

Les fabriques de la Connaissance

Smart destinations touristiques en Provence-Alpes-Côte d'Azur

Etudes de cas – Atelier Master Geoprad.

Partenariat Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Etablissements d'Enseignement Supérieur et de Recherche

Etude de cas de smarts destinations touristiques en Provence-Alpes- Côte d'Azur



Atelier Région – Master II GEOPRAD

Rapport scientifique final

*Etudiants M2 GEOPRAD : Babon Norman, Di Vincenzo
Christophe, Poiteaux Quentin, Ponthus Amélie, Diallo
Mamadou*

Encadrants : Karine Emsellem & Christine Voiron



IMREDD



**Région
Provence
Alpes
Côte d'Azur**

L'e-tourisme

Un marché en plein essor

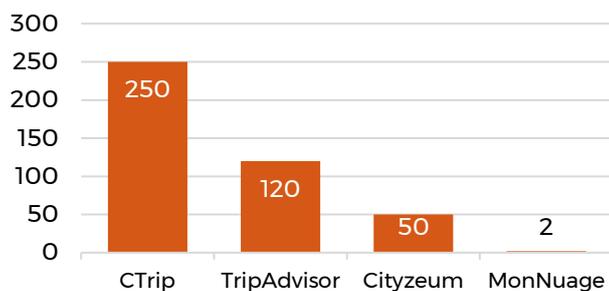
L'e-tourisme est un marché en plein essor. Les 4 sites de voyage en ligne présentés ici participent à une révolution dans l'industrie du tourisme : la fin d'un modèle basé sur la confiance donnée aux experts professionnels et entreprises productrices de biens et services touristiques au profit d'intermédiaires.

POIDS DU MARCHÉ



18,7 milliards d'€

C'est le chiffre d'affaires du marché du voyage en ligne réalisé en 2015, soit une augmentation de +5 % par rapport à l'année précédente.



Nombre d'utilisateurs (millions)

Parmi les agences de voyages internationales en ligne (OTA), TripAdvisor et Ctrip, le géant chinois sont en tête. Cityzeum est une plateforme proposant un guide des lieux et activités à télécharger tandis que MonNuage est un réseau social de voyageurs.

Sources : PhoCusWright (2015) et site des OTA.

LES ALGORITHMES



C'est ce qui permet aux OTA de classer les hôtels, activités et restaurants dans les résultats de recherche. TripAdvisor, par exemple, prend en compte le volume d'avis reçus, la fraîcheur (s'ils sont récents ou anciens) et la qualité des avis (la note globale attribuée par les voyageurs).

LA CONFIANCE ACCORDÉE AUX OTA



des clients consultent les avis avant de réserver, quand seulement 1 à 2 % des clients laissent des commentaires après un séjour dans un hôtel

Source : UMIH (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie).

LES COMMENTAIRES SUR TRIPADVISOR



Paris, et dans une moindre mesure la Côte d'Azur, sont surreprésentés en termes de pourcentage de commentaires postés par des Français.

Source : G. Chareyron, S. Cousin, J. Da-Rugna et S. Jacquot (2014).

L'e-tourisme

Représentativité de la région PACA

Dans le milieu ultra-concurrentiel du tourisme, pays et autres acteurs déploient des stratégies parfois agressives et coûteuses afin de maintenir ou d'augmenter leurs taux de fréquentations. Cette concurrence se répercute sur les OTA, avec une véritable course à l'e-réputation.

LE TOURISME EN FRANCE, CHIFFRES CLÉS

41,4 milliards d'€

Ce sont les recettes liées au tourisme en France en 2015.

84,5 millions

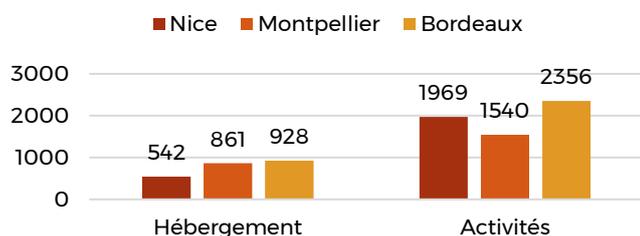
C'est le nombre de touristes venus séjourner en France en 2014, soit 7,2 % des arrivées mondiales (devant l'Italie et les États-Unis).

5,1 millions

C'est le nombre de lits en PACA, soit 30 045 hôtels référencés. C'est 5,6 fois moins que l'Italie.

Sources : Infotourisme, Eurostat (2015).

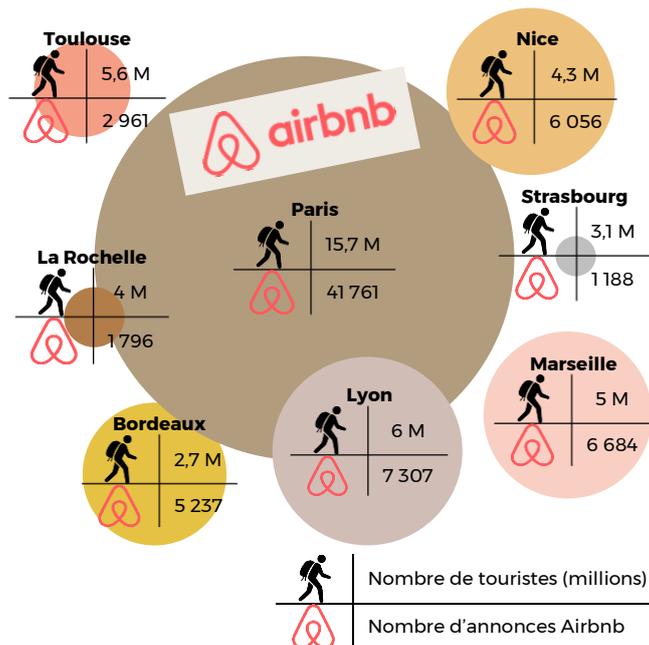
REPRÉSENTATIVITÉ SUR LES SITES



En cumulant le nombre de résultats sur les 4 sites étudiés, Bordeaux domine en termes de diversité de son offre d'hébergement, suivie par Montpellier. Nice n'arrive qu'en troisième position.

Sources : sites de voyage en ligne.

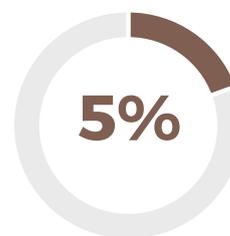
L'OFFRE AIRBNB EN FRANCE



Paris arrive en tête, avec 1 annonce pour 376 touristes, suivie de Lyon (821). Nice n'arrive qu'en troisième position (710).

Sources : Insee (2015), Observatoire Airbnb (2016).

UNE OFFRE HAUT DE GAMME



C'est le pourcentage d'hôtels 5 étoiles référencés sur Cityzeum en PACA, c'est plus qu'en Californie par exemple (2,44%).

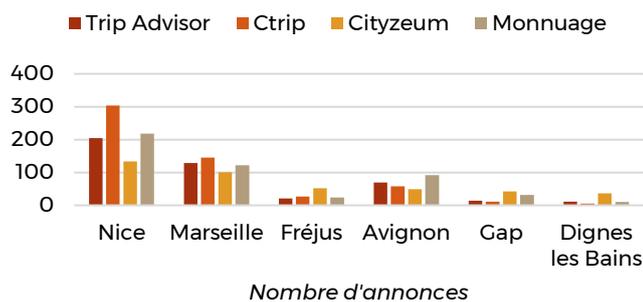
Source : Cityzeum.

La région PACA

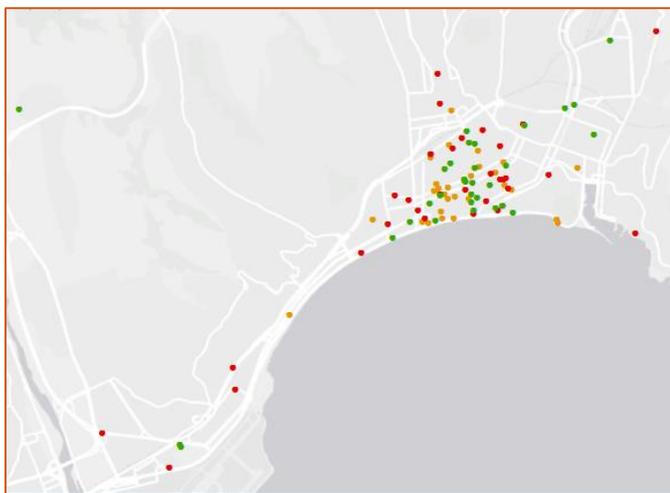
L'offre touristique proposée sur les sites

Dans un contexte économique de crise où le domaine est directement impacté, quelle image numérique PACA véhicule-t-elle ? Quels lieux emblématiques et lieux d'intérêt ressortent en premier lorsqu'un internaute prépare son séjour ?

L'HÉBERGEMENT



Cityzeum et Monnuage référencent mieux les villes moins touristiques, par rapport à TripAdvisor et Ctrip.

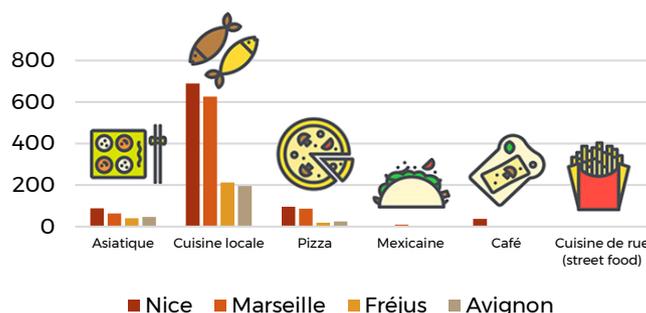


- Hôtels recommandés par TripAdvisor
- Hôtels recommandés par Le Petit Futé
- Hôtels recommandés par les deux sites

Seuls 29 hôtels ressortent sur 2 sources (en jaune sur la carte). TripAdvisor a tendance à privilégier les hôtels situés en centre-ville contrairement à une référence touristique plus « classique » (Le Petit Futé).

Sources : sites de voyage en ligne.

LA RESTAURATION

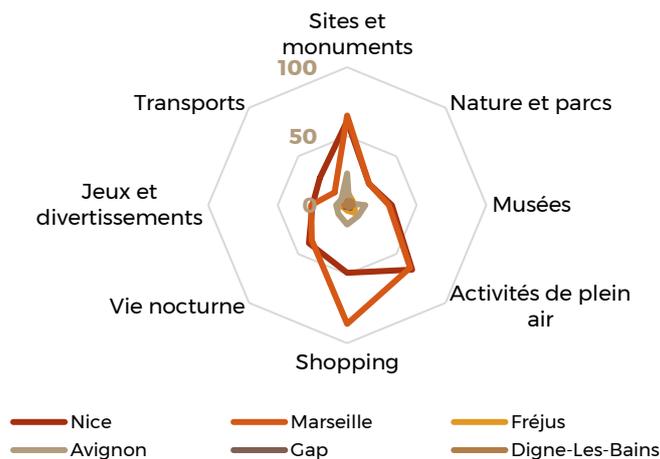


C'est la part de l'offre de restauration proposée à Nice faisant partie de la catégorie « restauration locale » sur le site TripAdvisor. C'est plus qu'à Marseille (33%) et Avignon (40%), mais moins qu'à Fréjus (77%).



Sources : sites de voyage en ligne.

LES ACTIVITÉS (TRIPADVISOR)



Le shopping est l'activité la plus proposée à Marseille, tandis qu'à Nice ce sont les activités de plein air (devant les sites et monuments).

Source : TripAdvisor (2017).

Airbnb à Nice

L'ampleur du phénomène en 2016

Créée en 2008, Airbnb est une plateforme initialement dédiée à la location saisonnière de chambres ou d'appartements entre particuliers. Nice n'est qu'en onzième place des villes les plus prisées sur ce dernier, loin derrière Paris qui occupe la seconde place.

CHIFFRES CLÉS



150 millions

C'est le nombre de voyageurs ayant utilisé Airbnb en 2015.



3 millions

C'est le nombre de logements proposés la même année dans le monde.



6 056

C'est le nombre d'annonces postées sur le site pour la ville de Nice en 2016.

Sources : Airbnb, Observatoire Airbnb (2016).

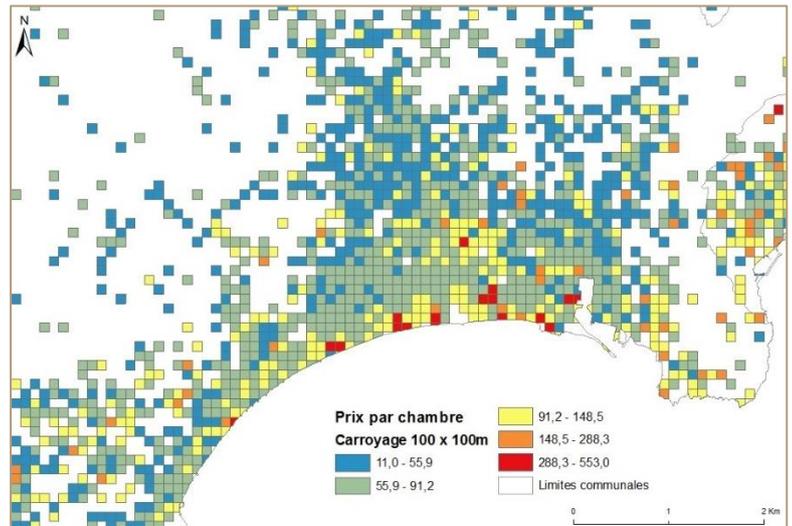
LA MER, UN ATTRAIT MAJEUR



C'est le pourcentage d'annonces se situant à moins de 500 mètres de la mer (et 80% à 1 000 mètres). C'est là que se concentre l'offre Airbnb.

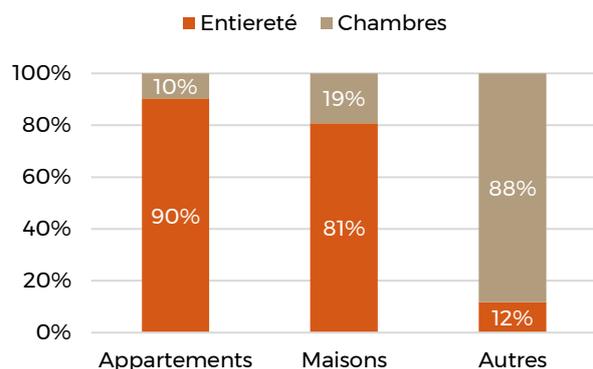
Source : Observatoire Airbnb (2016).

LE PRIX MOYEN D'UNE CHAMBRE



C'est sur la frange littorale et le long de l'avenue Jean-Médecin que les prix sont les plus élevés, où ils peuvent atteindre jusqu'à 550 € la nuitée.

SURTOUT DES LOGEMENTS ENTIERS



90 % de l'offre Airbnb à Nice concerne un logement entier, en raison du caractère lucratif d'Airbnb par rapport à la location « classique ».

Source : Observatoire Airbnb (2016).

Airbnb à Nice

L'intitulé des annonces

Les données qualitatives sur l'évaluation de satisfaction et l'analyse des sentiments des avis ou des intitulés peuvent donner des informations sur l'image de Nice sur le site, à partir de l'analyse des termes ressortant le plus. De telles méthodes ont également été employées pour le site TripAdvisor.

MOTS LES PLUS UTILISÉS

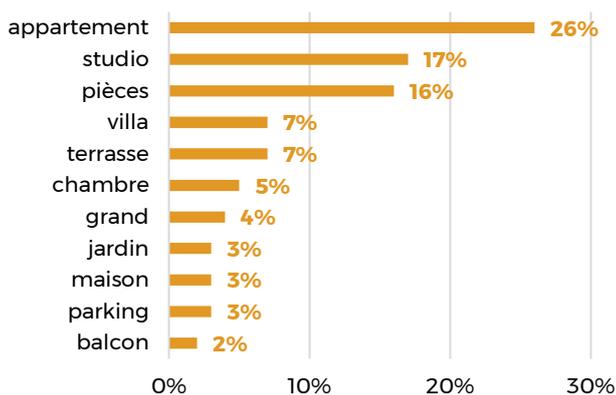


2 500

C'est le nombre de mots uniques utilisés dans les annonces. Certains quartiers plus prisés et aménités paysagères ressortent (« port », « mer », « vieux Nice », « vue », « calme » ...), caractéristiques du tourisme méditerranéen.



CARACTÉRISTIQUES DES LOGEMENTS

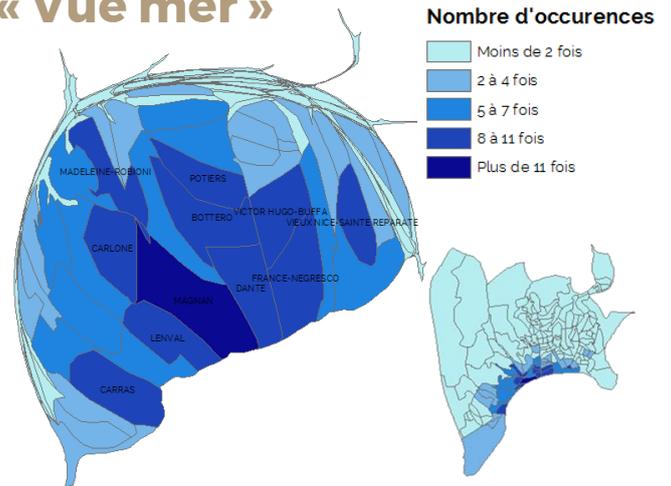


L'appartement est le type de logement le plus loué. A Nice, les logements ont des surfaces moins importantes que dans d'autres grandes villes touristiques telles que Marseille.

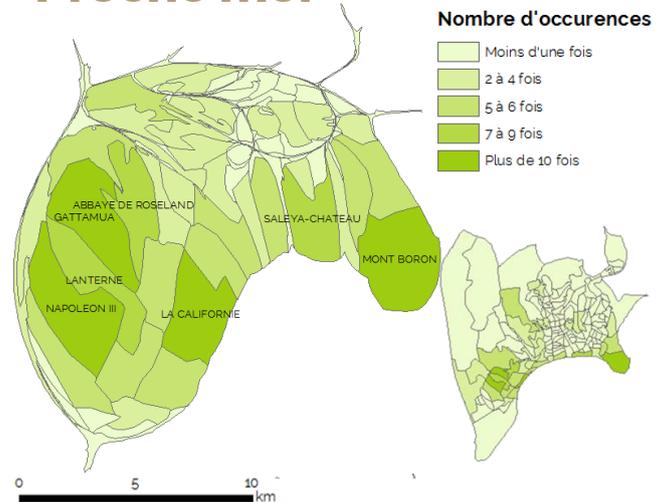
Source : Observatoire Airbnb (2016).

SPÉCIFICITÉS LOCALES

« Vue mer »



« Proche mer »



L'anamorphose permet d'adapter la forme de la carte non pas à la réalité physique, mais plutôt à la réalité perçue, faisant ainsi ressortir certains lieux plus éloignés du bord de mer, rendant les notions de « vue mer » et « proche mer » plus complexes.

Sources : Insee (2013), Observatoire Airbnb (2016).

Airbnb à Nice

Comparaison avec l'hôtellerie traditionnelle

A Paris, on estime que le tarif moyen journalier d'une chambre d'hôtel (ou ADR) a baissé de 0,7%. Quel est le véritable impact d'Airbnb à Nice, comment se répartissent les chambres d'hôtel sur le territoire et y'a-t-il certains lieux où l'hôtellerie peut mieux résister ?

POIDS DANS L'OFFRE D'HÉBERGEMENT



Nombre de chambres

Airbnb est une alternative à l'hôtellerie traditionnelle, avec près du double de capacité en nombre de chambres sur l'année 2016.

Source : Observatoire Airbnb (2016).

BAISSE DES TARIFS HÔTELIERS



C'est le pourcentage des réservations Airbnb qui ont une dimension professionnelle. A Nice, près de l'aéroport (second aéroport de France) où les hôtels sont bien implantés, l'offre Airbnb est peu présente.

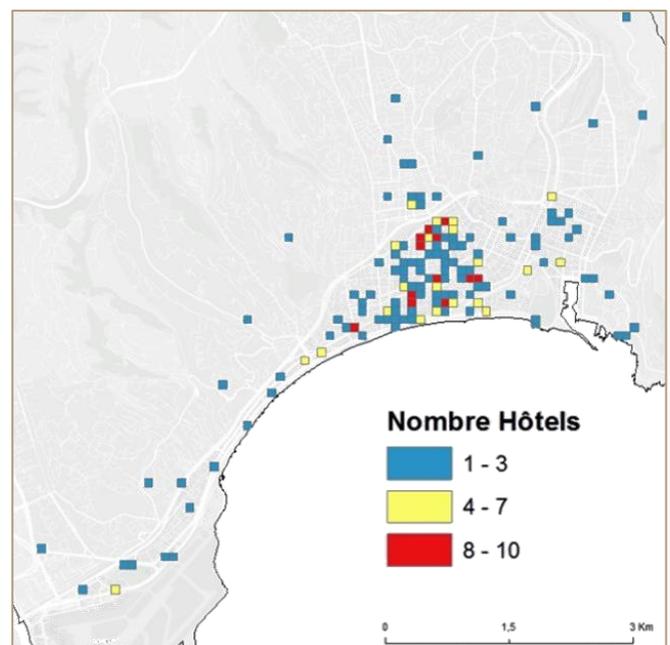
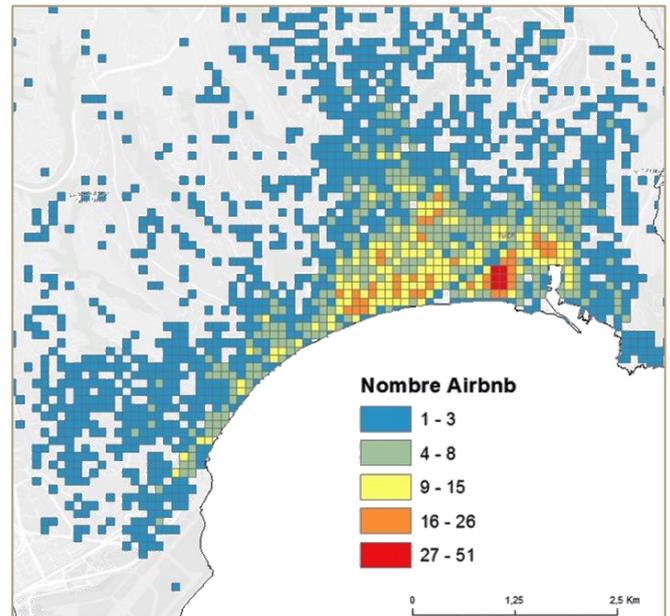


La concurrence d'Airbnb n'est pas le seul facteur de cette baisse mais c'est un élément à prendre en compte (...)

Airbnb ne va pas pour autant remplacer l'offre hôtelière classique en matière de voyages d'affaires. (...) Certaines sociétés sont hermétiques à ce concept, car cela pose des problèmes en matière de sécurité, de partage des lieux, d'hétérogénéité de l'offre et de réactivité.

Sources : étude CWT (2015) et Emmanuel Ebray (directeur de HRS France).

RÉPARTITION DES 2 OFFRES



Sources : Office du tourisme de Nice (2017), Observatoire Airbnb (2016).

Sommaire

Introduction	3
1 L'image de la région PACA sur divers sites de e-tourisme	5
1.1 Les sites d'e-tourisme et leur fiabilité	6
1.2 Les composantes emblématiques de PACA sur ces sites	9
1.2.1 L'offre d'hébergement	9
1.2.2 L'offre de restauration	10
1.2.3 L'offre d'activités touristiques	11
1.3 Les images de PACA et de leurs concurrences	13
1.3.1 Comparaison de Nice et Barcelone sur TripAdvisor	13
1.3.2 Perception de Nice sur le site CTRIP en Chine	15
2 Airbnb en PACA : Focus sur la ville de Nice	16
2.1 Caractérisation de l'offre Airbnb à Nice	17
2.1.1 Répartition de l'offre Airbnb	17
2.1.2 Une très bonne accessibilité des Airbnb	18
2.1.3 Une offre centralisée le long du littoral	19
2.1.4 La localisation des attractions touristiques oriente l'offre	20
2.1.5 Une nature d'offre peu diversifiée	21
2.1.6 Une corrélation mitigée entre catégorie de bien et implantation de Airbnb	22
2.1.7 Une variabilité relative des prix des offres Airbnb	24
2.1.8 Des prix de Airbnb en majorité cohérents avec les réalités territoriales	26
2.2 Analyse sémantique de l'intitulé des annonces Airbnb	28
2.2.1 Les mots clés les plus utilisés dans les titres d'annonces Airbnb	28
2.2.2 Cartographie des spécificités locales	31
2.3 Comparaison avec l'offre hôtelière traditionnelle	33
2.3.1 Une offre Airbnb représentant plus de la moitié de l'offre hôtelière, mais peu orientée vers le tourisme d'affaires	33
2.3.2 Une diversification spatiale de l'offre d'hébergement grâce à l'offre Airbnb	35
2.3.3 Une diversification financière de l'offre d'hébergement grâce à l'offre Airbnb	36
2.3.4 Une concurrence plus ou moins marquée selon les segments de prix	39
2.4 Comparaison avec d'autres villes	40
2.4.1 Des prix Airbnb plus harmonisés sur Nice que sur Marseille	41
2.4.2 Une grande variabilité de la nature d'offre entre Nice et Barcelone	44
3 L'offre numérique accompagnant le séjour touristique	46
3.1 Internet fixe	47
3.1.1 Le Wifi gratuit, critère de choix pour l'hébergement	47
3.1.2 A l'échelle de PACA : les territoires en marge	48
3.2 Internet mobile	49
3.2.1 Usage et services proposés	49
3.2.2 A l'échelle de PACA : les territoires en marge	52
3.3 Internet fixe et mobile : les principaux manques	53
Conclusion	54
Table des illustrations	55

Introduction

« La question de l'aménagement du territoire est constitutive de toute étude portant sur le tourisme. Elle légitime d'une part la prise en considération d'un secteur sous-estimé, et ouvre par ailleurs à la recherche académique un champ d'application privilégié de par ses effets socioculturel, esthétique, technologique et économiques tangibles, et sa portée géopolitique. » Catherine Sicart, thèse de redéfinition du tourisme soutenue en 2015.

Depuis la démocratisation d'internet dans les années 2000, tous les profils de touristes sont concernés par le e-tourisme notamment avec l'émergence des smartphones. **En effet, depuis quelques années, les systèmes de distribution via Internet bouleversent l'organisation de la vente de produits touristiques***. Grâce à internet et aux nouvelles technologies, le client a désormais la **possibilité d'accéder facilement à un large panel de destinations et de produits touristiques** sans se déplacer et surtout, **de faire ses choix à partir des critères de plus en plus variés et en disposant d'informations de plus en plus précises**. Le développement du tourisme en ligne ainsi que le développement des modes de consommation sur internet ont fait émerger de nouveaux acteurs qui bouleversent les rapports de force à l'œuvre au sein de ce secteur.

L'e-tourisme a même développé de nouvelles pratiques, telles que les hébergements chez les particuliers, parfois même de façon semi-professionnelle notamment en faisant appel à des prestataires tels des sociétés de ménage, de blanchisserie et guides touristiques.

Le développement rapide du tourisme en ligne a bouleversé la chaîne de valeur traditionnelle séparant d'un côté les producteurs de voyage (compagnies aériennes, hôteliers, loueurs de voitures...) et de l'autre les distributeurs / assembleurs de produits de voyage (réseaux d'agences de voyage, tour-opérateurs, etc.).

Ces nouvelles pratiques révolutionnent le secteur du tourisme et ciblent désormais plusieurs pans de la société pour une nouvelle expérience de tourisme adaptée à leurs envies : planification du séjour, autonomie sur site, intégration à la vie locale, accès à l'information en temps réel, visites virtuelles, trouver des alternatives à n'importe quels incidents, etc.

En l'espace de 15 ans, les agences de voyage en ligne (OTA) sont devenues des acteurs incontournables du tourisme en ligne. Selon le cabinet d'étude PhoCusWright, le taux de pénétration de l'offre en ligne dans le voyage atteint presque 60% aux États - Unis, contre plus de 40% en Europe.

En France, les sites de tourisme en ligne et les guides de voyage en ligne rassemblent plus de 15,2 millions d'internautes. En décembre 2014, ces derniers y ont d'ailleurs passé plus de 20 minutes et 30 secondes en moyenne.

Dans cette étude, nous avons distingué trois phases dans le concept de smart tourisme où les propositions et implications ne sont pas les mêmes en termes d'outils, de contenus et d'objectifs :

- **La phase de préparation du séjour** : cela sera l'axe prioritaire de notre étude car cette étape régit en majorité le comportement du touriste sur site,
- **La phase durant le séjour** : notre étude permettra d'analyser notre territoire en termes d'équipements physiques nécessaires à une bonne pratique de l'e-tourisme,
- **La phase post séjour** : pourrait être complément intéressant à réaliser, par exemple en étudiant les évaluations de séjour. Par manque de temps et de données, cette partie n'a pu être effectuée.

Nous étudierons dans un premier temps la **représentativité de la région PACA sur un ensemble de site de e-tourisme**. Par la suite, nous nous concentrerons sur la ville de Nice afin d'apporter des **éléments de réponse** quant à l'implantation des Airbnb dans la ville. Enfin, nous étudierons l'**adaptation de la région PACA au smart-tourisme au travers de la couverture Web du territoire** condition sine qua non du smart tourisme sur site.

I. L'image de la région PACA sur divers sites de e-tourisme

Le premier bouleversement du secteur touristique opéré par les sites d'e-tourisme est la confiance accordée aux intermédiaires (les OTA*) et non plus aux experts professionnels et entreprises productrices de biens et services touristiques. **Ces sites ont inventé un modèle économique appuyé sur la valorisation des échanges non marchands ou interpersonnels** (conseils entre pairs, échanges d'appartements, *couch surfing**, etc.), **et la vente de conseils en e-réputation** auprès des prestataires traditionnels. Les sites participent donc à une révolution dans l'industrie du tourisme.

Nous avons pris le parti d'étudier l'image de la région PACA sur des sites en ciblant les sites de renseignements touristiques regroupant un nombre important de fonctionnalités (information, partage et réservation). Quatre plateformes ont été sélectionnées, par conséquent, pour cette étude, à savoir : **TripAdvisor, Ctrip, Cityzeum et MonNuage.**

*OTA : *Online Travel Agency*

*Couch surfing : pratique d'hébergement de particuliers à particulier qui a pour finalité d'héberger ou d'être hébergé chez quelqu'un, pour une nuit ou quelques jours, gratuitement

Dans une première partie, nous travaillerons sur **la qualité des données provenant de telles sources** (fréquentation et réputation des sites, critères de référencement et de classement, authenticité des avis) ainsi que leur exploitation possible pour étudier l'image touristique qu'ils véhiculent en région Provence-Alpes-Côte-D'Azur.

Dans une seconde partie, nous étudierons **la demande touristique en région Provence Alpes Côte d'Azur (PACA)**, en identifiant le tourisme régional au travers des quatre plateformes de réservations.

Enfin, une dernière partie mettra en exergue **certaines divergences de traitements à des échelles inférieures**, notamment en comparant la région Provence-Alpes-Côte d'Azur à la Californie ou Nice à Bordeaux.

1.1. Les sites d'e-tourisme et leur fiabilité

Les quatre sites étudiés ne sont pas des agences de voyage en ligne (*online travel agencies* ou OTAs) en tant que telles mais simplement des plateformes de conseil et de promotion touristiques redirigeant vers de tels sites dès que l'on veut réserver. Par exemple, Cityzeum et CTrip redirigent vers Booking.com tandis que TripAdvisor redirige vers Expedia ou Hotels.com. Ils peuvent être répartis selon la typologie suivante :

	Nom	Année de création	Membres (millions)	Avis voyageurs (millions)	Chiffre d'affaires (millions \$)
Avis et réservation de voyages en ligne	 CTrip	1999	250	45	1 200
	 TripAdvisor	2000	120	435	1 492
Information et partage des voyageurs	 cityzeum		50	nr	0
	 monnuage		2	nr	0

Figure 1 - Typologie des plateformes communautaires de location et réservation de voyage en ligne retenus pour l'étude.
Sources : site des enseignes, yieldandtravel.com.

Mais les offres que proposent ces sites ne sont pas forcément comparables. A première vue (figure 2), la dominante de Paris n'est pas la même sur le type d'e-tourisme utilisé. Pour un site qui s'inscrit plus traditionnellement dans des hébergements touristiques (hôtels) comme TripAdvisor, Paris se distingue largement des autres lieux, et la Côte d'Azur apparaît aussi fortement. En revanche, pour un site qui promeut de nouvelles modalités d'hébergements touristiques (Airbnb), les grandes villes de France apparaissent toutes fortement, et le poids de Nice s'affaiblit.

Il faut donc fortement s'interroger sur la nature des données sur ces sites, et ce qui est mesuré.

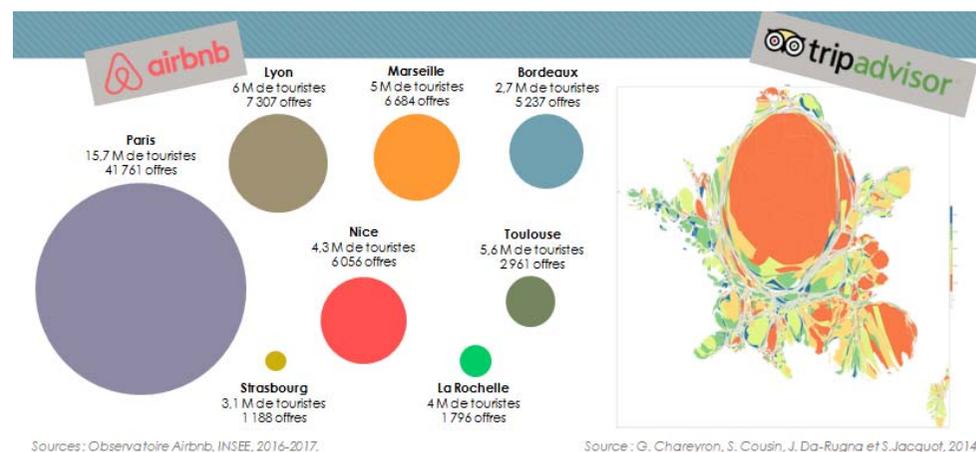


Figure 2 - Comparaison de la place des principales villes de France sur 2 sites d'e-tourisme.

Pour étudier la fiabilité de ces sites par rapport à une source touristique « traditionnelle », nous avons comparé les 60 premiers résultats hôteliers de TripAdvisor avec les 60 premiers du site du petit futé. Comme on peut le voir sur la carte (figure 3), les résultats de TripAdvisor sont très différents par rapport à une référence touristique « classique » telle que le Petit futé. En effet, on s'aperçoit que seuls 29 hôtels ressortent sur les deux sources (en jaune sur la carte). Concernant TripAdvisor, le site a tendance à privilégier les hôtels situés en centre-ville, tandis que le Petit Futé recommande des hôtels de manière plus dispersée sur le territoire.

Cela s'explique par le **mode de référencement des produits touristiques par les sites**. TripAdvisor réalise son référencement en s'appuyant sur un algorithme intégrant comme variables principales la quantité, la qualité et l'ancienneté (*recency*) des notes. Le site prend également sûrement en compte le profit attendu des hôtels, en fonction du nombre de réservations, du prix de vente moyen et du pourcentage de commission comme pour le site Booking.com, ainsi que la sponsoring qui permet aux hôtels d'apparaître en haut des résultats de recherche contre rémunération. Tous ces éléments ont pour conséquence de promouvoir des hôtels de manière concentrée et de « caricaturer » l'image de la ville en la réduisant à son centre-ville.

A Nice, la méthode de référencement de TripAdvisor concentre ses résultats dans les espaces les plus touristiques de la commune, tandis que le petit futé traite plus équitablement le territoire.



Figure 3 : Comparaison des 60 premiers résultats d'hôtels à Nice selon deux sources : Le Petit futé, TripAdvisor.

Une des premières conclusions intermédiaires que l'on peut faire est que ces sites de e-tourisme représentent des sources peu complètes par rapport aux sources officielles, comme les offices de Tourisme par exemple.

En outre, ils offrent une information touristique soumise à de nombreuses incertitudes. D'une part, on peut s'interroger sur l'avis des voyageurs parfois non authentiques. D'autre part, les caractéristiques touristiques affichées sont souvent le fait de sponsors et les classements produits par une requête ne sont pas toujours objectifs, comme l'atteste la figure 4. On y voit que les hôtels apparaissent sur les recherches effectuées, certes en fonction de leurs popularités (nombre de réservations), mais aussi en fonction de commissions financières. La neutralité n'existe donc pas.

Néanmoins, les résultats touristiques que fournissent ces sites sont certes caricaturaux. Mais ils sont représentatifs de l'évolution actuelle du tourisme où la confiance des consommateurs n'est plus accordée seulement aux experts mais aussi aux usagers.

Booking.com

Exemple d'algorithme de classement des hôtels

Profit attendu
= (Nombre de réservations × Prix de vente moyen × % de commission) - Coûts d'acquisition

Nombre de réservations
= Nombre de requêtes × Taux de conversion - Annulations

Figure 4: Mode de classement des hôtels pour Booking.com.,
Source : <http://www.goodness.fr/2011/09/22/comment-optimiser-le-referencement-dun-hotel-dans-booking-com/>

1.2. Les composantes emblématiques de PACA sur ces sites

1.2.1. L'offre d'hébergement

Les hébergements (tous types confondus) en région PACA ne sont pas représentés de la même manière en fonction des quatre sites de réservations (cf. Figure 5). En effet, **la visibilité des villes en région PACA n'est pas la même en termes d'offres hôtelières sur les plateformes** qui ont visiblement un algorithme de sélection différent. Les filtres de recherche ont été les mêmes sur les 4 plateformes et pourtant aucun résultat ne semble être identique. Pour la ville de Nice, Trip Advisor propose 204 hôtels alors que Ctrip en propose 304 et que Cityzeum et MonNuage en présentent eux aussi un chiffre différent. On peut alors se demander pourquoi une telle différence de résultat est-elle observable dans une recherche qui est au départ identique ?

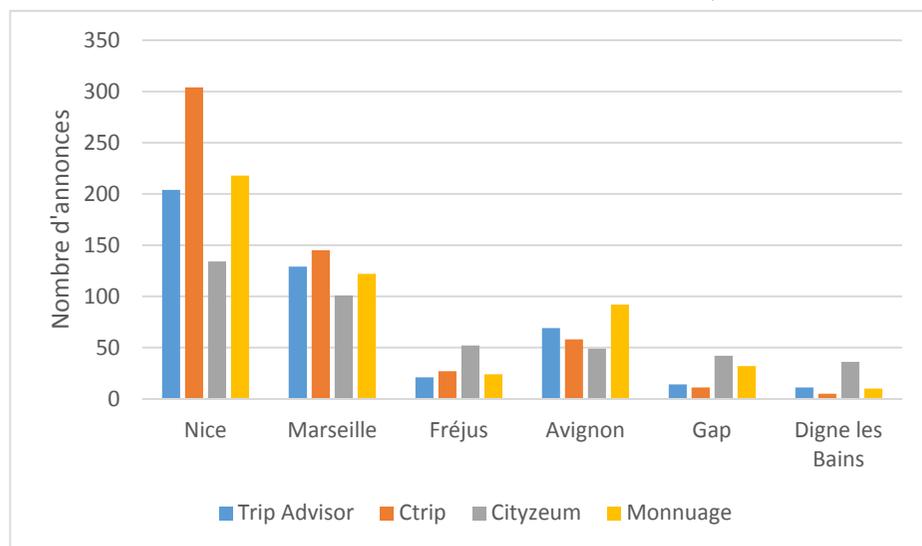


Figure 5 - Nombre de référencements d'hébergement par sites web étudiés de certaines communes de la région PACA

Deux phénomènes sont mis en évidence au travers de cet histogramme :

1. La différence d'offre d'hébergement des plateformes de réservations dans certaines villes de la région peut être expliquée, dans certains cas notamment pour Ctrip, par la nationalité des créateurs des plateformes mais surtout par la **nationalité des utilisateurs** puisque la région PACA a un succès différent selon les pays du monde. En effet, Ctrip est une plateforme de réservation créée en Chine (siège social à Shanghai) et va être majoritairement utilisée par les chinois. Pour eux, la région PACA est une destination touristique très prisée, comme nous le confirme la rédaction de France 3 au travers d'un article publié en août 2015 qui s'intitule « Nice : le boom du tourisme chinois ». L'offre hôtelière à Nice est en effet plus importante sur Ctrip que sur Trip Advisor, site d'origine américaine qui véhicule une image de la région PACA encore différente.
2. Le site Cityzeum semble mieux représenter les « petites » villes à savoir Fréjus, Gap et Digne-les-Bains avec, dans les 3 cas, une offre d'hébergement nettement supérieure à ses concurrents. A Fréjus, Cityzeum propose 25 logements de plus que Ctrip, deuxième plateforme proposant le plus d'hébergements dans cette ville.

1.2.2. L'offre de restauration

Trip Advisor effectue une distinction entre les types de cuisine pour certaines villes de la région PACA : Nice, Marseille, Fréjus et Avignon. On y distingue des catégories qui représentent le nombre de restaurants en fonction des spécialités culinaires. En effet, on y observe tous les restaurants relatant la cuisine locale méditerranéenne.

D'un point de vue général, la moitié de la restauration est locale. Nice présente une part de 45% de cuisine locale par rapport à la totalité de son offre de restauration. Marseille présente, quant à elle, une part de cuisine locale de 33% et Avignon dispose d'une part de 40%.

Une ville moyenne ressort : Fréjus. En effet, **la ville de Fréjus présente une surreprésentation de la cuisine locale avec une part modale de 77 %**. Il conviendrait d'étudier les particularités de cette ville, en termes de restauration, pour comprendre cette dominante.

On pourra aussi noter que les spécificités locales sont très peu mises en valeur, telles leurs spécialités locales (par exemple la bouillabaisse pour Marseille, la pissaladière ou la socca pour la ville de Nice), ou les atouts de proximité (Italie pour la ville de Nice)

En outre, la différenciation de l'offre et les catégories de restaurants ne sont pas optimales car elles mélangent plusieurs niveaux d'information. Par exemple, certains restaurants de Marseille sont catégorisés comme « Cuisine française » alors qu'il s'agit clairement d'un restaurant dédié aux poissons et fruits de mer.

Pour approfondir cette étude, il serait nécessaire d'étudier plus en profondeur la demande, notamment en identifiant les types de restaurations locales les plus prisées par les touristes.

Cet histogramme visualise la manière dont les restaurants sont représentés sur Trip Advisor et la part de la cuisine locale méditerranéenne dans cette représentation. Il s'obtient en calculant la part de la cuisine locale méditerranéenne (culture locale ou culture provençale méditerranéenne dans PACA - à l'exception des spécialités dites pizza et Italiennes - qui regroupe les cultures locales françaises et des spécialités « dites de la mer » telles que les plats à base de poissons et de fruits de mer) en fonction du total de l'offre de restauration.

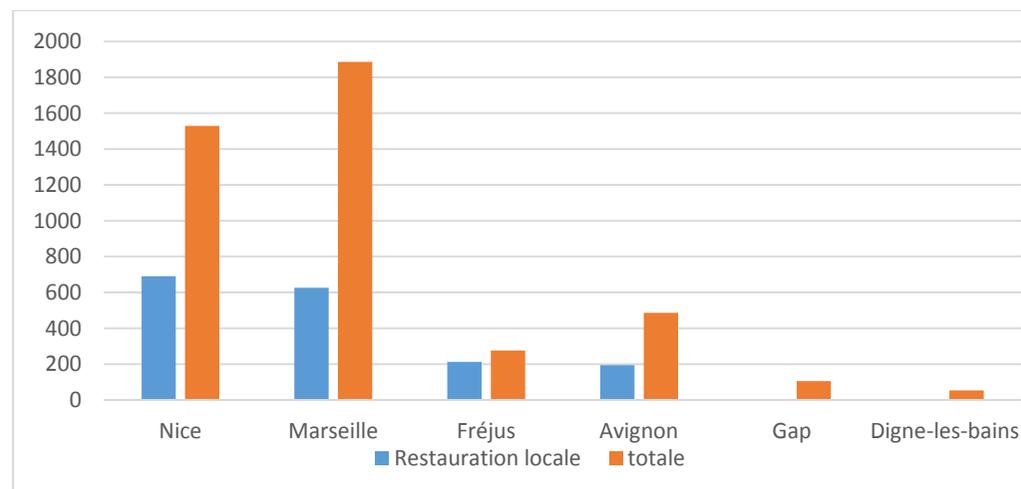


Figure 6 - Part de la restauration locale méditerranéenne en fonction de la part totale de restaurants selon Trip Advisor

1.2.3. L'offre d'activités touristiques

Les activités ne sont pas répertoriées par toutes les plateformes, seules 3 d'entre elles proposent une rubrique activité mais celle sur Cityzeum n'est pas exploitable. En effet, « sechapper.com » qui est le moteur de recherche des activités de Cityzeum ne permet pas de quantifier le nombre d'offres proposant des activités. De plus, les offres ne sont pas catégorisées en fonction du type d'activité, comme le fait Trip Advisor et MonNuage. Ainsi, Trip Advisor est la plateforme qui propose de manière la plus exhaustive possible les différents types d'activités en proposant 8 catégories différentes (cf. figure 7).

Ainsi, ce diagramme radar présente les effectifs des différentes activités, telles que les sites et monuments, les musées, les activités d'extérieurs, les parcs, les activités de transports (bus de tourisme...), les jeux et divertissements, le shopping et le textile et le tourisme nocturne, pour les différents chefs-lieux cités précédemment.

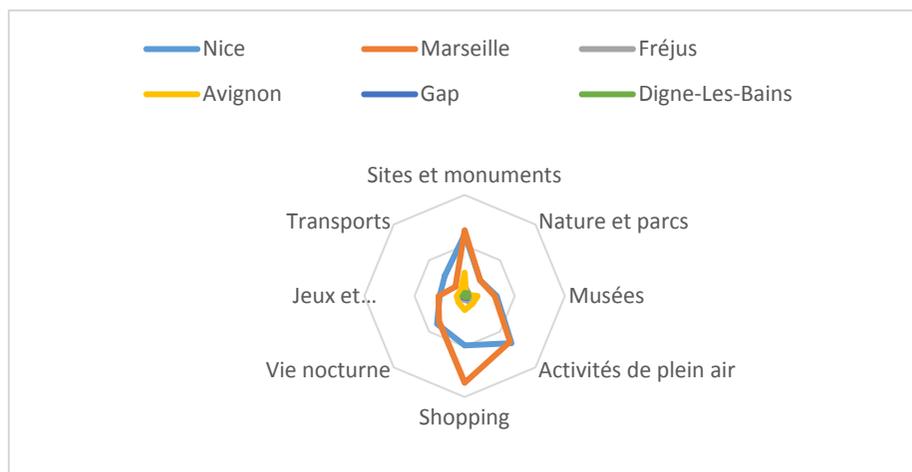


Figure 7 - Les activités touristiques par catégories, selon Trip Advisor

Marseille, présente un tourisme tourné vers l'offre marchande, mais également en tant que grande ville historique vers un tourisme patrimonial. Ce facteur s'explique par la forte présence de nombreux centres commerciaux, dont le dernier en date « les Terrasses du Port ». **Nice se tourne également vers un tourisme patrimonial** mais se distingue de Marseille par le biais d'un **tourisme d'extérieur ou d'activités de plein air.** **Avignon, si l'on omet l'effet de taille présent sur ce graphique, se tourne vers un tourisme patrimonial, toute proportion gardée.**

Il est cependant difficile d'analyser la représentativité de l'offre de chaque ville au travers des résultats de recherche. En effet, comme le montre la figure 7, le nombre de résultats par type d'activité est incertain, car il dépend de l'agrégation des villes et des communes environnantes ainsi que de l'organisation spatiale des activités. Prenons l'exemple d'Avignon : cette agglomération concentre un nombre démesuré de commerce proportionnellement à sa taille car elle regroupe l'intégralité des communes avoisinantes avec un périmètre très large pour la simplification de la recherche. Au contraire, des villes comme Marseille ou Nice possèdent une activité shopping réduite, puisque d'énormes sites commerciaux sont délocalisés dans des communes périphériques, telles que Plan de Campagne, Cap 3000 ou encore le Polygone Riviera.

En conséquence, le tourisme présenté par Trip Advisor est orienté vers des activités touristiques différentes, mais également selon la vision de la plateforme. Marseille et Nice présentent la plus grande part

d'activité de toute la région PACA du fait de leur développement important.

Cependant, il reste beaucoup de questionnement en suspens. Est-ce que ce phénomène reflète la réalité ou est-ce une orientation volontaire de Trip Advisor ? Il serait intéressant de pousser le questionnement sur le sponsoring et sur le partenariat des sites et de certaines annonces pour une prochaine étude,...

Les plateformes de réservation ne poussent-elles pas le consommateur vers telles activités plus que d'autres ?

1.3. Les images de PACA et de leurs concurrentes

A l'échelle internationale, la France reste le premier pays visité avec plus de 84 millions d'arrivées dans le pays en 2014*. Le tourisme est un milieu ultra-concurrentiel, où les acteurs déploient des stratégies parfois agressives et coûteuses afin de maintenir ou d'augmenter leurs taux de fréquentation.

* Données de la Banque mondiale (2014)

1.3.1. Comparaison de Nice et de Barcelone sur TripAdvisor

Nous allons ici étudier les divergences de traitement sur deux communes de l'arc méditerranéen, bien que le nombre de touristes soit deux fois plus important à Barcelone. Mais cette comparaison se justifie par la fonction touristique similaire des lieux.

Sur la figure 8, Nice semble sous-représenté sur les sites Web étudiés toujours par rapport à Barcelone. Ainsi, le nombre d'activités référencées sur Barcelone est le triple de celui de Nice sur TripAdvisor. La forte modularité entre les sites est aussi à noter. Ainsi, MonNuage offre une représentativité importante de Barcelone en comparaison de la pauvreté de représentativité de la ville de Nice, certainement dû à un manque de diversification. Avec cette comparaison entre Nice et Barcelone, il semble que l'image de Nice soit fortement sous valorisée en référencements volumiques sur les sites. **Autant pour les hôtels cela peut s'expliquer par le fait réel du nombre d'hôtel, autant pour les activités il semble de façon flagrante que Nice n'affiche pas tout son potentiel, comme le fait Barcelone.**

Dans ce contexte, le maintien de l'image de la région est primordial. Nous nous proposons ici d'étudier les divergences de traitements sur les sites afin de comprendre les éléments positifs et négatifs de l'image PACA sur le web.

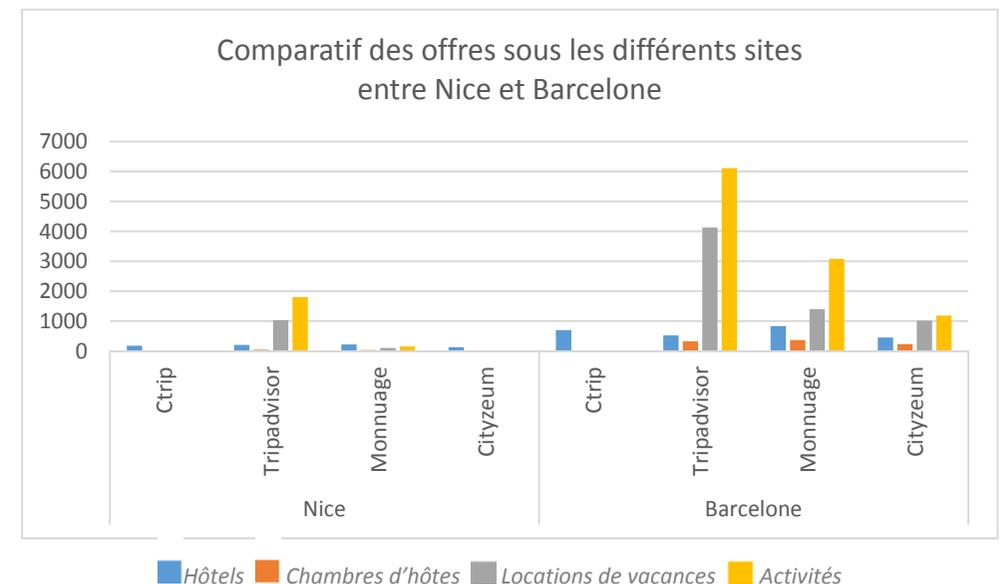


Figure 8 - Comparatif des volumes de référencement par sites entre Nice et Barcelone

La tableau suivant (Figure 9) se concentre sur les quatres premiers résultats obtenus sur le site TripAdvisor, lorsque l'utilisateur consulte l'ensemble des activités à faire pour les villes de Nice et de Barcelone.

Dans un premier temps, une nette divergence de résultats peut être observée en matière de nombre d'avis. En effet, malgré la fréquentation réelle des deux sites, Nice est largement en tête si on cumule le nombre d'avis voyageurs. Le classement des activités est cohérent par rapport à la réalité. Si on se concentre sur Barcelone on remarque *a contrario* que les résultats sont largement influencés par des acteurs privés qui occultent les sites majeurs de la ville. Ainsi, le parc Guel, la Sagrada familia ou l'aquarium qui sont des sites touristiques majeurs disparaissent au profit d'un magasin de mosaïque ou d'une société d'activité nautique.

Ainsi Nice semble mieux maitriser son image en termes d'activité que Barcelone ne le fait. La promotion de la ville est donc mieux effectuée en termes d'activité et les collectivités devraient attacher une grande attention à leur référencement

VILLE	CLASSEMENT	TRIPADVISOR	NOMBRE D'AVIS	TYPE
Nice	1er	Carnaval de Nice	73	Évènement
	2eme	Colline du château	6404	Lieu
	3eme	Vielle Ville	7848	Lieu
	4eme	Promenade	9299	Lieu
Barcelone	1er	Mosaiccos	279	Commerce
	2eme	CosmoCaixa	3105	Musée
	3eme	Aventura Nautica	37	Société privée
	4eme	Museum of illusion	192	Musée

Figure 9 - Résultat de requête de l'ensemble des activités au 13 mars 2017

1.3.2. Perception de Nice sur le site CTRIP en Chine

Le site CTRIP est le premier site consulté par les Chinois en matière de tourisme. Il faut savoir que la perception de certains sites est variable en fonction de l'adresse IP de l'utilisateur. Ainsi, si on réalise une connexion mimant une connexion à Shanghai (à l'aide d'un VPN) on observe de légères différences sur les sites.

Le premier fait à noter est que **la classification hôtelière est quasiment identique, quelle que soit la source de consultation (CTRIP ou autre). Cependant les tarifs des hôtels varient beaucoup si on compare au site français.** En majorité, les prix des hôtels mis à disposition par la connexion chinoise comportent des montants plus élevés. Reste à savoir si cette modularité de prix est entendue avec les différents hôtels (augmentation de marge du site pour les connexions chinoises par exemple).

Hyatt Regency Palais de la Méditerranée, Nice *****

- IP chinoise : 161 €
- IP française : 154 €

Figure 10 - Comparaison de la source de localisation de CTRIP et des offres proposées

La différence la plus notable reste le nombre de prestations que l'adresse IP implique. En effet, **les chinois peuvent bénéficier d'un service plus « smart » dans le sens où le site chinois intègre des prestations supplémentaires à son offre tels que : places de spectacles, locations de voiture, tickets de bus, forum de discussion, croisières** auxquels les français ou même les autres nationalités (états-unien, russe, français, etc.) n'ont pas accès.

Version chinoise (www.ctrip.cn)	Version française (www.ctrip.fr)
<ul style="list-style-type: none">○ Hôtels○ Packages (vols + hôtels)○ Vols○ Train○ Croisières○ Location de voiture○ Tickets de bus○ Billets spectacles	<ul style="list-style-type: none">○ Hôtels○ Vols○ Train (mais pas de résultat au départ de Nice)

Par ce test, nous pouvons donc affirmer qu'il ne suffit pas aux différents acteurs du tourisme en PACA de maîtriser leurs images sur les divers sites mais aussi d'être vigilants sur les variabilités mises en évidence en fonction des clients.

II. Airbnb en PACA : Focus sur la ville de Nice

Fondée en août 2008 et basée à San Francisco, en Californie, Airbnb est une plate-forme communautaire de confiance qui permet de proposer des logements, de les découvrir et de les réserver en ligne.

Airbnb fonctionne de la manière suivante. Le logement que vous mettez en location, en totalité ou en partie, constitue au sens de la loi, soit votre résidence principale (occupée 8 mois/an), soit votre résidence secondaire (occupée 4 mois/an). Si le meublé de tourisme (villas, appartements, ou studios meublés) offert en location est la résidence principale, le loueur est dispensé de toute démarche en mairie. Au contraire, si le meublé constitue la résidence secondaire, le loueur doit effectuer une déclaration à la mairie. Les chambres d'hôtes qui sont des chambres meublées chez l'habitant en vue d'accueillir des touristes, à titre onéreux, doivent faire l'objet préalablement d'une déclaration auprès de la mairie

Airbnb est un des sites les plus importants au monde en termes d'offres et d'usages touristiques (figure 11).

Total de voyageurs	Villes	Pays	Logements dans le monde entier	Nombre d'annonces
+ 150 000 000	+65 000	+191	+3 000 000	+1 5 000 000

Figure 11- Les indicateurs clés du poids de Airbnb dans le monde, en octobre 2006

Cette étude sera effectuée à partir des données de l'observatoire AIRBNB qui référence les offres annuellement présentes sur le site airbnb. L'extraction date d'octobre 2016.

Il s'agira, dans un premier temps, de caractériser l'offre notamment par ses particularités de répartition, sa nature et la correspondance avec les particularités niçoises et enfin la représentation des offres de la ville de Nice au niveau sémantique. Dans un second temps, nous comparerons plus particulièrement la concurrence possible avec l'offre hôtelière et les distinctions qui peuvent émerger en termes d'offre et de concurrence réelles.

2.1. Caractérisation de l'offre Airbnb à Nice

2.1.1. Répartition spatiale de l'offre Airbnb

La répartition spatiale de l'offre Airbnb est étudiée ici en fonction du nombre d'établissements par km² à l'intérieur d'un IRIS. Ce découpage administratif infra communal nous permet d'identifier et de quantifier la variabilité des quartiers en termes d'accueil d'établissements Airbnb.

A Nice, le tourisme est patrimonial, c'est-à-dire proche de son patrimoine culturel qui est localisé en grande majorité dans le centre-ville ou le long du littoral. Ces espaces accueillent de nombreux établissements Airbnb. La carte ci-contre (Figure 12) met en évidence certains quartiers, comme le vieux Nice qui jouxte le quartier de Cassini plus proche du port. Un deuxième pôle de concentration est observable autour de l'hôtel Negresco (faisant partie du patrimoine emblématique de Nice) jusqu'au quartier Rosini plus au nord juste avant la gare centrale Thiers, qui fait l'objet d'une frontière entre la ville dynamique et touristique avec une ville moins fréquentée par les touristes. L'offre d'Airbnb est dans ces espaces de plus en plus dispersée avec une absence qui se fait fortement ressentir lorsque l'on commence à s'approcher des collines niçoises. On distingue alors des espaces où le phénomène Airbnb est quasiment absent lorsque l'on s'éloigne du centre-ville et du littoral, sur un territoire plus en relief (mont Boron, les collines de Cimiez et de Magnan). Ces « vides », où l'offre est plus éparse, sont également observables dans des lieux proches de l'aéroport ainsi que le long de la plaine du Var, des quartiers où l'on retrouve moins de logements mais plus de bureaux.

Il reste à déterminer si la répartition Airbnb suit celle des hôtels ce que nous verrons dans la suite du dossier. Mais il paraît opportun de dire que l'offre comme toute offre marchande suivra certainement la demande touristique.

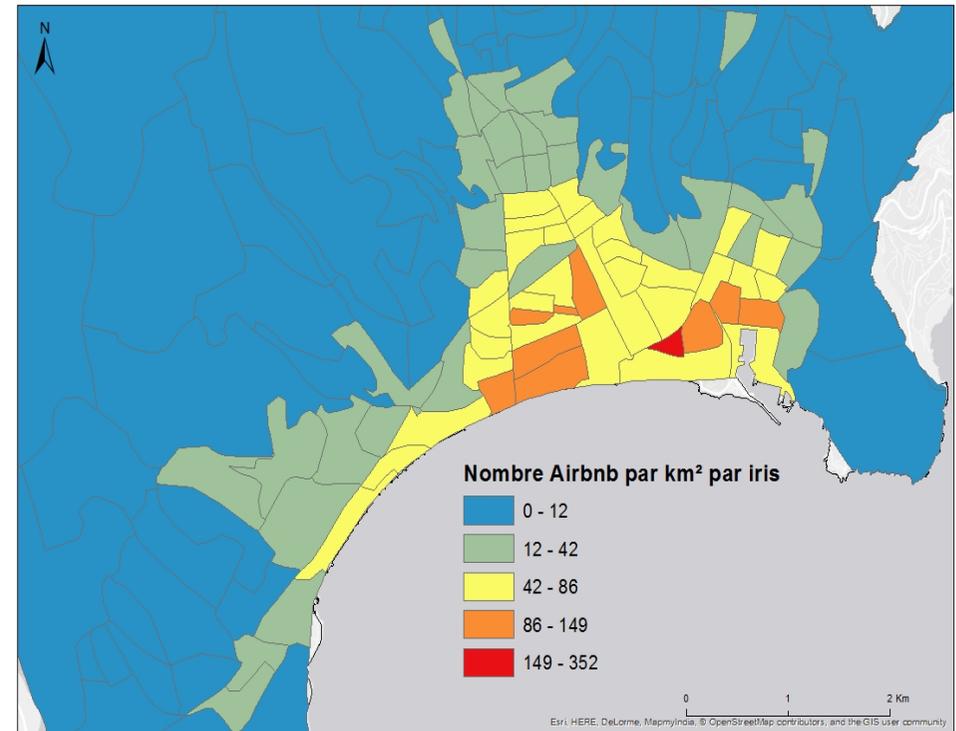


Figure 12 - Densité d'Airbnb par IRIS au sud de Nice

2.1.2. Une très bonne accessibilité des Airbnb

Pour analyser l'offre Airbnb sur la commune de Nice, nous avons choisi d'étudier leur répartition spatiale par rapport à deux éléments structurants de la métropole, à savoir la voirie et le tramway qui représentent des espaces à enjeux en termes d'accessibilité et de dynamisme.

1. **Réseau viaire** : La prise en compte d'un espace délimité a été faite pour cette brève étude de répartition. L'espace situé à 50 mètres de part et d'autre, au-delà d'un axe routier a été retenu par le biais d'un « buffer ». C'est à l'intérieur de ce bandeau autour des axes routiers que nous avons calculé le nombre d'établissement Airbnb. C'est plus de 1 742 établissements soit 25% de l'offre totale qui se concentrent le long des axes routiers de la ville de Nice. Sur la Promenade des Anglais, site emblématique de la ville et de la région PACA, il y a plus de 530 Airbnb (soit 9%) concentrés sur seulement 7 km. L'accessibilité et donc les possibilités de visibilité et d'activités dans la ville sont donc fondamentales
2. **Tramway** : Les lignes T1 et la future ligne T2 (est-ouest) du tramway de Nice sont une source d'attractivité et de dynamisme économique. Pour le tramway (tracés de la ligne 1 (en service) et la ligne 2 (prochainement en service), c'est 3 102 établissements soit 51% de l'offre totale qui se trouvent à moins de 50 mètres des 2 lignes de tramway (figure 13). Au terminus de la ligne 1, du côté de l'hôpital Pasteur, nous pouvons voir une petite

concentration d'hôtels Airbnb dans un quartier récemment desservi par ce nouvel arrêt du tramway. Au-delà, du vieux Nice, du quartier du port ou encore le long de l'avenue Jean Medecin où l'implantation de Airbnb est très importante, nous pouvons observer, de la place Garibaldi jusqu'au quartier Acropolis, une certaine linéarité dans l'implantation des Airbnb donnant l'impression d'une proximité avec la ligne du tramway.

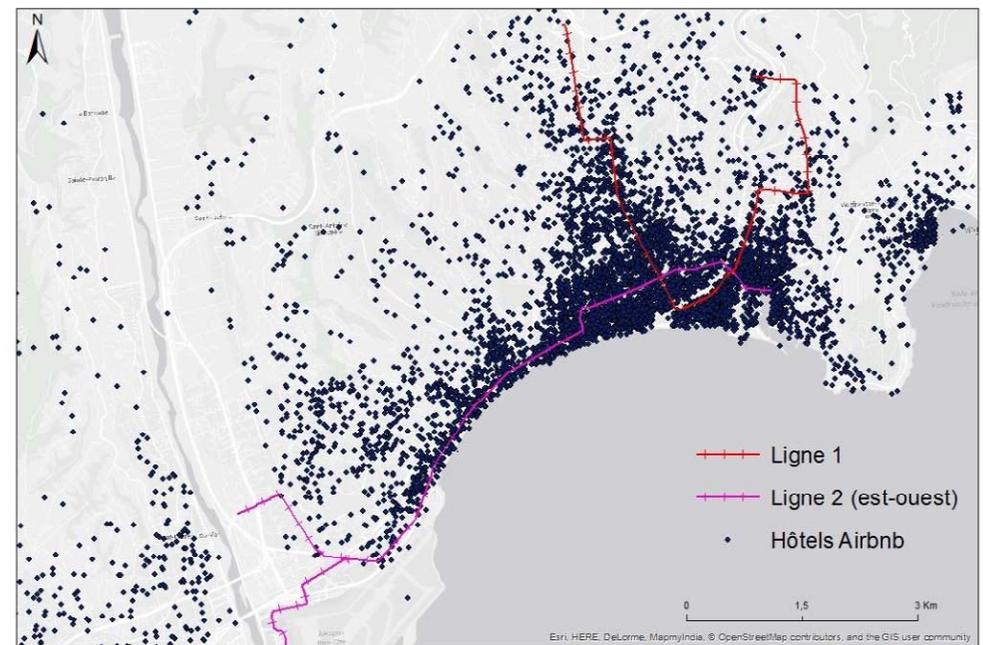


Figure 13 - Tramway et localisation des Airbnb

2.1.3. Une offre centralisée le long du littoral

Les complexes hôteliers et autres structures de tourisme sont en grande majorité répartis le long du littoral méditerranéen. Ce paysage sur mer exceptionnel est un facteur d'attractivité et les professionnels du tourisme essaient autant qu'ils le peuvent de faire profiter leurs clients de cet atout recherché.

Sur le graphique ci-contre (Figure 14), on observe que, à moins de 1 000 mètres du trait de côte, sont installés près de 80% des hébergements Airbnb de la commune.

En effet, sur les 6056 Airbnb relevés sur la commune, plus de 4 877 sont à moins d'un kilomètre de la mer. Sur une bande côtière de 500 mètres, la concentration des établissements est là aussi évidente avec plus de 3 323 structures, soit plus de la moitié. **Cette concentration de Airbnb proche du bord de mer offre aux visiteurs un confort considérable et des capacités d'accueil satisfaisantes avec un nombre de chambres et de lits importants (Figure 15).**

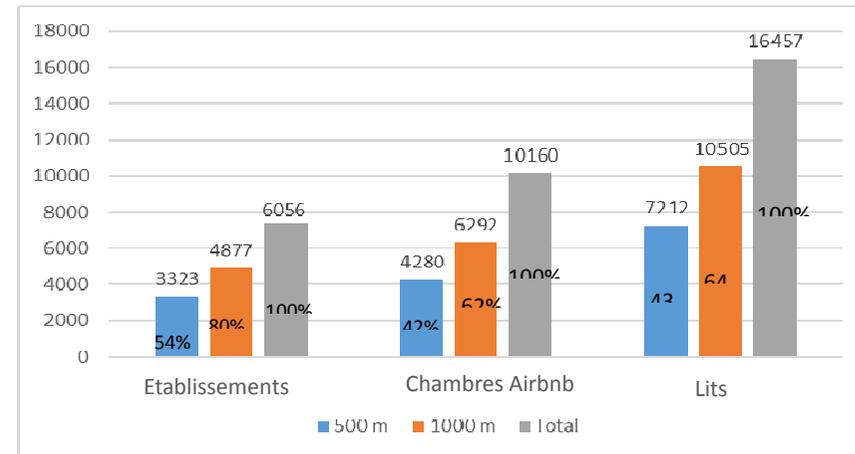


Figure 14 - Répartition des offres Airbnb en fonction de la distance à la mer à Nice

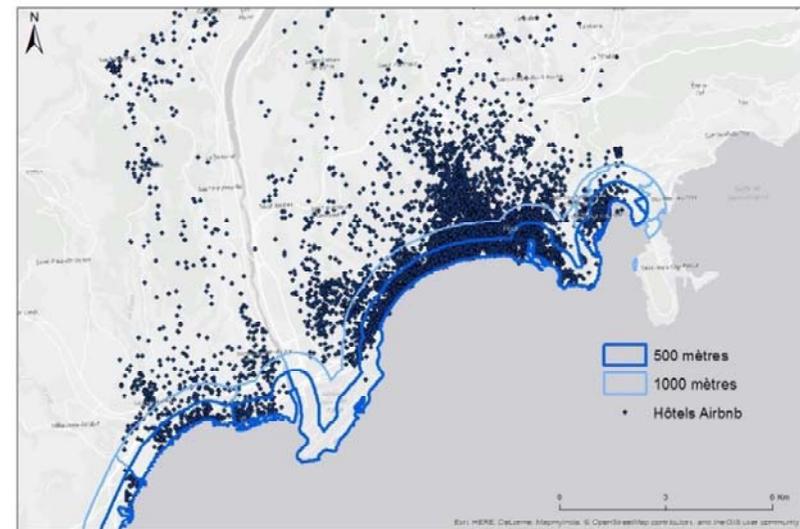


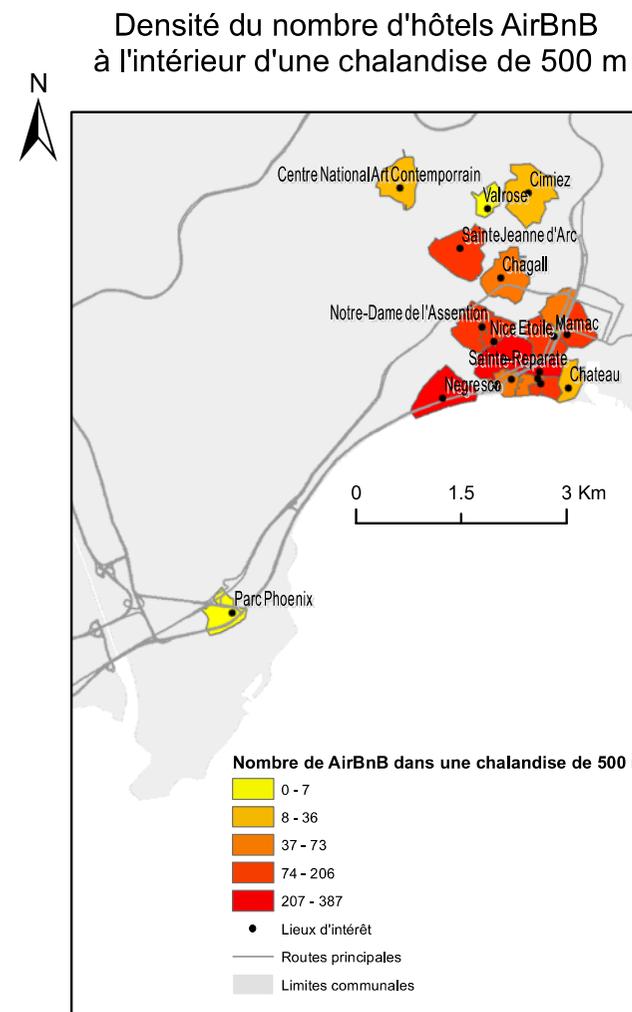
Figure 15 - Répartition des Airbnb le long du littoral

2.1.4. La localisation des attractions touristiques oriente l'offre

Afin de réaliser cette carte de positionnement des offres Airbnb en fonction de lieu emblématique (Figure 16), nous avons fait une interpolation entre le nombre de Airbnb et un lieu d'intérêt à l'intérieur d'une zone de chalandise de rayon de 500 m selon une distance géodésique. Cela permet d'évaluer indirectement l'attraction potentielle d'un monument sur les offres Airbnb proposées.

On note une forte attractivité du centre-ville (Jean Médecin, Masséna) et de la vieille ville, montrant une forte polarisation autour de certains quartiers ou des monuments emblématiques. Ainsi, 120 Airbnb sont présents dans le Vieux Nice et la zone de chalandise du palais de justice notamment. L'aire de chalandise du Negresco dispose dans un rayon de 500 mètres de 387 Airbnb. Il y a également une forte attractivité dans les quartiers de Valrose et de l'avenue Borriglione. Cela peut s'expliquer par la forme particulière du tissu urbain et par la forte offre de desserte due au passage du tramway dans le quartier sur l'avenue. En revanche, l'attractivité est relativement faible sur la zone au Sud de Méridia et l'université Valrose. Ainsi, 125 Airbnb sont présents dans l'aire de l'église Sainte-jeanne d'Arc et le quartier Borriglione.

Le nouveau quartier de Meridia n'est pas attractif en fonction du nombre de Airbnb, en dépit de la restructuration qu'il montre. Peut être sa nouvelle attractivité est-elle justement trop récente, et trop éloignée du centre-ville, pour positionner une offre Airbnb. Enfin 5 Airbnb sont présents dans l'aire de chalandise du parc phœnix



Source : BD Topo 2013, Observatoire Airbnb 2016, Nice, Réalisation : 2017

Figure 16 - Densité du nombre d'AirBnB dans un rayon de 500 m autour de points d'intérêts touristiques

2.1.5. Une nature d'offre peu diversifiée

L'étude du type de logement offert par Airbnb est sans équivoque (Figure 17). En effet, plus de **80% des hébergements mis à disposition sont des appartements en location entière** sur la commune de Nice. Ainsi, sur un effectif de 6057 offres sur Nice, seulement 683 proposent des chambres chez l'habitant (soit 11.3%). L'offre du site Airbnb est donc largement orientée vers de la location de vacances, sans offre supplémentaire.

Zoomons sur les appartements en location entière, qui représentent la majorité de l'offre. D'après l'INSEE en 2013, il existait 206 050 appartements à Nice. 5042 de ces appartements sont mis en location entière sur Airbnb, soit 2.45% de l'offre totale immobilière sur le segment des appartements, ce qui est loin d'être négligeable.

En outre, 59% des appartements présentant une offre Airbnb concernent des studios ou des T1. On note ainsi une nette concurrence d'utilisation de ce type de logement entre la location ponctuelle représentée par les Airbnb et une location annuelle ou étudiante. Il est donc évident que l'offre Airbnb impacte directement sur la disponibilité des petits logements qui sont normalement destinés aux jeunes, aux personnes vivant seules et aux familles. La rentabilité des locations Airbnb étant bien meilleure qu'une location classique, elle accélère l'augmentation des loyers et du foncier et diminue la disponibilité des logements en bail.

En comparaison, l'offre Airbnb de Marseille sur ce segment d'appartements en location entière du T0 au T1 ne représente que 44% de l'offre totale. Cette différence s'effectue à la défaveur des T2, avec une part d'offre d'Airbnb de T1 et T2 de 52%. Cette différence

de répartition suit tendanciellement le comportement niçois, même si la ville de Nice dispose d'un plus fort taux qu'ailleurs d'appartements très petits.

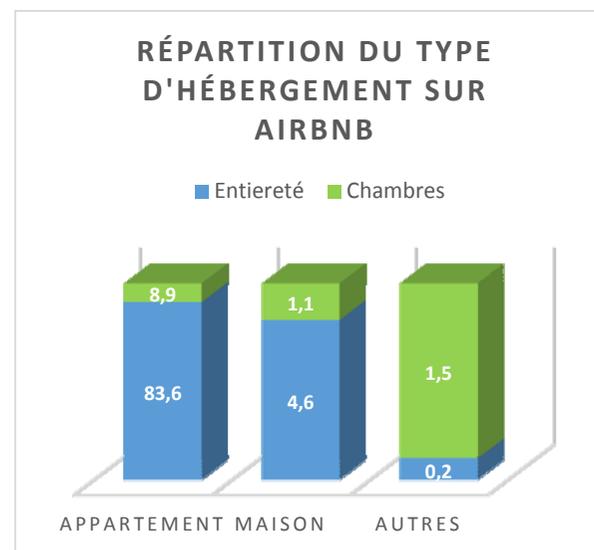


Figure 17 - Répartition du type d'hébergement offert par Airbnb

2.1.6. Une corrélation mitigée entre catégorie de biens et implantation d'Airbnb

Les données INSEE de 2011 seront prises comme référence dans cette étude, pour Nice. Il s'agit ici de mettre en évidence des correspondances spatiales entre la présence des Airbnb et les trois catégories de biens suivants :

- RP : Résidence principale, qui représente 78% des effectifs totaux
- RS : Résidence secondaire, qui représente seulement 12% de l'effectif
- LV : Logements vacants qui représente également 12%.

Quant aux Airbnb, ils représentent 2.7% de l'offre immobilière de Nice.

Pour cela, l'outil statistique de **régression** linéaire sera utilisé.

Cet outil permet de définir une équation permettant d'expliquer une variable (Y) en fonction d'une autre (X). Dans notre cas, Y sera toujours égal au nombre de Airbnb dans un IRIS. Grâce à cette équation, nous allons donc déterminer une règle générale théorique permettant d'expliquer le nombre de Airbnb (Y) en fonction du nombre de résidences secondaires

Par exemple :

Y_Théorique = La valeur théorique de Airbnb recherché	a = coefficient directeur
X = Nombre de résidence (INSEE)	b= Ordonnées à l'origine
$Y_{Théorique} = aX + b$	

La robustesse de cette équation est testée par un indicateur R^2 . Pour exemple, si R^2 vaut 0.8, on peut le traduire ainsi : 80% des valeurs de résidences secondaires s'expliquent spatialement par la valeur du nombre de Airbnb, ou la localisation des résidences secondaires explique 80% de celle des offres Airbnb.

Pour finir, il reste à expliquer la notion de résidus. Elle consiste en la comparaison de la valeur obtenue par le biais de l'équation et la valeur réelle. Pour éclaircir le concept :

Y_Théorique = nombre théorique en fonction de la valeur X	Y_Réel = nombre réelle de valeur réelle
Résidus = $Y_{Réel} - Y_{Théorique}$	

Cette notion nous permettra d'obtenir une distinction entre les iris qui suivent la tendance commune (suivant bien l'équation et donc avec des résidus faibles) et ceux qui ont des résidus forts, et qui s'écartent de la tendance générale.

Ainsi concernant les logements vacants, l'étude de corrélation sur ces deux variables permet de mettre en évidence **qu'il n'y a pas de corrélation entre la répartition du nombre de Airbnb et le nombre de locaux vacants référencés** dans les IRIS (figure 18). En effet l'équation de régression linéaire possède un R^2 inférieur 0.03 ce qui indique qu'aucun lien de relation spatiale n'est envisageable encore moins un lien de causalité. Les lieux où la présence de logements vacants est forte, ne sont pas ceux qui offrent le plus de propositions Airbnb à Nice.

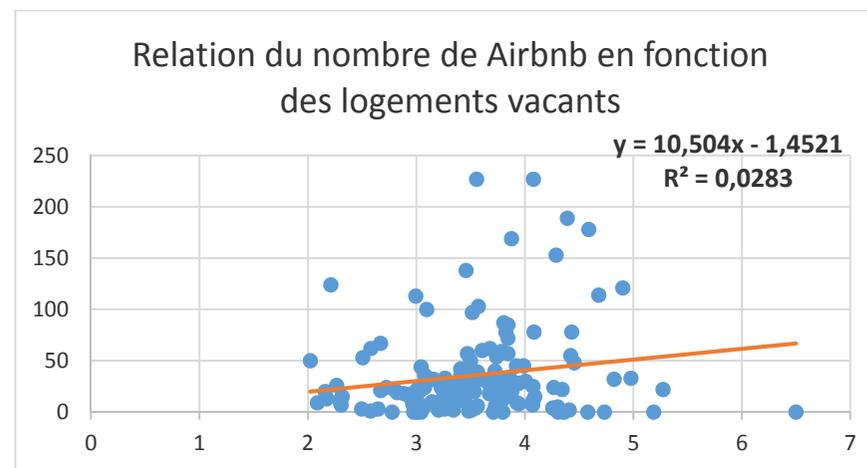


Figure 18- Corrélation des logements vacants avec l'offre Airbnb

Concernant les résidences principales, le même constat est mis en évidence avec un coefficient de régression proche de 0,02.

Il n'y a donc aucun lien de proportionnalité ou de spatialité envisageable entre l'implantation de Airbnb et la présence de logements vacants ou de résidence principale.

La régression linéaire effectuée entre le nombre de résidence secondaire expliquant le nombre de Airbnb est, quant à elle, intéressante (cf. figure 19). Ainsi avec un coefficient de régression de 0,55, on peut dire que **dans 55% des cas, la localisation des résidences secondaires explique celle des offres Airbnb**. La forme de l'équation indique un rapport positif entre les deux variables : ainsi, dans un lieu, plus le nombre de résidence secondaire augmente, plus le nombre de Airbnb augmente.

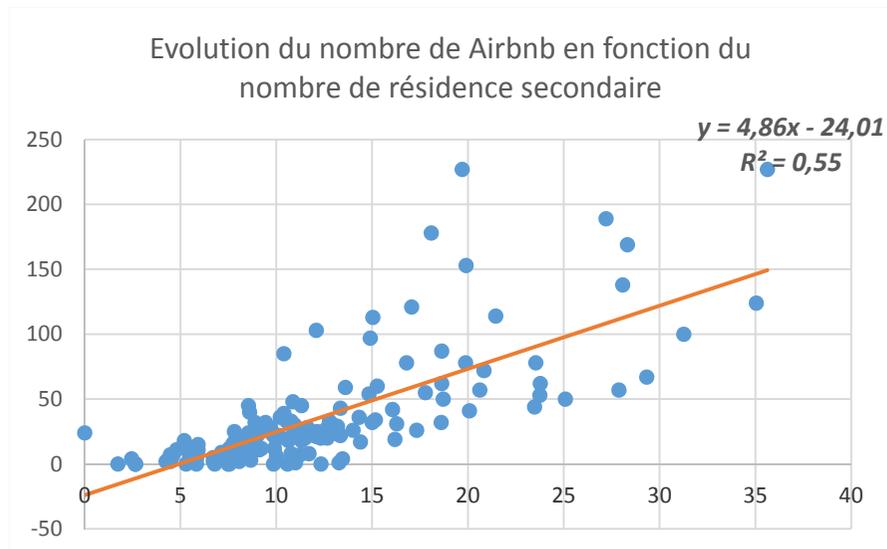


Figure 19- Corrélation des résidences secondaires avec l'offre Airbnb

Cependant, ce lien n'est pas équitablement réparti sur tout le territoire niçois. En effet si on considère les résidus, **il paraît évident que les territoires sont inégaux** face à la précédente observation..

Si on s'intéresse aux Iris s'éloignant beaucoup du modèle, on obtient la carte 20 qui recense les valeurs extrêmes. Les résidus positifs indiquent que le modèle sous-estime le nombre de Airbnb en proportion des résidences secondaires. Cela indique donc que, sur la zone, il y a un ratio différent qui s'opère. Cela est donc révélateur d'une plus grande diversité des catégories d'habitat possédant des Airbnb. A contrario, les résidus négatifs vont indiquer une forte concentration de résidence secondaire mais un nombre de Airbnb qui ne correspond pas en proportion. On peut les expliquer facilement sur les collines de la ville, située dans la partie septentrionale de la commune.

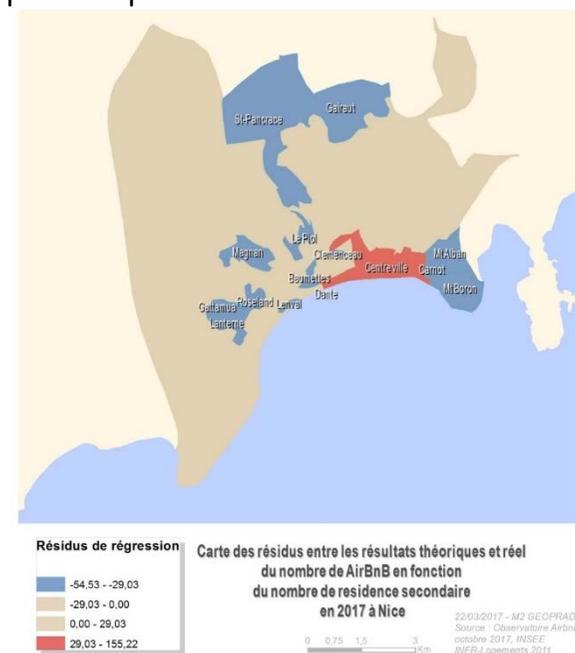


Figure 20 - Résidus à la régression entre le nombre de Airbnb en fonction du nombre de résidences secondaires par IRIS

2.1.7. Une variabilité relative des prix des offres Airbnb

Les prix des chambres Airbnb sont spatialisés de deux manières. D'une part, à travers leurs prix moyens et leurs répartitions spatiales (Figure 21). D'autre part, les disparités de prix sont cartographiées à travers les écarts-types des prix par IRIS, ce qui permet d'évaluer les IRIS à comportement homogène ou hétérogène (Figure 22).

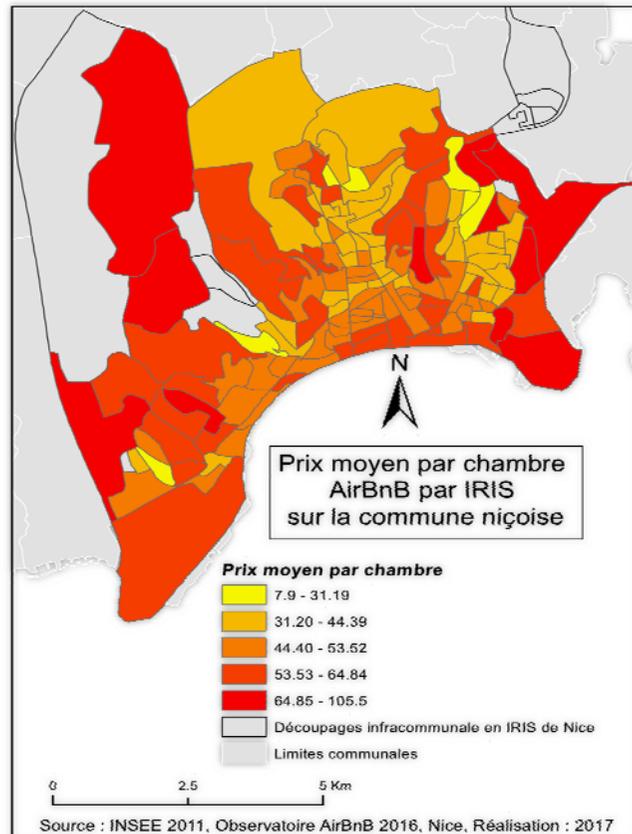


Figure 21 - Prix moyen par chambre AirBnB

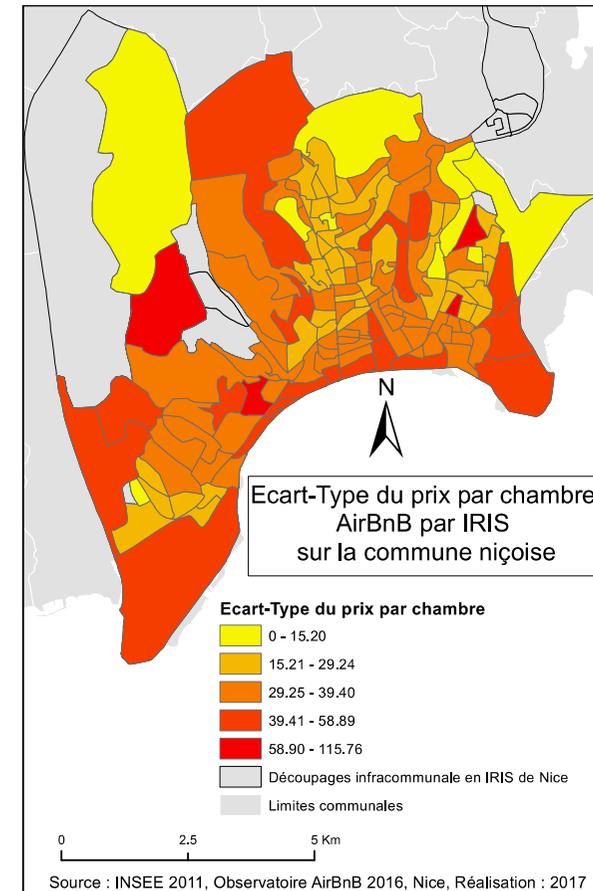


Figure 22 - Ecart-Type des prix par chambre AirBnB

Les prix des chambres oscillent de 8 à 105€ par chambre sur l'aire niçoise (Figure 21). Mais ce qui est le plus intéressant à étudier sur Nice, c'est la variabilité de ces prix entre chaque IRIS avec des écarts-types allant de 0 à 115€ (Figure 22).

3 catégories d'IRIS peuvent être distinguées.

- Les IRIS qui ont des prix très élevés en offre Airbnb (>65€ par chambre en moyenne). Il s'agit essentiellement des zones colinéaires, qui disposent d'un cadre exceptionnel notamment pour les zones végétales sur le quartier de Saint-Pancrace - Gairaut et le mont Boron, Mont Alban, et la vue mer. Ces zones ont une forme d'habitat particulière : il s'agit de maison individuelle de haute qualité. Ces IRIS sont, en outre, globalement homogènes, ce qui explique leurs faibles écart-types associés.
- Les prix les plus faibles (0 à 30 €), plus rares, sont présents dans des zones mal desservies ou peu accessibles facilement par les transports en communs, et dont le cadre n'est pas exceptionnel. Ces zones ne disposent également pas d'une histoire patrimoniale particulière ou ne sont pas prisées par les habitants, en particulier. Il s'agit de quartiers à l'Est de Nice ou à l'extrême Nord de la ville. Cependant, la composition urbaine de ces quartiers peut varier entre ceux de l'Est plutôt homogènes (quartier Pasteur) et donc à faible écart-type, et ceux du Nord qui mixtent habitats collectif et individuel dont les prix peuvent varier.
- Enfin des prix moyens (entre 30 et 60€) dans des quartiers emblématiques de Nice, sur la promenade des Anglais, dans le centre ville, à Cimiez, sur la colline de Saint-Pancrace - Gairaut, qui disposent d'une très bonne accessibilité, d'une proximité mer, et de motifs de fréquentations touristiques. Globalement, ces zones sont plutôt homogènes en termes de prix, sauf lorsqu'on va vers le Nord.

2.1.8. Des prix d'Airbnb en majorité cohérents avec les réalités territoriales

Le prix du m² moyen sur la commune de Nice avoisine les 4 000€ pour un appartement. La taxe foncière s'élève à 22% du revenu net cadastral*. Dans ce contexte, il paraît évident que les propriétaires retirent un grand intérêt financier à proposer une offre de location ponctuelle. En effet, durant la haute saison, pour la majorité des biens, la location à la semaine équivaut pratiquement à **une location mensuelle pour un bail annuel****.

Ainsi il semble intéressant d'étudier à la fois les propriétaires qui sautent plus facilement le pas en fonction du prix du foncier, mais aussi ceux qui proposent des offres valorisant leur acquisition foncière notamment en termes de plus-value sur la location. Afin de réaliser cette étude, nous avons utilisé les données du site Efficity. Celui-ci nous a permis de rapprocher le prix de la nuitée en chambre dans un appartement Airbnb et le prix au m² de ce même appartement.

La carte ci-contre (figure 23) représente les IRIS où le nombre de Airbnb est supérieur à 5 (afin de maintenir un échantillon statistique acceptable). Après avoir calculé le prix médian de la chambre sur chaque IRIS, nous avons mis en place 3 classes de prix. De même, nous avons réalisé la même opération pour le prix du foncier. Ainsi la carte ci-contre présente les rapports suivants :

Rouge : le prix du Airbnb est proportionnellement supérieur au prix du foncier

Beige : les prix du foncier et du Airbnb sont équivalents

Bleu : le prix du Airbnb est proportionnellement inférieur au prix du foncier

*Moyenne DGFIP sur l'ensemble de la commune

**Observation réalisée en réalisant des parallèles entre les offres de bail au moins annuelles (agences et particuliers sur le site « le bon coin ») et les Airbnb

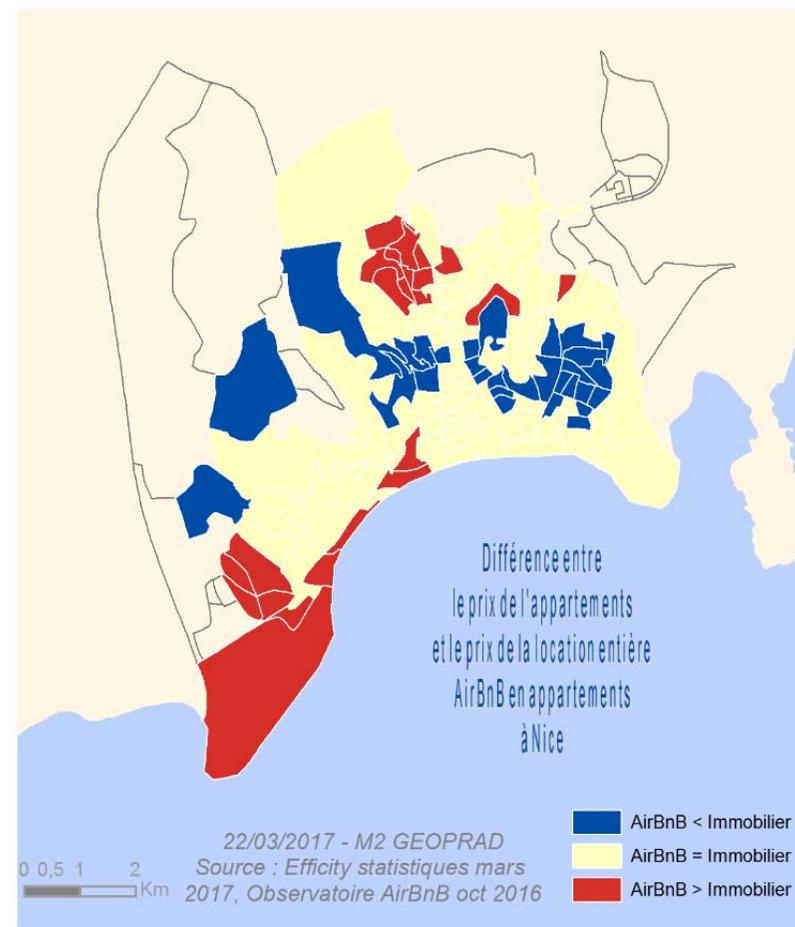


Figure 23- Proportionnalité entre le prix du foncier et le prix d'une chambre Airbnb en appartement

Si l'on compare la proportionnalité entre le prix du foncier et le prix de la location de chambre, une homogénéité est à relever sur une bonne majorité du territoire. Pourtant au sud-ouest, le long de la promenade et à proximité de l'aéroport, le prix médian des Airbnb a tendance à être surévalué. La présence de l'aéroport engendre un abaissement du prix foncier ; cependant, pour une location de courte durée, ce type de bien peut être très satisfaisant. La rareté des Airbnb sur cet espace peut aussi être un facteur d'augmentation du coût de la location. De même, sur la colline de Gairaut au centre Nord, les propositions Airbnb sont plus chères que les prix de l'immobilier. Sans doute est-ce lié au type de bien exceptionnel (de belles villas, souvent en communauté fermée) qui poussent leurs propriétaires à augmenter leurs tarifs de location ... A l'inverse, on note une sous-estimation des appartements sur les collines est et ouest. Cela doit sûrement résulter de la difficulté d'accessibilité et la longueur des trajets en transports en commun pour les touristes. Quant à la partie est de la ville, les prix de l'immobilier y sont déjà faibles (quartiers ouvriers ou à difficulté sociale), et la mauvaise image de marque territoriale de ces quartiers oblige à baisser les prix pour rendre les biens louables.

Certains quartiers, lieux plus prisés ou aménités, ressortent particulièrement (le port, la mer, le vieux Nice, la vue, le calme, etc.). On retrouve en effet les caractéristiques du tourisme méditerranéen et l'identité de la région, la proximité à la mer étant une plus-value très fréquemment mise en avant. C'est aussi la position centrale des lieux fortement, à travers tous les mots liés à la centralité ou à certains quartiers du cœur de ville.

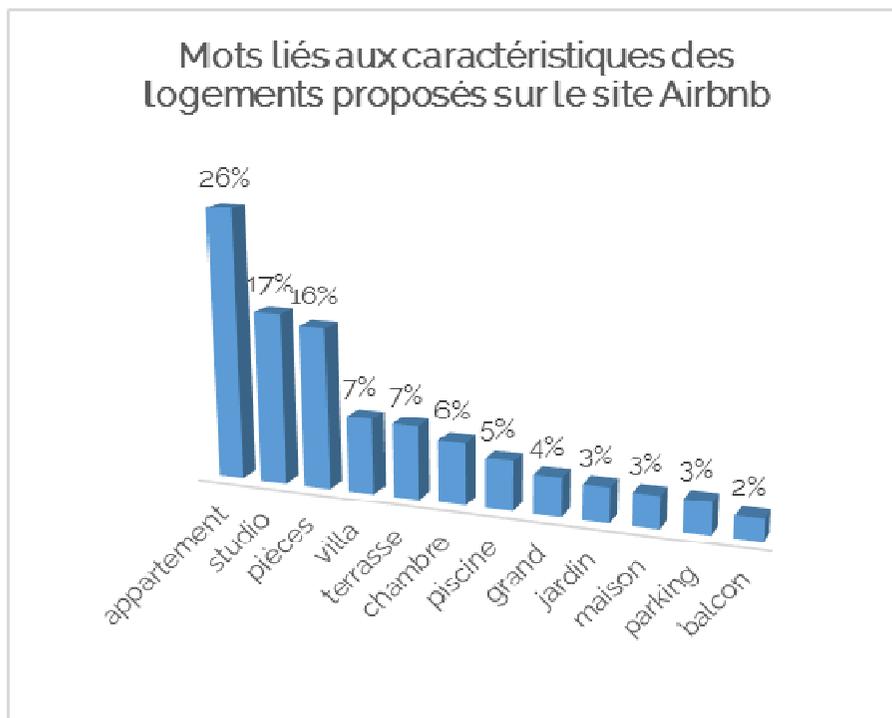


Figure 25 : Mots liés aux caractéristiques des logements proposés sur le site Airbnb.

Source : Observatoire Airbnb, octobre 2016.

Nous avons obtenu une liste de plus de 2 500 mots (dont certains doublons), et près d'une centaine sont présents dans plus d'1% du nombre total d'annonces (Figure 25). Certains termes présents en haut de liste dans plusieurs langues ont été regroupés (« appartement » et « flat » par exemple).

En ce qui concerne les caractéristiques du logement comme le montre le graphique ci-contre (Figure 25), il serait envisageable d'enrichir la base de données (avec le nombre de pièces notamment), et de comparer par exemple celui-ci avec la réalité du bâti niçois. En effet, dans la partie précédente, nous avons remarqué que les logements à Nice ont des surfaces moins importantes que dans d'autres grandes villes touristiques telles que Marseille, avec une majorité de studios : ces derniers ressortent ainsi dans 17% des annonces. Les appartements, enfin, sont bien les logements les plus loués sur le site, avec 26% des annonces comportant le terme. Enfin, il est normal de trouver des mots qui renvoient simplement à la description du bien et à ses équipements (parking, grand, maison), certains étant typiques de la Côte d'Azur.

2.2.2. Cartographie des spécificités locales

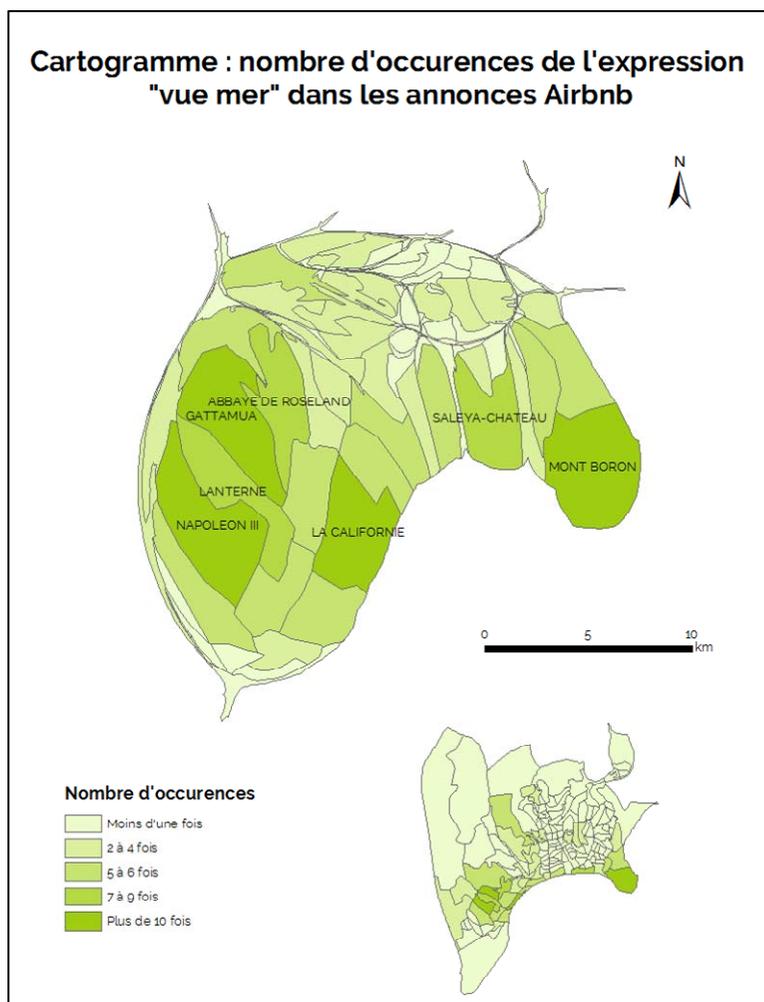


Figure 26: Nombre d'occurrences de l'expression « vue mer » dans les annonces Airbnb.

Source : Observatoire Airbnb, Insee, 2016.

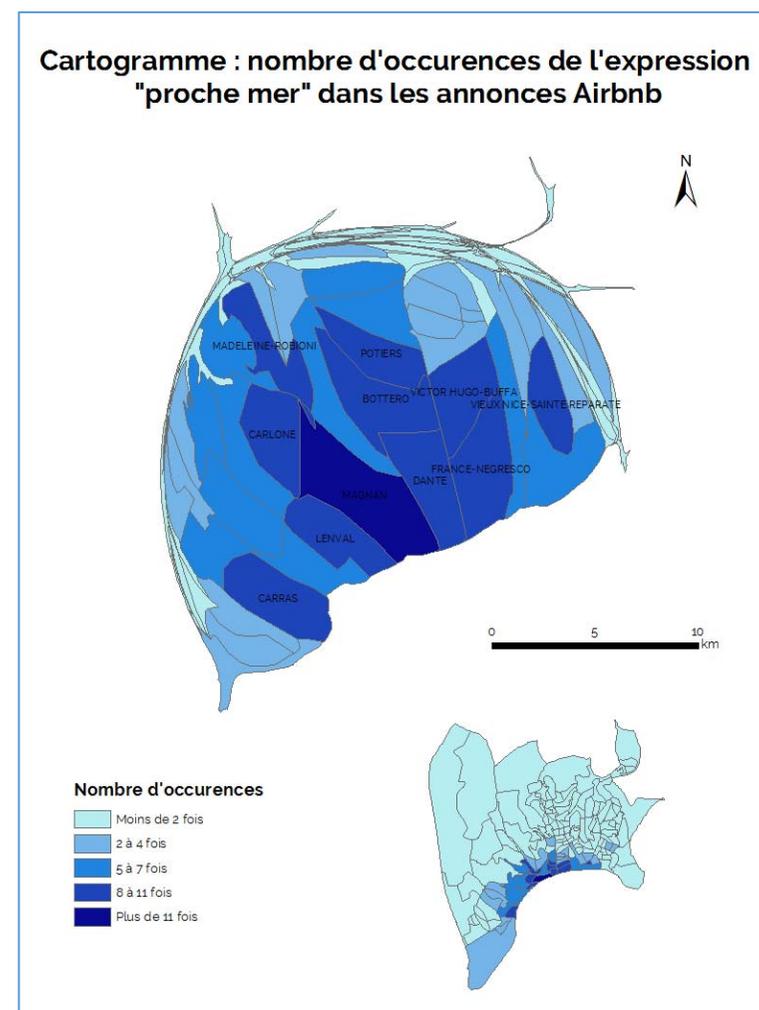


Figure 27 : Nombre d'occurrences de l'expression « proche mer » dans les annonces Airbnb.

Source : Observatoire Airbnb, Insee, 2016.

Ensuite, nous avons sélectionné certains mots ou expressions pertinents pour notre étude (ici « vue mer » et « calme » à titre d'exemples) puis nous les avons cartographié en utilisant l'anamorphose (ou cartogramme) comme représentation cartographique, ce qui permet de visualiser rapidement les clusters, ou espaces où certains mots sont les plus décrits dans la ville de Nice. En revanche, cela floute certaines informations, comme par exemple dans le cas de l'expression « proche de la mer » où on perd la notion réelle de distance à la mer. Les anamorphoses ont en effet pour but d'adapter la forme de la carte non pas à la réalité physique, mais plutôt à la réalité perçue. C'est pour cela que nous avons mis en regard la carte non déformée.

Il serait intéressant de comparer le cartogramme pour l'expression « vue mer » utilisée dans les titres d'annonces Airbnb avec la réalité, à savoir la vue effective ou non sur la mer, afin de déterminer dans quelle mesure il s'agit d'une aménité paysagère surdimensionnée par les hôtes. On comparerait ainsi la réalité physique avec la perception de l'espace. Pour cela, on pourrait s'appuyer sur des travaux tels que la thèse de S. Robert sur l'urbanisation littorale et la vue mer à Nice (soutenue en 2009).

Malgré tout, on remarque que le résultat est cohérent (Figure 26) : en effet, les espaces où l'expression « vue mer » ressort le plus sont les espaces collinaires, en particulier le Mont Boron, colline au sud-est de Nice et la colline du Château. La Californie ressort également, ce qui suppose qu'au moins une dizaine d'Airbnb sont situés face immédiate de la mer.

La carte de la proximité mer des biens Airbnb (Figure 27) est, dans l'ensemble, logique, puisqu'elle témoigne de l'offre véritablement située au bord de mer. Malgré tout, on peut s'étonner d'annonces, regroupées dans des quartiers singuliers (Gare, Saint Jean D'Angely), qui sont éloignées de la mer, mais qui s'en réclament cependant.

2.3. Comparaison avec l'offre hôtelière traditionnelle

2.3.1. Une offre Airbnb représentant plus de la moitié de l'offre hôtelière, mais peu orientée vers le tourisme d'affaires

Indéniablement, l'offre Airbnb représente une concurrence certaine vis-à-vis de l'offre hôtelière traditionnelle (Figure 28). Ainsi, le potentiel total d'hébergement à Nice est fourni pour 1/3 par l'offre Airbnb.

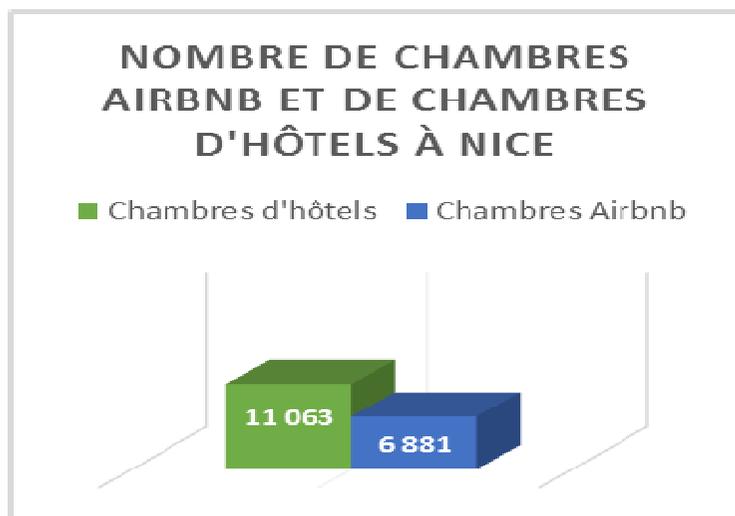


Figure 29

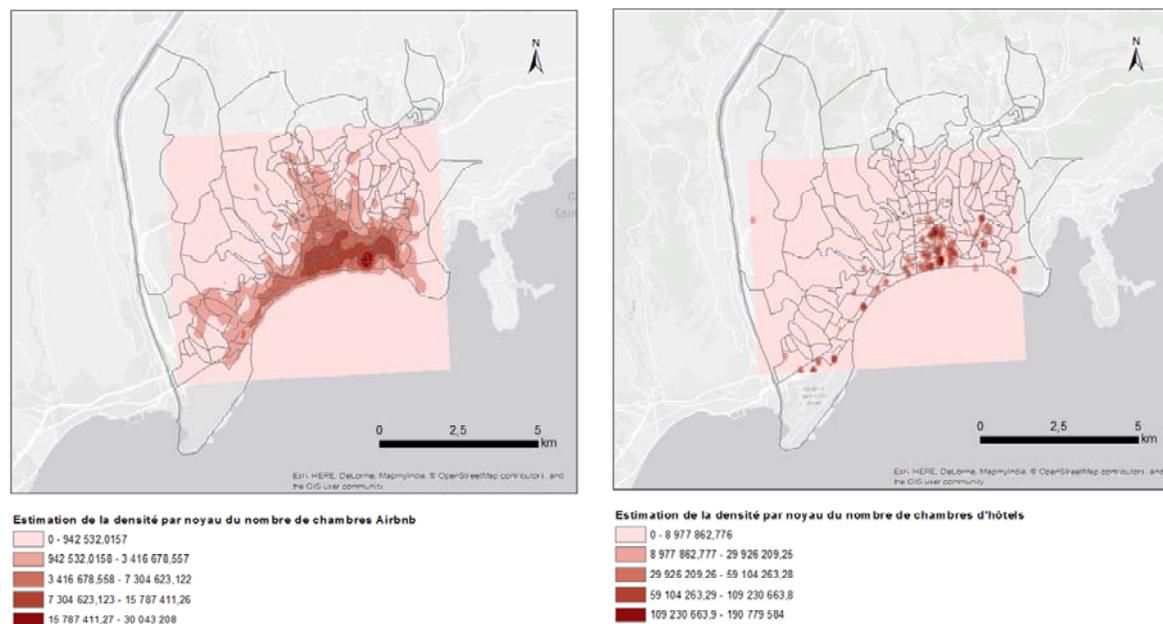


Figure 28 : Densité lissée du nombre de chambre pour les offres traditionnelle hôtelière et Airbnb

Spatialement, on peut aussi lisser les données, pour mettre en évidence les lieux où la capacité en nombre de chambres est le plus important (Figure 29). On s'aperçoit ainsi que la concurrence de l'offre Airbnb par rapport aux hôtels ne s'exerce pas partout de la même façon. En effet, celle-ci se concentre majoritairement dans le centre-ville de Nice et particulièrement sur le bord de mer. C'est ainsi dans les lieux les plus emblématiques de Nice que la concurrence entre l'offre traditionnelle d'hébergement et l'offre Airbnb est la plus forte.

Cependant, **cette tendance ne s'exerce pas pour toutes les formes de tourisms**. Tandis que les hôtels ont investi le tourisme d'affaires en s'implantant près de l'Aéroport Nice Côte-D'Azur, qui est le second aéroport de France, l'offre Airbnb entre peu en concurrence sur le marché du tourisme d'affaires : seulement 10 % des réservations Airbnb ont une dimension professionnelle (source : étude CWT, 2015).

Emmanuel Ebray, directeur de HRS France remarque : « (...) Airbnb ne va pas pour autant remplacer l'offre hôtelière classique en matière de voyages d'affaires. (...) Certaines sociétés sont hermétiques à ce concept, car cela pose des problèmes en matière de sécurité, de partage des lieux, d'hétérogénéité de l'offre et de réactivité. » (Source : https://www.challenges.fr/entreprise/tourisme/airbnb-accelere-sur-le-juteux-business-des-voyages-d-affaires_41126)

En effet, il semble difficile de loger 200 congressistes via Airbnb ou encore de pouvoir effectuer un check-in ou un check-out à toute heure. **Airbnb semble donc une solution alternative quand la capacité hôtelière fait défaut.**

2.3.2. Une diversification spatiale de l'offre d'hébergement grâce à Airbnb

L'offre Airbnb concurrence de plus en plus l'offre hôtelière, avec la multiplication du phénomène depuis quelques années et son implantation dans des lieux stratégiques souvent très touristiques. Les hôtels beaucoup moins nombreux (autour de 200 structures contre 6 000 établissements Airbnb) se concentrent eux-aussi autour de la vieille ville et des axes majeurs comme La promenade des Anglais ou la place Masséna (Figures 30 et 31). Il y a une très forte concurrence autour de ces sites.

Le seul espace qui semble être favorable uniquement aux hôtels avec un appauvrissement de la concurrence Airbnb est proche de l'aéroport. Il s'agit d'un espace où les activités économiques et marchandes ne laissent que très peu de place à la fonction résidentielle, condition *sine qua non* du système Airbnb. L'offre Airbnb est ici très peu concurrentielle face aux différents hôtels (Ibis, Novotel, Campanile) qui, eux, peuvent répondre à la demande plutôt tournée vers un tourisme d'affaires.

On note ainsi **une grande complémentarité** entre l'offre Airbnb proposant des logements sur l'ensemble du territoire niçois, et l'offre hôtelière plus concentrée spatialement. Ce n'est pas pour autant qu'il n'y a pas de **concurrence spatiale** puisque la concentration des Airbnb est plus importante là où les hôtels se situent en majorité aussi (espaces centraux).

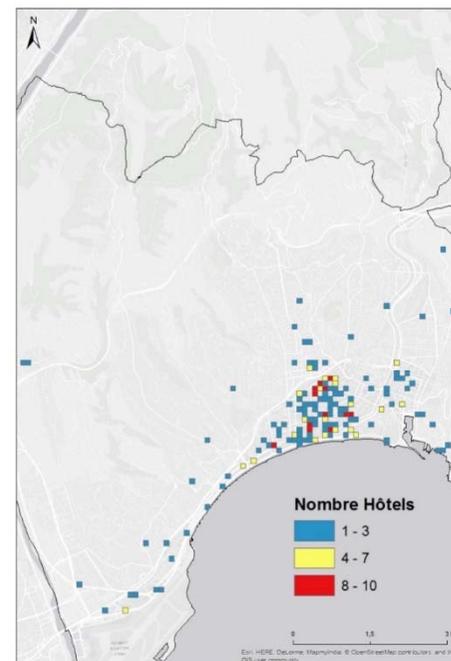


Figure 30
Nombre d'hôtels à l'hectare à Nice

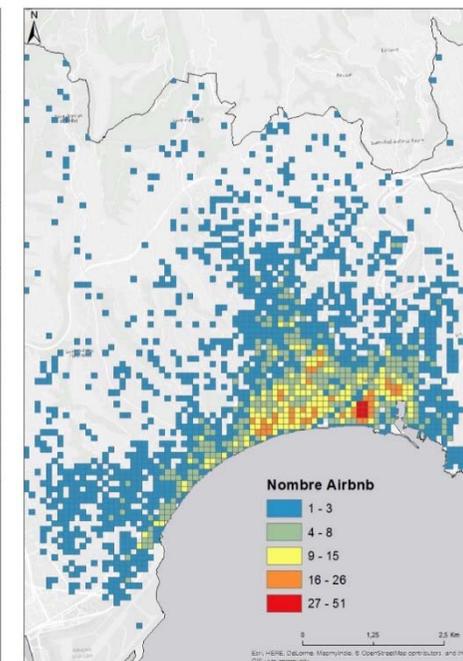


Figure 31
Nombre de Airbnb à l'hectare à Nice

2.3.3. Une diversification financière de l'offre d'hébergement grâce à Airbnb

Nous allons ici étudier deux indicateurs statistiques : la médiane (valeur centrale telle que 50% de l'effectif se situe au-dessus et 50% se situe en dessous), et l'écart-type (évaluant la dispersion des valeurs c'est-à-dire les écarts de chaque valeur par rapport à la valeur moyenne, ce qui indique une notion d'hétérogénéité). Nous nous intéresserons au prix à la chambre AirBnB et de la chambre d'hôtel dans les IRIS pour la commune de Nice.

Concernant les Airbnb (Figure 32), on assiste à une forte concentration et une continuité spatiale de prix médians élevés sur la Promenade des anglais, le mont Boron jusqu'à Cimiez et les territoires à l'Est de la plaine du Var. De plus, il n'y a pas d'AirBnB présents sur le Nord de la plaine du Var et sur l'Ariane.

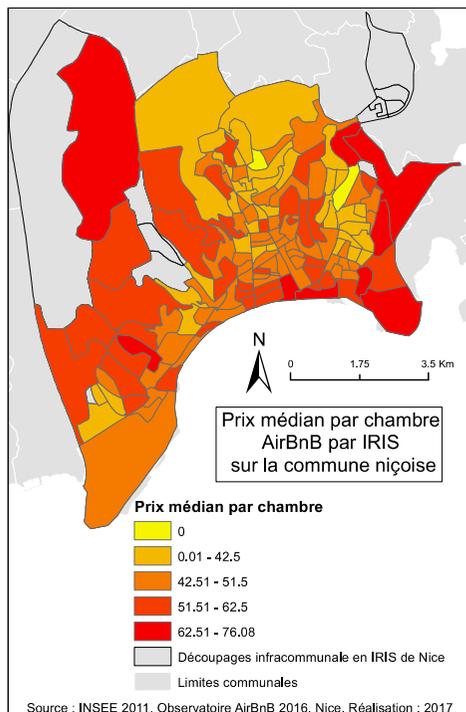
On distingue une alternance de prix plus faibles et d'intervalles moyens sur la deuxième couronne de la ville de Nice allant de Jean Médecin à la Gare Thiers. Sur les collines, on trouve des prix médians relativement faibles, de l'ordre de 10 à 40 € par chambre.

La carte suivante (Figure 33) présente les niveaux d'hétérogénéité de prix. Elle montre que la Promenade des Anglais et le mont Boron jusqu'à Cimiez au Nord apparaissent comme possédant l'écart-type de prix le plus élevé, de l'ordre de 39 à 58 € d'écart moyen. Ce qui signifie que dans ces quartiers là, les différences de prix sont fortes et l'offre Airbnb est très disparate.

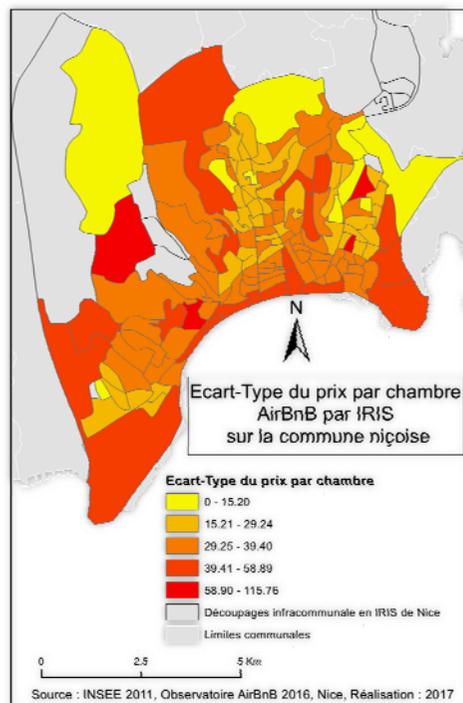
On retrouve cet ordre de prix de différenciation (39 à 58 €) (Figure 33) dans le quartier de Borriglione et la colline de Saint-Pancrace - Gairaut. Ces zones disposent d'une très bonne accessibilité, avec notamment une bonne desserte (tracé du Tramway), d'un cadre exceptionnel notamment pour les zones végétales sur le quartier de Saint-Pancrace - Gairaut et le mont Boron, Mont Alban, et la vue mer ou proche de cette dernière dans le cadre de la promenade des Anglais, Masséna et Jean-Médecin. Mais ces quartiers disposent d'un bâti souvent hétérogène, mélangeant ancien et plus récent, petite et grande surfaces, ce qui explique les écarts de prix.

Les écarts de prix les plus faibles (0 à 15 €) sont présents dans des zones mal desservies ou peu accessibles facilement par les transports en communs, dont le cadre n'est pas exceptionnel. Ces quartiers se localisent aux extrémités de la ville, et sont homogènes en termes de comportement et de bâti (d'où leur faible écart-type).

Enfin, les quartiers où la diversité de prix pour l'offre Airbnb est la plus forte sont très spécifiques, comme celui de Saint Antoine de Génestière (en évolution entre un habitat rural très ancien et un habitat périurbain en croissance), ou encore celui de Roquebillière (en profonde transformation entre un quartier industriel et ouvrier, et un quartier « bobo ») ou bien le quartier Fac de Lettres (un mixte de habitat collectif dense et de niveau élevé, parce qu'avec vue sur mer, et habitat individuel en voie de dégradation).

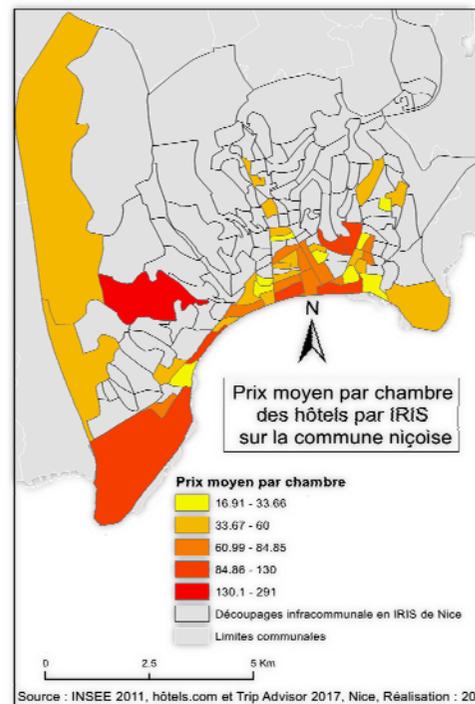


*Figure 32 -
Prix médian
par chambre AirBnB et par iris sur la commune niçoise*

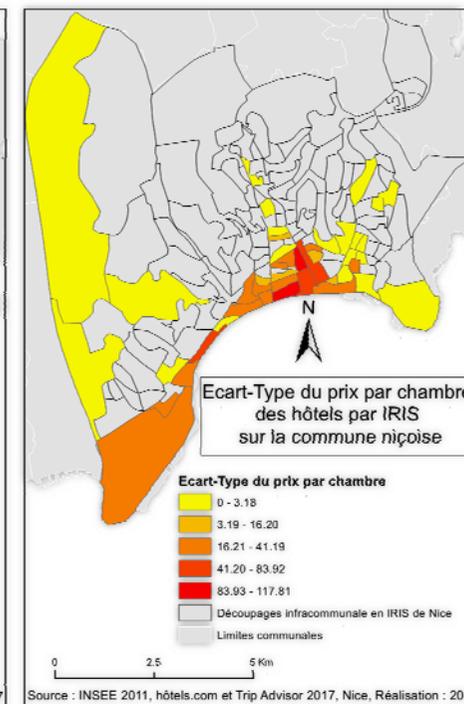


*Figure 33
Ecart-type*

un quartier d'affaires et de transit ; et Fabron qui dispose de chambres d'hôtes exceptionnelles. A l'inverse, on trouve quelques bribes de prix médian faibles (16 à 21 €) pour les hôtels dans la vieille ville ou dans le quartier Bottero. Il s'agit ici d'hôtels de bas de gamme, situés dans un bâti ancien. Enfin, il n'y a pas d'hôtels présents sur une bonne partie de la commune à l'extérieur de la bande côtière et sur l'Ariane, à l'exception.



*Figure 34
Prix médian
par chambre des hôtels et par iris sur la commune niçoise*



*Figure 35
Ecart-type*

Pour ce qui est des hôtels (Figure 34), on assiste à une forte concentration et une continuité spatiales de prix médian élevés sur la Promenade des anglais, le mont Boron jusqu'à Cimiez et les territoires à l'Est de la plaine du Var. Ces concentrations spatiales reflètent simplement la localisation des hôtels en eux-mêmes, et leurs niveaux par étoile. Ainsi, les hôtels de plus de quatre étoiles se localisent essentiellement sur la Promenade. Deux quartiers se distinguent avec des prix médians élevés pour les hôtels : l'iris Arenas-Aéroport, qui est

On assiste à une forte continuité spatiale de prix élevés (40 à 117 €) que l'on repère plus facilement à l'aide de l'écart-type sur le centre-ville, et la promenade des anglais jusqu'à l'aéroport (Figure 35). Ce qui signifie que dans ces zones là, les écarts de prix peuvent être très grands entre les hôtels de luxe le long de la Promenade et ceux de moindre qualité dans les rues adjacentes, plus lointaines. Une concentration d'écarts de prix faibles (1 à 3 €) se distingue sur le mont la colline du château et les parties plus périphériques. On trouve ici des fonctionnements hôteliers similaires, avec des hôtels de moyenne gamme (Mont Boron) ou de plus bas de gamme, juste à proximité (port, saleya).

Au total donc, les logiques spatiales de localisation et prix des offres Airbnb et hôtels ont, certes, quelques points communs sur Nice, mais inter-agissent beaucoup en termes de complémentarité.

Afin de poursuivre l'étude, on pourrait s'intéresser au développement de la ville de Nice sur la plaine du Var, sur un territoire en mutation qui deviendra plus attractif avec le temps. On pourrait ainsi si un quartier attractif influe sur le prix des chambres dans les hôtels.

Une étude plus poussée pourrait aussi mettre en évidence, par le biais de la temporalité, l'influence des offres Airbnb sur le nombre, les caractéristiques (notamment de prix) des chambres d'hôtels. Pour exemple, cette étude a en partie été réalisée sur Paris par l'agence France Presse. Elle démontrait une baisse du tarif moyen journalier d'une chambre d'hôtel à Paris de 0,7%, et montrait que la concurrence d'Airbnb n'était pas le seul facteur de cette baisse.

* Martin bureau / Agence France Presse, 30 août 2016.

2.3.4. Une concurrence plus ou moins marquée selon les segments de prix

Pour les offres Airbnb et celles des hôtels, le prix a été rapporté au nombre de chambres pour pouvoir comparer les deux. On remarque que la répartition est assez équivalente entre les deux offres (Figure 36).

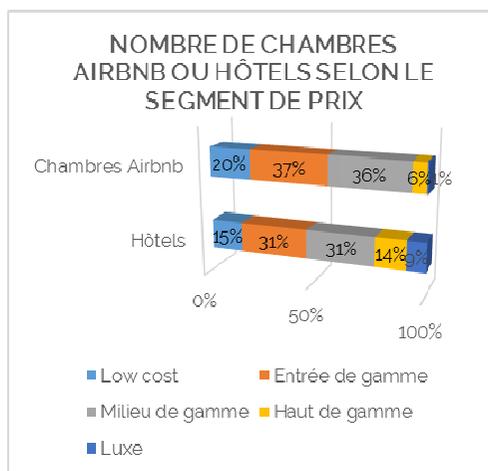
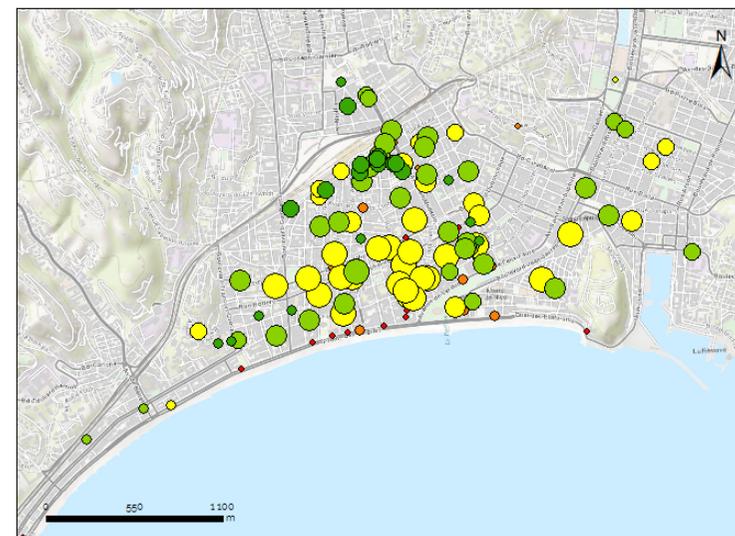


Figure 36: Nombre de chambres Airbnb ou hôtels selon le segment de prix

Source : Observatoire Airbnb, 2016.

Mais, afin d'aller plus loin, nous avons souhaité spatialiser cette concurrence, en comparant dans un voisinage de 500 mètres autour des hôtels le nombre d'offres Airbnb concurrentielles sur le même segment de prix (Figure 37). La carte montre qu'il y a une concurrence spatiale entre les deux offres mais que celle-ci ne s'exerce pas de manière homogène. De manière générale, la concurrence spatiale est plus marquée en centre-ville et autour de la colline du Château par opposition aux collines (cf. taille des cercles). Dans le Vieux Nice, l'offre Airbnb est plutôt complémentaire de l'offre hôtelière qui est insuffisante.

Concurrence spatiale entre hôtels et offre Airbnb



Source : Observatoire Airbnb, Hotels.com, 2016. Date de création : 22/03/2017

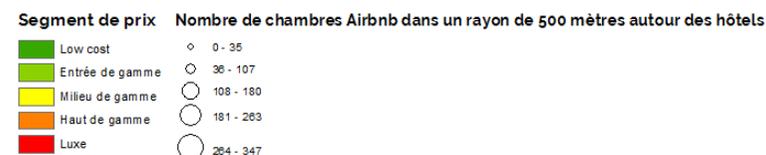


Figure 37 - Concurrence spatiale entre hôtels et offre Airbnb selon le segment de prix.

Source : Observatoire Airbnb, Hotels.com, 2016

De même, la concurrence ne s'exerce pas sur tous les segments de prix de la même façon. Ainsi, ce sont le milieu et l'entrée de gamme qui sont le plus impactés. A l'inverse, le segment du luxe et du haut de gamme qui se localisent prioritairement sur la Promenade des Anglais semblent très peu concurrencés par l'offre Airbnb. Enfin, on remarque également une concentration de la concurrence sur le segment low cost, autour de

la gare de Nice. Autour de l'aéroport, là où se situe pourtant un segment important du secteur touristique niçois (le tourisme d'affaires), Airbnb ne va pas remplacer l'offre hôtelière classique. A l'heure actuelle, seulement 10% des réservations Airbnb ont une dimension professionnelle selon une étude CWT (2015).

2.4. Comparaison avec d'autres villes

L'offre Airbnb est très disparate suivant les territoires (Figure 38). Si l'on considère l'offre en France, on se rend bien compte de ce phénomène, avec une concentration des offres dans les grandes agglomérations. Ainsi, Paris est bien l'une des premières villes touristiques de France, mais l'offre Airbnb est aussi en record proportionnellement, puisque l'on a 1 Airbnb pour 375 touristes alors que sur les autres villes on avoisine les 500 à 800 par touristes (Nice, 1/710, Marseille 1/748, Bordeaux 1/515). L'offre Airbnb est donc extrêmement riche et fournie à Paris. Lyon arrive en deuxième position en termes de fréquentation touristique, mais proportionnellement ne recense que 1 Airbnb pour 820 touristes, donc présente une sous-représentation de l'offre collaborative au regard de la fréquentation touristique.

Outre le nombre de Airbnb et leurs répartitions spatiales, nous étudierons aussi dans cette partie les différences de nature d'offre sur les villes méditerranéenne de Nice, Marseille et Barcelone.

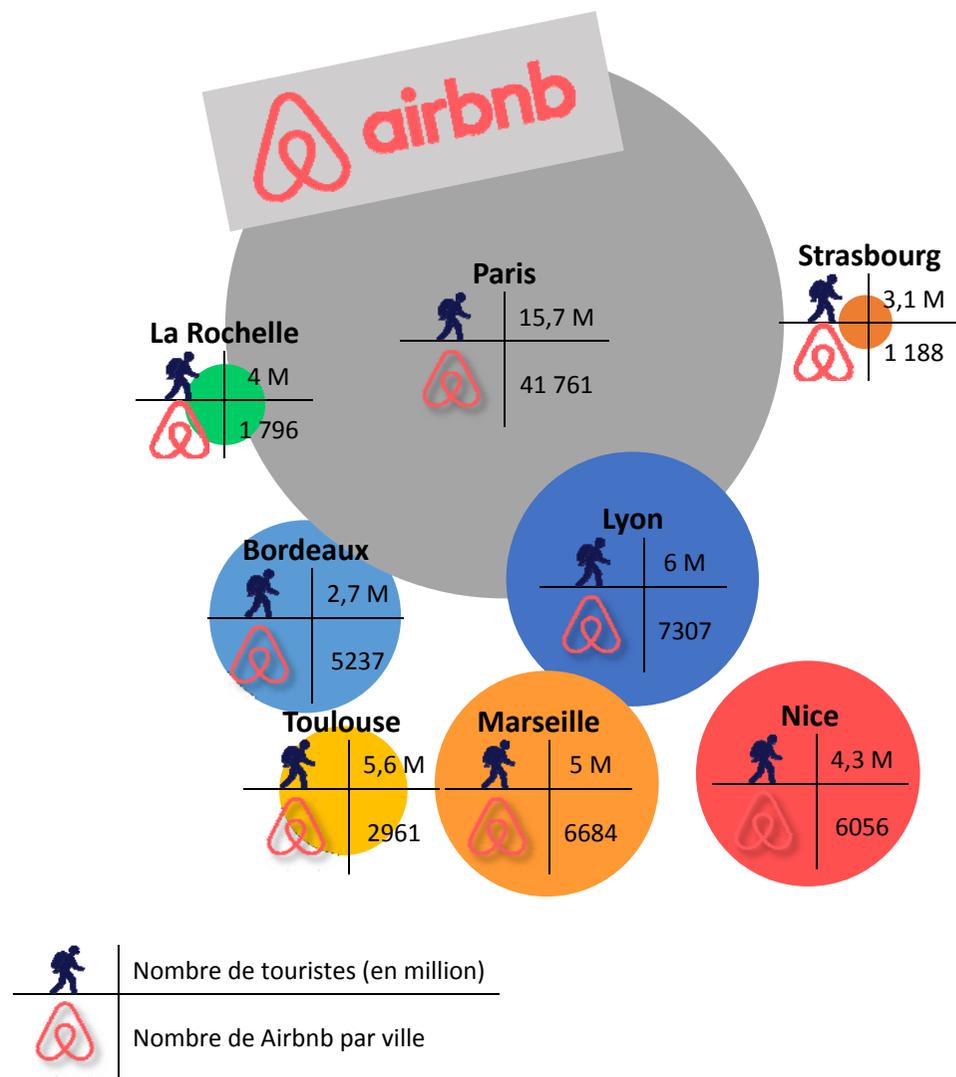


Figure 38- Représentation du nombre de Airbnb dans certaines villes françaises

2.4.1. Des prix Airbnb plus harmonisés sur Nice que sur Marseille

Sur Nice, on assiste à une forte concentration et une continuité spatiales de prix médian élevés sur la promenade des anglais, le mont Boron jusqu'à Cimiez et les territoires à l'Est de la plaine du Var (figure 39). De plus, il n'y a pas d'AirBnB présents sur le Nord de la plaine du Var et sur l'Ariane. On distingue une alternance de prix plus faibles et d'intervalles moyens sur la deuxième couronne de la ville de Nice allant de Jean Médecin à la Gare Thiers. Sur les collines on trouve des prix médians relativement faibles, de l'ordre de 10 à 40 € par chambre.

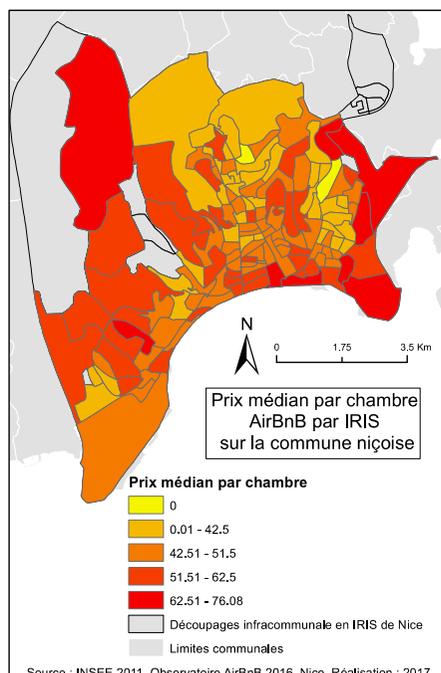


Figure 39- Prix médian par chambre des hôtels par iris sur la commune niçoise

Sur Marseille (Figure 40), on constate une concentration spatiale sur un intervalle de prix médians forts sur le centre de la commune et le long du littoral. Les prix plus faibles se localisent sur une deuxième couronne de la ville. Enfin, certains quartiers, dans une troisième couronne, sans doute avec vue mer car en relief, ont des pics de prix médians élevés..

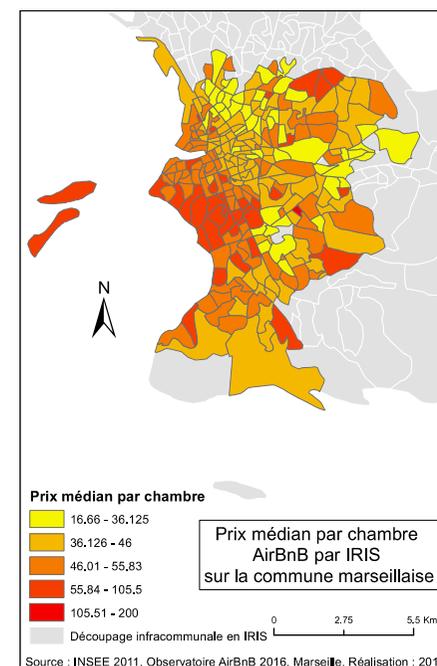


Figure 40- Prix médian par chambre des hôtels par iris sur la commune marseillaise

Le différentiel de spatialisation entre les deux territoires révèle une plus forte homogénéité des prix médians sur Nice en comparaison de Marseille.

Intéressons-nous à présent aux écarts-types sur ces mêmes prix. Contrairement au prix médian, l'écart-type nous permet de distinguer les valeurs extrêmes qui ressortent et nous permet de repérer plus facilement les diversités au sein d'un même quartier.

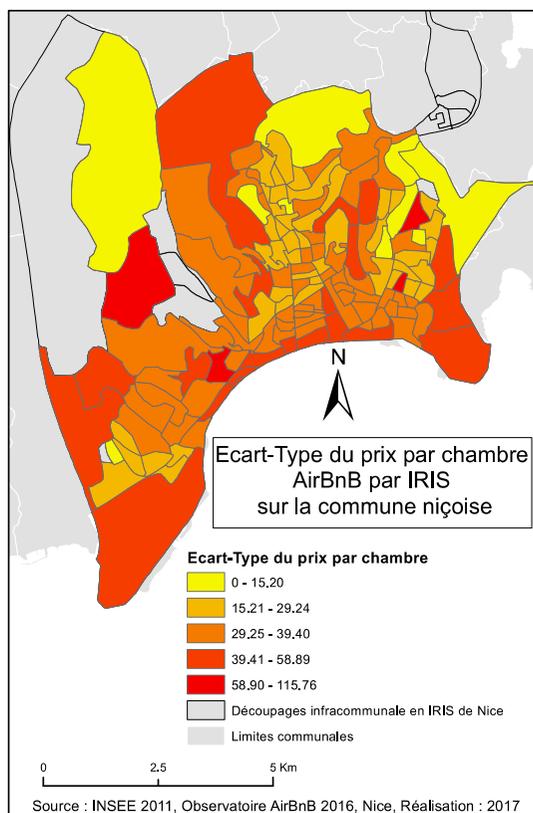


Figure 41- Ecart-type des prix par chambre Airbnb par IRIS sur la commune niçoise

En effet, on peut voir par rapport la carte ci-contre (Figure 41) que les zones de la Promenade des Anglais jusqu'à l'aéroport mais également le mont Boron jusqu'à Cimiez au Nord apparaissent comme possédant

l'écart-type de prix le plus élevés, de l'ordre de 39 à 58 €. On retrouve cet ordre de prix dans le quartier de Borriglione et la colline de Saint-Pancrace - Gairaut. Il s'agit donc de quartiers car de grands écarts de prix. Les prix de l'ordre 29 à 58 € se situent dans des zones à forme urbaine homogène (même maisons individuelles, ou même habitat collectif, ou même vue mer). Les prix les plus faibles (0 à 15 €) sont dans des zones très très homogènes du point de vue du bâti.

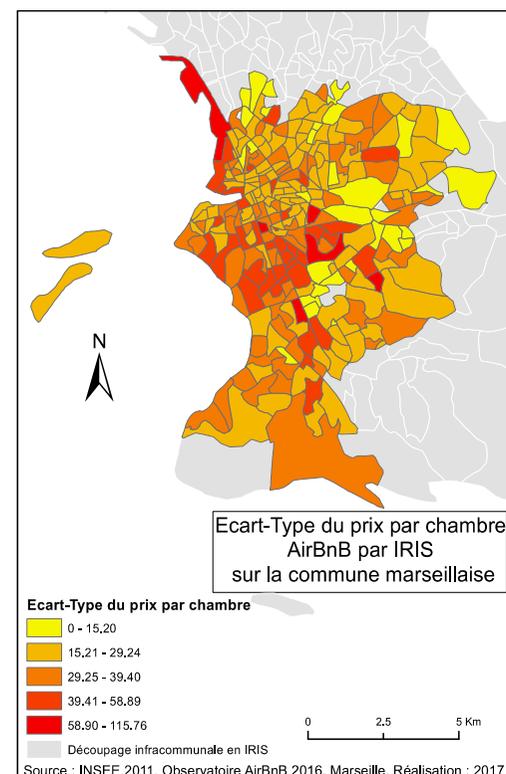


Figure 42 - Ecart-type des prix par chambre Airbnb par IRIS sur la commune marseillaise

L'écart-type représentant Marseille (Figure 42) montre une forte concentration de prix par chambre élevé (59 à 115 €) sur le littoral marseillais et le long du centre-ville, ce qui indique une très forte diversité de prix. Le Sud de la commune présente des prix par chambre allant de 15 à 40 €. Le Nord et la périphérie de Marseille présentent les prix les plus faibles en termes d'écart (0 à 15 €), avec donc une très grande homogénéité.

Au total donc, entre Nice et Marseille, des points communs d'écart de prix existent, notamment dans l'identification de zones à enjeux (fortes diversités de prix sur le littoral) ou dans des zones à traits homogènes (faibles disparités de prix dans les formes urbaines cohérentes).

2.4.2. Une grande variabilité de la nature de l'offre entre Nice et Barcelone

Nous avons déjà pu observer dans la première partie de ce document que la ville de Barcelone possédait une représentativité accrue en termes de volume sur les sites d'e-tourisme, mais qu'en terme d'activité Nice valorise bien mieux son image touristique. Si nous étudions le cas particulier des Airbnb, nous pouvons observer que les divergences ne s'arrêtent pas là.

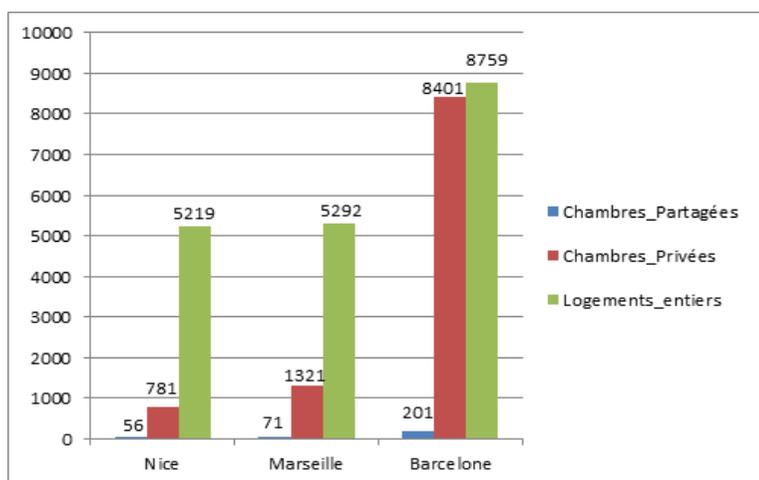


Figure 43- Nature d'offre Airbnb entre Nice et Barcelone

Sur le graphique ci-dessus (figure 43), il est à noter que Barcelone détient le plus d'Airbnb sur les différents types d'hébergements. Nice et Marseille possèdent quant à elles, des caractéristiques très similaires. Ainsi le nombre de logements entiers proposés sur ces communes est largement dominant. Nice et Marseille ont tendanciellement le même comportement en sous-représentant les chambres, bien que Marseille ait deux fois plus d'offres alors que le nombre de Airbnb est presque similaire (13.8% pour Marseille contre

20.8% pour Nice). Cela pourrait s'expliquer par la nature des logements : en effet, il paraît plus difficile de louer une chambre dans un T0 ou T1, qui est le type de logements largement représenté sur Nice. Quant à Barcelone, elle se distingue très largement par une proportion presque équivalente entre chambre et logement entier. Ce point mériterait une étude plus poussée afin de déterminer les facteurs influençant autant cette disparité par rapport aux deux villes françaises étudiées.

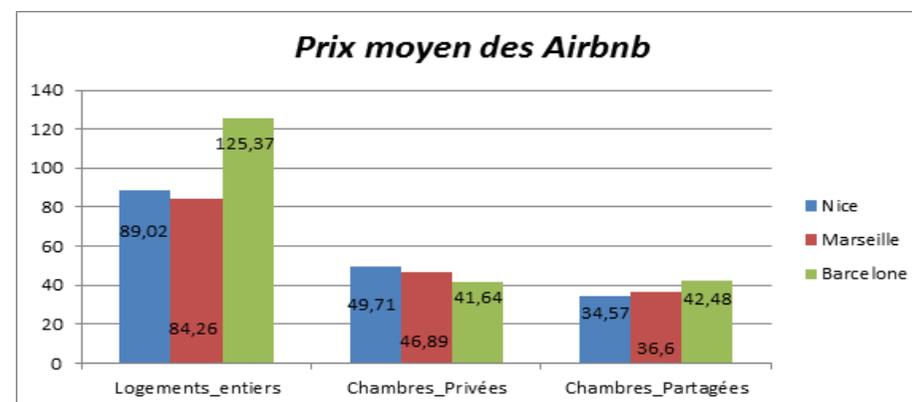


Figure 44 - Prix des offres Airbnb entre Nice et Barcelone

Dans le graphique 44, sont représentés les prix des nuitées dans chaque type d'hébergement en location de logements entiers, pour les trois villes à savoir Nice, Marseille et Barcelone. On constate que le prix moyen à Barcelone est largement supérieur à Nice et Marseille. Cela pourrait s'expliquer par le fait que les Airbnb sont plus grands sur Barcelone. En effet, si l'on considère la répartition spatiale des Airbnb sur Barcelone, on constate que les Airbnb en logement entier se trouvent plus à l'extérieur du centre-ville ce qui suppose que les logements sont plus diversifiés avec notamment une plus grande

proportion de résidence individuelle. Cependant une étude plus approfondie devrait être effectuée afin de valider cette supposition. Cependant si l'on considère les locations en chambres, on note une bonne harmonisation des prix sur ces villes que ce soient pour les chambres privés ou partagées, bien que la fréquentation touristique soit largement inéquitable.

III. L'offre numérique accompagnant le séjour touristique

Dans le contexte actuel de développement de la mobilité, avec la croissance du nombre de smartphones et de tablettes, l'accès à Internet est l'une des conditions *sine qua non* du tourisme smart. En effet, selon une étude menée par le site Hotels.com, 53% des voyageurs français emportent leur smartphone en vacances, 20% leur tablette. L'usage des NTIC (Nouvelles technologies de l'information et de la communication) est aujourd'hui un facteur de fidélisation primordial, et ce, notamment pour les hôtels.

Ainsi le e-tourisme durant le séjour se concrétise par deux natures différentes à notre sens.

- En premier lieu, le e-tourisme peut être pratiqué durant la présence sur le lieu d'hébergement, et privilégiera l'accès WIFI afin d'effectuer des réservations, prendre des renseignements pour la planification du voyage, etc.
- En second lieu, le e-tourisme peut être mis en place lors des visites, avec un accès à internet mobile quasiment indispensable pour permettre à l'utilisateur de consulter les sites d'assistance de visite, de e-guide touristique notamment par le biais d'application utilisant les QR Code.

Ainsi les deux prérogatives à ces pratiques seront étudiées de façon indépendantes puis le recoupement des manques sur les deux solutions d'e-tourisme permettra de mettre en évidence les territoires les moins à même pour la pratique du e-tourisme durant le séjour. Où sont les limites des territoires connectés, les manques, les dysfonctionnements perçus par les touristes ?

3.1. Internet fixe

3.1.1. *Le wifi gratuit, critère de choix pour l'hébergement*

La figure ci-dessous (Figure 45) montre le pourcentage d'hôtels proposant le wifi gratuit en Europe. Nous avons considéré que la gratuité jouait un rôle essentiel dans le smart tourisme, notamment pour les étrangers.

En effet, si l'on considère seulement l'accès au wifi, la France est en meilleure position selon une étude du site « trivago.fr » en 2014. La France se classe en effet parmi les pays les mieux équipés : trois hôtels sur quatre proposent une connexion internet à leurs clients (74,28%). (http://www.tourmag.com/Wifi-dans-les-hotels-quels-sont-les-pays-les-mieux-equipés_a64384.html)

En ce qui concerne le wifi gratuit (Figure 45), si le bilan en Europe est positif avec 67% des hôtels européens proposant le wifi gratuit, la France figure au bas du classement et occupe la 16ème place, avec 57,7% d'hôtels seulement offrant le wifi gratuit, selon une étude HRS 2013.

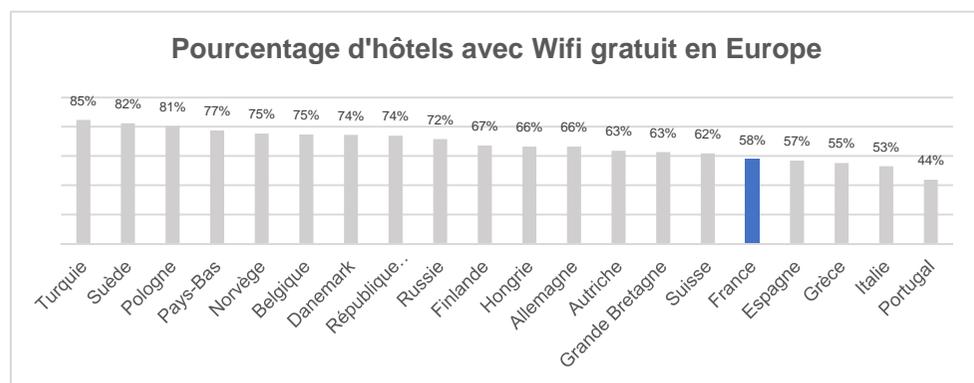


Figure 45 : Pourcentage d'hôtels avec Wifi gratuit en Europe.

Source : étude HRS, 2013.

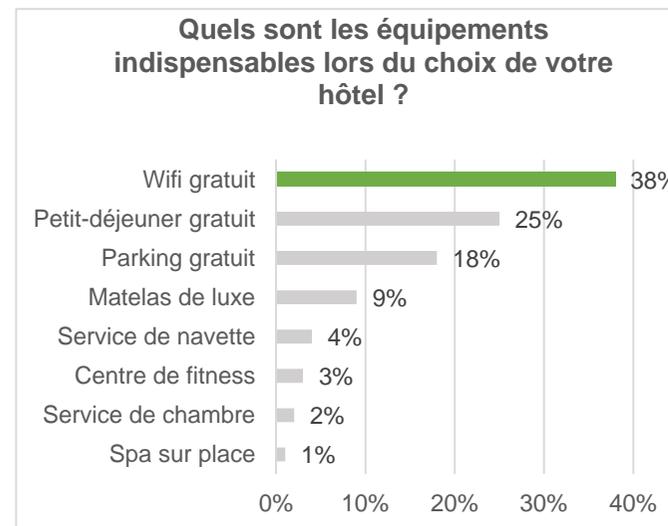


Figure 46 : Quels sont les équipements indispensables lors du choix de votre hôtel ?

Source : étude Hotels.com auprès de 8600 personnes, dans 28 pays (2013).

L'accès au Wifi gratuit dans les hôtels est un critère de choix majeur lors de la prise de décision des voyageurs, selon une étude menée par le site Hotels.com (figure 46). D'après une enquête réalisée en octobre 2015 sur les utilisateurs du site de réservations Booking, 13 % des Français considèrent l'accès à du « free wifi » comme un critère important de choix d'un hébergement et, après le voyage, 66 % des Français comptent le wifi comme un élément de satisfaction de leur séjour.

3.1.2. A l'échelle de la PACA : des territoires en marge

Cette étude a été réalisée à partir des données de l'observatoire THD (très haut débit). Celui-ci répertorie les pourcentages d'éligibilité des habitations en internet fixe (DSL, câble et fibre) sur l'ensemble des communes de PACA.

Nous avons pu ainsi réaliser une représentation spatiale des territoires communaux plus ou moins couverts par internet fixe (Figure 47)

Les communes possédant une couverture inférieure ou égale à 67% de leur territoire ne représente que 1.4% des communes. Celles-ci se trouvent dans une très grande majorité dans des territoires ruraux et comportent une population très faible. On note une forte concentration de manque d'accès à internet au centre de la région, notamment à proximité des Gorges du Verdon.

Le littoral est sans étonnement très bien couvert hormis la commune de Riboux qui fait exception, sans doute à cause de la très forte proportion d'espaces boisés.

Malgré la faiblesse de liaison internet de certains territoires, la région PACA semble tout de même être un territoire de haute capacité pour le e-tourisme lors de la consultation en hébergement de tourisme, compte tenu de son accessibilité internet.

Afin de compléter cette étude il serait nécessaire d'effectuer une analyse fine sur l'offre en WIFI de l'ensemble des solutions d'hébergement présentes dans les communes identifiées précédemment.

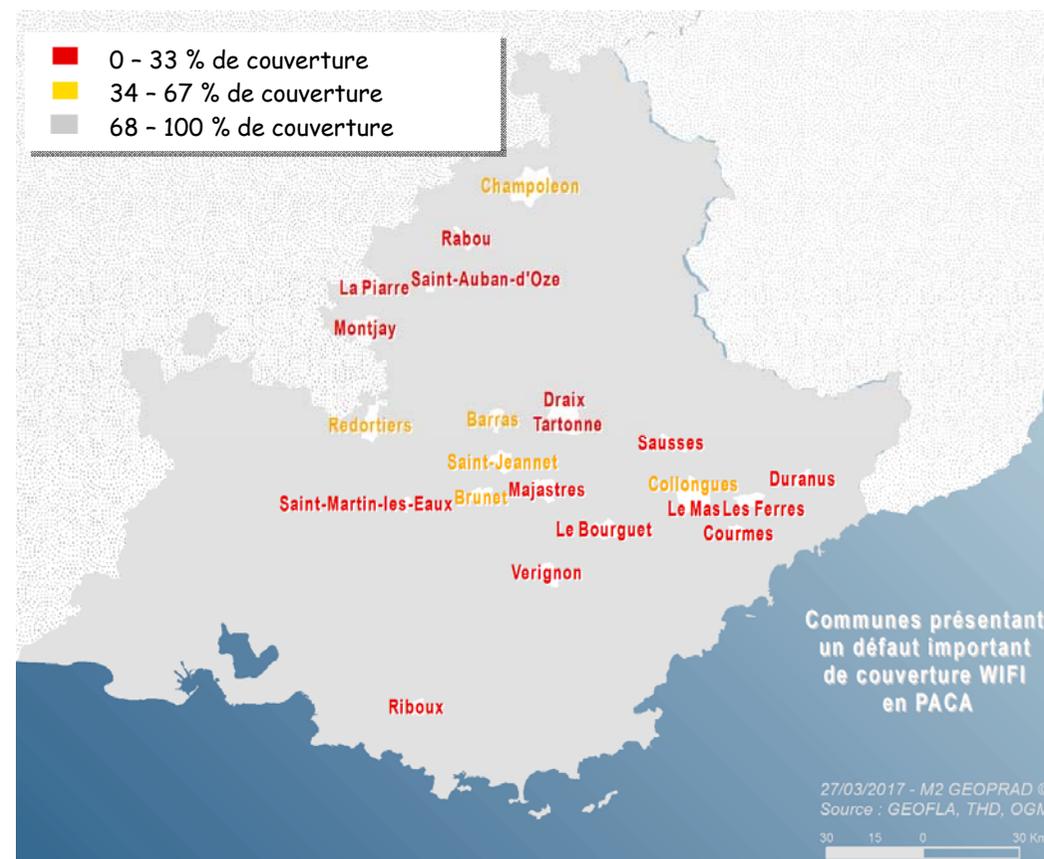


Figure 47 : La couverture territoriale communale de l'accès à internet fixe

Sources : www.veilleinfotourisme.fr, www.lefigaro.fr/societes/2014/06/09, www.itpro.fr,

Sur la qualité du réseau dans le monde : <http://www.hotelwifitest.com/reports/134759/> et à Nice (<https://www.hotelwifitest.com/hotels/fr/nice/>)

3.2. Internet mobile

3.2.1. Usages et services proposés

L'internet mobile est de plus en plus nécessaire en matière de tourisme. En effet, avec le développement des applications de e-guide de tourisme par différentes collectivités, la nécessité d'accessibilité par ce biais est décuplé. Cependant, quelle qualité d'internet mobile est nécessaire pour naviguer ? Quels sont les publics n'accédant pas à internet mobile ?

L'utilisation d'internet mobile va varier en fonction de plusieurs paramètres. On pourra ainsi considérer l'âge de l'utilisateur, le type d'activités et le type de séjours touristiques. Cependant le facteur limitant pour tous les touristes étrangers (hors forfaits spéciaux) est le coût et même la possibilité de l'utiliser.

Les touristes sont susceptibles d'utiliser certains types de contenus web. Cependant lors d'une connexion à un site internet, le mobile télécharge l'ensemble des données en cache (dans la majorité des cas, en paramétrage par défaut). D'où la multitude d'applications mobiles qui permettent de ne télécharger les données qu'au fur et à mesure de la consultation. Encore faut-il que les contenus soient adaptés. Nous présentons ici (Figure 48) une estimation de consommation de données mobiles : on met ainsi en évidence que l'utilisation d'applications ou sites internet mal adaptés peuvent faire exploser la consommation. Ainsi, il appartient au professionnel du tourisme qui développe des sites et applications internet de prendre en considération ces éléments.

Type	Exemple	Evaluation de la consommation	Estimation de consommation
Voix sur IP	What's App, Viber, Hangouts	●	30 à 55Mo/h
Application commune	Application de la région PACA, Trip Advisor	●	40 à 60Mo/h
Application réseaux sociaux	Facebook, Instagram, etc.	●●	90Mo/h
Application de géolocalisation	GoogleMaps (sans pré téléchargement des cartes)	●●	70Mo/h
Application vidéo	YouTube	●●●	245Mo/h
Site web léger	Page d'accueil : office de tourisme de Sisteron, Wikipédia, Google	●●●●	35 à 42Mo par page
Site web important	Page d'accueil : INPN, LCI, Youtube	●●●●	100Mo par page

Figure 48- Evaluation de la consommation de données par type de contenus web

Estimation réalisée par test sur Meizu3Note en mars 2017 et correspondance avec les évaluations Cisco d'avril 2017

Afin de palier à la limite d'accessibilité des touristes étrangers à internet, certains pays ont fait le choix de fournir aux touristes entrant, une carte prépayée de montant variable. Cette distribution s'effectue lors d'arrivées par voie aérienne : chaque personne possédant un visa touristique se voit remettre un plan de la région d'arrivée et une carte prépayée. Cette carte rechargeable d'un montant marchant équivalent à 5 ou 10€ est fournie par un opérateur local ou national et cofinancé par les pays. Ceci est le cas au Costa Rica ou au Sri Lanka par exemple.

En France, certains opérateurs proposent des cartes spécifiques donnant accès pour 10€ à 1Go d'internet mobile, soit l'équivalent de 15h de consommation internet modérée.

Un autre moyen palliatif serait à envisager. En effet beaucoup d'applications hors ligne sont développées à l'international (d'après Google Play). On pourra citer l'application de tourisme de Tokyo ou celle de New York par exemple. D'autres applications telles que google maps ou google traduction offrent la possibilité d'un mode hors ligne avec le téléchargement des cartes et dictionnaires avant le voyage (d'après Google Play).

3.2.2.

A l'échelle de PACA : des territoires en marge

D'après les données de l'ARCEP (Autorité de régulation des communications électroniques et des postes) datant de mars 2017, la couverture internet mobile en PACA est ainsi de 88,3% pour la 3G et de 59,7% pour la 4G (Figure 49). Sans surprise, les principales poches de résistances territoriales sont situées dans les régions montagneuses du Nord-est de la région. On peut considérer que 337 communes possèdent une couverture totale en 4G soit 65% des communes de PACA.

Les limites écologiques de protections feront que jamais 100% de la région ne sera couverte, du moins par les technologies usuelles. Il faut alors différencier le tourisme urbain plus tourné vers les activités culturelles et le tourisme de plein air plus orienté nature. En effet, la connexion 3G/4G pour le e-tourisme, la localisation en temps réel et la sécurité sont des éléments intéressants pour des sites touristiques dits « de nature ». Cependant, les touristes fréquentant ces sites ne seront pas étonnés de la non-couverture et auront pris leurs dispositions.

Ceci est plus problématique pour les sites qui revêtent majoritairement un aspect culturel comme pour certains villages où le patrimoine est riche.

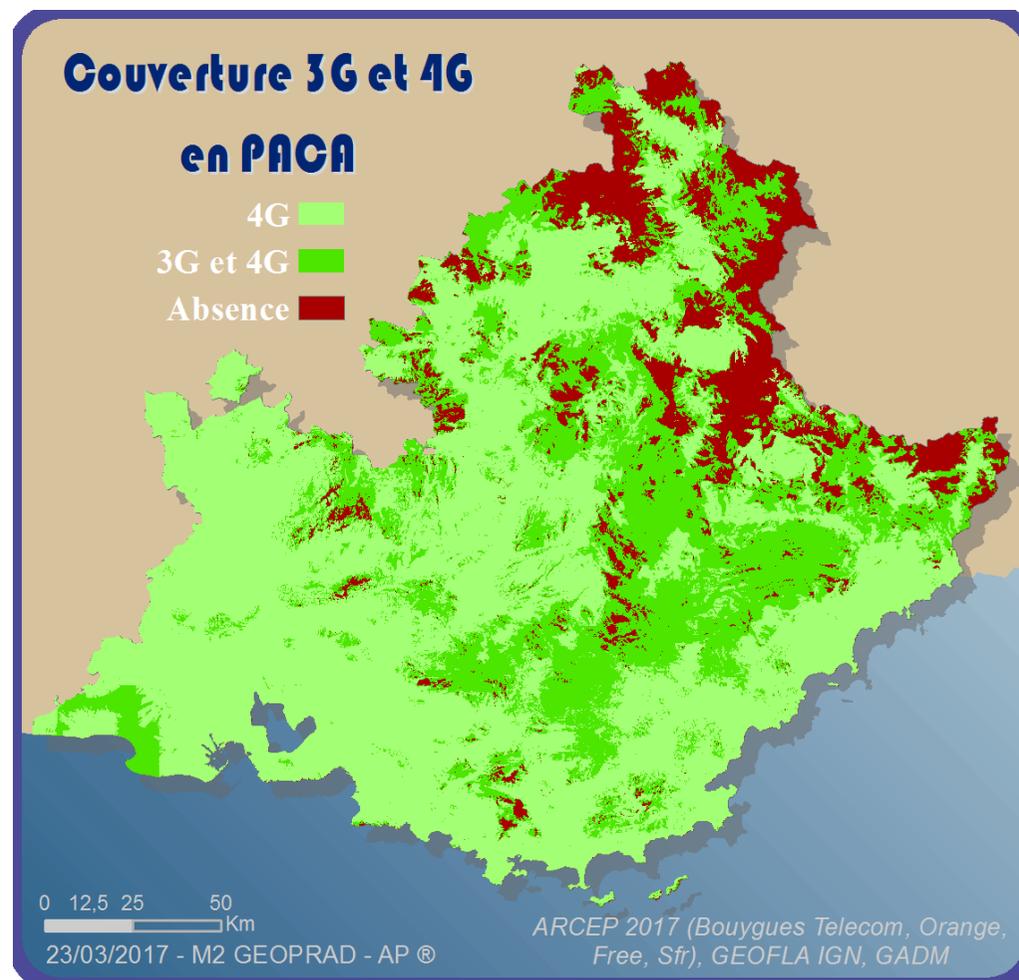


Figure 49 - Couverture internet mobile en PACA

3.3. Internet fixe et mobile : les principaux manques

Etudions les communes déficientes sur les deux types de connexion internet (Figure 50). Pour ce faire, les communes possédant un pourcentage de moins de 20% en 3G et en WIFI seront sélectionnées.

Celles-ci se retrouvent au nombre de 8 sur la région. Certaines représentent un intérêt touristique non négligeable, comme les communes de Majastres, Verignon ou Castellet-les-Sausses.

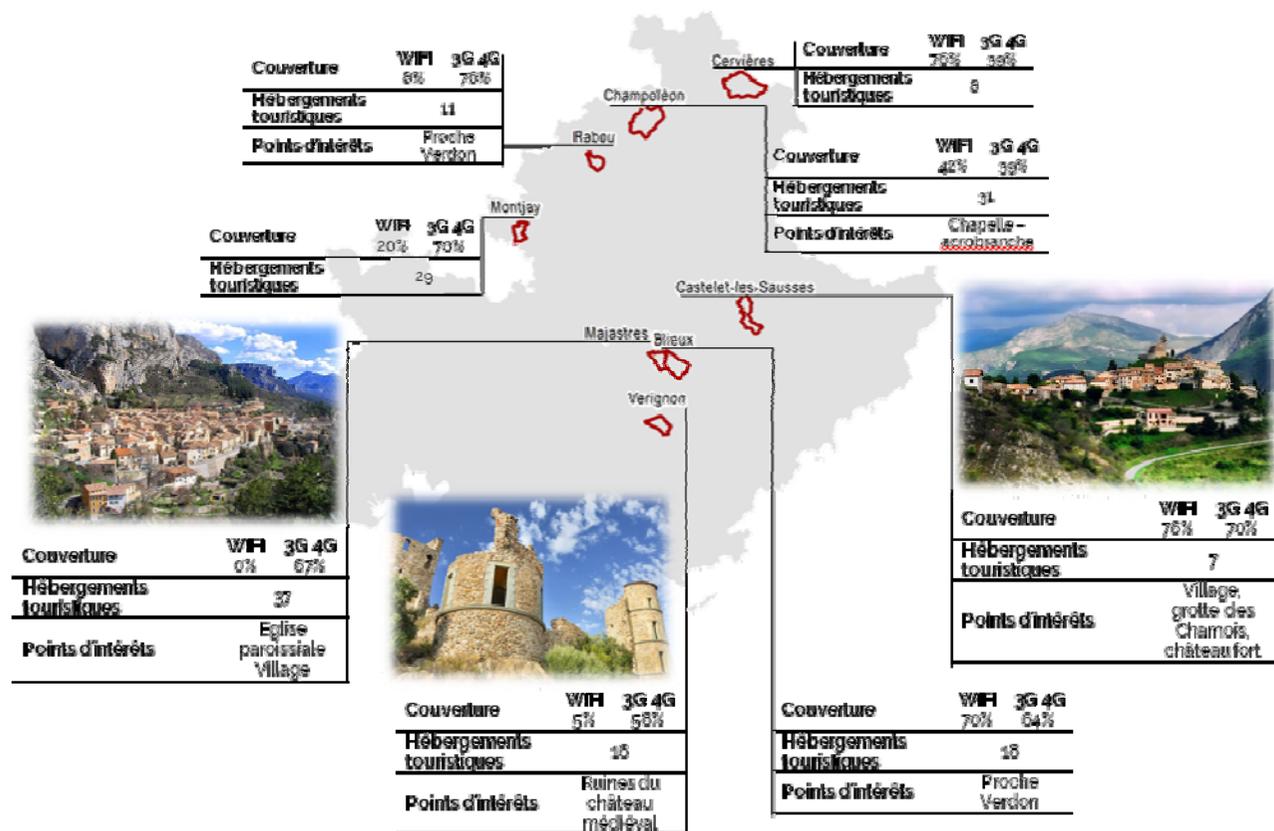


Figure 50 - Identification des villages les moins connectés de PACA

Conclusion

En **première partie**, nous avons pu constater que les sites d'e-tourisme, ciblés par notre étude mais représentatifs des sites du secteur, présentent des résultats hétérogènes en ce qui concerne la région PACA. Ainsi, nous pouvons esquisser le défi qui se pose aux acteurs locaux : **homogénéiser l'offre en termes de référencement afin de maîtriser l'image de la région tout en présentant une diversité correspondant aux différents types de tourisme ciblés.**

Cependant, cette tâche présente également d'autres facettes qui complexifient la situation. En effet, l'offre commerciale de ces sites comportent des **intérêts financiers** ce qui les amène à filtrer, voire à changer l'ordre d'affichage des résultats de recherche. De plus, la tendance à la personnalisation des résultats en fonction de critères occultes, tel nous l'avons vu avec le test des adresses IP, ne permet pas de **contrôler la qualité de l'offre de la région**. Puis, la difficulté d'obtenir un référencement de l'offre comparé à la réalité, notamment pour les hébergements hôteliers, représente un travail de longue haleine. Pour autant, ce n'est pas tout de référencer, la catégorisation de l'offre apparait souvent non adaptée aux spécificités locales noyant l'internaute dans des résultats de recherche parfois éloignés de ses désirs tels pour les offres de restaurants. Enfin, la masse d'information et le nombre d'offres commerciales pour certaines localités **troublent la visibilité des éléments indispensables** allant jusqu'à faire perdre de vue l'essentiel et ne véhiculent plus l'image souhaitée.

La **deuxième partie** dédiée à l'offre Airbnb sur le territoire s'est concentrée sur la caractérisation de l'offre niçoise puis dans un second temps la comparaison de cette offre à l'offre hôtelière et la comparaison de l'offre Airbnb d'autres villes. Il a ainsi été mis en évidence que les **implantations de Airbnb suivent une logique spatiale très similaire aux autres offres touristiques**. Elles sont très majoritairement regroupées au centre-ville et autour des points d'intérêt touristique de la ville. De plus, nous avons mis en évidence que la nature de l'offre était globalement très centrée sur des appartements de type T0-T1 et en location entière suivant la tendance des logements à Nice. Nous avons aussi pu montrer que l'offre Airbnb avait des comportements très proches de l'offre hôtelière, que ce soient en **termes d'implantation spatiale, de prix ou de cible**. Cependant, elle reste aussi complémentaire dans certains espaces. La comparaison avec l'offre Airbnb d'autres villes de l'arc méditerranéen indique que l'offre Airbnb reste très spécialisée sur un territoire, peut être même plus que l'offre hôtelière.

En **troisième partie**, nous avons démontré que la région PACA possédait une infrastructure de réseaux internet fixe et mobile adaptée au e-tourisme. Ainsi seulement 1.4% des communes présente une couverture Wifi jugée insuffisante, et seulement 11.3% du territoire n'est pas couvert par la 3G. Il est à noter que les quelques communes mal desservies possèdent une activité économique faiblement touristique.

. Table des illustrations

Figure 1 - Typologie des plateformes communautaires de location et réservation de voyage en ligne retenus pour l'étude.....	6
Figure 2 - Comparaison de la place des principales villes de France sur 2 sites d'e-tourisme.	6
Figure 3 : Comparaison des 60 premiers résultats d'hôtels à Nice selon deux sources : Le Petit futé, TripAdvisor.	7
Figure 4: Mode de classement des hôtels pour Booking.com,.....	8
Figure 5 - Nombre de référencements d'hébergement par sites web étudiés de certaines communes de la région PACA.....	9
Figure 6 - Part de la restauration locale méditerranéenne en fonction de la part totale de restaurants selon Trip Advisor.....	10
Figure 7 - Les activités touristiques par catégories, selon Trip Advisor.....	11
Figure 8 - Comparatif des volumes de référencement par sites entre Nice et Barcelone.....	13
Figure 9 - Résultat de requête de l'ensemble des activités au 13 mars 2017	14
Figure 10 - Comparaison de la source de localisation de CTRIP et des offres proposées	15
Figure 11- Les indicateurs clés du poids de Airbnb dans le monde, en octobre 2006	16
Figure 12 - Densité d'Airbnb par IRIS au sud de Nice	17
Figure 13 - Tramway et localisation des Airbnb.....	18
Figure 14 - Répartition des offres Airbnb en fonction de la distance à la mer à Nice	19
Figure 15 - Répartition des Airbnb le long du littoral.....	19
Figure 16 - Densité du nombre d'AirBnB dans un rayon de 500 m autour de points d'intérêts touristiques.....	20
Figure 17 - Répartition du type d'hébergement offert par Airbnb	21
Figure 18- Corrélation des logements vacants avec l'offre Airbnb	22
Figure 19- Corrélation des résidences secondaires avec l'offre Airbnb	23
Figure 20 - Résidus à la régression entre le nombre de Airbnb en fonction du nombre de résidences secondaires par IRIS	23
Figure 21 - Prix moyen par chambre AirBnB	24
Figure 22 - Ecart-Type des prix par chambre AirBnB	24
Figure 23- Proportionnalité entre le prix du foncier et le prix d'une chambre Airbnb en appartement	26
Figure 24: Nuage des mots les plus utilisés dans les annonces sur le site Airbnb à Nice.....	28
Figure 25 : Mots liés aux caractéristiques des logements proposés sur le site Airbnb.....	29
Figure 26: Nombre d'occurrences de l'expression « vue mer » dans les annonces Airbnb.....	30
Figure 27 : Nombre d'occurrences de l'expression « proche mer » dans les annonces Airbnb.....	30
Figure 28 : Densité lissée du nombre de chambre pour les offres traditionnelle hôtelière et Airbnb	30

Figure 29 : Nombre de chambres AirBnB et de chambres d'hôtel à Nice	32
Figure 28 : Densité lissée du nombre de chambre pour les offres traditionnelle hôtelière et Airbnb.....	32
Figure 30 : Nombre d'hôtels à l'hectare à Nice	34
Figure 31 : Nombre de Airbnb à l'hectare à Nice	34
Figure 32 : Prix médian par chambre AirBnb et par iris sur la commune niçoise	36
Figure 33 : Ecart-type par chambre AirBnb et par iris sur la commune niçoise	36
Figure 34 : Prix médian par chambre des hôtels et par iris sur la commune niçoise	36
Figure 35 : Ecart-type par chambre des hôtels et par iris sur la commune niçoise	36
Figure 36: Nombre de chambres Airbnb ou hôtels selon le segment de prix	38
Figure 37 - Concurrence spatiale entre hôtels et offre Airbnb selon le segment de prix.....	38
Figure 38- Représentation du nombre de Airbnb dans certaines villes françaises.....	40
Figure 39- Prix médian par chambre des hôtels par iris sur la commune niçoise.....	41
Figure 40- Prix médian par chambre des hôtels par iris sur la commune marseillaise.....	41
Figure 41- Ecart-type des prix par chambre Airbnb par IRIS sur la commune niçoise.....	42
Figure 42 - Ecart-type des prix par chambre Airbnb par IRIS sur la commune marseillaise.....	42
Figure 43- Nature d'offre Airbnb entre Nice et Barcelone	44
Figure 44 - Prix des offres Airbnb entre Nice et Barcelone	44
Figure 45 : Pourcentage d'hôtels avec Wifi gratuit en Europe.....	47
Figure 46 : Quels sont les équipements indispensables lors du choix de votre hôtel ?.....	47
Figure 47 : La couverture territoriale communale de l'accès à internet fixe	48
Figure 48- Evaluation de la consommation de données par type de contenus web.....	49
Figure 49 - Couverture internet mobile en PACA	51
Figure 50 - Identification des villages les moins connectés de PACA	52

Le Partenariat entre la Région et les Etablissements d'Enseignement Supérieur et de Recherche

La Région dispose d'un socle de recherche et de formation en sciences humaines et sociales solides et de qualité qui représente un important potentiel de connaissance du territoire régional. Rappelons que d'après Méditerranée Technologie, la région comptabilise en effet 68 500 étudiants, 9 écoles doctorales, 83 structures universitaires de recherche, 800 chercheurs issues de structures notées A et A+ par l'AERES. Ce creuset est susceptible d'alimenter la réflexion des différents acteurs de la région, de contribuer à la mise en débat de ses problématiques socio-économiques et de constituer une aide à la décision publique. La présence de ces formations et de ces laboratoires en sciences humaines et sociales constitue également un atout pour le développement économique, fondé sur l'innovation la formation de haut niveau et l'interdisciplinarité des avoires.

Afin de valoriser ce milieu d'expertise et de le mettre au service des politiques régionales, la Région met en œuvre depuis 2015, un partenariat avec les cinq Universités de la Région et Science Po Aix.

