Toulouse avec une Wonder box, ils viennent à Toulouse pour voir de la famille, ils viennent pour les vacances ou ce genre de choses mais y a pas vraiment de loisirs encore implantée à Toulouse, euh.

ÉTUDIANT : D'accord, vous êtes en partenariat avec Wonder box ?

PROFESSIONNEL : Oui ! Oui, oui,

ÉTUDIANT : Ok.

PROFESSIONNEL : Oui, il faut pour remplir les week-ends.

ÉTUDIANT : Ça vous restitue, euh, ramène un bon taux de clients ?

PROFESSIONNEL : Ça dépend des moments, mais oui c'est quand même un bon taux d'occupation mais les tarifs sont très très très bas donc il faut savoir juger quand est-ce qu'on peut les accepter, quand est-ce qu'on ne peut pas les accepter en fonction de.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : De, du coût des tarifs qu'on peut appliquer à ce moment-là.

ÉTUDIANT : Très bien. Et est-ce que vous utilisez des techniques de fidélisation ? Bah du coup, ouais.

PROFESSIONNEL : Du coup, voilà, on propose des contrats très souvent avec les clients qui viennent souvent, mais quand ils utilisent des euh, des part... enfin (réflexions), des GDS on va dire, Amadeus, ce genre de choses, pour pouvoir réserver. On essaie de passer directement avec eux. On leur envoie des mails, on leur propose différents, euh, contrats pour que justement, hum, tout soit fidélisé et tout soit directement avec nous.

ÉTUDIANT : D'accord.

Blanc de 2s

ÉTUDIANT : Euh... Est-ce que vous pensez qu'aujourd'hui, est-ce que vous utilisez le, euh la personnalisation des séjours pour votre clientèle ? ou euh.

PROFESSIONNEL : On essaie de savoir ce qu'ils veulent. Par exemple, pour le restaurant, on a des habitués qui, euh, vont être des intolérants au gluten ou ce genre de choses, on sait qu'ils viennent manger dès qu'ils viennent, euh, à l'hôtel.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : On, du coup, on adapte, on leur réserver une table à l'avance. Pour le petit-déjeuner, on adapte par rapport à ce qu'ils veulent si c'est du sans gluten de, de tel ou tel chose et oui on essaie d'adapter au maximum en tout cas, dès qu'on a une information, hum, sur le client.

ÉTUDIANT : Donc c'est nécessaire maintenant dans hôtellerie de personnaliser ?

PROFESSIONNEL : Oui, oui, surtout justement dans un petit hôtel indépendant.

ÉTUDIANT : Ok.

PROFESSIONNEL : Qui n'a pas la force on va dire de Accor hôtel ou ce genre de choses.

ÉTUDIANT : D'accord. Et euh, est-ce que de vous-même vous proposez une personnalisation ? Par exemple, du séjour.

PROFESSIONNEL : Oui ! pour les Wonder box surtout,

ÉTUDIANT : Oui.

PROFESSIONNEL : Là où on va leur proposer de surclasser en fonction de ce qui, ce qu'ils ont de base avec Wonder box, on va leur proposer de surclasser, on peut également leur proposer des packs on va dire euh, pour euh, avoir des fleurs, avoir des euh, des coupes de champagne, de, ce genre de choses en chambre, on essaie de proposer ouais.

ÉTUDIANT : Ok. Et euh juste, euh, pour rester sur la personnalisation, vous avez des partenariats avec des acteurs économiques de Toulouse ou ? Sur des activités ou ?

PROFESSIONNEL : Non euh, on est en partenariat avec l'office de tourisme du coup on leur envoie quand même pas mal de monde, on a le city euh tour aussi, avec le bus,

ÉTUDIANT : Ouais le bus

PROFESSIONNEL : Mais après non on n'a pas énormément, vu qu'on a beaucoup d'affaires, c'est ce genre de choses qu'on offre pas particulièrement et après on a beaucoup de, d'agences de voyage qui viennent en groupe chez nous.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Donc toutes les activités sont déjà faites.

ÉTUDIANT : Et du coup vous avez des partenariats avec des entreprises peut-être ?

PROFESSIONNEL : Oui ! oui, oui bah déjà on est avec hmm, le Ministère de l'Intérieur, avec euh Foncia, on a également avec la SNCF.

ÉTUDIANT : Qui est à côté, oui du coup

PROFESSIONNEL : Qui est juste à côté, c'est ça, c'est très pratique. Euh, non on a beaucoup, énormément de contrats même notre patronne aime bien avoir des contrats signés et que les gens viennent là donc euh, on a énormément de contrats, oui, on a des associations, on a (réflexion) vraiment de tout et ouais, si euh, dès qu'on voit qu'on a quelqu'un qu'on n'a pas encore on va essayer de l'avoir du coup.

ÉTUDIANT : Et euh, connaissez-vous des, euh, est-ce que votre hôtel va mettre en place des nouvelles techniques de fidélisation ou pas ?

PROFESSIONNEL : Pour le moment non. On se concentre vraiment sur euh, sur le service au client du moment, et après les habitués forcément qu'on a déjà mais euh, pour le moment, on n'a pas encore passé le cap de vraiment mettre en place quelque chose pour fidéliser actuellement.

ÉTUDIANT : Vous pensez qu'il va falloir dans le temps ?

PROFESSIONNEL : Oui, oui, c'est obligatoire maintenant. On est obligé de fidéliser surtout nous en affaires où les gens sont amenés à revenir souvent. On est obligé de pouvoir les fidéliser quand ils viennent ici pour la première fois, il faut euh, essayer de euh, de serrer le, pff (rire) le contrat.

ÉTUDIANT : Vous avez un questionnaire de, de, de comment on dit, de satisfaction client ?

PROFESSIONNEL : Oui, on a un questionnaire de satisfaction client qu'on met dans les chambres et on en a également un qui est spécialisé pour tout ce qui est séminaire, qu'on met également dans les salles de séminaires quand on en a.

ÉTUDIANT : Vous avez un bon taux de réponses de ces ?

PROFESSIONNEL : Pas trop non.

ÉTUDIANT : Ouais, c'est un problème.

PROFESSIONNEL : Non, c'est compliqué ça, pff (rires).

ÉTUDIANT : Et on voulait aussi savoir si vous accordiez beaucoup d'importance à l'après-voyage du client ? Donc une fois qu'il était parti, euh, si vous faisiez ?

PROFESSIONNEL : On essaie de, déjà d'envoyer des mails. Après une fois qu'ils sont partis y a tout qui, fin ça fait partie du euh, du logiciel, on va dire, il envoie un mail, euh,

ÉTUDIANT : Ah d'accord.

PROFESSIONNEL : Au client pour lui dire, euh, qu'on espère qu'il a passé un bon séjour, et essayer de voir s'ils peuvent pas laisser un commentaire Tripadvisor ou ce genre de chose, même s'ils le font jamais.

ÉTUDIANT : Ouais (pouffement).

(Rires)

PROFESSIONNEL : Mais euh, on essaie, mais après voilà. On essaie en tout cas, même si eux nous rappellent d'être au maximum au niveau des demandes de factures, des demandes de quoi que ce soit, de, de, d'être très réactifs à ce niveau-là.

ÉTUDIANT : Ok ! Euh, sur l'hôtellerie traditionnelle, je pense qu'on a fait le tour, je pense que c'est tout. On va passer à l'hébergement collaboratif, du coup. Avez-vous une idée sur euh ?

PROFESSIONNEL : Je sais pas du tout ce que c'est, non là j'avoue.

ÉTUDIANT : L'hébergement collaboratif, on va dire c'est le renouveau aujourd'hui qui apparaît dans la société.

PROFESSIONNEL : Hum, hum (acquiescement)

ÉTUDIANT : C'est à dire, vous connaissez les plateformes Airbnb par exemple,

PROFESSIONNEL : D'accord.

ÉTUDIANT : c'est le model pur,

PROFESSIONNEL : C'est-ce genre de choses. Oui, oui.

ÉTUDIANT : De l'hébergement collaboratif. C'est ce qui a amené l'hébergement collaboratif.

PROFESSIONNEL : Ok.

ÉTUDIANT : Et donc on sait que l'hébergement collaboratif, il crée euh, une concurrence à l'hôtellerie, qu'est-ce que vous en pensez ?

PROFESSIONNEL : Moi personnellement, j'utilise pratiquement que ça. J'utilise pratiquement que Airbnb,

ÉTUDIANT : Personnellement ?

PROFESSIONNEL : que ce genre de chose. Voilà, personnellement c'est comme ça

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Après, je sais que nous à l'hôtel, justement on fait, euh, service de euh, de consigne pour les clés, justement Airbnb. Quand les euh, les personnes ne peuvent pas être là pour euh, donner les clés aux personnes qui arrivent.

ÉTUDIANT : Ok.

PROFESSIONNEL : On récupère les clés et on peut les donner.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Du coup, euh, au client qui arrive après. Donc c'est juste, euh, un autre concurrent mais c'est comme si un autre hôtel s'ouvrait à côté et des hôtels y en a vraiment partout, ça s'ouvre tout le temps. Il faut juste trouver un moyen de travailler avec eux, de, de pas bloquer, en fait.

ÉTUDIANT : C'est ça.

PROFESSIONNEL : Nous on essaie de, euh, de leur proposer également tout ce qui est parking, petit-déjeuner s'ils ont besoin, enfin on travaille avec eux, dès qu'il y a des appartements autour, on essaie de travailler avec eux et de voir si on peut leur proposer des services qu'ils n'ont pas et que nous on a.

ÉTUDIANT : Vous avez, comment vous mettez en place euh, ces propositions de services ?

PROFESSIONNEL : Euh, directement soit avec l'agence qui s'occupe euh, de l'appartement, soit avec le propriétaire.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Donc du coup, les euh, en général, c'est les propriétaires qui viennent nous voir parce que notamment pour le parking, où on a un parking qui est juste à côté de l'hôtel.

ÉTUDIANT : Hum (acquiescement)

PROFESSIONNEL : Et souvent, euh, en centre-ville, c'est compliqué de se garer.

ÉTUDIANT : Ouais.

PROFESSIONNEL : Donc du coup, ils viennent nous voir, nous demander si euh, éventuellement on a une place de parking pour leurs clients et quand ils viennent nous voir la première fois, on leur propose après éventuellement si vous voulez pour les prochains, vous pouvez l'ajouter à votre offre et nous si on a de la disponibilité, y a pas de soucis, on peut euh, on peut le mettre en place, ça c'est pas un problème.

ÉTUDIANT : Et qu'est-ce que, qu'est-ce que vous gagnez à faire ça ? C'est une image euh ?

PROFESSIONNEL : Déjà, ça permet de faire connaître un minimum l'hôtel parce que les gens sont obligé de rentrer dans l'hôtel pour pouvoir avoir les codes d'accès au parking. Mais en plus, nous ça nous rapporte quand même un chiffre d'affaires qui est euh, qui est pas non plus négligeable sur le parking. Donc euh..

ÉTUDIANT : Ah, donc ouais d'accord.

PROFESSIONNEL : Oui, oui.

ÉTUDIANT : Oui, non, fin, c'est-ce que je voulais savoir.

PROFESSIONNEL : Oui, oui, non tout est une question de chiffres.

Rires

PROFESSIONNEL : Tout le temps.

ÉTUDIANT : On le voit, on le voit. Euh, quel, bon après vous aviez pas une idée sur les hébergements collaboratifs, mais quels, selon vous quels hébergements, quels modes d'hébergement vont arriver ou sont en train d'arriver ?

PROFESSIONNEL : Euh, vont arriver euh, pffu (réflexion de 2 sec.), je sais qui a pas mal de tout ce qui est Couchsurfing, ce genre de choses,

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Mais après je sais pas si, fin, (réflexion) pour tout ce qui est loisirs ça va être, euh, vraiment très bien au niveau des jeunes, au niveau de, de tout ce ça mais c'est vrai que nous en étant centré sur l'affaires,

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Des gens qui viennent pour un voyage d'affaires ne vont pas louer en général un appart,

ÉTUDIANT : Oui, oui.

PROFESSIONNEL : Ou ne vont pas aller dormir chez quelqu'un qui est là, enfin, ils préfèrent avoir leurs chambres d'hôtel,

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : ils préfèrent vraiment avoir leur intimité et être tranquilles. Donc c'est vrai que nous à ce niveau-là, on a pas trop de, euh, de problèmes. Mais oui c'est le genre de choses qui vont se développer,

ÉTUDIANT : Vous êtes pas touché encore ?

PROFESSIONNEL : et qui euh. Non, non, pas pour ça.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Ça c'est vrai, c'est le bon côté quand même.

ÉTUDIANT : Parce que j'ai entendu dire que Airbnb allait lancer une politique prof., affaires,

PROFESSIONNEL : Ils font bien, hein.

ÉTUDIANT : Une clientèle affaires.

PROFESSIONNEL : Ils font bien, parce qu'après en soit, c'est euh, c'est un gros marché l'affaires, c'est toujours, toujours en expansion, il y a toujours de plus en plus de monde qui voyage pour l'affaires et après voilà c'est euh, (réflexion), vu que les, euh, $\frac{3}{4}$ des affaires qui se font c'est l'entreprise qui réserve, soit ils sont très très bon de suite et ils ont vraiment une euh, (réflexion), une chose qui peut se, enfin qui peut se réserver sur Amadeus qui peut se réserver sur les plateformes directement euh, des entreprises on va dire, sinon les hôtels-restaurants quand même euh, prioritaires du coup.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : C'est, c'est vrai que les entreprises vont pas chercher ailleurs, ils vont sur Amadeus, ils vont sur Expedia, Egencia du coup, qui est la per..., le euh, la plateforme euh, on va dire affaires d'Egencia enfin, de euh, d'Expedia du coup, et ils vont pas chercher ailleurs, ils vont pas chercher sur Airbnb directement, ils passent vraiment par le facile.

ÉTUDIANT : Ok. Et vous avez des collaborations avec Booking ou des plateformes comme Booking pour l'affaires aussi ?

PROFESSIONNEL : Euh, Booking, ils font pas trop d'affaires,

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Mais c'est Expedia du coup.

ÉTUDIANT : Expedia.

PROFESSIONNEL : Qui a vraiment un centre vraiment réservé à l'affaires et qui s'appelle Egencia, Amadeus forcément qui euh, est énormément affaires y a très peu de loisirs au final dessus,

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Et après, euh, y a euh, Djoca Travel également, qui fait beaucoup d'affaires. Donc y en a, dès qu'il y a quelque chose qui peut éventuellement nous ramener des euh, des clients, on essaie d'avoir un partenariat avec et euh de minimiser les commissions.

ÉTUDIANT : Ouais, c'est surtout le but.

PROFESSIONNEL : C'est ça,

ÉTUDIANT : C'est vous qui contactez les, ces sociétés-là ou c'est... ?

PROFESSIONNEL : Soit euh, soit eux quand ils voient qu'éventuellement les clients qu'ils ont peuvent euh, être intéressés par notre hôtel, soit nous quand on voit que euh, par exemple vu qu'on a nous déjà des contrats avec le Ministère de l'Intérieur, Foncia, ce genre de choses. Ils passent quand même en général par une plateforme et en fonction de qui remporte l'appel d'offres pour pouvoir gérer leur, euh leur, leur euh, système en fait, si nous on a pas de partenariats avec le nouveau gagnant de l'appel d'offres, on peut pas avoir les contrats,

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Donc on est obligé de, de mettre en place en tout cas quelque chose.

ÉTUDIANT : Et est-ce que vous pensez qu'un jour, les hébergements dits collaboratifs, ils auront le, leur, leur première clientèle comme clientèle affaires.

PROFESSIONNEL : Première clientèle, ça va être compliqué je pense, je pense que ça restera quand même beaucoup de loisirs parce que pour le loisir c'est quand même la facilité.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : C'est le euh, la liberté de pas avoir justement de euh, d'horaires on va dire où les portes sont fermées, où euh,

ÉTUDIANT : C'est vrai.

PROFESSIONNEL : Où même euh, de pas pouvoir aller manger quand on veut parce qu'on peut pas avoir de cuisine ou ce genre de choses. Donc c'est vrai que, (blanc), pour le loisir c'est vraiment parfait. Pour l'affaires justement, ils aiment bien quand y a des horaires, ils aiment bien quand c'est vraiment cadré, ils aiment bien quand il y a un restaurant à côté qui est également pris en charge du coup par la société parce qu'ils ont pas besoin de sortir d'argent, c'est vrai que c'est l'avantage quand même qu'on a.

ÉTUDIANT : D'accord. Ça (blanc) c'est, c'est la même question, la pérennité de l'hôtellerie, est-ce qu'elle sera possible ?

PROFESSIONNEL : Non non, là je pense que, au niveau hôtellerie, il faut savoir s'adapter, forcément,

ÉTUDIANT : Oui.

PROFESSIONNEL : ça va toujours évoluer. Il va falloir s'adapter, il va falloir collaborer justement, avec tout ce qui est coopératif, il va falloir forcément s'adapter mais je pense qu'il y pas, y pas de soucis à se faire au niveau de l'hôtellerie euh.

ÉTUDIANT : Même avec les changements de générations, on y viendra après, mais les nouvelles générations est-ce qu'elles vont pas changer les modes de...

PROFESSIONNEL : Ça dépend parce que justement, fin, en grandissant, en vieillissant, on va dire, entre guillemets, c'est, on aime bien aussi, après avoir le confort justement,

ÉTUDIANT : Oui, c'est vrai.

PROFESSIONNEL : Donc euh, on a plus de moyens, on a besoin de plus de confort, et c'est vrai que l'hôtellerie nous permet d'avoir tout ça. Donc euh, en fonction, si en soi..., fin, si on arrive à s'adapter, si arrive à justement évoluer avec le temps, je pense que, qu'il a pas de soucis même avec les nouvelles générations qui arrivent.

ÉTUDIANT : D'accord, c'est à l'hôtellerie de bien s'adapter, de bien,

PROFESSIONNEL : Toujours, t'façon c'est toujours, euh,

ÉTUDIANT : Garder le filon.

PROFESSIONNEL : C'est ça.

ÉTUDIANT : Ok.

PROFESSIONNEL : C'est toujours à l'offre de s'adapter à la demande, donc, euh

ÉTUDIANT : Exactement, bien sûr, génération Z, vous avez une idée aussi sur la génération Z, ce que ça représente, euh ?

PROFESSIONNEL : Ce que ça représente, euh, bah de toute façon c'est, ça représente pour le moment, pas une énorme, grande part de marché mais ça va le devenir, forcément, quand ça, ces personnes-là vont grandir et vont commencer à travailler, vont commencer à gagner de l'argent et vont pouvoir vraiment commencer à s'offrir du loisir ou ce genre de choses. Pareil, va falloir s'adapter à leurs besoins, tout le monde maintenant à tout ce qui est wifi, tout ce genre de choses dans, dans l'hôtel. Il faut le garder, il faut le garder, euh, opérationnel, il faut (blanc), même si c'est possible d'avoir un ordinateur ou une tablette dans les chambres c'est encore mieux, bon nous on l'a pas parce que forcément c'est un investissement qui est quand même pas négligeable, mais c'est le genre de choses que je pense un moment sera obligé de, d'être dans tous les hôtels, dans toutes les chambres qui euh,

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Qui aura.

ÉTUDIANT : Ok. Après vous, vous touchez une clientèle plutôt affaires mais euh, je sais pas si c'est dans la clientèle loisirs, quelle génération vous touchez ? C'est plutôt, euh,

PROFESSIONNEL : Loisirs, on est euh, on a pas mal de euh, couples, de euh, à peu près trentaine, et après on a quelques euh, couples également, très peu de familles, familles, euh de on va dire 50, 60 ans. C'est...

ÉTUDIANT : Pas trop de jeunes ?

PROFESSIONNEL : Non, des très jeunes on a pas, enfin en dessous de, en dessous de 25, on a pas trop.

ÉTUDIANT : D'accord. Ok, et du coup bah, enfin pour avoir une idée sur la clientèle affaires c'est sur euh, vous touchez plutôt des jeunes entreprises qui viennent d'être créées avec euh, par exemple euh, une moyenne d'âge jeunes dynamiques ou plutôt des entreprises qui sont bien posées, fondées, qui sont anciennes ?

PROFESSIONNEL : On a de tout, vraiment,

ÉTUDIANT : De tout.

PROFESSIONNEL : On a de tout, on a bah comme je vous disais, on a la SNCF, on a Foncia, on a Uniqlo également, donc qui est quand même très nouveau on va dire, en France. On a voilà, on a vraiment de tout, on a des associations qui commencent à se créer, on a vraiment de tout, au niveau affaires, ça, on a également Pôle Emploi, qui

nous amène les euh, les jeunes en fait qui font des formations à Toulouse. Donc vraiment, on a de tout donc euh, à ce niveau-là.

ÉTUDIANT : La génération Z pense, enfin comment dire cette question du coup, par rapport à ce que vous avez dit. Est-ce qu'elle bouleversera les standards de l'hôtellerie dans le futur ?

PROFESSIONNEL : Euh, (souffle), voir comment eux également vont évoluer parce que forcément quand on vieillit encore une fois, on évolue, euh, forcément avec le temps. Mais après oui, chaque génération demande des euh, des nouvelles choses, chaque génération euh, a des besoins qui sont différents de la précédente. La génération de nos arri... de nos grands-parents n'avaient pas besoin de choses que nos parents ont besoin et n'ont pas besoin de choses que nous on a besoin. Donc euh, la Wifi ça fait une dizaine d'années qu'il le faut dans les chambres, avant ça y avait pas besoin, pour la génération Z ce sera pareil. Ils vont demander des nouvelles choses que nous on sera obligés de, d'amener.

ÉTUDIANT : Et on voulait aussi savoir, votre point de vue sur le marché actuel de l'hôtellerie ?

PROFESSIONNEL : Euh, à Toulouse ou vraiment en général ?

ÉTUDIANT : Bah, euh, les deux, à Toulouse et puis euh, en général.

PROFESSIONNEL : Euh, à Toulouse, bah déjà on a l'avantage d'avoir tout ce qui est affaires, vraiment très implanté avec Airbus, avec tout ce qui est scientifique, le CNRS, ce genre de choses qui sont vraiment très implantées ici. Donc au niveau affaires, on a tout ce qui faut. Au niveau tourisme/loisirs, je pense que ça va énormément se développer avec tous les travaux qu'il y a eu, avec les nouvelles campagnes publicitaires également qui a à la télé, avec ce genre de choses, c'est, nous on a une évolution au niveau de l'hôtel qui est énorme pour l'été notamment, ou avant l'été, je sais que mes collègues, ils prenaient justement toutes leurs vacances l'été parce qu'il y avait personne à l'hôtel et que du coup ils pouvaient partir, là ça fait 2 ans que c'est très compliqué quand justement les gens prennent les vacances en été. On a plus d'affaires mais on a de plus en plus de loisirs. Et après au niveau, vraiment, national, je pense que ça sera pareil, enfin, on est quand même le premier pays au monde au niveau du nombre de visiteurs. Ça va pas s'arrêter là je pense, même si on passe éventuellement deuxième à un moment, on aura quand même énormément de monde, et les gens justement qui viennent de l'étranger sont également peut-être plus rassurés à avoir un hôtel que éventuellement, d'aller chez quelqu'un où ils ne connaissent personne. Un hôtel au moins, ils ont la sécurité de « je suis dans un hôtel, il ne peut rien m'arriver ».

ÉTUDIANT : Pensez-vous qu'il y a aussi trop d'offres peut-être dans l'hôtellerie pour euh ?

PROFESSIONNEL : Oui, ça oui, il y en a trop. Déjà on voit juste euh, les hôtels, nous on a des hôtels avec qui on coopère quand on est complet ou quand ils sont complets, et juste autour de nous, on en a 5 ou 6 qui sont dans nos standings donc vraiment en 3 étoiles, avec les mêmes localisations que nous et on en a déjà 5 ou 6 quoi, c'est, ça fait vraiment, c'est autour de la gare.

ÉTUDIANT : Et pour vous démarquez d'eux, quelles sont vos stratégies ?

PROFESSIONNEL : Bah nous du coup, c'est toujours le même principe, de l'indépendant de pouvoir adapter en fait. On peut tout adapter, on peut tout changer, on peut changer les prix, on peut changer les prestations dans les chambres, on peut changer le restaurant, on peut adapter les menus, on peut vraiment tout faire.

ÉTUDIANT : Car sur les chaînes, l'hôtellerie en chaîne, ils sont contraints à la euh, aux politiques euh, des chaînes ?

PROFESSIONNEL : Voilà, euh, ils sont vraiment bloqués au niveau des tarifs, au niveau de tout c'est, c'est ce tarif-là, ils peuvent pas faire une réduction, ils peuvent pas, ils peuvent vraiment rien faire. Si le euh, logiciel ne leur dit pas « vous pouvez mettre éventuellement cette réduction-là », ils ne peuvent rien faire, alors que nous là, bah aujourd'hui, j'ai vendu une chambre qui normalement était à 160€ sur internet, je l'ai vendue à 110 parce que je sais que, qu'il y a une autre chambre qui va se libérer et que je vais pouvoir la mettre dans cette chambre-là qui, elle est moins chère. C'est le genre de trucs qu'on peut pas faire chez Accor, qu'on peut pas faire chez, euh, chez les grosses chaînes, où vraiment tout est carré.

ÉTUDIANT : Donc, ça c'est un des points positifs de l'hôtellerie indépendante ?

PROFESSIONNEL : Oui, oui. Oui, pouvoir tout adapter à la personne.

ÉTUDIANT : Vous pensez qu'il y a plus de points positifs chez les indépendants ou ?

PROFESSIONNEL : Le point négatif d'être indépendant, c'est que justement, on a pas la force de frappe de Ibis, de vraiment tous les euh, tout le groupe Accor, où bah les gens quand ils cherchent un hôtel, ils regardent Ibis en premier,

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : C'est, ils sortent de la gare, il y a déjà 2 Ibis, ils vont pas forcément regarder un peu plus loin dans la rue pour voir nous en fait. Encore une fois ils ont l'avantage de la sécurité, de c'est un gros truc, ils sont carrés, ils sont sûrs.

ÉTUDIANT : Donc vous avez pas trop de clientèle de passage ?

PROFESSIONNEL : On en a un petit peu mais c'est en général des gens de la rue Bayard qu'on veut pas prendre quoi, c'est,

(Rires)

PROFESSIONNEL : Ou sinon c'est parce que l'Ibis est complet ou que voilà, c'est, on fait plus sur du euh, des réservations que sur du passage.

ÉTUDIANT : D'accord. Et dans votre hôtel est-ce que vous utilisez des critères de génération du coup pour adapter les offres ou pour euh, pour pratiquer le Yield management ?

PROFESSIONNEL : Non, pas pour les générations non, on fait vraiment par rapport à ce qu'ils veulent eux en fait, on fait pas par rapport aux générations. On prend en compte ce que eux nous demandent si, ils glissent une petite phrase pendant la réservation qui éventuellement, qui nous on peut faire quelque chose, on fera en sorte que ce soit fait. C'est voilà.

ÉTUDIANT : Du coup je pense que pour la génération Z c'est bon. Du coup on a une petite conclusion, on va dire, euh, donc dans un futur proche comment vous voyez l'offre hôtelière ?

PROFESSIONNEL : Euh, dans un futur très très proche, là je pense que ça va pas évoluer de suite, je pense qu'éventuellement, il va falloir qu'il y ait une baisse pour qu'ils se rendent compte qu'il faut évoluer. Dans le général,

ÉTUDIANT : Une baisse c'est-à-dire ?

PROFESSIONNEL : Une baisse de la clientèle, une baisse du taux d'occupation, pour qu'ils se rendent compte que vraiment les choses sont en train de bouger, et qu'il faut adapter du coup. C'est, je pense que c'est inévitable à un moment. Après à quel point la baisse va se faire, ça c'est en fonction des hôtels et en fonction de ce que la direction décide de mettre en place ou pas.

ÉTUDIANT : D'accord, donc euh oui. D'accord. Mais euh, ça veut dire que vous, vous n'avez pas, vous pensez plutôt que du changement va se faire sur la situation de l'hôtellerie, à propos de la situation de l'hôtellerie et non pas à propos des nouvelles tendances, des nouvelles modes ?

PROFESSIONNEL : Pas forcément, certains hôtels vont euh, vont vraiment y faire attention, mais après moi je sais que l'hôtel où je suis, c'est le genre de truc, vu qu'on travaille avec ces personnes-là pour tout ce qui est parking, tout ce qui est petit-déjeuner, tout ce genre de choses, on est pas trop, on va dire impacté pour le moment, et je pense que c'est éventuellement le jour où on va se rendre compte que, on a perdu, euh, 4 ou 5% de taux d'occupation sur un mois, qu'on va se dire pourquoi.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Pourquoi est-ce que l'année dernière on avait autant et que là cette année on a si peu, c'est, c'est là qu'on va commencer à se poser des questions, et espérons qu'on le fasse justement tant que c'est pas trop catastrophique quoi.

ÉTUDIANT : D'accord, et est-ce que vous pensez que l'hébergement collaboratif ça pourrait avoir, ne pas avoir d'avenir et que c'est juste un effet de mode ?

PROFESSIONNEL : Non, je pense que vu comment le monde évolue, ça peut que, augmenter également. C'est, on part sur un monde où les gens sont beaucoup plus ouverts justement aux autres, où il est important de faire attention à tout ce qu'on fait. Donc c'est vrai que si euh, si on peut éventuellement nous aller chez quelqu'un ou développer ce genre de chose euh, non ça je pense que ça va que, augmenter.

ÉTUDIANT : euh, la prochaine génération, comment vous percevez leur arrivée ?

PROFESSIONNEL : La prochaine génération, euh, c'est encore plus compliqué.

ÉTUDIANT : Comment vous voyez le futur avec la nouvelle génération ? Donc la prochaine génération qui viendra dans, à l'hôtel ?

PROFESSIONNEL : Euh, alors là c'est vrai que, euh,

ÉTUDIANT : Les 14-15 ans qui viendront qui voudront euh, après c'est difficile à prévoir aussi,

PROFESSIONNEL : Ouais c'est compliqué, parce qu'encore une fois fin, ils sont très jeunes et avant que, ils arrivent à cet âge-là, pour moi c'est compliqué parce qu'on a une image de cette génération très frivole et très euh, centrée sur eux-mêmes et tout ça mais au final, ils le seront peut-être pas dans 5 ans. Donc c'est, c'est encore une fois très compliqué de, de voir comment une génération peut évoluer sur les années à venir.

ÉTUDIANT : D'accord, ok. Et je pense que, vous avez des points à aborder sur ce qu'on a dit ?

PROFESSIONNEL : Non je pense que c'est bon.

ÉTUDIANT : Très bien. On vous remercie.

PROFESSIONNEL : Avec plaisir !

ÉTUDIANT : De, pour votre temps, de nous avoir accordé de votre temps.

Annexe G : Retranscription entretien professionnel N°2

Professionnel questionné : Chef réceptionniste d'un hôtel 4 étoiles

Date : 4 Février 2020

Lieu de l'entretien : Toulouse

ÉTUDIANT : On est groupe d'étudiants de l'ISTHIA, en Licence Professionnelle hôtellerie et restauration, on a décidé de travailler sur l'hôtellerie traditionnelle, la génération Z et l'hôtellerie collaborative, on vous dévoilera la problématique de notre dossier à la fin de l'entretien. On interroge des professionnels du secteur. Peut-être vous pouvez vous présenter, présenter votre poste, vos études, vos anciens postes.

PROFESSIONNEL : Moi je suis X, chef de réception à l'hôtel Y, ça fait trois ans que je suis là. En termes d'études j'ai fait un master en événementiel, en école de commerce. Précédemment, j'ai été assistante de direction et encore avant réceptionniste. Voilà en gros. Au niveau de l'hôtel, c'est un petit hôtel de 47 chambres, un peu, avec une histoire particulière qui est liée à l'aéropostal, avec Antoine de Saint Exupéry qui est venu dans les années 30. Après on est surtout un hôtel d'affaires, on n'est pas sur un hôtel de loisirs à proprement parlé, on est plus sur une clientèle d'affaires.

ÉTUDIANT : On va commencer avec nos questions en relation avec nos trois thèmes : hôtellerie traditionnelle, hôtellerie collaborative et génération Z. Que pensez-vous par rapport à l'hôtellerie traditionnelle, quelle serait la définition de l'hôtellerie traditionnelle ?

PROFESSIONNEL : Euh l'hôtellerie traditionnelle on va le diviser en deux axes ; l'affaires et le tourisme. C'est un hôtel où voilà on reçoit des clients qui font des réservations via un site de réservation basique, on va dire, type Booking ou Expedia ou notre site particulier. Et, voilà, qui utilise, après, les prestations de l'hôtel, que l'hôtel peut offrir sur place.

ÉTUDIANT : Est-ce que, par exemple, vous pratiquez l'expérience client. Est-ce que vous y apportez une importance à l'expérience client ?

PROFESSIONNEL : Oui. On a un logiciel qui s'appelle *Expérience* qui est utilisé par notre hôtel et par notre groupe. On fait partie d'un tout petit groupe. Et ce logiciel nous permet via les adresses mail, qu'on a et qu'on reçoit des clients lors de la réservation, de leur envoyer des mails, de leur demander ce qu'ils ont besoin en chambre avant leur venue, leur heure d'arrivée, ce qu'ils veulent dans leur chambre en particulier. Euh... on leur envoie également un mail pendant leur séjour pour leur demander si tout se passe bien. Et on leur envoie un mail après pour demander si tout s'est bien passé et de noter l'hôtel par rapport à l'expérience qu'ils ont eu chez nous.

ÉTUDIANT : Ce logiciel *Expérience* il a été créé par votre groupe ?

PROFESSIONNEL : Non, c'est un logiciel qui existait et qui existe déjà. On a été démarché et ça fonctionne plutôt bien.

ÉTUDIANT : D'accord. Par exemple sur ce logiciel, c'est eux qui le gèrent ?

PROFESSIONNEL : Effectivement c'est eux qui le gèrent après au niveau du contenu, ce qu'on veut envoyer aux clients, ça c'est géré par nous, par ce que y a tout une sorte de contenu qu'on peut envoyer, c'est-à-dire que si un client nous envoie... on leur pose toutes sortes de questions hein... c'est : « qu'est-ce que vous avez besoin dans votre chambre avant votre arrivée ? » donc là ils peuvent le mettre, « est-ce que vous avez besoin de recommandations sur les restaurants ? » donc là on peut gérer le contenu de ce qu'on peut leur envoyer pour éviter d'envoyer des mails et des mails qui servent à rien. On a vraiment une liste prédéfinie qu'on peut leur envoyer. Voilà donc après tout ce qui est contenu c'est nous qui le gérons. Après tout ce qui est assistance technique, rajouter des choses ou par rapport au contenu où on n'arrive pas, là, c'est eux qui peuvent nous aider. Après à l'intérieur, on gère.

ÉTUDIANT : Du coup par rapport à tout ça, pensez-vous qu'il est nécessaire à l'heure actuelle que le client ait un séjour personnalisé ?

PROFESSIONNEL : [Immédiat] Oui, nous oui. Après ça dépend du type d'hôtel où les gens vont. C'est-à-dire que on va plus être tenté de dire que dans des hôtels de chaînes types Accor ou type Mercure. Le Mercure va être pareil qu'il soit à Toulouse ou qu'il soit à Paris, donc là, je pense que c'est nécessaire d'avoir quelque chose de vraiment personnalisé. Après quand on est dans un boutique hôtel, tel qu'ici ou même d'autres hôtels sur Toulouse. On se différencie, déjà par ça, après c'est aussi important d'envoyer quelque chose de personnalisé au client pour qu'il se sente encore plus, on va dire, « unique », que s'il va dans un hôtel de chaîne par exemple.

ÉTUDIANT : Donc quand vous dites « unique » vous parlez, par exemple, sur l'aspect de la chambre ou de l'expérience ?

PROFESSIONNEL : L'expérience qu'il va vivre. Après la chambre est aussi [réflexion 3 secondes] compte aussi. Les deux comptent, après, c'est surtout l'expérience qu'il va vivre, la chambre fait partie de l'expérience qu'il va vivre dans l'hôtel.

ÉTUDIANT : OK, et du coup vous avez des techniques de fidélisation mises en place ?

PROFESSIONNEL : Alors on n'a pas vraiment de techniques. Les clients affaires n'ont pas vraiment à être fidélisés. C'est-à-dire s'ils viennent si ça se passe bien, un client affaires n'a pas [silence 3 sec] les mêmes exigences qu'un client loisirs. Un client affaires vient, pourquoi, parce qu'il a une convention ici, si le check-in se passe bien, que l'équipe est [silence 5 sec] à l'écoute, que ça va vite, parce qu'en général un client affaires, il vient pour dormir, il faut que ça aille vite. Il va revenir. Après il va revenir suivant des critères, surtout, financiers si le budget ça rentre dans son budget pour louer une chambre. Un client loisirs, là par contre, va falloir prendre plus de temps, vraiment lui offrir quelque chose de personnalisé, par rapport aussi à ce qu'on a eu, par rapport au retour qu'on a avec le logiciel. De voir, « ah voilà vous avez demandé ça, attendez, on va vous recommander, on va vous faire la recommandation là, on va vous expliquer où c'est, on va vous montrer la carte, qu'est-ce qu'il a visité, on va vous donner quelque chose ». Voilà c'est quelque chose d'un petit peu plus long et un peu plus personnalisé.

ÉTUDIANT : Donc si je vous résume, c'est l'expérience, client affaires, sera plus sur l'aspect réception et vraiment brute de l'hôtel et donc vous misez plus sur la rapidité.

PROFESSIONNEL : Oui voilà c'est du rapide et pratique voilà c'est vrai un client affaires, faut rester pragmatique, on vient, on satisfait le client, s'il passe une bonne nuit et un bon petit-déjeuner, c'est ce qui va compter. Pour le reste : avoir un restaurant, des loisirs, il s'en fiche, il ne va pas y aller.

ÉTUDIANT : Et vous parlez, pour la clientèle tourisme, vous en avez peu donc.

PROFESSIONNEL : On a en le weekend surtout et en période de vacances.

ÉTUDIANT : Et pour cette clientèle, vous servez encore de guide touristique ?

PROFESSIONNEL : Oui bien sûr la conciergerie en période de vacances on l'utilise beaucoup. Parce que les clients ont beaucoup, beaucoup, de demandes et sont beaucoup plus exigeants qu'un client affaires.

ÉTUDIANT : Et par rapport du coup aux « après-voyages » des clients, les retours vous les traitez ?

PROFESSIONNEL : On traite les retours [réflexion 5 secondes] on a un système de notation une note de 1 à 10 sur des services de l'hôtel. Après effectivement, si on a un retour, on va dire, supérieur à 7/10, on va leur envoyer un mail « merci pour vos commentaires, n'hésitez pas par exemple à partager sur TripAdvisor ». Si on a un retour inférieur, on va chercher à comprendre ce qui s'est passé, si on voit qu'il y a une note qui est plus basse sur un service plutôt que l'autre, on va chercher à savoir ce qui s'est passé, à comprendre, pour essayer justement d'améliorer, voir ce qui a pu mal se passer pendant son séjour pour essayer justement d'améliorer, aussi, le service, de voir, ce qui s'est passé qu'est ce qui s'est passé : « est-ce que y a un réceptionniste qui a fait un couac, est-ce qu'il y a eu un couac dans la chambre ? un quelque chose qui allait pas dans la chambre ? » voilà, ça permet vraiment de cibler, aussi, ce qui n'est pas allé.

ÉTUDIANT : Donc quand vous avez par exemple un mauvaise retour un petit problème, vous le stockez ? Vous avez un référentiel ?

PROFESSIONNEL : C'est tout stocké on sait le client dans quelle chambre il était, quelle tranche d'âge il était, s'il est venu en famille s'il est venu en tourisme donc ça c'est toutes les choses qu'il a complété avant, qu'on demande également au niveau du check-in, si on voit qu'il est tout seul, c'est vraiment tout catégorisé après sur le logiciel pour voir le client type que s'il est venu en couple seul ou en famille, s'il est resté, si c'est un affaires si c'est un loisirs dans quelle chambre il était voilà comme ça après on peut on va dire faire des catégories de personne, en disant « une personne qui vient en couple cette chambre là c'est pas forcément top »

ÉTUDIANT : Donc vous utilisez ces données-là pour des prochains clients ?

PROFESSIONNEL : Oui voilà pour des prochains clients et également aussi si les clients reviennent dire voilà « moi je n'ai pas apprécié cette chambre », les mettre ailleurs. Ça le stocke également dans le système.

ÉTUDIANT : Les retours clients font aussi partie de vos préoccupations ?

PROFESSIONNEL : Oui c'est un tout l'avant pendant après. C'est-à-dire avant ça va permettre vraiment de connaître le client ce qu'il vient faire. Pendant : tout se passe bien. Après : vraiment savoir si le service qu'on lui a donné a été à la hauteur de ce qu'il attendait.

ÉTUDIANT : On va aborder le côté hôtellerie collaborative. Peut-être avez-vous déjà une idée de ce que pourrait être l'hôtellerie collaborative, le définir avec vos mots, ce que ça vous évoque.

PROFESSIONNEL : Je n'ai pas vraiment de définition de ce que c'est. Moi ça m'évoque plus les hostels, les choses comme ça. Après je ne suis pas vraiment au courant de ce que c'est. [Hésitation] Ouais c'est plutôt ça voilà.

ÉTUDIANT : Alors il y a plusieurs définitions pour l'hôtellerie collaborative, le mot qui peut revenir c'est Airbnb. C'est des systèmes d'hébergements que les privés mettent à disposition à d'autres personnes. C'est aussi dans un esprit de partage, d'entraide, gratuit ou pas d'un logement. Par rapport à ça avez-vous des nouveaux modes d'hébergement en tête ?

PROFESSIONNEL : Je vois plus les Airbnb ou les hostels mais c'est encore différent ça.

ÉTUDIANT : Est-ce à votre hôtel vous avez été touché, ou senti une répercussion sur vos taux d'occupation ?

PROFESSIONNEL : [Immédiat] Non, pas du tout, nan.

ÉTUDIANT : Pas de menaces ?

PROFESSIONNEL : Nan pas du tout.

ÉTUDIANT : Comment expliquez-vous cela ?

PROFESSIONNEL : [Réflexion 2 secondes] On est un hôtel d'affaires principalement, donc, je pense que tous ces types d'hébergements soient plus visés par une clientèle loisirs plutôt qu'un hôtel comme le nôtre. Un client d'affaires ne va pas aller faire du couchsurfing ou Airbnb après tout ce qui est Airbnb nous on n'est pas touché parce qu'on est un hôtel 5 étoiles. Après peut être les hôtels qui sont 1 ou 2 étoiles sont peut-être un petit peu plus impactés parce qu'au niveau financier un Airbnb va être financièrement plus intéressant par exemple qu'ici, tandis qu'un hôtel 1 ou 2 étoiles, on va être sur une gamme de prix à peu près équivalente. Ici étant donné qu'on est 5 étoiles un Airbnb ne peut pas « rivaliser » avec tout la branche de services qu'on peut proposer ici en étant 5 étoiles. Et le tarif n'est pas le même aussi.

ÉTUDIANT : Au niveau professionnel, avez-vous eu d'autres expériences précédentes dans des hôtels peut être moins haut de gamme, est ce qu'il est possible de dire que l'arrivée de Airbnb ou d'autres plateformes collaboratives ait pu créer de nouvelles offres pour se démarquer ?

PROFESSIONNEL : J'ai toujours été en 5 étoiles je ne peux pas vraiment comparer. Je pense après dans la vie, il s'agit d'un aspect pécunier, on va dans, surtout dans un

Airbnb parce que c'est moins cher qu'un hôtel quel que soit. Mais si on va dans un hôtel 4 / 5 étoiles forcément va être plus cher après. Ça dépend ce que le client recherche aussi, s'il recherche juste un appartement pour passer des vacances, il va rester au moins 2 – 3 jours, 1 jour ça m'étonnerait, [réflexion] c'est au niveau pécunier aussi que ça va jouer ; après si on recherche des services à côté on va plus chercher à aller dans un hôtel. Si on n'a pas envie de faire la cuisine dans son Airbnb parce qu'il faut tout acheter on va aller dans un hôtel. Ça dépend ce que le client vient faire dans la ville. Si effectivement il cherche tout un service, à avoir une conciergerie, un petit déjeuner, à rien faire on va dire, il va venir dans un hôtel. C'est vrai que s'il cherche plus l'aspect pratique, c'est vrai que les jeunes vont plus dans les Airbnb, justement pour ça, pour être à plusieurs quand ils vont dans un logement, et pour un avoir un certain partage des frais quand ils vont dans ce type d'hébergement.

ÉTUDIANT : À titre personnel, dans quels types d'hébergements avez-vous plus l'habitude de séjourner ?

PROFESSIONNEL : En hôtel.

ÉTUDIANT : Puis-je vous demander la catégorie et pourquoi ?

PROFESSIONNEL : Ça dépend je peux séjourner dans un excellent 2 étoiles car je sais qu'il a un excellent service, après je vais plus séjourner dans un 3-4 étoiles.

ÉTUDIANT : Donc c'est que vous avez l'habitude et des connaissances sur les hôtels ?

PROFESSIONNEL : Après je pense c'est comme tout le monde, je regarde les commentaires sur TripAdvisor, sur Booking avant de réserver. Si on voit qu'il y a un service au top, je vais y aller les yeux fermés, après, quand je regarde d'autres hôtels, par exemple à l'étranger, où là, la classification n'est pas du tout la même qu'en France. Je vais essayer de regarder dans les hôtels 3-4 étoiles où là je sais y aura, quand même, un service à la hauteur.

ÉTUDIANT : Je reviens un peu sur la partie hôtellerie traditionnelle, dans votre hôtel est-ce que vous faites attention aux commentaires sur les TripAdvisor ? Avez-vous une personne en charge ?

PROFESSIONNEL : Oui bien-sûr, les réceptionnistes le font. On est plusieurs à le faire, on a deux ou trois de mes réceptionnistes qui le font toutes les semaines à peu près, qui s'occupent de répondre aux commentaires, TripAdvisor ou Booking. Oui c'est important, hyper important, d'y répondre.

ÉTUDIANT : Vous y répondez et vous les prenez en considération ?

PROFESSIONNEL : Bien-sûr, bien-sûr, on cherche à savoir ce qui s'est passé, si y a un mauvais commentaire, on va chercher à savoir ce qui s'est passé, mon directeur va chercher à savoir ce qui s'est passé. C'est aussi une demande de la part du directeur d'avoir un service toujours au top, et, de savoir ce qui s'est passé, si ça s'est mal passé, surtout sur Booking où on a une note, quand même, on a un classement sur TripAdvisor, il faut faire attention à ça car, effectivement, quand un client va réserver, il va regarder, peut-être sur Booking, si on est bien classé sur Booking. Il va plus tendre à réserver chez nous que chez un concurrent. Après, c'est vrai que [hésitation], répondre aux commentaires, quand on a un mauvais commentaire et, que ce n'est pas forcément

justifié, ce qui arrive. C'est aussi important de répondre pour donner aussi [réflexion] le retour de l'hôtel pour que les clients qui regardent les commentaires, ne se fient pas forcément à ce que le client a écrit ou au moins va regarder notre justification, aussi.

ÉTUDIANT : D'accord. A titre personnel, quel est votre avis par rapport aux hébergements collaboratifs ?

PROFESSIONNEL : Alors après, ça dépend pour moi, c'est plus un [hésitation] je vais plus aller dans un hébergement Airbnb, parce que ce n'est pas cher. Après il faut regarder où on met les pieds des fois ce n'est pas forcément très légal. C'est un peu opaque, par rapport à ça, ça ne me plaît pas trop. Après en étant hôtelier, forcément, on n'aime pas trop. À titre personnel, si un jour, il y a un Airbnb qui me plaît pourquoi pas, mais ce n'est pas trop ma tasse de thé.

ÉTUDIANT : Pensez-vous que Airbnb peut-être un effet de mode qui pourrait s'estomper ?

PROFESSIONNEL : Non, je ne pense pas. Il y aura toujours des gens, pour des locations de vacances, au lieu d'aller s'embêter à chercher les locations de vacances sur les petites annonces, vont regarder sur Airbnb et ce n'est pas plus mal. Mais après voilà, il faut aussi regarder que tout soit bien, qu'il n'y ait pas d'arnaques, toutes ces choses-là, qu'il ne soit pas loué à deux personnes en même temps. Ça, on ne peut jamais savoir sur qui on va tomber, c'est un peu la roulette russe, après c'est vrai que pour des jeunes c'est plutôt pas mal.

ÉTUDIANT : Peut-être une dernière question pour le domaine de l'hébergement collaboratif, l'arrivée des hébergements collaboratifs a-t-elle pu être bénéfique d'une certaine manière, peut-être au niveau communication ?

PROFESSIONNEL : Par rapport à notre manière de communiquer avec les clients ? Non, je ne pense pas, parce que quelqu'un qui va réserver un hébergement collaboratif, il ne va pas avoir tous ces services qui sont proposés. C'est-à-dire, que nous, on ne s'est pas instantanément dit « ben ok on va mettre un logiciel d'expérience pour les clients, parce qu'il y a Airbnb » on a mis ça pour nous, pour améliorer notre service, pas par rapport à Airbnb qui fait du concurrent. Non pas du tout, c'est vraiment pour nous, c'est pour se démarquer par rapport à la concurrence entre hôtels, pas avec un hébergement collaboratif.

ÉTUDIANT : On va passer sur le segment de la génération Z, on parle ici des clients actuels, 20-25ans, et futurs clients, quand ils auront l'âge ou les moyens d'aller dépenser dans des hôtels assez qualitatifs. Il y a plusieurs segmentations de la génération Z, on a choisi la définition de ceux nés entre 95 et 2000. Par rapport à ça, vous avez peut-être votre définition de la génération Z, une image ?

PROFESSIONNEL : Nous ces clients-là, c'est entre 18 et 25 ans [réflexion] c'est plutôt des gens [réflexion] qui sont un petit plus exigeants, peut-être, que la génération précédente qui a 35 ans [réflexion] c'est-à-dire que, c'est surtout des gens qui vont chercher [réflexion] un bon rapport qualité/prix. C'est-à-dire que nous quand on fait des offres promotionnelles, type sur des ventes privées ou des choses comme ça. On s'est rendu compte que ces personnes-là vont plus réserver par ce moyen là et [réflexion] c'est des gens qui sont très, très, exigeants pour un prix très, très, faible donc il faut faire attention, parce que voilà, c'est des gens qui regardent des émissions à la télé, par

exemple, et qui ont une certaine idée de l'hôtellerie de luxe, et, qui sont particulièrement très exigeants quand ils viennent.

ÉTUDIANT : Avez-vous l'impression que cette génération pourrait bouleverser l'hôtellerie, dans le futur, par ses exigences ?

PROFESSIONNEL : Non, après, c'est juste qu'ils sont un peu plus exigeants. Je ne pense pas qu'ils vont bouleverser quoique ce soit, c'est juste qu'ils sont plus exigeants, puis, ils vont surtout rechercher un bon rapport qualité / prix, après, s'ils ne le trouvent pas, ils vont ailleurs. Je ne pense pas, que ça soit des clients fidèles. Ils vont plus s'attacher au prix qui est affiché par un hôtel. C'est-à-dire, que si demain, on a une offre, ils vont venir, et, si demain, le Crown Plaza a une meilleure offre, ils vont y aller le lendemain. Je ne pense pas que ça soit des gens qui soient [hésitation] fidèles. C'est, plutôt, l'aspect pécunier qui prime. Après je pense que, quand on est plus vieux, notre perception des choses peut changer, après, on est dans une génération jeune qui est un peu particulière, donc, peut-être que ça dura, pour l'instant, on n'a pas vraiment de vision de comment ça va se passer.

ÉTUDIANT : « Particulière » comment ?

PROFESSIONNEL : On a les gens qui ont 20 ans sans vouloir vous compter dedans, ont des habitudes qui sont un peu changées, il y a tout ce qui est émissions de télé, télé réalité. On a une vision un petit peu différente de l'hôtellerie, que des gens, qui ont 50 ans, qui viennent ici pour passer un bon moment. C'est un petit peu différent quand même.

ÉTUDIANT : Au niveau du marché de l'hôtellerie actuelle, quelle est votre point de vue sur Toulouse ?

PROFESSIONNEL : Sur le marché toulousain, il est en progression constante depuis des années. C'est-à-dire qu'avant les gens passaient juste une nuit et puis s'en allaient. Maintenant, on arrive à avoir des gens qui viennent tous les ans, passer quelques jours de vacances. Ce qui n'arrivait pas avant, donc, après ça impacte les hôtels positivement, depuis quelques années. Après, je ne peux pas dire au niveau parisien, car c'est un marché bien particulier. Ou les marchés du Sud de la France où là, c'est encore différent, par rapport à ici, parce que c'est plus du tourisme, pendant les vacances scolaires, ou, les gens qui viennent passer les vacances pendant 1-2 semaines, ce qui n'est pas le cas ici.

ÉTUDIANT : Ok, vous nous avez parlé que les jeunes étaient influencés par les prix attractifs. Donc, par exemple, est ce que vous utilisez cette méthode pour attirer dans votre hôtel ?

PROFESSIONNEL : Oui, bien-sûr, comme nous on a une activité qui est, quand même, un petit peu plus faible pendant les vacances scolaires, alors pas forcément pendant les grandes vacances d'été parce que maintenant on a quand même des clients qui viennent régulièrement, après pendant les vacances scolaires, c'est des offres, qu'on peut mettre en place, oui, justement pour pouvoir remplir l'hôtel. Et pour pouvoir, aussi, proposer des offres promotionnelles, pour que ce type de clients viennent, oui bien-sûr.

ÉTUDIANT : Vous avez l'air d'être assez réticente à l'accueil des jeunes générations, est-ce parce qu'ils sont trop exigeants ?

PROFESSIONNEL : Non, ce n'est pas forcément par rapport à l'accueil [réflexion 3 secondes] ce n'est pas de la réticence c'est juste par rapport à tous ces clients qu'on a eu. C'est des clients qui vont pousser la porte de l'hôtel qui ont payé 100 € avec petit déjeuner inclus, par exemple, ce qui est l'offre qu'on propose, mais effectivement, vont s'attendre à être au Plaza Athénée à Paris, ce qui n'est pas le cas. C'est-à-dire que on ne va pas proposer le même service qu'au Plaza Athénée à Paris [réflexion] le client, aussi quelquefois, sur ce type de génération, paie 100 €, ne paie pas 1 000 €. Il y a une certaine différence dans le service, même si on est un 5 étoiles, qu'on propose des services, qui sont quand même dits haut de gamme, on n'est pas le Plaza Athénée [rires] donc [réflexion] y a une certaine ambivalence là-dessus. C'est-à-dire que, encore une fois, on cherche à avoir le meilleur prix pour avoir le service [sifflement] du Plaza Athénée, non ce n'est pas le cas, à un moment donné il faut, aussi, faire la part des choses. Il y en a qui la font, certains disent « voilà effectivement, il y a eu certains, peut-être, manqués mais ok, on paie effectivement, une promo ». Il y en a d'autres qui, pas du tout, vont nous incendier littéralement [appuyé] à la réception parce que : « il n'y a pas eu ça, n'y a pas eu ça », « vous n'avez pas amené ma voiture au parking » « oui mais y a pas de service voiturier, monsieur » voilà donc c'est aussi [réflexion] là-dessus qu'il faut jouer. Après nous, on garde toujours le sourire ou ces choses-là, ce n'est pas des gens où on va dire « aller dehors, on ne veut pas de vous », c'est juste que, c'est des clients, quelques fois, qui ne font pas forcément la part des choses, par rapport au service qu'ils attendent et au prix qu'ils paient. Et c'est plutôt important.

ÉTUDIANT : Quand vous parlez de ces gens-là ils ont quel âge à peu près ?

PROFESSIONNEL : La vingtaine.

ÉTUDIANT : Donc c'est plutôt habituel qu'il y ait des gens de la « vingtaine » qui viennent au Grand Balcon ?

PROFESSIONNEL : Oui, bien-sûr.

ÉTUDIANT : Et en individuel ? En couple ?

PROFESSIONNEL : En couple surtout.

ÉTUDIANT : Oui voilà pour ce faire plaisir ?

PROFESSIONNEL : Oui, voilà surtout les week-ends en général.

ÉTUDIANT : Donc pour vous, les attentes de la génération Z, c'est surtout le prix le plus attrayant ?

PROFESSIONNEL : C'est effectivement un prix le plus attrayant, pour un maximum de services. Ce qui est normal, mais il faut faire la part des choses, voilà, ce qui n'est pas forcément le cas quelque fois.

ÉTUDIANT : Donc peut être créer un accueil différent pour la clientèle de cette génération ?

PROFESSIONNEL : C'est un accueil qui est un petit peu différent, effectivement. On va être sur une équipe assez jeune, on va avoir un contact, peut être un petit peu, plus

différent, qu'une personne qui vient en famille, ou, quelqu'un personne qui a aux alentours de 50 ans ou 40 ans. C'est vrai on a un accueil un petit peu différent.

ÉTUDIANT : Une adaptation ?

PROFESSIONNEL : Une certaine adaptation, oui. On va être, un petit peu, moins guindé, que si on accueille quelqu'un qui a 50 ans, qui a des exigences autres.

ÉTUDIANT : Pour l'hôtellerie traditionnelle, pensez-vous qu'elle va attirer plus la génération Z ou bien ... bien autant que les générations précédentes ? Ou bien qu'elle essaie vraiment ... essayer de changer d'offres ?

PROFESSIONNEL : Après, je pense que ça dépend de ce que l'hôtellerie traditionnelle va proposer. C'est vrai que si on propose des offres promotionnelles, on peut les attirer. Après, ils vont plus se diriger vers des Airbnb qui proposent, peut-être, un petit peu moins de services. Mais qui peuvent être intéressants au point de vue financier, point de vue emplacement, aussi, parce que, un Airbnb peut être très bien placé. Par exemple à Toulouse, on n'a pas vraiment d'emplacement particulier, à part peut-être, dans le centre-ville. Mais par exemple dans le sud de France, un Airbnb peut-être très bien situé au bord de la mer plutôt qu'un hébergement traditionnel, qui va être en centre-ville. Voilà ça reste différent, ça dépend je pense, du service qui est recherché.

ÉTUDIANT : Sur le Grand Balcon, est-ce que vous pensez qu'il faudra peut-être mettre en place un nouveau produit pour cette génération Z ? Des nouveaux éléments dans la chambre ? Ou même dans le service avant ou après ? A mettre en place pour essayer de fidéliser.

PROFESSIONNEL : Non, après on a certains services [réflexion 3 secondes] on a des services, en plus, qu'on peut proposer, après, ça reste des choses traditionnelles, qu'on peut proposer en chambre. Après on ne peut pas, je ne vois pas, ce qu'on peut proposer de plus par rapport à ce qu'on a déjà. C'est-à-dire que la concurrence aujourd'hui en hôtel, ça va être sur les services qu'on propose, l'accueil qu'on a, [pause 2 secondes] après je ne pense pas que ce qu'on propose en chambre ça puisse changer quoi que soit si on rajoute. Je ne saurais même pas quoi rajouter pour les fidéliser. C'est-à-dire que, nous quand on a des gens qui viennent en lune de miel, à 25 ans. On va leur faire un accueil particulier. On va leur mettre un petit macaron. On va leur mettre un petit signe sur le lit.

ÉTUDIANT : Et ça sera le même que pour des gens de 40 ans ?

PROFESSIONNEL : Mais ça sera le même, on ne va pas, non, après, on ne fait pas là-dessus on ne fait pas de différence particulière, non.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous consacrez de l'importance aux nouveaux modes de communication comme les réseaux sociaux ?

PROFESSIONNEL : On n'utilise pas trop les réseaux sociaux, ici, on devrait [rires]. On pourrait mais pour l'instant ça n'a pas été fait, parce que, tout simplement, on n'a pas besoin. On a une clientèle et un taux d'occupation qui est relativement satisfaisant sans

qu'on ait besoin des réseaux sociaux : Twitter ou Facebook. Ce n'est pas vraiment nécessaire.

ÉTUDIANT : Peut-être dans un futur proche, est-ce qu'il y aurait une diversification de l'offre hôtelière, un élargissement de l'offre ? Pour peut-être séduire de nouveaux clients ? Au niveau du produit qu'on propose en ce moment, une amélioration ? Va-t-il avoir une évolution de l'offre hôtelière ou personnalisation améliorée ?

PROFESSIONNEL : [Réflexion] Non pour l'instant je ne pense pas que l'hôtellerie va bouger dans les prochaines années. Etant donné, qu'il y aura toujours des gens qui viennent à l'hôtel, voilà toujours, des gens qui vont être plus fortunés que d'autres, qui vont aller au Plaza Athénée à Paris, ou, je ne sais pas, dans le Mercure du coin. C'est chacun va dans l'hôtel qui lui plaît où il pense qu'il aura le service qui peut lui convenir le mieux. Après les hôtels, on a déjà un panel suffisamment diversifié, en France, je ne pense pas qu'on ait besoin de plus que ça. C'est-à-dire que, on a vraiment un panel, voilà, on a du palace, du 5 étoiles, du 4 étoiles, du 2 étoiles. On a pour tous les goûts, toutes les bourses, on a des hôtels qui vont être un petit peu plus vieux jeu, des hôtels hyper modernes, du standardisé, comme du boutique hôtel. Je pense que l'offre est déjà suffisamment large, je ne pense pas qu'on ait besoin d'un petit plus pour se diversifier, ça ne servirait pas.

ÉTUDIANT : Ça serait plus quelque chose qui concerne les groupes ?

PROFESSIONNEL : Même au niveau des groupes, [réflexion] le groupe, va venir [réflexion] le groupe de personne loisirs ou affaires va venir pourquoi ? Parce que on est centre-ville ou on est en périphérie ou [réflexion] des groupes je ne sais pas moi. J'ai eu l'occasion d'accueillir, avant, des groupes de rugby, pourquoi ils viennent ? Parce que on est à côté du stade, parce qu'on a suffisamment de grandes salles de réunion pour proposer des massages, ou des choses comme ça, parce que on a aussi un aspect aussi pécunier. Il faut dire ce qui est, on a un certain budget à respecter, ça dépend vraiment de beaucoup, beaucoup, de choses, que l'hôtellerie aussi, que les hôtels proposent. On a des concurrents, c'est fait pour ça, si on était tous les mêmes on aurait [réflexion 5 seconds] pas de changement ça ne serait pas « drôle ».

ÉTUDIANT : D'accord, par rapport à ce que vous nous avez dit sur la nouvelle génération, vous avez peut-être une appréhension sur la manière de gérer leur arrivée dans le secteur ?

PROFESSIONNEL : Non, après, on reste sur un service qui est le même pour tout le monde [réflexion]. Après ce que je vous disais, c'est au niveau de l'accueil que on est un petit peu différent. Après, le service restera toujours le même. On ne va pas différencier un client jeune, un client un petit plus âgé. Tout le monde est traité de la même façon quand il arrive, pendant son séjour, c'est juste un accueil [réflexion] on va dire jeune que si on accueille qu'un de plus âgé. Après le niveau de service, effectivement, le client a des attentes qui sont élevées, c'est à nous aussi de nous adapter et de faire en sorte qu'il passe un bon séjour ici c'est normal, si effectivement il en a pour son argent, il vient pour ça hein. S'il paie 95 €, petit déjeuner inclus, qu'il a une bonne expérience, on ne va pas faire en sorte que, parce que, tu paies 95 € on va te servir un service qui n'est pas la hauteur. Non, le service va être le même pour tout le monde, s'il passe un bon séjour, c'est super, s'il passe un séjour en nous adressant des critiques qui ne sont pas forcément justifiées. On va relativiser plutôt que quelqu'un qui paie 200 € sa chambre, et là, il y a eu un énorme couac, on sait ce que c'est, là, on

va se dire « ben oui il y a forcément quelque chose qui ne va pas » Si là il y a eu une toute petite trace de poussière sur la glace et qu'on nous incendie à la réception on va peut-être un petit peu relativiser quand même.

ÉTUDIANT : Je pense qu'on a atteint le terme de l'interview. Notre projet parle de l'arrivée de l'hôtellerie collaborative et de la génération Z dans l'hôtellerie et comment cela peut bouleverser les règles instaurées dans l'hôtellerie traditionnelle et peut-être vous avez des choses à rajouter ?

PROFESSIONNEL : Non, je pense qu'on a tout dit qu'on a fait le tour [rires].

ÉTUDIANT : En tout cas c'est très gentil de nous avoir accordés de votre temps, merci.

PROFESSIONNEL : De rien pas de souci avec plaisir.

Annexe H : Retranscription entretien professionnel N°3

Professionnel questionné : Responsable hébergement d'un hôtel 4 étoiles

Date : 5 Février 2020

Lieu de l'entretien : Toulouse

ÉTUDIANT : Donc, euh on va se présenter, nous sommes étudiants à l'ISTHIA à l'université Toulouse Jean-Jaurès et donc on va vous parler de l'arrivée de l'hébergement collaboratif et de la génération Z dans l'hôtellerie traditionnelle.

PROFESSIONNEL : Ok.

ÉTUDIANT : Pour commencer est-ce que vous pouvez vous présenter un petit peu, votre poste.

PROFESSIONNEL : Oui, alors moi je suis responsable d'hébergement du coup de l'hôtel X, ici à Toulouse. On a ouvert, ça va faire 3 ans qu'on a ouvert la structure et euh, ça se passe très bien.

ÉTUDIANT : Et est-ce que vous pouvez présenter un petit peu l'hôtel aussi ?

PROFESSIONNEL : L'hôtel, alors ici c'est un boutique hôtel, parce que du coup, euh, basé sur le street art. Donc euh, quand euh, ce qu'on appelle boutique hôtel c'est-à-dire qu'en fait les clients peuvent acheter euh, les tableaux ou euh, nous demander par exemple des luminaires, des choses comme ça, qu'on peut du coup, euh, leur commander pour qu'ils puissent euh, acheter tout ça quoi.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Donc voilà c'est 17 chambres, c'est un petit hôtel, euh, mais nous l'important c'est vraiment la relation client connaître nos clients, et savoir vraiment, euh, être là pour eux et répondre aux besoins quoi.

ÉTUDIANT : Ok, après par rapport à ça on a fait, enfin on a divisé tout ce questionnaire en 3 parties, d'abord sur l'hôtellerie traditionnelle, l'hébergement collaboratif et la génération Z. Du coup, par rapport à l'hôtellerie traditionnelle, pour vous, enfin comment est-ce que vous la définissez ?

PROFESSIONNEL : L'hôtellerie, bah c'est-ce qu'il y a ici, moi, pour moi, c'est voilà, le client arrive, on s'occupe de lui, on lui fait son check-in et après on répond à ses besoins durant son séjour, et euh, c'est une chambre et voilà, avec le petit-déjeuner. Ici, on a le restaurant en plus donc on peut proposer les soirées étapes, des choses comme ça aussi et...

ÉTUDIANT : Ok, et qu'est-ce que ça représente pour vous l'expérience client ?

PROFESSIONNEL : Bah c'est très important parce que c'est ça qui va définir notre classement et notre note via les sites comme Booking ou Tripadvisor, donc c'est important que le client se soit plu, après on peut pas toujours plaire à tout le monde, faut en être conscient aussi euh, après ici j'ai quand même un bon produit donc j'ai pas

trop de soucis, en général on a quand même des clients qui sont contents, après voilà ici, on a pris le parti pris par exemple des salles de bains ouvertes, ce qui peut déplaire à certaines populations ou à certaines catégories de personnes euh, c'est tout après il faut assumer.

ÉTUDIANT : Ok, donc pour vous la relation client c'est important pour vous ?

PROFESSIONNEL : Ah ouais, c'est vraiment. Et c'est pour ça que moi les grosses structures avec beaucoup de chambres, ça m'intéresse pas. Moi je veux, ici je connais mes clients, je sais comment ils s'appellent, je sais leurs préférences, ce qu'ils vont prendre pour le petit-déjeuner.

ÉTUDIANT : Vous avez beaucoup de clients ?

PROFESSIONNEL : Bah on fidélise, ouais, ouais ouais ouais, et en général, une fois qu'ils aiment bien euh, on les récupère et on les a, bah voilà là, j'en connais plusieurs-là qui sont là qu'on connaît.

ÉTUDIANT : Et qu'est-ce que vous faites pour fidéliser le client ?

PROFESSIONNEL : C'est être proche du client, être à l'écoute, euh, après y a pas de choses en particulier mais c'est vraiment savoir répondre à ses attentes et après faut que l'hôtel lui plaise et la situation par rapport aussi à son déplacement et à son travail, mais ça va vraiment être la relation propre qu'on a avec le client, toujours avoir le sourire, toujours euh, voilà trouver une solution euh, à sa demande mais si là sur le coup on l'a pas, on va chercher, on va voilà, tout mettre en œuvre pour euh, qu'il soit satisfait.

ÉTUDIANT : Et vous faites des, par exemple pour les anniversaires, les mariages, des bouquets dans les chambres ?

PROFESSIONNEL : Alors si, sur demande oui, après c'est un service qu'on facture, parce que moi je paie pour ça. Mais oui voilà, si on nous dit c'est un anniversaire de mariage, on va contacter le client, « que souhaitez-vous ? », et il va nous dire, qu'est-ce qu'on a eu la fois dernière, il voulait une bouteille de champagne, il voulait un bouquet en particulier, il voulait une boîte de chocolat en forme de cœur, en rouge, donc voilà tout ça je le facture parce que moi c'est du travail tout ça, faut que je démarque, que je trouve mais euh, le client est averti, il est au courant, il nous donne son budget. Moi je fais pour que tout rentre dans le budget et quand ils arrivent à chaque fois ils sont ravis.

ÉTUDIANT : Et par rapport l'après voyage d'un client, ça a une importance ?

PROFESSIONNEL : Alors oui, alors nous quand les clients passent en direct, ils reçoivent un questionnaire pour euh, connaître, savoir ce qui leur a plu, ce qui leur a pas plu, c'est important de savoir ce qui va pas, pour savoir nous ... nous améliorer, pointer nos, nos points faibles et trouver des solutions dans la mesure du possible. Donc ouais le retour client est important, ouais.

ÉTUDIANT : Et vous avez beaucoup de retours via les questionnaires ?

PROFESSIONNEL : Euh, entre les questionnaires qu'il y a en chambre, les questionnaires qu'ils reçoivent par mail et tous ceux qu'ils ont quand ils passent par les OTA comme Booking, Expedia, on a quand même des retours assez, ouais assez nombreux, ouais. C'est devenu à la mode de toute manière.

ÉTUDIANT : Oui.

PROFESSIONNEL : Après ça reste souvent les gens quand même qui sont pas satisfaits qui répondent le plus.

ÉTUDIANT : Oui, ça toujours.

PROFESSIONNEL : Toujours, mais bon

ÉTUDIANT : Bah du coup, je pense que pour l'hôtellerie traditionnelle, on va faire un peu plus court vu que vous avez moins de temps. On va passer à l'hébergement collaboratif. Est-ce que vous savez, enfin, ce que c'est l'hébergement collaboratif ?

PROFESSIONNEL : Dites-moi ce que c'est et je vous dirai si moi j'avais la même idée ou pas.

ÉTUDIANT : Bah justement, on va faire l'inverse.

PROFESSIONNEL : On fait l'inverse. Collaboratif, moi j'aurais pensé à alors pfff, (blanc 5 sec), non je sais pas très bien en fait, euh, j'ai des idées mais je pense que tout se confond dans ma tête.

ÉTUDIANT : Bah dites toujours et après nous, on vous expliquera ce qu'on a trouvé.

PROFESSIONNEL : Moi, c'était plus euh, par rapport à par exemple si, alors j'ai pas d'exemple pour la France, mais euh, par exemple si on est dans un village, dans un pays, c'est travailler avec par exemple euh, les personnes du village pour mettre en avant, je sais pas euh, des produits qui peuvent euh, autant, être bons pour l'hôtel, que les clients après peuvent ramener, mais que ce soit voilà, mis en avant, que c'est fait par exemple par des personnes qui habitent euh, la ville ou le village ou des choses comme ça.

ÉTUDIANT : Bah nous euh, on a fait nos recherches tout ça et en fait, l'hébergement collaboratif, c'est plus les nouveaux modes d'hébergement comme par exemple, surtout la plateforme Airbnb.

PROFESSIONNEL : Ah, oui.

ÉTUDIANT : C'est vraiment, là-dessus qu'on cible l'hébergement collaboratif, après c'est beaucoup plus gros que ça mais nous on le cible surtout là-dessus.

PROFESSIONNEL : D'accord, ouais d'accord.

ÉTUDIANT : On le cible surtout par rapport à ça. Donc euh, par rapport à ça, est-ce que vous connaissez des nouveaux modes d'hébergement ? Vous en connaissez certains peut-être ?

PROFESSIONNEL : Bah à part le Airbnb, bon après y a les, après c'est pas, des nouveaux, tout ce qui est gîtes et chambres d'hôtes ça existe depuis longtemps.

(Reçoit un appel important)

ÉTUDIANT : Du coup, on parlait des nouveaux modes d'hébergement.

PROFESSIONNEL : Ah oui, donc euh, oui bah pour moi c'est vraiment le Airbnb qui a un petit peu révolutionné euh, l'hôtellerie on va dire, euh, à part euh, j'avoue que je connais pas, que je vois pas trop qui, c'est vrai que comme je, euh, j'ai déjà dit du coup à d'autres étudiants Airbnb c'est des concurrents mais pour moi c'est des concurrents sur une certaine échelle et pour un certain type d'hôtels, nous ici on, à partir du 4 étoiles, fin après c'est mon ressenti hein.

ÉTUDIANT : Oui, bien sûr.

PROFESSIONNEL : Mais euh, on est moins impacté que euh, le 2 et le 3 étoiles, voir ceux qui n'ont pas d'étoiles hein, y a pas, mais parce que ici on offre des services supplémentaires, en fait les clients paient pour avoir du service, pour avoir euh, pour qu'on soit à leur petit soin on va dire. Euh, donc du 2 au 3 étoiles, y a moins d'attentes clientèle euh, et donc du coup c'est vrai que euh, le Airbnb peut correspondre, je sais pas. En soit, je suis la première à le pratiquer aussi quand euh, je pars en week-end euh, mais tout dépend des attentes mais ici, les clients qui viennent ici, eux ils veulent qu'on s'occupe d'eux et euh, chose que du coup dans le Airbnb y a pas quoi, parce que chacun euh, on donne des clés et euh, ils se débrouillent quoi.

ÉTUDIANT : Et vous avez quel type de clientèle ici ?

PROFESSIONNEL : Alors la semaine on a vraiment une clientèle business et le week-end plutôt une clientèle loisirs.

ÉTUDIANT : Et les vacances aussi du coup ?

PROFESSIONNEL : Alors nous les vacances on travaille pas trop, c'est moins euh, c'est une période plus faible pour nous, plus creuse, parce que Toulouse n'est pas une ville très touristique en soit donc après en soit souvent des parents parce que c'est une ville étudiante donc ils viennent voir les enfants et quelques touristes d'Espagne pas mal, euh, et euh, ouais c'est principalement ça.

ÉTUDIANT : Et après votre structure n'a pas forcément été touchée par l'arrivée de tous les hébergements collaboratifs ?

PROFESSIONNEL : Non.

ÉTUDIANT : Vous n'avez pas senti un changement ?

PROFESSIONNEL : Non, après nous on a ouvert que là, en fin avril 2017 donc ils étaient déjà en place mais euh, fin moi ça m'empêche pas de remplir et d'avoir des très bons chiffres quoi donc euh

ÉTUDIANT : Et vous avez pas peur ou vous avez pas l'impression que vous allez pouvoir être menacé plus tard euh ?

PROFESSIONNEL : Par le Airbnb ?

ÉTUDIANT : Oui.

PROFESSIONNEL : Non, moi personnellement je pense pas, après peut-être que je me trompe enfin j'espère pas mais euh, (petit rire) mais non enfin quand je vois mon taux d'occupation, la demande client, euh, bah moi au mois de mai je suis déjà complet sur plein de dates donc euh, non je m'inquiète pas.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous pensez que le, enfin que tous les hébergements collaboratifs qui arrivent ça peut forcer un renouvellement de l'hôtellerie ?

PROFESSIONNEL : Ah oui ! Ça permet, ah oui oui oui, je pense que ça nous remet nous en question, et euh, de s'adapter plus au client et euh, voilà de, il faut qu'on connaisse vraiment leurs attentes pour pouvoir répondre au mieux et euh, après y a des choses sur lesquelles on peut pas rivaliser euh, y a des Airbnb quand y a la cuisine des choses comme ça, fin moi j'ai un restaurant, je suis un hôtel pur, enfin ça c'est plus les résidences hôtelières qui doivent être plus euh, impactées par le Airbnb que l'hôtel traditionnel moins.

ÉTUDIANT : Vous avez jamais eu, enfin dû faire des changements avec l'arrivée des Airbnb ou d'autres plateformes ?

PROFESSIONNEL : Non, ici non j'ai pas.

ÉTUDIANT : Et qu'est-ce que vous en pensez en tant qu'hôtelier

PROFESSIONNEL : Du Airbnb ?

ÉTUDIANT : Oui.

PROFESSIONNEL : Han, c'est de la concurrence un peu déloyale quand même hein, on va pas se mentir. Euh, (blanc 1s) c'est un peu, ouais après c'est aussi à nous de savoir nous mettre à la page aussi, ça nous met un petit coup de pied au cul après c'est comme Uber pour les taxis hein, ça permet d'améliorer notre offre et...

ÉTUDIANT : Mais indirectement ça impacte quand même ?

PROFESSIONNEL : Ah euh, oui.

ÉTUDIANT : Même indirectement, ça impacte quand même la clientèle indirectement.

PROFESSIONNEL : Bah indirectement faut qu'on soit oui, oui oui oui. Mais après voilà, pour moi c'est plus l'hôtellerie, les 4 étoiles à partir du 4-5 étoiles, les palaces, je pense pas qu'ils soient impactés par les Airbnb parce que les gens qui vont dans ces structures-là, ils ont de l'argent. Le Airbnb on y va aussi parce que ça coûte moins cher, enfin y a plein de données comme ça, les gens qui viennent ici, ils ont un pouvoir d'achat et ils comptent pas spécialement.

ÉTUDIANT : Du coup maintenant, on va passer à la génération Z. Comment vous définiriez la génération Z ?

PROFESSIONNEL : Et bah je la connais pas, j'avoue je la connais pas.

ÉTUDIANT : Parce qu'on a fait plusieurs segmentations en fait, et on est parti sur une segmentation c'est les personnes qui sont nées entre 1995 et 2010.

PROFESSIONNEL : Ouais, c'est-ce que, ok ouais c'est-ce que je pensais mais euh, j'étais pas tout à fait sûre.

ÉTUDIANT : Après, c'est vague parfois ça part de 2000 jusqu'à 2010, oui voilà ça dépend. Nous on a pris de 95 à 2010.

PROFESSIONNEL : D'accord, ok, ouais. Et qu'est-ce que je pense de cette nouvelle génération c'est ça ?

ÉTUDIANT : Ouais.

PROFESSIONNEL : Au niveau client ou plutôt généralement ?

ÉTUDIANT : Bah au niveau global. Qu'est-ce que vous pensez qu'ils pourraient apporter à l'hôtellerie ou devez-vous apporter des changements à, face à l'arrivée de cette génération-là ?

PROFESSIONNEL : Euh, ils peuvent nous apporter peut-être plus euh, (blanc 2 sec), ils sont peut-être plus ouverts au niveau euh, ouverture d'esprit et des choses comme ça. Euh, peut-être des moyens plus techniques que nous on maîtrise pas forcément euh, j'ai, très très bien comme les réseaux sociaux et tout ça. Bon maintenant, quand même tout le monde s'y connaît mais euh, je sais pas après trop réellement ce qu'ils peuvent apporter à l'hôtellerie, peut-être une vague de fraîcheur et euh, ils vont avoir des nouvelles attentes, et maintenant à nous de, de nous mettre à la page par rapport à, par rapport à eux après, je sais pas.

ÉTUDIANT : Après actuellement, dans votre hôtel c'est quelle génération que vous avez le plus ? C'est assez varié ou ... ?

PROFESSIONNEL : Euh, pff ouais, c'est un peu varié quand même euh, on, la clientèle affaires je dirais, je sais pas, entre euh, y en a qui sont jeunes quand même hein, je dirai entre je sais pas, entre, je dirais même pas 30 ans, j'ai toute une équipe qui travaille pour Airbus, eux, ils sont vraiment jeunes, je dirais qu'ils ont même pas, ouais, je dirais qu'ils ont 25 ans maximum et eux, ouais eux, leurs sociétés ont des sous parce qu'ils viennent chez moi toutes les semaines et c'est dans les superbes chambres de luxe, suites et compagnies euh, alors que...

ÉTUDIANT : Seuls ils n'auraient peut-être pas les moyens ?

PROFESSIONNEL : Euh, je pense qu'ils doivent bien gagner leur vie mais euh, je sais pas si après seuls euh, la suite pour une semaine oui voilà, mais euh.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous avez l'impression que la génération Z pourrait bouleverser les standards de l'hôtellerie ?

PROFESSIONNEL : Possible, je sais pas, je saurais pas trop me prononcer, mais on peut demander à ma collègue, (nom). Parce que là je euh, je sais pas trop quoi leur répondre, euh.

ÉTUDIANT : Du coup, on se demandait si euh, vous avez l'impression que la génération Z pourrait bouleverser les standards de l'hôtellerie traditionnelle ?

PROFESSIONNEL 2 : La génération comment, pardon ?

ÉTUDIANT : Z, donc c'est les, entre 95 et 2010.

PROFESSIONNEL 2 : Euh, non.

PROFESSIONNEL : Ouais, voilà, moi je voyais pas non plus, peut-être des fois des trucs, peut-être plus techniques, peut-être des fois une nouvelle approche, mais

PROFESSIONNEL 2 : Ou les salles de bains ouvertes ou des choses comme ça, ça peut être un peu,

PROFESSIONNEL : Ouais, mais je sais pas trop, j'avoue que là-dessus je sais pas trop quoi leur répondre.

ÉTUDIANT : Non, mais y a pas de soucis, y a pas de bonnes ou mauvaises réponses.

PROFESSIONNEL 2 : Non, je sais pas trop, tout dépend des hôtels aussi euh,

PROFESSIONNEL : C'est ça, comme le Airbnb, je disais que nous on est pas très impacté parce que ...

PROFESSIONNEL 2 : Non.

PROFESSIONNEL : Notre clientèle c'est pas une clientèle Airbnb.

PROFESSIONNEL 2 : Non, c'est plus les 3 étoiles je pense.

PROFESSIONNEL : Ouais c'est ça, les 2 - 3 étoiles, non mais c'est bien on se rejoint.

ÉTUDIANT : Et quel est votre point de vue sur le marché actuel de l'hôtellerie à Toulouse et en général ?

PROFESSIONNEL : Sur le marché, bah, y a toujours de la demande, bah après sur Toulouse, on a la chance quand même d'avoir Airbus qui est quand même un moteur dynamique, économique et euh, nous ils nous apportent quand même beaucoup, c'est pas direct, c'est pas spécialement Airbus mais entre Airbus, toutes les filiales, et tout ce qu'ils développent, moi je sais que là, la plupart des gens ils viennent parce qu'ils travaillent pour Airbus ou des filiales Airbus à des différents (blanc 2 sec) niveaux mais euh, ouais, donc non je pense qu'on a encore un bel avenir. Y aura toujours des gens pour demander, ça existe depuis tellement longtemps l'hôtellerie que y aura toujours des gens pour voyager et encore plus aujourd'hui avec tous les moyens de transports mis en place euh, fin voilà, on peut voyager pour pas très cher et euh, si on s'y prend bien, donc euh, non c'est, non je pense pas que, qu'il faille avoir peur, faut savoir s'adapter, suivre le courant quoi.

ÉTUDIANT : Et vous parliez de Airbus, vous avez partenariats avec ou... ?

PROFESSIONNEL : Pas spécialement, non moi j'ai pas spécialement de partenariats avec Airbus, euh, on a Google avec qui on travaille, avec qui on a un partenariat, euh, mais après, eux ils ont tellement d'agences, et ils travaillent avec des agences qui ont

des tarifs que voilà on a, nous on est raccord avec leurs agences et euh, voilà mais après euh, en général, ils passent pas en direct, ils ont des accords, des allotements, des choses comme ça donc euh, mais après comme ils se plaisent moi je les ai toutes les semaines donc euh, on connaît nos petits clients.

ÉTUDIANT : Est-ce que pour vous avec la génération Z qui n'ont pas forcément les mêmes attentes que d'autres générations, il est, il sera nécessaire ou est-il nécessaire de mettre en place des différentes formes d'accueils ?

PROFESSIONNEL : Ouais, alors je sais que c'est, ce qui commence à se faire c'est les accueils, alors ça je trouve ça c'est impersonnel, via des tablettes où y a même plus personne spécialement à l'accueil, bah pour vous remettre vos clés, vous expliquer le fonctionnement, être là à votre demande. Moi je suis pas pour mais après euh, je sais bien qu'il va falloir s'adapter. Après moi je suis pas, je suis pas trop tout ce qui est nouvelles technologies, je trouve que euh, c'est dommage, parce qu'on oublie l'être humain, mais euh, ça reste vraiment personnel, je trouve que l'important c'est vraiment la relation avec la personne mais après on est tous dans l'hôtellerie, je pense que les gens oublient de se parler directement.

ÉTUDIANT : Du coup, est-ce que vous utilisez des critères euh, de génération afin d'adapter votre offre et le Yield management ?

PROFESSIONNEL : Pour le moment non, je n'en ai pas non.

(Blanc 4 sec)

ÉTUDIANT : Qu'est-ce que vous pensez des, enfin qu'est-ce, je vais reformuler la question. Quelles attentes vont avoir la génération Z plus tard sur l'hôtellerie ?

PROFESSIONNEL : Je sais pas du tout, franchement non je sais pas quels seraient euh (blanc 3 sec) je sais pas, non là, là-dessus.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous pensez que dans le futur l'hôtellerie traditionnelle pourrait autant attirer cette génération que les précédentes ?

PROFESSIONNEL : Euh, ça je sais pas, j'ai plus de doutes, c'est pour ça qu'après ils faudra qu'on puisse euh, voilà nous mener des études pour connaître leurs attentes et pouvoir justement répondre à ces attentes et faire euh, le nécessaire pour eux, mais euh, non je pense qu'il y aura forcément des choses à changer et euh, se moderniser et voilà, suivre l'ère du temps quoi, là à l'heure actuelle, je pourrais pas vous dire, mais oui, y aura certainement des choses à faire. On est obligé d'évoluer.

ÉTUDIANT : Et vous accordez une importance aux nouveaux modes de communication, aux réseaux sociaux, aux... ?

PROFESSIONNEL : Bah là, aujourd'hui on peut pas faire sans euh, après moi réellement je suis pas sûre que ce soit ça qui fasse venir plus de clients chez moi, ça permet de se faire connaître, d'avoir de la visibilité. Mais euh, après sur les hôtels on a tout ce qui est plateforme spécialisée et les OTA et c'est eux qui font ce euh, ce travail en fait. On paie hein, mais euh, donc euh, actuellement après voilà, si on a des bonnes notes sur les sites Booking ou autres, on sait que, on va être bien visible et que euh, on va, on va attirer les meilleurs, euh, les clients quoi.

ÉTUDIANT : Du coup, ouais, vous accordez de l'importance à tout ce qui est Booking et Tripadvisor tout ça ?

PROFESSIONNEL : Ouais.

ÉTUDIANT : Les avis ?

PROFESSIONNEL : Alors les avis, oui, alors Tripadvisor euh, on est un peu obligé mais en soit c'est pas des avis dont je tiens compte réellement euh, Booking oui, parce que je suis sûre que le client a séjourné chez moi donc euh, voilà, euh Tripadvisor, tout le monde sait bien que chacun peut écrire ce qu'il veut sur l'hôtel, sans y avoir déjà mis les pieds donc euh, donc voilà, après oui, j'accorde de l'importance, je leur, franchement on se donne l'objectif de répondre à tous les commentaires, bons ou mauvais, et euh, voilà, moi ça m'a permis de faire des changements sur certaines choses euh, et d'évoluer. C'est important ouais.

(Blanc 2 sec)

ÉTUDIANT : Bah, je pense qu'on a fait le tour de ça. On a une petite conclusion.

PROFESSIONNEL : Génial.

ÉTUDIANT : Et du coup, on se demandait si dans un, enfin comment dans un futur proche vous voyez l'hôtellerie euh enfin l'offre hôtelière ?

PROFESSIONNEL : Euh, bah plus transformée que ça. Jusqu'à présent, après toute façon, tout maintenant sur les réseaux sociaux, via internet et tout ça, donc euh, voilà après être plus à la page au niveau technologies et tout mais bon. Après maintenant les gens ils sont tous avec leurs ordinateurs, leurs téléphones, tout le monde fait tout. Tant qu'ils ont un accès internet, ils sont contents en général hein.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous pensez que tous les hébergements collaboratifs style Airbnb, est-ce qu'ils vont avoir un futur ou ce serait quelque chose comme un effet de mode qui pourra s'estomper dans le temps ?

PROFESSIONNEL : J'avoue que le Airbnb, je me suis posé la question, je euh, je me suis dit ça au début, mais ça commence, ça marche quand même bien. Et euh, je pense qu'il y aura toujours des gens qui vont aimer ça, j'avoue que c'est appréciable aussi. Airbnb, on peut aller soit chez l'habitant, et c'est le côté sympa parce qu'on peut quand même discuter et voilà, soit louer le logement seul et là on est indépendant et on fait sa vie. Oui, je pense que ça va continuer hein, c'est une source aussi de revenus pour ceux qui le pratiquent, donc je pense pas que ça, que ça s'arrête.

ÉTUDIANT : Et euh, comment vous percevez l'arrivée de la prochaine génération ? Et quel est votre sentiment ?

PROFESSIONNEL : J'ai pas de euh, je sais pas, je catégorise pas spécialement les gens, ni en fonction de l'âge, ni en fonction de quoi que ce soit.

ÉTUDIANT : Ça ne va pas impacter euh ?

PROFESSIONNEL : Non, je me sens pas euh, non.

ÉTUDIANT : Et vous pensez que du coup la génération Z, elle peut constituer quand même un avenir pour l'hôtellerie ?

PROFESSIONNEL : Oui, je pense. Après peut-être, un autre type d'hôtel euh, à voir. Je, ouais là-dessus j'avoue, je suis désolée...

ÉTUDIANT : Y pas de soucis.

PROFESSIONNEL : Je sais pas trop quoi en penser en fait de cette nouvelle génération. J'attends de voir ce que ça donne.

ÉTUDIANT : Vous avez pas encore eu de, trop de ...

PROFESSIONNEL : Non, ou alors eux qui ont au final

ÉTUDIANT : Ça change pas beaucoup

PROFESSIONNEL : Ça change pas quoi.

ÉTUDIANT : Vous ne faites pas des offres sur Groupon pour avoir des gens ?

PROFESSIONNEL : Euh, non, j'en ai pas besoin, après j'ai un petit hôtel, 17 chambres, euh, alors ça se remplit vite aussi, euh, je pense que vous auriez pas la même réponses sur des grosses structures, euh. Moi après ici, je fais partie du réseau des collectionneurs, donc c'est des établissements de prestiges et qui font partie d'une certaine gamme. Euh, donc euh, non ça nous intéresse pas, parce que Groupon euh, c'est pas euh, c'est pas pour remettre en cause Groupon hein, même moi je me sers de leur offre, mais euh, nous on y perd beaucoup quand même et des fois on reçoit pas forcément la population qui correspond à notre hôtel. Ça en soi c'est pas grave mais c'est souvent eux, qui vont mal vous noter, c'est les plus durs au final, c'est les clients les plus difficiles et euh, ouais donc euh, pas intéressant pour moi.

ÉTUDIANT : Du coup, vous, euh, vous allez pas faire en sorte que la génération Z puisse plus tard venir, fin vous ferez des offres si elle vient mais vous ne ferez pas des offres pour la faire venir ?

PROFESSIONNEL : Pour le moment, non, après nous on a euh, le thème street art qui permet quand même d'avoir, de regrouper quand même plein de monde, en fait, autant des personnes jeunes que des personnes qui aiment l'art, que d'autres qui connaissent pas et qui viennent découvrir.

ÉTUDIANT : Vous faites des événements ?

PROFESSIONNEL : Et on fait des fois des événements et on accueille des artistes et des choses comme ça par rapport à ça ouais.

ÉTUDIANT : Ok, donc je pense qu'on a fait le tour. Merci beaucoup de nous avoir accordés de votre temps.

PROFESSIONNEL : Avec grand plaisir, désolée de pas avoir su répondre à certaines de vos questions.

ÉTUDIANT : Non, mais y a pas de soucis, toute façon nous on pose les questions et vous répondez ce que vous pensez. En tout cas, merci beaucoup de nous avoir donnés de votre temps.

PROFESSIONNEL : Avec grand plaisir.

Annexe I : Retranscription entretien professionnel N°4

Particulier questionné : Super host Airbnb

Date : 7 Février 2020

Lieu de l'entretien : Mercure Toulouse Centre Compans

INTERVIEWÉ : C'est long, c'est long ou pas ?

ÉTUDIANT : Alors ça durera entre 30 minutes et une heure.

INTERVIEWÉ : Ah ouais quand même.

ÉTUDIANT : ça dépend si vous avez beaucoup de choses à dire.

INTERVIEWÉ : Non pas vraiment

ÉTUDIANT : Nous nous présentons, donc nous sommes tous deux étudiants à l'école d'hôtellerie de Toulouse sur le campus du Mirail, l'école qui se nomme l'ISTHIA, et nous sommes en licence professionnelle management hôtellerie – restauration, donc en licence 3 du coup.

INTERVIEWÉ : Ok

ÉTUDIANT : Et donc pour notre projet tutoré, nous devons interviewer des professionnels ou non du secteur de l'hôtellerie.

INTERVIEWÉ : Ouais.

ÉTUDIANT : Pour notre projet dont le sujet est l'arrivée de la génération Z et de l'hébergement collaboratif dans l'hôtellerie traditionnelle.

INTERVIEWÉ : ok alors c'est quoi la génération Z ?

ÉTUDIANT : Alors nous on doit rien vous dire !

INTERVIEWÉ : Ah bon (rires)

ÉTUDIANT : C'est à vous de répondre.

INTERVIEWÉ : Mais je ne sais pas ce qu'est la génération z (rires).

ÉTUDIANT : Non cependant, la génération z c'est les personnes qui sont nées à partir de 1995 jusqu'à 2010 à peu près, ça varie selon les sources.

INTERVIEWÉ : Et donc moi je ne fais pas partie de la génération z.

ÉTUDIANT : Non.

ÉTUDIANT : Mais vous accueillez surement ces nouveaux acteurs de l'économie, donc c'est là-dessus que l'on va se pencher.

INTERVIEWÉ : Ok

ÉTUDIANT : L'hébergement collaboratif, vous avez une idée de ce que c'est ?

INTERVIEWÉ : oui, oui

ÉTUDIANT : ok parfait. Alors est-ce que vous pouvez vous présenter dans un premier temps s'il vous plait ?

INTERVIEWÉ : Alors euh, moi je m'appelle X, voilà, je ne fais pas partie de la génération Z (rires), j'ai 52 ans, voilà et donc je fais, je pratique le Airbnb en tant qu'hôte depuis 3 ans et demi, et maintenant je pratique aussi le Airbnb en tant que client, en tant que voyageur voilà.

ÉTUDIANT : Donc ça fait 3 ans ?

INTERVIEWÉ : 3 ans et demi ouais.

ÉTUDIANT : On a vu que vous aviez une maison individuelle je crois ?

INTERVIEWÉ : Alors en fait, c'est une maison individuelle où j'accueille en fait dans une chambre, euh, une chambre donc, j'ai une chambre dans mon habitation, avec une salle de bain privée en fait, et donc voilà qui fait office d'accueil et je partage également la cuisine, euh, la cuisine-salle, le petit déjeuner, des choses comme ça quoi.

ÉTUDIANT : Donc c'est votre première expérience en tant que proposition de location ?

INTERVIEWÉ : Euh oui, oui tout à fait.

ÉTUDIANT : Moi je voulais juste vous demander, pourquoi vous faisiez cette, ce Airbnb, pourquoi vous avez mis en location cette chambre ?

INTERVIEWÉ : Alors en fait, j'ai une grande maison, je me suis retrouvé sous l'effet de la vie, avec une famille un peu plus réduite, et donc, et donc je m'étais posé la question euh, au départ je voulais accueillir des étudiants étrangers en fait, pour me permettre aussi d'améliorer mon anglais notamment et, puis utilisé un Airbnb, je me suis dit beh pourquoi pas, donc voilà, j'ai démarré comme ça.

ÉTUDIANT : Donc la première question, que pensez-vous du marché de l'économie collaborative, est-ce que vous savez ce qu'est l'économie collaborative ?

INTERVIEWÉ : Oui, je sais ce qu'est l'économie collaborative, alors je pense que le marché de l'économie collaborative moi, moi je suis complètement pour ce marché-là, mais je trouve qu'il y a des dérives quoi. Aujourd'hui, il y a énormément de dérives, c'est-à-dire que ça n'a de collaboratif que de nom.

ÉTUDIANT : Oui.

INTERVIEWÉ : Y'en a beaucoup qui font du collaboratif uniquement pour le business en fait, et donc ça perd le charme, et ça dénature le collaboratif qui en principe est le partage, diminuer les coûts de part et d'autre voilà. Et que ce soit dans l'hébergement, que ce soit dans le transport, que ce soit dans euh, y'en a une certaine partie euh, de gens qui utilisent ce principe là pour en fait, pour uniquement des aspects lucratifs quoi. Voilà.

ÉTUDIANT : Ok, et euh, ça c'est dans tous les secteurs de l'économie collaborative ou principalement dans l'hébergement avec Airbnb ou autre ?

INTERVIEWÉ : Euh quoi dont ?

ÉTUDIANT : Ce que vous dites !

INTERVIEWÉ : Ce que je dis, ben dans les transports.

ÉTUDIANT : Dans les transports ?

INTERVIEWÉ : Ouais je trouve que dans les transports, comme Blablacar, y'en a qui abusent au niveau des tarifs, au niveau, y'en a qui en font carrément un business, y a un principe c'est le Ouicar la, le prêt de voiture en fait.

ÉTUDIANT : Oui

INTERVIEWÉ : Vous avez une voiture personnelle, vous pouvez la prêter par l'intermédiaire de sites collaboratifs, et là encore y en a qui achètent des voitures spécialement pour ça, alors qu'en fait dans l'idée principale c'était de partager sa voiture que l'on n'utilise pas tous les jours, voilà.

ÉTUDIANT : Sur Airbnb vous avez des exemples de ça aussi ?

INTERVIEWÉ : Euh, sur Airbnb oui bien sûr, oui tout à fait oui, j'ai des collègues qui par exemple avaient des appartements qu'ils louaient à l'année et qui se sont mis à les louer, euh, par les principes du Airbnb, juste pour faire plus de chiffres en fait, ils s'en occupent même plus du coup puisqu'ils ont mis une personne qui s'occupe de faire les accueils en fait. Moi je trouve qu'il y a de la dérive.

ÉTUDIANT : On perd l'essence même du partage.

INTERVIEWÉ : On perd l'essence du principe quoi.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous connaissez d'autres plateformes d'hébergement collaboratif autres que Airbnb peut-être ?

INTERVIEWÉ : Ouais il y a, alors par contre que je n'ai pas essayé, mais Couchsurfing, voilà par exemple.

ÉTUDIANT : Mais celle-là, moi de mon point de vue ça se rapproche plus de l'hébergement collaboratif en sens même puisqu'on ne paie pas

INTERVIEWÉ : Oui tout à fait, tout à fait. Je suis d'accord

ÉTUDIANT : Vous envisagez de vous inscrire sur une autre plateforme ?

INTERVIEWÉ : Euh non car je trouve que, enfin pour l'instant non en tout cas, je trouve que le site de Airbnb est très, très bien fait, surtout au niveau des transactions où finalement tout se fait en arrière-plan en fait, et il y a aucune transaction qui se fait avec les personnes qui viennent, qui partent, et ça je trouve que c'est bien en fait.

ÉTUDIANT : Ensuite, pensez-vous que l'arrivée des nouveaux modes d'hébergement, hébergements collaboratifs avec Airbnb ou autres plateformes, aient révolutionné le marché de l'hôtellerie ?

INTERVIEWÉ : Euh oui, oui carrément, carrément. Dans le sens ou aujourd'hui, les hôteliers ils s'en plaignent un peu de ces plateformes, nouveaux styles d'hébergements, parce que ça prend une certaine part de leur marché quoi et du coup quand on regarde un petit peu ce que, enfin la presse tout ça, c'est vrai qu'effectivement ça prend une grosse part de leur marché quoi, en fait. Enfin une grosse je sais pas mais une bonne part.

ÉTUDIANT : Une bonne part oui. Et vous en pensez quoi de ça, que c'est trop ou alors c'est juste le courant normal d'un cycle peut-être ?

INTERVIEWÉ : Bah après c'est l'évolution avec les technologies tout ça, donc il faut savoir s'adapter, donc peut-être à eux aussi de s'adapter (l'hôtellerie traditionnelle), s'adapter aussi peut-être à la demande des clients qui recherchent plus d'humanité que voilà.

ÉTUDIANT : Parfait.

ÉTUDIANT : Donc ça serait à l'hôtellerie de faire sa révolution pour combattre ce ... ?

INTERVIEWÉ : Beh je pense que l'hôtellerie doit, moi quand je reçois les gens, les gens qui viennent chez moi en tout cas, et bien ils reconnaissent le côté humain, ils apprécient le côté humain quoi, qu'ils n'ont pas à l'hôtellerie, bah vous rentrez vous avez votre clé, bah vous avez votre clé vous montez vous allez à votre chambre. Le côté Airbnb mais chez l'habitant encore une fois, chez l'habitant car sinon ça n'a rien à voir, le côté Airbnb chez l'habitant bah vous avez quand même un rapport avec l'hôte, vous pouvez avoir des bons plans, discuter, échanger, et d'ailleurs dans mes déplacements, moi quand j'utilise Airbnb c'est toujours des hébergements chez un hôte, c'est jamais un appartement ou heu voilà.

ÉTUDIANT : Donc l'hôtellerie doit devenir plus proche avec ses clients.

INTERVIEWÉ : Donc je pense que l'hôtellerie doit être euh, doit avoir un côté plus humain, plus chaleureux avec le contact peut-être.

ÉTUDIANT : A titre informatif vous recevez plus de couples par exemple, ou de clients individuels ?

INTERVIEWÉ : Euh, alors j'avais fait un petit sondage à un moment donné, ah c'est enregistré attention (rires), non, j'avais fait un petit sondage parce que je recevais beaucoup de personnes féminines en fait, et donc j'avais fait un petit sondage, et donc globalement, je recevais 60%, enfin beaucoup de personnes seules en fait, en grande partie des femmes qui voyagent beaucoup plus que les hommes, seules en fait. Donc euh, y avait 60% de femmes, et sur les 40% restant il y avait environ 20 ou 30% hommes seuls voilà.

ÉTUDIANT : Je ne savais pas que les femmes voyageaient plus individuellement que les hommes !

INTERVIEWÉ : Ah c'est clair, les hommes, enfin c'est clair que les femmes voyagent beaucoup plus seules, qu'un homme seul.

ÉTUDIANT : Je ne savais pas.

INTERVIEWÉ : Ouais, bon après en couple ok d'accord, mais c'est curieux hein, mais ouais intéressant. (Rires).

ÉTUDIANT : C'est une donnée intéressante.

INTERVIEWÉ : Enfin c'est une donnée personnelle mais après je ne sais pas si c'est général mais...

ÉTUDIANT : Peut-être peut-être. Est-ce que vous pensez que Airbnb soit un effet de mode avec ce dont vous nous avez parlé au début, enfin les abus, le fait qu'il va y avoir surement des durcissements de la loi et des nouvelles choses qui vont arriver ? Est-ce que vous pensez que Airbnb soit un effet de mode du coup ?

INTERVIEWÉ : Euh.

ÉTUDIANT : Est-ce que dans le temps ça va s'essouffler ou ... ?

INTERVIEWÉ : Maintenant je ne sais pas trop répondre à la question mais euh.

ÉTUDIANT : Par exemple vis-à-vis de votre situation, excusez-moi, vous observez que la demande devient de plus en plus forte ou baisse, quelle est son évolution ?

INTERVIEWÉ : Moi je ne vois pas de euh, la demande est forte quoi, voilà la demande est forte, après effectivement je pense que si la loi se durcit à cause de certains abus, c'est toujours pareil hein, il y aura peut-être des conséquences effectivement ou une réorientation, notamment les gens qui louent des appartements uniquement en Airbnb alors qu'il y a un déficit d'appartements pour les étudiants ou des choses comme ça. C'est un peu normal qu'il y ait une réglementation parce que comme je disais au début on perd l'essence du principe.

ÉTUDIANT : Donc ça voudrait dire que l'Etat selon vous, il devrait faire en sorte que Airbnb soit sur le déclin ? Ou change sa façon ... ?

INTERVIEWÉ : Bah oui c'est possible, tout à fait parce que aussi, parce qu'ils veulent défendre des intérêts des hôteliers ou des choses comme ça pour rééquilibrer peut-être aussi le marché parce que c'est clair qu'aujourd'hui il y a des abus quoi. Il y a des abus, il y a des résidences qui sont pratiquement plus qu'habitées par des hébergements Airbnb quoi.

ÉTUDIANT : Vous n'avez pas été touché par la réglementation ? je crois que ce n'est que sur Paris ?

INTERVIEWÉ : Et je crois que moi je ne suis pas touché car moi je, c'est une chambre chez l'habitant, voilà. Sont touchés en principe les gens qui ont un appartement.

ÉTUDIANT : Je crois que c'est que sur Paris.

ÉTUDIANT : Pour l'instant oui.

INTERVIEWÉ : Euh je ne sais pas, euh je crois que c'était général hein. L'histoire des 120 jours là, alors après je ne sais pas s'il y a des contrôles. Je ne suis pas sûr qu'il y ait des contrôles.

ÉTUDIANT : Il faudra que l'on se renseigne sur cela.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous pensez que dans les années proches, l'hôtellerie pure et dure, traditionnelle comme dans le thème dans lequel on se trouve pourrait revenir à la tête du marché ? Puisque là les ventes de nuitées sont dominées par Airbnb. Est-ce que vous pensez au retour de l'hôtellerie traditionnelle avec tous les changements ? Ou pas ?

INTERVIEWÉ : Après y a quand même un marché que l'hôtellerie va garder quand même, c'est le marché de l'hôtellerie de luxe, ce marché-là de toute manière, il est pas partagé par Airbnb, voilà, c'est surtout l'hôtellerie je dirais moyen de gamme, bas de gamme, ou là par contre effectivement s'il n'y a pas une réorientation ou une nouvelle manière d'accueillir, je pense qu'ils auront des difficultés ouais.

ÉTUDIANT : On a vu que Airbnb lançait sont Airbnb affaires, et du coup pour toucher de plus en plus les personnes « affaires », le segment « affaires », qui est le segment principal finalement de l'hôtellerie traditionnelle

INTERVIEWÉ : Après l'offre, aujourd'hui il n'y a pas une offre pléthorique d'appartements ou d'hébergements de standing. Mais c'est vrai que du coup ça perd le côté collaboratif, enfin le côté un peu collaboratif, enfin partage tout ça quoi. Si c'est le cas, Airbnb, il faudrait une réorientation un peu de...

ÉTUDIANT : De cible ?

INTERVIEWÉ : De cible oui voilà, tout à fait.

ÉTUDIANT : Vous ne touchez pas une clientèle affaires ?

INTERVIEWÉ : Euh, non, non. J'ai des gens qui viennent pour le travail mais c'est des gens qui, ce ne sont pas des classes de cadres ou de hauts revenus, des choses comme ça quoi.

ÉTUDIANT : Lorsque vous avez mis en location votre appartement, vous vous attendiez à une cible précise ?

INTERVIEWÉ : Pas du tout, pas du tout, ouais ouais pas du tout, et la cible sur Toulouse elle est relativement, le spectre est relativement large, parce que ça va de, ça va du tourisme, beaucoup d'étrangers, euh, énormément d'étrangers qui viennent visiter Toulouse et là j'ai été relativement surpris quand même, Toulouse euh, Toulouse on l'entend comme la ville de l'aéronautique, euh voilà, mais euh à visiter non. Pour autant il y a quand même pas mal de gens qui viennent de l'étranger et de loin. Euh, après il y a des gens qui viennent là pour le travail, euh formation, déplacement, voilà, pour visiter la ville, euh, enfin j'ai vraiment un spectre très, très large quoi.

ÉTUDIANT : Du coup, actuellement vous attirez de la génération Z ?

INTERVIEWÉ : Ah oui tout à fait ouais. J'ai toutes générations, honnêtement, ça va des étudiants qui viennent visiter Toulouse, étudiants étrangers surtout qui viennent visiter Toulouse c'est-à-dire qui sont par exemple en France et qui profitent de leur temps libre pour visiter la France, les pays européens, voilà. Donc ça va de ces personnes-là jusqu'à des retraités quoi.

ÉTUDIANT : Vous avez une clientèle que vous privilégiez peut-être ?

INTERVIEWÉ : Non non

ÉTUDIANT : Que vous préférez ?

INTERVIEWÉ : Non non

ÉTUDIANT : Non plus !

INTERVIEWÉ : Je ne sélectionne rien du tout, c'est tout ouvert, c'est tout open, donc c'est celui qui veut venir et bien il met ses dates, il réserve et de suite il sait si c'est ok ou pas.

ÉTUDIANT : Très bien, très bien. Est-ce que vous mettez des, enfin quels équipements technologiques, quels équipements en général vous proposez dans votre logement ? Par exemple une machine à laver peut-être, le parking ?

INTERVIEWÉ : Oui, oui. Donc en fait c'est une maison individuelle donc dans Toulouse, donc en fait il y a une place de parking, il y a une machine à laver que je mets à disposition pour laver le linge, il y a internet, il y a la télévision dans la chambre, la cuisine euh.

ÉTUDIANT : ça y est j'ai envie de venir ! (Rires).

ÉTUDIANT : Est-ce que vous vous sentez en concurrence avec des hôtels ou autres formes comme auberges de jeunesse ?

INTERVIEWÉ : Euh non parce que moi je considère que ce que je fais chez moi c'est vraiment, enfin, je fais Airbnb effectivement ça, je dois dire que ça rajoute du beurre dans les épinards, mais je le fais aussi pour le partage, l'échange, la culture voilà. J'ai reçu par exemple une indienne qui m'a préparé un petit repas indien le soir, un argentin pareil euh, donc euh non, non voilà.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous connaissez des plateformes d'échanges de maison ? Justement.

INTERVIEWÉ : Oui, enfin je connais oui.

ÉTUDIANT : Vous avez déjà ... ?

INTERVIEWÉ : Non je n'ai jamais expérimenté.

ÉTUDIANT : Est-ce que ça pourrait vous intéresser ?

INTERVIEWÉ : Oui, oui.

ÉTUDIANT : Oui ?.

INTERVIEWÉ : Oui.

ÉTUDIANT : Vous connaissez des plateformes par exemple ? Est-ce que vous connaissez le leader du marché ?

INTERVIEWÉ : Euh non je ne dirai pas le nom.

ÉTUDIANT : Homeexchange ?

INTERVIEWÉ : Oui voilà ça me dit quelque chose oui.

ÉTUDIANT : Vous pensez que ça pourrait monter en puissance ce phénomène d'échange de maisons ?

INTERVIEWÉ : Je ne sais pas, en tout cas c'est quand même assez marginal, je pense que les gens ne sont pas encore enclins à laisser leur maison assez facilement comme ça.

ÉTUDIANT : Pour des questions de confiance du coup principalement ?

INTERVIEWÉ : Des questions de confiance.

ÉTUDIANT : Les mentalités ne sont pas encore assez euh.

INTERVIEWÉ : Je pense.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous pensez justement qu'avec la montée des nouvelles technologies tout ça, on pourrait avoir une augmentation de la confiance envers les autres, pour pouvoir vérifier ce qu'il se passe ?

INTERVIEWÉ : Moi à mon avis, la confiance elle ne s'établit pas au travers de la technologie, je ne pense pas. C'est un état d'esprit mais après ...

ÉTUDIANT : Je comprends parfaitement, euh. Dans la vie de tous les jours en tant que Airbnb, qu'est-ce que vous apporte la certification « super host » ? Car c'est comme ça que je vous ai connu (rires) !

INTERVIEWÉ : Bah euh, qu'est-ce qu'elle m'apporte, ben euh personnellement je ne sais pas c'est une reconnaissance, peut-être que les gens qui louent, qui recherchent un hébergement peut-être qu'ils font des filtres avec ce type de paramètre parce que ça correspond peut-être à ... En principe, les « super host » sont relativement bien notés.

ÉTUDIANT : Oui.

INTERVIEWÉ : Sur tous les critères, donc déjà ça permet d'avoir un tri qui fait qu'en principe on ne soit pas déçu.

ÉTUDIANT : Ok, ok. Est-ce que vous pensez que Airbnb a mis ça en place pour faire un lien par exemple avec les hôtels classiques et Tripadvisor pour pouvoir avoir une meilleure graduation ?

INTERVIEWÉ : Oui c'est possible, oui ça permet d'avoir un certain tri et de pouvoir donner l'opportunité aux voyageurs de faire des tris en fonction du classement.

ÉTUDIANT : Votre visibilité elle a augmenté, vous avez une augmentation de demande ? Sur cette période où vous êtes passé d'hôte classique à super host ?

INTERVIEWÉ : Je suis passé à super host au bout de je ne sais plus, trois mois ou quelque chose comme ça.

ÉTUDIANT : Ah trois mois directement !

INTERVIEWÉ : Ouais, ouais, il y a longtemps que je suis super host du coup, depuis le début pratiquement. Au début il faut attendre trois mois le temps d'avoir un certain nombre de critères pour rentrer dans le truc, et après euh, et après moi j'ai du monde chez moi tout le temps.

ÉTUDIANT : D'accord ok. (Rires)

ÉTUDIANT : Vous avez une demande forte, vous n'avez pas de saisonnalité ?

INTERVIEWÉ : Euh non, non, toute l'année.

ÉTUDIANT : C'est bien hein.

INTERVIEWÉ : Toute l'année, après si je veux vraiment être tranquille il faut que je bloque sur le calendrier pour qu'il n'y ait personne sinon voilà.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous fidélisez des clients ? C'est peut-être bizarre à dire comme ça, est-ce que vous avez des gens qui sont venus qui sont revenus plus tard ?

INTERVIEWÉ : Euh, il y en a effectivement, mais en fait euh, il y en a certains ouais, il y en a certains qui reviennent effectivement parce qu'ils ont de la famille sur Toulouse par exemple, mais c'est quand même assez marginal, car soit ensuite c'est booké et du coup il n'y a plus de place, donc ouais ça arrive ouais. Donc ça arrive mais ce n'est pas l'essentiel du, voilà.

ÉTUDIANT : Ok.

ÉTUDIANT : La semaine dernière, j'ai réalisé un entretien avec la réceptionniste d'un hôtel qui disait que parfois ils travaillaient avec des propriétaires Airbnb pour déloger certains clients ou pour proposer certains services. Par exemple, euh comment dire, il y a un client qui, ça ne rentre pas trop dans votre cas mais qui a un problème de parking, on va demander à un Airbnb s'il a une place de parking qu'il propose pour ses clients et s'il n'a pas de clients il la mettrait à disposition. Est-ce que vous avez déjà été contacté par euh ?

INTERVIEWÉ : Non.

ÉTUDIANT : Non ? Des plateformes ?

INTERVIEWÉ : Non, euh quand je dis non, le seul professionnel qui m'a démarché c'était pour prendre en charge en fait, la gestion en fait de mon bien, voilà.

ÉTUDIANT : Il voulait gérer votre bien ?

INTERVIEWÉ : Ouais

ÉTUDIANT : Et vous avez refusé ?

INTERVIEWÉ : Ouais

ÉTUDIANT : Pourquoi vous avez refusé ?

INTERVIEWÉ : Ben parce que moi je veux le gérer moi-même, moi je veux discuter avec les gens moi-même, je n'ai pas envie de passer par un intermédiaire !

ÉTUDIANT : Vous pensez quoi de ceux qui font gérer leur appartement, enfin leurs locations ?

INTERVIEWÉ : Ben moi j'en pense que du mal mais bon (rires), après ce sont des gens qui profitent d'un filon pour en faire un business mais bon, moi déjà Airbnb je trouve qu'il y a déjà de la dérive, il y en a beaucoup trop comme je disais au début, et donc j'espère que s'il y a de la réglementation, il faudrait qu'il y ait de la réglementation qui fasse en sorte de, que Airbnb reste, enfin Airbnb ou tous ces types de plateformes quoi en fait restent vraiment ce qu'ils devraient être quoi.

ÉTUDIANT : D'accord, et si jamais les choses ne changent pas et que ça s'intensifie dans le mauvais côté des choses, est-ce que vous envisageriez de quitter la plateforme ou de changer de ... ?

INTERVIEWÉ : Bah non car moi je trouve, la façon dont je loue en fait me correspond.

ÉTUDIANT : D'accord

INTERVIEWÉ : Les gens que je reçois, et ben tant que je suis dans l'échange moi ça me va.

ÉTUDIANT : D'accord. (Rires) Tu (étudiant) m'as perdu dans l'échange (rires tout le monde).

ÉTUDIANT : Pour convaincre les clients, enfin les utilisateurs d'Airbnb, qu'est-ce que vous mettez le plus en avant, qu'est-ce que vous préférez mettre en avant sur la plateforme Airbnb et pourquoi ?

ÉTUDIANT : Si la demande est forte, il n'y a peut-être pas grand-chose.

INTERVIEWÉ : Ouais, c'est vrai que sur Toulouse la demande est forte, après moi ce que je mets en avant voilà c'est le fait que c'est quelque chose qui est chez l'habitant, voilà donc la personne qui vient chez moi, elle ne va pas à l'hôtel. Et euh, non voilà, l'accueil, et ensuite je mets des photos qui sont relativement attrayantes par rapport à mon bien, mais aussi par rapport à la ville, voilà, je trouve que l'on a une belle ville, il faut aussi la promouvoir, la promouvoir à travers ces biens-là quoi, voilà.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous proposez des services associés au séjour ? Ou est-ce que vous conseillez vos clients, enfin vos clients, vos hôtes pour des activités ou autres ?

INTERVIEWÉ : Oui ben dans la chambre, j'ai un endroit où il y a tout plein de prospectus, de plans, enfin je vais au syndicat d'initiative récupérer des informations et puis quand ils arrivent je leur fais le topo, l'accueil avec le plan, je leur dis les principales, les principaux sites à voir sur Toulouse, les restos, euh voilà.

ÉTUDIANT : Est-ce que ça vous est déjà arrivé de personnaliser un séjour d'un client qui vous demandait de faire ... ?

INTERVIEWÉ : Euh non, non pas encore, non.

ÉTUDIANT : Vous le laissez libre ?

INTERVIEWÉ : Oui voilà je le conseille mais après...

ÉTUDIANT : Personne ne vous a demandé ?

INTERVIEWÉ : Non personne, je n'ai pas eu de demandes. Mais je sais que Airbnb essaie de développer ça aussi, de développer ...

ÉTUDIANT : Des expériences ?

INTERVIEWÉ : Ouais voilà, de développer des expériences, voilà.

ÉTUDIANT : Vos clients ils réalisent, enfin comment on dit, ils ...

INTERVIEWÉ : Ils utilisent ?

ÉTUDIANT : Oui voilà ils utilisent les expériences Airbnb ?

INTERVIEWÉ : Je ne sais pas du tout.

ÉTUDIANT : Vous ne pouvez pas le voir ça ?

INTERVIEWÉ : Je ne peux pas le voir, mais moi les clients que je reçois je n'ai pas l'impression.

ÉTUDIANT : Ok, ok. Airbnb affaires nous avons vu, euh ...

ÉTUDIANT : Est-ce que vous considérez que comment, que Airbnb est une activité à part, votre activité de Airbnb est une activité à part, vous avez votre travail, votre Airbnb, c'est deux choses différents mais, enfin je veux dire ça vous prend du temps, ça vous demande de l'énergie, est-ce que vous considérez ça un peu comme une activité professionnelle ? Je ne sais pas trop comment l'expliquer mais, ou ça reste uniquement du plaisir ?

INTERVIEWÉ : Pour moi c'est du plaisir, ce n'est pas une contrainte.

ÉTUDIANT : Ok.

INTERVIEWÉ : Ouais, ouais. Pour moi c'est du plaisir, ce n'est pas une contrainte.

ÉTUDIANT : Le jour où ça deviendra une contrainte, vous arrêterez ?

INTERVIEWÉ : Ah oui oui, parce que je n'en ai pas nécessairement besoin. D'ailleurs j'ai un tarif qui est très très très raisonnable.

ÉTUDIANT : Oui c'est ce que l'on a vu oui.

INTERVIEWÉ : Et pour moi, mon objectif c'est, bon effectivement comme je le disais ça met du beurre dans les épinards, mais mon objectif c'est pas vraiment le côté lucratif du truc quoi.

ÉTUDIANT : D'accord, ok. Si la nouvelle génération ...

INTERVIEWÉ : La génération Z (rires) !

ÉTUDIANT : Exactement (rires), ou Y il y a encore la « Y » d'ailleurs, car « Z » ça commence vers les 1995, donc eux. Nous on est presque en Y (rires). Et euh, justement si les nouvelles générations elles, enfin votre concept d'être logé chez l'habitant ne leur convient pas, est-ce que vous changerez votre manière de louer ? Est-ce que vous voyez ce que je veux dire ?

INTERVIEWÉ : Non (Rires).

ÉTUDIANT : Je vais essayer de reformuler. En gros si la nouvelle génération elle change de comportement, c'est-à-dire qu'elle ne trouve pas, elle ne trouve plus son ...

ÉTUDIANT : son bonheur !

ÉTUDIANT : Voilà son bonheur chez l'habitant, elle ne veut plus que ça soit convivial, est-ce que vous changerez de... ?

INTERVIEWÉ : Non, non.

ÉTUDIANT : Non ? La demande baissera peut-être !

INTERVIEWÉ : Ouais ben la demande baissera (Rires).

ÉTUDIANT : Vous ne changerez rien du tout ?

INTERVIEWÉ : Non car je ne fais pas ça pour l'aspect lucratif donc euh, je fais ça juste par rapport à euh, bon lucratif d'accord si on veut, mais il n'y a pas que cela. Donc moi c'est vrai que dans l'échange, le partage voilà, j'y trouve mon compte, s'il n'y a plus ça ben, je ne changerai pas parce que pour avoir du monde toujours et euh remplir le porte-monnaie à la fin du mois non.

ÉTUDIANT : Sur euh pareil, les nouvelles générations, les changements des mentalités, sur la démarche environnementale, est-ce que vous y pensez, est-ce que vous mettez des moyens en place ou non ?

INTERVIEWÉ : Ben euh oui tout à fait, enfin oui à petite échelle chez moi oui tout à fait.

ÉTUDIANT : D'accord, comme ?

INTERVIEWÉ : Comme le tri sélectif par exemple, que j'incite, je les pousse à faire.

ÉTUDIANT : Après c'est à petite échelle.

INTERVIEWÉ : C'est à petite échelle oui, oui.

ÉTUDIANT : On conclut ?

ÉTUDIANT : On conclut !

INTERVIEWÉ : On conclut ! (Rires)

ÉTUDIANT : Du coup, vous dans un futur proche vous vous voyez continuer votre activité ? Enfin votre Airbnb comme vous l'avez commencé comme pour le contact avec les gens il n'y aura pas de changements comme l'on a compris durant l'entretien c'est bien ça ?

INTERVIEWÉ : Ben oui (rires).

ÉTUDIANT : On a bien compris (rires).

INTERVIEWÉ : C'est ça (rires).

ÉTUDIANT : Du coup vous pensez que l'hôtellerie collaboratif elle a un avenir euh, enfin, est-ce que l'hôtellerie collaborative elle a un avenir si ça euh, je vais y arriver, euh pardon, je n'arrive pas à mettre des mots.

ÉTUDIANT : Sur quoi ?

ÉTUDIANT : Sur des, le comment, l'hébergement collaboratif, l'hôtellerie collaborative elle a un avenir mais sur vraiment le côté collaboratif et pas toutes les dérives que l'on a dites ou alors vraiment, que l'on a parlées pardon, ou alors ça va vraiment dériver du mauvais côté quoi ?

INTERVIEWÉ : Bah, enfin je pense qu'il y a un marché pour tout, après il y a toujours des dérives dans tout, mais après le côté collaboratif je pense qu'il y a des gens qui n'ont pas non plus les moyens d'aller à l'hôtel... et que du coup il y a quand même un marché pour ces gens-là. Voilà. Mais euh empêcher des dérives c'est compliqué quoi, c'est compliqué là et c'est compliqué dans beaucoup d'autres domaines donc euh. Les gens dès qu'il y a une faille ils essaient de s'y engouffrer, parce que derrière il y a des choses à gagner donc c'est difficile à gérer.

ÉTUDIANT : Ok, moi c'est bon pour moi.

ÉTUDIANT : C'est tout bon pour moi aussi.

ÉTUDIANT : Vous avez des choses à rajouter, des questions peut-être que l'on aurait pu vous poser ?

INTERVIEWÉ : Non, non euh. Parmi les gens que vous avez interrogés il y a euh, l'esprit, c'était dans quel type d'esprit en fait ?

ÉTUDIANT : C'est-à-dire l'esprit ?

INTERVIEWÉ : Les gens que vous avez interrogés qui faisaient du Airbnb par exemple, ils étaient dans quel type d'esprit euh

ÉTUDIANT : vous êtes le premier !

ÉTUDIANT : Oui

INTERVIEWÉ : Le premier ?

ÉTUDIANT : Le premier interrogé

INTERVIEWÉ : Ah le premier interrogé ?

ÉTUDIANT : Oui, les trois autres étaient des professionnels de l'hôtellerie, dans l'hôtellerie classique.

INTERVIEWÉ : D'accord ok, et qu'est-ce qu'ils disaient par rapport aux Airbnb ?

ÉTUDIANT : Alors moi...

INTERVIEWÉ : Quels étaient leurs ...

ÉTUDIANT : Ils disaient que c'était à la fois un concurrent et à la fois un avantage, enfin comment dire un partenaire, voilà parce qu'ils collaborent ensemble, les deux se boostent.

INTERVIEWÉ : Ok

ÉTUDIANT : Après c'était un hôtel euh, Le Grand Hôtel d'Orléans je ne sais pas si vous connaissez, qui est vers Matabiau.

INTERVIEWÉ : Euh ouais d'accord ok.

ÉTUDIANT : Après eux ils captaient plus une clientèle affaires.

INTERVIEWÉ : Ok.

ÉTUDIANT : Donc tant que Airbnb ne captera pas une clientèle affaires ça ne jouera pas.

INTERVIEWÉ : Oui c'est clair qu'aujourd'hui la clientèle affaires, Airbnb, ce n'est pas la cible aujourd'hui, même s'ils essaient un peu de le développer mais ...

ÉTUDIANT : Ils commencent à faire de la communication sur le site d'Airbnb on voit une vidéo qu'ils ont réalisé où...

INTERVIEWÉ : Bah oui c'est sûr ils essaient de capter.

ÉTUDIANT : Exactement.

ÉTUDIANT : Même maintenant quand on va pour réserver, ça met directement client affaires une petite case à cocher, et vous avez seulement des partenaires, ils appellent ça « nos partenaires », que des personnes qui veulent accueillir des personnes affaires,

ils ont une connexion wifi haut-débit, ce genre de choses. Peut-être que ça va marcher, peut-être pas.

INTERVIEWÉ : Ok, ok.

ÉTUDIANT : L'hôtellerie traditionnelle a besoin dans un sens des Airbnb en tant que consommateurs, je vois par exemple quand je veux partir en week-end, je regarde d'abord sur Airbnb parce qu'il propose de bonnes destinations avec leur algorithme qui est vraiment poussé. Et du coup moi ça me permet de choisir une destination et après je regarde quand même les hôtels pour voir s'il y a des choses intéressantes, donc euh.

INTERVIEWÉ : Oui tout à fait oui.

ÉTUDIANT : Donc je ne sais pas.

INTERVIEWÉ : Après moi, je sais que quand je voyage que je vais à l'étranger, quand je voyage même professionnellement hein, bah si je ne connais pas c'est vrai que je vais regarder les hôtels, mais je regarde les Airbnb et si j'ai l'occasion d'aller chez un hôte, de suite c'est clair que je ne réfléchis pas quoi, je vais chez l'hôte, voilà il y a quelque chose en plus qu'on ne retrouve pas à l'hôtel.

ÉTUDIANT : C'est vrai.

ÉTUDIANT : Et est-ce qu'il y a des choses en moins qu'on trouve à l'hôtel et pas en Airbnb ?

INTERVIEWÉ : Ah bah le confort, des nuisances qu'il y a chez l'hôte, voilà on n'est pas tout seul quoi. Alors qu'à l'hôtel il y a plus de confort, plus de tranquillité, d'intimité, euh voilà. Euh c'est difficilement comparable quoi. Donc après c'est des compromis.

ÉTUDIANT : Vous pensez que c'est quelque chose de générationnel remplacer le confort par les échanges ?

INTERVIEWÉ : Non !

ÉTUDIANT : Non ?

INTERVIEWÉ : Non ! Non parce que je vois moi, comme je disais, j'accueille autant des gens de 60 – 70 ans, que des gens d'un tel, et j'ai des bonnes relations avec les deux hein. En ce moment par exemple, y a une dame qui, une américaine de Los Angeles qui m'a réservé pour septembre.

ÉTUDIANT : D'accord (rires).

INTERVIEWÉ : Et euh, mais elle est, on n'arrête pas de s'envoyer des messages (rires), la dame elle a 60 et quelques années.

ÉTUDIANT : D'accord.

ÉTUDIANT : C'est une femme individuelle aussi ?

INTERVIEWÉ : Ah oui.

ÉTUDIANT : Elle vient seule de Los Angeles en plus.

INTERVIEWÉ : Ouais, ouais.

ÉTUDIANT : Ouah. Euh j'avais une question justement, du coup vous êtes le premier hôte Airbnb à être interrogé.

INTERVIEWÉ : Oui.

ÉTUDIANT : Vous pensez que si euh, quel va être l'opinion d'un hôte Airbnb qui a plusieurs locations sur Toulouse et qui privilégie son taux de remplissage à fond avec des prix un peu au-dessus, quel va être son avis sur, par exemple sur l'entretien, quelle idée, l'idée majoritaire qui va ressortir ?

INTERVIEWÉ : Ben je pense qu'il va avoir un avis, qu'il va être content, mais par contre par rapport à la réglementation qui est en cours je pense qu'il va avoir un autre avis, un autre avis que le mien quoi. La réglementation qui est en cours qui freine plutôt ce type de développement. Je pense que, euh, il n'aura pas le même avis que moi, il aura pas le même avis que moi. Parce que c'est clair hein, quelqu'un qui a un appartement, qui le loue par l'intermédiaire d'Airbnb, par rapport à un loyer mensuel annuel quoi, il fait fois deux, fois trois.

ÉTUDIANT : S'il loue tous les jours oui.

INTERVIEWÉ : S'il a un remplissage qui est correcte oui. Voilà. S'il a un remplissage correct, il fait fois deux, fois trois.

ÉTUDIANT : Ouais c'est sûr.

ÉTUDIANT : Ils vous prennent beaucoup de commission Airbnb ?

ÉTUDIANT : Je crois c'est 2% non ?

INTERVIEWÉ : Ouais, ouais ou 3% un truc comme ça.

ÉTUDIANT : D'accord.

ÉTUDIANT : Du coup c'est rien du tout.

INTERVIEWÉ : Oui je ne sais pas combien ça fait, oui ben 2 ou 3 % sur euh.

ÉTUDIANT : Je crois c'est 17 si je ne dis pas de bêtise non, le prix d'une nuitée chez vous ?

INTERVIEWÉ : Euh non c'est ...

ÉTUDIANT : 24 !

INTERVIEWÉ : Ouais 24, 25, 23, entre 23 et 25. Avec le petit-déj.

ÉTUDIANT : Ouais.

ÉTUDIANT : D'accord. Ah il y a le petit déjeuner inclus !

ÉTUDIANT : La page est en anglais d'ailleurs, du coup vous avez progressé.

INTERVIEWÉ : Non ça dépend. Ah oui parce que j'ai fait les deux.

ÉTUDIANT : J'ai vu anglais en premier. J'ai vu langues parlées, anglais et après français.

INTERVIEWÉ : Ah bon ?

ÉTUDIANT : Ouais.

INTERVIEWÉ : Ah ouais.

ÉTUDIANT : Ou c'est l'application qui ...

INTERVIEWÉ : Par contre pour progresser en anglais, c'est clair que j'ai fait des progrès en anglais grâce à Airbnb hein.

ÉTUDIANT : Parce que vous avez plus d'étrangers que de... ?

INTERVIEWÉ : Non pas plus mais tous les mois j'ai des étrangers.

ÉTUDIANT : D'accord.

INTERVIEWÉ : Tous les mois j'ai des étrangers. Et c'est clair que j'ai vachement progressé, je travaille dans la technique, dans la fonction publique et j'ai des formations, tous les ans j'ai des formations d'anglais, car j'en ai besoin quoi. Et en fait euh, jusque-là les formations en anglais ça me faisait maintenir mon niveau mais je ne progressais pas en fait. Par contre depuis que je fais Airbnb, je suis beaucoup plus à l'aise en anglais, ah ouais, c'est clair. Déjà on accueille, on est obligé de parler, on présente la ville, on peut parler de tout et de rien. Ah ouais si si, pour ça c'est génial.

ÉTUDIANT : Parfait

INTERVIEWÉ : Bon ben très bien, et bien écoutez, je vous souhaite de bonnes interviews (rires)

ÉTUDIANT : Merci.

ÉTUDIANT : Merci en tout cas d'avoir accepté notre invitation.

INTERVIEWÉ : Ouais ben c'était avec plaisir.

ÉTUDIANT : C'était vraiment intéressant.

Annexe J : Retranscription entretien professionnel N°5

Professionnel questionné : Auto-entrepreneur conciergerie

Date : 12 Février 2020

Lieu : Mercure Toulouse Centre Compans

ÉTUDIANT : Bonjour donc comme nous vous l'avons dit précédemment nous sommes étudiants sur le campus de Toulouse donc Jean-Jaurès et nous sommes en Licence Professionnelle management hôtellerie et restauration et cette année nous devons travailler sur un projet tutoré avec trois autres camarades de classe dont la problématique est l'arrivée de la génération Z et de l'hébergement collaboratif face à l'hôtellerie traditionnelle. Pour cela nous interrogeons des professionnels dans le secteur de l'hôtellerie donc que ce soit collaboratif ou traditionnel.

PROFESSIONNEL : D'accord ok très bien.

ÉTUDIANT : D'ailleurs on vous remercie d'avoir répondu partant pour cette entretien vous êtes le deuxième donc Airbnb que nous interrogeons.

PROFESSIONNEL : C'était quoi le premier c'était conciergerie aussi ou bien ?

ÉTUDIANT : Non pas du tout c'était un super host aussi mais qui louait une maison... en fait juste une chambre dans sa propre maison.

PROFESSIONNEL : D'accord, ok, qu'est-ce que vous entendez par super host vous ?

ÉTUDIANT : C'est l'appellation sur Airbnb.... Wow retournement d'entretien ! (rires). Plus sérieusement ce sont les personnes qui ont eu de très bonnes notes qui obtiennent l'appellation super host.

PROFESSIONNEL : Oui voilà c'est ça

ÉTUDIANT : Et donc ce sont les plus mises en avant par Airbnb. Après on a appris que c'était rapide à l'obtenir.

PROFESSIONNEL : Oui alors en fait c'est un peu il suffit d'avoir trois locations et d'avoir que des bons commentaires en fait il faut avoir plus de 4,8 de note générale sur 5.

ÉTUDIANT : OK très bien donc ça nous fait une question en plus... Tu veux commencer ? Eh bien du coup est-ce que vous pouvez-vous présenter rapidement ?

PROFESSIONNEL : Alors moi du coup je suis... enfin j'ai commencé en tant que... donc je m'appelle X, j'ai 41 ans avant j'étais chocolatier et j'ai arrêté il y a.... ça fait sept ans je pense. J'ai repris mes études et en reprenant mes études, en fait ce qu'il s'est passé, c'est que... c'est que moi j'ai commencé Airbnb quand j'avais besoin de thunes. Donc j'ai loué mon appartement quand je partais en vacances tout ça... en fait c'était même pas un appartement c'était un grenier qu'il y avait au-dessus de mon ancien appartement et qui s'est libérée au-dessus de mon appartement. Donc je l'ai acheté pour faire un Airbnb quoi. Et j'ai fait des travaux je sais pas si vous l'avez vu dans ma liste d'appartements ? C'est l'appart' atelier

ÉTUDIANT : Avec la verrière ?

PROFESSIONNEL : Voilà ! Donc j'ai fait des travaux donc que j'ai fait pour faire un Airbnb et après en fait ça s'est enchaîné tout seul c'est-à-dire que j'ai des gens qui m'ont contacté pour savoir si ça m'intéressait de m'occuper de leur appartement et en fait ça s'est fait comme ça ça s'est fait tout seul j'ai fait aucune communication ou quoi par rapport à des appartements c'est que du bouche-à-oreille.

ÉTUDIANT : Donc vous êtes gestionnaire d'appartements ?

PROFESSIONNEL : En fait je vais gérer des appartements donc pour moi et après les autres je gère pour les autres je suis co-hôte.

ÉTUDIANT : Donc vous en avez 1, le vôtre, plus 11 autres ?

PROFESSIONNEL : Oui voilà fin je sais plus trop combien j'en ai...

ÉTUDIANT : Alors ce matin j'ai vu 11 et puis là tout à l'heure j'en ai vu 12.

PROFESSIONNEL : Voilà c'est ça c'est pour ça que je suis en retard j'étais en train de finaliser le dernier là...

ÉTUDIANT : Ah d'accord très bien ! Du coup c'est des gens qui viennent vers vous... ?

PROFESSIONNEL : En fait c'est toujours plus ou moins dans mon réseau quoi en fait. Je suis toulousain donc je connais pas mal de monde, voilà... et là je suis en train d'en faire un autre pour moi j'aimerais bien rapidement finir les travaux boulevard d'Arkol là à côté.

ÉTUDIANT : D'accord... donc à votre première inscription là avec votre appartement c'était en quelle année ? L'année que vous avez commencé ?

PROFESSIONNEL : Euh...

ÉTUDIANT : Enfin à la louche sinon !

PROFESSIONNEL : Ouais bah ça doit être sur mon profil! Membre depuis... hum, je sais même plus...

ÉTUDIANT : J'ai moi après j'ai pas vu mais sinon c'est pas grave on cherchera sinon !

PROFESSIONNEL : Ouais Ça doit être 2015 / 2014 je sais plus...

ÉTUDIANT : Ok ok.

PROFESSIONNEL : Bah non je sais plus...

ÉTUDIANT : Et du coup ça a été la première fois que vous mettiez un appartement en location pour le coup ?

PROFESSIONNEL : Alors en fait je... la toute première fois que j'ai loué mon appartement et il y avait pas Airbnb c'était sur Leboncoin et ça avait été un peu la mauvaise expérience parce que en fait c'est la toute première fois ça a été de charmantes demoiselles russes qui étaient venues...

ÉTUDIANT : Ouais d'accord d'accord (rires).

PROFESSIONNEL : Et en fait donc moi au début j'étais content tout ça et puis je crois une amie en ville qui me dit « alors t'as réussi à louer ton appart'? » et je lui dis « bah ouais 2 russes » c'est tout « äieäieäie t'as pas fait ça j'ai un pote qui a loué à deux russes, tout ça... » en fait c'était des prostituées et les flics sont venus les voisins se sont plaints, y avait des allers venues dans l'immeuble, tout ça, donc il est venu elles sont sorties, et, effectivement ils avaient loué l'appartement pour ça. Moi je pense qu'elles avaient loué pour ça aussi mais elles me l'ont rendu nickel, les voisins ne se sont pas plaints donc voilà... ma toute première expérience a été comme ça donc justement Airbnb ça sécurise quand même un peu par rapport à Leboncoin parce que déjà les gens ils arrivent, ils ont déjà payé...

ÉTUDIANT : Il n'y a pas de transaction !

PROFESSIONNEL : Y'a quand même une sécurité en cas de problème ou quoi, moi à chaque fois que j'ai eu des problèmes, Airbnb m'a remboursé soit en encaissant la caution du voyageur enfin cette caution est plus dissuasive, elle ne couvre pas les dégâts, si le voyageur reste 2 jours on peut pas prendre 12 000€. Par compte Airbnb, eux, remboursent la différence s'il y a des dégâts, ils complètent. Systématiquement à partir du moment où l'on met un appartement sur Airbnb, Airbnb c'est comme une assurance, on bénéficie de ce qu'ils appellent la garantie hôte. Voilà donc on peut aller je crois jusqu'à 800 000 € de dégâts voilà.

ÉTUDIANT : Ah oui !

PROFESSIONNEL : Enfin 800 000 € sur un T2 ça va, mais y a des grosses maisons quoi. Voilà.

ÉTUDIANT : Pour revenir vous êtes sur d'autres plates-formes que Airbnb

PROFESSIONNEL : Non alors moi je suis que sur Airbnb, déjà parce que j'arrive à avoir de très bons taux d'occupation et ils sont en fait c'est beaucoup plus facile pour ce qui est caution ou paiement et moi j'ai pas eu pour l'instant de problème sur ce qui est question de se faire rembourser. J'ai jamais eu de problèmes donc voilà.

ÉTUDIANT : D'accord

PROFESSIONNEL : Parce que Booking tout ça il faut encaisser la caution, la rendre aux voyageurs c'est un peu plus compliqué et comme moi je suis plein avec Airbnb je m'embête pas à multiplier les canaux de distribution.

ÉTUDIANT : D'accord très bien... donc on va rentrer dans le vif du sujet !

PROFESSIONNEL : Ah Dac on l'était toujours pas ?

ÉTUDIANT : Non toujours pas. Donc en définissant les termes de notre problématique à savoir l'économie collaborative comment définissez-vous ça ?

PROFESSIONNEL : Alors moi j'ai pas vraiment l'impression de faire partie de l'économie collaborative. Comment je vais louer mon appartement... hum... mon propre appartement là oui je faisais partie de l'économie collaborative. Mais là je ne fais plus partie de l'économie collaborative je loue des appartements qui ne servent qu'à ça. C'est pas du collaboratif, ça se rapproche de l'hôtellerie traditionnelle.

ÉTUDIANT : Vous vous utilisez un moyen d'hébergement collaboratif ?

PROFESSIONNEL : Alors la plateforme oui mais c'est tout. Si cette plate-forme dont à l'origine c'était collaboratif mais il y en a quand même de moins en moins, d'appartement, de Airbnb, qui sont des appartements de gens qui vivent là.

ÉTUDIANT : Mais au début vous vouliez avoir une démarche plutôt service collaboratif ou c'était directement sur un but lucratif ?

PROFESSIONNEL : Oui alors-moi si je louais mon appartement c'était pas pour euh... si je partais de chez moi c'était pas pour euh... (cherche ses mots) pas pour faire plaisir aux gens ! (rires) c'est pas évident de laisser son appartement. C'est, c'est pas du Couchsurfing là. Carrément laisse les clés et tout oui non c'était vraiment parce que j'avais besoin d'argent.

ÉTUDIANT : Ah bah du coup...

ÉTUDIANT : Du coup on saute les questions ?

ÉTUDIANT : Oui enfin vous répondez aux questions sans qu'on les pose donc nous ça nous va ! En fait la prochaine question qu'on allait vous poser c'était est-ce que vous connaissez d'autres plates-formes d'hébergement collaboratif et vous nous avez répondu que vous connaissez Couchsurfing mais que vous ne l'utilisiez pas. Mais c'est très bien c'est parfait!

PROFESSIONNEL : Après sur Airbnb vous pouvez louer juste une partie de votre appartement.

ÉTUDIANT : Ça vous l'avez jamais fait ?

PROFESSIONNEL : Eeeeeuh... non ! Là on n'y pense, en fait on a une chambre d'amis qui ne sert pas et on se dit... Pas forcément des longs séjours, voilà des petits séjours, afin de rencontrer des gens mais peut-être pas sur Airbnb, peut-être sur des plateformes peut-être plus ciblées.

ÉTUDIANT : Ah donc vous êtes deux à gérer... ?

PROFESSIONNEL : Non non non en fait on a une chambre d'amis en fait j'habite pas tout seul.

ÉTUDIANT : Ah d'accord je pensais que vous étiez deux à gérer les locations.

PROFESSIONNEL : Non pas du tout je suis tout seul.

ÉTUDIANT : Et dans le futur vous envisagez de changer de plateforme ou de faire plus que Airbnb ?

PROFESSIONNEL : Si alors je vais essayer une autre mais en fait ça n'a pas marché alors en fait j'avais essayé Misterbnb, je ne sais pas si vous connaissez ?

ÉTUDIANT : Non pas du tout.

PROFESSIONNEL : C'est spécialisé gay... voilà.

ÉTUDIANT : D'accord.

PROFESSIONNEL : Mais c'est un peu c'est un peu plus compliqué ça n'a pas vraiment marché parce que là pour le coup les gens sont-ils vraiment là que pour le cul... voilà. Et après sinon si j'envisage parce que j'ai certains appartements qui marchent mais mais en fait ils sont pas hyper-centre et donc j'en ai un qui est par exemple allée de Barcelone proche des ponts jumeaux et Airbnb il marche mais je me dis que il pourra marcher mieux alors du coup j'hésite à aller sur du Booking par exemple.

ÉTUDIANT : Parce que il ne vise pas la même cible de clientèle ?

PROFESSIONNEL : En tout cas ça me ferait plus de visibilité.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous pensez que du coup la localisation a un impact sur l'algorithme de Airbnb ? Est-ce que là par exemple celui-là je l'ai vu à côté d'Airbus mais seulement en regardant dans vos biens dans tout ce que vous mettez en location je l'ai pas du tout vu en cherchant juste Toulouse juste Toulouse ?

PROFESSIONNEL : Oui parce que en fait quand vous tapez Toulouse je pense que vous tombez déjà sur l'endroit où vous trouvez le plus d'appartements et donc du coup euh... Y'a plein de choses qui ont un impact sur l'algorithme, déjà il y a l'emplacement. Déjà s'il est mal placé... (cherche ses mots) bah en fait déjà les gens cherchent sur la carte et ces gens qui cherchent sur la carte donc s'il est mal placé les gens cherchent principalement au centre-ville donc s'il est situé à l'extérieur les gens qui cliquent sur l'appart ça fait partie de l'algorithme c'est-à-dire plus les gens cliquent dessus et plus il est remonté dans la liste.

ÉTUDIANT : Et vous pouvez voir le nombre de clics ?

PROFESSIONNEL : Non ça par compte on peut pas.

ÉTUDIANT : Non ?

PROFESSIONNEL : Non. Ah oui en fait on peut voir le nombre de visites.

ÉTUDIANT : Donc vous voyez quand il est moins visible.

PROFESSIONNEL : Non je regarde pas honnêtement je regarde pas. Parce que c'est toujours des grosses quantités quoi.

ÉTUDIANT : Oui oui c'est vrai

PROFESSIONNEL : Je regarde de temps en temps quand je vois que ça traîne voir si ça traîne parce qu'il y a vraiment personne qui veut venir ou alors si ça traîne... de de toute façon on a pas vraiment les outils pour permettre de changer.

ÉTUDIANT : OK c'est juste informatif.

PROFESSIONNEL : Ouais.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous pensez que ces nouveaux modes d'hébergement ont révolutionné le monde de l'hébergement ?

PROFESSIONNEL : Oui je pense ne serait-ce que moi je ne vais plus à l'hôtel... je sais pas vous ? J'y suis allé parce que à chaque fois Airbnb je tombe sur des personnes qui annulent au dernier moment ma réservation donc à chaque fois je suis obligé de me retrouver à l'hôtel quand même...

ÉTUDIANT : Vous pensez quoi de la concurrence que ça fait aux hôtels ?

PROFESSIONNEL : Alors euh... (réfléchit et soupire)... il y en a une c'est sûr. Euh... Elle est déloyale c'est sur...

ÉTUDIANT : Elle est déloyale ?

PROFESSIONNEL : Bah ouais ouais ouais déjà c'est beaucoup de particuliers qui louent leurs affaires pour mes clients, c'est pratiquement que des particuliers. Euh... on a pas les mêmes charges c'est évident. Après voilà, la mairie essaie de limiter ça on a pas le droit d'en avoir plus de deux par personne physique je sais pas si vous avez dû le voir ça.

ÉTUDIANT : Alors on a vu la réglementation mais que sur Paris.

PROFESSIONNEL : Non non il y a une réglementation à Toulouse !

ÉTUDIANT : Oui, on s'est renseigné que sur celle de Paris.

PROFESSIONNEL : En fait il y a une réglementation nationale donc qui est limitée à 120 jours le nombre de nuits de location pour la résidence principale mais en parallèle à ça c'est la mairie qui définit les règles. Toulouse par exemple n'est pas mécontente, la mairie ne barre pas la route à Airbnb parce que ça apporte du monde ça fait marcher l'économie et qu'il y a encore suffisamment de logements pour loger tout le monde, bien sûr ça fait augmenter les loyers c'est un impact sur tout, pas que sur l'hôtellerie.

ÉTUDIANT : Et vous ne pensez pas que ces règles dans le futur vont devenir plus strictes ?

PROFESSIONNEL : Alors Toulouse en gros la législation c'est deux appartements par personne physique mais bon si vous êtes mariés deux personnes physiques ça fait quatre appartements. C'est une autorisation qu'ils donnent pour deux ans. Qui sera renouvelable ou non. Et après ils choisiront. Je pense que du moment où il y aura trop d'Airbnb quand les gens n'arriveront plus à se loger, comme dans le marais à Paris, là ils vont choisir quels appartements ils restent en Airbnb après ils commenceront à faire leurs choix : soit ça va tourner ou alors en fonction du standing voilà ça je sais pas...

ÉTUDIANT : Et vous justement est-ce que vous commencez à anticiper ça ?

PROFESSIONNEL : J'anticipe pour mes appartements à moi. En gros quand on a un appartement en location sur un site de location à courte durée on a du choix pour que ce soit intéressant financièrement, soit on se met en loueur meublé non professionnel donc fiscalement, c'est la même comptabilité c'est le réel simplifié, je sais pas si vous avez regardé un peu.

ÉTUDIANT : C'est l'impôt ça ?

PROFESSIONNEL : Oui en fait on paie des impôts que sur... c'est comme une entreprise c'est-à-dire que on paie des impôts sur les bénéfices donc là en fait l'appartement vous êtes compétent donc on fait un amortissement si vous avez 100 000 je sais pas... est-ce que vous auriez un mouchoir ?

ÉTUDIANT : Oui bien sûr !

PROFESSIONNEL : Alors notre amortissement je le fais sur 20 ans, donc 100 000 donc ça fait 10 000 € par an, donc ça fait $10\,000 \div 12$ donc tant par mois à ça on ajoute tous les frais d'électricité, la déco tout ça sous forme d'amortissement on enlève toutes les charges en fait et du coup ça nous évite de payer des impôts. Pour moi c'est intéressant pour mon activité parce que en fait ce que je coûte aux gens ils l'enlèvent. Moi je conseille, je suis pas voyant je sais pas comment ça sera demain... donc soit il y a cette possibilité-là, moi je le fais classer en meublé de tourisme c'est là que je fais le pari : je me dis que dans deux ans la mairie dit avec Airbnb on va serrer la vis on ne va plus du tout donner d'autorisations, je me dis que moi vu que j'ai fait classer mon appartement en meublé de tourisme et que la réglementation est valable cinq ans... fiscalement c'est quand même intéressant parce que il y a un abattement de 70 %, donc on ne paie des impôts que sur 30 % s'il est classé sinon c'est 50 % et là c'est forfaitaire on a pas besoin d'enlever les charges donc c'est plus facile en plus. Je me dis que oui si l'autorisation est valable cinq ans la mairie donnera peut-être plus l'autorisation à des appartements qui sont classés de tourisme que à des appartements qui sont plus destinés à l'habitation surtout que quand il est classé en meublé de tourisme on a pas le droit de louer plus de 90 jours d'affilés à la même personne.

ÉTUDIANT : Ah oui ! Du coup c'est pas très contraignant parce que vous ne louez pas tous les jours.

PROFESSIONNEL : On a des demandes ! Moi je ne le fais pas parce que les gens ils négocient trop et comme ça marche je n'ai pas intérêt à baisser les prix pour 90 jours.

ÉTUDIANT : Et du coup est-ce que vous pensez que vis-à-vis de ses réglementations ou autre, est-ce que Airbnb pourrait être repoussé un jour, je suis..., une éventualité que vous envisagez ?

PROFESSIONNEL : C'est une question que je me pose parfois, regardez par exemple c'est de plus en plus cher, je trouve que c'est de plus en plus professionnalisé. On est plus du tout dans le concept Airbnb du début en fait... donc euh... Alors y a des gens qui préfèrent, il y a des gens qui n'aiment pas arriver dans des appartements où ils ont l'impression d'être chez quelqu'un et y'a des gens qui au contraire trouvent ça dommage parce qu'ils préfèrent le concept des échanges. Je me dis qu'un moment donné il y aura quelqu'un qui va sortir une idée révolutionnaire que personne n'aura jamais et qu'il y a des gens qui se lassent de tout ça... machin...

ÉTUDIANT : Donc Airbnb a des limites ?

PROFESSIONNEL : Pour l'instant je pense qu'ils sont loin mais oui il y a des limites. Après pour l'instant les limites sont au niveau législatif.

ÉTUDIANT : OK donc ce sont les plus importantes pour l'instant ?

PROFESSIONNEL : Oui.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous pensez que l'hôtellerie traditionnelle pourrait revenir à la tête du marché du coup dans les années futures grâce comme on l'a vu à la réglementation et aux prix ?

PROFESSIONNEL : Et aux prix surtout ! Parce que quand on compare même si Airbnb les prix augmentent, moi le premier en tant que, je peux, j'augmente, quand je fixe un prix d'un nouvel appart' j'augmente petit à petit et je vois jusqu'où je peux aller jusqu'à ce que ça marche du coup après je change le prix aussi en fonction des périodes de l'année... ah mais j'ai oublié la question...

ÉTUDIANT : Y'a pas de soucis! C'est est-ce que vraiment c'est que l'hôtellerie traditionnelle pourrait revenir à la tête du marché dans les années futures ?

PROFESSIONNEL : Par exemple moi, je me pose souvent la question c'est que l'hôtellerie traditionnelle elle est souvent multiple, je n'ai pas l'impression que Airbnb ait un impact sur le Mercure.

ÉTUDIANT : Peut-être ?

ÉTUDIANT : En fait on a vu que Airbnb cherchait à concurrencer ce segment affaires que Mercure vise et du coup ils ont annoncé Airbnb affaires, est-ce que ça concurrence vraiment ? En tout cas ils essaient de le faire.

PROFESSIONNEL : Oui, oui, oui. Après je ne sais pas ça dépend, peut-être débile aussi parce que je sais qu'à Toulouse les appartements trop trop standing en fait est-ce qu'il y a vraiment la clientèle je ne sais pas.

ÉTUDIANT : Peut-être la capacité...

PROFESSIONNEL : Alors standing ça peut-être pas très grand mais avec des beaux équipements des trucs pour satisfaire comme je fais...

ÉTUDIANT : Des appart'atelier !

PROFESSIONNEL : Bah c'est bien trouvé le nom ?

ÉTUDIANT : Non franchement c'est top !

PROFESSIONNEL : En plus y'a des expos !

ÉTUDIANT : Ah ouais ?

PROFESSIONNEL : Oui et en plus je ne sais pas combien coûte une chambre ici mais je ne suis pas très cher. Vous travaillez ici vous ?

ÉTUDIANT : Moi je travaille ici.

PROFESSIONNEL : Donc une chambre c'est ?

ÉTUDIANT : Entre 70 et 90 euros le week-end et 100 /120 la semaine.

PROFESSIONNEL : Y'a quoi la chambre euh ?

ÉTUDIANT : La chambre de 20 m² et une télé une salle de bain, ...

PROFESSIONNEL : Voilà voilà ! Donc c'est pas... c'est pas vraiment la même offre, y'a pas de cuisine c'est quand même beaucoup plus concurrentiel Airbnb ! Après c'est pas démentiel, moi quand j'ai tout cumulé c'est-à-dire les frais de ménage les frais Airbnb le prix du truc j'ai une série d'apparts' c'est tout du même propriétaire, je les fais pas avec plaisir, j'en suis pas fier. Ouais moi je les aurais pas mis quoi, je les ai plus tous d'ailleurs. Tout petit là.

ÉTUDIANT : C'est vrai que vous les avez arrêtés ?

PROFESSIONNEL : (montre des photos)

ÉTUDIANT : Et c'est le propriétaire qui fait la décoration ?

PROFESSIONNEL : Alors ça dépend, soit il me demande des conseils que je donne, je ne l'ai fait pas payer. (revient sur les photos) regarde là y'a 3 dessous de plat...

ÉTUDIANT : Mais pourquoi vous l'avez pris alors ?

PROFESSIONNEL : Bon alors le tout premier appart' qu'on m'a filé, donc le mieux, il l'a revendu et lui, en fait, il a une société donc il marchande des biens, il fait des Airbnb tout ça et il ne s'en n'occupe pas du tout il les achète et puis les fait refaire. Il va pas au bout, plus ça va, moins ça va, moins ils sont bien les appartements, il y a quelques temps je lui ai dit que j'arrêtais, donc eh... finalement on a retrouvé un accord et on a renégocié... je lui prends plus cher, puisque les Airbnb qu'il avait remplacé ça l'avait pas fait bah voilà. Là j'arrive à un stade où les trucs pourris je les prends pas.

ÉTUDIANT : Au début vous preniez ...?

PROFESSIONNEL : Au début je prenais un peu tout ce qu'on me donnait.

ÉTUDIANT : Est-ce que des hôtels ou des autres services hôteliers qui vous contactent parfois pour des services comme par exemple un parking, un délogement, je sais pas, est ce que...?

PROFESSIONNEL : Non jamais ! Pourquoi, ils le font ?

ÉTUDIANT : Oui on a eu un entretien où c'était les hôtels dont le parking était plein qui contactais des Airbnb pour des échanges de prestations...

PROFESSIONNEL : D'accord, ok ! Bah non jamais mais ça m'intéresserait, ça serait bien qu'on me propose des places de parking.

ÉTUDIANT : C'est difficile le parking sur Toulouse ?

PROFESSIONNEL : Ouais ouais centre-ville !

ÉTUDIANT : C'est sur.

PROFESSIONNEL : J'en ai pas dans tous les appartements

ÉTUDIANT : Vous pensez que ça améliorerait...?

PROFESSIONNEL : Oui oui les apparts avec des parkings ils marchent mieux.

ÉTUDIANT : Ça permet d'augmenter le tarif ?

PROFESSIONNEL : Pas forcément. Mais de toute façon, les tarifs comme je les fais bouger tout le temps c'est pas forcément que ça augmente, mais à choisir entre celui-là et un autre, ils choisiront celui-là. A un moment où c'est un peu mou, que des réservations de dernière minute, parce que moi je baisse tous mes prix en dernière minute. Regardez, là ce soir, les trucs je les brade quoi.

ÉTUDIANT : C'est du revenue management un peu.

PROFESSIONNEL : Oui voilà c'est ça !

ÉTUDIANT : Alors. Est-ce que vous connaissez le terme de génération Z ?

PROFESSIONNEL : Non ! C'est vous ?

ÉTUDIANT : C'est nous. C'est la génération qui est née entre 1995 et 2010. Est-ce que vous touchez cette clientèle ?

PROFESSIONNEL : Oui.

ÉTUDIANT : Sur une proportion ? Quelles sont les... ?

PROFESSIONNEL : Ça dépend des appartements, du type d'appartement. Justement ça va être sur ceux-là qui sont moins terribles et moins chers... Vous m'avez dit c'est jusqu'à quel âge ?

ÉTUDIANT : Jusqu'à 25 ans à peu près

PROFESSIONNEL : Oui oui si j'en ai, j'en ai de 18 ans hein.

ÉTUDIANT : Vous touchez toutes les ?

PROFESSIONNEL : En moyenne c'est plus des 25/45 quoi.

ÉTUDIANT : D'accord. Est-ce que vous pensez que...

PROFESSIONNEL : Au début j'avais fait des stats là-dessus, mais j'ai arrêté vite parce que... je le faisais sur l'âge des personnes qui réservaient mais ouais j'ai arrêté très vite parce que c'était un peu laborieux.

ÉTUDIANT : Et barbant ?

PROFESSIONNEL : Ouais au début je notais et puis au fil des réservations...

ÉTUDIANT : Du coup est ce que vous pensez que la génération Z elle est importante pour le futur de l'hébergement collaboratif ?

PROFESSIONNEL : Beh oui, dans un sens comme dans l'autre. Parce qu'elle peut trouver un nouveau truc. (réfléchit) moi je sais pas, par exemple quand j'étais jeune, il y avait de plus en plus de chambres d'hôtes, je sais pas si vous considérez ça comme de l'hébergement collaboratif...

ÉTUDIANT : Les chambres d'hôtes ? Bah si en vrai, si c'est chez l'habitant, oui

ÉTUDIANT : En fait c'est une nouvelle forme d'hébergement pour nous, on la considère pas spécialement comme collaborative mais...

PROFESSIONNEL : En fait ce que je veux dire c'est que moi quand j'étais jeune, justement avant Airbnb et tout ça, c'était un nouveau truc par rapport aux hôtels tout ça, bah bon... voilà on est quand même une société où il y a de plus en plus de trucs nouveaux.

ÉTUDIANT : Du coup elle pourrait être néfaste pour Airbnb et autres ?

PROFESSIONNEL : Ouais, ou peut-être que c'est Airbnb qui va inventer un nouveau truc, parce ils sont tout le temps... ils doivent avoir un budget R&D impressionnant, parce qu'ils sont tout le temps sur les applis, à chercher de nouvelles fonctionnalités, des nouveaux... euh, des nouveaux trucs sur les annonces, classifications d'appartements, tout ça. Voilà. Après c'est vrai que je me pose la question, est ce que à changer tout le temps, à mettre des nouveaux trucs, est ce que ça va pas...

ÉTUDIANT : Tuer l'application ?

PROFESSIONNEL : Ouais. Peut-être pas tuer l'application mais...

ÉTUDIANT : L'étouffer ?

PROFESSIONNEL : Oui ... je sais pas je sais pas. Je me pose la question

ÉTUDIANT : Nous aussi, c'est pour ça que on voulait vous rencontrer !

PROFESSIONNEL : Mais je n'ai pas les réponses.

ÉTUDIANT : Elles viendront peut-être, on les attend.

PROFESSIONNEL : Et on n'est pas devins !

ÉTUDIANT : Voilà.

ÉTUDIANT : Alors, euh. Vous nous avez dit que vous aviez un bon taux de fréquentation, quels sont les moyens que vous mettez en place pour attirer ?

PROFESSIONNEL : Beh les prix !

ÉTUDIANT : Uniquement les prix ?

PROFESSIONNEL : Les prix... euh une fois que l'annonce elle est faite... Alors on va dire, pour l'appart que j'ai moi... Enfin je peux rien faire. Si, j'incite les propriétaires à refaire... en disant « voilà, regarde ce qu'il y a à côté » voilà. Donc, soit il faut refaire la déco, refaire les photos, refaire les photos par un pro, hum, le prix bien sûr, l'annonce, voilà. Après, moi si je crois pas en l'appartement c'est très compliqué pour moi pour l'annonce, j'aime pas mentir quoi. J'aime pas en faire des caisses alors que le truc il est... voilà l'annonce je fais le minimum si l'appart il est minimum, je veux pas que les gens quand ils arrivent ils soient déçus.

ÉTUDIANT : Vous faites de la communication en dehors de Airbnb ?

PROFESSIONNEL : Non

ÉTUDIANT : Uniquement l'application du coup ?

PROFESSIONNEL : Ça serait peut-être bien que... J'y pense de temps en temps à faire des trucs sur... mais je suis pas à l'aise, je suis pas un génération Z moi, donc euh, les réseaux sociaux, tout ça, machin, ça serait bien que je balance des photos sur Facebook, sur Instagram, ce genre de trucs, parce que peut être que... j'ai des amis d'amis a des amis qui, à Porto, machin, veulent venir à Toulouse. Mais voilà moi je suis pas très réseaux sociaux donc si je dois chercher un appartement j'irais sur Airbnb, voilà. Mais y en a qui le font et je trouve ça très bien, ils ont raison. Mais je le fais pas, un peu par fainéantise et un peu par...

ÉTUDIANT : Peur ? Enfin méconnaissance du...

PROFESSIONNEL : Ouais c'est juste que je suis pas très réseaux sociaux donc voilà.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous privilégiez la personnalisation des séjours de vos clients ou alors la standardisation de vos biens et de l'expérience en général ?

PROFESSIONNEL : Ça dépend des appartements, c'est ce que j'ai dit en fait, c'est parce que y'a des appartements où je suis content d'accueillir des gens, de discuter

avec eux, après ça dépend aussi du type de clientèle, y'a des gens avec qui je me sens plus proche, c'est plus facile d'échanger, ça dépend des appartements mais oui j'aime bien. C'est un truc que j'aime bien dans ce...`

ÉTUDIANT : Dans ce métier ?

PROFESSIONNEL : Dans ce métier. Même si, c'est de plus en plus compliqué car les gens demandent de plus en plus des arrivées autonomes. Avec des systèmes de boîtes à clés, on a plus besoin de voir les gens.

ÉTUDIANT : C'est dommage.

PROFESSIONNEL : C'est dommage et à la fois, c'est bien. Quand on voyage c'est bien d'arriver à l'heure qu'on veut, de ne pas se dire « il y a le mec qui m'attend à l'appartement, faut que j'y sois à 15h ». Voilà, donc c'est pour ça que les gens le demandent de plus en plus.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous proposez des services associés ?

PROFESSIONNEL : Non. Alors au début j'y pensais et puis en fait, moi je travaille tout seul, c'est à dire même au niveau du ménage, je suis tout seul, je fais tout au maximum, pour gagner le maximum.

ÉTUDIANT : Bien sur.

PROFESSIONNEL : Donc tant que je peux je le fais. Mais y'a des appartements ou je le fais pas, ceux que j'aime pas en fait.

ÉTUDIANT : C'est sûr !

PROFESSIONNEL : Non mais là-bas en plus, c'est les apparts les plus pourris où les gens sont les plus crades en fait. Tu vois donc du coup ceux-là je les fais pas. Mais sinon c'était quoi la question déjà ? Oui les trucs... du coup j'ai pas beaucoup de temps pour les proposer. Mais j'y ai pensé, là j'avais rendez-vous pour le nouvel appartement, le mec me dit « ouais mais tu pourrais mettre une bouteille de champagne, les gens la prennent ou pas, machin ». C'est une suggestion en plus que moi, non.

ÉTUDIANT : D'accord, ok. Est-ce que vous savez si vos clients utilisent les expériences Airbnb ?

PROFESSIONNEL : Je ne sais pas.

ÉTUDIANT : Vous pouvez pas le savoir ?

PROFESSIONNEL : Je sais pas.

ÉTUDIANT : Ils ne vous demandent pas des conseils ?

PROFESSIONNEL : Euh.... Ah si... je reviens sur les trucs additionnels de la question d'avant.

ÉTUDIANT : Allez-y.

PROFESSIONNEL : Ils me demandent des conseils sur les choses à faire à Toulouse, par contre je n'ai eu aucun retour sur les expériences. Voilà. Et la question avant, c'était les trucs additionnels, oui si je vends dans un appartement là. Alors je vends des trucs, euh. Il y a des tableaux qui sont à vendre, et, il y a des... j'ai des amis qui sont artisans, donc je propose à la vente des objets de déco.

ÉTUDIANT : C'est sympa, c'est un petit plus. C'est un peu un boutique Airbnb.

PROFESSIONNEL : Ouais c'est ça ! Après je veux pas. Y'a un papier dans la chambre qui explique, les tarifs, voilà. Moi je veux que ce soit fait de façon discrète en fait, je veux pas que les gens se sentent....

ÉTUDIANT : Obligés ?

PROFESSIONNEL : Ouais, donc du coup je ne leur en parle pas, ils tombent dessus, voient les prix... Y'a tout qui explique mais c'est pas dans l'annonce, euh voilà. Je veux. Voilà. C'est un de mes amis qui propose... après y'a pas beaucoup, c'est pas une boutique, voilà, il y a une lampe, des tableaux, une enceinte...

ÉTUDIANT : C'est sympa.

PROFESSIONNEL : Après moi j'avais pensé, parce que j'aime bien la déco, à faire des partenariats avec des boutiques de déco, tout ça, machin, mais en fait, c'est un peu compliqué parce que, par exemple pour l'appartement que je suis en train de faire, de faire un partenariat avec une boutique de déco, alors voilà moi je vous fais une vitrine sur le monde entier, et vous me filez la déco quoi. Parce que en fait, au début, ce que je m'étais dit c'était de mettre le lien de leur boutique en ligne directement sur Airbnb, sauf que en fait on a pas le droit, pour mettre un lien internet il faut avoir réservé. Donc ça limite seulement aux gens qui réservent, donc c'est un peu plus compliqué pour négocier, avec la boutique en question pour qu'elle me fournisse toute la déco....

ÉTUDIANT : Sauf si vous avez un réseau social !

ÉTUDIANT : Mais même le réseau social, tout est caché sur Airbnb.

PROFESSIONNEL : Non mais ou alors, c'est à dire, mettre des photos de mon appart sur Facebook, tout ça... oui oui pas mal ! Désolé mais c'est vrai ! Donc moi ce que je m'étais dit, c'était que les gens qui allaient chercher sur Airbnb quoi.

ÉTUDIANT : Aient directement le lien, que ça fasse vitrine ?

PROFESSIONNEL : Voilà mais c'est pas possible !

ÉTUDIANT : Ok. Et du coup, si vous allez les voir il faut que vous aillez une grande visibilité ?

PROFESSIONNEL : Ouais voilà c'est ça. Mais la ça se limite aux gens qui viennent chez moi.

ÉTUDIANT : Vous avez déjà démarché des entreprises ?

PROFESSIONNEL : Bah j'ai un ami qui a une boutique de déco donc on en a parlé, mais après... en fait, il faut pas des trucs trop chers, lui il fait des trucs haut de gamme, les gens qui viennent en Airbnb ne vont pas repartir avec un canapé sur la voiture.

ÉTUDIANT : Oui ! C'est vrai que...

PROFESSIONNEL : Il faut des petits trucs, des trucs qui coutent moins de 100€ je pense. Mais moi je l'ai eu cette idée parce que je vois tous les gens qui... le week-end surtout ... comme à l'hôtel, les voyageurs du week-end c'est des gens qui viennent en week-end, donc ils font des pique-niques, ils consomment dans la ville, donc c'est pour ça que j'avais pensé à ça, et euh, les gens la semaine, là ils viennent pour bosser, donc là ils n'ont pas envie de faire les boutiques. Enfin moins.

ÉTUDIANT : Mais ça se fait naturellement votre clientèle semaine ? Je veux dire, là la clientèle semaine c'est celle que l'on appelle la clientèle affaires, vous l'attirez naturellement, elle vient toute seule ?

PROFESSIONNEL : Oui oui, moi c'est Airbnb,

ÉTUDIANT : Trop fort.

PROFESSIONNEL : Vous vous devez démarcher... ?

ÉTUDIANT : Oui il y a des choses à faire en tant qu'hôtelier si l'on veut attirer...

PROFESSIONNEL : Moi la clientèle, c'est pas moi qui vais chercher les gens

ÉTUDIANT : Ça c'est fou ça.

PROFESSIONNEL : Si après, ça serait aller sur les réseaux sociaux, tout ça, pour remonter les annonces, mais euh... la non, à part Airbnb non.

ÉTUDIANT : Quand vous avez commencé vous aviez une idée de la cible que vous alliez toucher ?

PROFESSIONNEL : Moi avec mon propre appartement ?

ÉTUDIANT : Vos attentes ?

PROFESSIONNEL : Non. Sur le type de clientèle ?

ÉTUDIANT : Oui ou sur la quantité ?

PROFESSIONNEL : Mais je pense que quand j'ai commencé, quand j'ai loué mon propre appartement c'était moins justement des gens qui venaient pour bosser.

ÉTUDIANT : C'était plus du tourisme

PROFESSIONNEL : A part les p... (rires) mais sinon c'était des gens plus vieux... ouais je sais pas, voilà.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous pensez que la démarche environnementale doit être accentuée dans l'hébergement ?

PROFESSIONNEL : Alors ouais, moi justement l'autre jour j'y pensais, je me disais, pourquoi tu ferais pas... moi j'essaie de faire gaffe aux produits que j'utilise, un peu, tout ça, mais je le fais aussi chez moi.

ÉTUDIANT : Bien sur.

PROFESSIONNEL : Sans me fixer des règles, et l'autre jour... alors, c'est en fait, ma mère, elle est venue chez moi, nana ni nana na, et elle me dit, ah ouais tu me fais chier avec tes trucs, bah t'as qu'à faire ça dans tes apparts, mettre sur l'annonce que tu nettoies de façon écolo, machin, je lui dis oui, non, mais à partir du moment où l'on fait ça, euh... bah il faut le faire vraiment à fond. Si on vend le truc, il faut faire le truc.

ÉTUDIANT : C'est une vraie démarche.

PROFESSIONNEL : J'utilise quand même de la javelle, tout ça, donc... mais ça serait bien que par exemple Airbnb fasse un label, un truc.

ÉTUDIANT : Ecoresponsable ?

PROFESSIONNEL : Ouais ouais ouais, comme le truc, y'a des petites vignettes pour les familles, affaires, revient à ça, ouais ouais

ÉTUDIANT : Donc en fonction du logement Airbnb attribue...

ÉTUDIANT : Je crois que je l'avais vu ce petit label la, mais...

PROFESSIONNEL : Par exemple, là sur l'atelier : t'as marqué « convient aux familles »

ÉTUDIANT : Ok. Donc ça c'est vous qui le mettez ?

PROFESSIONNEL : Non, ça c'est Airbnb je pense qui le met automatiquement en fonction du nombre de logements et des commentaires des gens qui sont venus.

ÉTUDIANT : D'accord

PROFESSIONNEL : Mais après ça, faire un label écologique, il faut quand même déjà avoir... Airbnb vérifie pas, un label il faut vérifier

ÉTUDIANT : C'est sur.

PROFESSIONNEL : C'est juste sur la bonne foi des gens

ÉTUDIANT : J'avais une autre question qui m'était venue en tête durant l'entretien, est-ce que vous vous avez une carte de visite ? Par exemple je suis client, je veux revenir chez vous, est-ce que je peux ou je dois passer par Airbnb ?

PROFESSIONNEL : Alors en fait je le fais mais avec des gens en qui j'ai vraiment confiance. Mais les gens qui sont venus une fois et qui bah hum, Airbnb c'est quand même vachement bien fait, au niveau des garanties, y'a des assurances, tout ça. Là le mec il est venu une fois, il m'a rendu un appartement nickel, la deuxième fois c'est pas par Airbnb donc machin, la caution tu me donnes un chèque je sais pas si je l'encaisse, si je dois vous le rendre enfin tout ça quoi. Donc du coup je le... j'ai régulièrement des gens qui me demandent de passer en direct, je refuse.

ÉTUDIANT : Oui en fait la commission de Airbnb n'est pas assez importante pour vous faire passer sans.

PROFESSIONNEL : Mais la commission c'est pas moi qui la paye, c'est le voyageur, moi ça me coûte que dalle. Donc après je pourrais monter un peu mais bon, gagner dix balles sur la nuit et puis si t'as un problème... non j'aime pas trop.

ÉTUDIANT : C'est sur.

PROFESSIONNEL : Et puis des appartements qui ne sont pas à moi, encore moins. Après j'en ai, mais c'est parce qu'ils reviennent très souvent. J'ai un appartement où j'ai le mec ça fait un an qu'il vient, a un moment donné... j'ai dit oui. C'est un scientifique qui vient travailler au Canceropôle, il reste 3 jours par semaine. J'ai dit oui.

ÉTUDIANT : Et comment ça se passe avec les propriétaires, vous avez des contrats ?

PROFESSIONNEL : Alors moi je fais pas de contrats, je devrais le faire mais en fait, moi en cas de problème, je suis couvert par Airbnb, le seul truc, c'est si un mec ne paie pas. Bon s'il ne me paie pas, moi j'arrête de m'occuper de ces appartements. Comme c'est que des gens de mon réseau et tout, au début j'en ai pas fait, après je me suis dit qu'il fallait que j'en fasse et j'en ai pas fait, et puis. Il faudrait que j'en fasse. C'est très mal.

ÉTUDIANT : Après c'est peut-être indiscret, mais, quel est le pourcentage de... sur une nuit ?

PROFESSIONNEL : Alors entre 15 et 20%, plus les frais de ménages.

ÉTUDIANT : Ah donc vous payez les frais de ménages ?

PROFESSIONNEL : Non non, on me donne les frais de ménage

ÉTUDIANT : Parce que c'est vous qui faites le ménage ?

PROFESSIONNEL : Oui voilà, donc 100% des frais de ménages plus 15% de la nuit.

ÉTUDIANT : Y'a une forte concurrence sur Toulouse ?

PROFESSIONNEL : Il commence. Après moi ça va, comme vous m'avez pas posé la question, je vais vous répondre, moi je suis en statut d'auto-entrepreneur, donc ça veut dire que là j'arrive au plafond de revenus en fait, de franchise de TVA, c'est à dire qu'après si je gagne plus... euh...

ÉTUDIANT : Faut faire une société ?

PROFESSIONNEL : Alors je suis pas obligé de faire une société tout de suite mais je paie la TVA, et j'ai pas envie de payer la TVA. (rires). Ça voudrait dire que pour gagner la même chose, il faudrait que j'ai 20% d'appart en plus. Enfin il faut que je travaille pour gagner...

ÉTUDIANT : 20% de plus ?

PROFESSIONNEL : Oui donc il faut travailler 20% de plus.

ÉTUDIANT : Après il faut embaucher des gens pour gagner plus, et...

PROFESSIONNEL : Ouais, mais moi là, au tout début quand j'ai commencé, je me suis dit le but c'est de monter en société, et j'ai discuté avec plusieurs personnes, avec un ami, enfin pas vraiment un ami, quelqu'un que je connais, qui est à Montpellier et qui a une cinquantaine d'apparts en gestion et il me dit « mais moi j'aimerais être comme toi, ou t'as tes 10 apparts et où tu... » il me dit « tu gagnes autant que moi maintenant avec des emmerdes pas possibles ». Parce que lui, sur ce qu'il gagne, il salarie des gens, paie la TVA, enfin fait tout ce que je ne fais pas, mais après il valorise une entreprise donc il pourra revendre. Moi mon truc c'est de me dire, ne pas aller vers le trop gros et me faire mon capital en achetant et retapant des appartements. Ce serait plus ma façon de gagner de l'argent.

ÉTUDIANT : Après il n'y a pas une limite dans le temps ? En auto-entrepreneuriat ?

PROFESSIONNEL : Non, non.

ÉTUDIANT : C'est jusqu'à un certain seuil de CA ?

PROFESSIONNEL : Oui jusqu'à un certain seuil de CA pour rester en autoentreprise et un de franchise de TVA qui est beaucoup moins important que celui du CA.

ÉTUDIANT : D'accord. Alors on va passer à la conclusion, si c'est bon pour vous?

PROFESSIONNEL : D'accord.

ÉTUDIANT : Comment vous voyez-vous dans le futur ?

PROFESSIONNEL : Alors sur une plage avec des mojitos et des mai-thaï...

ÉTUDIANT : Donc avec une vraie société ?

PROFESSIONNEL : Ah non non, avec des appartements sur Toulouse, et des gens qui font le boulot que je fais pour s'en occuper. Je me vois à la place de mes clients. Mon but dans la vie c'est de ne pas travailler longtemps, nettoyer les chiottes c'est pas passionnant.

ÉTUDIANT : Dans le futur comment voyez-vous votre offre d'hébergement ?

PROFESSIONNEL : Alors ça rejoint la question d'avant, enfin ce que je vous disais tout à l'heure, grandir ou pas grandir ? Soit rester comme je suis soit grandir. Oui l'évolution est là. Monter une vraie conciergerie où là ce n'est plus du tout le même boulot, c'est de la gestion de personnel, toi tu vas faire le ménage là... ça fait partie des possibilités. J'aime bien quand même les choses qui bougent, je ne veux pas me lasser.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous pensez que le principe pur d'hébergement collaboratif pourrait s'éteindre ? L'échange, le partage, ...

PROFESSIONNEL : Oui oui oui, après, comme on parlait tout à l'heure d'écologie, on entend que prendre l'avion aussi souvent ce n'est pas bien, donc à un moment donné... mais à ce niveau-là c'est l'hôtellerie en général.

ÉTUDIANT : Comment vous percevez l'arrivée de la nouvelle génération ?

PROFESSIONNEL : Euh... c'est ce que j'ai dit tout à l'heure. Je les vois que par Airbnb. Ça dépend des appartements, plus petit budget.

ÉTUDIANT : Est-ce que pour autant vous les voyez comme l'avenir de l'hébergement avec tous les réseaux sociaux, tout ça... ?

PROFESSIONNEL : C'est l'avenir de tout le monde puisque c'est la prochaine. Il faut rester optimiste.

Annexe K : Retranscription entretien professionnel N°6

Professionnel questionné : Chef d'entreprise d'une conciergerie

Date : 2 mars 2020

Lieu de l'entretien : Toulouse

Nous avons eu une discussion avant de commencer l'entretien, nous nous sommes présentés à ce moment-là.

ÉTUDIANT : Nous allons commencer, vous êtes prêt ?

PROFESSIONNEL : Oui.

ÉTUDIANT : Alors on va commencer par vous demander de vous présenter brièvement.

PROFESSIONNEL : Alors du coup j'ai fait un parcours classique d'hôtellerie, donc je voulais absolument faire de l'hôtellerie, être directeur d'hôtel, et aller à l'étranger. J'ai commencé en hôtellerie ça m'a plus ou moins plus, c'est un peu trop conventionnel pour moi on va dire et on est toujours un peu pieds et poings liés par les clients ou par le personnel ou par une direction de groupe. J'aime bien les gros hôtels du coup voilà, c'était un peu compliqué, du coup j'ai voulu faire deux trois Check-in, je voulais partir dans l'immobilier et j'ai commencé à faire des Check-in de temps en temps, sauf que de temps en temps pour moi c'est devenu tout le temps, et j'ai fait que ça de mes journées du coup je me suis dit autant monter quelque chose, par rapport à ça, parce qu'il y a une vraie demande, des propriétaires qui ne peuvent pas s'occuper de la remise de clés, de l'entretien des appartements et voilà. Et plus ça va, enfin on s'est aperçu très rapidement que la clientèle devenait de plus en plus exigeante et voulait de plus en plus de l'hôtellerie, même si c'est du Airbnb et donc on a professionnalisé un peu le concept et on en arrive à un fonctionnement hôtelier. Donc ce qu'on fait, typiquement c'est de l'hôtellerie. Dans des appartements mais c'est de l'hébergement pas traditionnel comme on peut avoir dans des chaînes hôtelières classique mais c'est des mini-hôtels, un peu partout dans Toulouse, qu'il faut gérer avec les mêmes problématiques, tout est exactement pareil. On a la... la simplicité qu'on a c'est d'aller à d'un appartement à l'autre, d'avoir des appartements différents dans des quartiers différents, et pas tout dans le même building. Mais c'est aussi un inconvénient, parce que il faut courir à droite à gauche. Si une taie d'oreiller est tachée la femme de ménage ne peut pas aller à la lingerie et la changer, donc ça fait des allers retours. Donc ça c'est un peu le souci, mais voilà globalement. Et on gère entre 75 et 80 appartements actuellement et on est 5 à gérer ça, pour le côté actuel et j'ai pour projet d'ouvrir d'autres villes, dans le futur. Voilà.

ÉTUDIANT : Un futur proche ou un peu plus lointain ?

PROFESSIONNEL : Un futur assez proche.

ÉTUDIANT : D'accord. Là sur le marché toulousain, je sais pas si vous avez à peu près, une estimation, de ce que vous représentez ?

PROFESSIONNEL : Par rapport à Airbnb ? Non pas vraiment, après l'offre évolue en permanence, parce que ce n'est pas comme un hôtel qui peut se monter où ça prend un peu de temps, là n'importe qui peut mettre son appartement sur Airbnb dans la minute. J'avais des échos comme quoi y avait environ 2000 logements mais voilà, après nous on est une grosse conciergerie, y'a beaucoup de petits qui ont entre quatre et cinq appartements, y a pas de très grosses conciergeries. On est une des seules. Et après y'a des agences de locations, eux ils font de la gestion d'annonces et ils nous délèguent les missions de bases que sont check in, Check out, gestion du ménage et du linge.

ÉTUDIANT : Ok. Vous avez cinq employés ou vous êtes cinq ?

PROFESSIONNEL : Cinq avec moi.

ÉTUDIANT : Et vous aussi vous gérez aussi Check in et Check out, je veux dire, vous êtes tous sur le même pied d'égalité dans l'entreprise ?

PROFESSIONNEL : Non parce que je suis le plus vieux, que c'est ma société et que y'a des choses que je n'ai plus envie de faire, donc je délègue. Après je continue quand même à faire des ménages ça permet plusieurs choses : d'une de baisser les coûts, parce que je délègue pas à un indépendant ou quoi, parce que... oui c'est ça, on fonctionne avec des salariés donc s'ils font 5 ou 6 appartements c'est le même salaire, après quand y'a des grosses journées on a des indépendants, dont 1 qui est là tous les jours, donc moi si je fais un ménage c'est toujours ça que je ne lui donne pas, fois 365 jours, ça permet de partir en vacances plus loin. Et ça permet aussi de voir les difficultés que peuvent rencontrer les employés dans les appartements. Parce que si vous restez dans votre bureau toute la journée vous avez tendance à oublier ce que vous faisiez avant et donc oublier que les appartements peuvent être très sales et que le linge peut être très lourd, que quand il pleut il faut aller d'un appartement à un autre et que c'est pas forcément marrant, que en pleine canicule c'est pareil, voilà. Encore une fois, on n'est pas un hôtel ou toutes les chambres sont les unes à côté des autres, donc ça permet aussi de se remémorer un peu ce qu'endurent les filles, et donc d'avoir un peu les pieds sur terre. Et ça permet aussi de vérifier dans les appartements si ce n'est pas trop abîmé voir ce que l'on peut changer, proposer des améliorations et aussi vérifier la qualité. Parce que des fois ce qu'ils font c'est très bien mais des fois on a besoin de repasser pour re-checker, refaire mieux que ce que l'on fait actuellement.

ÉTUDIANT : Sur les cinq postes que vous avez, c'est à peu près comment la hiérarchie, c'est vous qui attribuez les tâches, il y en a qui sont responsables de la communication, de là.

PROFESSIONNEL : Alors il y a un qui devient associés, qui fait pas mal d'heures et qui gère quand je suis pas là, si je pars en vacances ou quoi, donc il a carte blanche sur tout. Après on a une troisième personne qui fait tout ce qui est un petit peu de ménage, beaucoup d'arrivées, un petit peu de gestion quand on est pas là, parce qu'il arrive que ou mon associé ou moi ne soyons pas là. Donc du coup il faut que ce soit lui, comme ce week-end, il faut qu'il gère un peu le téléphone enfin qu'il gère un peu la société, on reste pas mal en contact mais voilà c'est lui qui est sur le terrain. Et après on a deux femmes de ménage qui ont à chaque jour de travail un nombre d'appartements attribués et voilà.

ÉTUDIANT : La question que je me posais, c'est, pour les biens que vous proposez vous proposez que des biens en entier ?

PROFESSIONNEL : On ne fait que des appartements qui ne sont pas habités. Parce que c'est trop compliqué, on a tendance à être dans leurs affaires, à être dans leur crasse et donc ce n'est pas possible. On s'occupe uniquement de résidences secondaires on va dire. Donc des lieux qui sont uniquement dédiés aux voyageurs.

ÉTUDIANT : Au début que vous avez parlé d'une exigence qui avait augmenté, comment s'est-elle manifestée ?

PROFESSIONNEL : Ils pinaillent de plus en plus, moi quand j'ai commencé c'était des linges que les propriétaires fournissaient et que l'on lavait nous-même, maintenant ils veulent du linge d'hôtellerie donc typiquement on a des accords avec des sociétés et maintenant on a le même linge que dans les Novotel, ils veulent de plus en plus avoir des petites attentions dans les appart' donc que ce soit des, des dosettes de café, du thé, un shampoing, du gel douche, avant c'était pas du tout obligatoire et de plus en plus Airbnb ou Booking commencent à les rendre obligatoires. Parce que on a de plus en plus une clientèle business qui prend l'avion, qui n'a pas envie d'amener son gel douche, qui a envie d'arriver comme à l'hôtel. Mais à la base Airbnb c'est je viens dormir chez le propriétaire ou je partage une expérience et je m'adapte. Maintenant si le client veut arriver à 17h il faut que je sois là à 17 heures. Eux ils peuvent nous faire attendre mais pas l'inverse. De plus en plus, ils se croient comme à l'hôtel à venir quand ils veulent et repartir quand ils veulent, il leur faut de plus en plus de services, il leur faut Netflix sur la télé. Voilà ce n'est pas comme avant, ce n'est pas le petit logement de vacances c'est, ça devient... après c'est un petit peu de notre faute à nous puisque c'est nous qui professionnalisons d'un côté donc du coup ils voient bien qu'on est une société et qu'on professionnalise donc ils vont exiger de nous plus de rigueur que si c'est la petite propriétaire qui habite à côté qui donne les clés ou qui fait ça de temps en temps. Ce n'est pas de notre faute mais voilà on n'y participe à la professionnalisation du Airbnb.

ÉTUDIANT : Moi j'ai une dernière petite question, tous les logements que vous proposez, enfin, quand vous louez un logement ça passe à 90 % du temps par Airbnb ou pas ? Parce que l'on a vu que vous étiez sur la plateforme « escapade toulousaine » et puis vous avez également votre site Internet.

PROFESSIONNEL : Ah oui en fait escapade toulousaine c'est comme un logiciel hôtelier qui synchronise les réservations, c'est un Channel manager, donc en gros il va envoyer une autre annonce sur Booking, Airbnb et en direct sur d'autres plateformes, si vous voulez, nous on se limite à celle-là parce qu'il n'y a pas d'intérêt sur Toulouse en avoir d'autres. Quand on change le prix, notre logiciel se charge de les changer sur les autres plateformes, quand il y a une réservation sur Booking ça le dit à Airbnb en direct que ça ne peut pas être réservé donc. C'est exactement comme un logiciel hôtelier ou de tourisme, donc utilisé par les hôtels ou les offices de tourisme et nous ça nous évite de faire du surbooking et ce genre de choses. Et du coup escapade toulousaine c'est notre site, donc ils ne paient pas de commission Airbnb et Booking et donc ça leur revient moins cher.

ÉTUDIANT : Parce que c'est votre site privé ?

PROFESSIONNEL : Oui.

ÉTUDIANT : Et il est géré par qui ?

PROFESSIONNEL : Par notre logiciel, notre Channel manager mais c'est nous qui recevons en direct les réservations.

ÉTUDIANT : D'accord, super. On commence l'entretien ?

PROFESSIONNEL : Oui

ÉTUDIANT : Maintenant que je sais à peu près tout ce que je voulais savoir donc on a recentré votre entreprise et le contexte de notre entretien. C'est la première société de ce type que l'on rencontre, une société de conciergerie.

PROFESSIONNEL : Vous avez d'autres conciergeries ?

ÉTUDIANT : Alors comme notre sujet concerne vraiment l'hébergement collaboratif, donc on avait déjà tous les types d'hébergements traditionnels dans un premier temps, et après on s'est intéressé à Airbnb donc on a eu un monsieur qui louait une chambre chez lui, ensuite on a eu un monsieur qui fait de la conciergerie mais à plus petite échelle, il est tout seul, et il est auto-entrepreneur.

PROFESSIONNEL : C'est quoi son nom ?

ÉTUDIANT : C'est Guillaume je ne connais pas son nom. Il a une petite quinzaine d'appartements. Et puis vous vous êtes le niveau au-dessus donc c'est très bien ça nous permet de voir un peu toutes les échelles. C'est très intéressant. Alors nous notre sujet c'est l'hébergement collaboratif et l'arrivée de la génération Z sur le marché de l'hôtellerie traditionnelle.

PROFESSIONNEL : Alors qu'est-ce que vous entendez par hébergement collaboratif ?

ÉTUDIANT : Justement on va y revenir dans notre entretien et c'est vous qui allez nous donner votre propre définition. Et pour nous la génération Z est la génération qui est née en 1995 et 2010.

PROFESSIONNEL : Donc c'est vous ?

ÉTUDIANT : C'est nous.

PROFESSIONNEL : C'est vrai ?

ÉTUDIANT : Oui. Du coup qu'est-ce que vous pensez du marché de l'économie collaborative de manière générale sans rentrer dans l'hébergement à proprement parler, est-ce que vous l'utilisez ?

PROFESSIONNEL : Alors déjà quelle définition vous donner à ça ?

ÉTUDIANT : Est-ce que vous avez une image, des mots que vous pourriez mettre là-dessus ?

PROFESSIONNEL : Alors je pense que c'est un concept fourre-tout un peu comme la conciergerie où l'on fait tout et n'importe quoi, et je pense que ça a une éthique et des valeurs mais les gens utilisent un peu ça pour se donner bonne conscience, comme les hôtels et l'écologie, enfin c'est se moquer un peu du monde. Quand Accor vous dit que si la serviette est accrochée au mur on ne la changera pas et que c'est bien pour la planète, ça fait surtout de grosses économies, nous on le voit, si ça vous fait gagner 50 serviettes par jour, c'est énorme, sur l'année ça fait beaucoup d'argent. Je ne suis pas sûr que toutes les économies soient utilisées pour replanter des arbres. Donc voilà moi l'économie collaborative je pense que c'est l'avenir, et c'est pour ça qu'il faut labelliser ou au moins recentrer le truc, parce que ça peut devenir tout et n'importe quoi.

ÉTUDIANT : Alors collaboratif pour vous ça veut dire quelque chose où le client aide ?

PROFESSIONNEL : Collaboratif c'est... (porte qui s'ouvre, quelqu'un rentre). Julien mon associé. Quel est le marché collaboratif ?

PROFESSIONNEL : Alors pour moi c'est les sites de services que vous trouvez genre vous appelez votre voisin pour votre vie c'est une étagère où c'est de l'entraide mais le problème c'est que voilà tout finit par se monnayer. Et c'est là où on peut tomber dans des travers : Airbnb c'était ça à la base, c'est-à-dire que vous ouvrez une chambre d'amis à quelqu'un et vous faites payer un petit truc pour l'eau et électricité mais ça en devient business. Parce que les propriétaires nous qu'on a, ils ne font pas ça pour arrondir les fins de mois quoi. Y en a qui font ça pour en vivre, ils ont cinq ou six apparts' et ils vivent grâce à ça. Et c'est là où c'était collaboratif et ça devient de plus en plus business et voilà.

ÉTUDIANT : Vous personnellement est-ce que vous avez un bien sur Airbnb ? Est-ce que vous avez un bien du coup ou une chambre ?

PROFESSIONNEL : Alors nous on fait pas du tout de chambres....

ÉTUDIANT : Oui mais à titre personnel ?

PROFESSIONNEL : Ouais, ouais ouais, un studio que j'ai mis en location parce que j'ai vu que c'était intéressant et que je voulais faire pareil. Mais moi c'est un but financier et pas du tout collaboratif, pour être franc avec vous, voilà.

ÉTUDIANT : Est-ce que par exemple, dans les nouveaux modes d'hébergement, on pourrait genre, l'hôtellerie collaborative pourrait révolutionner l'hôtellerie dite classique, genre des structures d'hôtel, et que avec, les professionnels un peu comme vous, de conciergerie, ça pourrait peut-être bousculer l'hôtellerie traditionnelle est dans quelle mesure ?

PROFESSIONNEL : Alors, je pense que ça va les bousculer déjà, parce que les mairies achètent un peu la paix sociale avec les hôtels en mettant des taxes de séjour, alors la pareil, il y a le côté financier, mais ça permet un peu aussi de calmer les hôtels en disant « ils sont aussi soumis aux mêmes taxes que vous, voilà ils essaient de faire un effort », alors d'un côté je sais qu'on est pas vraiment aimé des hôtels car on leur pique des clients, mais je pense que l'hôtellerie traditionnelle est un peu dépassée, moi je demande aux clients surtout la clientèle affaires « pourquoi avec le même budget vous allez dans un Airbnb et pas dans un hôtel ? » et en fait ils en ont marre d'être un numéro,

c'est à la chaîne, il y a la queue client pour faire votre check in, vous avez des chambres qui sont assez petites vous n'avez pas de machine à café, pas de cuisine, pas de salon, ou alors ce sont des grandes chambres et ça coûte très cher, ou alors il faut prendre des appart's hôtel et pareil c'est très standardisé très froid. Voilà nous, ce qu'on fait, alors voilà il ne faut pas tomber dans les travers non plus, devenir une trop grosse société en prenant trop d'appartements et avoir justement le problème des hôtels, nous on essaie d'avoir un accueil personnalisé, on amène le client à l'appartement, on lui donne des conseils sur Toulouse sur la ville en fonction de la tranche d'âge : vous n'allez pas conseiller une boîte de nuit si c'est un couple de 60 ans, on ne cible pas les mêmes choses. On essaie vraiment de faire un accueil personnalisé et on passe du temps à montrer l'appartement, à leur expliquer tout ça. Là c'est plus justement du collaboratif que tenez, vous êtes chambre 220, première porte à droite, houla c'est beaucoup plus à la chaîne. Et je pense que les hôtels un peu trop standardisés, alors vous ne prenez sans aucune, sans être négatif, parce que j'y ai travaillé dans cet endroit, mais vous prenez une chambre d'hôtel Ibis c'est la même à Paris, à Tokyo et ça manque de personnalisation. Les hôtels Ibis Style ont commencé à essayer changer un peu le concept, de proposer des concepts de proximité, vous avez par exemple parfois des grandes tables hautes où vous pouvez manger avec des gens d'autres chambres, alors voilà ils essaient de faire ça, c'est l'avenir mais le concept d'hôtellerie d'avant ne va jamais revenir et il est très fatigué.

ÉTUDIANT : Donc en soi, l'hôtellerie traditionnelle doit faire sa propre révolution dans le sens plus dans le collaboratif là où tout le monde partage tout ?

PROFESSIONNEL : Après je ne sais pas si il y a des clients qui n'ont pas envie de tout partager, moi typiquement je suis en vacances et je ne veux rien partager avec personne parce que je fais du Airbnb toute la journée et je veux être tranquille avec ma chambre d'hôtel donc je ne prends pas d'Airbnb, je veux passer la journée à l'hôtel, je suis très content de trancher avec ce que je fais toute la journée. Alors le collaboratif c'est bien, mais partager avec la voisine la chambre d'à côté c'est super mais voilà il faut trouver le juste milieu et se dire là ça m'intéresse, là un peu moins, parce que si l'on fait trop, ça devient une auberge de jeunesse vous voyez, mais je suis pas sûr que les gens ne soient prêts à ça. Pour moi c'est pareil, je ne suis pas trop d'accord avec ça, je pense que c'est plus du service qu'il faut leur proposer ou de la personnalisation comme vous avez Mama Shelter qui le fait très bien, il propose des trucs qui vont casser les codes, Du resto du Rooftop, voilà, il propose plein d'objets à vendre sur la thématique c'est ouvert c'est super sympa. Par exemple, vous pouvez acheter une box de sexe Mama Shelter, ça fait marrer tout le monde et c'est pas collaboratif du tout, enfin vous pouvez partager avec toutes les chambres à côté mais ça fait un peu bizarre, mais là c'est un service que les autres hôtels ne proposent pas, ça peut choquer certains types de clientèle s'ils voient apparaître ça sur leur page de réservation. Mais d'un autre côté, si vous prenez un hôtel ou quoi, vous avez envie d'un truc un peu plus fun et un peu plus rigolo que la chambre d'hôtel et le petit gâteau Lu, c'est un peu passé ça. Donc on achète du service. D'ailleurs, j'ai vu Accor a sorti une nouvelle marque, là pour l'instant c'est que en Australie mais les tarifs ne sont pas du tout en avance, vous bookez des services et à la fin le prix proposé, mais ça reste du raisonnable, c'est un trois-étoiles en équivalent en France.

ÉTUDIANT : Ah, vous choisissez vos services avant et ça vous proposer un prix.

PROFESSIONNEL : C'est ça.

ÉTUDIANT : C'est pas bête. C'est quoi cette marque d'hôtel ?

PROFESSIONNEL : Je sais plus du tout, il n'y en a qu'un pour l'instant, mais il prévoit d'en ouvrir une trentaine dans l'Europe et en Asie.

ÉTUDIANT : Donc ça typiquement ça change, après je ne sais pas si c'est collaboratif, mais ça change du truc classique : Ibis Rouge Ibis bleu où ça ne fait pas rêver d'aller dormir. En tout cas moi ça me fait pas rêver, après ce n'est pas très cher mais ça manque de fun je trouve.

ÉTUDIANT : Vous nous avez parlé depuis tout à l'heure de casser les codes, comment dans cette conciergerie vous cassez les codes ?

PROFESSIONNEL : En mettant des vieilles baskets, on enlève le costume cravate déjà, non mais voilà, j'ai un autre collègue qui est arrivé avec un jean tout troué mais là j'ai dit bon bah voilà on va essayer de rester un minimum... mais non justement on n'est pas en pingouin derrière le bureau. L'hôtellerie c'est très bien moi j'y étais très bien mais fallait être rasé de près, être en costume cravate, les clients il s'en foutent de ça. Après c'est sûr que Mama Shelter ils font un peu comme ils veulent, mais des fois ça fait un peu... Léger sur certains points. Mais pareil on peut essayer de rester classe ou professionnel sans forcément être habillé trop stricte. Voilà c'est simple, les gens ont un peu marre de ça en fait. Il faut réussir à trouver le juste milieu entre faire du semblant hôtelier, quand je dis semblant hôtelier c'est plus sur la qualité de nos prestations tout en restant très très très proche nous de nos clients. C'est presque un ami qui vient à la maison, donc il faut localiser très chaleureusement et se démarquer dans un hôtel en faisant plus que tout mais c'est votre clé, l'appartement est à cette adresse, ou l'appartement est à cette adresse, C'est plus dans la communication avec lui sur ce qu'il va rechercher à voir à Toulouse avoir comme expérience pour pouvoir nous l'aiguiller donc plus effectivement en mode je t'héberge chez moi plutôt que ben c'est de l'hôtel, tout est clean tout est propre voilà. C'est plus ça il faut se démarquer aujourd'hui. Après il y a des voyageurs qui arrivent en nous tutoyant, surtout les espagnols, ils arrivent donc en nous tutoyant, et moi j'ai pris le pli : celui qui me tutoie je le tutoie en retour. Ça passe, personne ne m'a jamais rien dit. Mais après voilà, on essaie de se mettre au niveau du client, si c'est un jeune qui me dit est-ce que tu aurais les clés de mon truc, je vais lui répondre bah ouais tiens ta clé. A un moment, on essaie ou de casser les codes comme ça. Après c'est pas carnaval, les gens ils ont aussi envie de leur tranquillité dans leur chambre, après ce qu'on peut essayer de faire c'est leur proposer des choses qui nous plaisent à nous. Après nous, on a un certain âge, ça fait très vieux quand je dis ça, on a 30 ans, j'ai quelqu'un de 20 ans qui va peut-être me dire il me fait chier avec ces restos celui-là, j'ai envie d'un truc un peu plus fun. Et d'autres vont dire bah moi je suis trop vieux pour leurs bars eux. On essaie de s'adapter mais on propose surtout des choses qui nous plaisent à nous, et pas une liste de trucs un peu bateau pour essayer de... Voilà des restos, nous on essaie de leur dire, voilà.

ÉTUDIANT : Vous avez parlé de personnification. Euh de personnalisation plutôt, et par exemple pour ça vous avez parlé également d'expérience client, de faire vivre aux clients une expérience, et comment vous faites pour essayer de faire vivre cette expérience client ?

PROFESSIONNEL : Alors on a un logiciel qui nous est interne , qu'on essaie de remplir au maximum maximum, petit à petit car on l'a lancé il y a pas très longtemps, surtout

ce qu'il y a à faire à Toulouse donc par exemple les bars que nous on a testé et qu'on va recommander derrière, parce que quand vous arrivez dans une ville finalement vous pouvez acheter un guide mais ce n'est pas forcément ce qu'il va vous dire oui il est bien ou il a cinq étoiles, oui il a quatre étoiles, c'est pas ça qui fait l'ambiance. On conseille également les lieux à visiter des choses à faire, mais après la personnalisation selon moi elle est plus dans chacun va rechercher des choses différentes, donc le client c'est plus l'accueillir en lui disant qu'est-ce que vous voulez faire à Toulouse, vous êtes intéressé par quoi : plutôt par des musées, plutôt par l'histoire de Toulouse, plutôt par faire la fête, etc. et c'est là où on peut se démarquer en personnalisant leur choix et en disant on va plus vous conseiller si vous êtes là pour la fête, la place Saint-Pierre, le nouveau bar à la mode etc., si vous êtes là pour les musées allez plus voir Les Augustin, aller voir ça, aller voir ça. La personnalisation elle est plus là, après on peut personnaliser nos services donc c'est-à-dire vous allez agrémenter votre séjour avec une bouteille de vin, avec un champagne, tout ça. Mais après on part sur un service qui est payant et la personnalisation est beaucoup plus coûteuse. C'est ça aussi, par exemple ce week-end, il fallait marquer joyeux anniversaire aux pétales de rose sur le lit, donc c'est personnalisé mais c'est un peu relou et ça prend du temps ; mais c'est typiquement ça, on vous demande quelque chose que ce soit une bouteille de champagne ou un joyeux anniversaire une surprise, on nous a demandé une ambiance coquine un jour dans un appartement, ça m'a fait beaucoup rire au téléphone, mais au bout d'un moment je ne vais pas non plus me cacher dans le placard. Voilà ça c'est de la personnalisation, donc pareil on lui a fait un truc champagne pétales de rose, très romantique, mais il y a des gens qui nous demandent, je ne sais pas des bars bien particuliers, où ils vont nous demander où est-ce qu'on peut fumer à Toulouse, donc on n'est pas censé vous répondre là-dessus mais on dit aller vers là, vers là, ou vers là on sait que ça existe. Là on personnalise, je ne peux pas aller plus poussé, mais c'est comme dans un hôtel, un moment il y a des moments où il faut se..., voilà.

ÉTUDIANT : Vous avez parlé d'une plateforme c'est ça ? C'est escapade ?

PROFESSIONNEL : Alors ça c'est notre site de réservation.

ÉTUDIANT : Non mais...

PROFESSIONNEL : Mais c'est très bien de l'avoir regardé ! Ça c'est notre site de réservation qui recense les logements qu'on a ou une partie tout du moins, et après on a un logiciel interne à ça. Je peux vous montrer la page.

ÉTUDIANT : Du coup vous leur donnez un accès c'est ça ?

PROFESSIONNEL : Oui chaque client a un accès, un espace client durant la durée de son séjour, je vais vous montrer.
(Nous montre le logiciel).

PROFESSIONNEL : Donc ça c'est un autre logiciel qu'on connecte à notre Channel manager qui nous recense les réservations et tout, et globalement, le client qui arrive ce soir à 20h30, donc on clique sur sa réservation, c'est comme un truc d'hôtel sauf que nous on a fait des fiches clients par appartement, et ça lui donne des informations personnalisées en amont, ça lui évite aussi de m'écrire 150 textos pour avoir des informations et des questions ou il a les réponses. Ça reprend aussi toutes ces informations de réservation, toutes les méthodes de check-in qu'il a choisi. Le site se met automatiquement dans la langue que le client a choisie, anglais, français, chinois,

nous comme ça au moins on est sûr que les clients comprennent, parce que il y en a qui ne parlent pas français ni anglais et c'est horrible. Ça regroupe les informations de l'appartement, les nôtres et ça leur propose du coup le pass visite, la bouteille de champagne et des services supplémentaires s'ils en veulent et également les restaurants à proximité. Ça géo localise les restaurants par rapport au logement. Pense à le faire pour le musée aussi. Ça lui propose de réserver le taxi s'il arrive en avion. L'objectif pour nous c'est d'apporter du service pour le voyage et nous, nous dégager du temps parce que si on est dans les appartements et que le téléphone sonne 15 fois, c'est pénible, et ça permet de faire des ventes supplémentaires et donc de maximiser un peu les revenus.

ÉTUDIANT : Donc ça c'est votre site vous l'avez créé... Vous l'avez créé à peu près combien de... À quelle période de votre entreprise ?

PROFESSIONNEL : Wishbox ça fait un moment qu'on utilise... Mais qu'on l'utilise vraiment ça fait 2-3 mois vraiment enfin, avant c'était plus parce que ça nous permettait d'envoyer un message automatique et de ne pas écrire au client du lendemain. C'était une application qui était relativement jeune et maintenant il rajoute des petites choses au fur et à mesure, donc nous on regarde parce qu'on perçoit que ça nous permet vraiment de piloter des livrets d'accueil personnalisé et d'être plus rapide : si je change la liste de restaurants ça me change les 64, y'a pas besoin de réimprimer, il n'y a pas besoin de changer : la selfie en automatique. Et en instantané. C'est un gain de temps.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous... Est-ce que des hôtels vous ont déjà contacté pour utiliser vos services ? Dans les précédents entretiens on a eu des personnes qui nous ont dit que ça leur est arrivé déjà de louer des places de parking à des hôtels tout ça, il y a des échanges de procédés contre rémunération bien sûr, est-ce que vous ça vous est déjà arrivé ?

PROFESSIONNEL : Mais samedi et dimanche le gardiennage de bagages, nous en renvoie vers un hôtel, parce que nous l'agence on est dans des appartements, mais on est fermé en physique donc pour éviter de dire aux clients non on est fermé débrouillez-vous on les renvoie un hôtel et après l'hôtel les factures aux clients comme ils veulent et pour les arrivées tardives, le dépôt de clés se fait à l'hôtel et l'hôtel remet les clés à notre place après 21 heures jusqu'à bah y'a pas d'heure puisque la réception est ouverte 24 24. Donc nous ça permet de ne pas faire de trou de réservation ou de ne pas annuler la réservation parce que le client est trop en retard, on met les clés là-bas ils passent quand ils veulent et après ils rentrent en autonomie dans le logement. Donc on utilise l'hôtellerie pour ça. Après on est mal vu par certains hôtels mais après c'est dommage parce que ça pourrait être collaboratif, parce que justement l'hôtel avec lequel on travaille, même s'il récupère je vais dire une bêtise 50 € par mois sur deux bricoles, dans tous les cas le réceptionniste est là et une valise de temps en temps et c'est plutôt pas mal. Et ça nous est déjà arrivé qu'il nous appelle en disant on est complet ce soir, pour déloger le client est-ce que vous avez un appartement de disponible ? Et là c'est top parce que on se renvoie la balle, mais si un client nous demande pour revenir et que l'on est complet on leur dit allez chez eux, on les connaît, et là c'est top.

ÉTUDIANT : Oui c'est vrai, parce que d'autres entretiens que j'ai fait avec des hôtels ils étaient plutôt favorables aux Airbnb parce que ça n'allait pas vraiment sur leurs plates-bandes, après c'était surtout en termes de clients affaires mais là j'ai l'impression que justement vous ciblez un peu la clientèle affaires, comment est-ce que vous... ?

PROFESSIONNEL : Alors d'une part il y a un Airbnb et Booking qui la cible beaucoup, mais Booking c'était traditionnellement affaires, et quand vous les voyez maintenant à la télé c'est booking.com Booking.yeah ils essaient de rendre ça un peu plus fun et ils essaient de montrer qu'il y a autre chose que des hôtels. Et Airbnb lance la catégorie pro, et de plus en plus ils proposent des appartements qui sont ligotés affaires avec une arrivée prévue dans les lieux 24 24, en autonomie ou avec quelqu'un, en proposant des services obligatoires comme la machine à café le Wi-Fi, le bureau pour l'ordinateur. Voilà tout ça. Et tous ces critères ça permet d'avoir un logo à faire sur Airbnb. C'est plus Airbnb et Booking qui ouvrent leur spectre et donc ça vient manger sur les hôtels et nous on en profite. Ce n'est pas nous qui... après on en profite. La clientèle affaires est quand même beaucoup plus simple à gérer, ils arrivent, envoient trois mails, ne font pas à manger, ils partent et les appartements sont rendus très propre. La clientèle loisirs est plus compliquée.

ÉTUDIANT : Vous la cherchez un peu ? Ça vous intéresserait d'avoir un peu plus de clientèle affaires ?

PROFESSIONNEL : Oui.

ÉTUDIANT : Et du coup vous essayez de l'attirer ?

PROFESSIONNEL : De la fidéliser surtout, c'est surtout ça qu'on essaie de faire. Enfin qu'on arrive à faire. La chercher c'est compliqué, délicat mais ça nous intéresserait en effet. Mais ce qu'on cherche, qu'on fait en ce moment c'est plus de la fidéliser une fois qu'ils sont déjà passés dans un de nos appartements. On pourrait la chercher, il suffit de mettre des mots-clés sur Google, de payer quelqu'un pour remettre notre site vraiment au top, parce que là ça reste quand même pas amateur mais... Voilà. De refaire un truc nickel, de balancer des pubs sur tous les trucs, de faire des partenariats avec des entreprises... on pourrait. Et globalement les appartements se remplissent bien sans qu'on ait trop de difficultés et donc on n'en profite. Mais ça peut être une piste d'amélioration, effectivement, c'est peut-être plus sûr des partenariats d'entreprise, des partenariats CE, quand ils ont des déplacements, des gens à faire revenir sur notre ville, qu'ils nous privilégient. Après parfois, la clientèle affaires ne veut pas aller dans un appartement Airbnb, parce qu'il doit se retrouver quelque part pour les clés.

ÉTUDIANT : Oui en gros il y a tous les services sur place à l'hôtel.

PROFESSIONNEL : Oui c'est ça à l'hôtel tu descends tu as le restaurant, s'il est dans sa chambre il ne fait rien. Moi c'est ce que je recherche quand je pars en vacances typiquement. Mais après s'il rentre dans un Airbnb et qu'il voit que c'est fluide et que ça se passe bien, nous on leur dit revenez, mais passez directement par escapade toulousaine comme ça ça leur fait moins cher, et on se retrouve directement à l'appartement, on essaie de faire...

(Des clients espagnols rentrent)

(Arrivée de l'associé du PROFESSIONNEL, il s'agit du PROFESSIONNEL 2)

ÉTUDIANT : Si vous parlez de fidélisation et de la clientèle affaires donc comment on fait pour revenir une fois qu'ils ont passé un séjour ?

PROFESSIONNEL : Alors pareil ce que vous avez vu envoi des mails automatiques en leur disant « Bonjour, notez-nous et qu'est-ce que vous avez pensé du séjour ? N'hésitez pas à mettre un commentaire », voilà mais nous on a pas le temps d'aller en autonomie voilà nous on a pas le temps d'envoyer en permanence des mails, une personne part à Nantes, qu'est-ce que la permanence ? Voilà c'est compliqué alors que nous en hôtel vous avez quelqu'un qui est en charge toute la journée, voilà nous le faire c'est compliqué c'est pour ça qu'on a des d'outils que vous avez vu qu'on paie tous les mois et ça permet d'envoyer des mails : « j'espère que tout s'est bien passé séjour vous avez passé un bon séjour si vous voulez revenir contactez-nous direct », voilà on essaie de le faire le plus personnel possible mais bon ça reste automatique de toute façon voilà c'est peut-être pour aussi savoir si le client n'est pas content et essaie de rattraper avant qu'il nous assassine.

ÉTUDIANT : Vous avez beaucoup de retours sur les mails que vous envoyez ?

PROFESSIONNEL : Oui parce que ça leur demande de nous noter sur la propreté des appartements, il y a un client qui nous a dit « qu'il y avait pas de fer à repasser c'est du grand n'importe quoi sauf qu'on lui a dit mais si, il est dans le placard, ah oui pardon j'ai pas vu », éviter le truc négatif.

ÉTUDIANT : Pensez-vous que l'hébergement collaboratif soit un effet de mode, j'entends par là les législations se durcissent comme par exemple que la mairie oblige à faire payer de taxe de séjour et je ne sais pas par exemple c'est plus compliqué ?

PROFESSIONNEL : Ils ont fait croire c'était plus compliqué sur Toulouse mais pas du tout vous pouvez mettre votre appartement ce soir en ligne vous aurez sûrement une réservation ce soir. Après je pense que c'est pour acheter la paix sociale. Est-ce que c'est un effet de mode je sais pas si ça durera encore 50 ans comme ça nous on en profite pas complètement après ça sera toujours est-ce que les gens partiront toujours en vacances et Toulouse a passé la photo hier donc la mairie ça l'arrange bien de l'avoir Airbnb.

ÉTUDIANT : En plus, beaucoup ils ont encore besoin de vous ils ont un intérêt ?

PROFESSIONNEL : Oui effectivement, ils ont encore besoin de nous, c'est d'un intérêt où tout le monde est là tu me regardes du coin de l'œil et ça va très bien, à tout le monde je pense que tu as un peu plus. Bah c'est calme, vous avez les grèves, le coronavirus et la moitié des gens ils viennent deux mois et nous on arrive avec des appartements complets à des prix qui sont 2 fois moins chers qu'une chambre d'hôtel.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous avez l'occasion de toucher de la génération Z ? Par exemple, la génération Z c'est à peu près nous avec 6 ans plus jeune que nous par exemple, c'est entre 25 et 15 ans à l'heure actuelle.

PROFESSIONNEL 2 : Nous déjà il faut qu'il soit majeur, sinon on peut pas prendre la réservation.

PROFESSIONNEL : Après oui on en touche un peu des 18-25 ans parce qu'ils préfèrent aller dans un appartement, un petit studio plutôt que d'aller dans un hôtel, vous êtes avec votre copain ou votre copine et qu'il fait beau vous avez pas forcément envie d'aller dans une chambre d'hôtel et après voilà vous faites un weekend entre potes, Airbnb avec plein de chambres ça fait moins cher si vous êtes 6, c'est un peu plus rigolo quoi que 3 chambres d'hôtel donc oui mais c'est pas la majorité, la majorité c'est plutôt l'âge

de vos parents entre 40 et 55 ans quoi qui font des weekends ou qui vont en business et après nos âges à nous 35 ans.

ÉTUDIANT : Selon des études, la génération Z c'est le prochain gros porteur de l'hôtellerie, est-ce que vous souhaitez mettre plus de choses en place pour les attirer ?

PROFESSIONNEL : Ben ça c'est à vous de me le dire qu'est-ce qui vous fait kiffer en offre pour que vous réserviez plus tôt chez nous que dans un hôtel ?

PROFESSIONNEL : Connecté, avoir comme par exemple dans le Mama Shelter où j'avais été où il y a une télé et vous pouvez vous prendre un selfie avec un masque d'un chat dans votre chambre vous prenez en photo et tu me l'envoies sur Instagram direct, vous avez le Google Chrome à qui vous parlez et ça vous connecte le logement, aussi la domotique les appartements plus cools, on en a un qui est connecté et il plait énormément, tout le monde nous parle comme de ça, ils disent ok Google baisse-moi les volets, les volets baissent les gens ils sont émerveillés avec ça donc ça avec ça et après on peut proposer je sais pas du streaming Netflix, YouTube.

PROFESSIONNEL 2 : Avoir tous les abonnements la mode pour faire pourquoi pas des soirées !

PROFESSIONNEL : Ouais il faudra l'appartement tout connecté avec tout ce qui est streaming Spotify, et après il y a pas vraiment une limite mais nous aussi ça nous dérangerait pas de mettre un département génération Z s'il y a de la clientèle alors on peut mettre un iPad un peu accroché pour que les gens ne partent pas avec mais, un iPad ça peut se faire parce qu'un iPad ça coûte 450 € donc après des réservations c'est remboursé ça peut être tout ça non, mais c'est aussi après d'embaucher « des plus jeunes pour l'accueil histoire de rendre les clés avec des gens un peu plus jeunes ».

PROFESSIONNEL 2 : Et vous voulez les estimez majeurs sur les parts de marché d'ici combien de temps ?

ÉTUDIANT : Oui on les estime majoritaires dans 10 ans.

PROFESSIONNEL 2 : Ah oui alors si c'est dans 10 ans vous aurez notre âge et c'est vrai qu'en ce moment vous n'avez pas forcément si je me trompe pas, les moyens de voyager donc on reste pour l'instant sur une clientèle assez pauvre donc Airbnb, sa clientèle entre 30 et 35 ans commence à avoir les moyens de voyager, par exemple on veut pas une clientèle trop jeune avec beaucoup beaucoup de services avec des trucs trop fantaisistes non plus parce qu'ils sont pas prêts à payer.

PROFESSIONNEL : Oui voilà c'est ça un peu le problème, si vous prenez un whisky coca ça va vous tenir 1h30 parce que vous faites attention aux fins de mois. Nous aussi on baisse les prix par deux pour essayer d'attirer une clientèle plus jeune qui va être sûrement plus rigolote pour nous parce que vous êtes les plus cools à gérer, alors si vous avez pas les clés, vous allez aller les chercher ici alors que les gens qui ont 60 ans c'est pénible sauf que c'est aussi un peu moins rentable, les chambres sont énormes pour vous.

ÉTUDIANT : Disons que dans 10 ans avec le point culminant de la génération Z et que si on prend le début de la génération Z c'est 95, dès qu'ils auront 25 ans et qu'ils commenceront à travailler et avoir un pouvoir d'achat, et qu'ils commenceront à s'intéresser à de nouvelles choses, est-ce que vous allez vous tourner là-dessus ?

PROFESSIONNEL : oui oui bien sûr nous on essaie de se tourner avec des appartements atypiques, on a un appartement avec une chambre en duplex, il y a même encore une cave en dessous qui est vitrée et on a dit au propriétaire d'essayer de mettre dans cette cave des jeux de lumière avec des bouteilles de vin. On aimerait bien aussi créer des appartements ateliers mais il faut l'argent mais ça ça peut marcher c'est des trucs qui vont plaire à votre génération, un truc qui carrément n'est pas pareil mais le truc qui est fait de A à Z et ça marche bien.

PROFESSIONNEL 2 : Après pour sortir un peu de l'appartement les services qui peuvent plaire et qui peuvent être l'avenir, c'est réserver votre appartement avec une expérience à côté supplémentaire où vous allez avoir l'appartement à 100 € la nuit mais à côté vous proposez une activité à côté de Toulouse ou un tour d'hélicoptère sur Toulouse ou un truc qui va sortir de l'ordinaire où ce sera un prix réduit que de les prendre les deux séparés. Pour moi c'est intéressant d'avoir une piste de travail pour cibler justement cette génération où tu vas chercher de l'expérience.

PROFESSIONNEL : Louer un appartement Ikea et donner les clés c'est quand même moins rigolo que si on propose une expérience et c'est vrai que c'est plus sympa pour nous ça me change de notre quotidien et c'est ça qui est sympa.

ÉTUDIANT : Vous vendez déjà des expériences ?

PROFESSIONNEL 2 : On conseille, on les vend pas.

ÉTUDIANT : Tout à l'heure vous avez parlé un peu d'environnement et, est-ce que vous pensez qu'il faut miser sur ça ? Par exemple dans vos appartements de communiquer autour de ça ?

ÉTUDIANT : Je pense que la génération Z c'est ça aussi, c'est l'environnement, est-ce que je trouve que vous êtes super sensibilisés, ah je sais pas s'il fait le tri chez vous mais vous êtes censés être sensibilisés, c'est typiquement, je pense de plus en plus de voyageurs nous laissent les cartons et les bouteilles en verre sur le côté, ça part d'une super attention.

Tout le monde n'est pas prêt, moi je pense que le développement durable c'est vraiment l'avenir.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous conseillez par exemple dans les appartements de faire des travaux pour la décoration ? Ou est-ce que vous donnez des conseils ?

PROFESSIONNEL : Oui

PROFESSIONNEL 2 : Effectivement, on fait du conseil avant la mise en location. Tout à l'heure, sur un appartement ça fait 3 ans qu'il est sur le marché avec nous, l'appartement il a bien vécu, il commence à être un poil démodé par ce qu'il se fait aujourd'hui donc voilà on a contacté la propriétaire pour le conseiller un petit peu histoire de disposer un petit peu l'espace. Après les choses qu'on sait pas faire on les fait faire, du type on va faire repeindre l'appartement intégralement voilà quand on a pas la capacité ou qu'on a aussi pas le temps de le faire et du coup voilà on met en relation les propriétaires avec les prestataires avec Guillaume, on travaille déjà parce que nous on connaît leurs qualités et on connaît leurs tarifs aussi donc ça le fait.

PROFESSIONNEL : Surtout qu'il y a des appartements qui sont plus propres, on les remet un peu au goût du jour parce que pareil, en trois ans la déco elle évolue, les clients évoluent.

ÉTUDIANT : Et du coup pareil vous allez proposer au propriétaire pour l'écologie de par exemple des ampoules basse consommation ?

PROFESSIONNEL : Typiquement je mets des LED dans mon appartement que je loue aussi pourquoi, parce que ça dure plus longtemps et consomme moins, ça coûte plus cher ou un tout petit peu plus cher à l'achat qu'une autre classe et, et ça consomme peut-être trois fois moins il fait après des économies donc voilà c'est ça tout le monde gagne mais de plus en plus oui. Les lettres il y en a énormément, à nous aussi de continuer le tri.

ÉTUDIANT : J'avais une dernière question. Est-ce que si c'est possible de donner une idée de prix sur l'appartement le plus économique que vous avez et celui dont vous avez la formule la plus demandée ? Et par exemple la formule qui est la plus prestigieuse, la plus haute gamme ?

PROFESSIONNEL : Le moins cher ça va être sur du, ça va être sur du 35 € l'année après ça dépend de l'appartement ça dépend de où il est situé maintenant on a que de l'hyper centre mais le moins cher sur des 35-37 € avec la nuit un minimum de tenue et après le plus cher ça monte à... rue Colombette 120 euros et après on a une maison sur Tournefeuille c'est à 150 € avec piscine. L'appartement centre-ville il est à 120 € tout compris mais par exemple si vous êtes 6 c'est moins cher que le Formule 1 qui est à côté de l'aéroport.

ÉTUDIANT : Et au niveau du centre-ville l'appartement qui est le plus demandé est-ce que vous pouvez me décrire la capacité d'accueil et le prix ?

PROFESSIONNEL 2 : C'est plus un studio, aujourd'hui le marché qui est le plus proche c'est le studio parce que deux personnes pour deux nuits à Toulouse cherchent un petit appartement qui est accessible en termes de prix, donc ça aussi c'est un truc du 40-45 max c'est typiquement l'appartement qui se remplit plus mais qui n'est pas le plus rentable mais celui qui se remplira le plus en termes de réservation.

PROFESSIONNEL : Vaut mieux faire deux nuits dans un appartement à 160 €, en termes de frais dans un petit studio à 45 € l'année pour nous c'est pas la même chose.

ÉTUDIANT : C'est indiscret mais vous fonctionnez au pourcentage sur les appartements et avec les propriétaires ?

PROFESSIONNEL : On a alors effectivement on a des formules premium donc ça c'est la solution pour les propriétaires feignasses, ils vont rien faire donc là on gère tout et après il y a les propriétaires qui veulent maîtriser les coûts et du coup ils vont gérer leur annonce et nous on va s'occuper du ménage mais plus ça va moins on a envie de faire parce que c'est pénible mais il y en a au début pour maîtriser un peu le truc. Ils disent ben moi je m'occupe du ménage et du linge et vous vous occupez du checking et quand ça commence à prendre et qu'ils voient qu'il y a des réservations lors là ils nous délèguent.

ÉTUDIANT : Pensez-vous que l'hôtellerie collaborative pourrait ne pas avoir d'avenir sous la forme collaborative ?

PROFESSIONNEL 2 : Je pense que ça va perdurer un certain moment, est-ce qu'il n'y a pas vraiment de comme par exemple le Pérou, donc voilà dans les pays, pays vraiment

industrialisés je suis pas convaincu que le pourcentage de chambres celles qui se louent soient vraiment importantes à appartement qui se loue.

PROFESSIONNEL : 35 € la nuit quelques fois ça vaut pas le coup de s'emmerder et de faire du karting, après moi je suis parti après en Australie donc je l'avais pas fait parce que j'avais pas envie dormir sur le canapé, mais je m'étais inscrit et je me dis quand vous connaissez personne pour essayer de rencontrer des jeunes, essayer de s'intégrer un peu est-ce que c'est compliqué et du coup ça aurait été voilà mais bon ça s'est pas fait parce que partager le canapé avec des gens et la salle de bain ça va bien 5 minutes, mais si, je pense que ça peut, vous verrez que ça ira plus au bout d'un moment, est-ce que vous allez devenir de plus en plus bourgeois dans vos choix ? mais la génération je sais pas comment elle s'appellera...

ÉTUDIANT : La prochaine génération c'est la génération alpha.

PROFESSIONNEL : Alpha (rires), d'accord je sais même pas dans ta génération YZ.

PROFESSIONNEL 2 : Après si on appelle ça une auberge de jeunesse. C'est parce que c'est d'une part collaboratif, vous avez une chambre qui est hyper partagée. Airbnb il a de l'offre auberge de jeunesse sauf que c'est dans la chambre de quelqu'un qui est propriétaire et voilà ça reste plus pour un public jeune.

PROFESSIONNEL : Oui voilà c'est vrai que en prenant de l'âge vous mettez l'alarme. Au bout d'un moment les gens suivent mais il faut essayer de trouver le juste milieu.

ÉTUDIANT : Je crois qu'on a fait le tour des sujets, merci beaucoup de nous avoir reçu, de nous avoir réservé votre temps et merci de vous être dérangés.

Annexe L : Retranscription entretien professionnel N°7

Professionnels questionnés : Dirigeant d'une auberge de jeunesse et une réceptionniste.

Date : 11 Février 2020

Lieu de l'entretien : Toulouse

Répondants : Chef d'entreprise « Professionnel 1 » et réceptionniste « Professionnel 2 »

ÉTUDIANT : Nous sommes des étudiants de l'ISTHIA, une école pour les futurs directeurs, gestionnaires et managers en hôtellerie - restauration à l'Université du Mirail. C'est une Licence Professionnelle. On est un groupe de 5 personnes. On va vous poser des questions pour savoir comment vous interprétez l'arrivée de la génération Z et de l'hôtellerie collaborative dans l'hôtellerie traditionnelle. L'entretien va se dérouler en 4 parties on va d'abord vous demander de vous présenter et de présenter l'auberge. Ensuite on va parler de l'hôtellerie traditionnelle puis l'hôtellerie collaborative, puis on finira par la génération Z.

Donc peut-être que vous vous présentez ; prénom, nom, poste, durée dans l'entreprise ?

PROFESSIONNEL 2 : Moi c'est X, je suis réceptionniste ici depuis 7 ans. J'ai fait des études en sports, STAPS. Puis, je suis partie voyager en Australie pendant un an. Puis quand je suis revenue, j'ai fait une petite formation dans le tourisme et j'ai atterri ici. Après c'était mon souhait de travailler dans les auberges de jeunesse comme ça.

ÉTUDIANT : Oui, et vous M. Y ?

PROFESSIONNEL 1 : J'ai fait des études universitaires de droit qui ne m'ont jamais servi à rien et [Réflexion 7 sec] j'ai découvert ce monde, très agréable, à l'âge de 62 ans. C'était par hasard.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous pouvez présenter l'auberge ? Les activités proposées, le nombre de chambres.

PROFESSIONNEL 2 : Il y a 15 chambres, on a 76 lits. Et nous, on propose que de l'hébergement, on n'a pas de restauration. Pour l'instant, on n'a pas d'activités en particulier, on n'a pas de bar non plus.

ÉTUDIANT : Est-ce que c'est dans vos projets de faire un bar ? Ou une cuisine ?

PROFESSIONNEL 2 : Après il y a des cuisines ici, il y a des cuisines dans chaque dortoir. Bar ? C'est un autre projet je ne sais pas si [inaudible 1sec] c'est un autre souci. On a la salle commune en bas mais en hiver ce n'est pas très convivial. Après l'été, c'est beaucoup plus sympa, l'hiver on n'a pas beaucoup de monde donc c'est aussi, donc là vous voyez que c'est un peu mort quoi.

ÉTUDIANT : On va donc commencer les questions, on va d'abord essayer de s'intéresser à l'hôtellerie traditionnelle de ce que vous pouvez en penser ? Ou si vous pensez être de l'hôtellerie traditionnelle ?

PROFESSIONNEL 2 : Je ne pense pas qu'on soit de l'hôtellerie traditionnelle, c'est même très différent.

PROFESSIONNEL 1 : Ça n'a rien à voir.

ÉTUDIANT : Donc vous vous séparez de l'hôtellerie traditionnelle qui réceptionne des clients ?

PROFESSIONNEL 1 : Alors une auberge de jeunesse c'est un endroit où on dort accessoirement et on fait la fête au maximum, voilà, on refait le monde.

ÉTUDIANT : Un lieu d'échange ?

PROFESSIONNEL 1 : Oui, voilà, un lieu d'échange vous le dites très bien. Bon y a des gens qui sont trop gentils et qui nous disent « j'ai passé ici la meilleure semaine de ma vie » bon, c'est agréable, c'est très agréable d'entendre ça.

ÉTUDIANT : Donc ils vivent une expérience, venir vivre quelque de chose à part entière, qu'ils n'auront pas dans un hôtel classique ?

PROFESSIONNEL 1 : Euh ils ne savent pas souvent, mais oui c'est ça. C'est exactement ça, le type vient « j'ai réservé pour une nuit » et puis le lendemain « il me faudrait deux autres nuits » et puis parfois il reste une semaine.

PROFESSIONNEL 2 : Ouais ça c'est les gens qui n'ont pas l'habitude des auberges de jeunesse mais après on a toute une clientèle qui ne voyage qu'en auberge de jeunesse, c'est tout ceux qui voyagent seuls. Moi j'ai voyagé seule pendant un an j'allais que dans les auberges de jeunesse, sinon tu es seul quoi.

ÉTUDIANT : Et ces personnes-là vous les classez dans quelle catégorie, à quoi ils ressemblent ?

PROFESSIONNEL 2 : C'est les [BackPacker](#).³⁰

ÉTUDIANT : Il n'y a pas de générations types qui viennent c'est ça ?

PROFESSIONNEL 2 : Je ne sais pas ça va être entre 20 et 30 ans, 19 peut-être.

PROFESSIONNEL 1 : Oui, la moyenne d'âge [réflexion] je ne sais pas y a une question de moyenne la définition, je ne la connais pas très bien. Il y a moyen et médian, disons que la plupart des gens ont ici 30 ans et après on est vieux.

ÉTUDIANT : Est-ce que l'expérience client est importante pour vous en auberge de jeunesse ?

³⁰ Personne qui voyage avec son sac à dos

PROFESSIONNEL 1 : Moi j'avais aucune expérience et c'était très bien. C'était très bien fait, parce que dès les premiers mois c'était un hongrois qui m'a dit « vous êtes la meilleure auberge que je connaisse en France » « Vous en avez fait plusieurs ? » « Oui 15 » [rires] Et après à l'autre bout de la chaîne, y a quelques mois, y a un vieux de mon âge 70-75 balais [réflexion] qui est arrivé, qui voulait me voir [réflexion 8 secondes] il avait fait toute sa vie dans une auberge de jeunesse, donc 50 ans. Et qu'il n'avait jamais, ça le faisait rire, il n'avait jamais vu une auberge de jeunesse avec des lits en bois. Or moi dès que j'ai commencé je me suis posé la question lits en bois, lits en fer ? D'ailleurs il faudrait voir comment c'est. Et moi, j'ai choisi les lits en bois, parce que je pensais que c'était agressif de monter sur des échelles avec des barreaux qui font 10, à moins de monter au lit avec des godasses. Donc un type qui a passé 50 ans de sa vie à ne faire que ça, des auberges de jeunesse, il trouvait ridicule la façon dont j'avais fait la mienne. Mais la mienne s'est réputée comme l'une des meilleures au monde.

PROFESSIONNEL 2 : Et du coup expérience client vous voulez dire expérience que les clients ont ici ?

ÉTUDIANT : C'est ça c'est ça la relation que vous avez le client.

PROFESSIONNEL 1 : Alors ce qui est très important c'est l'accueil. Tous les gens qui viennent travailler, alors voilà, c'est que je leur dis, vous m'enregistrez la ? Ah ! [Rires] Ce que je leur dis c'est « il faut faire venir le maximum de personnes parce que on a besoin de gagner de l'argent ». Accessoirement, il faut rendre service aussi. Souvent, il arrive ici des gens qui sont au bout du rouleau ou du moins au bout de leur fatigue et au bout de la journée. Et ils en peuvent plus, donc, rendre service autant que faire se peut. Par contre deuxième obligation, au moins aussi importante : sélectionner la clientèle. Ne pas prendre n'importe qui, n'importe quoi. Alors au début quand j'étais tout seul, je me bagarrais avec tous les clodos du quartier qui venaient et qui voulaient dormir ici avec leurs chiens hein. Et c'était de belles bagarres, en permanence. Jusqu'à ce que maintenant, ils ne leur viennent plus à l'idée de venir ici.

PROFESSIONNEL 2 : Le problème, voilà, c'est que comme on est l'hébergement le moins le cher, tu as les jeunes et puis tu as aussi... [coupée]

PROFESSIONNEL 1 : Moins cher mais faut le dire vite, si bien qu'on n'a pas de couples. [Réflexion secondes]

ÉTUDIANT : Il n'y a pas d'intimidé.

PROFESSIONNEL 1 : On va dire ça comme ils ne peuvent pas fornicer et si ce n'est dans les toilettes, ils cassent tout. Et un Formule 1, c'est 37 € je crois, et nous, on est déjà à 27€ donc multiplier par deux ça fait déjà 54 €, donc, les couples on a très peu de chance d'en rencontrer, finalement, mais ils s'en forment. [Rires]

ÉTUDIANT : Est-ce que vous essayez de fidéliser votre clientèle ?

PROFESSIONNEL 1 : Alors j'y ai pensé bien sûr en donnant des bonus ou des bonilles ou autre chose !

PROFESSIONNEL 2 : Mais c'est pas du tout l'esprit d'ici.

PROFESSIONNEL 1 : Bon d'abord, l'affaire est à moi, et Anne est une employée. Mais faut pas croire que c'est moi qui dis « c'est comme-ci » [tape sur la table] et ça passe. Non, non, Anne intervient et me sabote le travail en permanence de derrière bon. Je ne lui en veux pas trop parce qu'elle est très agréable et elle a [rires] et elle est souriante avec les clients, c'est important, très important.

ÉTUDIANT : Oui donc vous considérez que c'est l'accueil qui est important ?

PROFESSIONNEL 1 : Oui

PROFESSIONNEL 2 : Ici ils ne viennent pas forcément pour le confort, c'est confortable, mais tu viens pour rencontrer du monde donc si déjà l'accueil... [suspension]

PROFESSIONNEL 1 : Alors l'accueil c'est aussi, bon, Anne le fait mieux que moi, mais j'ai ma part aussi, je fais parler les gens je leur offre une bière c'est incroyable avec une moitié de bière, c'est incroyable la réaction des gens, je crois qu'une bière ça doit être : 63 / 64 centimes, celles des « clodos » et diviser par 2 ça doit faire dans les 30-35 centimes [réflexion] purée c'est incroyable les mecs ils vous saluent 3 fois 4 fois en partant, en reculant « merci, merci, merci » incroyable ou un bonbon. Bon mais j'en arrive à ce que je voulais dire, je les fais parler « vous venez d'où ? » mais que si vous vous voulez me le dire. Mais tout de suite, on voit si y a quelqu'un qui va bien ou qui ne va pas bien. Alors il peut avoir tous les papiers qu'il veut et tout et tout. Moi je le fais non pas au papier mais à la gueule, au faciès. Et la nana qui ne va pas bien, ça se voit tout de suite [réflexion] « vous venez dans notre belle ville de Toulouse pour le beau temps ? » « Ça ne vous regarde pas » (CLAC) là tout de suite on sait que celle-là faut s'en méfier, j'essaie encore de lui tirer une, deux, savoir d'où elle vient, où elle va et puis si c'est possible ne pas mal prendre. Alors des dégonflés, comme Anne, disent : « On est complet. On peut pas vous prendre » Mais moi je préfère être plus cache : « Non, désolé on peut pas vous prendre parce que vous n'êtes pas polie, alors la prochaine fois que vous viendrez, si vous êtes polie on vous prendra, on peut pas vous prendre parce que vous êtes sale, alors la prochaine que vous viendrez, soyez propre et on pourra peut-être vous prendre, on vous prend pas parce que vous avez trop bu, on vous prend pas parce que vous êtes agressif, si vous revenez et que vous êtes sympa on vous prendra sans doute ». Je préfère (PAM) bien dire les choses.

ÉTUDIANT : Donc d'accord l'auberge c'est comme une maison où on accepte des invités ?

PROFESSIONNEL 2 : C'est surtout que, c'est des dortoirs, donc si vous avez quelqu'un qu'il est désagréable avec tout le monde, tout le monde va venir ici 5 min après « Nan mais ce n'est pas possible le mec [...] »

[Anecdote non appropriée] 15 : 20

PROFESSIONNEL 1 : C'est un métier merveilleux, vraiment, on a vraiment l'impression d'être des marchands de bonheur. Vous avez des gens, en été, nous quand on est complet tout le monde est complet. Donc ils arrivent, ils sont crevés, ils ont leur sac à dos, ils arrivent à 5 h / 6 h, ils ne pensent qu'à une seule chose c'est s'arrêter et on leur dit : « Non désolé on est complet. Mais malheureusement pour vous, quand nous, on est complet tout le monde est complet. Vous ne trouverez pas, ce soir, à dormir ». Alors là, ils se liquéfient, ils n'en peuvent plus « Mais on va essayer de trouver une solution »

TAC ils commencent à revivre et on leur propose de dormir sur un canapé qu'il y a dans la salle commune moyennant un petit prix. Mais alors là ça marche à tous les coups « merci, merci, merci » à genoux alors c'est très, très, agréable. Et ce sont ceux-là alors que le confort est moindre, ce sont ceux-là qui sont le plus laudatifs qui sont le plus satisfaits et qui le montrent.

ÉTUDIANT : Ils sont reconnaissants d'avoir été accueillis. Est-ce que vous envoyez des mails avant ou après le séjour ? Pour prévenir les clients, pour comment ça va se passer à leur arrivée ?

PROFESSIONNEL 2 : On envoie un mail à chacun comme on n'a pas une réception ouverte 24h/24h, déjà. On les prévient et on a un système de codes donc on leur envoie les informations parce que les gens ne les lisent pas sinon.

[Anecdote non appropriée] 18 :28 à 19 :30, une personne qui brûle un steak et qui fait sonner l'alarme.

ÉTUDIANT : Avez-vous remarqué si votre clientèle était une clientèle d'habités des auberges de jeunesse ?

PROFESSIONNEL 2 : Ouais en général oui, après il y a quelques-uns, y a des jeunes qui voyagent en auberge de jeunesse et les gens ont peu de sous et qui viennent pour la première fois.

PROFESSIONNEL 1 : Ce qu'on voit de plus en plus, c'est des femmes, et des hommes, de 50 balais, mon genre qui viennent à une auberge peut-être pour gratter 10€, peut-être pour se remémorer leur jeunesse et, être en contact avec des jeunes. C'est possible.

ÉTUDIANT : Vous dites des gens en voyage ?

PROFESSIONNEL 1 : Non, ça c'est autre chose, y a en a mais très peu. Ce qu'il y a plus, c'est à 50 ans des ouvriers du bâtiment.

PROFESSIONNEL 2 : Quoi ? Non moi j'suis pas d'accord.

PROFESSIONNEL 1 : On n'a pas de problèmes avec ceux-là !

ÉTUDIANT : Comment ça vous n'êtes pas d'accord ?

PROFESSIONNEL 2 : Ben je ne sais pas d'où vous sortez qu'on reçoit des ouvriers du bâtiment ?

PROFESSIONNEL 1 : Si surtout en hiver, je maintiens. Nan mais elle, elle n'est pas tout le temps-là, elle, moi j'y bosse en permanence, le samedi, le dimanche, les jours fériés, le jour de l'an. Je ne fais rien mais, je regarde.

ÉTUDIANT : A propos de la concurrence en avez-vous ?

PROFESSIONNEL 1 : On a eu, peut-être, y a une jeune fille, juste en face, qui est venue faire un stage, parce qu'elle voulait intégrer l'équipe. En réalité elle a pris toutes les infos et elle a fait créer un Airbnb, juste en face. Et ça je n'ai pas trop apprécié.

ÉTUDIANT : Et donc ça vous fait de la concurrence ?

PROFESSIONNEL 1 : Ah oui pratiquement dans toute la rue. On a donné des idées à tout le monde, y a beaucoup, beaucoup, de gens qui louent leur appartement en Airbnb.

ÉTUDIANT : Et c'est des Airbnb toute au long de l'année ? Ou ce n'est pas leur logement qu'ils prêtent pour Airbnb ?

PROFESSIONNEL 2 : Après la grosse différence avec Airbnb et les auberges de jeunesse c'est la convivialité c'est notre point fort, c'est pour ça que les gens viennent ici. Après quand tu es un couple, tu prends un Airbnb.

PROFESSIONNEL 1 : J'ai entendu aussi, autre chose, à une ou deux reprises des gens qui disaient : « Chez vous, on sait où on est, où on va, on sait ce que va trouver ». Tandis qu'avec Airbnb à deux ou trois reprises, j'ai vu des gens qui sortaient d'un Airbnb et qui venaient chez nous.

PROFESSIONNEL 2 : Oui parce que le Airbnb les a plantés, soit parce que c'est dégueulasse. Ça nous arrive d'en récupérer un peu.

ÉTUDIANT : Donc vous sentez vraiment la différence avec les Airbnb la clientèle qui pourrait aller chez vous va dans les Airbnb ?

PROFESSIONNEL 1 : Oui, oui, on les voit avec leurs grosses valises dans la rue.

PROFESSIONNEL 2 : Puis même je pense que la concurrence c'est même les trucs gratuits Couchsurfing les trucs comme ça. Plus que les Airbnb.

ÉTUDIANT : Oui d'accord, parce que votre clientèle, c'est des gens qui cherchent du convivial mais aussi surtout un prix.

PROFESSIONNEL 2 : Oui suivant c'est des jeunes qui ont pris une année sabbatique. Ils ont un budget et donc il faut quand même que ça rentre dans leur case.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous avez vu une évolution avec la clientèle, de il y a 10 ans à l'ouverture et celle actuelle ?

PROFESSIONNEL 2 : Le wifi !

PROFESSIONNEL 1 : Ah oui, c'est vrai ! Au début il n'y avait pas de wifi c'est vrai et, je ne savais même pas ce que c'était je ne sais pas, si je saurais le définir encore.

PROFESSIONNEL 2 : Et des prises pour charger leurs trucs.

ÉTUDIANT : Vous avez... êtes obligés de vous adapter ? De mettre en place ça ?

PROFESSIONNEL 2 : Moi quand je suis arrivé ça fait déjà 7 ans il y a eu déjà le wifi mais je crois qu'on l'a renforcé depuis. Oui parce qu'avant les gens disaient « Oui le wifi

est trop lent ». Maintenant ça y est, on a une box à chaque étage. Ils organisent un voyage comme ça.

[Anecdote non appropriée] - balançoire pour filles

ÉTUDIANT : Vous avez beaucoup de vols ?

PROFESSIONNEL 1 : Oui énormément. Les téléphones, les ordinateurs, c'est pour ça, on a les casiers fermés. Mais malgré ça, les gens sont entre eux, dans le dortoir, la porte est fermée, y a même plus de poignée maintenant. [Réflexion] Ils vont se doucher, ils laissent leur téléphone sur leur lit, et puis quand ils reviennent, il y est plus. C'est donc quelqu'un qui se trouve dans le dortoir, mais, on n'en est pas encore au stade à mettre à poil quelqu'un et regarder. Malheureusement il dit : « Moi aussi on me l'a volé » [propos inappropriés].

ÉTUDIANT : Vous n'avez pas de caméra ?

PROFESSIONNEL 1 : Si mais pas dans les dortoirs, mais dehors dans les couloirs et disséminées.

PROFESSIONNEL 2 : Maintenant les portables ça coute 600 bales !

PROFESSIONNEL 1 : (A Anne) Tu vois quoi qu'on aurait changé ? Le bureau, bon, on l'a changé plusieurs fois. Ça c'est une question que je me suis posé très souvent. J'ai opté pour, donc, ce bureau au premier étage, grand, alors que partout où je suis passé y compris dans les hôtels, c'est au rez-de-chaussée, à côté de la porte, avec un comptoir. Le mec est obligé de passer devant. Et puis, entre midi et deux, on tire un rideau. Moi, il m'a semblé que c'était mieux ça, d'avoir, parce qu'il fallait beaucoup d'espaces parce que y a plein de trucs, y a des couvertures, y a des outils, y a des clés, et, tout. Alors, il me semblait qu'il fallait de l'espace en plus de ça, je voulais être présent. [Réflexion 4 secondes] On aurait pu le faire dans une chambre en bas, avec très peu de frais, mais, je crois que ça a été moins bien que d'être au premier étage d'autant plus qu'au premier étage, les gens, on a acheté ces tables, on a des fauteuils, ce n'est pas pareil, on a un canapé, les gens se posent, se placent, attendent, c'est pas comme d'attendre debout, derrière un comptoir à la c**.

ÉTUDIANT : Avez-vous fait attention aux supports numériques de l'auberge ? A tenir à jour le site web ? A partir de quand a-t-il existé ?

PROFESSIONNEL 2 : Moi quand je suis arrivée, y avait déjà un site web. C'était Clément qui l'avait, et, là depuis on l'a refait deux ou trois fois.

ÉTUDIANT : Il a été refait pour être plus facile d'accès ?

PROFESSIONNEL 2 : Oui voilà il est accessible sur smartphone.

ÉTUDIANT : Il est donc possible de réserver sur le site ? Mais aussi sur Booking ?

PROFESSIONNEL 1 : Oui mais c'est des voleurs ceux-là.

PROFESSIONNEL 2 : Ils nous prennent 17 % de commission, alors, sur des chambres à 24 euros, ça fait beaucoup.

PROFESSIONNEL 1 : Je crois qu'on perd de l'argent à chaque fois qu'on loue à Booking. Ça fait 5 ans que je dis qu'il ne faut plus leur louer. Mais Anne continue.

PROFESSIONNEL 2 : Ce n'est pas moi qui décide [rires], si vous voulez vraiment arrêter Booking, demandez à Clément.

ÉTUDIANT : Vous pensez que ça vous ferait quoi d'arrêter Booking ?

PROFESSIONNEL 2 : Je pense qu'on perdrait de la clientèle, parce qu'il y a de clientèle, qui ne sait que passer par Booking. C'est pour ça qu'il faut avoir un site web qui est bien placé et qui peut passer devant Booking.

PROFESSIONNEL 1 : On est à 24 €. Je ne sais pas comment faire pour augmenter la marge. On dégage énormément de chiffre d'affaires, mais, la marge n'y est pas. Alors Booking, c'est 18 % qu'ils prennent, je suis sûr que la marge elle doit être au tour de 5 % /6 %. Donc on perd de l'argent à chaque fois. Alors bon, il y aurait moins de monde et alors qu'est-ce qu'on s'en fout.

PROFESSIONNEL 2 : On a augmenté le prix sur Booking maintenant qu'on a l'autorisation.

PROFESSIONNEL 1 : Alors il y aura moins de monde à faire le ménage parce que le monde coûte cher. [Blanc]

ÉTUDIANT : Est-ce que par exemple vous pourriez nous décrire la génération Z ? Comment les voyez-vous arriver ? Pour rappel c'est des gens de notre âge 19/25 ans.

PROFESSIONNEL 1 : C'est notre clientèle.

ÉTUDIANT : Peut-être vous avez des mots pour les définir qui vous viennent à l'esprit?

PROFESSIONNEL 1 : Ils sont plus décontractés, plus à l'aise que d'autres.

ÉTUDIANT : Ils ont moins exigeants sur la propreté par rapport à d'autres ?

PROFESSIONNEL 1 : Rarement, très rare. Et puis on a une assez bonne image en ce qui concerne la propreté.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous avez l'impression de cette génération bouleverse, ou va bouleverser, les standards de l'hôtellerie ? Pour vous ou pour les autres hôtels ?

PROFESSIONNEL 1 : Bon ce qui est sûr, c'est qu'on fait de la concurrence aux hôtels. Mais d'un autre côté, comme, on leur envoie plein de monde, qui ne correspondent pas pour nous. On leur envoie plein. Alors une fois [rires] simplement, l'hôtel à côté-là, m'a remercié une fois. On leur a envoyé, et jamais, on leur a téléphoné pour leur demander 10%. On envoie soit ici, soit à l'hôtel France qui est un hôtel 1 étoile.

PROFESSIONNEL 2 : Et vous, les jeunes, vous y allez encore dans les hôtels ? Ou les auberges de jeunesse ?

ÉTUDIANT : Oui dans les auberges de jeunesse plus souvent, ou Airbnb. Après hôtel seulement s'il y a des promos et que ce n'est vraiment pas cher.

PROFESSIONNEL 2 : Voilà oui. Moi, quand je pars en voyage, je ne suis pas de la génération Z, mais quand même plutôt en Airbnb.

ÉTUDIANT : Oui c'est vrai. C'est moins cher, il n'y a pas des auberges jeunesse partout. Et puis à l'étranger, on a peur de ce qu'on va trouver. Et puis je sais qu'en France, avec mes parents, c'est tout le temps des auberges de jeunesse. On prenait des dortoirs de 4, on avait du coup notre chambre.

PROFESSIONNEL 2 : Après moi je serais seul j'irai en auberge de jeunesse, pas en Airbnb.

ÉTUDIANT : Ah oui pourquoi ? C'est plus sécurisant ?

PROFESSIONNEL 2 : C'est plus sympa, oui. Tu rencontres du monde, tu sors, moi c'est mes meilleures années de la vie.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous avez une pièce où vous avez un billard ou autre ?

PROFESSIONNEL 1 : Non, on avait un babyfoot mais on nous l'a cassé, volé et autre chose. Oui mon rêve ce serait de mettre des flippers, j'aimerais, j'aime bien ça. Alors vous aviez posé une question à laquelle on n'a pas répondu sur la concurrence. Alors il y en a plus maintenant à Toulouse. [Réflexion] On arrive donc à un sujet que vous auriez dû évoquer, ou que vous vouliez évoquer et que vous ne l'avez pas encore fait, c'est la conformité. [Réflexion] Nous, on n'a pas de conformité on ne peut pas avoir de conformité, par exemple, on va nous demander un deuxième escalier et un deuxième escalier il est extérieur. Donc on perd déjà 6 ou 8 lits, plus les travaux et tout y en a pour 70 000 €. 70 000 € si c'est une fois dans sa vie que c'est perdu, je crois que j'ai perdu beaucoup plus avec les vols et autres choses, des escroqueries ça va ça vient. Bon, sauf que les voisins là, ils en peuvent plus d'entendre des gens qui refont le monde tous les jours en fumant leurs clopes ou [suspension] mais le plaisir de bavarder comme Trump, voilà vous passez vous dites Trump et ils attrapent ça comme un poison à un hameçon et immédiatement ça démarre plein pot et c'est ça jusqu'à 4h du matin. Alors les voisins au début la première fois « Oh c'est sympa » et tout, mais au bout d'une semaine ils en peuvent plus ils vous téléphonent à 4h du matin en vous disant « Ecoutez c'est intenable, on ne peut rien faire » et tout. Ce n'est pas possible d'avoir un deuxième escalier extérieur. Le mec va vouloir fumer un dernier j****, il va mettre sa godasse coinçant la porte et puis, y a quelqu'un qui va passer, qui va trouver que ça sent le tabac et qu'il n'aime pas ça, qui va enlever la godasse, la porte va se refermer et le mec va être dehors. Ou alors il y aura un deuxième qui sera venu et il ne l'aura pas vu ils auront tous les deux leurs clopes, et ils referont le monde. Non ce n'est pas possible, [appuyé] ce n'est pas possible, alors donc il y avait une deuxième, très importante, auberge à Jolimont et elle a fermé à cause de ça.

ÉTUDIANT : A cause des voisins ? C'est la conformité ...

PROFESSIONNEL 1 : Oui la conformité, c'est imbécile, tu te demandes...

ÉTUDIANT : C'est le truc le plus difficile à maîtriser dans les auberges ?

PROFESSIONNEL 1 : On avait une réceptionniste et je lui ai demandé. [Pro 2 inaudible] Tu permets que je parle. Et je lui demandais de téléphoner dans les pays, elle venait d'Espagne, de téléphoner, un peu partout pour savoir qu'est-ce qu'ils faisaient avec la conformité, tout le monde est soumis à la conformité, personne ne la respecte, c'est un truc imbécile.

ÉTUDIANT : Y a des contrôles ?

PROFESSIONNEL 1 : Pour l'instant, ils savent que nous sommes la seule auberge, donc ils n'en font pas parce qu'ils savent qu'on est obligé de fermer et y aurait plus d'auberge à Toulouse y a plus que nous.

PROFESSIONNEL 2 : Oui mais s'ils ont fermé Jolimont.

PROFESSIONNEL 1 : C'est ce qui nous ont dit, Jolimont. [Réflexion] Quand tu m'interromps, ensuite... Tu comprends.

ÉTUDIANT : Vous avez dit « On est la seule auberge sur Toulouse après Jolimont (...) ».

PROFESSIONNEL 1 : Donc cette personne a téléphoné à 36 auberges, et toutes lui ont répondu : « On ne peut pas, et on n'a pas la conformité, on ne l'aura jamais ». Moi ce que j'aurais aimé, c'est monter un système mutualiste. Payer un lobby, pour aller à Bruxelles, non ou à la Haye, pour foutre en l'air ces conformités alors les mecs qui s'en occupent, y a notamment un pompier. Ils sont payés pour ça, pour faire chier le monde [changeant de voix] « Vous comprenez à Paris, y a deux ans, y a un type qui a foutu le feu à l'immeuble » qu'est-ce qu'on en à faire, sur un pays de 60 millions, qu'il y ait un clodo, un sdf complètement bourré, qui se soit étendu sur son matelas, avec une clope, qui ait foutu feu au matelas, et que ça ait foutu le feu à l'immeuble. [S'emporte] Alors, on fait des lois invraisemblables, parce que y a un c** qui a fait ça. C'est inimaginable, inimaginable. [Se calme] Bon pour faire machine arrière dans ces cas-là, « principe de précaution » disait Chirac. Seulement ça me fout en l'air. Bon ici, nous, on a aucun problème dans la mesure où il y a 4 personnes. Ça pourrait se produire quand le mec est seul et ça nous arrive. Parfois, on ne sent pas un mec et on le met dans un dortoir tout seul, quand il y a de la place, là ça pourrait mais autrement il y a de l'auto... comment dire y a une auto surveillance commune et donc ça ne peut pas se produire. Quand bien même on a un type qui fout le feu au matelas parce qu'il est complètement bourré, tout de suite, y a un détecteur de fumé, tout le monde dans l'auberge sort, et vous appelez les pompiers et ils sont là en 3 minutes.

ÉTUDIANT : Puis le risque 0 n'existe pas.

PROFESSIONNEL 1 : Moi, il me semble que le meilleur service qu'on puisse donner aux gens c'est leur expliquer qu'ils doivent maîtriser leur vie, maîtriser les risques. Au lieu de leur dire (gnagnagna) vous aurez votre retraite à 62 ans, et puis si c'est possible à 52, et puis, on vous demandera beaucoup d'argent, et surtout, rester au chaud bah ça me fout en l'air.

ÉTUDIANT : [Hésitation] Et ... Et sur la ... Oui en fait c'est un frein la conformité pour les petites auberges.

PROFESSIONNEL 1 : Alors pour ceux qui ne sont pas fous comme moi, oui, y a plein qui voudraient faire des auberges et qui ne démarrent pas.

ÉTUDIANT : A cause de la conformité ?

PROFESSIONNEL 1 : Bah oui, bah oui.

ÉTUDIANT : Juste, je reviens sur le point de la communication : est-ce que vous envoyez des mails par exemple avec les séjours pour les personnes ?

PROFESSIONNEL 1 : Très rarement moi j'aimerais que ça soit fait systématiquement. Les groupes qui se sont bien conduits leur envoyer un mot : « Merci vous avez été un groupe très charmant, revenez quand vous voulez on vous fera 2% ». Alors les 2 %, on n'en a jamais parlé, mais le courrier, on le fait parfois, une fois sur cent, ça devrait être fait systématiquement.

PROFESSIONNEL 2 : Les groupes, c'est une clientèle qu'on peut fidéliser. Après les autres, c'est rarement des gens qui reviennent, c'est des gens qui voyagent, qui font le tour de l'Europe, qui font le tour de l'Asie.

PROFESSIONNEL 1 : Elle a raison à ceci près : qu'il y a des groupes qui réservent deux ans à l'avance ou deux ans et demi à l'avance alors, elle a raison.

ÉTUDIANT : Alors c'est quoi que vous qualifiez de groupe ? Y a des entreprises qui viennent vous démarcher ?

[Parle en même temps]

PROFESSIONNEL 1 : Alors nous on les a définis alors c'est essentiellement [...]

PROFESSIONNEL 2 : C'est des groupes d'étudiants des [inaudible]

ÉTUDIANT : Est-ce que vous avez des scouts ou des trucs comme ça ?

PROFESSIONNEL 1 : Oui une fois, c'est arrivé, c'était une très bonne clientèle. Je voudrais créer un centre de vacances pour jeunes adultes chrétiens. Mais ça patine, hein, parce que je ne sais pas où m'adresser pour avoir la clientèle.
[Blanc 5 secondes]

ÉTUDIANT : [Hésitation] Ok, pour les mails d'accord. Est-ce que vous essayez dans certains cas de, je ne sais pas, d'attirer avec des offres ?

PROFESSIONNEL 2 : On ne fait pas de yield management ou comme ça.

ÉTUDIANT : C'est parce que ça ne vous intéresse pas ou ... ?

PROFESSIONNEL 1 : C'est une mentalité qui ne me plait pas trop quoi. Là c'est du marchand de fric quoi et ce qui se faisait, notamment par un confrère c'est : il changeait le prix au fur et à mesure de la demande et ça je trouve ça détestable, nous, c'est le prix unique pour tout le monde et que le dortoir soit de 4 personnes ou de 8.

ÉTUDIANT : Vous trouvez que c'est détestable de le faire dans cette auberge ou en terme général ?

PROFESSIONNEL 1 : En terme général.

PROFESSIONNEL 2 : Et surtout que, pour moi, tout a un prix, et ça varie des fois c'est un truc de fou. A St-Sébastien, tu peux dormir la semaine à 19 € et, le weekend le lit en dortoir à 50 €.

PROFESSIONNEL 1 : Ah ouais moi je voulais terminer, à force d'être interrompu, alors pour la conformité et l'auberge de jeunesse. Ici à Toulouse nous sommes la seule auberge de jeunesse qui reste, parce qu'ils ne nous envoient pas la conformité. Ils savent très bien que ça va déraiper et puis je suis un peu nerveux et emporté et ça risque de catcher. [Réflexion 5sec] Et à Barcelone, bon, Toulouse une ville une auberge privée, Barcelone c'est 90.

PROFESSIONNEL 2 : Ouais la France est largement, carrément, en retard par rapport.

PROFESSIONNEL 1 : 90 auberges à Barcelone vous vous rendez compte 90 !

ÉTUDIANT : C'est vrai. Quand on cherche un hébergement, j'avais essayé de chercher une auberge, c'était à Lyon, y avait très peu d'auberges. Y en a peu. Par rapport aux offres d'auberges et vous l'expliquez comment ?

PROFESSIONNEL 1 : Oh je crois que c'est culturel, je crois.

PROFESSIONNEL 2 : Non, moi je me demande si ce n'est pas plutôt administratif enfin on n'a pas de réponses.

ÉTUDIANT : Non c'est bien c'est votre réponse votre façon de penser.

PROFESSIONNEL 2 : Moi, je me demande si les contraintes ne sont pas trop grandes parce que on a vu des gens qui sont venus nous voir pour lancer des auberges ou des projets. Et on n'a jamais vu.

ÉTUDIANT : Et culturellement, c'est surtout parce que les gens, dans les autres pays type Espagne ou Angleterre, ils ont plus l'habitude de voyager entre inconnus ?

PROFESSIONNEL 1 : Ils me semblent qu'il y a plus de clients hispaniques qui viennent dans les auberges, oui.

PROFESSIONNEL 2 : Oui mais même dans les pays du nord, je veux dire y a 9 fois plus d'auberges qu'en France. Tous les pays d'Europe ils ont un truc c'est qu'avant y avait pas les bus en France, Flixbus et tout parce que ça avant les gens des fois arrivaient de Barcelone ils disaient ouais j'aimerais aller à bordeaux et on leur disait ben faut prendre le train c'est obligé c'est 60€ bon ben je repars en Italie c'est moins cher d'aller en Italie en bus que de voyager en train, avant c'était comme ça. Maintenant que c'est plus facile de voyager en France et pas cher ça a changé quand même un peu.

ÉTUDIANT : Donc sur le futur il pourrait y avoir plus d'auberges avec cette ouverture grâce aux bus ?

PROFESSIONNEL 2 : Peut-être. Non mais c'est vrai moi je voyais avant les gens qui venaient de Barcelone qui voulaient visiter les villes mais c'était trop cher, c'était trop cher pour eux. Ils préféreraient repartir à Barcelone.

ÉTUDIANT : C'est vrai que les trains sont extrêmement chers en France, je viens de, de Belgique et je sais que les trains ne sont pas si chers

ÉTUDIANT : Quelques dernières question par rapport, est-ce que vous pensez que vos concurrents, les Airbnb, ils pourraient avoir un futur plus durable qu'un hôtel ?

PROFESSIONNEL 2 : Je pense que pour les hôtels c'est très dur, les Airbnb, pour avoir discuté une fois avec un hôtelier. Y a Airbnb et y a tous les apparts hôtel.

ÉTUDIANT : On a interrogé des hôtels, affaires, et eux pour l'instant ne sont pas touchés du tout par Airbnb. Parce qu'ils ne sont pas concernés car ça n'intéresse pas la clientèle affaires.

PROFESSIONNEL 2 : Apres voilà, Toulouse c'est particulier y a beaucoup de clientèle affaires.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous avez de la clientèle affaires ?

PROFESSIONNEL 2 : Nan nous par rapport ... si y en a un petit peu !

PROFESSIONNEL 1 : Hôtel si y a du monde des affaires.

PROFESSIONNEL 2 : Enfin par rapport aux taux d'occupation, Toulouse, car Toulouse c'est complet la semaine, les hôtels c'est vide le weekend c'est une ville comme ça. Et nous on est plutôt complet le weekend et tout au long de la semaine.

PROFESSIONNEL 1 : Y avait, c'est une anecdote sur les fonctionnaires qui font faire des fausses factures.

ÉTUDIANT : Est-ce que à l'inverse, Airbnb pourrait s'essouffler ? Et s'arrêter comme un effet de mode ?

PROFESSIONNEL 2 : Ça dépend beaucoup de la législation qu'il va y avoir.

PROFESSIONNEL 1 : Alors là ça rend service quand même.

PROFESSIONNEL 2 : Ça rend service mais quand même quand tu habites, là nous on a tout l'immeuble donc que ça rentre, ça sorte on s'en fout mais que si tu es dans ton immeuble et que ça rentre ça sorte y a une différence.

PROFESSIONNEL 1 : Masi tu ne sais pas, [à Anne] toi tu le penses ?

PROFESSIONNEL 2 : Ben oui à Paris ils ont...

PROFESSIONNEL 1 : Les copropriétaires ne peuvent pas faire arrêter ça.

PROFESSIONNEL 2 : Ben difficilement à paris ils ont légiféré pour ne plus louer ton appart Airbnb plus de tant de jours par an. Et là Toulouse, ce qu'ils ont fait, ils ont augmenté la taxe de séjour, d'ailleurs ils nous ont mis dedans ce qui est sympa [rires] ils se sont un peu trompés. Et c'est la même taxe de séjour qu'un hôtel 4*.

PROFESSIONNEL 1 : Quand même c'est plus de charges pour le copropriétaire quand même.

PROFESSIONNEL 2 : Oui voilà ça pose des problèmes avec la propriété c'est entre le business et le privé.

PROFESSIONNEL 1 : C'est plus de passages, plus de paillasons, plus de nettoyage dans les parties communes, plus de lumières alors ça m'étonne que l'autre copropriétaire l'accepte et qu'il puisse ne rien faire.

ÉTUDIANT : Ce qui, m'étonne c'est que vous n'en soyez pas plus impactés que ça par les Airbnb car c'est quand souvent votre clientèle qui va dans les Airbnb. Et non, vous ne le ressentez pas tant que ça !

PROFESSIONNEL 2 : Ben peut être mais nous on a beaucoup de gens, de gens qui voyagent seuls. Donc on reste quand même moins cher que 50€ la nuit.

ÉTUDIANT : Oui d'accord vous restez plus rentables.

PROFESSIONNEL 2 : C'est quand même compliqué, et puis c'est des gens qui ont une culture de « l'auberge de jeunesse » après je ne sais pas si les jeunes comme vous le font encore ?

ÉTUDIANT : Moi je pense qu'on est autant, mais en vrai ça dépend car plus on est moins le Airbnb sera cher.

PROFESSIONNEL 2 : Non je pense que nous c'est vraiment parce que les 3 quarts de la clientèle c'est des voyageurs seuls. C'est marrant Airbnb c'était un peu du genre j'accueille chez moi, maintenant perso tous les Airbnb que j'ai été, tu récupères une clé dans une agence, on ne voit personne.

ÉTUDIANT : Même quand j'ai déjà fait un Airbnb, j'avais que une chambre mais c'était que des personnes avec des Airbnb on ne vivait pas chez les gens alors qu'à la base c'était aussi un peu ça, louer une chambre pour rencontrer.

PROFESSIONNEL 1 : C'est ça

PROFESSIONNEL 2 : Moi je pense que Couchsurfing et que Woofing ou là tu rencontres du monde, ça c'est notre clientèle, vous connaissez le woofing ? C'est dans les fermes tout ça [silence] parce que c'est gens qui veulent voir d'autres choses, ce n'est pas juste pour visiter.

ÉTUDIANT : On avait une dernière petite question, est-ce que vous pensez que la nouvelle génération Z constitue un avenir pour l'hôtellerie et qu'il faudra écouter ses attentes ?

PROFESSIONNEL 1 : Oh ben ça de toute façon oui, toutes les critiques faut les écouter, toutes ça s'est sûr ben des fois y a des critiques qui sont mauvaises et d'autres où on ne sait pas ce qu'on doit faire, par exemple nous les gens nous disent « c'est très bien chez vous mais vous avez la cuisine dans la chambre et c'est pas bien » pour 1 fois sur 10, 9 fois sur 10 mais les autres disent « c'est très bien » [réflexion] si vous mettez

une cuisine commune elle est toujours dégueulasse, c'est impossible ou alors faut mettre une personne qui y soit en permanence ou faire payer le nettoyage. Donc c'est la moins mauvaise solution, je crois.

ÉTUDIANT : Je crois que c'est la première fois que je vois des cuisines comme ça.

PROFESSIONNEL 2 : Moi je trouve que c'est plus sympa quand c'est une cuisine commune. Bon après quand c'est des groupes de 4 qui prennent un dortoir à 4.

PROFESSIONNEL 1 : Alors on avait un italien il avait au moins 40 balais hein [réflexion] il avait, il savait y faire je ne l'ai jamais vu opérer mais il savait y faire, il arrivait à créer des repas, l'été, des repas dehors qu'il se faisait offrir, lui il ne payer rien. Donc il y a eu des soirées d'enfer avec des barbecues, des gens et ils courraient vite acheter de la viande, des chips et le soir il y a avait une ambiance terrible c'était très bien ça.

ÉTUDIANT : Je pense qu'on a fait le tour, des remarques à nous dire ?

PROFESSIONNEL 1 : Alors vous pouvez peut-être me rendre service.

PROFESSIONNEL 2 : Je voulais savoir c'est quoi pour vous les caractéristiques de la génération Z ? C'est le tout numérique ?

ÉTUDIANT : C'est ça, l'attention à être connecté, on a hôtel qu'on a interrogé, ils nous ont dit que dans 5 à 10 ans il y aurait des tablettes dans toutes les chambres.

PROFESSIONNEL 2 : Après voilà, on trouve ici la convivialité, on essaie.

PROFESSIONNEL 1 : Si y a un vol on ne peut pas savoir qui c'est !

PROFESSIONNEL 2 : Le problème c'est que s'il n'y a personne en bas et que tout le monde est sur sa tablette, c'est pareil on nous demande si on a le check in avant, pour le faire sur son smartphone, des services de conciergerie numérique, mais on ne sait pas si c'est pas contre l'esprit.

PROFESSIONNEL 1 : Soit il nous est demandés, assez souvent, il nous est demandés une TV et moi depuis le début je refuse qu'il y ait une TV pour obliger les gens, au début ça ne se faisait plus mais maintenant j'allais présenter, y a une personne qui est arrivée, j'allais présenter cette personne aux autres de la chambre, je me souviens d'une fille qui était mignonne, c'était dans un dortoir avec 3 garçons, je dis à la fille, je me demande si j'avais pas fait exprès pour ça, de mettre un peu de force une fille dans un dortoir de garçon, alors je lui dis désolé, c'est pas possible, mais demain je vous mettrai dans un dortoir de fille. Quand j'ai fait ça, toujours le lendemain j'allais voir la fille « y a une place libre dans un dortoir de fille ! » « ah non non je reste » toujours toujours toujours, une fois je me suis hasardé à poser la question pourquoi c'est plus sympa et là cette fille donc c'était au début je la présente et alors chaque garçon se lève et donne son prénom, je m'en vais puis j'oublie quelque chose et je reviens 3 ou 4 minutes plus tard, et ils étaient en train de jouer aux cartes, ils s'apostrophaient, c'était très joyeux, très gai, comme s'ils se connaissaient depuis des siècles, c'était très bien, très agréable, on le fait plus maintenant c'est dommage.

PROFESSIONNEL 2 : Quand je parle des tablettes et tout ça, on pense à un moment de faire un [réflexion] comment on appelle ça, on avait créé un groupe Facebook pour

les gens présents pour proposer « moi je vais en ville à 15h qui est dispo » ça ça peut être un truc.

ÉTUDIANT : Pour qu'ils puissent se retrouver, rester en contact, plutôt que de passer dans les chambres et demander. [Réflexion] Nous ce qui était ressorti, c'est que la génération Z était exigeante.

PROFESSIONNEL 1 : Non pas chez nous ! [réflexion]

Didier pointe du doigt les téléphones qui enregistrent pour montrer qu'il aimerait qu'on les coupe.

Annexe M : Retranscription entretien professionnel N°8

Table Ronde GÉNÉRATION Z : 2 étudiantes en sociologie « Interviewé 1 » « Interviewé 2 », et un étudiant en génie civil « Interviewé 3 »

Âges : entre 20 ans et 24 ans

Personnes interrogées :

Date : 10 mars 2020

Lieu de l'entretien : Toulouse

ÉTUDIANT : Donc en gros je fais un projet tutoré pour ma Licence Professionnelle. C'est un dossier à rendre, on est un groupe de 5. On parle des thèmes du tourisme collaboratif, donc il va falloir essayer de le définir pendant l'entretien, de la génération Z, donc vous/nous, et on parlera aussi de l'hôtellerie traditionnelle. Donc en gros c'est : comment la génération Z et l'hôtellerie collaborative restructurent l'hôtellerie traditionnelle ?

INTERVIEWÉ 1 : Donc il y a une histoire entre l'hôtellerie maintenant et l'hôtellerie d'avant.

ÉTUDIANT : Oui voilà, c'est ça. Aujourd'hui on va commencer par le collaboratif donc pour vous, à tour de rôle, dites-moi ce qu'est le collaboratif ?

INTERVIEWÉ 1 : Le collaboratif pour moi, c'est en collaboration, c'est en équipe, en groupe peut-être, je dirai ça.

INTERVIEWÉ 2 : Je ne sais pas moi en équipe où tu collabores.

ÉTUDIANT : Peut-être vous avez des idées de concept ?

INTERVIEWÉ 2 : Le covoiturage.

INTERVIEWÉ 1 : Pour l'hôtellerie ?

INTERVIEWÉ 2 : Non mais juste pour le collaboratif.

ÉTUDIANT : En fait, en collaboratif, vous avez style Airbnb. C'est à partir du moment où un propriétaire met à disposition un de ces biens pour d'autres personnes.

INTERVIEWÉ 1 : Ouais donc on peut dire que c'est un peu tout ce qui est location.

ÉTUDIANT : On peut dire aussi Vinted tous ces trucs un peu d'échanges à but non lucratif ou en tout cas entre particuliers.

INTERVIEWÉ 1 : United Wardrobe, c'est la version canadienne de Vinted.

ÉTUDIANT : Donc le collaboratif c'est un échange de biens entre particuliers ou de services. Donc est-ce que vous avez testé un hébergement collaboratif, récemment ? C'était quoi avec quelles plateformes vous êtes passés ?

INTERVIEWÉ 2 : C'était avec un Airbnb.

INTERVIEWÉ 1 : Vinted et en hébergement c'était aussi Airbnb.

ÉTUDIANT : Et connaissez-vous Couchsurfing ?

INTERVIEWÉ 2 : Non.

INTERVIEWÉ 1 : Non.

ÉTUDIANT : C'est à peu près la même chose que Airbnb. Couchsurfing c'est le canapé en anglais, donc tu mets à disposition un canapé chez l'habitant, gratuitement, et donc tu accueilles le voyageur, tu lui fais découvrir la ville, c'est style Airbnb mais gratuit. Donc le dernier voyage que vous avez réalisé c'était avec Airbnb ? C'était pour combien de temps ?

INTERVIEWÉ 3 : Une nuit.

INTERVIEWÉ 1 : Une semaine.

INTERVIEWÉ 2 : Oui c'était une semaine, après c'était 4 jours.

INTERVIEWÉ 1 : Oui y a eu 3 jours.

INTERVIEWÉ 2 : Entre une semaine en 3 jours.

ÉTUDIANT : Donc le plus souvent ce sont des courtes périodes. Pourquoi vous choisissez ce type d'hébergement ?

INTERVIEWÉ 1 : Moins cher.

INTERVIEWÉ 2 : C'est plus grand.

INTERVIEWÉ 1 : C'est facile de réserver.

INTERVIEWÉ 2 : C'est plus libre, tu peux rentrer, et tout, quand tu veux.

ÉTUDIANT : Est-ce que ça vous est déjà arrivés d'aller dans un hôtel traditionnel ?

INTERVIEWÉ 1 : Moi, non.

INTERVIEWÉ 3 : Oui, c'était pour un voyage, aussi. C'était pour 3 semaines ou une semaine.

ÉTUDIANT : Ok excellent et dans cet hôtel, par exemple, est-ce que tu peux me dire quel style d'hôtel c'était ? Entrée de gamme ? Cher ? Milieu de gamme ?

INTERVIEWÉ 3 : Non c'était plutôt un milieu de gamme, plutôt familial.

ÉTUDIANT : Donc c'était pour le tourisme ?

INTERVIEWÉ 3 : Oui, c'est ça

ÉTUDIANT : Donc quand vous choisissez un appartement Airbnb, qu'est-ce qui vous fait choisir un appartement plutôt qu'un autre ?

INTERVIEWÉ 2 : La modernité.

INTERVIEWÉ 3 : Les avis.

INTERVIEWÉ 1 : Oui les photos et le prix, aussi, l'emplacement.

INTERVIEWÉ 2 : Ah oui l'emplacement, avoir des photos de l'appart et du propriétaire, les avis.

ÉTUDIANT : Ok donc si vous voyez qu'un propriétaire n'a pas d'avis sur lui en tant qu'hôte ou sur son appartement, est-ce que ça va vous faire choisir l'appartement qui aura peut-être des avis ou cet appartement qui est vraiment génial mais sans avis ?

INTERVIEWÉ 1 : C'est vrai que si tu en as deux au même prix et un qui a un avis et un qui n'en a pas si je les aime autant l'un que l'autre, je prendrai celui avec un avis, forcément, question de sécurité.

ÉTUDIANT : Pour les hôtels, par exemple pour vous toutes les deux, pourquoi vous n'allez pas dans les hôtels ?

INTERVIEWÉ 2 : J'y allais à l'époque parce que c'était mes parents qui payaient. Mais là j'y vais plus parce que c'est cher, surtout c'est le prix.

ÉTUDIANT : Et qu'est-ce qui pourrait vous attirer dans un hôtel ?

INTERVIEWÉ 1 : La piscine [rires].

INTERVIEWÉ 2 : Le confort

INTERVIEWÉ 1 : En vrai, les services. C'est important aussi d'en avoir, alors que dans les Airbnb t'as pas vraiment de services. Alors que dans les hôtels, tu as toujours quelqu'un si tu as besoin d'aide pour manger.

INTERVIEWÉ 2 : Alors que les Airbnb faut faire le ménage des fois sinon tu paies 50 balles en échange.

ÉTUDIANT : Oui effectivement le ménage, souvent, il est en plus. Donc on a dit que le prix est un facteur important. À choisir, si je vous mets : le prix, l'emplacement, et l'hôte et sa notation, parmi ces trois facteurs lesquels vous mettez en premier pour faire votre choix ? Si vous pouvez faire un classement entre les trois.

INTERVIEWÉ 2 : Emplacements, prix, et hôte.

INTERVIEWÉ 1 : Oui.

INTERVIEWÉ 3 : Ouais, je pense aussi.

ÉTUDIANT : D'accord, très bien, n'ayez pas peur, il y a pas de mauvaises réponses, on parle juste. Et par exemple, qu'est-ce que les hôtels pourraient mettre en place pour vous attirer ?

INTERVIEWÉ 1 : Moi ce serait plutôt facile, mais ce serait l'accessibilité pour les animaux parce que je sais que les Airbnb, trois quart ils ne veulent pas.

INTERVIEWÉ 2 : Moi je réfléchis, tu peux me répéter la question.

ÉTUDIANT : Qu'est-ce qu'il faudrait que des hôtels mettent en place pour t'attirer ? Un truc dans la chambre ou peut-être dans le prix.

INTERVIEWÉ 1 : Un tarif étudiant.

INTERVIEWÉ 2 : Ouais voilà, mais enfin, à part les prix je sais pas un resto sur place.

INTERVIEWÉ 3 : Je sais pas trop, les tarifs en vrai c'est une bonne idée.

ÉTUDIANT : Après des entretiens avec les réceptionnistes dans des hôtels, on nous a dit que, surtout notre génération, elle est intéressée par les promotions. Donc par exemple, vous voyez une promotion pour aller dans un hôtel alors vous avez pas forcément envie d'aller dans un hôtel, tu as une belle promotion, est-ce que vous le privilégiez par rapport à un Airbnb ? Alors imaginons que le Airbnb il est à 50 € la nuit, et l'hôtel à 70 € avec la promotion, est-ce que vous préférez aller dans le Airbnb ou payer un peu plus et aller dans l'hôtel ?

INTERVIEWÉ 1 : Moi, si l'hôtel est plus cher, je prends le Airbnb quand même.

INTERVIEWÉ 2 : Et moi pareil, s'il est moins cher je vais le prendre et même s'il est au même prix que l'hôtel.

INTERVIEWÉ 1 : Par contre, s'ils sont au même prix, je vais prendre l'hôtel parce que pour moi l'hôtel c'est censé avoir plus de services mais après c'est censé, ça dépend le cas.

ÉTUDIANT : Quand vous arrivez dans un Airbnb, à quoi vous faites attention quand vous passez la porte ?

INTERVIEWÉ 1 : Moi ça va être la propreté dans salle de bain.

INTERVIEWÉ 2 : Perso ça va être, si c'est bien conforme aux photos, si ça te rappelle les photos ou pas.

ÉTUDIANT : Après des entretiens, on nous a dit que la génération Z était exigeante. Est-ce que vous êtes d'accord avec cette affirmation ?

INTERVIEWÉ 1 : Pas plus que nos parents, moi je n'ai pas l'impression d'être plus exigeante.

INTERVIEWÉ 2 : Non, je pense pas.

ÉTUDIANT : Est-ce que vous avez l'impression que Airbnb c'est une réelle menace pour les hôtels normaux ?

INTERVIEWÉ 2 : Ben de plus en plus mais je pense pas.

INTERVIEWÉ 1 : Ben si.

ÉTUDIANT : Alors expliquez-moi, pourquoi.

INTERVIEWÉ 3 : Moi je dirais que Airbnb c'est plus pour les vacances et tout. Alors que les hôtels, ils sont plus pleins par rapport à ceux qui travaillent la semaine. Parce que quoi qu'il arrive quand tu pars en déplacement deux jours, tu n'as pas envie de te faire à manger, tu as tous les services à l'hôtel. Donc je dirais que les deux cohabitent plutôt.

INTERVIEWÉ 1 : Ben ouais je suis d'accord avec lui. Après je pense pas que ça attire pas les mêmes types de population. Donc c'est pas parce que les jeunes iraient plus vers des Airbnb que forcément... Je pense que les populations, plus les personnes âgées, elles présentent des habitudes qui font qu'elles ne changeront pas leurs habitudes. Je ne pense pas que ça soit vraiment une menace.

INTERVIEWÉ 2 : Ben oui moi ça change totalement. Parce que par exemple, avant mes parents quand ils partaient, ils allaient à l'hôtel, mais maintenant dès qu'ils partent ils prennent à chaque fois un Airbnb, c'est plus simple, c'est moins cher, il y a plus de trucs, ils se font à manger eux-mêmes, ils sont plus libres en gros. Genre maintenant l'hôtel c'est plus tout ce qui est : travail et vacances, et maintenant, vacances c'est Airbnb.

ÉTUDIANT : Alors pour vous est-ce que l'environnement c'est un facteur important dans le choix d'un hôtel ? Par exemple, quand vous aurez plus les moyens pour voyager à l'hôtel ou en ce moment pour les Airbnb ?

INTERVIEWÉ 2 : Ah ben l'hôtel c'est pas écologique, entre les serviettes, les draps, tous les produits d'accueil, les lavages, non c'est pas écologique.

INTERVIEWÉ 1 : Mais après on sait pas comment ils nettoient dans les Airbnb.

INTERVIEWÉ 2 : Oui mais en soi, Airbnb change les serviettes moins souvent et après ils les lavent eux-mêmes. Alors que t'as des hôtels, y a des camions ils viennent qui les lavent toutes les semaines, le linge, les trucs, les petits savons genre si y a ça qui est en moins hop ça part à la poubelle. Alors que dans les Airbnb ben ça c'est pas grave, on laisse pour le prochain.

INTERVIEWÉ 1 : Oui mais toi tu sais ça parce que tu as fait de l'hôtellerie moi j'en sais rien.

ÉTUDIANT : Et au niveau de l'écologie, entre un hôtel qui fait de l'écologie et un hôtel qui n'en fera pas forcément, qui restera basique. Est-ce que vous allez choisir plutôt ... choisir ce qui est écologique ou celui qui ne l'est pas ? Et pourquoi, selon vous, ça serait plus important de choisir l'un et pas l'autre.

INTERVIEWÉ 3 : Ça va dépendre du prix, est-ce qu'ils sont au même niveau ?

ÉTUDIANT : Oui, en effet, ils sont du même niveau est au même prix.

INTERVIEWÉ 3 : Ben alors oui, si ça change pas grand-chose à ton quotidien.

INTERVIEWÉ 2 : Puis même c'est intéressant de tester.

ÉTUDIANT : Donc il ne faut pas que ça change grand-chose au quotidien ?

INTERVIEWÉ 3 : Non, non, s'ils nettoient jamais si tu gardes les mêmes draps que ceux d'avant. Oui si ça te change pas ton quotidien, ça me dérange pas. Mais après si le prix est plus élevé, je prendrai celui qui fait pas d'écologie.

ÉTUDIANT : Donc on a fréquenté des loueurs de Airbnb sur Toulouse et ce qu'il est sorti de ces rencontres c'est que Airbnb est devenu un vrai business. On a rencontré des gens qui avaient 70 d'appartements sous leur gestion. Est-ce que cette professionnalisation de Airbnb ça peut vous faire peur ou plutôt vous vous sentez plus confiant, ça vous rassure ?

INTERVIEWÉ 2 : Non ça me fait bizarre un peu je préfère que ça soit plus entre particulier et particulier.

INTERVIEWÉ 1 : Après moi ça me choque pas dans le sens où c'est genre Uber ou ce genre de trucs, avant c'était des mecs qui étaient là qui venaient juste faire 2 ou 3 trajets en fin de journée. Maintenant c'est leur métier, au quotidien, comme les livreurs UberEat, ils font ça toute la journée. Je trouve que c'est normal, ça se professionnalise, c'est des nouveaux métiers de maintenant, faut juste s'habituer.

INTERVIEWÉ 3 : Oui effectivement, j'ai le même avis qu'Alicia.

ÉTUDIANT : Oui peut-être que, si imaginons vous avez les compétences de créer un hôtel avec un budget limité à quoi est-ce qu'il ressemblerait ?

INTERVIEWÉ 2 : Je sais pas avec un resto normal gastro, avec des produits régionaux, un peu traditionnels quoi.

ÉTUDIANT : Dans la chambre, tu y mettrais quoi ?

INTERVIEWÉ 2 : Un lit, un petit bureau, des produits d'accueil, une salle de bain avec toilette douche ou baignoire

ÉTUDIANT : Quoi comme produit d'accueil.

INTERVIEWÉ 2 : Un gel douche et du savon.

ÉTUDIANT : Mais quel type de savon ? Quelle qualité ?

INTERVIEWÉ 2 : Des produits de luxe, Chanel, du parfum dans ce cas-là.

ÉTUDIANT : Donc toi, Alicia, il serait comment ton hôtel ? Comme celui de Maëlle ?

INTERVIEWÉ 1 : Non je ne pense pas, en vrai le jacuzzi et tout c'est cool, la piscine, mais après je sais pas. Je me suis jamais posé cette question mais j'aimerais bien un

truc un peu familial, des trucs qui utilisent des produits locaux, de la culture raisonnée, genre des trucs... et après je sais pas, peut-être un peu pédagogique pour moi ça serait pas vraiment un hôtel ça serait plutôt une auberge, ce genre de truc, avec des animaux, des activités et tout.

ÉTUDIANT : Thomas ?

INTERVIEWÉ 3 : Moi plutôt pareil, un hôtel de luxe, après ça dépend aussi un peu de l'hôtel et l'endroit.

INTERVIEWÉ 2 : Après moi, tout le monde peut aller au resto, une terrasse, un petit bar pour regarder un petit match de rugby, de foot.

INTERVIEWÉ 3 : Non mais je pense que vraiment ça dépend de l'endroit aussi mais après oui luxe en soi mais accessible à tous c'est pas luxe du coup mais plutôt haut de gamme.

ÉTUDIANT : Bon c'était la dernière question, est-ce que vous avez des choses à rajouter sur le thème de la génération Z ?

INTERVIEWÉ 1 : Je pense pas qu'on soit la dernière génération. Pour le coup, ceux qui arrivent après nous ils sont déjà dans un monde parallèle, en soi, par rapport à nous, on est déjà plus proche la génération de nos parents, dans notre façon de penser, je pense, peut-être pas tout le monde, que ceux qui arrivent après, je pense que ça va être encore plus différent après.

ÉTUDIANT : Ce qui ressortait c'est que la génération Z, c'est qu'elle était dans le besoin de mettre de mettre de la connectivité dans les chambres, des choses comme ça.

INTERVIEWÉ 1 : Bah ouais, pour le coup là je peux le dire, j'ai pas eu mon téléphone pendant une journée. Je n'étais pas perdu, mais c'était bizarre, je le cherchais tout le temps. Et quand j'ai récupéré celui-là vide, j'avais l'impression que je pouvais rien faire sans. Je pouvais pas manger, je pouvais pas parler à mes parents, je pouvais rien faire, et du coup je me suis rendu compte à quel point ça avait un impact, assez chaud, à quel point on peut plus rien faire sans nos téléphones. Ça m'a fait un peu flipper.

ÉTUDIANT : Bon ben merci, c'est bon je vais m'arrêter là.

Annexe N : Retranscription entretien professionnel N°9

Personne interrogée : Collégien de 15 ans

Date : 16 Mars 2020

Lieu de l'entretien : Besançon

ÉTUDIANT : Tu as tout compris, je peux commencer à te poser des questions ?

INTERVIEWÉ : Oui.

ÉTUDIANT : Est-ce que tu as une idée de ce qu'est l'hébergement collaboratif ?

INTERVIEWÉ : Non.

ÉTUDIANT : Pas du tout ?

INTERVIEWÉ : Non

ÉTUDIANT : Et si je te dis « airbnb » ?

INTERVIEWÉ : Moyen...

ÉTUDIANT : Moyen ?

INTERVIEWÉ : Moyen.

ÉTUDIANT : Est-ce que tu sais à peu près ce que c'est, tu peux peut-être mettre des mots dessus ? Si tu as une idée de ce que c'est, me l'expliquer ?

INTERVIEWÉ : Euh c'est comme un hôtel, mais après je sais pas trop.

ÉTUDIANT : Ok, pas de soucis. Et pour toi, à l'hôtel qu'est-ce que tu privilégies, quels sont, euh je sais pas, les équipements, le type de chambre, toi tu n'es pas trop concernée encore par le prix, mais peut-être qu'un jour ça aura un impact sur toi, quelles sont les choses importantes pour toi ?

INTERVIEWÉ : Je pense la propreté des chambres, le petit déjeuner, c'est très important, et les gens de l'hôtel genre s'ils sont gentils ou pas, et puis le prix aussi quand même.

ÉTUDIANT : Est-ce que tu penses que notre génération a besoin d'équipements différents que nos parents par exemple ?

INTERVIEWÉ : Comment ça, différents ?

ÉTUDIANT : Bah euh, je sais pas, on va dire que la génération de papa et maman voulait des chambres avec une télé et Canal + dessus, est-ce que tu penses que nous aujourd'hui on veut toujours une télé avec Canal + dessus, est-ce qu'on a toujours les mêmes attentes ?

INTERVIEWÉ : Euh non. Je pense pas, pas du tout même.

ÉTUDIANT : Tu penses quoi ? Qu'est-ce que tu souhaiterais dans une chambre autre que la propreté ?

INTERVIEWÉ : Bah le wifi, maintenant, tout le monde est sur Netflix et c'est mieux d'avoir internet pour parler aux gens aussi. Je pense aussi.... Non ça c'est déjà bien ! (Rires)

ÉTUDIANT : Que le wifi, tant que. Tu sais il y a des auberges de jeunesse qui existent, ce sont des genres de petits hôtels, où tu partages des dortoirs avec des gens, genre c'est des chambres de six et toi tu loues juste le lit, est-ce que toi, ça pourrait t'intéresser ou tu loues genre une vraie chambre à toi tout seule ?

INTERVIEWÉ : Non moi ça ne me dérangerait pas

ÉTUDIANT : Tant qu'il y a du wifi c'est bon ?

INTERVIEWÉ : Euh.... Oui... Enfin oui et non, tant que c'est confortable et que les gens sont gentils je m'en fiche. Il faut qu'il y ait du calme aussi.

ÉTUDIANT : OK. Est-ce que tu penses que c'est important que sur les sites internet et les plateformes de réservations, ça soit joli ou ça t'importe et ce qui compte c'est vraiment que le résultat final ?

INTERVIEWÉ : En soit, c'est mieux quand c'est beau parce que ça attire plus l'œil, on a plus envie de rester, et si on paie, c'est mieux de payer sur quelque chose qui est beau. Que d'être sur un truc tout moche. Mais sinon faut que ce soit comme l'hôtel, si tu paies cher il faut que ce soit joli et dans l'hôtel il faut que tu te sentes comme chez toi et que ce soit chaleureux.

ÉTUDIANT : Et, on va dire que si c'est chaleureux mais que tu n'as pas de personnes qui t'accueillent et que c'est tout, c'est tout fait par des robots on va dire, est-ce que ça te dérangerait ?

INTERVIEWÉ : Oui je préférerais avoir du contact. Parce que, je suis un peu sociable quand même, j'aimerais pas et puis j'ai pas trop confiance en les robots. J'aime moins.

ÉTUDIANT : Pareil pour le restaurant ?

INTERVIEWÉ : Oui pareil, parce que tu peux discuter avec les gens et c'est mieux. Ça créé de la convivialité.

ÉTUDIANT : D'accord. Donc on va dire que t'es dans un grand hôtel, comme en Grèce, t'aurais préféré que les gens prennent plus le temps de discuter avec vous ou... ?

INTERVIEWÉ : En Grèce je me souviens plus trop, mais en tout cas à l'île Maurice, à l'hôtel les gens prenaient le temps de discuter, ils n'étaient pas à fond sur l'heure, et si t'avais une question à leur poser ils répondaient et discutaient avec toi, je trouvais ça vraiment bien.

ÉTUDIANT : Est-ce que tu serais prête à payer plus pour avoir plus de contact avec les gens ?

INTERVIEWÉ : Non.

ÉTUDIANT : Tu préfères payer moins et ne pas avoir de contact ?

INTERVIEWÉ : Je trouve que le contact c'est quelque chose de gratuit normalement, parce que quand on fait un travail et que on l'aime vraiment, on ne doit pas faire payer les gens pour bien prendre de leurs nouvelles, ou quoi.

ÉTUDIANT : Très bien, alors... Est-ce que tu penses que c'est important que les hôtels soient sur les réseaux sociaux ?

INTERVIEWÉ : Parfois ça peut être utile, il y a beaucoup de gens sur les réseaux, ils cherchent pleins trucs et ils peuvent faire plein de trucs en fonction des annonces, et tout. Et puis ça peut faire de la pub comme il y a beaucoup de gens dessus, et puis si l'hôtel il est beau, et ben... et puis il y a souvent des avis dans les commentaires des hôtels et du coup ça peut faire de la bonne pub, et puis ça peut donner envie et pas envie en même temps.

ÉTUDIANT : Est-ce que tu penses que c'est bien qu'ils fassent de la pub avec des influenceurs ?

INTERVIEWÉ : Euh non, je trouve ça chiant.

ÉTUDIANT : J'ai une dernière grosse question autour de l'écologie : est-ce que tu penses que c'est important l'écologie dans un hôtel ou pas ?

INTERVIEWÉ : Bah ouais, beaucoup, c'est super important parce que là aujourd'hui on est en 2020 et que y'a plein de problèmes sur la pollution, tout ça et tout, et que du coup, du coup ça peut être bien que de voir tous les déchets qu'on fait et qui sont... euh... qui sont...

ÉTUDIANT : Ok je vois, c'est important...

INTERVIEWÉ : Donc c'est important et puis ça donne conscience aux gens quand ils disent que c'est recyclé par exemple.

ÉTUDIANT : D'accord, et là pour le coup, et ce que tu serais prête à payer un peu plus pour aller dans ce genre d'hôtel ?

INTERVIEWÉ : En soit, oui, parce que je préfère que ce soit bien pour l'environnement plutôt que ça fasse encore de la pollution, mais après faut pas que ce soit abusif, faut pas que des personnes puissent en abuser, ça doit rester pour la bonne cause.

ÉTUDIANT : D'accord, parfait, merci beaucoup !

Annexe O : Retranscription entretien professionnel N°10

Personne interrogée : étudiante de 20 ans en hôtellerie

Date : 15 Mars 2020

Lieu de l'entretien : Toulouse

ÉTUDIANT : Alors, je vais commencer par te poser des questions autour de l'hébergement collaboratif. Pour toi, qu'est-ce que c'est ?

INTERVIEWÉ : Alors, pour moi, ça serait, offrir un hébergement, donc une chambre ou n'importe quoi d'autre où l'on peut dormir, mais en contrepartie d'un petit peu d'argent pour aider, pas quelque chose d'excessif, pour pouvoir rendre service mais sans être perdant non plus, donc faire payer genre l'eau et l'électricité et genre un petit peu au-dessus.

ÉTUDIANT : Donc faire payer une petite contribution en échange d'un couchage ?

INTERVIEWÉ : Voilà

ÉTUDIANT : OK ! Est-ce que tu as déjà essayé ?

INTERVIEWÉ : Non

ÉTUDIANT : D'accord. Qu'est ce qui te vient à l'esprit quand je te dis « airbnb » ?

INTERVIEWÉ : L'application Airbnb, qui permet de louer des appartements quand on part en voyage ou en vacances ou en week-end, ...

ÉTUDIANT : D'accord, qu'est-ce que représente pour toi l'hébergement traditionnel ?

INTERVIEWÉ : Alors pour moi ça va être l'hôtellerie traditionnelle avec le principe de base qui est la réception, la chambre et le petit déjeuner. Le contact va être différent, je pense, car ça va être un contact plus professionnel dans l'hôtellerie traditionnelle que dans le collaboratif.

ÉTUDIANT : Qu'est ce qui fait que tu vas réserver une chambre d'hôtel plutôt qu'autre chose ? Qu'un airbnb par exemple ?

INTERVIEWÉ : Parce que les hôtels je connais. Je connais le fonctionnement, comment ça se passe.

ÉTUDIANT : Donc pour la sécurité ?

INTERVIEWÉ : Oui la sécurité et l'habitude, et airbnb ça ne m'a pas l'air très fiable.

ÉTUDIANT : D'accord. Au même prix, pourquoi est-ce que tu choisirais un type d'hébergement plutôt qu'un autre ? C'est-à-dire un hôtel plus qu'un airbnb, qu'un appart'hôtel, qu'un camping, mobil 'home....

INTERVIEWÉ : Au même prix ? Bah ça va dépendre de pourquoi je réserve. Si c'est en vacances, je vais préférer un appart'hôtel ou un mobil 'home parce qu'il y a une cuisine, c'est un peu notre « maison », au niveau du confort je trouve ça mieux. Si c'est sur un week-end un hôtel ça fera très bien l'affaire, parce que pour prendre le petit déjeuner

et manger une fois à l'extérieur, tandis que sur une semaine le budget serait excessif. Et airbnb, moins parce que je ne connais pas.

ÉTUDIANT : D'accord. Est-ce que tu peux me décrire ton hôtel de rêve, ton hébergement de rêve, qu'est-ce que ça serait pour toi ?

INTERVIEWÉ : Hum... un prix abordable... Enfin un bon rapport qualité/prix. Euh... avec... le personnel qui va être en bon contact, enfin après moi je suis très expérience client, donc un endroit où l'on peut vivre une bonne expérience client, plus dans l'insolite, tout ce qu'y est cabanes dans les arbres et ce genre de choses. Donc ça va plus être, enfin, ça ne sera pas vraiment sur de l'hôtellerie traditionnelle, ça sera plutôt des petites maisons, des petites yourtes où l'on peut avoir une cuisine, enfin des trucs comme ça.

ÉTUDIANT : D'accord, très intéressant. Alors, est ce qu'en... Quelles sont tes attentes en matière d'accueil du personnel ? Et des prestations qu'ils peuvent fournir ? Ça peut être de l'aide, des renseignements, ça peut être si tu as envie d'un bouquet de fleurs : te le trouver. Donc plus au niveau de la conciergerie.

INTERVIEWÉ : J'ai pas d'attentes particulières au niveau de la conciergerie, parce que je n'ai pas de besoins particuliers. Après j'estime que ce n'est pas le travail des réceptionnistes, ce n'est pas à eux de faire la conciergerie, pour moi ce sont deux métiers différents. Mais par contre, qu'ils puissent renseigner un minimum sur l'endroit où l'on peut trouver ce dont on a besoin. Mais toujours avec le sourire et puis l'envie d'être là.

ÉTUDIANT : Est-ce que tu penses que les prestations actuelles que proposent les hôtels correspondent à tes besoins, ou alors il a vraiment du superflu et des choses qui ne vont pas ?

INTERVIEWÉ : Ça dépend des hôtels, il y'en a qui vont faire en sorte de correspondre aux attentes des clients, de pouvoir être présents pour les clients et les aider ; tandis qu'il y en a d'autres qui vont... Enfin il y a certains établissements où les patrons vont être plus de l'ancienne école et vont estimer qu'ils n'ont pas à faire ce travail là et que c'est aux clients de correspondre aux choses qu'ils proposent et pas l'inverse.

ÉTUDIANT : Selon toi, quelles sont les actions à mettre en place pour attirer les gens de ta génération, la génération Z, pour les attirer à l'hôtel ?

INTERVIEWÉ : Alors les actions à mettre en place... Euh... l'expérientiel, c'est vraiment un truc actuel. Après, euh, que ce soit en outils ou...?

ÉTUDIANT : Oui outils et prestations ?

INTERVIEWÉ : Donc, je dirais un peu de digital, tout ce qui est domotique quand même parce que ça colle à notre génération. Après, rester dans le relationnel parce que c'est hyper important. Si j'arrive à l'hôtel et que c'est une tablette pour faire le check-in et pas un réceptionniste, je crois que je fais demi-tour. Vraiment rester sur du relationnel, je pense que ça reste le plus important. Pas forcément de choses importantes sur les chambres, que ce soit sobre, épuré mais efficace

ÉTUDIANT : Comment tu vois l'hôtellerie de demain ?

INTERVIEWÉ : Je pense qu'elle ne sera pas vraiment différente, sur la plupart des aspects en tout cas. Aujourd'hui l'hôtellerie est relativement jeune et elle se rajeunit vachement. Il y a de plus en plus de concepts différents, donc je pense qu'il y aura toujours des nouveaux concepts qui vont arriver, mais qu'ils seront vraiment « finis », il n'y aura pas de petites failles comme « oh tiens on pourrait rajouter ça ! ». Je pense que l'on va prendre l'ensemble des concepts et que y'en aura vraiment pour tous les goûts et que ça sera vraiment axé sur l'expérientiel.

ÉTUDIANT : D'accord. Du coup quels sont les principaux changements à venir, suite à ça ? La fin des concepts bateaux ou trop traditionnels ?

INTERVIEWÉ : Non je pense qu'il y aura toujours une part d'hôtellerie traditionnelle, il y a des gens qui en ont besoins, il y en aura moins, parce qu'il y aura moins de clients qui seront là pour ce type d'hébergement et je pense que ça existera toujours, au fil du temps l'hôtellerie traditionnelle va changer. C'est-à-dire qu'on ne parlera plus de d'hôtellerie traditionnelle comme on en parle maintenant, si ça se trouve l'hôtellerie traditionnelle dans dix ans ça sera l'hôtellerie de demain dont on parle aujourd'hui. Donc je pense que les termes vont évoluer, les concepts ne vont pas disparaître se sont les termes qui vont évoluer en fonction des concepts.

ÉTUDIANT : D'après toi, est-ce que l'écologie jouera un rôle central dans cette évolution ?

INTERVIEWÉ : Oui ! Je pense. C'est au cœur de l'actualité aujourd'hui. Et il y a de plus d'entreprises qui mettent en place des RSE, donc, oui ça sera vraiment central car l'hôtellerie et le tourisme ont vraiment un rôle hyper important dans l'écologie. C'est super important que ce soit mis en place à fond dans les hôtels.

ÉTUDIANT : Merci beaucoup, tu as quelque chose à rajouter ?

INTERVIEWÉ : Je crois pas !

Annexe P : Retranscription entretien professionnel N°11

Personne interrogée : étudiante de 21 ans en Management du sport

Date : 16 Mars 2020

Lieu de l'entretien : Toulouse

ÉTUDIANT : Selon toi qu'est-ce que l'hébergement collaboratif ?

INTERVIEWÉ : Pour moi c'est tout ce que les gens mettent à disposition pour les autres de manière payante donc par exemple quelqu'un qui a un appartement et qui le loue à d'autres gens pendant les vacances. Ou alors les Airbnb, pour moi c'est ça l'hébergement collaboratif, ou un bungalow aussi, y'en a qui possèdent des bungalows et qui les mettent à la location pour les vacances. Donc c'est ce qui appartient aux gens et qui les louent à d'autres.

ÉTUDIANT : D'accord, tu as déjà testé ce genre de... ?

INTERVIEWÉ : Oui !! Je vais dans les Airbnb.

ÉTUDIANT : Que les Airbnb ?

INTERVIEWÉ : Ouais. Ou alors les bungalows aussi, ils étaient loués, mais je ne sais pas trop car c'étaient mes parents qui prenaient les réservations.

ÉTUDIANT : Ok. Et quels sont les avantages de cette forme d'hébergement ?

INTERVIEWÉ : La plupart du temps c'est moins cher ou que les hôtels ou les locations de vacances dans des VVF ou Pierre et Vacances et des trucs comme ça. Ensuite il y a aussi, je ne sais pas, le contact avec les gens puisque cela te permet d'avoir de nouveaux contacts par exemple avec celui qui te loue l'appartement ça se passe bien, peut-être qu'il te le relouera plus facilement la prochaine.

ÉTUDIANT : Ok, et tu as trouvé des inconvénients ?

INTERVIEWÉ : Euh des inconvénients non car je trouve que les services sont bien réalisés, forcément des fois c'est pas aussi qualitatif qu'un hôtel, par exemple tu n'as pas le service de chambre ou les trucs comme ça, mais euh ça reste très bien quoi.

ÉTUDIANT : Ok. Et quand je te dis Airbnb qu'est-ce qu'il te vient à l'esprit ?

INTERVIEWÉ : Bah appartement !

ÉTUDIANT : Que appartement ?

INTERVIEWÉ : Et vacances ? (Rires)

ÉTUDIANT : Tu as déjà été sur cette plateforme ?

INTERVIEWÉ : Oui.

ÉTUDIANT : Tu trouves ça bien ?

INTERVIEWÉ : Je trouve que c'est bien fait ouais, notamment avec la carte sur le site pour se situer et trouver un appartement c'est bien aussi.

ÉTUDIANT : Avec la carte ?

INTERVIEWÉ : Quand tu peux regarder où sont les appartements par rapport à la géographie, ça c'est bien.

ÉTUDIANT : Très bien ! tu as déjà été déçue par un Airbnb ou pas ?

INTERVIEWÉ : Déçue non, mais des fois contrariée, par exemple avec les voisins ou des trucs comme ça, mais c'est pas du ressort du Airbnb quoi.

ÉTUDIANT : Kk ok. Bon on passe à l'hébergement traditionnel. Qu'est-ce qu'il représente pour toi ?

INTERVIEWÉ : Euh plus de confort, des fois du luxe surtout quand tu vas dans les hôtels 4 ou 5 étoiles et euh voilà.

ÉTUDIANT : Toi tu choisis un hôtel pour quoi ? Quelles sont tes attentes ?

INTERVIEWÉ : La situation géographique et le prix parfois.

ÉTUDIANT : Pour une même zone géographique, tu peux choisir entre un Airbnb et un hôtel tu choisis quoi ?

INTERVIEWÉ : L'hôtel !!

ÉTUDIANT : Pourquoi ?

INTERVIEWÉ : Parce que c'est plus simple, dans le sens où tu vas à la réception tu prends tes clés et tu y vas, alors que pour un Airbnb, euh tu vas devoir contacter l'hôte, vous mettre d'accord sur une heure pour récupérer les clés, avoir des codes machin, alors que l'hôtel c'est beaucoup plus rapide surtout quand tu dois te déplacer sur un coup de tête. Par exemple, récemment j'ai dû me déplacer du jour au lendemain, et on a tout de suite regardé les hôtels car c'est plus simple d'accès.

ÉTUDIANT : D'accord. Quand tu réserves un hôtel, quels sont les facteurs qui sont déterminants pour la réservation ?

INTERVIEWÉ : Le nombre d'étoiles déjà ! Et le prix.

ÉTUDIANT : Tu ne regardes pas les services ou autres ?

INTERVIEWÉ : Ah si le petit déjeuner

ÉTUDIANT : (Rires). C'est sacré quand même !

INTERVIEWÉ : Oui (rires). Mais s'il n'y est pas c'est pas trop grave, en fait ça dépend pour quoi tu te déplaces. Si c'est pour les vacances c'est mieux d'avoir un bon hôtel car tu vas séjourner longtemps, mais si c'est pour un déplacement professionnel ou pour passer des concours pour des écoles dans mon cas, ben franchement j'ai juste regardé le prix et la situation géographique, les services je m'en fou un peu, petit déjeuner ou pas c'est pareil.

ÉTUDIANT : Ok. Sur la génération Z, quelles sont tes attentes quand tu es accueillie dans un hôtel ?

INTERVIEWÉ : Euh franchement je n'ai pas de grandes attentes, on me dit bonjour et au revoir et c'est bon quoi. C'est bonjour je viens récupérer ma chambre et bonsoir, je n'ai pas envie qu'on vienne me voir et qu'on me dise donc dans la région vous pouvez visiter ça, ça et ça, moi ça m'est égal.

ÉTUDIANT : Ok. Et niveau prestations ? Non plus du coup ?

INTERVIEWÉ : A part le petit déjeuner tout dépend de son prix, et le service de chambre quand même car quand tu vas dans un hôtel c'est pour le confort avec le ménage, c'est la base d'un hôtel quand même le ménage.

ÉTUDIANT : Est-ce que tu penses que les prestations que les hôtels proposent correspondent à tes attentes ?

INTERVIEWÉ : Bah oui, dans l'ensemble oui !

ÉTUDIANT : Quelles sont les actions à mettre en place selon toi pour que les hôtels attirent plus de clientèle ?

INTERVIEWÉ : De ma génération ?

ÉTUDIANT : Oui la clientèle de ta génération ?

INTERVIEWÉ : Les prix ! Vraiment les prix.

ÉTUDIANT : Car ils sont trop chers ?

INTERVIEWÉ : Parce que c'est souvent cher ouais, et si tu veux un bon hôtel il faut viser quand même un trois étoiles minimum. Et un trois étoiles c'est quoi, c'est entre 90 et 115 euros la nuit avec les services. Récemment je suis allée dans un deux étoiles, et pour trois personnes c'était 68 euros la nuit. Donc faire des efforts sur les prix et voilà c'est tout. Vraiment pour notre génération, on n'est pas compliqué, un lit pour dormir, une douche et à la limite un mini frigo pour mettre ta bouteille d'eau dedans et c'est bon quoi. Mais vraiment le strict minimum.

ÉTUDIANT : Ok et sur l'avenir en hôtellerie. Comment tu vois l'hôtellerie de demain ?

INTERVIEWÉ : Ben de la même façon. Moi je n'attends pas de grandes évolutions du monde de l'hôtellerie, à part faire des efforts sur les prix mais bon, comme tout quoi, moins c'est cher plus ça attire.

ÉTUDIANT : Tu penses que c'est l'hébergement collaboratif ou l'hôtellerie qui va l'emporter sur l'autre on va dire ?

INTERVIEWÉ : Je pense que c'est l'hébergement collaboratif, car ce sera toujours moins cher qu'un hôtel car tu n'as pas de salariés, tu n'as pas de charges, tu n'as pas de communication à faire, tu as juste à t'inscrire sur une plateforme et c'est fait quoi. Les seules charges qu'ils peuvent avoir c'est les gens qui gèrent les Airbnb pour les autres, et ça c'est vraiment quand tu dois en avoir beaucoup ou que tu n'as vraiment pas le temps. Mais moi je pense que l'hébergement collaboratif ça ne va pas tuer l'hôtellerie car il y aura toujours des gens qui préféreront aller à l'hôtel. Mes parents par exemple, ils n'iront jamais sur Airbnb, mais je pense que notre génération elle va plus sur Airbnb mais pour une question de prix.

ÉTUDIANT : ok parfait. Selon toi, quels sont les principaux changements à venir dans les prochaines années dans l'hébergement ?

INTERVIEWÉ : Euh la technologie peut-être ! Pour l'hôtellerie avoir des produits de meilleure qualité quoi. Les gens vont en vouloir plus et toujours plus. Moi l'hôtellerie je ne connais pas trop, je consomme mais je ne sais pas trop comment ça marche. Donc je pense que ça ne peut pas plus évoluer que ça ne l'est déjà, enfin c'est très limité. Voilà quoi.

ÉTUDIANT : Ok merci beaucoup.

INTERVIEWÉ : Avec plaisir.

Annexe Q : Retranscription entretien professionnel N°12

Personnes interrogées : deux jeunes belges de 15 et 16 ans.

Date : 16 Mars 2020

Lieu de l'entretien : Belgique

ÉTUDIANT : Bonjour, donc je vais vous parler de mon projet qui consiste, en fait c'est l'arrivée de l'hébergement collaboratif et de la génération Z dans l'hôtellerie traditionnelle. Et donc euh, l'entretien va se passer en 3 - 4 parties, donc je vais d'abord vous parler de l'hébergement collaboratif, ensuite de l'hébergement traditionnel et pour finir de la génération Z et puis de l'avenir en hôtellerie, de ce que vous vous pensez de tout ça.

INTERVIEWÉ 1 : Ça va.

ÉTUDIANT : Pour vous qu'est-ce que c'est l'hébergement collaboratif ?

INTERVIEWÉ 1 : J'en ai aucune idée, alors je sais pas du tout, j'ai même pas compris quand t'as parlé.

ÉTUDIANT : En gros, l'hébergement collaboratif c'est euh, donc c'est tout ce qui est Airbnb, tout ce qui est hébergement, enfin c'est les privés et les particuliers qui louent leur euh, leur logement, en fait.

INTERVIEWÉ 1 : Ah ouais, donc c'est des logements, en fait privés, donc c'est des logements où t'as tout à toi tout seul ?

ÉTUDIANT : Voilà, donc euh, est-ce vous en avez déjà testé et euh si oui quels sont les avantages et les inconvénients selon euh, selon vous ?

INTERVIEWÉ 1 : Ouais celui quand on est allé à Marseille.

INTERVIEWÉ 2 : Ah ouais ouais. Beh euh, les avantages, je dirai que c'est parce que t'es tout seul donc euh, tu dois pas euh, tu fais ce que tu veux. Genre tu dois pas vivre en fonction des autres par exemple dans un hôtel, tu dois avoir des heures et tout, tandis que dans, dans la villa où t'es tout seul, tu dois pas forcément faire ça et euh, bah les inconvénients je dirais c'est hum, bah que tu rencontres pas vraiment beaucoup de monde, tu te socialises pas.

ÉTUDIANT : Ok. Et pour toi ?

INTERVIEWÉ 1 : Je dirai la même chose, je, j'ai pas d'autres trucs à rajouter.

ÉTUDIANT : Et hum, quand je vous dis Airbnb, qu'est-ce qu'il vous vient à l'esprit, enfin les premiers mots auxquels vous pensez quand je vous dis Airbnb ?

INTERVIEWÉ 1 : Appartement, hum, je sais pas comment on dit ça mais un appartement de tu vois, je sais pas si ça se dit appartement indépendant ?

ÉTUDIANT : Oui, un appartement où on est indépendant dedans ?

INTERVIEWÉ 1 : Oui, voilà.

ÉTUDIANT : Rien d'autre ?

(Blanc de 5 sec)

INTERVIEWÉ 1 : Ouais, je vois pas de..

INTERVIEWÉ 2 : Je vois pas non plus.

ÉTUDIANT : D'accord, donc maintenant on va passer à l'hôtellerie traditionnelle. Euh, pour vous qu'est-ce que ça représente l'hébergement traditionnel ?

INTERVIEWÉ 1 : Ouais c'est tout ce qui est hôtel euh,

INTERVIEWÉ 2 : Auberge de jeunesse, et tout ça

ÉTUDIANT : Quand vous réservez, enfin, imaginons, si vous pouviez réserver un hôtel, quels seraient les facteurs qui détermineraient que, enfin qui feraient en sorte que vous iriez dans un hôtel et pas un autre ?

INTERVIEWÉ 2 : Hum...

INTERVIEWÉ 1 : Déjà les commentaires, je pense.

INTERVIEWÉ 2 : Les alentours, par exemple s'il y a des magasins à côté ou quoi ou si c'est un hôtel ou il y a rien autour, je pense que j'irai pas.

INTERVIEWÉ 1 : Et euh, qu'est-ce qu'il pourrait y avoir d'autres, euh, bah ouais les commentaires par rapport à ce que les étudiants en ont pensé, hum,

INTERVIEWÉ 2 : La nourriture,

INTERVIEWÉ 1 : Ouais c'est ça, les photos qu'ils proposent aussi, pour voir aussi à quoi ça ressemble, s'il y a genre 3 photos, euh c'est sûr qu'on va pas prendre celui-là, mais si c'est bien présenté et tout quoi.

ÉTUDIANT : Ok, et si par exemple les prix sont les mêmes, même si vous avez pas parler des prix, pourquoi vous en choisiriez un, un hôtel et pas un autre ?

INTERVIEWÉ 1 : Bah ce serait par rapport au luxe, à la propreté, à ...

INTERVIEWÉ 2 : Ouais, aux commentaires des clients,

INTERVIEWÉ 1 : Toujours la même chose du coup.

ÉTUDIANT : Ouais, bah du coup maintenant, on va passer à votre génération du coup. Quelles sont vos attentes en matière d'accueil et de prestations quand vous allez dormir quelque part, enfin hors de chez vous ?

INTERVIEWÉ 1 : Par rapport à notre âge ?

ÉTUDIANT : Oui, quelles sont vos attentes quand vous allez dans un hôtel, par rapport aux prestations qu'il propose et tout ça ?

INTERVIEWÉ 1 : Bah par rapport à l'accueil, qu'on nous prenne pas pour des enfants, enfin je dirais peut-être pas traités autant que les adultes mais euh, pas non plus de manière vraiment ultra enfantine quoi.

ÉTUDIANT : Ok, et au niveau des prestations ?

INTERVIEWÉ 1 : Des prestations ?

ÉTUDIANT : Oui, des prestations, de ce que l'hôtel propose en dehors de la chambre, et en dehors du fait que tu puisses juste dormir.

INTERVIEWÉ 1 : Hein, des animations ?

ÉTUDIANT : Bah soit ça, soit je sais pas,

INTERVIEWÉ 2 : Moi j'en fais jamais quand y en a dans l'hôtel

INTERVIEWÉ 1 : Ouais fin, moi je sais pas, moi non plus, après tout ce qui est piscine et tout ça je kiffe mais c'est pour tout le monde ça.

INTERVIEWÉ 2 : Oui, mais c'est pas que pour nous.

ÉTUDIANT : Oui mais ce sont quand même des prestations.

INTERVIEWÉ 1 : Hein, alors ouais tout ce qui est piscine, jacuzzi des trucs comme ça, c'est toujours cool à avoir. Ouais salle de sport aussi du coup.

INTERVIEWÉ 2 : Ouais, et pas payer, parce qu'on doit toujours mettre un supplément.

INTERVIEWÉ 1 : Ouais, souvent.

INTERVIEWÉ 2 : Que ce soit compris dans la chambre d'hôtel.

ÉTUDIANT : Ok. Et au niveau, je sais pas, des restaurants et tout ça ? Enfin vous vous attendez à ce que votre hôtel ait un restaurant ou s'il propose juste le petit-déjeuner c'est bon pour vous ?

INTERVIEWÉ 1 : Ah ouais ça non.

INTERVIEWÉ 2 : Ouais toujours, c'est mieux quand même, je trouve, c'est plus pratique.

INTERVIEWÉ 1 : C'est mieux ouais.

ÉTUDIANT : Ok. Est-ce que vous pensez que les prestations dans euh, que les hôtels proposent généralement, correspondent à vos besoins ?

INTERVIEWÉ 1 : Ouais, moi j'ai jamais manqué de rien.

INTERVIEWÉ 2 : Ouais, non moi non plus.

INTERVIEWÉ 1 : Ouais, non, après j'ai eu des hôtels qui étaient meilleurs que d'autres quoi. Mais j'ai jamais euh.

ÉTUDIANT : Et pourquoi ils étaient meilleurs ?

INTERVIEWÉ 1 : Bah, parce que ouais, y avait plus de choix quand, même enfin en soi même s'ils sont ouverts de 9 à 11 ou des trucs comme ça et euh, c'est vrai que quand tu viens à la fin c'est pas toujours resservi, dans certains hôtels, plus euh, plus luxueux, et c'est souvent eux qui sont resservis quoi.

ÉTUDIANT : Et donc vous pensez qu'il faudrait mettre quelles actions en place pour euh, attirer votre génération dans les hôtels ?

INTERVIEWÉ 1 : Ouf ! Ça je sais pas du tout.

INTERVIEWÉ 2 : Des fêtes organisées je pense,

INTERVIEWÉ 1 : Ouais, c'est vrai, après, enfin dans les campings, ils font ça et c'est pas pour autant que les jeunes y vont en soi donc euh. Parce que souvent on y va quand on connaît pas tellement de monde du coup ouais euh, (blanc 2 sec) que des jeunes ou euh les jeunes et les parents ?

ÉTUDIANT : Enfin votre génération à vous.

INTERVIEWÉ 1 : Ouais, le fait qu'il y ait une piscine déjà ça attire quand même vachement de monde niveau jeune.

INTERVIEWÉ 2 : Qu'il y ait la plage à côté, parce qu'il y en a qui kiffent la plage.

INTERVIEWÉ 1 : Ouais, des trucs pour les jeunes, enfin si autour il y a que des musées, euh,

INTERVIEWÉ 2 : Ouais voilà.

INTERVIEWÉ 1 : c'est vrai que ça va pas attirer les jeunes. Donc s'ils sont en centre ou un truc comme ça.

ÉTUDIANT : Ouais, mais fin ça c'est pas des prestations, ça dépend pas de l'hôtel, enfin la plage, les musées et tout. Qu'est-ce que les hôtels pourraient eux mettre en place à l'intérieur pour attirer, enfin pour vous attirer, qu'est-ce que vous, vous voudriez ?

INTERVIEWÉ 2 : Interdire les vieux.

(Rires des interrogés)

INTERVIEWÉ 1 : Ouais, enfin non (rires), non bah franchement à part la piscine, je sais pas du tout, moi c'est en tout cas tout ce qui, euh, c'est un des trucs qui m'attire le plus dans un hôtel donc euh, je vais jamais demander que ce soit de la clientèle jeune par exemple, donc je veux dire c'est vrai que je m'en fiche un peu quoi.

INTERVIEWÉ 2 : Je sais pas du tout non plus.

ÉTUDIANT : Ok. Ensuite, là on va passer à l'avenir de l'hôtellerie, donc selon vous. Comment vous voyez l'hôtellerie de demain ? L'hôtellerie en général, que ce soit hôtels, Airbnb, auberges de jeunesse, campings, tout confondu, comment vous la voyez ?

INTERVIEWÉ 1 : Comment on la voit ?

ÉTUDIANT : Oui.

INTERVIEWÉ 1 : Bah, en soit c'est super important, parce que ça nous permet de bah euh, de pas devoir acheter des maisons, à chaque fois qu'on va quelque part ou de louer une maison quoi, c'est beaucoup plus avantageux pour nous quoi.

INTERVIEWÉ 2 : Et puis si tu vas dans un hôtel ou quoi, bah tu dois pas vraiment hum, si tu prends All In tu dois pas t'occuper de tout, de ta nourriture, de... enfin tu dois pas travailler on va dire.

INTERVIEWÉ 1 : Ouais c'est ça.

ÉTUDIANT : Et donc pour vous, qu'est-ce qui changerait, enfin quels seraient les principaux changements à venir dans l'hôtellerie ?

INTERVIEWÉ 1 : Qu'est-ce qui pourrait changer ou qu'est-ce qu'on trouve qui devrait changer ?

ÉTUDIANT : Bah quels sont les principaux changements en fait, qui vont être faits ou qui risquent d'être faits ?

INTERVIEWÉ 1 : Euh, pour le moment à cause du Corona ou voilà, juste comme ça ?

ÉTUDIANT : Les pffff, les deux en vrai, ouais les deux.

INTERVIEWÉ 1 : Humm, par rapport au Corona, du coup ce serait un peu compliqué par rapport aux hôtels parce qu'il risque d'y avoir quand même beaucoup de pertes,

INTERVIEWÉ 2 : Ouais, au niveau économique.

INTERVIEWÉ 1 : Parce que du coup c'est quand même des assez gros rassemblements quand même, mais tout ce qui est Airbnb euh, ça euh les logements indépendants pas du tout. Parce que comme on est seul justement voilà, ça je pense qu'il n'y a pas de problème.

ÉTUDIANT : Et pour euh, en général ?

INTERVIEWÉ 1 : Euh, pour en général, pfff je sais pas du tout ce que vous comptez mettre en place en plus.

INTERVIEWÉ 2 : Moi non plus, je vois pas du tout.

ÉTUDIANT : D'accord. Et euh, est-ce que vous pouvez me décrire votre hôtel de rêve, votre hôtel idéal ?

INTERVIEWÉ 1 : Emballe-toi vas-y.

INTERVIEWÉ 2 : Que déjà ce soit pas trop cher, et que euh, euh, ce soit luxueux,

INTERVIEWÉ 1 : Une grande piscine !

INTERVIEWÉ 2 : Oui, voilà une grande piscine, un jacuzzi, un balcon,

INTERVIEWÉ 1 : Ouais, un balcon !

INTERVIEWÉ 2 : Hum, que euh, il y ait des jeux pour faire des soirées quand même.

INTERVIEWÉ 1 : Ouais, c'est ça.

INTERVIEWÉ 2 : Que euh, j'ai un truc en tête mais j'ai oublié.. Ah ouais la salle de sport

INTERVIEWÉ 1 : Avec un spa,

INTERVIEWÉ 2 : Ouais, un spa, genre un endroit où on pourrait, se faire masser. Et que ce soit tout compris dans le All In, tu dois pas mettre de supplément.

INTERVIEWÉ 1 : Ouais, c'est mieux.

INTERVIEWÉ 2 : Hum, quoi d'autre, qu'il y ait un petit parc, enfin c'est cool les petits parcs pour sortir et se balader, hum bah c'est tout je pense. Enfin la plage à côté mais ça ils savent rien faire.

INTERVIEWÉ 1 : Ouais je pense.

INTERVIEWÉ 2 : Ouais, voilà niveau juste hôtel ce serait ça je pense.

ÉTUDIANT : Ok,

INTERVIEWÉ 2 : Que je m'ennuie pas si jamais je reste 2 jours dans l'hôtel quoi.

ÉTUDIANT : Ok, ça marche. Bah, merci beaucoup euh d'avoir répondu à mes questions

Interrogés : De rien !

Annexe R : Tableau de confrontation professionnels de l'hôtellerie

Professionnels de l'hôtellerie	Leur fonctionnement	Hébergement traditionnel	Hébergement collaboratif	Génération Z	Futur de l'hôtellerie
Entretien n°1	Hôtel 3 étoiles	<p>Différents selon le classement de l'hôtel, aux prestations et prix</p> <p>Standing « en fonction du nombre d'étoile c'est pas la même chose 5 étoiles s'est vraiment un autre niveau »;</p> <p>« mise vraiment tout sur l'expérience client »; « il faut vraiment qu'on soit au petit soin des clients »; « faire attention à tout ce qu'ils nous disent »</p> <p>Flexible car indépendant « une relation facilité »; « on leur propose différents contrats pour que justement tout soit</p>	<p>« Renouveau aujourd'hui »;</p> <p>« Airbnb c'est le model pur »</p> <p>Partenariat Airbnb (clé, parking, petit-déjeuner) à l'hôtel « on fait le service de conciergerie pour Airbnb »;</p> <p>« il faut juste trouver un moyen de travailler avec eux »; (la clientèle affaire)</p> <p>« ne vont pas louer en général un appart »; « ils (la clientèle affaire) passent par le facile (les hôtels) »; « Bien pour la</p>	<p>« Tout ce qui est wifi »;</p> <p>« s'adapter à leurs besoins »;</p> <p>Expansion « (la génération Z) va grandir et vont commencer à travailler »; « c'est le genre de chose (les tablettes dans les chambres) que je pense un moment sera obligé »</p>	<p>« chaque génération demande des nouvelles choses »; « l'avantage d'avoir tout ce qui est affaire »; « ça va pas évoluer de suite »; « ça (le phénomène Airbnb) peut que augmenter »</p>

		<p>fidélisé et directement avec nous » ; « on a un questionnaire de satisfaction spécialisé pour ceux qui sont en séminaire »</p> <p>Flexibilité de l'hôtellerie indépendante « pouvoir tout adapter à la personne »</p>	<p>clientèle loisir » ; « (les clients étrangers) sont également peut-être plus rassuré à avoir un hôtel qu'éventuellement, d'aller chez quelqu'un où ils ne connaissent personnes »</p>		
Entretien n°2	Hôtel 4 étoiles	<p>Expérience client : très importante, logiciel ; « envoi également un mail pendant leur séjour pour leur demander si tout se passe bien » ;</p> <p>Expérience : « satisfaire le client avant, pendant et après sa venue » ; « on n'a pas vraiment de technique (de fidélisation) » ; « un client affaire n'a pas les mêmes exigences qu'un client loisir » ; « lui (le client loisir) offrir quelque chose de personnalisé » ; « on a un système de</p>	<p>Pas d'impact sur les hôtels 5* ; « ces types d'hébergements est plus visé par une clientèle loisir » ; « Airbnb ne peut pas rivaliser avec toute la branche de service qu'on peut proposer ici en étant 5 étoiles » ; « partage des frais » ; « ce n'est pas forcément très légales » ; « il y aura toujours</p>	<p>« les jeunes vont plus dans les Airbnb » ; « c'est plutôt des gens qui sont un petit peu plus exigeant » ; « un bon rapport qualité/prix ; « quand on fait des offres promotionnelles [...] on s'est rendu compte que ces personnes-là vont plus réserver » ; (les jeunes) « ont une certaine idée de</p>	<p>« (marché toulousain) en progression constante depuis des années » ; « je ne saurais même pas quoi rajouter pour les fidéliser » ; « on (les hôtels) a déjà un panel suffisamment diversifié » ; « je ne</p>

		notation »; « on va chercher à savoir ce qui s'est passé »; « la conciergerie en période de vacance on l'utilise beaucoup »	des gens »; « c'est un peu la roulette russe »	l'hôtellerie de luxe »; « je ne pense pas, que ça soit des clients fidèles »; (les jeunes) « ont des habitudes qui sont un peu changé »; « pendant les vacances scolaires, c'est des offres (promotionnelles), qu'on peut mettre en place, oui, justement pour pouvoir remplir l'hôtel » Accueil différent « un petit peu, moins guindé »	pense pas qu'on ait besoin d'un petit plus se diversifier, ça ne servirait pas »
Entretien n°3	Hôtel 3 étoiles	Expérience client: « c'est très important parce que c'est ça qui va définir notre classement et notre note	« C'est travaillé avec les personnes du village pour mettre en avant des produits	« Peut-être plus ouvert d'esprit »; « une vague de fraîcheur »	« Qu'il y aura forcément des choses à changer et

		<p>via les sites comme Booking ou Tripadvisor»; « ici je connais mes clients »; « j'en connais plusieurs-là qui sont là qu'on connaît »; « c'est important de savoir ce qui va pas »</p>	<p>qui peuvent être bon pour l'hôtel »; « Airbnb qui a un petit peu révolutionné l'hôtellerie »</p> <p>Idée de concurrence « du 2 au 3 étoiles, y a moins d'attente clientèle et donc du coup c'est vrai que le Airbnb peut correspondre »; « mais en même temps les clients se débrouillent »; « moi ça m'empêche pas de remplir et d'avoir des très bons chiffres (d'affaire) »; « c'est de la concurrence un peu déloyale [...]c'est aussi à nous de savoir nous mettre à la page aussi »; « le Airbnb on y va</p>	<p>Changer les types d'accueil pour la génération Z : « ce qui commence à se faire c'est les accueils, alors ça je trouve ça c'est impersonnel, via des tablettes »; « on a le thème street art qui permet quand même d'avoir autant des personnes jeunes que des personnes qui aiment l'art »</p>	<p>se modernité et voilà, suivre l'ère du temps »; « on est obligé d'évoluer »; « plus transformer que ça »</p> <p>Effet de mode pour Airbnb : « ça marche quand même bien »</p> <p>À propos de l'impact de la génération Z sur l'avenir de l'hôtellerie traditionnelle : « peut-être un autre type d'hôtel »; « je sais pas trop quoi en penser de cette</p>
--	--	--	---	--	---

			aussi parce que ça coûte moins cher fin »		nouvelle génération »; « j'attends de voir ce que ça donne »; « il va falloir s'adapter »
--	--	--	---	--	---

Annexe S : Tableau de confrontation des professionnels Airbnb

Professionnels AirBnB	Leur fonctionnement	L'hébergement traditionnel	L'hébergement collaboratif	La génération Z	Le futur de l'hôtellerie
Entretien n°1	<p>Depuis 3 ans et demi.</p> <p>En louant une chambre de libre, suite à un évènement personnel</p> <p>N'en a qu'un seul, le sien, et en partie seulement : salle de bain et chambre</p>	<p>« Pas de concurrence » ; « reste à la tête du marché sur le luxe » ; « reste prioritaire sur le segment affaire » ; « devra s'adapter aux changements » ; « manque du côté humain » ; « airbnb leur offre une visibilité et favorise le tourisme »</p>	<p>« Je suis pour ce marché-là » ; « il y a énormément de dérives » ; « n'a de collaboratif que le nom » ; « trop de business » ; « dénaturation du principe même » ; « perte de l'essence du principe » ; « ça a révolutionné le marché » ; « s'est adapté aux nouvelles technologies » ; « moins cher » ; « conséquences négatives ou réorientation de la demande à cause du durcissement de la</p>	<p>« j'en ai qui viennent » ; « surtout des étudiants qui viennent visiter Toulouse » ; il ne changera pas son mode de location pour cette demande, puisque c'est pour remplir un espace de sa maison</p>	<p>« pas de changements personnels » ; pour attirer de nouveaux, les hôtels devront faire plus autour de l'expérience client</p>

	privative dans habitation partagée.		réglementation » ; « si on reste sur le collaboratif, les aspects négatifs ne se voient pas »		
Entretien n°2	Depuis 2014, soit 6 ans. En louant son propre appartement, pour arrondir les fins de mois. 13 au moment de l'entretien, dont 1 a lui et	« peu revenir à la tête du marché si les prix baissent » ; « airbnb n'a pas d'impact dessus » ; « pas assez de produits dans la chambres » ; trouve que les hôtels ont des services très intéressants comme des parkings ; « je ne vais plus à l'hôtel » ; « va s'éteindre si	« Concurrence déloyale » ; « n'a pas les même charges » ; « se professionnalise » ; « fait marcher l'économie » ; « il y a une anticipation a faire » ; a certains endroit « surcharge du marché » ; « si on loue pour faire du profit, ce n'est plus collaboratif » ; baisse du côté humain de airbnb ; « la législation se durcit » mais il	« c'est l'avenir du monde car c'est la prochaine » ; « elle peut trouver un nouveau truc qui va révolutionner la consommation » ; il n'utilise pas les supports de communication que fréquente cette génération ; « plus petit budget » ; « n'utilise pratiquement que Airbnb » ;	« je ne vais pas changer de plateforme » ; « possible durcissement de la législation » ; « plus d'écologie » ; l'hôtellerie doit revenir au juste prix pour un juste produit ; airbnb

	un autre en cours de travaux.	ne fait pas attention à l'écologie »	reste attentif et prudent face à cela, puisqu'il ne sait pas comment ça va évoluer		peut rester à la tête du marché collaboratif car a un gros budget Recherche et Développement ; a titre personnel il souhaite grandir et monter une conciergerie
--	-------------------------------	--------------------------------------	--	--	---

Entretien n°3	<p>Depuis 2016. Mais depuis 2018 rue Rivals.</p> <p>Suite a un ras le bol de l'hôtellerie traditionnelle, il s'est tourné vers l'immobilier et pour arrondir les fins de mois a fait quelques CI/CO pour des</p>	<p>« dépassée » ; « standardisé et froid » ; « tout au même endroit, dans le même building » ; « prends du temps à se construire (un hôtel) » ; « être tranquille » ; « Greenwashing » ; essaie de se rajeunir avec « des tables hautes » ;</p>	<p>« c'est un concept fourre-tout » ; « ça ne veut plus rien dire, je ne fais du collaboratif » ; « ca deviens de plus en plus business » ; « a la base c'est ouvrir ta chambre d'amis en échange d'un petit truc » ; « financièrement c'est intéressant » ; « accueil personnalisé » ; « partage » ; a des certaines limites « on ne partage pas avec la voisine d'à côté » ; « casser les codes » ; « entraide » ; « plus compliqué à gérer avec les déplacements » ; « exigence</p>	<p>« préfèrent des appartements ou des petits studios plutôt que d'aller à l'hôtel » ; « louent à 5/6 » ; « on a pas le droit de louer en dessous de 18 ans » ; « chambre connectée » ; « publications sur Instagram » ; « un Google home » ; « veut de la domotique » ; « les abonnements comme Spotify et Netflix » ; « faire la fête » ; « mettre un Ipad » ; « pas trop de moyens à l'heure actuelle » ; « appartements atypiques » ; « leurs proposer un package avec</p>	<p>A titre personnel : souhaite grandir et ouvrir sur d'autres villes.</p> <p>Face à la législation : « on est encore tranquilles pour quelques temps » ; « proposer des services supplémentaires » ; « personnaliser encore plus » ; « réaliser les</p>

	<p>amis et ça lui a plu.</p> <p>75/80 appartements au total, à 5 personnes dans l'entreprise.</p> <p>Possède un studio qu'il met à la location.</p>		<p>qui augmente » ;</p> <p>« professionnalisation » ;</p> <p>« taxes de séjours » ; « 2 fois moins cher qu'une chambre d'hôtel » ; « donne un coup de pied dans la fourmilière »</p>	<p>une expérience à côté » ; « pas d'appart' IKEA » ; « sensibilisé à l'environnement » ; « se tournera vers le plus vert »</p>	<p>demandes des clients » ; « être plus écologique » ;</p> <p>« le collaboratif va continuer dans des pays atypiques, comme le Pérou » ;</p> <p>« trouver le juste milieu entre collaboratif et traditionnel ».</p>
--	---	--	--	---	---

Annexe T : Tableau de confrontation de la génération Z

	Leur fonctionnement	L'hôtellerie traditionnelle	L'hébergement collaboratif	La génération Z	Le futur de l'hôtellerie
Entretien le directeur d'une auberge de jeunesse	15 chambres, 76 lits, Proposant uniquement de l'hébergement, pas de restauration, pas d'activité en particulier ni de bar mais équipé de cuisines dans chaque dortoirs	L'aubergiste ne se considère pas comme faisant partie de l'hôtellerie traditionnelle mais parle de notion d'expérience : « ce qui est très important c'est l'accueil » ; « rendre service autant que faire se peut » ; la notion d'accueil également est importante « je fais parler les gens, je leur offre une bière » ; « c'est un métier merveilleux »	« La différence avec Airbnb et les auberges de jeunesse c'est la convivialité » ; « après quand tu es un couple tu prends un airbnb » pas la même clientèle qu'à l'auberge : « on les voit avec leurs grosses valises dans la rue » « je serai seul j'irai en auberge de jeunesse pas en Airbnb, c'est plus sympa, tu rencontres des gens » ; «ça a beaucoup changé» ; «maintenant tu récupères tes clés	« C'est notre clientèle » ; « ils sont plus décontractés, plus à l'aise que d'autres » ; «recherchent le tout numérique» ; «mais aussi de la convivialité»	Les clients veulent : «voir d'autres chose, pas juste visiter» ; «voudraient plus de numérique, du check in online» Airbnb pourrait s'essouffler ou continuer de fonctionner comme à l'heure actuelle «cela dépend de la législation»

			dans une agence” ; “même taxe de séjour” ;		S’interroge sur le futur de l’auberge de jeunesse dans son concept premier : “c’est toujours très joyeux et très gai” ; mais le numérique prends parfois la place de l’humain “un groupe Facebook pour savoir qui sort”
--	--	--	--	--	---

<p>Entretien génération Z, n°1</p>		<p>Les facteurs important pour la GZ : « la propreté de la chambre, le petit déjeuner » ; « le wifi » le contact reste important aussi « je préférerais avoir du contact » face à la robotisation. L'écologie est également un des facteurs : « je préfère que ce soit bien pour l'environnement plutôt que ça fasse de la pollution »</p>	<p>« C'est comme un hôtel » ;</p>	<p>Recherche de « convivialité », d'attention « prendre le temps de discuter, pas à fond sur l'heure" ; besoin de "contact", appui sur la nécessité "c'est quelque chose de gratuit" ; "tout le monde est présent sur les réseaux" ; prise de conscience forte au niveau de l'écologie "on est en 2020, il y a pleins de soucis au niveau de la pollution" ;</p>	<p>« proposer des annonces et faire de la pub" sur les réseaux sociaux ; il faudrait valoriser ou au moins réduire les déchets "ça donne bonne conscience que ce soit recyclé" ; une possible augmentation des prix en lien avec l'évolution de la démarche écologique "je préfère payer plus plutôt que ça fasse encore de la pollution"</p>
--	--	--	-----------------------------------	--	---

<p>Entretien table ronde GZ</p>	<p>2 étudiantes en sociologie 1 étudiant en génie civil Âgés de 20 à 24 ans</p>	<p>Idée de la GZ sur l'hôtellerie traditionnelle : « j'y allais avec mes parents qui payaient. Mais là j'y vais plus parce que c'est cher » ; « l'hôtel c'est pas écologique »</p> <p>Les attirances : « la piscine » ; « le confort » ; « le service, c'est important d'en avoir » ; « les avis » ; « avoir toujours quelqu'un à qui demander ce que tu veux » ;</p> <p>Les hôtels sont plus « pour les clients affaires »</p>	<p>Vis à vis des Airbnb par rapport à l'hôtellerie traditionnelle : « moins cher » ; « c'est plus grand » ; « c'est facile de réserver » ; « c'est plus libre, tu peux rentrer quand tu veux » ; « il y a plus de services » ; « c'est plus pour partir en vacances »</p> <p>Inconvénients par rapport à l'hôtellerie : « il n'y a pas vraiment de service » ; « tu dois faire le ménage » ;</p> <p>Leur point de vue : « professionnalisation qui fait peur » ; « je préfère que ça reste entre particulier » ; « c'est juste de</p>	<p>« Nous sommes proche de la génération de nos parents » « dans notre façon de penser »</p> <p>« besoin du téléphone » ; « l'impression que je ne peux rien faire sans » ;</p> <p>Au-delà de l'hôtellerie, les interrogés connaissent et utilisent des autres plateformes de l'économie collaborative : « United Wardrobe », « Vinted »</p>	<p>Ce qu'il faudrait mettre en place : « un tarif étudiant » ; « l'accessibilité pour les animaux »</p> <p>L'appui du facteur écologique est également important « s'il ne change pas grand-chose du quotidien »</p>
---	---	---	---	--	--

			nouveaux métiers, ça se normalise”	Pour eux, ce qui est le plus important c’est les avis et des photos	
--	--	--	------------------------------------	---	--

<p>Entretien génération Z, n°2</p>	<p>étudiante en master</p>	<p>Représente : “plus de confort, du luxe parfois”</p> <p>Attentes : “la situation géographique et le prix parfois” “ce qui est important c’est le prix et le nombre d’étoiles” “le petit déjeuner”</p>	<p>“tout ce que les gens mettent à disposition pour les autres de manière payante” ; “ce qui appartient aux gens et qui le louent à d’autres”</p> <p>Avantages : “C’est moins cher que les hôtels” ; “le contact avec les personnes qui louent”</p>	<p>Attentes : “me dire bonjour et au revoir suffit”</p> <p>Prestations : “petit déjeuner et service de chambre suffisent, c’est la base d’un hôtel”</p>	<p>“adapter les prix”</p> <p>Le prix revient beaucoup dans les remarques, un futur pour l’hôtellerie qui resterait inchangé à part au niveau du prix</p>
--	----------------------------	---	---	---	--

<p>Entretien génération Z, n°3</p>		<p>“le principe de base qui est la réception, la chambre et le petit déjeuner” “le contact est plus professionnel” en comparaison avec l’hébergement collaboratif, l’hôtellerie traditionnelle c’est : “la sécurité et l’habitude”</p>	<p>“offrir un hébergement, donc une chambre ou n’importe quoi ou l’on peut dormir contre, en contrepartie de l’argent” ; “pouvoir rendre service mais sans être perdant”</p>	<p>Attentes : “ c’est l’expérientiel” ; “ un peu de digital, comme la domotique qui est quelque chose qui colle à notre génération” “ rester dans le relationnel car c’est le plus important” “sur les chambres que ce soit sobre mais épuré”</p>	<p>“je ne pense pas qu’elle sera vraiment différente” “l’hôtellerie est relativement jeune et se rajeunit vachement” “ce sera vachement axé sur l’expérientiel” “les termes vont évoluer, les concepts ne vont pas disparaître mais ce sont les termes qui vont évoluer” ; “si ça se trouve l’hôtellerie traditionnelle dans 10 ans ce sera l’hôtellerie de demain dont on parle aujourd’hui” l’écologie joue un grand rôle dans l’évolution de l’hôtellerie traditionnelle “c’est</p>
--	--	--	--	---	--

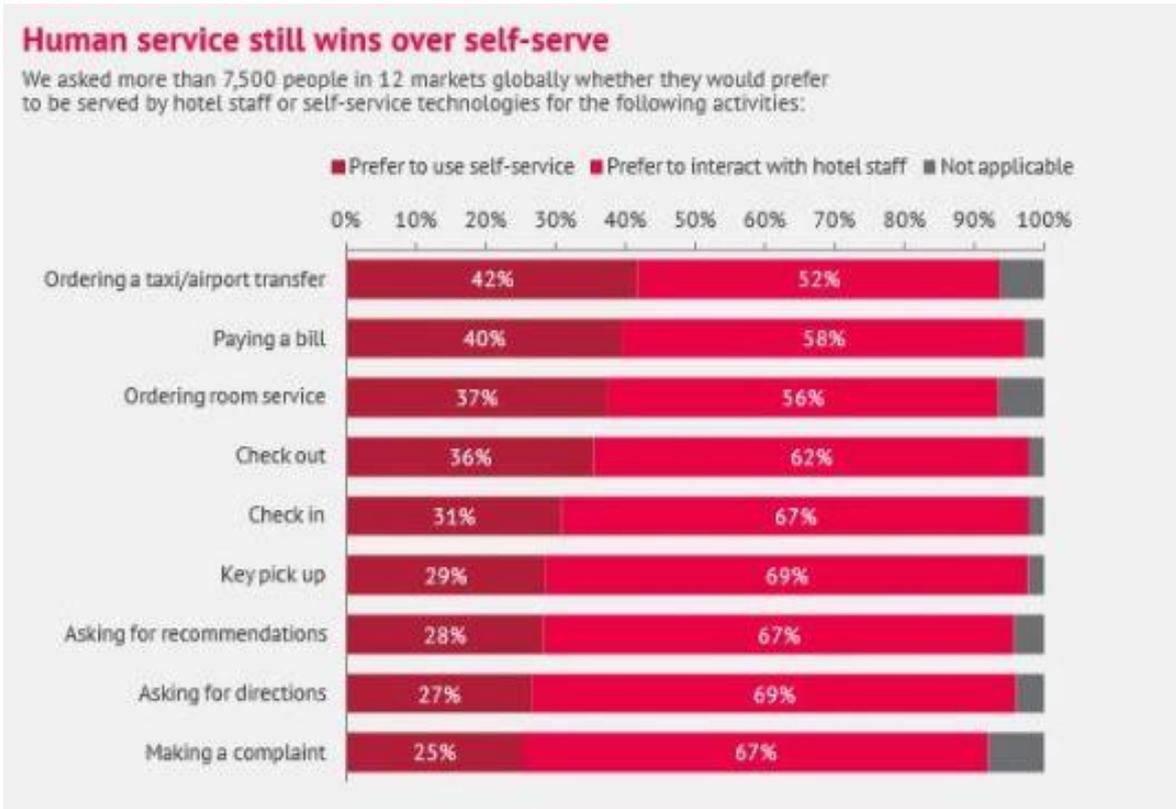
					vraiment important que ce soit mis en place à fond dans les hôtel”
--	--	--	--	--	--

<p>Entretien génération Z, n°4</p>		<p>“c’est tout ce qui est hôtel, auberge de jeunesse” ;</p> <p>Les points importants dans le choix lors de la réservation : “la localisation” ; “les commentaires” ;</p> <p>l’importance de la quantité de “photos” ; “la nourriture” ; “la propreté” ; “le niveau de luxe” ;</p>	<p>“c’est quand tu loues de particulier à particulier” ; “appartement” ; “appartement particulier” (dans le sens privé) ;</p> <p>Les avantages : “T’es tout seul, tu fais ce que tu veux, tu dois pas vivre en fonction des autres” ;</p> <p>Les inconvénients : “tu te sociabilises pas” ;</p>	<p>“pas traité de manière infantile lors de l’accueil” ; Pour elles c’est important qu’il y ai : “un piscine” ; “un spa” ; “une salle de sport” ; “un jacuzzi” ; “que tout soit inclus, qu’il n’y ai pas de suppléments à payer” ; “la fête” ;</p>	<p>Pour eux : “l’hôtellerie c’est super important” ; “ne pas s’occuper de tout” ; “des hôtels moins chers mais plus luxueux” ; “ne pas s’ennuyer à l’hôtel”</p>
--	--	---	---	--	---

Annexe U : Évolution du chiffre d'affaires d'Airbnb France



Annexe V : La préférence des clients pour une relation avec le personnel ou la technologie



Annexe W : Extrait de la loi Elan

Art. L. 111-7 I. Est qualifiée d'opérateur de plateforme en ligne toute personne physique ou morale proposant, à titre professionnel, de manière rémunérée ou non, un service de communication au public en ligne reposant sur :

1- Le classement ou le référencement, au moyen d'algorithmes informatiques, de contenus, de biens ou de services proposés ou mis en ligne par des tiers ;

2- Ou la mise en relation de plusieurs parties en vue de la vente d'un bien, de la fourniture d'un service ou de l'échange ou du partage d'un contenu, d'un bien ou d'un service.

II. Tout opérateur de plateforme en ligne est tenu de délivrer au consommateur une information loyale, claire et transparente sur :

1- Les conditions générales d'utilisation du service d'intermédiation qu'il propose et sur les modalités de référencement, de classement et de déréférencement des contenus, des biens ou des services auxquels ce service permet d'accéder ;

2- L'existence d'une relation contractuelle, d'un lien capitalistique ou d'une rémunération à son profit, dès lors qu'ils influencent le classement ou le référencement des contenus, des biens ou des services proposés ou mis en ligne ;

3- La qualité de l'annonceur et les droits et obligations des parties en matière civile et fiscale, lorsque des consommateurs sont mis en relation avec des professionnels ou des non-professionnels.

Un décret précise les conditions d'application du présent article en tenant compte de la nature de l'activité des opérateurs de plateforme en ligne. — V. art. D. 111-6 s.

Ce décret précise, par ailleurs, pour tout opérateur de plateforme en ligne dont l'activité consiste en la fourniture d'informations permettant la comparaison des prix et des caractéristiques de biens et de services proposés par des professionnels, les informations communiquées aux consommateurs portant sur les éléments de cette comparaison et ce qui relève de la publicité au sens de l'article 20 de la loi no 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique. — V. art. D. 111-10 s.

Ce décret fixe également les modalités selon lesquelles, lorsque des professionnels, vendeurs ou prestataires de services sont mis en relation avec des consommateurs, l'opérateur de plateforme en ligne met à leur disposition un espace leur permettant de communiquer aux consommateurs les informations prévues aux articles L. 221-5 et L. 221-6.

Annexe X : Échanges avec les professionnels au sujet du Coronavirus

De: **Responsable Hébergement** <[redacted]>
Objet: RE: Information complémentaire concernant l'entretien du 5 février
Date: 16 mars 2020 à 10:14:44 UTC+1
À: **Étudiante** <[redacted]>

Bonjour [redacted]

En effet suite au coronavirus, l'hôtel est impacté. Nous n'avons que quelques réservations par jour (en moyenne 3 à 4 chambres) alors qu'à cette période nous devrions être complet...

Si vous souhaitez des informations supplémentaires, n'hésitez pas à revenir vers moi.

Cordialement,

[redacted]
Responsable hébergement

Bonjour [redacted], comment allez vous ? Nous revenons vers vous suite à notre entretien, et à la situation actuelle, comment ressentez vous l'impact de cette épidémie ? Notez vous une baisse de fréquentation ? Nous vous souhaitons beaucoup de courage dans ce moment, Bien à vous,

Envoyé : 13 mars 2020

Étudiant

Bonjour [redacted], merci pour ce petit message. Pour tout dire en effet j'ai eu deux desistements de personnes de l'étranger venant pour le tourisme. Mais j'ai pu relouer en parti pour des personnes venant pour des formations. Donc oui il y a un impact sur la fréquentation. Bonne journée

Professionnel

[redacted] - 13 mars 2020

----- VENDREDI -----

Étudiant

15:06

Bonjour [redacted], comment allez vous ? Nous revenons vers vous suite à notre entretien, et à la situation actuelle, comment ressentez vous l'impact de cette épidémie ? Notez vous une baisse de fréquentation ?

Nous vous souhaitons beaucoup de courage dans ce moment,

Bien à vous,

[redacted]

Professionnel

15:10

Bonjour [redacted],

Professionnel

15:12

Tout va très bien merci beaucoup. Les temps ne sont pas faciles pour le business mais nous avons des leviers permettant d'agir et de ne pas avoir de difficultés économiques sur le court terme.

Je pense que cela sera plus compliqué pour les petites structures plus que pour nous.

Bon courage pour vos cours à distance également.

A très bientôt,

[redacted]

Glossaire

Backpacker	« Porteur de sac à dos ». Ces personnes sont considérées comme ouverte d'esprit, respectueuse, avec une envie d'entraide.
Boutique Hôtel	Il est le plus souvent à thème, les clients sont à la recherche de plaisir visuel. Il est possible d'acheter des éléments décoratifs de l'hôtel.
Business to Consumer / B2C	Désigne les relations entre les professionnels et consommateur finaux.
Consom'acteur	Ce mot repose sur le principe que le client prend désormais part à la fabrication du produit avec ses remarques ou son aide.
Client prospect	C'est un client susceptible d'être attiré par le produit, l'entreprise.
Génération Z	Succède à la génération Y. Entre 1995 et 2010, elle est aussi appelée la génération C comme Communication, Collaboration, Connexion et Créativité
Hôtellerie traditionnelle	Activité tertiaire qui propose un service d'accueil à des clients pendant une durée déterminée en échange d'une contribution
Hôtellerie collaborative	Est un mode d'hébergement proposés sur des plateformes de type Airbnb, Couchsurfing, le produit proposé est un bien privé comme une chambre un appartement une maison.
Hot spot	Terme marketing pour désigner un « endroit chaud », un marché importante t intéressant.

Hybridation	Consiste à mélanger les caractéristiques de différentes formes d'hébergement, afin de se différencier sur le marché et de proposer une expérience différente et mieux adaptée aux attentes des clients.
Influenceur	« Un influenceur est une personne qui, grâce à son exposition sur internet, a une influence sur les internautes sur leurs décisions d'achat » <i>source : reputationvip</i>
Peer to Peer / Pair à Pair / P2P	Dans ce concept économique et technologique, la charge de travail / responsabilité est répartie sur les utilisateurs, il devient à la fois client et serveur.
Shadow Comex	Est un comité de consultation, il n'a pas de pouvoir de décisions dans les entreprises mais sert à inspirer et aide les dirigeants dans leurs choix.
R.S.E	C'est l'intégration volontaires des préoccupations sociale environnementale des entreprises liées aux activités internes et externes.
RevPAR	Revenue Per Available Room, c'est un indicateur de performance utilisé en hébergement pour comparer les établissements entre eux.
Ubérisation	Est le phénomène récent dans l'économie de mettre en relation quasi direct le professionnel avec son client.

Table des tableaux

TABLEAU 1 : LE PARC HÔTELIER FRANÇAIS ET SON ÉVOLUTION ENTRE 2013 ET 2019	16
TABLEAU 2 : RÉCAPITULATIF DES PROFILS DES PROFESSIONNELS DE L'HÔTELLERIE	58
TABLEAU 3 : RÉCAPITULATIF DES PROFILS DES PROFESSIONNELS DE L'HÔTELLERIE	58
TABLEAU 4 : RÉCAPITULATIF DES PROFILS AVEC LA GÉNÉRATION Z	59

Table des figures

FIGURE 1 : LE MARCHÉ HÔTELIER FRANÇAIS	18
FIGURE 2 : PARCOURS CLIENT DE LA GÉNÉRATION Z	30
FIGURE 3 : ÉVOLUTION DE LA RELATION CLIENT - FOURNISSEUR.....	31
FIGURE 4 : QUEL FACTEUR CHANGERA LA DISTRIBUTION HÔTELIÈRE DANS LES VOYAGES D'AFFAIRES DANS 5	33
FIGURE 5 : LES DIFFÉRENTES PERSONNALISATION	35
FIGURE 6 : PERCEPTION DES FRANÇAIS SUR L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE	41

Table des matières

Remerciements	5
Sommaire.....	6
Introduction générale.....	8
Partie 1 - Le renouveau constant de l'hébergement.....	11
Chapitre 1 - Les nouveaux standards en hôtellerie en fonction des attentes de la génération Z	12
1.1 - Point de vue sur le marché de l'hôtellerie	12
1.1.1) Définition de l'hôtellerie traditionnelle	12
1.1.2) Histoire de l'hôtellerie	13
1.1.3) Formes d'hébergement	14
1.1.4) Le poids de l'hôtellerie	16
1.2 - Le renouvellement de l'hôtellerie qui tend vers de nouveaux modes d'hébergement	20
1.3 - Une demande de nouvelles formes d'hébergement et de tourisme 22	
1.3.1) La création de l'hébergement collaboratif.....	22
1.3.2) Les nouvelles tendances.....	23
1.4 - La génération Z, une nouvelle chance pour l'hôtellerie	28
1.4.1) La génération Z	28
1.4.2) Les attentes professionnelles de la génération Z	29

1.4.3)	Les attentes de la génération Z dans l'hébergement.....	29
Chapitre 2 -	Une relation client indispensable pour les hôteliers.....	31
2.1 -	La personnalisation des séjours dès la réservation.....	32
2.1.1)	Modification de l'interface	32
2.1.2)	La révolution de la personnalisation prédictive	35
2.2 -	Une personnalisation continue pendant et après le séjour.....	36
2.3 -	Une expérience après-voyage à son apogée	37
Chapitre 3 -	La disparition de l'hébergement collaboratif	39
3.1 -	L'hébergement collaboratif dans une nouvelle économie.....	39
3.1.1)	L'économie collaborative	39
3.1.2)	L'hébergement collaboratif	42
3.2 -	Les points positifs de l'hébergement collaboratif.....	44
3.3 -	Inconvénients de l'hébergement collaboratif	46
3.4 -	Une séparation interne	49
Partie 2 -	La présentation de notre méthodologie	51
Chapitre 1 -	Choix d'un thème	52
Chapitre 2 -	Une problématisation.....	53
Chapitre 3 -	Des hypothèses sur cette problématique	54
Chapitre 4 -	Les guides d'entretiens	56
4.1 -	Les thèmes abordés	57
4.2 -	Les entretiens semi-directifs.....	58
Partie 3 -	L'analyse des résultats.....	60

Chapitre 1 - Notre analyse	61
1.1 - L'hôtellerie traditionnelle.....	61
1.1.1) La vision sur l'hébergement traditionnel	61
1.1.2) La vision sur l'hébergement collaboratif.....	62
1.1.3) La vision sur la génération Z	63
1.1.4) Le futur de l'hôtellerie	63
1.2 - Les professionnels du collaboratif.....	64
1.2.1) L'hébergement collaboratif	64
1.2.2) L'hébergement traditionnel	64
1.2.3) La génération Z	64
1.2.4) Le futur de l'hôtellerie	65
1.3 - Les personnes issues de la Génération Z.....	65
1.3.1) L'hébergement traditionnel.....	65
1.3.2) L'hébergement collaboratif	65
1.3.3) La génération Z	66
1.3.4) Le futur de l'hôtellerie	66
Chapitre 2 - Les hypothèses	67
2.1 - Hypothèse 1 : La génération Z bouleverse les standards de l'hôtellerie.....	67
2.2 - Hypothèse n°2: La relation client revient au cœur de son expérience à l'hôtel	68

2.3 - Hypothèse 3 : Nous pensons que l'hébergement collaboratif est un effet de mode.	70
Chapitre 3 - Préconisations managériales	72
3.1 - Stratégies internes.....	72
3.2 - Stratégies externes.....	73
Chapitre 4 - Le futur de l'hôtellerie et ses risques.....	74
4.1 - Partenariats entre conciergeries et hôtels.....	74
4.2 - Les nouveaux types d'hébergement	75
4.3 - Les concepts d'hôtellerie du service.....	76
4.4 - La législation évolue.....	77
4.5 - L'arrêt partiel de l'économie face au Covid-19.....	78
Conclusion générale	80
Bibliographie	82
Table des annexes	86
Annexes	87
Glossaire	244
Table des tableaux	246
Table des figures	247
Table des matières	248

Résumé

L'arrivée de l'hébergement collaboratif et de la génération z dans l'hôtellerie.

Dans un monde où l'hôtellerie traditionnelle est vue comme vieillissante par les responsables des nouveaux hébergements collaboratifs, où la génération Z se retrouve dans un marché encore plus diversifié qu'aucune autre avant elle ne l'a été. Comment l'hôtellerie traditionnelle, l'hôtellerie collaborative et la génération Z interagissent-elles ? Ce dossier regroupe : recherches documentaires, études d'entretiens, auprès des professionnels et clients futurs, et analyses de l'actualité. Nous abordons le sujet de l'hôtellerie traditionnelle de sa création à l'arrivée de l'économie collaborative en passant par la définition de la génération Z. Après notre travail de recherche, il a été possible d'élaborer des hypothèses qui nous ont ensuite servies d'axes de questionnement pour nos futurs entretiens. Les analyses des comportements de la génération Z sont basées sur des entretiens individuels ou par groupe. À la suite de nos analyses, nous avons pu formuler des préconisations stratégiques applicables aux hôteliers souhaitant renouveler, ou adapter leur offre au marché à venir.

Mots clés : hôtellerie traditionnelle, hôtellerie collaborative, génération Z, personnalisation, relation client.

Abstract

The arrival of collaborative accommodation and the generation Z in general hospitality.

In a world in which general hospitality industry is seen as outdated by the managers of the new collaborative accommodation, in which generation Z finds itself in an even more diverse market than any other before it has been. How traditional hospitality, collaborative hosting and generation Z can interact together? This project gathers: documentary research, study of professionals and future guests' interview, and analysis of current events. We take on traditional hospitality chronicle to its creation from the success of collaborative economy by way of generation Z's definition. After our research, it has been possible to make supposition which led us to the questioning line for our next interviews. Analysis of guest behavior and answer of professional is based on individual or group interview. Following our analysis work, we were able to express strategic recommendation practical to hotelier wishing refresh, or adjust, theirs offer to the future market.

Keywords : traditional hotels, collaborative accommodation, generation Z, personalization, customer relationship.