

Auteure : Sandra Prodanovic
Professeur responsable : Blaise Larpin
04/03/2020

HES-SO Valais/ Wallis – www.hevs.ch – Filière Tourisme

786 B - Travail de Bachelor

Impacts socio-économiques du développement d'Airbnb à Montreux



Résumé

Ces dernières années, la plate-forme d'hébergement en ligne Airbnb connaît une croissance étonnante qui provoque plusieurs débats intenses, des défis réglementaires et des batailles politiques en raison de ses effets étendus, notamment sur les marchés de location et de l'immobilier. La plateforme permet, entre autres, aux offreurs et aux demandeurs de se trouver presque sans effort, avec des coûts de transaction relativement faibles, grâce à l'usage de l'internet. La diffusion progressive de ces plateformes a donné lieu, en Suisse, à des discussions sur l'encadrement à mettre en place pour les régulariser et sur les mesures à adopter en rapport avec le droit du bail.

Tenant compte du cadre réglementaire actuel, la présente étude aborde les opportunités et les défis posés pour la ville de Montreux. Pour cela, une enquête qualitative a été réalisée grâce aux interviews de neuf différents répondants issus de divers domaines : touristique ; hôtellerie ; commerce de détail ; politique et résidents locaux. Les résultats soulignent que l'offre Airbnb a eu de faibles répercussions sur la ville de Montreux. Ces conséquences concernent plus particulièrement le marché immobilier, qui subit des pressions supplémentaires en raison de la pénurie de logement, connue dans la ville et dans le canton de Vaud, depuis plusieurs années, maintenant.

Mots clés : Airbnb, Montreux, économie collaborative, immobilier, réglementations

Avant-propos et remerciements

Tout d'abord, je souhaite remercier Monsieur Blaise Larpin, professeur HES et adjoint scientifique à l'Institut Tourisme de l'HES-SO en Valais, qui est à l'origine de ce sujet et qui m'a suivi tout au long de mon travail. Il m'a accompagné, soutenu et encadré durant les mois qui ont été nécessaires à la réalisation de ce travail. Ses conseils et son expertise m'ont été très bénéfiques.

Par la même occasion, je suis reconnaissante envers toutes les personnes qui ont donné de leur temps afin de m'accorder un entretien. J'ai décidé de baser mon travail de recherche essentiellement sur ces interviews et donc sans elles, je n'aurais pu effectuer et réaliser cette étude. Il convient cependant, de relever quelques difficultés supplémentaires à la rédaction de ce travail, à savoir le contexte de l'épidémie du COVID-19. Certaines offices de tourisme ont dû fermer dû à l'état d'urgence sanitaire partout dans le monde. La pandémie a provoqué des répercussions importantes sur l'économie suisse et a touché fortement le tourisme. Il est important pour moi de le souligner et je remercie d'autant plus ceux qui se sont rendus disponible et ont accepté de répondre à mes questions dans ce contexte. Finalement, je tiens à remercier ma famille ainsi que mes amis et mes collègues de travail pour leurs relectures, leurs remarques et leurs conseils avisés. Ces derniers m'ont permis d'améliorer et d'affiner mon travail.

Table des matières

Liste des figures	5
Liste des tableaux	6
Liste des abréviations	7
Introduction	8
1. Contexte socio-économique.....	10
1.1 L'industrie touristique à Montreux et pour le canton de Vaud.....	10
1.2 Performance hôtelière	17
2. Revue de la littérature	20
2.1 Economie collaborative - définition.....	20
2.2 Les conséquences de l'économie collaborative sur le tourisme	23
2.2.1 Répartition spatiale des impacts touristiques	24
2.2.2 Airbnb et son impact économique.....	25
2.2.3 L'économie collaborative et le tourisme de masse	26
2.3 Les conséquences sociales de l'économie collaborative	27
2.3.1 Les externalités d'une cohabitation touristique	30
2.3.2 Airbnb et la gentrification	31
2.4 Les conséquences de l'économie collaborative sur l'hébergement traditionnel.....	35
2.4.1 Airbnb et l'industrie hôtelière	36
2.4.2. L'hôtellerie traditionnelle face au mouvement Airbnb	38
2.5 Conséquences de l'économie collaborative sur le marché immobilier.....	40
2.5.1 le marché du logement	43
2.5.2 Changement des foyers.....	44
2.6 La résistance dans les grandes villes	44
3. Question et objectifs de recherche	47
4. Méthodologie	48

5. Etude de cas.....	51
5.1.1 Histoire de la plateforme	51
5.1.2 Airbnb, à Montreux et en Suisse.....	52
5.1.3 Réglementations, à Montreux et en Suisse	56
5.2 Les conséquences d'Airbnb sur l'économie touristique à Montreux.....	59
5.2.1 Tourisme de saisonnalité	62
5.2.2 Tourisme de masse et Montreux.....	64
5.3 Les conséquences d'Airbnb sur le secteur hôtelier Montreusien.....	67
5.3.1 Les solutions du secteur hôtelier	71
5.4 Les conséquences sociales de la plateforme, à Montreux.....	73
5.4.1 Conséquences sur le logement	75
5.4.2 La gentrification	78
Références	88

Liste des figures

Figure 1 : Top 10 des pays de provenance des hôtes dans le canton de Vaud, en 2018	11
Figure 2 : Les marchés de promotion de l'OTV pour la période 2017-2022, classé en trois catégories en fonction de leur importance et potentiel.....	13
Figure 3 : Les chiffres des nuitées en Suisse : comparaison 2015-2016	14
Figure 4 : Revenus du centre des congrès (2m2c) par activité, 2018	15
Figure 5 : Répartition de la valeur ajoutée brute touristique, 2017	17
Figure 6 : Les différents intervenants de l'hébergement touristique dans une économie axée sur la collaboration (économie de partage).....	23
Figure 7 : Montreux.....	49
Figure 8 : Riviera-Pays-d'Enhaut	49
Figure 9 : Évolution de l'offre Airbnb, en Suisse, 2014-2019	53
Figure 10 : les logements mis à disposition sur la plateforme Airbnb, à Montreux.....	55
Figure 11 : Répartition et évolution du nombre d'annonces par district	63
Figure 12 : Évolution des nuitées pour l'hôtellerie Montreusienne, depuis 2009	68
Figure 13 : Taux de logements vacants sur la commune de Montreux et du Canton de Vaud, sur les cinq dernières années.....	76
Figure 14 : Évolution des surfaces commerciales vacantes, Riviera-Pays-d'Enhaut.....	80

Liste des tableaux

Tableau 1 : Données Airbnb : comparaison par canton, 2018.....	54
Tableau 2 : Avantages et inconvénients de commercialiser son hôtel sur Airbnb	71

Liste des abréviations

ASLOCA	Association suisse des locataires
BLS	Berne-Lötschberg-Simplon
DAS	Domaines d'Activités Stratégiques
DMO	Destination Management Organisations
KOF	le Centre d'études conjoncturelles de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich
MICE	Meetings (réunions), Incentive (voyages de gratification), Conférences et Exhibitions (événementiel)
MOB	Montreux Oberland Bernois
MVT	Montreux-Vevey Tourisme
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
OTA	Online Tourism Agency (agence de voyages en ligne)
OTV	Office du tourisme du Canton de Vaud
PWC	Pricewaterhouse Coopers
RMO	Regional Management Organisations
SHMV	Société des Hôteliers de Montreux Vevey Riviera
ST	Suisse Tourisme

Introduction

Ces dernières années, de nouvelles tendances ont émergées dans l'industrie du tourisme. Une nouvelle économie phénomène, connue sous le nom d'économie de partage est née et a révolutionné nos modes de consommation traditionnels et même certains modèles sociaux (Dredge, 2016).

Revente, don, troc, location de court terme, emprunts préconisés par de nombreuses entreprises réputées telles que Airbnb, Lyft, Uber : tous ces modèles de l'économie de partage – monétarisés ou non – peuvent permettre d'augmenter la durée d'usage de ces produits, d'utiliser au maximum de leur potentiel technique, offrant donc un modèle qui s'inscrit dans notre transition écologique. Ces modèles d'économie de partage sont basés sur l'internet et offrent des services appelés *peer-to-peer* pour créer ce que l'on appelle, aujourd'hui, l'économie de partage. Elles ont comme point commun d'avoir réussi à transformer ce concept courant en une entreprise lucrative (Dredge, 2016).

L'économie de partage connaît une croissance rapide à l'échelle mondiale, elle est un moteur majeur de la croissance économique et de l'innovation sociale. PWC¹ estime qu'en Europe, l'hébergement de *peer-to-peer* est le plus grand secteur de l'économie collaborative avec une valeur totale de 15,1 millions d'euros en 2015. Également connue sous le nom « d'économie de partage », « d'économie de pair à pair », l'économie collaborative utilise les technologies numériques pour relier les producteurs (hôtes) et les consommateurs (invités) qui, autrement, n'auraient jamais pu être connectés. Ce faisant, les chaînes d'approvisionnement ont été reconfigurées, les relations producteurs-consommateurs se sont transformés, les marchés existants se sont développés et de nouveaux marchés ont été créés. La commission européenne, dans une récente communication sur l'économie collaborative a noté que l'économie collaborative a le potentiel d'ouvrir de nouvelles opportunités pour les consommateurs et les prestataires de services, de créer des emplois et en utilisant plus efficacement les ressources existantes, de pouvoir contribuer aux objectifs de l'économie circulaire. Néanmoins, la croissance de ce modèle s'est avérée être perturbatrice pour certaines industries, comme par exemple l'industrie du taxi sous l'effet de plateformes

¹ PWC est un réseau international d'entreprises spécialisées dans des missions d'audit, d'expertise comptable et de conseil (Wikipédia, 2020a).

telles que Uber ou Lyft (Cramer Judd & Kurger, 2016) et l'industrie hôtelière sous l'effet de la plateforme Airbnb.

En effet, ce dernier exemple est l'un des plus marquants dans l'industrie du tourisme et sera le sujet principal de notre étude. Cette économie de partage qu'est Airbnb, permet aux propriétaires d'offrir une courte location de leurs maisons inoccupées ou encore de leurs chambres. Les locataires peuvent obtenir, dès lors, un logement à des prix plus avantageux, très souvent inférieurs à ceux offerts par les hôtels dans la plupart des villes (Permalink, 2013). De cette manière, Airbnb comporte beaucoup d'avantages autant pour les propriétaires qui peuvent gagner un revenu supplémentaire en louant leur maison ou leur chambre inutilisée, mais également aux locataires qui ont l'opportunité de réserver un logement à moindre coût.

Or, la croissance de la plateforme Airbnb, sur lequel se concentre notre problématique, s'est traduite par des répercussions importantes sur les structures et les relations de l'industrie touristique traditionnelle. Elle a conduit à une concurrence accrue et a stimulé toute une gamme d'activités et de services auxiliaires offerts par des petits entrepreneurs. Les acteurs de l'industrie traditionnelle tels que les hôtels, les gîtes touristiques, les auberges et les locations de vacances s'inquiètent de la concurrence déloyale que cela peut créer. Les gouvernements municipaux et les communautés d'accueil sont préoccupées par l'impact de l'hébergement touristique non réglementé dans les quartiers résidentiels et des conflits qui émergent en raison de la transformation de la nature des quartiers que peuvent causer les plateformes comme Airbnb (Dredge, 2016). Nombreuses sont les villes qui se voient dans l'obligation d'agir afin d'encadrer la plateforme pour limiter les effets négatifs.

L'intérêt de ce travail ciblera les conséquences de la plateforme Airbnb, dans la ville de Montreux. Dans cette étude, nous évoquerons tout d'abord le contexte socio-économique dans lequel s'inscrit la plateforme Airbnb et notamment l'importance de l'industrie touristique pour la région de la Riviera, puis viendra la revue de la littérature scientifique qui déterminera le contexte et les conséquences de l'économie collaborative, à savoir la dénommée Airbnb dans le monde. Ensuite, nous nous pencherons sur les objectifs de la recherche et la méthodologie afin de cibler l'étude. Enfin, après une brève synthèse sur la plateforme Airbnb et son ampleur au niveau national, nous analyserons les éventuels résultats de l'étude concernant la ville de Montreux, dans le canton de Vaud pour émettre quelques recommandations à partir des résultats obtenus.

1. Contexte socio-économique

Ce présent chapitre introduit la situation touristique de la ville de Montreux et du canton de Vaud et évoquera, entre autres, les spécificités de la destination et de la région, les acteurs-clés, ainsi que les types de clientèles qui affluent chaque année.

1.1 L'industrie touristique à Montreux et pour le canton de Vaud

Le tourisme est la troisième branche économique vaudoise, derrière celle du commerce et celle de l'industrie artisanale. Il représente 7% du PIB cantonal et près de 9% des emplois. A lui seul et au niveau national, le tourisme vaudois génère sans doute un chiffre d'affaires équivalent à plus de 10%. Ce poids justifierait que les pouvoirs publics accordent plus d'importance à cette branche dans leur stratégie de promotion du développement économique (BCV, 2006).

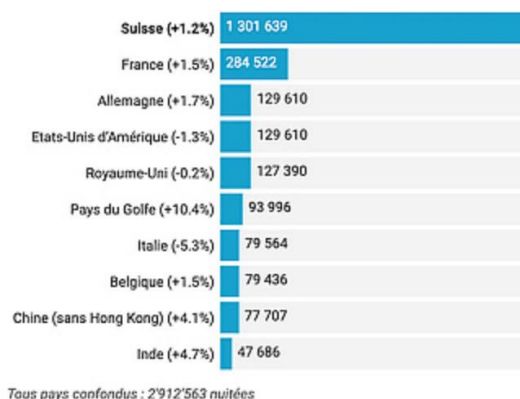
Le canton de Vaud et ses différentes régions présentent d'excellentes conditions d'accueil et de développement pour le tourisme. Outre l'infrastructure touristique bien développée, l'hôte y découvre une nature et un paysage culturel uniques. Il offre de nombreuses possibilités pour les activités sportives et les loisirs. Il dispose d'une offre culturelle et historique haut de gamme, riche en musées, festivals et villes moyenâgeuses et se distingue notamment par son offre gastronomique. Dans diverses villes et régions touristiques, le tourisme est, en plus, l'héritier d'une longue tradition qui, finalement, a toujours représenté un important pilier de l'économie locale (OTV, 2019).

L'Office du Tourisme du canton de Vaud (alias l'OTV²) se réjouit de très bons résultats pour l'année 2018, consolidant les résultats records de l'année 2017. La demande suisse affiche une fois de plus une progression, soit 14'950 nuitées de plus que l'année dernière (1'301'639 nuitées au total) et représente à elle seule 44.6% de l'ensemble des nuitées vaudoises. (OTV, 2019). Lausanne (1'258'932 nuitées) et Montreux Riviera (731'753 nuitées) demeurent les destinations fortes du canton vaudois et agissent comme pionniers de la promotion en dehors des frontières cantonales. La stabilité des nuitées vaudoises est également due à de très bons résultats des hôtes européens, déjà constatés en 2017. Les deux premiers marchés étrangers que sont la France et l'Allemagne affichent de très belles progressions (*voir figure 1*). Bien que

² L'un des rôles principaux de l'OTV est de fédérer les destinations vaudoises autour d'une stratégie de promotion unifiée, avec la collaboration des offices de tourisme locaux qui en comptent 13 au total (OTV, 2019)

les hôtes en provenance des Etats-Unis ont légèrement baissé en 2018. Ils se positionnent juste derrière les allemands et demeurent une clientèle forte pour la région. Suivent le Pays du Golfe, pour lequel on constate également un léger recul ces dernières années (Vouardoux, 2019).





Figure 1 : Top 10 des pays de provenance des hôtes dans le canton de Vaud, en 2018



Source : (Vaud: Tourisme, s.d.)

Ces résultats positifs confortent l'OTV dans sa nouvelle stratégie de diversification. Cette évolution s'est faite, entre autres, grâce à une mise en adéquation des organes de l'OTV et à sa stratégie de promotion basée sur les domaines d'activités stratégiques (DAS). Les DAS³ sont les chaînes de produits touristiques qui forment les atouts forts des destinations du canton. Ce modèle doit permettre, avant tout, de définir des priorités pour les actions à entreprendre en dépassant les frontières territoriales. Les DAS sont portés par les destinations vaudoises, ils mettent en avant les marques de produits phares, qui profilent à leur tour les produits à forte valeur ajoutée (OTV, 2019).

L'OTV a identifié six DAS qui ont pour but de mieux positionner le canton par rapport à la concurrence :

- Culture, patrimoine et Traditions 
- Nature 
- Art de vivre 
- Événements et Festivals 

³ La création de groupes de travail transversaux par domaine d'activité stratégiques (DAS) entend promouvoir la mise sur pied de produits touristiques et d'offre concertées à l'échelle cantonale (OTV, 2019).

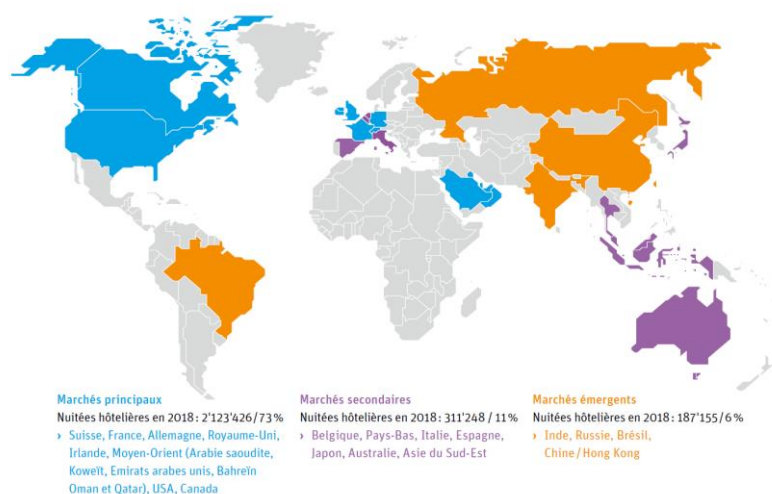
- Activités hivernales ❄️
- Tourisme d'affaires 🏢

En rapport à ce système et afin d'optimiser la communication, plusieurs structures ont été mises en places. Celles-ci permettent à l'OTV et à leurs partenaires de coordonner et d'élaborer des projets d'intérêt régional. La commission Marketing est composée de la Direction de l'OTV, d'un représentant nommé de chaque *Destination Management Organisations* (DMO) et d'un représentant de chaque *Regional Management Organisations* (RMO). Les objectifs de cette commission sont d'intégrer les partenaires dans une réflexion commune des DAS, de définir des projets communs et enfin de favoriser la coordination entre l'OTV et les destinations au sein d'un même DAS (OTV, 2019).

Pour la promotion du tourisme vaudois à l'international, L'OTV n'a pas hésité à exploiter les différents supports digitaux et a ainsi poursuivi le développement de sa communication digitale en accentuant sa présence sur les réseaux sociaux. En effet, une large partie de la population s'informe désormais sur ces plateformes, qui sont devenues incontournables, pour toucher le grand public (OTV, 2019).

La promotion du canton de Vaud et de ses destinations passe aussi par la rencontre des publics-cibles sur les différents marchés. Ainsi en 2018, Suisse tourisme, avec le soutien de l'OTV, ont organisé deux workshops qui ont permis de réunir professionnels en provenance d'Asie et des pays du Golfe – Deux marchés à fort potentiel pour le tourisme vaudois (*voir figure 2*).

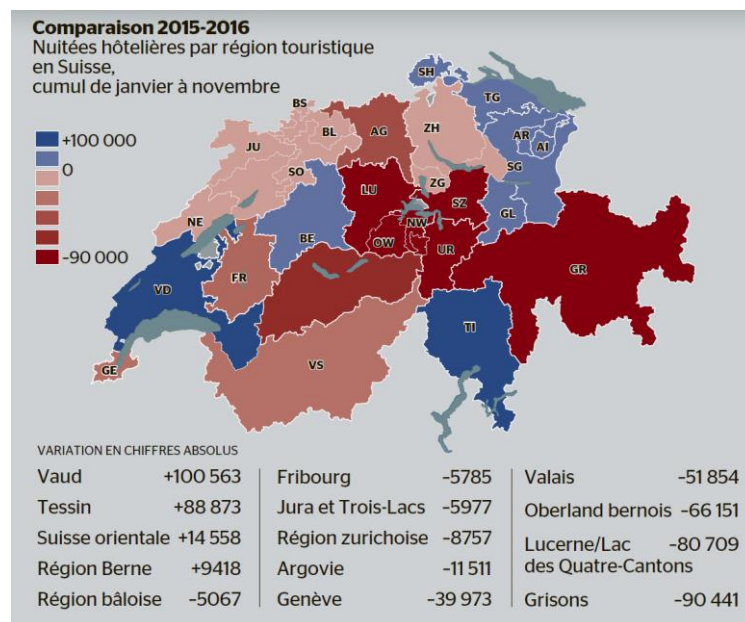
Figure 2 : Les marchés de promotion de l'OTV pour la période 2017-2022, classé en trois catégories en fonction de leur importance et potentiel



Source : (OTV, 2019)

Une part importante des nuitées de la région du Léman provient également du tourisme d'affaires, et année après année, l'OTV s'engage à faire croître ce secteur. Leurs actions ciblent en particulier les marchés voisins, comme la France, l'Allemagne et l'Angleterre mais aussi les marchés émergents (OTV, 2019). Le KOF (centre d'études conjoncturelles de l'école polytechnique fédérale de Zurich) observe que les changements en matière de tourisme d'affaires et de structures de la clientèle profitent aux zones urbaines, saisons confondues (avec une croissance de 3,9% des nuitées contre 2,3% pour la montagne). Les résidents suisses jouent un rôle majeur dans cette tendance (AWP, 2019). Si les régions urbaines gagnent avec le tourisme d'affaire, il est important de relever une expansion générale du tourisme urbain dans le monde et en Suisse. Les hausses les plus sensibles de la demande proviennent des marchés lointains en forte croissance et de la clientèle résidente. Bon nombre de facteurs suggèrent que la tendance au profit du tourisme urbain persistera encore, ces prochaines années. (KOF Swiss Economic Institute, 2019).

Figure 3 : Les chiffres des nuitées en Suisse : comparaison 2015-2016



Source : (OFS, 2017).

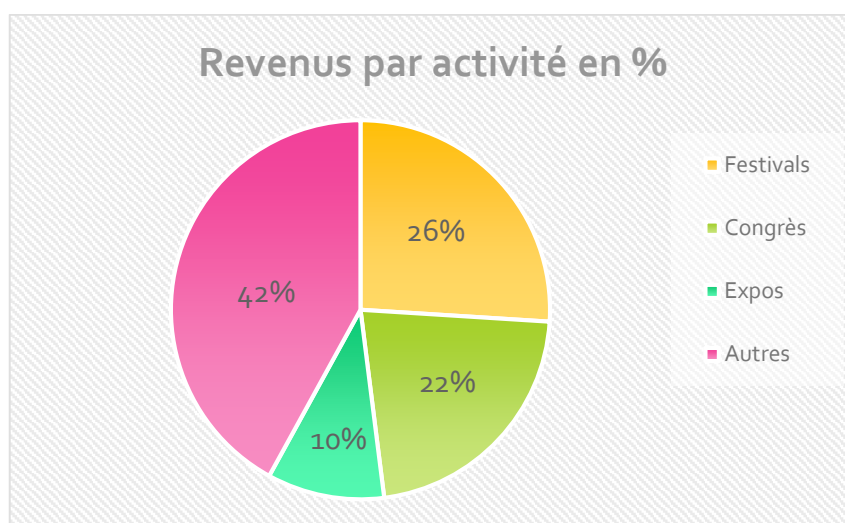
La figure ci-dessus montre l'importance de l'industrie hôtelière par région touristique, comparant l'année 2015 à 2016. On remarque donc que le canton de Vaud est le canton qui enregistre la plus forte augmentation en terme de nuitées. Cela s'explique par la forte implication de la région dans le tourisme d'affaires, secteur qui résiste bien aux influences de la conjoncture. Tandis que pour la région Riviera les clientèles d'affaires et de loisirs sont équitablement réparties (OFS, 2017).

Au niveau cantonal, Montreux est la deuxième région touristique vaudoise, avec 25,8% des nuitées vaudoises, après Lausanne (43,7%). Avec 757'733 nuitées, la destination affiche, pour la quatrième année consécutive, un nouveau record historique. Ceci est, d'une part, le signe manifeste de l'attractivité d'une offre qui évolue sainement, qui sait se renouveler pour correspondre aux attentes de la clientèle et d'autre part, le résultat de l'adoption de nouvelles stratégies au sein de l'organisme. En effet, hormis les DAS, il semble important de mentionner d'autres changements stratégiques, comme la favorisation ou création de synergies entre les destinations qui ont entraîné des adaptations organisationnelles à l'interne (Vouardoux, 2019). Situé le long du Lac Léman, Montreux comprend un total de 17 communes qui s'étendent de Lutry à Villeneuve et se répartissent sur trois districts ; Le district de Lavaux-Oron, le district de Riviera-Pays d'Enhaut et le district d'Aigle. Montreux est entre autres réputée pour offrir une panoplie d'événements culturels dont l'incontournable Montreux Jazz

Festival, qui réunit en moyenne 250'000 visiteurs chaque année (Suisse Tourisme, 2020). Celui-ci a d'importantes retombées économiques pour la région, soit 60 millions en 2019 avec, en comparaison, un budget moindre de 28 millions. Ce chiffre s'explique par différents éléments, en partie, car l'organisation a eu recours à des entreprises locales comme Skynight, pour assurer la production sur scène. Les 60'000 nuitées dans les hôtels et divers hébergements de la région sont également comprises dans les retombées économiques. Un investissement payant pour la ville qui contribue et investit chaque année au niveau des infrastructures (Marti, 2019).

La qualité des infrastructures que l'on peut rencontrer notamment dans la région, offre une situation privilégiée pour accueillir et développer le tourisme d'affaires. Son offre repose particulièrement sur le Montreux Music & Convention Center (2m2c) qui bénéficie d'une situation géographique exceptionnelle. Ses 18'000 m² d'espaces modulables et multifonctionnels lui permettent d'accueillir 1'800 personnes en conférence et 3'500 personnes pour un concert. Sa proximité avec la gare, les hôtels, le casino, les magasins et les restaurants confère au 2m2c une unité de lieu idéale pour la tenue de manifestations internationale. Celui-ci est prévu de recevoir quelques transformations pour remettre à jour son offre et, de cette manière, pérenniser les événements historiques, mais surtout en attirer de nouveaux. Globalement, on estime, pour 2025, les retombées économiques directes et indirectes de l'activité du centre pour la région à 81 millions par année et 360'000 visiteurs annuels (contre 250'000, en 2018) (2m2c, 2018) (voir figure 4).

Figure 4 : Revenus du centre des congrès (2m2c) par activité, 2018



Source : (2m2c, 2018)

De plus, Lausanne Tourisme et Montreux Vevey Tourisme ont uni leurs forces, depuis quatre ans maintenant, pour devenir « Lausanne Montreux Congress » et affirmer, ainsi, leur volonté de perdurer dans le secteur. L'entité LCM a été classée, 14^{ème} dans le top 20 des destinations d'affaires durables sur une cinquantaine de villes à travers le monde.

En outre, les plus grandes manifestations culturelles s'y sont développées comme le Montreux Jazz Festival, le Montreux Comedy club, le marché de Noël et bien d'autres. Ces derniers jouent un rôle prépondérant dans le développement de l'offre urbaine, tant pour leur renommée internationale que pour les retombées économiques qu'ils dégagent, aujourd'hui, pour la ville, à savoir 60 millions pour le jazz, 30 millions pour le marché de Noël et environ 6,3 millions pour le Montreux Comedy club (Vouardoux, 2019).

Enfin, une bonne desserte en transports publics compte parmi les nombreux atouts de la ville, notamment avec le GoldenPass reliant Lucerne à Montreux ou encore avec le train à crémaillère Montreux – Rochers-de-Naye offrant des vues éblouissantes sur les rives du Lac Léman aux paysages montagneux (ATS, 2019). Le transport agit sur le choix des touristes et n'a cessé de prouver qu'il est déterminant pour soutenir le développement de l'activité touristique d'une destination. Avec la prochaine liaison directe entre Montreux et Interlaken, le GoldenPass Express compte fortement augmenter le nombre de voyageurs sur cette ligne mythique. Cette innovation technologique, dont la mise en service est prévue pour décembre 2020, permettrait de relier trois points touristiques majeurs, sans changer de train : Montreux, Gstaad et Interlaken. Devisé à quelque 76 millions de francs, ce projet est mené par le MOB⁴ avec le BLS⁵. Il bénéficie du soutien de la Confédération ainsi que des cantons de Vaud, de Berne et de Fribourg (ATS, Régions, 2019). La vocation touristique du MOB joue un rôle important pour les régions traversées. Le directeur du MOB est convaincu que celle-ci aura des retombées économiques favorables pour Montreux. La ville touristique de la Riviera vaudoise se rapprochera ainsi de la Jungfrau et de Lucerne (HotellerieSuisse, 2019).

⁴ Le MOB est un chemin de fer qui relie Montreux à Zweisimmen et Lenk im Semmental dans l'Oberland Bernois. (Chemin de fer Montreux Oberland bernois, 2019).

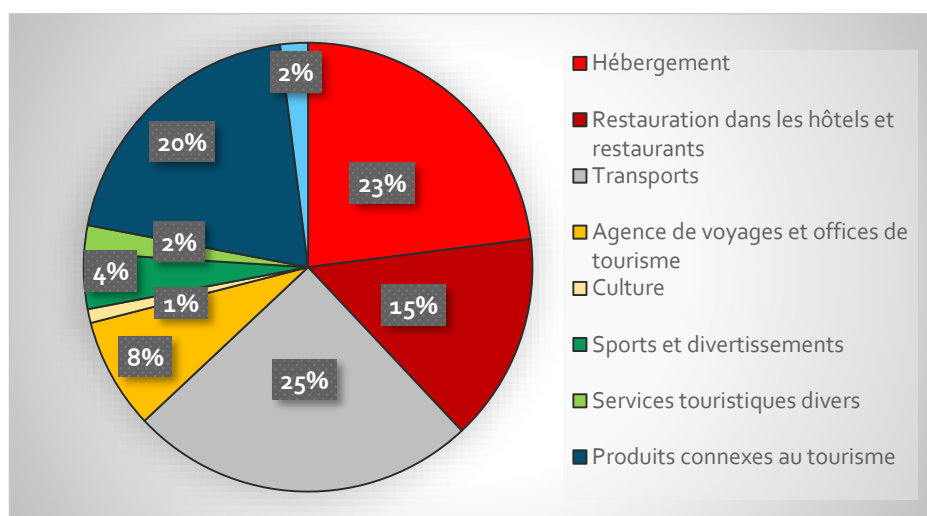
⁵ Le BLS SA est une entreprise ferroviaire suisse, de statut privé, qui exploite le deuxième réseau ferroviaire suisse après celui des CFF (BLS (entreprise), 2020).

1.2 Performance hôtelière

L'hôtellerie suisse a réussi à s'affirmer sur plusieurs décennies en tant que cœur palpitant du tourisme et branche exportatrice d'importance. L'hôtellerie suisse se distingue dans l'ensemble par un excellent niveau de qualité. – Les établissements classés selon les normes de la classification suisse des hôtels d'HotellerieSuisse représentent plus de 40 % de la totalité des hôtels sur le territoire helvétique. – Les établissements classés concentrent plus de deux tiers des chambres ou des lits, et génèrent trois quarts de l'ensemble des nuitées. Entre toutes les catégories désignées par des étoiles, la catégorie 3 étoiles est celle qui compte le plus grand nombre d'établissements et la catégorie 4 étoiles celle qui compte le plus de lits. Environ 60 % des nuitées sont réalisées par des hôtels 3 ou 4 étoiles.

Comme le montre la figure 5, l'hébergement fournit, avec 4,2 milliards de francs ou 23%, la deuxième contribution (après le secteur des transports) à la valeur ajoutée brute du tourisme suisse (HotellerieSuisse, 2019).

Figure 5 : Répartition de la valeur ajoutée brute touristique, 2017



Source : (OFS, 2017).

Avec près de 40 millions de nuitées enregistrées, en 2019, le secteur de l'hôtellerie suisse a connu une forte progression. Cela représente une hausse des nuitées de 1,9%, par rapport à l'année précédente. Les Suisses ont été 509'000 de plus à profiter des hôtels, ce qui correspond à une progression de 2,9% à 17,9 millions de nuitées. De leur côté, les touristes étrangers ont représenté 21,6 millions de nuitées (soit une progression de 1,1%, depuis l'année dernière) (ATS, Economie, 2020). Cette phase ascendante est partiellement dû à l'abandon du taux plancher du franc suisse par rapport à l'euro qui a provoqué le retour des

touristes européens. Il est à préciser que la croissance des nuitées hôtelières, dans le canton de Vaud, varie en fonction des destinations touristiques. Les destinations urbaines, comme Lausanne et Montreux Riviera, attirent davantage la clientèle internationale que les destinations moins urbaines du canton (OTV, 2019).

En 2018, les destinations touristiques vaudoises qui comptent le plus d'établissement hôteliers ouverts sont Lausanne aggro (58 établissements, 3'552 chambres) et Montreux Riviera (54 établissements, 2'575 chambres) (OTV, 2019). Le pourcentage de taux d'occupation des chambres, pour la région Montreux Riviera, s'élevait à 54,5%, en 2018.

Si les résultats des deux dernières années restent positifs, l'hôtellerie et la restauration se caractérisent également par une forte sensibilité aux variations de cours de franc suisse, en raison de la forte proportion de clientèle étrangère. En effet, le taux de change exerce une pression supplémentaire sur la demande touristique des hôtes étrangers, en ce sens que les coûts de leurs vacances en Suisse renchérissent lorsque le franc s'apprécie. Il est important de noter que le franc fort influence, également, la demande des hôtes indigènes, qui sont toujours plus nombreux à opter pour des vacances à l'étranger (HotellerieSuisse, 2019).

D'autre part, l'hôtellerie démontre un manque de flexibilité face aux changements rapides des habitudes de consommation des touristes. Parmi ces habitudes de consommation, les réservations via les plateformes de réservation en ligne (OTA) ne cessent de grimper. La part des réservations depuis ces sites est passée à plus de 27% en 2016, selon une étude menée par l'institut de tourisme de la HES-So Valais. Les trois principales plateformes de réservation en ligne, à savoir Expedia, booking.com et HRS dominent le secteur. Pour Hotelleriesuisse, les OTA imposent des conditions toujours plus restrictives. L'une d'elles pose particulièrement problème : les plateformes interdisent aux hôteliers d'offrir des tarifs plus avantageux aux clients qui passent par leurs sites plutôt que par un site de réservation en ligne (HotellerieSuisse, 2019).

Compte tenu des habitudes des hôtes, la durée moyenne des séjours a, elle aussi, subi quelques changements. En 2018, celle-ci a baissé de 25%, en Suisse, de manière générale mais également pour la région de la Riviera. En effet et pour la première fois, la tendance recule sous la barre des deux nuits dans la ville de Montreux, une baisse principalement due à une tendance des voyages plus courts mais aussi à une baisse de régime du secteur d'affaires. Si

le bilan de l'année 2018 ne dégage pas de vérité univoque, l'important, ici, réside dans le fait que l'on s'arrête moins pour dormir à Montreux Riviera, ce qui va se traduire par davantage de coûts à la charge des hôteliers et donc, à terme, moins d'investissements. Ces différents facteurs devraient, ainsi, pousser l'hôtellerie à entamer sa mue, ces prochaines années et entraîner le développement, le renouvellement et l'innovation pour répondre aux nouvelles exigences du secteur et de sa clientèle (MVT, 2020).

2. Revue de la littérature

Ce chapitre a pour but de relever les différents aspects autour de notre sujet de recherche en regroupant les ouvrages et diverses études liés à la problématique. Ces ressources concernent l'état de la question dans le monde, puisque Airbnb est une activité qui vient de l'économie de partage, un secteur issu d'internet et qui conquiert donc les marchés mondiaux.

2.1 Economie collaborative - définition

L'économie dite collaborative demeure un concept assez flou, sans définition claire et largement acceptée ; comme l'explique Botsman (2013) dans son ouvrage, « the sharing economy lacks a shared definition » (l'économie de partage n'a pas de définition partagée, donc commune).

L'économie collaborative a été définie par la Commission européenne comme « un écosystème complexe des services à la demande et de l'utilisation temporaire d'actifs basés sur les échanges via des plateformes en lignes » (Commission, 2015). Dans le secteur de l'hébergement, cela inclut les plateformes numériques de location *peer to peer*, les plateformes de location de vacances et les plateformes d'échange de maisons. Un avantage novateur important de l'économie collaborative est qu'elle combine le potentiel de création de valeur économique, de durabilité, d'économie circulaire et de valeurs communautaires. Dans le tourisme, l'économie collaborative peut optimiser, comme mentionné dans l'introduction, l'efficacité des produits et services touristiques et répondre simultanément aux impératifs moraux et culturels inhérents à l'accueil et la durabilité. En tant que telle, elle offre la possibilité de revaloriser les moyens de subsistance, les ressources et les petites entreprises locales dans un marché mondial dominé par des acteurs industriels multinationaux.

PWC définit le logement de *peer to peer* comme étant des organisations de l'économie collaborative dans le secteur du logement qui utilisent des plateformes numériques pour permettre aux personnes de louer aux voyageurs, l'accès à leur logement inutilisé, ce qui comprend la location soit d'une partie du logement en présence de l'hôte, soit d'un logement entier, qui peut être le logement principal de l'hôte pendant leur absence ou un résident secondaire. Dans sa définition, PWC inclut :

- les plateformes de location de *peer to peer* (Airbnb, Windu, 9 appartements, One Fine Stay, etc.)

- les plateformes d'échange de maison (*LoveHomeSwap*)
- les plateformes de location de vacances en ligne uniquement (*HomeAway*)

Le présent document s'intéresse uniquement à l'économie collaborative dans le secteur de l'hébergement de *peer to peer* et des locations d'hébergement touristique à court terme (comme les prestations offertes par la plateforme Airbnb). L'hébergement touristique dans le cadre d'une économie collaborative est défini comme un hébergement à médiation numérique de *peer to peer* qui est utilisé principalement, mais pas exclusivement, pour de courts séjours liés au tourisme.

Les modèles d'affaires dans le secteur de l'hébergement de *peer to peer* peuvent varier considérablement. Cependant, la plupart des discussions sur la réglementation du contrat de location entre pairs dans le cadre de l'économie collaborative, se sont concentrés sur les modèles d'extractions commercialisées. Dans ces modèles extractifs⁶ tels que Airbnb, *Windu* ou *Flipkey*, la valeur marchande est générée et saisie par des plateformes privées à but lucratif qui offrent des services de réservation, avec garantie sur une plateforme numérique moyennant les frais. Ces frais couvrent les coûts de transaction et d'administration, y compris les procédures de vérification, la publicité du bien et les mécanismes de rétroaction. La confiance est intégrée dans le système standardisé de notation par les pairs, qui remplace les mécanismes traditionnels de contrôle de la qualité par des tiers tels que la notation par étoiles. Ce système d'évaluation par les pairs crée des indicateurs de qualité axés sur le marché, où les mauvaises réputations sont censées minimiser la présence de locations non conformes aux normes requises (Dredge, 2016).

Les parties prenantes sont motivées à s'engager dans ces modèles de différentes manières, le caractère commercial peut varier d'un modèle à l'autre, et les avantages et les impacts peuvent être très différents. Les principaux acteurs impliqués dans l'hébergement touristique

⁶ Dans le modèle extractif, la valeur marchande est dérivée du partage de l'actif (par exemple l'appartement ou la chambre) et des ressources de l'hôte, des connaissances locales et de la main-d'œuvre. Dans ce modèle, environ 15% de la valeur marchande est remis à l'entreprise de la plateforme et ses investisseurs et 85% est retourné à l'hôte. Ces plateformes extractives n'investissent pas à nouveau dans les actifs, les produits ou la main-d'œuvre pour la partie tierce, ce qui leur vaut d'être critiquée parce qu'elles ne font qu'extraire et redistribuer la richesse au lieu de générer suffisamment de valeur nouvelle pour qu'un hôte ou une communauté prospère, soit équitable et durable (Scholz, 2016)

en économie collaborative, et dont les intérêts jouent un rôle dans la formulation d'approches réglementaires, peuvent inclure :

- Les consommateurs : ceux qui achètent et consomment les biens et services offerts par le secteur de l'hébergement touristique.
- Les propriétaires : constituent un groupe d'intervenants qui peuvent inclure les propriétaires résidents qui partagent leur résidence principale lorsqu'ils sont en vacances ou une chambre lorsqu'ils sont présents ; les propriétaires non-résidents qui louent des résidences secondaires (actif au ralenti ou non).
- Les nouveaux entrepreneurs de services : petits exploitants de micro-entreprises qui fournissent des biens et des services qui soutiennent le secteur de l'hébergement de l'économie collaborative, et ce faisant, contribuent aux nouvelles écologies de l'entrepreneuriat, par exemple comme service de conciergerie etc.
- Les résidents locaux peuvent être directement ou indirectement touchés par le secteur de l'hébergement touristique en économie collaborative. Il s'agit des habitants des maisons et appartements voisins qui doivent faire face aux impacts locaux (par exemple : le bruit et les nuisances, les impacts sur les prix locatifs et immobiliers etc.)
- Parmi les acteurs de l'industrie, on trouve les fournisseurs d'hébergement traditionnels. Par exemple les hôtels, qui, en raison de la croissance du secteur de l'hébergement touristique axé sur l'économie collaborative, font face à des pressions telles qu'une concurrence accrue et des modèles et chaînes d'approvisionnement traditionnels qui sont remis en question.
- Les plateformes d'économie collaborative comprennent une gamme de plateformes numériques en ligne par l'intermédiaire desquelles se déroulent des transactions de *peer to peer* qui facilitent l'accès temporaire à un logement moyennant des frais (dans notre étude de cas Airbnb). Les plateformes d'économie collaborative adoptent principalement un modèle extractif comme décrit ci-dessus.
- Les gouvernements européens, nationaux, régionaux et locaux ont un rôle dans la protection des intérêts publics, en facilitant l'innovation et l'intérêt sociétal. Les rôles et les responsabilités varient, et les approches gouvernementales sont également influencées par les cultures institutionnelles et les décisions politiques historiques.

- Les autres publics comprennent toute une gamme d'autres intervenants et intérêts qui ne sont peut-être pas encore apparents, qui ne se sont pas faits entendre et qui peuvent varier d'un endroit à l'autre (tels que investisseurs expatriés, futurs résidents, futures parties prenantes etc.) Ces intérêts pourraient être importants à l'avenir, et pour cette raison, ces intervenants sont reconnus dans le présent document afin d'inciter les décideurs et les organismes de réglementation à réfléchir au-delà des discussions immédiates en matière de réglementation de l'hébergement touristique en économie collaborative.

Figure 6 : Les différents intervenants de l'hébergement touristique dans une économie axée sur la collaboration (économie de partage)



Source : (Dredge, 2016)

2.2 Les conséquences de l'économie collaborative sur le tourisme

Selon les arguments avancés par la plateforme Airbnb, l'offre de logements bon marché augmenterait les dépenses globales de voyage et de tourisme et, par conséquent, l'économie dit de partage pourrait être un producteur net de nouveaux emplois, car plus de touristes voyageraient en raison du coût d'hébergement plus bas (Airbnb, 2012). En effet, la réduction des coûts d'hébergement permet d'éliminer les contraintes de prix dans certaines destinations, ce qui fait que les voyageurs envisagent davantage de destinations. Selon l'hypothèse de Zervas & al (2015), certains hôtels, en réponse à Airbnb, ont dû adapter leurs tarifs et, par conséquent, les voyageurs auraient accès à des offres moins chères

qu'auparavant que ce soit à l'hôtel ou dans un appartement meublé. De plus, Airbnb déclare avoir révolutionné l'industrie du voyage en créant, notamment, des changements dans les habitudes et les comportements de voyage (Airbnb, 2015). Cependant, il est important de souligner le fait que ce n'est pas seulement la réduction des prix qui modifie le comportement des voyageurs, puisque l'hébergement à bas prix était disponible déjà dans la plupart des destinations avant même l'arrivée de la technologie de consommation collaborative sous la forme d'hôtels et d'auberges économiques. Une plateforme d'hébergement de pair à pair telle qu'Airbnb est en mesure de faire correspondre une variété de services d'hébergement différents avec des clients qui les apprécient vraiment, non seulement en offrant aux touristes des options budgétaires, mais aussi en leur proposant un hébergement qui répond le mieux à leurs différents besoins (Zervas, Prosperpio & Byers, 2015).

2.2.1 Répartition spatiale des impacts touristiques

Si l'on compare la répartition spatiale des hôtels et des hébergements touristiques en économie collaborative dans les villes, il est clair qu'il y a une plus grande dispersion des hébergements en *peer-to-peer* dans la ville (Gutiérrez, 2017). Selon l'étude menée par Gutiérrez, l'argument selon lequel les touristes qui séjournent à l'extérieur des centres-villes peuvent dépenser dans les épiceries et les cafés locaux et ainsi répartir plus largement les retombées économiques du tourisme à travers la ville a un certain mérite. Toutefois, il est probable que ces touristes passent encore la majeure partie de leur temps dans les quartiers touristiques populaires et que les dépenses soient encore concentrées dans ces zones. En effet, selon Airbnb, en plus de vouloir vivre comme les gens du pays, 80% des touristes qui ont visité Paris par exemple, ou encore 85% visitant Londres et Edimbourg, ainsi que 96% visitant Barcelone, étaient motivés à explorer un quartier spécifique (hors zones touristiques), souvent caractérisé par des attractions et activités uniques. En outre, 98% des hôtes d'Airbnb à Sydney, suggéreraient des restaurants, des cafés, des bars et des magasins locaux dans leur quartier à leurs clients, les aidant ainsi à découvrir des endroits moins fréquentés dans les destinations touristiques (Tussyadiah, 2015). De plus, l'utilisation de l'hébergement de *peer to peer* qui promeut la réduction des coûts en matière d'hébergement et d'expériences locales, peut permettre, d'une certaine manière, de choisir des destinations qui requièrent un certain budget (le prix comme contrainte), autrement dit qu'ils n'auraient pas pu atteindre autrement (Tussyadiah, 2015). Par conséquent, l'hébergement de *peer to peer* élargit le choix des voyageurs en matière de destination et est suggéré pour développer et diversifier les activités

touristiques, en attirant les touristes à la recherche d'expériences authentiques et personnelles (Airbnb, 2015).

Si plusieurs études ont fait valoir que les inscriptions d'Airbnb sont plus dispersées que les hôtels (ce qui a été également avancé par la plateforme elle-même), de sorte à étendre son offre dans des quartiers qui reçoivent peut-être moins de touristes, les plus grosses préoccupations, aujourd'hui, concernent spécifiquement les zones centrales des villes qui enregistrent les plus fortes concentrations de touristes, comme le confirme l'étude de Garcia-Palomares et al. (2015). En effet, Airbnb montre une nette tendance à l'expansion dans les centres historiques. Cela pourrait, en conséquences, intensifier la situation et aggraver les problèmes d'encombrement et de gentrification touristique⁷ que certaines de ces zones connaissent déjà. Le problème ne découlerait pas tant (du moins pour l'instant) de la quantité de logements fournis par Airbnb dans chaque ville, mais de sa concentration dans ces zones déjà propices à une forte pression touristique et aux processus connexes de gentrification (comme tel est le cas à Barcelone) (Gutiérrez, 2017).

La croissance du tourisme urbain contemporain et son impact controversé sur le développement des centres historiques ont récemment suscité une attention croissante, en particulier, dans les médias, mais l'influence des plateformes émergentes telles qu'Airbnb sur le développement des villes reste encore peu étudiée (Segú, 2018).

2.2.2 Airbnb et son impact économique

Les impacts potentiels sur les économies locales sont complexes et difficiles à mesurer. Hormis les résultats de l'étude de Fang et al. (2006) qui suggèrent que l'entrée de l'économie de partage profite à l'ensemble de l'industrie du tourisme en créant notamment de nouveaux postes de travail (Gutiérrez, 2017), la plateforme, elle-même, déclare avoir un impact économique important pour les hôtes (en terme de génération de revenus), sur les quartiers locaux et les destinations touristiques (en terme de dépenses touristiques). En effet, la réduction des coûts d'hébergement attribué aux plateformes collaboratives dont fait partie Airbnb, sous-entend une contribution à l'augmentation de la fréquence des déplacements, à l'augmentation de la durée de séjour et à la répartition des dépenses prédisposées pour d'autres composantes du voyage, telles que les activités sur place (Tussyadiah, 2015). Zervas

⁷ Voir chapitre 2.3.2 sur la gentrification

& al (2015) ont aussi déclaré que les services de la plateforme sont propices à la croissance touristique (Zervas, Prosperpio & Byers, 2015). Par ailleurs, selon Guttentag (2017), les voyageurs utilisant la plateforme resteraient environ deux jours de plus dans la destination (Guttentag, 2017). Airbnb soutient également que les voyageurs sont susceptibles de rester plus longtemps dans la destination et ainsi de dépenser plus d'argent en général et d'apporter de nouveaux revenus aux quartiers locaux. Autrement dit, les avantages de l'hébergement de *peer to peer* incitent plus de gens à voyager, augmentant la fréquence des déplacements et la durée des séjours à destination. Toutefois, plusieurs auteurs relèvent que cela pourrait entraîner d'autres séries d'impacts économiques, sociaux et environnementaux, comme la sur-fréquentation touristique, le surpeuplement, les frictions avec les résidents locaux, etc. (Tussyadiah, 2015).

2.2.3 L'économie collaborative et le tourisme de masse

L'expansion d'Airbnb est souvent liée au mouvement de protestation contre la pression touristique dans des villes comme Barcelone, Amsterdam, Berlin. Pourtant, le nombre d'utilisateurs d'Airbnb ne suggère pas de relations de cause à effet, mais l'émergence des voyages P2P (*peer to peer*) et l'irritation des résidents à l'égard du tourisme semblent être à la fois dûs à une mobilité accrue et à des déplacements peu coûteux (Hooper, 2015). La croissance du tourisme peut être attribuée à un certain nombre de facteurs qui sont évoqués ci-dessous.

Tout d'abord, la reconfiguration et la consolidation des intermédiaires, notamment l'émergence d'agences de voyages en ligne et de plateformes collaboratives mondiales, ont permis des transactions de marché plus fréquentes, plus simples et plus directes. Deuxièmement, l'ouverture de lignes aériennes à bas prix, fréquentes et directes pour relier les villes à de grandes agglomérations européennes, a permis de capter le segment des "courts séjours". Troisièmement, ces conditions ont créé des possibilités de voyage pour les segments moins nantis et les marchés se sont élargis en conséquence. Quatrièmement, les modèles économiques reposent de plus en plus sur des innovations technologiques et des solutions avancées utilisant des plates-formes de recherche et de réservation numériques, des algorithmes de gestion des revenus optimisant les prix et des mécanismes de rétroaction instantanée qui ont rationalisé l'efficacité et optimisé les capacités (Tussyadiah, 2015).

En parallèle, selon le processus de décision en cinq étapes d'Eugenio-Martin (2003) sur le tourisme, les décisions sur la fréquence et la durée de séjour sont prises après que les individus ont pris des décisions sur la participation au voyage (i.e. s'ils doivent voyager ou non) et les contraintes budgétaires (i.e. combien dépenser pour voyager). Par conséquent, la disponibilité et l'importance du budget touristique déterminent le nombre de voyages à effectuer au cours d'une période et la durée de séjour pendant chaque voyage. Selon ce modèle et compte tenu du budget de voyage prédisposé, la réduction du coût du voyage peut entraîner une augmentation de la fréquence des déplacements (Tussyadiah, 2015).

Pour en revenir aux villes un peu plus préoccupées par la situation de l'économie de partage, les villes de Barcelone et d'Amsterdam par exemple, font état de pressions touristiques sans précédent au cours de la dernière décennie, tant en termes d'arrivées et de nuitées, que d'investissements directs étrangers dans l'offre de capacité (Dredge, 2016). Cela a non seulement conduit à un nombre record de visiteurs et de revenus, mais aussi à une pression touristique accrue. Les mesures de l'intensité touristique (i.e. le nombre de nuitées par rapport à la population résidente) et de la densité touristique (i.e. le ratio de nuitées par kilomètre carré) sont sensiblement plus élevées pour des villes comme Paris, Barcelone et Amsterdam que la moyenne régionale de l'UE (Dredge, 2016). L'intensité (ratio touristes/résidents) et la densité de l'activité touristique pourraient expliquer les graves impacts du tourisme sur les communautés locales qui entraînent une résistance au tourisme et des réactions négatives de la communauté contre les touristes et certaines plateformes économiques collaboratives comme Airbnb (Dredge, 2016). Si dans certaines villes comme New-York, Paris, Barcelone, les autorités soulignent les aspects commerciaux et sociaux indésirables des locations à court terme, d'autres villes comme Portland et plusieurs destinations néerlandaises ont adopté les voyages P2P pour promouvoir simultanément tourisme et innovation sociale (Oskam & Boswijk, 2016).

Selon les prévisions de l'OMT, le tourisme urbain continuera de croître à un rythme similaire, ce qui devrait exercer des pressions supplémentaires sur ces destinations européennes (Guttentag, 2015).

2.3 Les conséquences sociales de l'économie collaborative

Selon la littérature, les pratiques collaboratives sont effectivement apparues comme une alternative socioéconomique à la crise du modèle de croissance et industriel classiques. Elles

s'avéreraient, comme discuté dans les chapitres précédents, être un moyen de refonder le lien social, les solidarités collectives et la convivialité dans des sociétés occidentales de plus en plus fragmentées (Massé, Borel, & Demailly, 2015). Si ces promesses et attentes suscitent un engouement pour différents acteurs, elles font naître, également et à juste titre, de nombreuses réserves. Un certain nombre de penseurs soulignent les limites de l'économie collaborative en termes de ré-intermédiation, d'effets pervers et rebonds pouvant mener à de l'hyperconsommation, d'instrumentalisation et de faiblesse des liens sociaux réels des pratiques collaboratives, d'extension du domaine marchand et de l'utilitarisme sous prétexte de partage (Massé, Borel, & Demailly, 2015). D'autres encore craignent que la plateforme de partage, la plus connue, Airbnb, entraîne, plus particulièrement, une arrivée massive des touristes dans les villes et mettent l'accent sur le fait que la présence de la plateforme dans un immeuble d'habitation puisse causer des désagréments aux voisins tels que le bruit, un sentiment d'insécurité en voyant des visages inconnus, une mauvaise utilisation des espaces communs ou l'affaiblissement des normes sociales (Segú, 2018).

Il est vrai, l'économie collaborative permet à tout individu de générer plus de rendement avec le même capital (Massé, Borel, & Demailly, 2015). Cette possibilité d'obtenir des revenus supplémentaires de manière flexible semble profiter à toutes sorte d'individus, y compris les personnes sous-employées ou retraitées. Airbnb soutient dans son mémoire que la plateforme permet, en effet, aux hôtes de « *joindre les deux bouts* » en maintenant les résidents dans les communautés dans un contexte d'augmentation du coût de la vie et d'inégalités des revenus (Airbnb, 2015). De ce fait, on pourrait penser que la plateforme est profitable à tous, incluant les voyageurs qui, eux aussi, profitent d'économie budgétaires concernant leurs dépenses (Fang, 2016).

De plus, l'entreprise californienne fait bénéficier ses utilisateurs d'un avantage économique mais également social. Effectivement, nombreuses sont les recherches sur Airbnb qui ont confirmé l'importance de sa capacité à favoriser des expériences authentiques et mémorables (Paulauskaite, 2017). Par exemple, Birinci et ses collaborateurs (2018) ont mené une enquête auprès des clients d'Airbnb et ses hôtes, et ont constaté que les premiers estimaient avoir vécu une expérience plus authentique. Guttentag et al (2018) et Paulauskaite (2017) ont tous deux constaté que les clients Airbnb étaient principalement motivés par des considérations pratiques (p. ex. coût et emplacement), mais le désir des clients de vivre des expériences

authentiques et originales était également important comme dit plus haut dans ce travail. De même, Johnson (2017) et Camilleri (2017) ont examiné Airbnb sous l'angle de la co-crédation de valeur et ont souligné la valeur d'rivée des diverses facettes exp'rientielles d'Airbnb, notamment l'interaction avec la communaut' hôte et environnante, voyager comme un local et participer à un apprentissage culturel (Guttentag, 2019). L'exp'rience globale du touriste "se compose de nombreuses petites rencontres avec les principaux acteurs du tourisme, tels que les chauffeurs de taxi, les hôteliers, les serveurs, ainsi qu'avec des éléments des attractions locales comme les musées, th'âtres, plages, parcs à thèmes", etc. (Buhalis, 2000). Leur impression g'nérale d'veloppe leur image d'une destination apr's leur visite (Buhalis, 2000). A noter également que lors de chaque r'servation sur la plateforme, il est possible de contacter imm'diatement la personne qui sous-loue la chambre ou l'appartement, ce qui permet un premier contact. La notion de Zuev (2012), selon laquelle l'information de l'hôte peut influencer l'empreinte spatiale du touriste, la rend int'essante. L'information fournie par l'hôte peut avoir une influence sur la d'cision des invit's quant à ce qu'ils doivent voir et où se rendre. Cela a également pour impact de promouvoir le lien social mis en avant par la plateforme (Zuev, 2012). Toutefois, Arias et Dominguez (2016) pr'cisent dans leur tude, que la notion de centralit' de l'interaction humaine, et cette possibilit' de rencontrer des locaux disparaissent, dans le cas de la location de propri't's enti'eres. En effet, le bien peut ˆtre lou' enti'rement ou partiellement. Cependant, c'est principalement autour de la question des locations partielles que la rh'torique du « partage » a t' d'velopp'ee et cela met également en vidence la diff'rence entre l'utilisation d'Airbnb et le recours à un logement commercial conventionnel, ce dernier r'duisant finalement Airbnb à un canal populaire et qui promeut une offre plus conventionnelle des locations d'appartement touristiques, notamment dans les zones urbaines (Arias Sans & Dominguez, 2016).

L'argument avanc' par la plateforme Airbnb en d'but de chapitre disant qu'elle est profitable à tous, a t' critiqu' dans de nombreuses tudes. Notamment Dredge (2016), argumente que ce sont sp'cifiquement les expatri's, les investisseurs 'trangers et les autres non-r'sidents qui sont avantag's puisque largement surrepr'sent's comme hˆtes. En d'autres termes, les hˆtes de *peer to peer* sont repr'sentatifs de la classe cosmopolite consommatrice plutˆt que des communaut's locales, et, à Barcelone par exemple, les hˆtes

d'Airbnb appartiennent principalement aux classes moyennes et supérieures avec des niveaux d'éducation élevés et un revenu disponible supérieur (Dredge, 2016).

Les promoteurs de la plateforme Airbnb affirment également que les propriétaires qui louent leur maison peuvent désormais gagner un revenu vital qui les aide à payer leur propre loyer ou leur hypothèque, ce qui leur permet aussi de demeurer dans des endroits de grande valeur. Aucune recherche n'a encore examiné cette allégation, mais le bassin potentiel de propriétaires ou de locataires capables d'obtenir ces avantages est probablement limité. Par exemple, ceux qui n'ont pas accès à internet ou qui ont de faibles compétences en informatique sont moins aptes à participer à l'économie numérique en général, tandis que le succès d'une inscription à Airbnb dépendra des caractéristiques individuelles des maisons (apparence, présentation emplacement, installations) et des ménages eux-mêmes (Phibbs, 2017). De ce fait, le concept Airbnb diviserait plutôt qu'il ne rassemblerait.

2.3.1 Les externalités d'une cohabitation touristique

La coprésence peut être située dans un grand nombre de travaux qui portent principalement sur l'activité touristique, sur la mobilité touristique, sur les approches comportementales ou expérientielle des touristes et sur les perspectives interactionnistes entre hôtes et visiteurs ou groupes de visiteurs (Edensor, 2001). Elle est, par conséquent, intrinsèquement associée au tourisme. En outre, la coprésence induit le versement de revenus dans les territoires hôtes ce qui introduit une forme de complémentarité économique entre touristes et résidents. Les touristes ou excursionnistes contribuent alors à accroître la demande de biens et de services, d'activités ou d'équipements qui sans eux n'existeraient pas, ou plus difficilement. C'est le cas, par exemple, de l'événementiel ou de certains méga-événements qui induisent la construction d'équipements dont pourrions bénéficier ensuite les populations (Delaplace, Schut, & Baron, 2020). Toutefois, la question de la coprésence a également été étudiée par rapport à ses conséquences en termes d'externalités, avec l'argument que les actions des uns (en exemple les touristes) se répercutent sur le bien-être des autres (les résidents et inversement). En effet, les usages des lieux touristiques sont liés à des mobilités de plus en plus massives et complexes. La multiplicité de ces usages rend compte des diverses représentations du territoire, ainsi que des différentes pratiques touristiques et résidentielles. Les territoires touristiques peuvent donc faire l'objet de lieux de confrontations et de concurrence à propos de l'usage des ressources telles que les infrastructures de

transport ou le logement. Il est possible de citer, en exemple, les touristes qui s'arrêtent pour contempler un monument et qui peuvent gêner le passage des employés en route vers leur travail ou encore, pour faire référence à notre thématique, un groupe de touristes en vacances qui séjourne dans un Airbnb et qui peut déranger le voisinage par des bruits excessifs nocturnes (Delaplace, Schut, & Baron, 2020). Dans ces situations de tensions (potentielles), les acteurs privés et publics, les aménageurs et urbanistes ont leur rôle à jouer dans la conception des espaces permettant de concilier l'usage de lieux touristiques. Le cas de Barcelone est un bon exemple puisqu'il a été observé des externalités négatives de cette dite coprésence entre résidents et touristes et de la conception des espaces. En effet, dans le centre historique de Barcelone, une partie significative des logements a été transformée en logements à usage touristique et le nombre de ménages résidents permanents diminue de façon importante, ce qui a comme conséquence le retrait de l'accessibilité au logement pour les populations résidentes permanentes (de classe moyenne) dans ces quartiers du centre-ville (Delaplace, Schut, & Baron, 2020). Comme le décrit Dayne Lee, pour avoir la chance de vivre comme un local, qui plus est dans le logement d'un local, les touristes prennent finalement et progressivement la place des habitants résidents permanents (Lee, 2016)

Les conflits associés à une présence trop importante de touristes dans un lieu sont associés à l'émergence de problématiques nouvelles en termes de « surtourisme » (Seraphin, Hughes, Sheeran, & Pilato, 2018). L'analyse de la coprésence, sa mesure et ses conséquences nécessitent cependant d'évoquer de nombreuses disciplines (aménagement-urbanisme, économie, géographie, histoire, sociologie, tourisme, etc.). Il est en effet nécessaire de comprendre l'ensemble de ce qui se joue derrière cette coprésence pour déterminer ensuite les politiques et les stratégies à développer afin de déjouer les effets négatifs associés au tourisme et potentialiser les complémentarités (Seraphin, Hughes, Sheeran, & Pilato, 2018).

2.3.2 Airbnb et la gentrification

Le phénomène des locations de vacances telles qu'offre la plateforme Airbnb est en train de devenir un front de bataille central de la gentrification (dont le concept sera défini ci-après), dans de nombreuses grandes villes (Gant, 2016). Surtout après la popularité du site Web d'Airbnb, les résidents de différents endroits ont exprimé l'impact des appartements de vacances sur leurs communautés. Cependant, les études sur l'impact des locations de vacances et leur caractère controversé en sont encore à leurs balbutiements (Gant, 2016).

Certains auteurs pensent que derrière l'économie de partage, il n'y a qu'une autre chance d'accumulation de capital (Arias-Sans, 2016). D'autres auteurs soulignent que dans un nombre croissant de manifestations, les baux à court terme sont un facteur central, et ces manifestations et activités indiquent que "le tourisme est un facteur d'inégalité urbaine" (Colomb et Novy, 2016 ; Füller et Michel, 2014 ; Peters, 2016 ; Opillard, 2016). Ou encore, dans l'étude menée par Wachsmuth et Weisler (2018) portant sur la relation entre la location à court terme et la gentrification, qui met davantage l'accent sur l'écart de loyer : « *Airbnb ouvre simultanément et offre un moyen de combler les écarts de loyers liés aux nouvelles technologies, mais cela en augmentant les revenus potentiels des rentiers sans qu'il soit nécessaire de les réaménager, d'une manière géographiquement inégale, en se concentrant dans des quartiers présentant un attrait touristique « extralocal » qui ne coïncident pas forcément avec des zones gentrifiées, par des facteurs plus traditionnels, étatiques ou commerciaux* » (Wachsmuth & Weiser, 2018). Bien que l'on reconnait un lien entre gentrification et tourisme dans un nombre de travaux important désormais, les deux processus n'étaient pas associés auparavant. Ainsi, le terme de gentrification touristique est relativement nouveau.

La gentrification fait ici référence au processus d'investissement en capital dans l'environnement bâti pour répondre aux besoins des touristes, et remplacer progressivement les résidents locaux. La gentrification touristique a été définie comme la transformation d'un quartier de classe moyenne en une enclave relativement riche et exclusive marquée par une prolifération de lieux de divertissement et de tourisme corporatifs (Gotham, 2005). Gant (2016) est du même avis que Gotham (2005) et a déclaré dans l'un de ses travaux :

Premièrement, la croissance du tourisme entraîne une émigration progressive des résidents par déplacement direct. Deuxièmement, c'est l'origine de la pénurie de logements et de l'augmentation des prix, qui exclut les autres résidents de la possibilité de s'installer dans la région. Troisièmement, cette exclusion est accélérée par les perturbations quotidiennes et les pressions économiques causées par les appartements de vacances. Enfin, ces perturbations et la pression des investisseurs touristiques "obligent" les résidents à vendre leur appartement (Gant, 2016).

Si la littérature se penche sur l'existence d'une gentrification touristique, des divergences subsistent, notamment sur ses forces motrices. Certains auteurs donnent une importance

cruciale aux forces entrepreneuriales touristiques ou aux politiques urbaines locales dans l'impulsion du processus, d'autres considèrent les actions des résidents et des touristes pouvant être déterminantes, arguant que les acteurs locaux ont le pouvoir d'agir sur leur environnement pour tirer avantage de l'économie touristique (Jeanmougin, 2020).

Neil Smith (2002) a, de son côté, analysé le rôle des investisseurs et acteurs immobiliers dans le repérage et l'exploitation du différentiel de loyer (*rent gap*), considérant la gentrification avant tout comme un retour en ville du capital. Il a par la suite analysé le rôle des autorités municipales aux Etats-Unis qui, selon son interprétation, promeuvent la gentrification et mènent une véritable guerre quartier par quartier contre la présence des pauvres, dans leur centre (Rérat, Söderström, Besson, & Piguet, 2008).

On remarque donc que le logement est un des aspects lié à la gentrification, mais il n'est pas l'unique. Plus récemment, certains auteurs se sont intéressés aux processus de transformation des activités commerciales. Ainsi, certaines études ont démontré qu'Airbnb pouvait également transformer la structure commerciale de ces zones, comme dans le cas des magasins et des restaurants, qui sont de plus en plus orientés vers les touristes (Gutiérrez, 2017). Ainsi, l'embourgeoisement commercial fait partie du processus plus large d'embourgeoisement symbolique, un processus de revitalisation dans lequel les agents du changement ne sont pas les nouveaux résidents de la classe moyenne, mais les nouveaux espaces et services destinés à les attirer, comme l'explique Gant (2015), dans son ouvrage *Tourism and commercial gentrification* (Gant, 2015) ou encore Van Crieelingen et Fleury (2006) qui eux, ont montré « comment le commerce peut être acteur et moteur de dynamiques de gentrification à l'échelle d'un quartier et non seulement le reflet de transformations socio-résidentielles en amont ». Le point commun de toutes ces études se trouve dans le processus, qui, finalement, évolue à la fois sous l'impact d'acteurs pionniers qui enclenchent une dynamique d'investissement et de contagion dans un secteur urbain et également sous celui de grandes entreprises de distribution qui s'adaptent aux pas des pionniers, qui eux, dans bien des cas, iront prospecter ailleurs. Cela démontre donc que le rapport de causalité entre gentrification résidentielle et commerciale peut être réciproque (Rérat, Söderström, Besson, & Piguet, 2008).

D'autre part, des auteurs ont montré la relation qui existe entre le développement du tourisme urbain et la gentrification. Parmi eux, Kevin Fox Gotham (2005) a été le premier à

évoquer la « gentrification touristique » dans l'une de ses études. Selon lui, les deux mécanismes sont reliés et interviennent par les mêmes acteurs dominants : promoteurs immobiliers, propriétaires, agences immobilières, entreprises du secteur touristique, etc. Ainsi, il convient de dire que la gentrification touristique permet le renouvellement urbain en même temps que la transformation des espaces commerciaux et touristiques (Gotham, 2005). Cependant, il a ajouté que cette affirmation dépend toujours du désir des nouveaux habitants et des touristes de vivre dans, ou de visiter ces zones centrales, attractives culturellement avec un patrimoine historique rénové, ce qui permet de justifier le renouvellement urbain (Sales-Favà, Chevalier, Lopez-Gay, & Modenes, 2020).

Malgré l'absence d'un corpus théorique sur la relation entre l'activité touristique et le dépeuplement des centres villes et de leur population d'habitants permanents, certaines recherches ont tout de même permis à certains d'apporter des éléments explicatifs de ce phénomène. En effet, les exemples de Venise en Italie ou de Zagreb en Croatie, manifestent des éléments qui ont permis d'établir un lien entre le développement des activités touristiques et la diminution de la population. Ces deux études notifient le dépeuplement de l'hypercentre (zone la plus touristique) alors même que le nombre de logements disponible n'a pas diminué. L'explication serait donc un changement d'usage de ces logements, c'est-à-dire qu'une partie du stock de logements a été convertie pour accueillir des touristes (Sales-Favà, Chevalier, Lopez-Gay, & Modenes, 2020).

En d'autres termes, le tourisme et les services d'hébergement proposés par les plateformes collaboratives comme Airbnb (d'une forme extrême) remplaceraient petit à petit la vie résidentielle. Cela montre à quel point le tourisme peut être interprété comme un processus « gentrifiant » et s'il est encore difficile d'associer les deux processus, aujourd'hui, car peu d'études ont révélé une interconnexion entre les deux phénomènes, il convient de souligner que la documentation autour du sujet prend une place de plus en plus importante dans la littérature scientifique.

2.4 Les conséquences de l'économie collaborative sur l'hébergement traditionnel

En tant qu'innovation perturbatrice⁸ dans le domaine de l'hébergement touristique, Airbnb a proposé un nouveau modèle d'entreprise, construit autour des technologies modernes de l'Internet et de l'attrait distinct d'Airbnb, axé sur les économies de coûts, les équipements ménagers et le potentiel pour des expériences locales, plus authentiques (Guttentag, 2015).

De nombreuses études ont exploré les raisons de choisir de séjourner à l'hôtel, généralement en demandant aux répondants d'évaluer l'importance des différents attributs liés à l'hôtellerie. Cette recherche a permis d'identifier comme choix principaux ; la propreté, l'emplacement, la réputation, le prix, la qualité du service, le confort des chambres et la sécurité. Cependant, beaucoup moins d'études ont exploré les motivations des clients à utiliser les services d'Airbnb. Guttentag (2015) a proposé trois principaux attraits – le prix, les équipements ménagers et l'authenticité ; Tussyadiah (2015) a constaté que les utilisateurs de location à court terme de *peer to peer* étaient motivés par trois facteurs – durabilité, avantages communautaires et économiques, et Nowak et al. (2015) ont constaté que les principales raisons pour lesquelles les utilisateurs Airbnb ont choisi le service étaient « prix moins cher, emplacement et expérience authentique » (Guttentag, 2017).

En effet, vivre une ville et vivre comme un local sont des aspects valorisés et recherchés par les utilisateurs d'Airbnb (Yannopoulou et al., 2013). Plus important encore, les coûts relativement faibles d'Airbnb semblent constituer un attrait majeur. Une étude menée par Priceonomics⁹ a calculé la moyenne des tarifs de nuit des chambres d'hôtel et des tarifs Airbnb pour les catégories « Appartement entier » et « Chambre privée » dans chaque grande ville américaine. L'analyse a révélé qu'en moyenne, les consommateurs économisaient 21,2% et 49,5% en optant pour une chambre privée louée sur Airbnb par rapport à un séjour à l'hôtel (Goree, 2016). Cela s'explique, entre autres, par le fait que les hôtes Airbnb sont en mesure de fixer des prix très compétitifs pour leurs espaces parce que leurs coûts fixes primaires (p. ex. loyer et électricité) sont déjà couverts ; les hôtes ont généralement des coûts de main-

⁸ La théorie de l'innovation perturbatrice décrit comment des produits qui n'ont pas les attributs traditionnellement privilégiés mais qui offrent des avantages alternatifs, peuvent avec le temps transformer un marché et attirer les consommateurs ordinaires (Guttentag, 2015).

⁹ Priceonomics est un guide de prix qui aide les entreprises à recueillir des données sur le Web.

d'œuvre minimales ou nuls, ne dépendent généralement pas uniquement de leurs revenus et ne facturent généralement pas de taxes (Guttentag, 2013).

Afin de compenser les désavantages liés au service Airbnb par rapport à l'hébergement traditionnel, la plateforme fournit divers services, tels qu'un service téléphonique 24 heures sur 24 et la publication des avis et évaluations des clients afin d'améliorer la qualité du service et d'instaurer la confiance entre les utilisateurs. La confiance est un élément important et est également favorisée par la communication entre les hôtes et les invités par messagerie directe et par les profils des utilisateurs, qui peuvent afficher une photographie et inclure des renseignements personnels descriptifs (Guttentag, 2013). De plus, il est apparu que les évaluations faites par les consommateurs étaient en moyenne meilleures sur Airbnb que sur Tripadvisor pour les hôtels (Zervas, Proserpio & Byers, 2015). Les explications données par Zervas et ses collaborateurs (2015) ont été que les individus utilisant les services Airbnb notent avec plus de tact les propriétaires qu'ils ne le feraient pour un établissement, car ils créent des liens particuliers et se sentent, de manière générale, plus proches de leurs hôtes.

2.4.1 Airbnb et l'industrie hôtelière

De l'avis général, Airbnb est « mauvais pour les hôtels mais bon pour le tourisme ». L'entreprise affirme qu'elle est complémentaire de l'hospitalité traditionnelle puisque près de 70% de son offre se situe en dehors des quartiers hôteliers centraux, d'une manière globale (Airbnb, 2013). Cependant, selon l'étude réalisée par Zervas et al. (2014), cet argument n'est pas recevable, puisqu'une part considérable (43 à 67%) des inscriptions Airbnb est en concurrence directe avec l'offre hôtelière traditionnelle, car il ne s'agit pas d'espaces partagés (Oskam & Boswijk, 2016). Il a été également constaté, au travers de nombreuses études, que là où le tourisme est encore en phase de croissance, Airbnb pourrait être considéré comme complémentaire à l'offre actuelle de chambres d'hôtels, alors que dans les villes où l'industrie touristique est plus saturée, Airbnb pourrait être considéré comme une concurrence directe (Nieuwland, 2018). Dans ces villes, on peut également s'attendre à ce que l'industrie traditionnelle de l'hébergement continue à faire pression sur les décideurs locaux.

Pour les directeurs d'hôtels, la concurrence de la plateforme Airbnb, à laquelle ils sont confrontés, présente plusieurs caractéristiques uniques qui les distingue de la concurrence avec d'autres entreprises. Premièrement, la plateforme a un coût marginal proche de zéro. En ce sens, une nouvelle pièce peut être ajoutée (ou retirée) avec un surcoût négligeable (Zervas,

2016). De ce fait, Airbnb peut échelonner l'offre presque sans frottement pour répondre à la demande, même dans des délais très courts. Selon cette étude, cette caractéristique unique d'Airbnb a déjà eu un impact significatif sur le pouvoir tarifaire des hôtels en période de pointe. Deuxièmement, Airbnb offre une gamme de produits et de services beaucoup plus large que les hôtels : les utilisateurs d'Airbnb peuvent louer n'importe quoi, d'un appartement à une yourte. En effet, la plateforme surpasse les hôtels dans la dimension de la personnalisation en raison de son large éventail de logements et de lieux, permettant une véritable micro-segmentation et une adéquation parfaite entre le client et l'hôte. Aucune maison n'est semblable à une autre, ce qui donne aux clients une expérience unique à chaque fois, renforçant le caractère heureux associé à un séjour Airbnb (Dolnicar, 2018). Plus important encore, comme Airbnb tire parti de l'inventaire de logements existants, il peut potentiellement accroître l'offre là où il y a déjà des maisons et des immeubles d'habitation. Cela contraste avec les hôtels qui doivent être construits à des endroits conformes aux exigences locales en matière de zonage. Pour toutes ces raisons, il est particulièrement difficile pour les entreprises hôtelières de s'adapter à cette forme de concurrence (Zervas, 2016).

Malgré la très forte couverture médiatique d'Airbnb et l'intérêt manifesté par les sociétés de conseil, les études empiriques universitaires qui portent sur l'impact d'Airbnb sur les hôtels sont très limitées, ce qui s'explique principalement par la rareté des données accessibles au public. L'une des études empiriques les plus citées à ce sujet est *The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry* (Zervas, Georgios ; Prosperpio, Davide ; Byers, John, 2015) qui porte sur le Texas. Deux conclusions principales ont été tirées de cette étude. La première était significative d'un point de vue statistique : l'effet d'Airbnb sur la rentabilité du secteur de l'hôtellerie et de la restauration. Une augmentation de 1% des inscriptions d'Airbnb implique une réduction de 0,05% des recettes des hôtels. La deuxième conclusion est que cet effet est plus important pour les hôtels de catégorie inférieure (à savoir les 0-3 étoiles). Les résultats d'une étude ayant pour but d'estimer l'impact de l'offre Airbnb sur le secteur hôtelier, à Toronto, suggèrent qu'Airbnb a un impact statistiquement positif sur la variation du nombre de nuitées d'hôtels vendues sur le marché global de Toronto. En examinant de plus près chacune des six classes d'hôtels, l'auteur de l'étude émet l'hypothèse que les hôtels de classe moyenne sont les seuls qui subissent un impact statistiquement significatif de la croissance d'Airbnb (Mohamad, 2016).

Les mêmes déclarations ont été affirmées, dans *the Rise of the sharing economy* par Zervas & al. (2016), où il a été constaté que l'impact Airbnb est progressivement amplifié à mesure que l'on descend dans les catégories de prix (Zervas, 2016). De plus, l'impact différentiel d'Airbnb sur les chaînes hôtelières par rapport aux hôtels indépendants a été également étudié par Zervas & al. (2015) et il en est sorti que les chaînes hôtelières sont moins touchées que les hôtels indépendants. Les raisons mentionnées dans cette étude ont été des budgets marketing plus importants, une marque et une réputation, de manière générale, plus fortes qui entretiennent un service cohérent et prévisible (Zervas, Georgios ; Prosperpio, Davide ; Byers, John, 2015).

La ville de Barcelone et son centre-ville lui-même ont accueilli plus de 17 millions de nuitées annuelles en 2014. Depuis 2010, la ville a connu une croissance régulière en termes de capacité d'hébergement commercial : plus de 100 nouveaux hôtels ont augmenté leur capacité d'accueil de 21% (soit plus de 75'000 lits). Les locations à court terme ont également augmenté de 18% sur cette période de cinq ans, tandis que les inscriptions d'Airbnb ont quadruplé en un an, atteignant plus de 17'000 inscriptions en 2015. Alors que la durée moyenne de séjour est passée de 1,97 à 2,17 jours et que les oscillations saisonnières sont moins extrêmes, les tarifs moyens des chambres et l'occupation des chambres stagnent, ce qui indique une rentabilité moindre, en particulier dans les établissements de catégorie inférieure (0-3 étoiles). La concurrence est particulièrement visible dans les quartiers du centre-ville, avec une forte concentration d'hôtels ainsi qu'une capacité locative à court terme en économie collaborative (Dredge, 2016). Cela contredit, une nouvelle fois, l'argument cité en début de chapitre, par le géant californien, disant que son offre se situait principalement en dehors des quartiers hôteliers centraux.

2.4.2. L'hôtellerie traditionnelle face au mouvement Airbnb

Comme vu au chapitre précédent, l'arrivée de la plateforme a eu un impact sur l'industrie hôtelière partout dans le monde et plus précisément dans les grandes villes. Cela dit, il y a également des signes que les hôtels changent leurs stratégies en raison de la concurrence accrue de l'offre Airbnb et réagissent aux tendances actuelles du tourisme (Varma et al., 2016). L'examen de la façon dont les industries de l'hébergement traditionnel réagissent à la réglementation actuelle et à la concurrence croissante d'Airbnb, pourrait constituer une autre piste de recherche (Nieuwland, 2018).

L'une des dimensions où les hôtels obtiennent d'aussi bons résultats en comparaison à l'offre Airbnb est l'hospitalité, comme le confirme une étude de Mody, Suess et Lehto (*Can hospitableness provide hotels competitive advantage over the sharing economy ?*, 2018). Plus « d'unités d'investisseurs » sur la plateforme Airbnb signifie que l'hôte n'est souvent pas présent lorsque les clients arrivent chez lui. De plus, toute la communication se fait par voie électronique et avec quelqu'un qui gère l'unité Airbnb et qui n'est pas nécessairement le propriétaire ou l'habitant (Mody & Gomez, 2018). En retour, les hôtels qui exploitent le facteur humain – l'accueil chaleureux et l'interaction authentique entre le client et le personnel de restauration – créent des émotions plus positives, qui conduisent, ainsi, à une plus grande fidélité de la marque. Il est impératif que les marques d'hôtels pensent réellement à l'expérience de haute technologie et de haute qualité qu'elles cherchent à offrir, en particulier à l'âge d'or de la prolifération des marques que nous vivons. La même étude indique que si Airbnb tire parti de l'authenticité de l'expérience du voyage en permettant des expériences locales qui procurent un sentiment de soi et d'appartenance, les marques d'hôtels qui sont perçues comme authentiques, originales et sincères peuvent générer une plus grande fidélité à la marque. De cette manière, l'authenticité de la marque est un des piliers sur lequel les hôtels peuvent construire une base solide pour conserver sa relation avec la clientèle. C'est particulièrement important, car si Airbnb promeut l'authenticité expérientielle comme une raison clé d'utiliser la marque, la plupart des voyageurs semblent prendre en compte des facteurs beaucoup plus fonctionnels tels que l'espace et le prix (Chen & Xie, 2017).

Au-delà de la marque individuelle, l'industrie hôtelière a commencé à participer à l'activité de partage de location et cherche, de plus en plus, à intégrer ces modèles commerciaux de plateforme. Par exemple, alors qu'Accor¹⁰ a acheté *Onefinestay*¹¹, *Marriott*¹² s'est associé à *Hostmaker* pour créer *Tribute Portfolio Homes*, une plateforme de logements de particuliers, qui propose, en outre, des équipements équivalents aux chambres des hôtels haut de gamme,

¹⁰ Accor est le premier groupe hôtelier en Europe et le sixième à l'échelle mondiale. La marque est à l'origine française et possède, gère et franchise des hôtels, des stations touristiques et résidences de vacances (Wikipédia, Accor, 2020b)

¹¹ Onefinestay est une société hôtelière basée à Londres et fournit entre autres un service aux propriétaires de maisons distinctives, plutôt haut de gamme, notamment pour réchauffer les lits froids (Wikipédia, Onefinestay, 2020c)

¹² Marriott est un groupe hôtelier américain spécialisé dans l'hôtellerie de luxe (Wikipédia, Marriott International, 2020d)

un partenariat qui a récemment été étendu à quatre villes européennes. D'autres moyens plus novateurs et plus audacieux d'intégrer l'éthique de l'économie de partage dans un hôtel pourraient consister à proposer un « étage Airbnb », une antithèse de l'étage club, qui ne proposerait pas de services d'entretien ménager et autres services hôteliers et donc offert à un prix plus bas. Les marques d'hôtels deviennent, dès lors, des « marchés de marque » pour l'hébergement et pas seulement pour les chambres d'hôtels, il serait peut-être intéressant de répertorier les chambres d'hôtels sur des plateformes d'hébergement alternatives. *HomeAway* ajoute déjà des hôtels à sa plateforme par le biais du réseau d'affiliation *Expedia*. Certaines de ses stratégies ont pour but de se refaire une image et donc d'être « pour tout le monde », tout en permettant aux hôtels indépendants et aux hôtels-boutiques de récolter les avantages de la distribution de marques à un coût inférieur à celui des marques traditionnelles d'OTA (Mody & Gomez, 2018)

En termes de capacité d'hébergement commercial, Amsterdam, par exemple, a connu une croissance sans précédent (11% d'augmentation du nombre de lits entre 2014 et 2015), qui s'explique principalement par le boom de l'offre sur le marché de la location de courte durée, facilité par les opérateurs de plateformes numériques. Le prix moyen des chambres et le taux d'occupation des chambres ont tous deux augmenté, ce qui indique une amélioration de la rentabilité. Néanmoins, l'évolution a été inégale. Les établissements de catégorie inférieure (0-3 étoiles) signalent une stagnation des taux d'occupation et des tarifs des chambres, ce qui indique une concurrence accrue de la location de résidences privées pour les vacances. Ces derniers répondent à la concurrence en diversifiant leurs offres, et comme avancé par les différentes stratégies citées, par la spécialisation soit dans les hôtels-boutiques, soit dans les hôtels-appartements (petites unités) ou comme hostel, plus économique (Dredge, 2016). Il convient de souligner que les éléments évoqués par l'auteure, dans ce chapitre, ne sont qu'une partie de l'ensemble des solutions discutées dans la littérature liée à l'impact de l'offre Airbnb, pour l'industrie hôtelière.

2.5 Conséquences de l'économie collaborative sur le marché immobilier

Depuis sa création, Airbnb s'est développée aussi rapidement qu'elle a suscité des demandes de réglementation. Une critique clé de la plateforme et de sa rhétorique de "partage" a été qu'elle encourage en fait l'utilisation professionnelle de la plateforme et donc

l'accumulation de propriétés supplémentaires afin d'acquérir des loyers. L'augmentation des revenus des locations à court terme encouragée par Airbnb a également incité les propriétaires à se tourner vers la plateforme plutôt que de les mettre sur le marché de la location à long terme où ils gagneraient moins. Il a été suggéré que ces changements ont un impact significatif sur les marchés locatifs et immobiliers locaux (Ferreri, 2018) tout en contournant les réglementations locales en matière de sécurité et de fiscalité.

En effet, les critiques soutiennent le fait que les plateformes de partage de logements comme Airbnb augmentent le coût de la vie des locaux tout en profitant principalement aux propriétaires locaux et aux touristes non-résidents. En réduisant les frictions sur le marché de la location à court terme entre pairs, les plateformes de partage de logements incitent certains propriétaires à passer de l'approvisionnement du marché à long terme – auquel les résidents sont plus susceptibles de participer – à l'approvisionnement du marché à court terme – auquel les non-résidents sont plus susceptibles de participer. Comme l'offre totale de logements à court terme est fixe ou inélastique, cela fait augmenter le taux de location sur le marché à long terme. Les préoccupations concernant l'impact du partage de logement sur des tarifs de location abordables, ont suscité beaucoup d'attention de la part des décideurs et ont incité de nombreuses villes à imposer des règlements plus stricts sur le partage de logement. (Barron, Kung, & Proserpio, 2018).

Cas de l'Europe

Les pressions exercées sur la capacité du logement et d'hébergement dans des grandes villes populaires telles qu'Amsterdam ou Barcelone ont entraîné de graves pénuries de logements et des coûts de logement élevés.

Dans la ville d'Amsterdam, 56% des logements est composé de logements locatifs. La capacité de logement sociaux diminue ; les nouvelles constructions ciblent principalement les locataires privés. Les ménages composés d'une seule personne restent le groupe le plus important, représentant 53% des 400'000 ménages de la ville. Toutefois, le nombre de ménages disposant d'un revenu minimum et de plusieurs personnes (telle que colocation) est en hausse, ce qui indique une augmentation de la densité des quartiers et la mise en commun des revenus personnels pour faire face à la hausse des coûts de la vie. Par rapport à leurs

compatriotes de la région urbaine d'Amsterdam, les habitants du centre-ville sont moins satisfaits de leur situation en matière de logement (Dredge, 2016).

Comparé à d'autres régions d'Espagne, le logement à Barcelone est 16% plus cher et subit une pression supplémentaire en raison de l'augmentation rapide des locations de vacances à court terme, particulièrement dans les zones centrales. Depuis 2014, la disponibilité des logements à usage touristique a augmenté de 36%. Barcelone en particulier, connaît une forte concentration d'habitations touristiques dans certains quartiers, car c'est la quatrième destination en termes de clients Airbnb. Outre l'impact économique positif sur la ville et les ménages, ce phénomène a également eu des effets secondaires négatifs, surtout dans un pays où 66,5 % de la population vit dans des appartements (les plus élevés des États membres de l'UE), qui sont normalement organisés en copropriétés. (Llop, 2017). Aujourd'hui, la concentration des locations de vacances dans le quartier de Barri Gotic, un quartier résidentiel du centre-ville, dépasse 10% de l'immobilier total. L'afflux de touristes utilisant la location à court terme de logements résidentiels a été lié à la diminution du nombre de résidents permanents, à la mobilité accrue de la communauté restante et aux répercussions connexes sur la viabilité économique des infrastructures sociales et communautaires, comme les écoles¹³.

Une importante loi sur le logement a été approuvée en 2007 dans la région de Catalogne qui régleme l'activité économique dans les unités résidentielles. L'obtention d'un permis municipal était nécessaire pour développer une activité et son absence était considérée comme une infraction grave (Segù, 2018). Un décret a ensuite été adopté en 2010 réglementant spécifiquement les loyers touristiques à court terme. Une unité résidentielle qui doit être utilisée comme appartement touristique doit avoir le permis d'activité commerciale correspondant, être cédée en totalité (et non en partie) et avoir le certificat d'occupation. Ainsi, lorsque Airbnb est arrivé pour la première fois à Barcelone vers 2010, la location sans permis était illégale, tant pour des appartements entiers que pour des chambres privées. Toutefois, la prolifération de l'Airbnb ne semble pas avoir été entravée par l'environnement juridique, car ces processus coûteux ont affaibli l'application de la loi (Segù, 2018).

¹³ <http://www.citylab.com/housing/2015/12/barcelona-airbnb-tourism/421788/>

Depuis l'arrivée d'un nouveau maire en mai 2015, la préoccupation pour les locations illégales à court terme s'est accrue et donc l'application de la loi a été renforcée par la création d'un nouveau corps municipal, les "observateurs des appartements" chargés de détecter les locations illégales d'Airbnb. Le renforcement de la procédure d'exécution pourrait être l'une des raisons de la diminution du taux de croissance des inscriptions d'Airbnb depuis 2017 (Segù, 2018).

2.5.1 le marché du logement

La question de savoir si le partage du logement augmente ou non les coûts de logement pour les résidents locaux est une question empirique. Il y a plusieurs raisons pour lesquelles il pourrait ne pas l'être. Le marché de la location à court terme peut être très restreint par rapport à celui de la location à long terme. Dans ce cas, même des changements importants sur le marché à court terme pourraient ne pas avoir d'effet mesurable sur le marché à long terme. Même si le taux de location à court terme est élevé par rapport au long terme, les propriétaires peuvent toujours opter pour une location à long terme considérée plus fiable et leur offrant un flux de revenus plus stables pour ces derniers. Par ailleurs, la cohabitation est une option envisageable et qui n'entraîne pas de réaffectation du long terme au court terme, puisque, dans cette situation, les propriétaires occupants – propriétaires de leur maison – peuvent approvisionner le marché de la location à court terme en chambres d'appoint et cohabiter avec leurs invités ou encore peuvent offrir, comme service, la totalité de leur maison pendant leur absence temporaire. Un autre exemple à prendre en compte serait celui des résidences secondaires ou de vacances qui n'auraient de toute façon pas été louées à des locataires à long terme, particulièrement en raison du caractère restrictif des baux à long terme et des exigences des personnes en quête d'une location à long terme (Horton, 2016). Dans ces cas précis, qu'il s'agisse de propriétaires-occupants ou de propriétaires de résidences secondaires, ces logements ne seraient pas mis à la disposition des locataires à long terme et cela indépendamment de l'existence d'une plateforme de partage de logement. Au contraire, le partage de logement fournit à ces propriétaires une source de revenu pendant des périodes où leur capacité de logement serait autrement sous-utilisée

Selon Dredge (2016), l'hébergement touristique en économie collaborative n'a pas causé de pénurie de logements et de problèmes d'abordabilité, mais sa croissance a peut-être aggravé ces conditions. Dans toutes les villes européennes citées plus haut, il est plus rentable de louer

un appartement dans le secteur de l'hébergement touristique à court terme que de le louer comme résidence à long terme. Il s'agit d'une incitation du marché rendue possible par une combinaison de tendances en matière de logement, d'économie et de tourisme. Bien que la plateforme ait contribué à l'érosion du parc de logements résidentiels à des degrés divers dans chacune de ces villes, la croissance de l'hébergement d'économie collaborative n'est pas la cause directe et unique de ces problèmes (Dredge, 2016).

Les logements sociaux et locatifs (qui représentent plus de la moitié du marché du logement pour chaque cas) sont sous la pression d'une demande croissante, mais aussi plus diversifiée : investisseurs immobiliers aisés d'une part, et un jeune précaire en difficulté économique d'autre part. Les problèmes liés aux coûts abordables du logement poussent les résidents avec des difficultés financières à chercher un revenu supplémentaire par la location, tandis que les investisseurs immobiliers convertissent le parc de logements en location de courte durée pour les touristes, ce qui est plus rentable que la location aux résidents locaux.

2.5.2 Changement des foyers

Le rôle de la famille en tant qu'unité économique centrale de la société est en train de se dissoudre et est remplacé par une pluralité de modes de vie (ménages composés de plusieurs personnes, unions consensuelles et partenariats). La location en collaboration (colocation) et la mise en commun des coûts est une nouvelle stratégie d'adaptation financière pour les jeunes citadins. La taille moyenne des ménages diminue comme à Berlin et à Paris où la taille est la plus faible (1,7 personne) et les personnes vivant seules de plus en plus nombreuses. La nécessité pour ces personnes de compléter leur revenu est potentiellement un moteur de leur implication en tant qu'hôtes dans le secteur de l'hébergement touristique en économie collaborative.

2.6 La résistance dans les grandes villes

Face au surpeuplement des centres-villes à la hausse des loyers et de l'augmentation du tourisme et autres conséquences vues dans les chapitres précédents, les citoyens locaux se sont exprimés et se sont fait finalement entendre auprès des autorités. Chaque ville organise sa lutte contre la plateforme de location à court terme.

En effet, les autorités locales ont réagi de manière très différente à New York, Singapour, Londres ou Berlin, de grandes villes très fréquentées par les touristes. Une modification

législative de 2011 interdit par exemple, à New York, la location pour moins de trente jours de logements situés dans des maisons plurifamiliales comptant plus de deux appartements ; peu d'exceptions sont admises. Par ailleurs, dans de nombreux cas, la sous-location n'est permise que si le consentement écrit est donné par le bailleur principal. Or, nombre de locataires l'ignorent, d'où des écarts fréquents. En Espagne, suite à l'organisation de conditions plus restrictives pour la plateforme, la ville souhaite mettre une équipe de surveillants dont la tâche serait de passer au peigne fin chaque emplacement afin de rapporter d'éventuelles locations touristiques, jugées illégales et de s'assurer, ainsi, que ces nouvelles normes soient respectées (Lopez, 2019). La ville de Berlin quant à elle, a récemment restreint l'offre. L'interdiction de modifier l'affectation des habitations votée par son sénat est entrée en vigueur le 1^{er} mai 2004. Il est défendu, par conséquent, de laisser des habitations vides, de les arracher ou de les transformer en locaux commerciaux, ou logements de vacances. L'interdiction concerne avant tout la location de logements complets, puisque la mise à disposition de moins de 50% de la surface habitable, à savoir la location de chambre, demeure légale et autorisée dans la ville allemande. Les autorités la considèrent comme un instrument nécessaire pour lutter contre la pénurie de logements. En revanche, celle-ci est aussi critiquée par ceux qui rappellent que la proportion de logements de vacances n'atteint que 1%, et ce pour quelques 1,9 millions de logements de vacances dans Berlin. Au contraire de New York, Singapour, ou Berlin, la ville de Londres a quant à elle, décidé d'assouplir sa réglementation en vue de favoriser les nouvelles formes de transactions. Les propriétaires de logements peuvent désormais louer leur bien sans autorisation, ni déclaration pendant 90 jours au plus par année civile. Amsterdam applique une législation de même type, relative au nombre maximal de jours où une résidence principale peut être louée sans autorisation (Phibbs, 2017).

Différents pays ont adapté aussi leurs règles fiscales en proposant des franchises fiscales qui s'adressent aux particuliers qui louent des logements. La franchise est par exemple passée de 4250 à 7500 livres sterling en Grande-Bretagne. Plusieurs États tentent d'optimiser les dispositifs techniques permettant l'échange d'informations entre les autorités, les loueurs et les plateformes, afin d'améliorer également la perception des impôts. De nombreuses autorités municipales entretiennent déjà une collaboration avec Airbnb pour assurer la perception de la taxe de séjour (SECO, 2017).

D'une manière générale, la réglementation est en train de se durcir, en raison à la fois de la pression sociale des communautés locales et du lobbying de l'industrie hôtelière, qui considère Airbnb comme un concurrent déloyal. Finalement, les autorités locales ont mis en œuvre des réglementations qui peuvent être classées en trois catégories : les réglementations d'entrée, les réglementations de volume et les mesures d'exécution. Citons par exemple l'obligation d'obtenir un permis d'exploitation (San Francisco, Berlin, Barcelone, Paris, Vancouver), l'obligation d'être résident (San Francisco) et la restriction de l'activité aux appartements occupés par le propriétaire (Vancouver à partir d'avril 2018). Deuxièmement, d'autres villes tentent de limiter le volume de l'activité en plafonnant le nombre de nuits où un appartement peut être loué. En voici quelques exemples : Paris (maximum 120 jours par an), Amsterdam (60 jours par an), Londres (90 jours), New York (au moins 30 jours consécutifs) et le Japon (limite nationale de 120 jours) (Segú, 2018). Étant donné que la surveillance des deux types réglementation précédents est difficile et coûteuse, les villes ont élaboré deux stratégies d'application différentes : les amendes et les ententes de collaboration avec l'entreprise. New York et Barcelone imposent des amendes aux hôtes qui ne se conforment pas à la réglementation, ces amendes peuvent atteindre \$ 7'500 et € 60'000, respectivement (Lopez, 2019). Il en résulte un tableau contrasté des régulations mises en places à l'échelon international en rapport à l'avènement des plateformes collaboratives comme Airbnb. Il importe de suivre l'évolution des règles d'autres pays pour pouvoir reconnaître à temps celles qui pourraient s'avérer utiles en Suisse (SECO, 2017)

3. Question et objectifs de recherche

A travers la revue de littérature scientifique, nous avons pu constater que la plateforme Airbnb, issue de l'économie collaborative, fait polémique un peu partout dans le monde. On connaît, désormais les différentes conséquences, positives ou négatives, que soulèvent la société dans de nombreuses grandes villes.

Il est ainsi intéressant de se questionner sur la situation à Montreux, en Suisse. Ce travail a pour but d'analyser les bénéfices comme les externalités négatives de la plateforme Airbnb sur la ville de Montreux.

Pour répondre à cette question, il sera dans un premier temps nécessaire d'établir un aperçu de la situation d'Airbnb, en Suisse et particulièrement, dans la région Montreux Riviera. Cette première partie aura pour objectif de comprendre les conséquences sociales, à savoir sur l'organisation territoriale (à savoir les relations entretenues entre touristes et locaux), mais aussi sur l'aménagement urbain (à savoir le marché immobilier et les espaces communs) et finalement d'en connaître davantage sur les réglementations suisses face à cette nouvelle forme d'hébergement.

Ensuite, il sera intéressant à travers cette étude de cas d'étudier l'impact de la plateforme sur le secteur de l'hôtellerie traditionnelle, puisque celle-ci a toujours été la branche phare du tourisme suisse et revêt une importance cruciale pour l'économie. Cela nous aidera à connaître les enjeux auxquels les hôtels doivent faire face et à comprendre comment les hôtels se réinventent pour contrer l'offre.

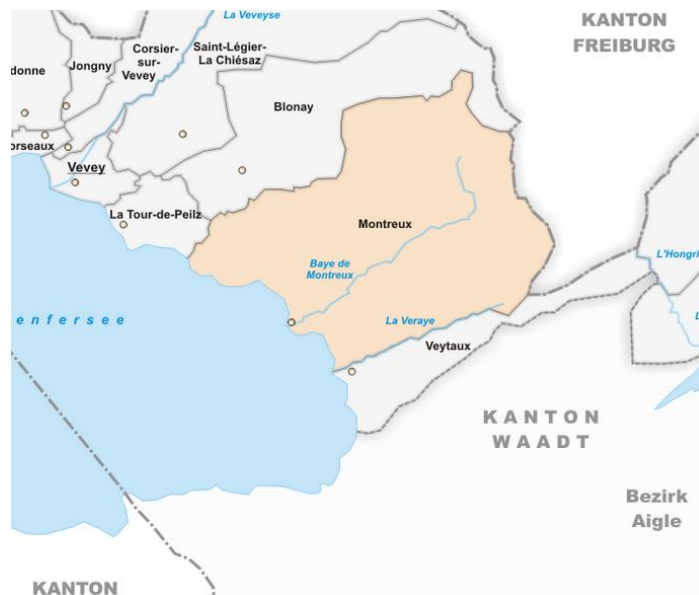
Finalement, le troisième objectif aura pour but de peser le pour et le contre de l'activité des plateformes collaboratives type Airbnb, dans la ville de Montreux, c'est-à-dire, de mesurer les conséquences socio-économiques face à la plus-value touristique et de déterminer, en conséquences, si les mesures prises, jusqu'à présent, sont efficaces et efficientes pour la ville de Montreux.

4. Méthodologie

En vue de la partie analytique, il convient d'établir une méthodologie. Ce chapitre explique les procédés suivis pour répondre à la question de recherche, qui pour rappel est : Quelles sont les conséquences du développement d'Airbnb pour la ville de Montreux et sa communauté ? Pour répondre à cette question, neuf entretiens semi-qualitatifs ont été réalisés. Les intervenants ont été choisis et adaptés au fur et à mesure de l'avancement de travail et des réponses reçues, mais aussi adapté d'après la documentation en relation avec les différentes problématiques locales et conséquences évoquées dans la revue de littérature scientifique. Ceux-ci ont été choisis plus particulièrement en fonction de leurs statuts et leur expertise en la matière, pour mieux comprendre la situation réelle.

En effet, l'analyse se basera dans un premier temps sur des données secondaires comme des articles scientifiques, statistiques officielles ou rapports des sites tels que celui « d'Inside Airbnb » qui compile les informations quotidiennes du site Airbnb ou encore de lois provenant de sites internet variés. L'avantage de la plateforme « Inside Airbnb » est qu'elle permet une analyse fine au niveau des communes. La cartographie élaborée par le site permet de consulter le nombre d'objets disponibles sur la plateforme Airbnb pour chaque commune vaudoise et d'activer divers paramètres en vue d'estimer la fréquence et la durée de (sous-) location ou encore le prix moyen par nuitée par exemple. Il convient de souligner que l'algorithme développé par Inside Airbnb sous-estime volontairement l'utilisation de la plateforme et reste, comme tout autre outil d'extraction de données de plateformes collaboratives, une estimation. Il est important de relever que certaines données ou statistiques sont basées uniquement sur Montreux, alors que d'autres concernent le district de la Riviera-Pays-d'Enhaut. Pour clarifier ce point, il est possible, dès lors, de voir leurs délimitations respectives sur les figures 7 (en orange) et 8 (en gris) ci-dessous.

Figure 7 : Montreux



Source : (Wikipédia, 2020e)

Figure 8 : Riviera-Pays-d'Enhaut¹⁴



Source : (Wikipédia, 2020f)

Afin d'approfondir ma recherche et comme mentionné plus haut, des interviews semi-directifs ont été menés. Les interlocuteurs sont les suivants :

- Monsieur Julian Lee, Fondateur de GuestLee Property Management

¹⁴ La Riviera-Pays-d'Enhaut fait partie des dix districts du canton de vaud et comprend 13 communes, dont Vevey est le chef-lieu.

- Madame Nadine Woeffray, Habitante et propriétaire à Montreux
- Madame Estelle Mayer, Directrice du Tralala à Montreux et du Vevey Hotel & Guesthouse, Présidente du SHMV
- Madame Irene Mokveld, Senior Logistics & Artistic Coordinator, au Montreux jazz Festival
- Monsieur Piemontesi, Président de la taxe de séjour, Commune de Montreux, Direction Economie, Culture et Tourisme
- Monsieur Wilhelm Ohnmacht, Directeur et gérant de la boulangerie Ohnmacht à Montreux
- Madame Anne Rapin-Zurcher, Habitante de Montreux et Gérante de la confiserie Zurcher, à Montreux
- Monsieur Laurent Badoux, Consultant à l'ASLOCA, Montreux-Est-Vaudois
- Madame Marion Duc, Cheffe de projet Marketing & Communication, MVT

Malheureusement, certains n'ont pas souhaité répondre à mes questions, au vue de la situation (COVID-19). En effet, plusieurs agences immobilières de la région ont été contacté, mais celles-ci n'ont pas souhaité entrer en matière, toutefois, certaines informations ont été échangées avec Madame Janic Moser, responsable office du logement à la commune de Montreux et certaines statistiques du canton de Vaud nous ont été transmises par ce biais. La méthodologie appropriée pour l'analyse des données de ces entretiens est de type qualitative : le procédé sera l'analyse de discours.

Les entretiens semi-qualitatifs nous permettront de dégager certaines informations et de parvenir à une première ébauche de réponses. Cependant, il convient de souligner que chaque personne interviewée défend ses intérêts et qu'il est important, dès lors, de garder une certaine distance lors de l'analyse. Les résultats des entretiens seront exploités tout au long du travail.

5. Etude de cas

Afin de répondre à la question de recherche de travail, il est essentiel de comprendre l'ampleur du phénomène Airbnb. Ce chapitre présente, dans un premier temps, l'histoire de la plateforme et de son développement en Suisse et en particulier pour la ville de Montreux. Les tendances actuelles et futures de la plateforme seront évoquées. Suit l'analyse de notre étude qui expose principalement les conséquences de la plateforme dans la région de Montreux par chapitre.

5.1.1 Histoire de la plateforme

L'histoire de la plateforme collaborative Airbnb débute lorsque ses fondateurs Brian Chesky et Joe Gebbia (résidents de San Francisco) n'étaient plus en mesure de s'acquitter de leur loyer. En raison d'une conférence importante donnée dans leur ville, tous les hôtels de la ville affichaient complets. Tous deux décidèrent, alors, de monter un simple site internet surnommé Airbedandbreakfast.com afin de proposer l'hébergement (un simple lit) aux intéressés concernés. Le concept fonctionne et très vite, plusieurs personnes viennent occuper leur salon. S'ensuit le développement du concept avec l'aide d'un de leurs amis, Nathan Blecharczyk. Rapidement, l'idée est perfectionnée et remporte un franc succès, particulièrement pour sa simplicité : une personne désireuse de louer une chambre dans son logement ou son logement entier s'inscrit sur la plateforme. Cette personne se charge d'insérer les différentes informations liées à son bien, fixe librement le prix de location et indique les disponibilités dans un calendrier. Le futur hôte ou visiteur recherchant un logement, se rend sur la plateforme et y insère la destination, les dates de sa venue et le nombre de voyageurs. Il fait, alors, son choix parmi les biens disponibles et envoie une demande de réservation. Une fois la location conclue, Airbnb, en tant qu'intermédiaire, débite le montant de la location moyennant les frais de réservation pour l'hôte et le verse au loueur, en échange d'une commission, 24 heures après l'arrivée du client, afin de s'assurer d'éviter tout malentendu. L'entreprise elle-même, ne gère pas et ne contrôle pas les biens qui sont loués sur sa plateforme. Ses tâches se limitent à référencer les biens, traiter les paiements et couvrir ses utilisateurs avec une assurance. Les biens rendus disponibles par la plateforme se répartissent en trois catégories : « logement entier », « chambre privée » et « chambre partagée ». Finalement, les types de logement varient énormément : Du chalet tout confort à l'appartement de luxe, en passant par les logements plus atypiques des camping-cars,

cabanons, péniches etc. Rapidement, le concept s'est imposé comme une alternative aux modèles d'hébergement traditionnels, offrant notamment la possibilité – selon les dires des utilisateurs – de bénéficier de tarifs préférentiels et de vivre une expérience différente, jugée plus authentique et proche du mode de vie local que du tourisme de masse.

Si Airbnb est né d'un concept simple, un réseau de location de vacances accessible à tous, le géant californien vaut, aujourd'hui, plus de 25 milliards de dollars, bien plus que les groupes hôteliers tels que Marriott et Starwood (Forbes, 2020). La plateforme américaine continue son évolution fulgurante, en investissant toujours plus dans l'industrie du voyage et en diversifiant ses services, toujours plus adaptés à la demande. Parmi ces nouvelles offres, la dénommée « Airbnb Luxe ». Avec cette dernière, Airbnb compte satisfaire une clientèle plus exigeante et plus fortunée. « Airbnb plus » permet de se concentrer sur une sélection de logements de qualité. En effet, ces maisons ont été vérifiées pour leur qualité, leur confort, leur conception, leur entretien et les commodités qu'elles offrent. Leurs hôtes sont généralement cotés 4,8+. Avec « Airbnb Experiences », les voyageurs peuvent participer à toutes sortes d'activités, des grands espaces - randonnées et surf - aux visites gastronomiques et autres expériences inédites. En plus de ces produits, Airbnb a également "créé" ses propres segments de voyageurs : des chercheurs de nouveauté et d'expérience qui recherchent un hébergement unique et non conventionnel comme des yourtes, des cabanes dans les arbres et des bateaux, toutes choses qu'une compagnie hôtelière traditionnelle ne peut pas fournir (ATS, 2019).

Avant la pandémie du COVID-19, la plateforme avait prévu de rentrer en Bourse en 2020 avec une valorisation prévue de 31 milliards de dollars. Selon la société d'analyse des locations à court terme AirDNA, plus de 80% des réservations pour la première moitié du mois d'avril ont été annulés. Si son entrée en bourse pourrait être reportée jusqu'en 2021, celle-ci compte bien rebondir quand les choses reviendront à la normale (Forbes, 2020).

5.1.2 Airbnb, à Montreux et en Suisse

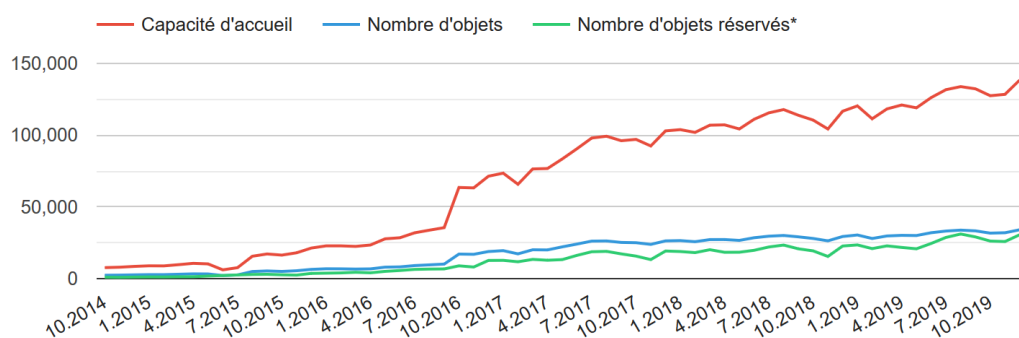
Si le présent rapport se concentre principalement sur les activités d'Airbnb, pour la ville de Montreux, il est cependant à noter que de nombreux autres sites de location entre particuliers sont apparus sur le marché, ces dernières années, à l'instar de CouchSurfing, HouseTrip, Booking.com, HomeAway ou encore TripAdvisor par exemple. En termes de nombres d'objets, Airbnb (avec 32'761 objets enregistrés en 2018) domine largement le marché de la location

d'appartements et de maisons en Suisse. C'est une augmentation de plus de 3'000 objets depuis 2017 (Tourobs, 2018).

Comme partout dans le monde, la plateforme d'hébergement Airbnb remporte des parts de marché au sein de la Suisse. Si elle fait également sujet de discorde au niveau national, il y a aussi lieu de relever les potentielles opportunités liées au développement d'Airbnb qui accroît l'offre d'hébergement et stimule le potentiel touristique suisse (SECO, 2017).

Pour l'ensemble de l'année 2018, 49'207 objets, dont une estimation de plus de 92'000 lits a été recensé, sur la plateforme, en Suisse. Airbnb a déclaré que près de 900'000 voyageurs provenant de plus de 50 pays ont séjourné sur le territoire helvétique, en 2018 et ont déboursé, en moyenne 98 francs par nuit et par logement, pour une durée de séjour de 3.4 nuits. Les hôtes avaient, en moyenne, 38 ans et le nombre de personnes par réservation s'élève à 2.4 pour cette année (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2019). La plateforme aurait ainsi généré environ 3 millions de nuitées en Suisse, pour 2018. Les voyageurs ayant réservé sur la plateforme, au cours de cette même année, ont contribué, de manière directe, à hauteur de plus de 642 millions de francs à l'économie suisse (ATS, 2019). Ces estimations correspondent, d'une part à la somme des revenus encaissés par les hôtes lors de chaque transaction et d'autre part au total des dépenses consacrées sur place par les voyageurs durant leur séjour (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2019).

Figure 9 : Évolution de l'offre Airbnb, en Suisse, 2014-2019



Source : (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2019)

L'illustration ci-dessus démontre l'évolution de l'activité Airbnb, dans le canton de Vaud, de 2014 à 2019. On dénombrait seulement 76 objets en 2014, quand l'activité a réellement démarré, en Suisse, contre plus de 40'000, en 2019 (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2019).

Tourops relève dans un communiqué suivre l'évolution d'Airbnb depuis 2014, année durant laquelle la croissance de la plateforme s'est accélérée. Sur les 49'207 logements répertoriés, en 2018, en Suisse, 90% ont été réservés au moins une fois. Le Valais arriverait en tête très nettement, avec 8'484 offres réservées, devant Zürich (5'757), Vaud (4'636), Berne (4457) et Genève (4'275) (ATS, 2019). Tandis que le marché stagne dans les grandes villes comme Genève, les Vaudois sont de plus en plus friands de la location de leur appartement via Airbnb et le canton affiche une hausse de 11,2% (Mavilia, 2019)

Tableau 1 : Données Airbnb : comparaison par canton, 2018

Ville	Nombre d'objets réservés	Durée moyenne de séjour	Prix moyen affiché en CHF sur Airbnb
Valais	8'484	3.6	64.- /lit
Zurich	5'757	3.4	78.- /lit
Vaud	4'636	3.8	72.-/lit
Berne	4'457	3.3	60.-/lit
Genève	4'275	3.7	96.-/lit
Grisons	4007	4.1	69.- /lit
Suisse (moyenne)	1'693	3.6	73.-/lit

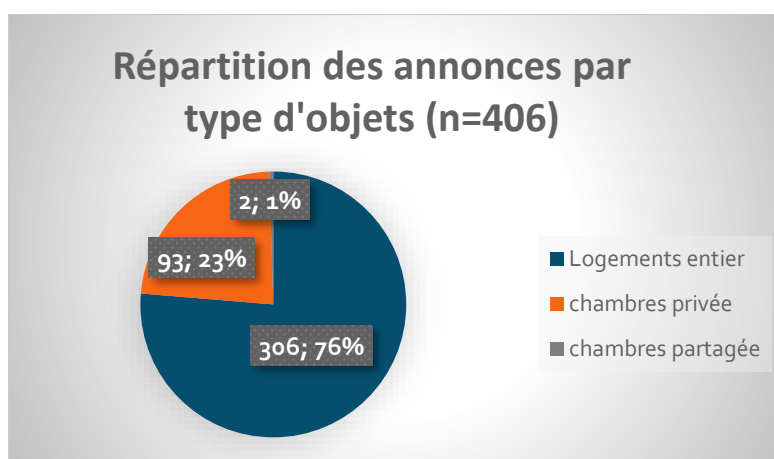
Source : (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2019).

La différence de prix de location Airbnb, en Suisse varie selon les cantons. En règle générale, l'offre des régions de montagne du Valais et des Grisons, proposent les moyennes de prix les plus élevées du pays, 262.- et 222.- respectivement (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2014). Cette différence s'explique certainement par le fait que les régions de montagne proposent des objets de plus grande taille que les villes (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2014) avec une moyenne de capacité d'accueil par objet de 4,57 pour les Grisons et 5,39 pour le Valais (contre 3,67 pour le canton de Vaud) (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2019). Relevons que le tableau 1 mentionne le prix moyen/lit et non pas par catégorie, soit logement entier, chambre privée et chambre partagée qui justifie cette différence dans les moyenne de prix pratiquées par Airbnb. Dans son analyse de 2019, l'observatoire Valaisan du Tourisme met en exergue les tendances en matière de locations de bien, en comparant la situation des

villes et des régions de montagne. Il ressort, de cette étude, que les cantons moins urbanisés affichent une durée de mise à disposition supérieure à la moyenne nationale (entre 196 jours pour BE et 229 jours pour GR). La tendance inverse s'observe pour les régions urbaines comme pour Zürich ou Genève avec des moyennes inférieures à 130 jours (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2019).

En Suisse et en règle générale, il est possible d'observer une nouvelle tendance à la professionnalisation des bailleurs utilisant la plateforme Airbnb. Ils représentent désormais 54,2% de l'offre globale. La proportion de bailleurs mettant à disposition un seul objet baisse continuellement selon l'analyse de Tourobs (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2019).

Figure 10 : les logements mis à disposition sur la plateforme Airbnb, à Montreux



Source : Figure de l'auteure créée avec les données d'Inside Airbnb

La majeure partie des objets offerts sur la plateforme Airbnb, dans le canton de Vaud, est constitué par Lausanne (près d'un tiers), du district de la Riviera-Pays d'Enhaut (19% de l'offre), comprenant, notamment Montreux (406 offres) et Vevey (170), suit le district d'Aigle (18%) (ATS, 2019). Montreux dénombre 406 annonces Airbnb (2020) parmi lesquelles 75%, soit 306 sont des logements entiers. La ville comptabilise 193 annonces multiples. On peut imaginer, à l'origine de ces annonces multiples, des hôtes proposant plusieurs biens, à usage commercial et ne vivant donc pas dans leur propriété (Inside Airbnb, 2019). D'après une étude menée par le conseil d'état, 3'672 objets Airbnb recensés, en 2019, dans le canton de Vaud étaient gérés par 2'649 loueurs différents. Parmi ceux-ci, 391 appartenaient à la catégorie des

« multiloueurs »¹⁵, ce qui représente 15% de l'ensemble des loueurs actifs sur la plateforme Airbnb, au niveau cantonal. L'analyse du conseil a permis d'identifier ces profils et sur l'ensemble des loueurs, 12% possédaient entre 2 et 3 objets (soit 321 loueurs). Le reste gérait un total de 713 objets. D'après cette même étude, La Riviera-Pays-d'Enhaut comptait seulement 32 « multiloueurs », contre 74 « monoloueurs » (Jaccoud & Buffat, 2019). Ces résultats, ne sont pas alarmants, selon le conseil d'Etat et témoignent, à première vue, d'une offre Airbnb, dans la ville de Montreux et pour la région de la Riviera, plutôt équilibrée.

5.1.3 Réglementations, à Montreux et en Suisse

Les réglementations concernant la géante plateforme Airbnb n'ont pas épargné Montreux et sont encore au cœur de l'actualité.

En Suisse, les principales villes telles que Berne, Genève ou Zürich sont confrontées à une hausse importante de l'offre et s'interrogent sur les mesures à prendre. Concernant les taxes de séjour et les taxes touristiques, celles-ci relèvent de la souveraineté cantonale ou communale. La pratique en matière de perception des taxes est très différente d'un canton à l'autre. Cette diversité vient notamment du fait que les cantons et les communes ont des besoins en matière de financement des infrastructures et d'économie touristique différents. Jusqu'à maintenant, seul le canton de Zoug a conclu un accord avec la plateforme Airbnb en vue de l'encaissement direct des taxes de séjour (O'Sullivan, 2018). D'autres autorités mises sur des incitations positives encourageant à s'annoncer aux autorités compétentes, comme la commune de Montreux l'a décidé, en délivrant gratuitement la *Montreux-Riviera card*, donnant l'opportunité aux visiteurs d'utiliser les transports publics gratuitement, ainsi que certaines attractions touristiques de la ville à moitié prix, contrairement à Genève qui vend cette carte uniquement dans les différents points d'information de l'office de tourisme (M. Duc, CP, 15 mai 2020). La ville de Berne, en particulier, fait figure de précurseur. En 2014, le canton a adopté un règlement plus strict en imposant à ceux qui offrent des nuitées sur la plate-forme Airbnb de s'annoncer et de payer la taxe de séjour. Des contrôles sont fait régulièrement en appelant directement les gens qui mettent des offres en ligne. Les infractions sont poursuivables d'amende.

¹⁵ Le conseil d'Etat qualifie un multiloueur, gérant au moins deux objets sur la plateforme

Dans le Canton de Vaud, la proportion de lits Airbnb atteint 40% de la capacité hôtelière. Tandis qu'à Genève, c'est désormais 34% de l'offre hôtelière. Une concurrence saine, mais qualifiée de déloyale par l'Association Romande des Hôteliers (ARH). Le conseil fédéral a considéré cet argument puisqu'il a renoncé, en printemps dernier (2019) à introduire dans la révision du droit du bail un consentement¹⁶ général à la sous-location répétée de courte durée. Ce qui signifie que toute sous-location doit désormais être annoncée à la gérance ou au propriétaire ainsi qu'à la commune. Le conseil d'Etat, lui, souhaite surtout éviter la soustraction de logements sur le marché locatif, compte tenu de la pénurie de logements connue maintenant depuis quelques années dans le canton. Pour y parvenir, il a apporté une modification au règlement d'application de la loi sur la préservation et la promotion du parc locatif (RLPPPL). Ainsi, la mise à disposition totale ou partielle d'un bien sur une plateforme d'hébergement en ligne sera considérée comme un changement d'affectation, soumis à autorisation dès lors qu'elle excèdera 90 jours par année civile. De plus, à l'instar d'autres cantons et communes, le Canton a pris contact avec Airbnb afin de discuter de l'éventuelle mise en place d'un système automatique de prélèvement de la taxe de séjour. Ces démarches vont se poursuivre dans le but de conclure un accord (Leuba & Métraux, 2019).

Selon Monsieur Piemontesi, président de la taxe de séjour pour la commune de Montreux, cette démarche ne résous « qu'une partie de l'iceberg », puisque cela ne donne aucun renseignement sur le loueur et c'est uniquement la réservation qui donne droit d'entrer en contact avec le loueur et qui permettrait donc d'avoir un contrôle sur l'acquittement de la taxe de séjour (J.B. Piemontesi, CP, 29 avril 2020). En effet, selon Monsieur Piemontesi, avec de telles actions, on permettrait, uniquement, à l'hôte de se régulariser, mais on ne réglerait, en aucun cas, le vrai problème qui reste l'annonce de l'activité du bailleur, dans le but de déterminer l'ampleur de l'activité dans la ville et dans un deuxième temps, de savoir si son activité est légale et déclarée (en termes de fiscalisation) puis finalement afin d'anticiper les risques d'une professionnalisation de l'activité dans la ville (CP, 29 avril 2020). D'autres mesures ont été prises comme limiter à 90 jours par an la durée, pendant laquelle un loueur peut mettre à disposition son bien sur la plateforme, sans en modifier l'affectation¹⁷. Cette

¹⁶ Cette révision tendait à adapter le droit du bail aux sous-locations et alléger le processus administratif

¹⁷ Un logement change d'affectation s'il est soustrait du marché de la location ordinaire (par exemple du long terme).

durée représente plus ou moins la durée des vacances scolaires ou à la durée d'un visa de tourisme. Cela doit, ainsi, permettre aux communes de faciliter le contrôle du nombre de nuits et le respect de cette limite. Pour Monsieur Piemontesi, cela est une très bonne initiative, car elle permet, entre autres, de déterminer s'il s'agit d'un logement mis en location de façon temporaire ou systématique comme, par exemple, une activité commerciale et par conséquent, de faire en sorte que la Municipalité puisse garder un parc locatif aux besoins de ses habitants et principalement ceux à loyer modéré, dit abordable (CP, 29 avril 2020). Un autre aspect à mettre en évidence est celui de la régulation d'Airbnb dans le cas d'une mise en location sur la plateforme par un locataire, considérée comme de la sous-location. En l'absence d'une autorisation, le locataire qui propose son appartement sur la plateforme s'expose, ainsi, à une résiliation anticipée de son bail. Plusieurs régies ont décidé de traquer les appartements postés sur Airbnb pour vérifier qu'il ne s'agit pas des leurs. Certains, en Suisse romande, ont trouvé la solution et ont fait appel à PilierPublic.com¹⁸. En effet, La société vaudoise propose ses services pour traquer les plateformes de location, dont fait partie Airbnb. Parmi ses clients, on trouve des communes, des fonds immobiliers ou encore des régies. Le service est unique en Suisse et les clients en constante augmentation (Barril, 2019). Il est important de rappeler qu'en cas de préjudice, celui qui n'obtient pas l'autorisation de la part de la régie peut être condamné à verser des dommages et intérêts au propriétaire, ou à lui reverser les loyers indûment perçus (Ruiz, 2016).

Alors que ces débats s'intensifient, l'offre d'Airbnb se professionnalise à grande vitesse. D'un côté, il existe toujours ces particuliers qui proposent un bien à la nuitée ou à la semaine, avec la volonté de faire uniquement chambre d'hôte, comme tel est le cas, en période du Montreux Jazz festival, lorsque le taux d'occupation des hôtels est très important (J-B. Piemontesi, CP, 24 avril 2020). De l'autre côté, des opportunistes ont flairé la bonne affaire et se sont reconvertis en prestataires de services pour les personnes qui proposent des hébergements. Ils ont mis en place des conseils spécialisés pour mettre leur annonce en ligne et personnaliser leur profil, ou ont fait appel à des photographes professionnels pour prendre

¹⁸ PilierPublic.com est une société vaudoise qui, par son système automatisé, permet d'aller chercher les informations nécessaires sur les sites de plateformes de sous-location, pour prévenir toute violation de la loi.

des clichés flatteurs des intérieurs, mais le nombre de ces cas, dans la commune de Montreux, est moindre, souligne Monsieur Piemontesi (CP, 24 avril 2020). Parmi eux, on trouve la Vaudoise Jasmina Salihovic, qui gère plus de 200 adresses au total, dans toute la Suisse, ou encore Monsieur Julian Lee, entrepreneur (interviewée pour cette étude) qui, fait de sa profession, la gestion de propriétés immobilières et qui utilisent Airbnb (selon le cas) comme canal de distribution.

Pour l'instant, les hébergeurs Airbnb semblent profiter du flou juridique autour de leur activité. Cependant, beaucoup attendent des autorités municipales qu'elles légifèrent ces pratiques, et d'éviter, de cette façon, la mise en place de mesures disparates par les villes, elles-mêmes (Mavilia, 2019). Pour Monsieur Piemontesi, ces réglementations sont indispensables, toutefois il est important d'entreprendre les bonnes démarches avec les bons outils. En effet, selon lui, une éventuelle négociation avec la plateforme Airbnb pour l'encaissement direct de la taxe de séjour ne résoudrait pas tout, surtout que ces négociations se font par canton et non pas par commune. Dès lors, il est nécessaire de comprendre, dans un premier temps, l'ampleur d'Airbnb dans la commune pour mettre en place un dispositif adéquat et qui répondrait, de manière optimale, aux attentes des différentes parties. Pour cela, il envisage, également, de faire appel aux sociétés qui traquent les plateformes de locations. Bien que, selon lui, Montreux, en comparaison à d'autres villes européennes, est plus faiblement impacté, il estime devoir anticiper ces risques, en faisant le nécessaire, mais rappelle que chacun doit se montrer responsable et agir pour le bien commun (CP, 24 avril 2020).

5.2 Les conséquences d'Airbnb sur l'économie touristique à Montreux

Comme vu au chapitre 1.1, le tourisme Montreusien est excessivement important, puisqu'il constitue l'une des économies prioritaires et majoritaires, pour la ville et la région de Montreux (J-B. Piemontesi, CP, 24 avril 2020). Comme observé précédemment, les fréquentations n'ont cessé de croître, tant en terme d'arrivées que de nuitées, durant les quatre dernières années. L'offre d'hébergement proposée par Airbnb, En effet, la diversification de l'offre d'hébergement, qui a régulièrement été évoqué par nos interlocuteurs, concerne la nature des objets proposés, mais également les tarifs appliqués (souvent plus bas que ceux proposés par les offres hôtelières classiques). Cela permet d'attirer

de nouveaux profils de touristes, qui ne feraient peut-être pas le déplacement à Montreux en l'absence d'une telle offre (J-B. Piemontesi, CP, 24 avril 2020). Ainsi, comme évoqué dans la revue de littérature scientifique, Airbnb permettrait, d'une manière, de choisir des destinations qui requièrent un certain budget, comme la plupart des villes Suisses, autrement dit qu'ils n'auraient pas pu atteindre autrement (Tussyadiah, 2015).

D'après les données récupérées sur Inside Airbnb, chacun des 406 logements de la ville était occupé, en moyenne 66 nuits par année, ce qui veut dire que la plateforme génère au moins 26'796 nuitées par année, soit 3% des nuitées totales enregistrées en 2019, pour la destination (Inside Airbnb, 2019). De plus, les séjours effectués via la plateforme sont généralement plus longs qu'à l'hôtel. Selon le rapport 2019 de MVT, les séjours dans les hôtels ont enregistré une durée moyenne de 1.9, (2019) (MVT, 2020), soit une baisse constatée en terme de nuitées hôtelières, alors que dans un rapport effectué par Tourobs en 2018, la moyenne de séjour des locations Airbnb était de 3.8, dans le canton de Vaud (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2019). D'après ces données, on pourrait imaginer que la présence de touristes via la plateforme Airbnb participe à la croissance économique touristique de Montreux, grâce à une durée moyenne de séjour plus longue. Néanmoins, en l'absence d'informations plus précises au sujet de Montreux, ce constat doit être relativisé.

En outre, l'un des arguments amenés par Monsieur Lee, portait sur le niveau relativement bas des prix de locations Airbnb qui pourrait justifier le fait que les moyens économisés sur l'hébergement soient consacrés à d'autres types de dépenses (excursions, achats personnels, shopping, visites culturelles, restaurations, etc.) Selon lui, ces formes d'hébergement, contrairement aux hôtels, permettent aux clients de passer leurs vacances dans un contexte plus proche de la réalité, c'est-à-dire de leur style de vie habituel et inciteraient davantage à la consommation dite locale (J. Lee, CP, 28 avril 2020). Selon les dires de Madame Zurcher, cet argument est recevable, car elle admet pouvoir profiter d'un grand nombre de touristes, et cela tout au long de l'année, au vue de l'attractivité de la destination, en précisant, toutefois, que son commerce attire autant de touristes que de locaux (A. Zurcher, CP, 7 mai 2020). Au contraire, Monsieur Ohnmacht avoue ne pas être bénéficiaire de la clientèle touristique, mais uniquement de résidents permanents. Néanmoins, celui-ci se dit profiter d'avantages indirectes du tourisme, car certains hôtels requièrent ses services, pour la livraison de produits de première nécessité (petits pains, etc.) Egalement, il lui est arrivé de faire l'expérience de

mettre à disposition son appartement auprès des touristes et a observé que ceux-ci, généralement, s'approvisionnaient auprès des grandes surfaces telles que Coop ou Migros (W. Ohnmacht, CP, 27 avril 2020). Il dénonce, par ce fait, une concurrence toujours plus accrue venant des grandes chaînes, qui proposent des produits de moins bonne qualité, souvent moins chers et accessibles à tous. Madame Zurcher rejoint également ce point de vue et estime que les commerces de proximité souffrent de plus en plus, cependant, d'après elle, cela est, principalement, dû aux changements de modes de consommation, notamment avec le e-commerce (A. Zurcher, CP, 7 mai 2020). Dans le même sens, elle évoque l'importance du caractère touristique de la ville dont les commerces peuvent bénéficier, mais remarque également un volume d'affaires, dans le centre-ville, qui ne cessent de se transformer ou des surfaces vides qui se multiplient, le signe manifeste, selon elle, d'un environnement commercial qui se complexifie de manière générale, plus généralement pour les boutiques de prêt-à-porter, mais elle ajoute que c'est aucunement lié avec l'apparition d'Airbnb (A. Zurcher, CP, 7 mai 2020).

L'idée qu'Airbnb causerait une concurrence telle pour l'industrie hôtelière, qu'elle aurait pour conséquence la fermeture de certains établissements et que cela provoquerait, entre autres, une augmentation du taux de chômage, ne s'applique pas à Montreux. Madame Mayer décrit une activité Airbnb peu conséquente dans la région, à comparaison d'une industrie hôtelière forte dont l'image correspond davantage à ce que recherchent les visiteurs, lors de séjours en Suisse (CP, 27 mai 2020).

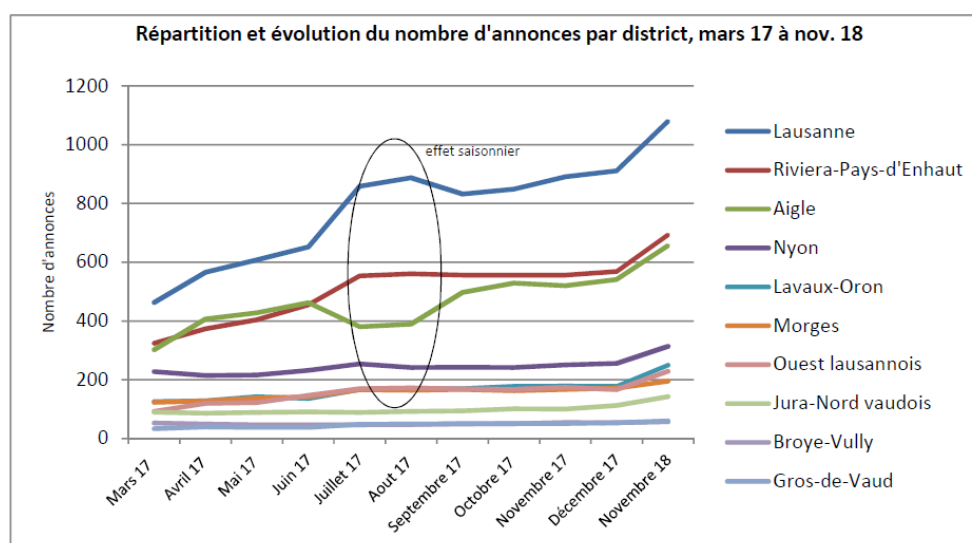
Par ailleurs, la notion d'authenticité, très souvent associée aux avantages de la plateforme Airbnb par l'ensemble de nos interlocuteurs durant les entretiens, devient très convoité. Madame Duc s'est également aperçue de cette tendance et constate que les nouveaux touristes provenant des marchés-cibles de la destination recherchent, désormais, des expériences exclusives, moins traditionnelles "Ce que les touristes individuels cherchent à présent, ce sont de nouvelles offres thématiques qui permettent de découvrir, par exemple, la gastronomie ou les vins suisses". En conséquences, les offres touristiques ont été adaptées, notamment avec la plateforme « Be my guide » gérée par MVT dont le but est de réunir la population et les touristes de passage dans la région pour des aventures totalement inédites et ainsi de favoriser l'échange entre ces deux intervenants (CP, 15 mai 2020). Bien que la plateforme est souvent liée à cette notion d'authenticité, Madame Duc pense que l'offre

hôtelière peut également combler ce besoin, principalement par le service et des conseils à la clientèle, personnalisés.

5.2.1 Tourisme de saisonnalité

Madame Duc confirme que la période estivale, à savoir entre avril et septembre, demeure la période la plus propice au tourisme pour la région de Montreux (M. Duc, CP, 15 mai 2020). En effet, la ville dépend principalement de son offre de loisirs et de son tourisme d'affaire qui représentent respectivement, 40% et 50% des nuitées hôtelières (MVT, 2020). Cela signifie que, dépendant des événements qui y sont organisés et du nombre de participants, la capacité hôtelière peut être plus ou moins limitée pour l'accueil des visiteurs. De plus, il est possible d'observer une augmentation générale des tarifs hôteliers, comme l'a constaté Monsieur Ohnmacht (CP, 27 avril 2020). « Par exemple en période du Montreux jazz festival, une nuit à l'hôtel peut vous coûter plus de 200.- au lieu d'une centaine de francs, en temps normal. Les prix peuvent doubler comme tripler » (W. Ohnmacht, CP, 27 avril 2020). Dans ce contexte, Airbnb constitue donc une alternative intéressante pour la ville et pour sa clientèle, lorsque, par exemple, les hôtels sont pleins et qu'ils proposent des tarifs plus élevés que d'ordinaire. Egalement, pour les villes de Lausanne et du district de Riviera-Pays-d'Enhaut, il a été attribué, à la plateforme un effet saisonnier. En effet, l'offre des biens disponibles sur la plateforme augmente à cette période, ce qui peut se traduire par une plus forte demande touristique, cela plus particulièrement pendant les mois de juillet et août (comme démontré par la *figure 5*) et le signe que la plateforme répond éventuellement à un besoin. Toutefois, il convient de préciser que le schéma ci-dessous illustre uniquement une augmentation du nombre d'annonces disponibles sur la plateforme, et non pas du nombre d'objets réservés.

Figure 11 : Répartition et évolution du nombre d'annonces par district



Source : (Jaccoud & Buffat, 2019).

Parmi les tendances en matière d'utilisation de la plateforme dans la région, on peut affirmer que les biens sont majoritairement mis en ligne durant la saison estivale, tout en mentionnant la période d'observation, qui ne peut, en conséquences, refléter une tendance générale. De ce fait, il est possible d'émettre l'hypothèse que les loueurs quittent leurs domiciles pendant les vacances et choisissent de mettre leurs biens sur la plateforme dans le but de percevoir un revenu supplémentaire ou encore d'accueillir un visiteur chez eux, en raison de la forte demande touristique connue dans la région à cette période, et plus généralement en raison du Montreux Jazz Festival.

Madame Mokveld pense que Airbnb attire, uniquement, une certaine catégorie de la clientèle du festival. En effet, Madame Mokveld, de par son expérience au sein de l'organisation du festival, remarque un changement des comportements en matière d'achat : Il y a, d'abord les clients de longue date, qui viennent chaque année, au rendez-vous et qui organisent leurs séjours à Montreux, des semaines à l'avance, en réservant à l'hôtel, en favorisant les 4 ou 5 étoiles, puis il y a une autre tendance, celle des participants qui achètent leurs billets à la dernière minute. Cela s'est effectivement constaté ces dernières années (I. Mokveld, CP, 19 mai 2020). Il est donc imaginable, pour elle, que ces derniers optent pour les locations meublées, puisque la plupart des établissements hôteliers ne disposent plus que de quelques chambres à cette période et très souvent au prix fort. Néanmoins, selon Madame Zurcher, un certain nombre de participants privilégieraient des villes comme Vevey, proches

de Montreux, pendant la durée du festival. « Compte tenu de la fréquentation touristique très élevée dans la ville et les prix qui augmentent de manière drastique, il y a, selon moi, la possibilité, en séjournant, près de Vevey ou aux alentours de Montreux, d'éviter la foule et possiblement d'épargner » (A. Zurcher, CP, 7 mai 2020). Madame Mokveld ajoute à cela, que les horaires du Montreux jazz festival, peuvent pousser certains participants à se rendre sur Vevey, car la ville bénéficie davantage de commerces et de restaurants qui sont peut-être plus représentatifs de l'offre Suisse (CP, 19 mai 2020).

Bien qu'une légère augmentation de la fréquentation est observable pendant cette période estivale et cela, comme cité précédemment, dû aux divers événements qui animent la saison d'été, il est important de souligner les efforts fournis par MVT qui modifient progressivement cette tendance, entre autres avec l'activité MICE, complémentaire au tourisme de loisirs et qui attire du monde tout au long de l'année et stratégiquement durant les périodes creuses (M. Duc, CP, 15 mai 2020). De plus, il semble que la saison hivernale et en particulier son marché de Noël enregistre une affluence touristique de plus en plus importante. En effet, Montreux arrive désormais en 5^e position, parmi les destinations les plus courues pour la saison hivernale (ATS, 2018). Le marché de Noël, selon une étude de la Haute école de gestion et tourisme en Valais, attirerait deux fois plus de visiteurs que le Montreux Jazz Festival, passant de 20'000 visiteurs à ses débuts à 550'000 en dix ans. Au total, cette période a généré, en décembre 2017, environ 27'000 nuitées, pour l'hôtellerie (RTSinfo, 2017). Dans le contexte du marché de Noël, Monsieur Piemontesi argumente que les plateformes de location profitent, particulièrement, à son personnel qui, selon lui, ne pourrait s'offrir l'hôtel pendant ces cinq semaines (CP, 29 avril 2020).

5.2.2 Tourisme de masse et Montreux

En 2019, Montreux enregistre, pour la quatrième année consécutive, un nombre d'arrivée record. Ces excellents résultats s'expliquent par plusieurs facteurs issus principalement d'un travail d'élaboration de la stratégie, dans le but de diversifier l'activité touristique et ses marchés pour la région Riviera (MVT, 2020).

De par cette tendance positive, on pourrait imaginer que la destination puisse attirer davantage de touristes, les prochaines années et qu'elle soit potentiellement touchée par le tourisme de masse. Toutefois, selon Madame Mayer, cela n'est en aucun cas la volonté des acteurs touristiques de la branche. Selon elle, la Suisse cible un tourisme de qualité au

contraire d'un tourisme bas de gamme, en quête de prix bradés. « Déjà, il faut pouvoir s'offrir la Suisse, de manière générale. La branche du tourisme qui a souvent souffert, dans le passé, du franc fort dissuade de nombreux touristes à séjourner en Suisse. Cela se reflète dans la priorisation de nos marchés-cibles, comme les américains, les russes, le Moyen-Orient (même si ce segment affiche une baisse) et l'Inde » (E. Mayer, CP, 27 mai 2020). Celle-ci a ajouté que le seul segment qui peut être le reflet d'un tourisme de masse est la clientèle asiatique qui voyage, principalement, en groupe. Cela s'est observé notamment à Lucerne avec quelques débordements. Toutefois, la destination de Montreux échappe encore au phénomène (M. Duc, CP, 15 mai 2020). Tous les professionnels de la branche interrogés sur la question se sont accordés sur ce fait. Madame Duc relève notamment de nombreux changements en matière de voyage. Ceux-ci sont principalement liés aux nouveaux modes de consommation et nouveaux enjeux mondiaux. La génération Y, par exemple, a des besoins différents comparé à l'ancienne génération en matière de comportements de voyage, ce qui aurait pour conséquence un devoir d'adaptation constant au niveau des offres proposées par les organismes touristiques, comme en témoigne Madame Duc de MVT. Parmi ces changements, celle-ci illustre en exemple la clientèle asiatique qui se déplace davantage en petit groupe. Ces touristes sont souvent plus jeunes que l'ancienne génération et viennent d'une classe sociale aisée (M. Duc, CP, 15 mai 2020).

Pourtant, il paraît légitime de s'inquiéter d'éventuels débordements d'une part, en raison d'un potentiel développement de la plateforme pour les prochaines années, qui, comme observé sur les années précédentes, gagne progressivement en part de marché, de l'autre, des différents projets futurs pour la destination. Parmi ces projets, on compte les travaux de rénovations prévus pour le 2m2c, qui projettent, ainsi, d'augmenter la capacité d'accueil de son centre et d'augmenter les retombées économiques pour la ville (2m2c, 2018). Ensuite, le projet de liaison, entre Montreux et Interlaken, par le GoldenPass Express qui permettrait d'accueillir quatre millions de passagers dans les prochaines années (ATS, 2019). Finalement, une stratégie de développement touristique orientée vers l'optimisation des différents outils digitaux, à l'instar d'Instagram, qui est devenu un des canaux les plus utilisés par les organisations touristiques. Aujourd'hui, sont très convoités les influenceurs, les blogueurs ou « instagrameurs » qui, par leur réputation, publient du contenu en ligne pour leur communauté. Ces derniers sont désormais invités lors de voyage de presse organisés par les

offices de tourisme. Comme avec un média classique, l'influenceur inspire son public et peut déclencher l'achat, à la différence qu'il peut segmenter, de manière plus précise, l'audience recherchée, comme, par exemple, celle des jeunes femmes actives dans le luxe pour Montreux Riviera. Cette tendance est en hausse dans la région. En effet, la proportion des influenceurs conviés par Vaud tourisme, lors de voyages de presse est passée de 10% en 2017 à 25% en une année. Du côté de Montreux Vevey tourisme, on enregistre une augmentation de 20%, soit plus de cent blogueurs accueillis en 2018 (Juillard, 2019). Le fait d'être toujours plus présent sur les réseaux sociaux n'est pas sans conséquences et pourrait également être un facteur à la propagation du tourisme massif.

Malgré ces arguments, Madame Duc reste confiante et rappelle que la destination n'est pas comparable à d'autres villes, telles que Barcelone ou Paris et que, finalement, les infrastructures de la ville ne peuvent accueillir un tourisme de masse. Finalement, elle ajoute que MVT fournit un travail de sensibilisation dans ce sens et des efforts considérables pour orienter au mieux la clientèle (M. Duc, CP, 15 mai 2020). Si Airbnb tend à accélérer fortement la sur-fréquentation touristique, notamment dû aux prix compétitifs, il paraît nécessaire de rappeler, dans un premier temps, la mise en place éventuelle d'une réglementation, qui pourrait bien ralentir sa croissance et également le contexte de la crise sanitaire du COVID-19, qui pourrait bien bouleverser l'industrie du voyage et de l'hospitalité dont fait partie la plateforme collaborative (Kottelat, 2020).

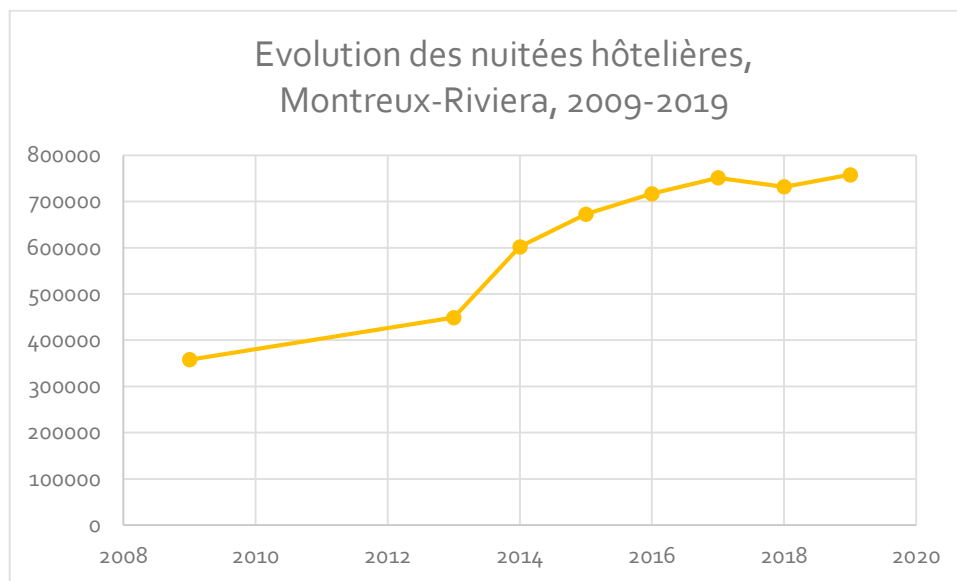
5.3 Les conséquences d’Airbnb sur le secteur hôtelier Montreusien.

Montreux- Riviera compte 54 établissements avec un total de 4'632 lits, une majorité d’hôtels 3 étoiles, mais une capacité d’accueil supérieure des établissements 4 étoiles avec 927 chambres, contre 572 (5 étoiles) et 663 (3 étoiles). Les seules statistiques connues en matière de répercussions de la plateforme sur l’hôtellerie sont au niveau Suisse et réalisé par l’observatoire valaisan du tourisme (Tourops). Ce dernier a estimé entre 256 et 496 millions de francs, les revenus de locations de court terme, pour 2018, ce qui représenterait probablement entre 6% à 12% du chiffre d’affaires de l’hôtellerie Suisse (AWP, 2019). Au niveau cantonal, l’observatoire a tout de même considéré une expansion du nombre de lits proposés par Airbnb, soit 25% de l’offre hôtelière. Cette étude demande que ces données soient, néanmoins, relativisées (SECO, 2017). Si la plateforme Airbnb présentait une forte concurrence (principalement à ses débuts) pour l’industrie hôtelière, il est important de dire que ce sont, essentiellement, les établissements indépendants, de 2 et 3 étoiles jusqu’aux auberges de jeunesse qui en ont le plus souffert, tandis que les chaînes hôtelières sont, de manière générale, moins touchés par le phénomène, car ils disposent entre autres de départements marketing et commercial communs (E. Mayer, CP, 27 mai 2020).

Concernant la région de Montreux-Riviera, Estelle Meyer, directrice du Tralala hôtel et présidente du SHMV se réjouit de belles années 2018 et 2019 pour le secteur hôtelier et de résultats positifs globaux pour la région (E. Meyer. CP, 27 mai 2020). Effectivement, la région affiche un taux d’occupation des chambres de 56.8%, pour 2019, le signe d’une évolution positive¹⁹ et cela malgré la plateforme. Concernant les parts de marché, la Suisse représente 43,5%, l’Amérique du Nord 8,1%, la France 6,9%, la Chine 6,1% et finalement la Grande-Bretagne (5%) (MVT, 2020). « Notre avantage est que nous avons, presque, à part égale, une demande intérieure donc suisse et étrangère avec, entre autres, les européens, la clientèle américaine, asiatique et russe. Lorsqu’il y a une baisse venant de l’un, il nous est possible de compenser avec l’autre. » (E. Mayer, CP, 27 mai 2020).

¹⁹ Le taux d’occupation des chambres, en 2018, était de 54,5%. On relève une augmentation de 2,3% (MVT, 2020).

Figure 12 : Évolution des nuitées pour l'hôtellerie Montreusienne, depuis 2009



Source : de l'auteure avec les données du MVT

Lorsque l'on s'intéresse aux nuitées réalisées, par le secteur de l'hôtellerie traditionnelle dans la région de Montreux-Riviera (voir figure 12), on constate une croissance soutenue, en terme de nuitées, et cela depuis 2009, ce qui signifie qu'il n'y a pas eu de grosses conséquences pour l'industrie, depuis l'arrivée d'Airbnb, en Suisse, en 2008. Cependant, il convient de souligner que, pour des raisons statistiques, certaines années n'ont pas été relevées. En effet, des données, pour les années précédant l'année 2010, existent, toutefois, celles-ci ont été comptabilisées au trimestre. Ces différentes méthodes auraient posé quelques problèmes de fiabilité dans la comparaison des données, c'est pourquoi celles-ci n'ont pas été prises en compte. Finalement, il est difficile d'établir un éventuel lien entre les variations du nombre de nuitées et les résultats de la plateforme Airbnb, pour la région Montreux-Riviera, puisque tous deux gagnent en terme de fréquentations.

Madame Mayer estime que les hôtels proposent une plus-value comparé à l'offre Airbnb. Le service, l'accueil, la sécurité, le conseil à la clientèle font partis des nombreux avantages cités. Selon elle, ces prestations, Airbnb, ne peut les égaler, surtout depuis qu'une professionnalisation du phénomène a été remarqué. « Les hôtes ne se contentent, au final, que de transmettre la procédure d'accès et les clients n'ont aucune assistance ». Madame Mayer avoue qu'Airbnb a connu un succès fulgurant à ses débuts en 2008, mais pense que les gens reviennent progressivement dans les hôtels (E, Meyer, CP, 27 mai 2020). Il est vrai que la ville de Montreux s'apparente davantage au prestige, ce qui peut suggérer que la clientèle

préfère fréquenter les hôtels. Egalement, une des forces relevées par la directrice du tralala hôtel est que chaque acteur du tourisme travaille main dans la main et que lors des comités réunissant le directeur de l'office de tourisme, le directeur du centre de congrès, ainsi que la présidente du SHMV, plusieurs thématiques sont discutées, comme les diverses stratégies à adopter, les projets, et les budgets. Marion Duc, Cheffe de projet Marketing & Communication pour Montreux-Vevey Tourisme a également approuvé cet argument et qualifié cette coopération de capitale. Elle a ainsi partagé la volonté de l'office de tourisme de mettre en lien tous les acteurs de la branche, tels que hôteliers – centre de congrès – MVT, allant même jusqu'aux vignerons de la région pour encourager les opportunités d'optimisation de l'engagement et du savoir-faire des parties prenantes et de renforcer, finalement, la stratégie (M. Duc, CP, 15 mai 2020).

De manière générale, la demande locale (suisse) séjourne plus habituellement dans les trois étoiles, tandis que les hôtels cinq étoiles sont davantage fréquentés par les clients internationaux (E. Mayer, CP, 27 mai 2020). Selon le rapport publié par Airbnb, en 2018, 22% des clients Airbnb, sur le territoire helvétique était Suisse, 15% était américaine, 9% française, 9% allemande et 8% anglaise (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2019). On remarque donc, par ces statistiques, que les principaux marchés-cibles des établissements hôteliers se tournent également vers la plateforme, qui globalement offre des tarifs plus bas que ceux pratiqués par l'industrie hôtelière et peut donc permettre à certains de s'offrir une destination comme Montreux. Ce constat est tout de même à nuancer, car il nous est impossible d'affirmer que ceux-ci privilégiaient les hôtels autre fois et se sont tournés vers la plateforme ou s'il s'agit d'un autre type de clientèle. Du point de vue de Madame Duc, il existe, à Montreux, une très large gamme d'hôtels comprenant les auberges de jeunesse jusqu'aux hôtels cinq étoiles. Cette offre permet à tout type d'individu de se rendre à Montreux et convient à tous les budgets (CP, 15 mai 2020). Mme Meyer rappelle que si Airbnb était connu pour son offre low-cost, au début, elle propose, aujourd'hui, une gamme de produits et de services toujours plus variée et que, dépendant de la catégorie du bien où l'on séjourne, les prix sont parfois plus élevés que ceux de l'hôtel (CP, 27 mai 2020). Il est vrai que la société californienne s'est bien diversifiée, ces deux dernières années, dévoilant des offres haut de gamme, avec une intention de conquérir notamment la clientèle d'affaires (Ruiz, 2016). Pour les hôtels de la ville, les diplomates et les voyageurs d'affaires sont des clients importants qui

permettent aussi de répartir l'activité sur l'ensemble de l'année. Selon Monsieur Piemontesi, Montreux est le deuxième point d'accueil et vient en aide à la ville de Genève, lorsque celle-ci affiche complet. « Les professionnels se tournent facilement vers Montreux, parce qu'en terme d'hôtels 4 et 5 étoiles, la ville est bien fournie. La distance entre le centre de congrès et les hôtels est proche, donc cela est pratique et facilite les déplacements » (J-B. Piemontesi, CP, 24 avril 2020). Dans le rapport de gestion du Centre de Congrès & Musique de Montreux, pour l'année 2018, une corrélation entre le chiffre d'affaire du 2m2c et les nuitées hôtelières de la destination Montreux-Riviera est observable depuis 2008. Ceci illustre parfaitement l'impact du 2m2c sur l'activité hôtelière et pourrait potentiellement, après rénovations, augmenter les nuitées dans la région (2m2c, 2018). Madame Duc rajoute qu'une dizaine ou centaine de nuitées générées par la plateforme Airbnb n'ont pas de grandes répercussions sur les résultats des nuitées hôtelières, pour le secteur, car selon elle, seul une partie d'entre eux optent pour Airbnb. « La plupart des manifestations sont organisés par notre organisation ou démarché, à l'international, par notre booking center » (M. Duc, CP, 15 mai 2020).

Le secteur hôtelier Montreusien ne s'oppose pas à cette nouvelle forme d'hébergement, mais comprend qu'elle doit composer avec (J-B. Piemontesi, CP, 29 avril 2020). D'après Monsieur Lee, l'arrivée d'Airbnb dans le secteur, a poussé les hôtels à innover en termes d'offre, ce qui était nécessaire selon lui. Les locations meublées profitent, plus spécifiquement, aux familles en terme de tarifs mais aussi d'espaces « Les enfants ne veulent pas être cloîtrés dans un 10m² » (CP, 28 avril 2020). Selon Mme Mayer, présidente du SHMV, il est vrai de dire que les efforts entrepris par l'industrie hôtelière, ces dernières années, ont été importants et décisionnels. Parmi ces efforts, La nuit de l'hôtellerie, une manifestation qui permet aux habitants de Montreux et de la région de découvrir, par exemple, le décor d'un 5 étoiles et d'y séjourner pour une nuit. Cela a pour but d'ouvrir les établissements hôteliers au public. Les habitants profitent d'un tarif préférentiel (5 étoiles : 150.- 4 étoiles : 100.- 3 étoiles : 80.-) et ont également la possibilité de participer aux diverses animations organisées par l'hôtel en question (E. Meyer, CP, 27 mai 2020).

Selon Madame Mayer à la tête du SHMV, les prestataires traditionnels de service d'hébergement réclament cependant que les prescriptions réglementaires soient identiques pour tous les protagonistes de la branche. Dans ce sens, certaines dispositions ont déjà été

prises, comme pour l'encaissement de la taxe de séjour, toutefois, selon Monsieur Piemontesi, tout ne sera pas résolu (CP, 24 avril 2020).

5.3.1 Les solutions du secteur hôtelier

Outre les difficultés vues pour le secteur hôtelier face à cette nouvelle forme d'hébergement proposé par le géant californien, un nombre croissant d'agents commerciaux actifs dans la parahôtellerie et d'entreprises issues de l'hôtellerie traditionnelle proposent désormais des solutions, en adoptant la stratégie suivante : « If you cannot beat them, join them ». (HotellerieSuisse, 2016). Parmi ces solutions, celle de vendre des chambres sur Airbnb, recommandé par hôtellerie suisse (Swiss Hotel Association²⁰). En effet, rien ne l'interdit. Les conditions générales d'Airbnb sont explicites : toutes les formes d'hébergement sont autorisées. Toutefois, selon Madame Mayer, cela peut constituer un risque, car si la clientèle hôtelière et celle d'Airbnb sont a priori différentes, l'offre l'est également, selon les catégories d'hôtels. Il convient, selon elle, de bien analyser les besoins de la clientèle, leurs motivations. « Je l'ai fait, au début d'Airbnb, pour mon hôtel situé à Vevey qui est un hôtel Guesthouse. Par contre, je ne le ferai pas pour mon hôtel 4 étoiles, le Tralala » (CP, 27 mai 2020). « En fonction de l'emplacement, de l'offre et de la clientèle, un tel choix peut devenir une décision judicieuse, notamment en termes de distribution » (J. Lee, CP, 28 avril 2020). La plateforme agit ainsi en tant que gestionnaire de canaux à l'échelle mondiale. Monsieur Lee, à la tête de la société de gestion de propriétés « GuestLee » avoue collaborer, désormais, régulièrement avec certains hôtels de la région, dans le but d'optimiser leurs lits froids. En outre, l'entreprise prévoit de collaborer avec la marque Marriott (CP, 28 avril 2020).

Le tableau ci-dessous met en avant les avantages et les inconvénients d'une éventuelle commercialisation de l'hôtel sur Airbnb.

Tableau 2 : Avantages et inconvénients de commercialiser son hôtel sur Airbnb

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">• Grand marché potentiel. Airbnb, c'est 150 millions d'utilisateurs, 91	<ul style="list-style-type: none">• Positionnement difficile sur le marché. Les différents types d'hébergement ne sont plus séparés

²⁰ HotellerieSuisse (Swiss Hotel Association) est une association qui défend les intérêts des hôtels à vocation nationale et internationale

<p>millions de nuitées chaque jour (août 2019).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visibilité Les hôtels bénéficient d'une plus grande visibilité et cela peut leur permettre d'élargir la clientèle • Frais de commercialisation limités. Les frais de commercialisation des hébergeurs ne s'élèvent qu'à 3%, la majeure partie étant payée par les voyageurs (6 à 12%). Alors que les OTA perçoivent des taxes d'environ 15-20%. • Caractéristiques uniques de l'hôtel. Les atouts d'un hôtel par rapport aux autres formes d'hébergements tels que le service, l'accueil, la réception, l'équipement et la sécurité. • Segmentation Airbnb s'est attaqué depuis peu au marché « corporate » et propose une rubrique séparée pour les voyageurs d'affaires. Pour générer de nouveaux clients commerciaux, il paraît opportun que l'hôtel figure dans ce référencement. L'hôtel y conserve un avantage ; celui de l'équipement. 	<p>et peuvent compliquer le positionnement sur le marché (catégories d'hôtels)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientèle différente. Les clients du segment de base d'Airbnb désintéressés de l'offre hôtelière. Ils n'ont pas les mêmes besoins, ni les mêmes attentes. • Plus de travail. Une présence sur Airbnb nécessite de gérer un canal supplémentaire. La gestion des canaux devient plus complexe. Plus de travail pour l'organisation de l'hôtel. • Structure commerciale. Il ne faudrait pas mélanger la structure commerciale d'un hôtel avec celle d'une OTA. La vente devrait passer par un minimum d'intermédiaires.
--	---

Source : (HotellerieSuisse, 2016).

Hormis cette possibilité, Airbnb offre, en tant que partenaire, d'autres possibilités aux milieux hôteliers. En effet, on peut imaginer que les hôtels fournissent certaines prestations aux hôtes Airbnb – petit-déjeuner, communications, blanchisserie, etc. (SECO, 2017).

Finalement, l'hôtellerie peut voir dans les services d'intermédiation en ligne un débouché prometteur, comme dans le sens inverse, à l'image du groupe hôtelier Marriott. La marque avait déjà contré le géant en lançant sa propre plateforme de location d'hébergement de luxe. Ainsi, le groupe hôtelier avait remarqué une demande pour des séjours en moyenne trois fois plus longs que dans ses hôtels. Celle-ci est en partenariat avec des sociétés de gestion immobilière (Chavanne, 2019). Selon Monsieur Lee, de plus en plus de groupes hôteliers étudient à présent comment appliquer les concepts de l'économie collaborative dont fait partie Airbnb à d'autres aspects de leur modèle d'affaires (J. Lee, CP, 28 avril 2020).

5.4 Les conséquences sociales de la plateforme, à Montreux

Comme argumenté à travers la revue de la littérature scientifique, Airbnb donnerait l'opportunité à tout individu de recevoir un gain supplémentaire en mettant à disposition, temporairement et de courte durée, une partie ou l'entièreté de son logement. Cela s'est vérifié dans le canton de Vaud. En effet, selon une étude menée par le Conseil d'Etat, les biens, mis à disposition, respectent la durée moyenne fixée par le Conseil, à savoir 90 jours, car plus de la moitié des objets, ayant été sous-loués via la plateforme Airbnb, l'auraient ainsi été pour moins de 30 jours. Au total, 10% des objets auraient par contre été mis à disposition sur la plateforme pour plus de 180 jours. Finalement, un objet sur cinq est loué plus de 90 jours par année. A partir de ces résultats, on peut donc conclure que l'utilisation de la plateforme, dans la région, relève davantage de la chambre d'hôte que de l'activité commerciale. (Jaccoud & Buffat, 2019).

Madame Woeffray, habitante de Montreux depuis plusieurs années, pense que le phénomène Airbnb, à Montreux, reste modéré. Mère de quatre enfants, Madame Woeffray habite désormais seule avec son mari, un grand appartement dont ils sont propriétaires. Les enfants étant partis, cette dernière pense qu'Airbnb pourrait éventuellement être une option envisageable pour elle et son mari. Elle évoque un gain supplémentaire et une rencontre avec un étudiant ou un touriste comme motivations principales (N. Woeffray, CP, 26 avril 2020). Ces arguments ont notamment souvent été invoqués dans la revue de littérature. Madame

Woeffray estime également qu'une location à long terme aurait davantage de contraintes qu'une location saisonnière. L'entretien était un des arguments cités. De plus, elle mentionne la sécurité de la plateforme et la possibilité d'entrer en contact avec le voyageur comme avantages, les personnes étant généralement recommandées ou évaluées (CP, 26 avril 2020). Monsieur Ohnmacht, qui s'est également parfois proposé en tant qu'hôte, rejoint le même point de vue (CP, 27 avril 2020). Toutefois, Madame Zurcher pense que la plateforme qui propose de se loger à bas prix, pourrait vraisemblablement augmenter le nombre de touristes à Montreux et cela, d'une manière plus conséquente, durant le Montreux Jazz ou le Marché de Noël. Selon elle, cela aurait un impact potentiellement positif pour les commerçants dont elle fait partie, mais remarque que certains de ses clients, habitants de Montreux, préfèrent partir à cette période, pour ne pas subir le déferlement des touristes dans la ville (A. Zurcher, CP, 7 mai 2020). Madame Zurcher qualifie la ville de Montreux de touristiquement intéressante, mais avoue qu'elle souhaiterait que la ville renforce son attractivité résidentielle. En effet, d'après ses dires, « Montreux ne bénéficie pas de centre de rassemblement, ce qui est déplorable ». Selon elle, Vevey serait une ville beaucoup plus attractive en terme d'espaces publics ou de lieux culturels et de divertissement pour ses habitants (CP, 7 mai 2020).

Des problèmes plus importants ont été évoqués, par Monsieur Piemontesi, au niveau des PPE²¹. En effet, selon son expérience, une majorité des plaintes reçues à l'encontre de la plateforme, dénonçaient, plus généralement, des va-et-vient incessants dans des PPE. Si le copropriétaire d'un appartement en PPE, est libre de faire ce qu'il veut, il convient de souligner qu'il est préférable de demander l'accord à l'assemblée de copropriétaires, pour éviter tout désagrément (J-B. Piemontesi, CP, 29 avril 2020).

En terme de litiges, Monsieur Badoux de l'ASLOCA Montreux, nous a fait part, durant l'entretien, de quelques plaintes liées à des sous-locations, non déclarées aux régies, toutefois, celui-ci relève ne pas avoir connaissance de cas manifestement abusifs, dans la commune (L. Badoux, CP, 6 mai 2020). Au risque d'une éventuelle résiliation de bail, il recommande, lui aussi, aux locataires de déclarer leurs activités et d'obtenir, préalablement, l'aval du bailleur, qui ne peut refuser qu'à des conditions clairement énoncées (CP, 6 mai

²¹ La PPE, soit la propriété par étages est une copropriété et se caractérise par le fait que plusieurs personnes sont propriétaires d'une certaine partie d'une habitation **Source spécifiée non valide.**

2020). Il rappelle, cependant, que les personnes qui disposent d'un logement subventionné ne peuvent sous-louer leur bien, puisque cela constitue une activité illégale. A Montreux, il existe seulement 214 appartements à loyers modérés (subventionnés) dans la commune. Ceux-ci sont répartis dans 8 immeubles et trois quartiers différents, à savoir : Montreux Centre, Clarens centre, Chailly (J. Moser, CP, 16 juin 2020).

Finalement, Monsieur Badoux estime que les dispositions actuelles du droit du bail posent des obstacles pratiques aux locataires, étant donné que l'hôte est tenu d'obtenir la permission du bailleur pour chaque changement de sous-locataire. Or, les plateformes d'hébergements tels que Airbnb, requièrent généralement des délais très courts pour répondre aux demandes de réservation. Cela pourrait, selon lui, soit entraîner une tendance générale à l'illégalité, soit constituer un frein dans l'évolution de l'activité Airbnb dans le canton de Vaud (CP, 6 mai 2020).

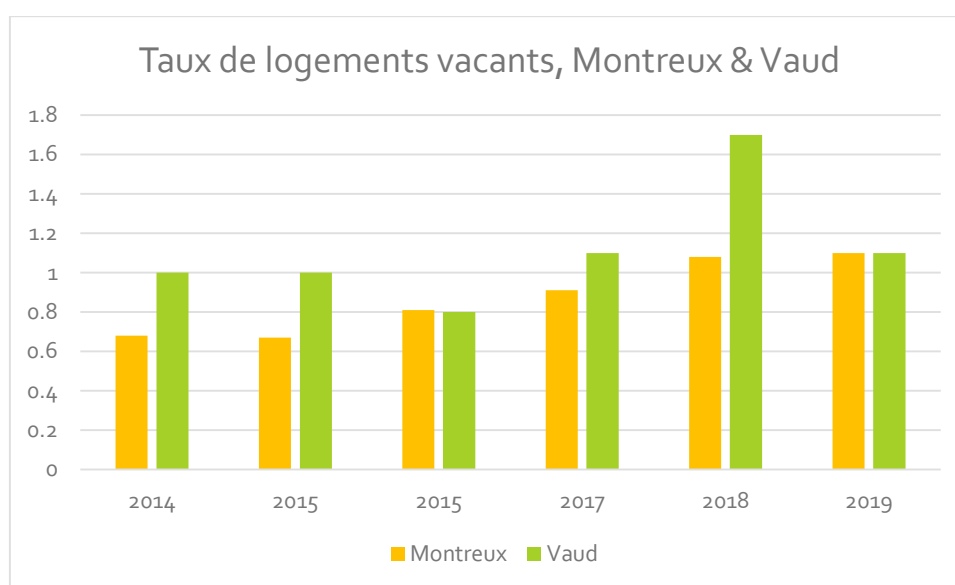
5.4.1 Conséquences sur le logement

Si au début, le but premier de la plateforme collaborative était de mettre une chambre ou un matelas à disposition d'un voyageur dans le but de favoriser le lien social et permettre davantage d'échanges entre résidents et visiteurs, cette démarche connaît désormais quelques dérives. Parmi ces dérives, des activités commerciales qui peuvent potentiellement se développer à plus grande échelle, et qui peuvent, sur le long terme, créer des situations de tensions en matière de logements ou encore des situations, plus extrêmes, d'inégalités sociales.

Les informations récoltées suite aux entretiens témoignent d'un marché immobilier tendu. Tout d'abord, il est possible d'évoquer une pénurie de logement généralisée depuis de nombreuses années, pour la ville de Montreux et cela plus intensément pour le canton de Vaud. En effet, depuis 2000 et selon les statistiques transmises par Statistique Vaud, le taux de logements vacants sur la commune de Montreux, n'a jamais dépassé 1,5%, seuil généralement admis comme reflétant une situation équilibrée (*voir figure X*). Cette pénurie entraîne, plus généralement, la hausse des prix des appartements locatifs. Madame Woeffray l'a constaté et nous a fait part des difficultés de recherche qu'elle a eu, lorsque celle-ci s'est installée à Montreux, il y a maintenant plusieurs années. De plus, elle précise que ces difficultés concernaient davantage les 3 et les 4 pièces (CP, 26 avril 2020). Toutefois, il convient de rappeler, selon Monsieur Badoux, que Airbnb n'est pas à l'origine du problème et que cette

crise de logement existe depuis bien longtemps et qu'à l'échelle cantonale, celle-ci touche davantage Lausanne que Montreux (L. Badoux, CP, 6 mai 2020). D'après Monsieur Piemontesi, cette pénurie de logement pourrait bien s'aggraver si les locations Airbnb, à but commercial se multipliaient (J-B. Piemontesi, CP, 6 mai 2020). En 2019, le conseil d'état, dans son rapport, recensait 108 logements potentiellement soustraits du marché locatif²², dont la moitié se situait à Montreux (55). Bien qu'il soit impossible de déterminer si ces logements concernent la location ou la propriété, on peut supposer qu'il s'agit principalement de logements locatifs dans les centres urbains et de résidence secondaires dans les régions de Montagne. Cependant, d'après Jasmina Salihovic, qui gère plus de 200 chambres d'hôtes en Suisse romande, cette étude pourrait bien comprendre des appartements de transition qui existent, maintenant, depuis plusieurs années. Le conseil d'Etat, lui, a déclaré que ces chiffres n'étaient pas alarmants (Jaccoud & Buffat, 2019).

Figure 13 : Taux de logements vacants sur la commune de Montreux et du Canton de Vaud, sur les cinq dernières années



Source : (J. Moser, CP, 20 mai 2020)

La figure 13 démontre une légère hausse du taux de logements vacants, pour la commune de Montreux sur les cinq dernières années. En effet, bien que la situation fasse toujours état d'une pénurie de logement, les efforts fournis par l'état de Vaud, notamment par le projet de

²² Cette proportion concerne les logements entiers, qui enregistrent une activité récente, affichant une haute disponibilité, et loués plus de 60 jours par année (Jaccoud & Buffat, 2019).

loi de la LPPPL²³, ont pu rééquilibrer la situation, depuis maintenant deux ans, tant pour la commune de Montreux, que pour le canton de Vaud. Toutefois, Monsieur Piemontesi craint que la tendance s'inverse, dans la région. Il rajoute que cela causerait d'autres problèmes, dont l'apparition de résidences vides (CP, 29 avril 2020). Madame Woeffray témoigne également de nombreux logements vides ou « de volets clos », dans son quartier, qui se situe au centre-ville de Montreux (N. Woeffray, CP, 26 avril 2020). Monsieur Lee soulève également cette hypothèse, durant l'entretien et pense que cette situation, si elle se généralise, est davantage préoccupante qu'au sens contraire « Cela n'est pas bon pour le secteur du tourisme, ni pour le commerce de détail, mais pas seulement, généralement, cela implique qu'il n'y a pas d'investissements derrière » (CP, 28 avril 2020). Monsieur Piemontesi relève, lui, une opportunité donnée aux activités commerciales de la plateforme de prospérer, ce qui aurait, comme conséquences plus graves, la transformation des quartiers. Pour toutes ces raisons, il est d'autant plus important que ce phénomène ne prenne pas de l'ampleur.

Par ailleurs, Monsieur Lee décrit un segment immobilier de luxe, lié à son domaine d'activité, souffrant et remarque une nette baisse de l'investissement étranger dans la commune, ce qui provoque, plus généralement, un taux d'inoccupation élevé (J. Lee, CP, 28 avril 2020). En conséquences, Monsieur Lee, fondateur de « *GuestLee Property Management* » intervient auprès des propriétaires pour trouver des solutions temporaires liées à cette problématique. La plateforme, selon lui, en tant que nouveau canal de distribution, permet, d'une part, au propriétaire qui n'avait jusqu'alors qu'une visibilité limitée, d'élargir sa clientèle et d'autre part, de rentabiliser, plus rapidement, son bien, sur une courte période (CP, 28 avril 2020). Celui-ci précise, toutefois, qu'il travaille avec plusieurs plateformes collaboratives, de même type et pas seulement Airbnb. De son côté, Monsieur Piemontesi pense que la plateforme apporte un élément de réponse à la problématique des logements inhabités, qui concernent plus généralement, les résidences secondaires et davantage les alentours de la ville : « De cette manière, il nous est possible de remplir les lits froids ». Il estime cette action profitable d'un point de vue financier pour les particuliers, mais également pour la ville, car, par ce biais, il est possible de revaloriser ces quartiers, plus

²³ La LPPPL, soit la loi sur la préservation et la promotion du parc locatif, vise à soutenir la construction de nouveaux logements qui correspondent aux besoins de la population (promotion du parc locatif) et à conserver des loyers convenables sur le marché des logements loués (préservation du parc locatif)

généralement situés en périphérie (CP, 29 avril 2020). Avec l'application de la Lex Weber²⁴, Montreux n'a, effectivement, plus la possibilité de construire, puisque la ville dépasse, depuis quelques années déjà, la limite de 20%, fixée par l'initiative. En revanche, Monsieur Piemontesi spécifie qu'il est important de faire en sorte que cette pratique ne s'oriente pas vers les centres-villes, au risque d'aggraver considérablement la pénurie et de faire augmenter, ainsi, les prix des loyers (CP, 29 avril 2020). Or, Monsieur Badoux suggère que les locations saisonnières sont davantage concentrées dans des zones touristiques ou des quartiers attractifs qui pourraient amener, en conséquences, l'accélération du processus de gentrification (L. Badoux, CP, 6 mai 2020).

5.4.2 La gentrification

Il est vrai de dire qu'Airbnb a introduit un nouveau flux de revenus potentiels sur les marchés du logement qui est systématique mais géographiquement inégal, créant une nouvelle forme d'écart de loyer dans les quartiers culturellement désirables et internationalement reconnus (Horton, 2016). Selon Monsieur Badoux, il est difficile de dire si l'on assiste à un phénomène de gentrification dans la ville de Montreux, car cette hypothèse requiert plus d'informations pratiques et ne peut être formulée, en l'absence d'études plus concrètes à ce sujet. Cependant, celui-ci nous fait part de nombreux cas, traités par l'ASLOCA, qui concernaient des rénovations massives dans le centre-ville. Monsieur Ohnmacht remarque, effectivement, un grand nombre de rénovations, plus précisément, dans son quartier (W. Ohnmacht, CP, 27 avril 2020). En effet, le système fiscal helvétique encourage les propriétaires à rénover régulièrement leurs bâtiments, ce qui réduit conséquemment les démolitions ou reconstructions, susceptibles d'entraîner un phénomène d'éviction (Rérat, Söderström, Besson, & Piguet, 2008). Selon Monsieur Badoux, ces rénovations, ne seraient pas sans conséquences et entraîneraient, de manière générale, l'augmentation des loyers et l'exclusion indirecte de certaines catégories sociales : « Ce qui est nouvellement proposé, est souvent bien plus cher que ce qu'il y avait auparavant, donc forcément on impose indirectement un tri entre ceux qui vont pouvoir se le permettre et d'autres qui ne le peuvent pas ». Toutefois, il évoque des textes de loi qui, selon lui, s'adaptent progressivement aux locations saisonnières, pour éviter ce genre d'extrêmes. Celui-ci avoue avoir traité certains cas

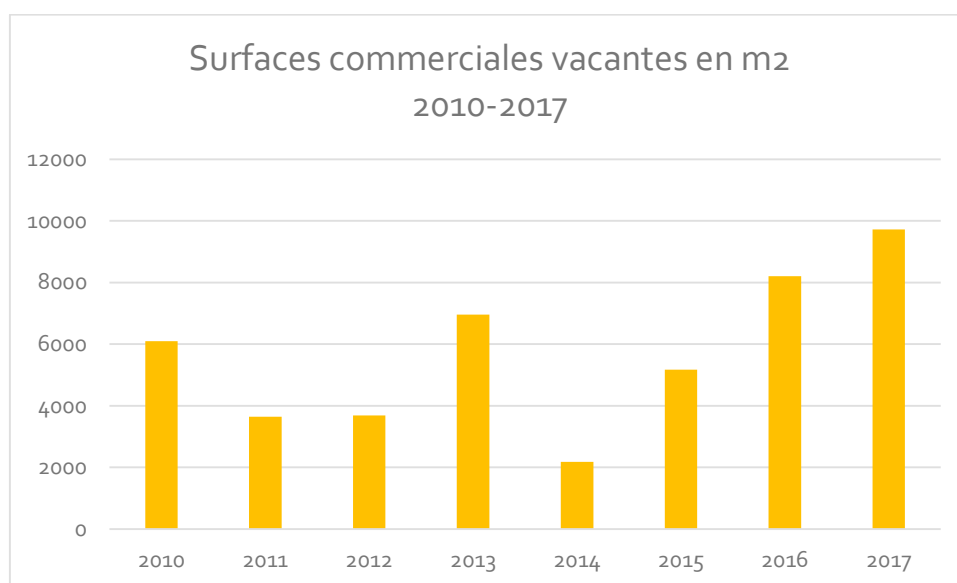
²⁴ La Lex Weber est une loi, entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2016, qui a pour objectif de limiter à 20% le nombre de résidences secondaires dans toutes les communes (Wikipédia, 2020).

qui concernaient des résiliations de bail, jugées abusives : « C'est l'autorité de conciliation qui intervient, très souvent, dans ce contexte, et tente de déterminer si le motif est justifié, mais contre les congés abusifs, la loi protège, de manière générale, les locataires ». Il ajoute que la plateforme, qui promeut une rentabilité plus effective, apporterait, effectivement, une nouvelle population, dans les villes, disposant de plus hauts revenus, mais que ces situations extrêmes se créeraient davantage par le biais de nouvelles constructions (L. Badoux, CP, 6 mai 2020). En effet, selon Monsieur Piemontesi, Airbnb pourrait inciter la création de nouveaux logements dans le but de les transformer, par exemple, en logements de luxe destinés, plus particulièrement, aux riches touristes. Or, cette situation, selon Monsieur Piemontesi, ne s'applique pas à Montreux, puisque les permis de construire sont réduits au minimum nécessaire (J-B. Piemontesi, CP, 29 avril 2020). Il mentionne également un frein général pour l'acquisition et la difficulté de devenir propriétaire en ville qui incite, donc, les ménages au capital économiquement élevé – dont certains pourraient participer au processus de gentrification – à quitter les centres (J-B. Piemontesi, CP, 29 avril 2020).

Enfin, la priorité, pour Monsieur Piemontesi, est de conserver une mixité sociale, dans les quartiers, et plus généralement dans la ville de Montreux, pour éviter, entre autres, que les jeunes, qui quittent le logement familial, ne soient forcés d'aller voir ailleurs par manque de logements abordables sur la commune. Or, la pénurie de logement actuelle pénalise en quelque sorte les ménages à revenu modéré (J-B. Piemontesi, CP, 29 avril 2020). Selon Madame Moser, responsable pour l'office du logement, il y a davantage de recherches d'appartements pour les catégories de 3 et 4 pièces (J. Moser, CP, 16 juin 2020). On peut donc imaginer qu'une proportion importante des familles nombreuses souhaitent s'installer à Montreux et rencontrent quelques difficultés à trouver un bien abordable, comme l'avait expérimenté Madame Woeffray (N. Woeffray, CP, 26 avril 2020).

Outre les problématiques liées au parc locatif, évoqué dans le paragraphe précédent, il est important de relever la disparité des surfaces commerciales dans le canton de Vaud. En effet, le canton de Vaud comptait fin 2017 plus de 600 surfaces vides, dont 260 bureaux, 150 entrepôts et presque autant de magasins (voir figure X).

Figure 14 : Évolution des surfaces commerciales vacantes, Riviera-Pays-d'Enhaut



Source : (RTSInfo, 2018)

La figure 14 témoigne d'un chiffre record, pour l'année 2017, avec plus de 9000 m² de surfaces d'activités vides, il s'agit pour l'essentiel de bureaux, mais aussi de locaux de vente, d'ateliers, d'usines ou d'entrepôts. Les espaces commerciaux peinent à trouver preneur, plus particulièrement dans les centres-villes. Toutefois, Madame Zurcher souligne que cette situation n'est aucunement liée à l'arrivée des locations saisonnières Airbnb, mais est le reflet d'un secteur en pleine mutation (A. Zurcher, CP, 7 mai 2020). D'après Monsieur Ohnmacht, les principales causes sont les niveaux des loyers commerciaux élevés et le changement dans les pratiques de consommation, rappelant l'avènement du e-commerce et l'engouement général pour les stations de service, qui font concurrence à son secteur. Celui-ci ajoute : « les hôtels ont, de plus en plus, de restrictions de budgets par rapport à leurs offres et font appel, désormais, aux grandes surfaces pour la commande de leurs marchandises » (W. Ohnmacht, CP, 27 avril 2020). Monsieur Ohnmacht observe une perte dans son secteur : « Je fais aussi partie du comité central de l'Association suisse des patrons boulangers et celle-ci comptabilise, aujourd'hui, 1'400 boulangeries, contre 4'700, il y a 20 ans (CP, 27 avril 2020). Madame Zurcher a, elle, dû, en conséquences, rapetisser son établissement et a donc réduit sa capacité d'accueil de moitié (A. Zurcher, CP, 7 mai 2020). Néanmoins, Genève, selon elle, affiche une situation beaucoup plus préoccupante que Montreux. En effet, c'est à Genève que la superficie de locaux commerciaux vacants est la plus importante, en Suisse. La réaffectation des locaux commerciaux en logements est autorisée, depuis 2015, mais cette possibilité de

transformer des bureaux vacants en logements, pourrait également donner l'opportunité à Airbnb de prendre de l'ampleur (Turuban, 2018).

Finalement, Même si selon Monsieur Piemontesi, l'arrivée d'Airbnb à Montreux, n'a pas eu ou n'a pas de grosses répercussions, pour le moment, il dénonce un manque de coopération de la plateforme (CP, 29 avril 2020). En effet, ce dernier reproche à la plateforme de vouloir se donner une bonne image, en mettant à l'honneur, un discours de promotion économique, mais de ne pas agir en conséquences, lorsque la situation d'une ville le requiert, comme l'illustrent le cas des grandes villes européennes que sont Barcelone, Paris, Venise, où, notamment, la plateforme pose d'énormes problèmes en matière de logements. « Ces problèmes doivent se résoudre de manière collective et non pas de manière individuelle ». (J.B. Piemontesi, CP, 29 avril 2020).

6. Recommandations

Suite à l'analyse effectuée dans le présent rapport, Il nous est possible de relever un certain nombre d'éléments. D'un point de vue purement touristique, la plateforme Airbnb pourrait bien élargir et diversifier la clientèle touristique, à Montreux. Tout d'abord, elle permet de faire bénéficier une nouvelle clientèle de prix attractifs, car les tarifs hôteliers peuvent parfois paraître trop élevés, particulièrement lors de grandes manifestations et pour une ville comme Montreux, orientée par son tourisme. De plus, la ville accueille un certain nombre d'événements à renommée internationale, il paraît donc d'autant plus intéressant qu'elle puisse bénéficier d'une offre supplémentaire selon ses besoins et qui lui permette, notamment, d'atteindre d'autres marchés-cibles en profitant de la visibilité de la plateforme, en tant que nouveau canal de distribution. Finalement, l'offre Airbnb pourrait bien s'apprêter aux besoins actuels de la destination, qui tente de cibler une audience plus jeune et plus connectée, dans une économie touristique en perpétuelle mutation.

Malgré des avantages concurrentiels vis-à-vis de l'industrie hôtelière, il ressort de l'analyse que la plateforme Airbnb n'a pas eu de grandes conséquences sur les nuitées hôtelières pour la ville de Montreux. En effet, depuis quatre années consécutives, la ville enregistre des résultats positifs et constate, chaque année, une constante augmentation des nuitées et des arrivées. Selon Madame Mayer, si la plateforme a, éventuellement, eu quelques répercussions sur l'hôtellerie à ses débuts, et en particulier pour les trois étoiles, l'offre hôtelière répondrait, davantage, aux attentes et différents besoins de sa clientèle haut de gamme (E. Mayer, CP, 27 mai 2020). Il y a lieu de souligner, selon elle, les efforts menés par les différents acteurs de la branche du tourisme et qui se définissent par une forte collaboration entre ces diverses parties, mais également entre les acteurs étatiques (OTV, MVT et ST) (CP, 27 mai 2020). Selon Monsieur Lee, l'arrivée de la plateforme Airbnb sur le marché de l'hébergement touristique aurait fait pression sur l'offre de l'hôtellerie et aurait, par conséquent, renforcé leur position ou dans d'autres cas imposé l'innovation (J. Lee, CP, 28 avril 2020). En effet, des pratiques relativement nouvelles ressortent de cette présente analyse. Parmi les solutions évoquées, l'aménagement d'un étage Airbnb, sans services hôteliers pour les offrir à un prix plus bas, semble particulièrement novateur et ambitieux.

Cependant, il convient de porter une attention particulière aux risques d'attirer un tourisme de masse. En effet, la volonté des organismes touristiques, d'atteindre de nouveaux marchés-cibles, de par la diversification de l'offre, particulièrement de son tourisme de loisirs et de l'optimisation des outils digitaux, pourrait bien avoir quelques conséquences sur la demande. Toutefois, l'argument apporté par Madame Mayer, qui considère le franc fort comme un frein, notamment pour les voyageurs étrangers, reflètent une réalité (CP, 27 mai 2020). Pourtant, rappelons l'avènement d'Airbnb et son influence sur le tourisme de masse qui pourraient contredire cet argument et populariser la destination. Cette situation se réfère, toutefois, à une extrême et les régulations actuelles ou nouvelles, ainsi que le contexte du COVID-19, pourraient bien modérer l'évolution de la plateforme.

Un autre aspect qui mérite d'être relevé, est le fait que Airbnb pourrait contribuer à la revalorisation des quartiers, plus généralement situés en périphérie de la ville. En effet, la part de résidences secondaires est supérieure à 20%, ce qui est déjà au-delà de la limite admise par l'initiative Weber. De ce fait, les résidences secondaires pourraient hypothétiquement trouver preneur via la plateforme. Dans ce contexte, celle-ci serait utilisée comme une opportunité pour lutter contre les lits froids.

Tous nos interlocuteurs s'accordent sur la nécessité d'encadrer et de réguler l'activité de la plateforme afin d'anticiper d'éventuelles répercussions négatives, notamment sur le marché du logement. En effet, ces mesures, qui semblent primordiales et prioritaires, aujourd'hui, visent à clarifier les points suivants : le droit du bail, la perception de la taxe de séjour et la fiscalisation. Il convient de souligner que les éléments discutés s'appliquent généralement au canton de Vaud, partant du principe que la société californienne négocie avec chaque canton et non pas avec chaque commune, mais l'état de la situation à Montreux sera, bien évidemment, évoqué.

Bien que les dispositions légales, dans le canton de Vaud, en matière de droit du bail ne prenaient pas compte, auparavant, des locations saisonnières, celles-ci se voient adaptées progressivement, dû, spécifiquement, au caractère commercial de la plateforme qui entraîne quelques dérives. Premièrement, comme l'a mentionné Monsieur Badoux, il semble important de revoir les modalités du consentement du bailleur à la sous-location, si celle-ci intervient par le biais de l'utilisation régulière de plateformes comme Airbnb, car la conception de la loi en vigueur stipule que chaque changement de sous locataire doit être annoncé au

bailleur (L. Badoux, CP, 6 mai 2020). Pour Monsieur Badoux, une modification de cette modalité simplifierait les relations entre propriétaires et locataires, limitant, ainsi, les litiges entre les deux parties et paraîtrait plus adapté aux délais très courts imposés par la plateforme. Par ailleurs, le conseil d'Etat, a apporté quelques modifications réglementaires qui ont pour but de freiner l'activité commerciale, susceptible de supprimer des logements sur le marché locatif. Rappelons que l'étude menée par le conseil d'Etat a comptabilisé 55 logements potentiellement soustraits du marché locatif, dans la ville de Montreux, ce qui, selon les autorités, n'a pas de grosses conséquences, sur le parc locatif (Jaccoud & Buffat, 2019). Toutefois, pour préserver celui-ci, un changement d'affectation doit être soumis à autorisation, dès lors que la mise à disposition d'un bien (partiel ou total) sur la plateforme d'hébergement, excède 90 jours, par année civile. Passé ce délai, le loueur qui n'aura pas annoncé son activité auprès des autorités compétentes s'exposera à des sanctions (amende pouvant aller jusqu'à CHF 60'000.-). Le délai des 90 jours semble, ici, adéquat et permettrait, ainsi, de déterminer s'il s'agit d'une location saisonnière ou d'un business développé à plus grande échelle. Par contre, si ce phénomène viendrait à croître, dans la ville de Montreux, où sévit, pour rappel, la pénurie de logement, il serait nécessaire de durcir la loi vis-à-vis des prestataires commerciaux. Pour cela, il paraîtrait judicieux de limiter le nombre d'autorisations destinées au changement d'affectation et, de cette manière, de conserver l'utilité première des logements en question.

De plus, les autorités comptent sur la responsabilité de chaque loueur et prévoient de tenir un registre des hôtes, qui ont, pour rappel, l'obligation de s'annoncer auprès de leurs communes respectives. Cependant, il est nécessaire de rappeler que cette bonne volonté de chacun n'est pas forcément le cas, en pratique. En effet, l'absence de surveillance stricte permet, plus particulièrement, à ceux qui font commerce de la location de biens immobiliers de contourner le règlement. Dès lors, la pratique des contrôles semble primordiale. D'après Monsieur Piemontesi, plusieurs systèmes ou outils sont envisagés pour remédier à cette problématique (J-B. Piemontesi, CP, 29 avril 2020). Des informations telles que les adresses des hébergements seront, alors, accessibles et donneront la possibilité aux autorités communales de déterminer, d'une part, l'ampleur de l'activité dans leur commune, d'autre part d'effectuer des contrôles, pour tenter de régler la question liée à la fiscalité, auquel échappent souvent les plateformes de location.

Enfin, d'après Monsieur Piemontesi, des négociations sont en cours afin de mettre en place un système automatique pour le prélèvement de la taxe de séjour (CP, 29 avril 2020). En conséquences, cette action permettrait de réguler la concurrence entre les formes d'hébergement de type Airbnb et les acteurs traditionnels de la branche de l'hôtellerie et de contribuer, entre autres, au financement de manifestations touristiques, de prestations ou d'installations créées pour les hôtes. Les bénéficiaires de la taxe de séjour sont notamment Montreux-Vevey tourisme, les associations d'animation des villes et villages, le Fonds d'Équipement touristique de la Riviera (Commune de Montreux , 2017). Néanmoins, dans l'attente d'un commun accord entre la plateforme et la municipalité, l'organisme Montreux Vevey tourisme a entrepris l'initiative de remettre à tout individu, qui s'annoncera aux autorités communales, la Montreux Riviera card. Celle-ci permet aux visiteurs de bénéficier d'avantages considérables, comme les transports publics gratuits, ainsi que des réductions sur les lieux touristiques de la région. Ainsi, Montreux-Vevey tourisme espère pouvoir faciliter les contrôles et tenir un registre des biens sous-loués, dans la ville.

Finalement, il y a lieu de souligner que des avantages concurrentiels subsistent en faveur de la plateforme par rapport à l'industrie hôtelière. Parmi ces avantages, on peut citer les normes qui concernent, plus précisément, les règles d'hygiène, les prescriptions de sécurité en matière de protection-incendie etc., auxquels les hôteliers sont tenus. Selon Monsieur Piemontesi, ces exigences seraient, difficilement applicables aux locations de logements en ligne (J-B. Piemontesi, CP, 29 avril 2020). Toutefois, les mesures évoquées en début de chapitre, permettraient de rééquilibrer la situation et d'assurer un meilleur encadrement de la plateforme, à Montreux.

Il est important de relever que les différentes régulations vues à travers ce chapitre, ne traitent pas des incivilités causées par les vacanciers vis-à-vis du voisinage. Ces conséquences sont plus difficilement maîtrisées. Chaque individu doit se montrer responsable et c'est également à chacun que revient le devoir de prendre connaissance des différences culturelles. Enfin, seuls les hôtes peuvent, éventuellement, avoir une influence sur le comportement des visiteurs, en les tenant informer, par exemple, d'un règlement intérieur. Les situations extrêmes vécues dans certaines villes européennes traduisent d'un tourisme de masse. Or cela ne s'avère pas être le cas pour Montreux suite aux témoignages recueillis.

Conclusion

En résumé, l'arrivée d'Airbnb a suscité beaucoup d'intérêt dans le débat public, partout dans le monde et de manière plus ou moins conséquente selon les villes. En Suisse si la situation de la plateforme n'est que peu alarmante, il convient de souligner son développement croissant et plus particulièrement dans des villes touristiques comme Genève, Zurich ou Lucerne. Toutefois, chaque ville et y compris Montreux, qui fait l'objet de notre étude, est concerné par le phénomène.

Il convient de reconnaître que l'économie collaborative fait désormais partie de notre quotidien ; Il est vrai de dire que la prolifération des hébergements P2P a été rapide et que de nombreuses destinations touristiques connaissent des changements dans la vie urbaine, les touristes dépassant de plus en plus les espaces touristiques conventionnels pour s'installer dans des zones résidentielles. A défaut d'interdire la plateforme, comme l'ont fait certaines villes européennes, à l'instar de Berlin ou de Palma, dans les îles Baléares, certaines destinations cherchent aujourd'hui des solutions pour remettre de l'équité dans la chaîne des valeurs et tentent, de plus en plus, d'intégrer la plateforme, aux systèmes sociaux et économiques, en y apportant un cadre cohérent (Lopez, 2019).

Au vu des arguments exposés dans le chapitre des recommandations, il semble que le phénomène Airbnb, dans la ville de Montreux, soit mesuré et que l'offre de la plateforme ait davantage de bénéfices potentiels que de conséquences négatives. En effet, les conséquences négatives qui portent davantage sur un marché immobilier tendu, ne semblent, à présent, pas avoir modifié le parc locatif.

Tandis que la législation semble s'ajuster progressivement et intégrer les locations saisonnières dans ses textes, il paraît nécessaire de mettre en place un dispositif de surveillance prenant en compte l'évolution de la plateforme dans la commune de Montreux, plus particulièrement pour anticiper une éventuelle croissance des activités commerciales qui auraient comme impact, la soustraction de logements sur le marché locatif. Enfin, d'un point de vue social, cela pourrait, hypothétiquement, avoir de plus graves répercussions et entraîner, ainsi, l'accélération du processus de gentrification.

Néanmoins, cela ne s'est pas encore manifesté à Montreux et il apparaît que le cadre légal suffit à encadrer la plupart des cas concernés par les offres d'hébergement Airbnb.

Finalement, comme la plupart des études empiriques, il convient de souligner que cette analyse est soumise à certaines limites. Tout d'abord, bien que nous ayons privilégié l'enquête qualitative avec une analyse de discours, d'autres théories ou pratiques peuvent être pertinentes et pourraient révéler différents aspects du sujet de plus en plus important des impacts perçus du phénomène Airbnb. Deuxièmement, l'approche d'échantillonnage choisie a permis de sélectionner les informateurs clés en fonction de leur expérience directe liée au sujet étudié. Cependant, leurs opinions peuvent ne pas être représentatives de celles de la communauté en général. Pour cette raison, une approche quantitative, notamment auprès des résidents, pourrait refléter un éventail plus diversifié et prétendre à une vérité plus proche de la réalité que celle obtenue par cette étude.

Références

- 2m2c. (2018). *Montreux events, business plan* . Montreux .
- Airbnb. (2015). *Adequacy of the regulation of short-term, holiday letting in New South Wales* . Sydney: Airbnb submission to NSW parliamentary inquiry .
- Airbnb, Airdna, CBRE Hotels. (2017). *An overview of Airbnb and the Hotel sector in Canada*. Hotel Association of Canada. Récupéré sur www.hotelassociation.ca › Airbnb-Two-Page-Flyer-ENG
- AirDNA. (2020). *Montreux*, [Figure]. Récupéré sur <https://www.airdna.co/top/ch/montreux>
- Arias Sans, A., & Dominguez, A. (2016). *Unravelling Airbnb: Urban perspectives from Barcelona* . Barcelona.
- Arias-Sans, A. &.-D. (2016). *Unravelling Airbnb. Urban Perspectives from Barcelona* (éd. Reinventing the local tourism. Travel communities and peerproduced place experiences). London: Channel View: In Russo, P & Richards, G (eds).
- ATS. (2018). Airbnb flirte avec le million d'hôtes annuels en Suisse. *Le matin*. Récupéré sur <https://www.lematin.ch/economie/airbnb-flirte-million-hotes-annuels-suisse/story/28832203>
- ATS. (2019). Airbnb en concurrence avec l'hôtellerie suisse. *20 minutes*. Récupéré sur <https://www.20min.ch/ro/economie/news/story/Airbnb-en-concurrence-avec-l-hotellerie-suisse-23481086>
- ATS. (2019). *Le MOB reliera Montreux à Interlaken sans changement dès fin 2020*. Récupéré sur [rts.ch: https://www.rts.ch/info/regions/10403339-le-mob-reliera-montreux-a-interlaken-sans-changement-des-fin-2020.html](https://www.rts.ch/info/regions/10403339-le-mob-reliera-montreux-a-interlaken-sans-changement-des-fin-2020.html)
- ATS. (2019). *Régions*. RTS Info. Récupéré sur : <https://www.rts.ch/info/regions/10403339-le-mob-reliera-montreux-a-interlaken-sans-changement-des-fin-2020.html>
- ATS. (2020). *Economie*. RTS Info. Récupéré sur: <https://www.rts.ch/info/economie/11124728-l-hotellerie-suisse-se-porte-bien-nombre-record-de-nuitées-en-2019.html>

- AWP. (2019). *Airbnb capterait entre 6 et 12% des recettes de l'hôtellerie suisse*. *Le Bilan*. Récupéré sur <https://www.bilan.ch/entreprises/airbnb-capterait-entre-6-et-12-des-recettes-de-lhotellerie-suisse>
- AWP. (2019). *Le tourisme suisse soutenu par la demande intérieure*. *Le Bilan*. Récupéré sur <https://www.bilan.ch/economie/le-tourisme-suisse-soutenu-par-la-demande-interieure>
- Barril, T. (2019). *Les plateformes de sous location sous la loupe d'une société vaudoise*. RTS Info. Récupéré sur: <https://www.rts.ch/info/sciences-tech/10351513-les-plateformes-de-sous-location-sous-la-loupe-d-une-societe-vaudoise.html>
- Barron, K., Kung, E., & Proserpio, D. (2018). *The Effect of Home-Sharing on House Prices and Rents: Evidence from Airbnb*. Récupéré sur <https://ssrn.com/abstract=3006832> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3006832>
- BLS (entreprise). (2020). *BLS*. Récupéré sur Wikipédia, l'encyclopédie libre. : [http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=BLS_\(entreprise\)&oldid=167770744](http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=BLS_(entreprise)&oldid=167770744).
- Botsman, R. (2013). *The sharing economy lacks a shared definition*. Fast Company, 21, 2013.
- Camilleri, J. (2017). *Value co-creation and co-destruction in the Airbnb sharing economy*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 29 No. 9, pp. 2322-40.
- CBRE Hotels. (2016). *Economic Impact Study and Comparative Cities Research, Greater Toronto Hotel Association - City of Toronto*. Récupéré sur <https://www.toronto.ca/bgrd/backgroundfile-98820>
- Chavanne, Y. (2019). *Marriott et Airbnb en concurrence sur le marché de la location de luxe*. *ICT Journal*. Récupéré sur <https://www.ictjournal.ch/news/2019-05-03/marriott-et-airbnb-en-concurrence-sur-le-marche-de-la-location-de-luxe>
- Chemin de fer Montreux Oberland bernois. (2019). *Chemin de fer Montreux Oberland bernois*. Récupéré sur Wikipédia, l'encyclopédie libre.: http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Chemin_de_fer_Montreux_Oberland_bernais&oldid=163200262.

- Chen, Y., & Xie, K. (2017). Consumer valuation of Airbnb listings: a hedonic pricing approach. *International journal of contemporary hospitality management*.
- Cramer Judd & Kurger, B. A. (2016). *Disruptive Change in the Taxi Business: The Case of Uber*. NBER Working paper, No: 22083. Récupéré sur <http://dataspace.princeton.edu/jspui/bitstream/88435/dsp01v692t860d/3/595.pdf>
- Deilon, C. (2016). *Airbnb* (Doctoral dissertation, Haute Ecole de Gestion & Tourisme).
- Delaplace, M., Schut, P.-O., & Baron, N. (2020). *Coprésences, conflits, complémentarités dans les usages des lieux par les touristes et les habitants*. Téoros. Récupéré sur <http://journals.openedition.org/teoros/3910>
- Dolnicar, S. (2018). *Unique Features of Peer-to-Peer Accommodation Networks*. (O. G. Ltd., Éd.) In S. Dolnicar.
- Dredge, D. G. (2016). *The Impact of Regulatory Approaches Targeting Collaborative Economy in the Tourism Accommodation Sector: Barcelona, Berlin, Amsterdam and Paris*. Impulse Paper No 9 prepared for the European Commission DG GROWTH. Aalborg University, Copenhagen. Récupéré sur : <https://ssrn.com/abstract=2853564>
- Dredge, D., Gyimothy, S., Birkbak, A., Jensen, T.E & Madsen, A, K. (2016). The impact of regulatory approaches targeting collaborative economy in the tourism accommodation sector: Barcelona, Berlin, Amsterdam and Paris. *For the European Commission DG GROWTH, Impulse Paper No 9* . Copenhagen.
- Edensor, T. (2001). Performing tourism, staging tourism: (Re) producing tourist space and practice. *Tourist studies*, 1(1), 59-81.
- Fang, B. Q. (2016). *Effect of sharing economy on tourism industry employment*. Annals of Tourism Research, Vol. 57, pp. 264-267.
- Ferreri, M., & Sanyal, R. (2018). Platform economies and urban planning: Airbnb and regulated deregulation in London. *Urban Studies*, 55(15), 3353-3368.
- Forbes. (2020). Airbnb : L'introduction en Bourse Menacée. *Forbes*. Récupéré sur <https://www.forbes.fr/business/airbnb-lintroduction-en-bourse-menacee/?cn-reloaded=1>

- Gant, A. (2016). *Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefront*. (éd. 1-9). Sociological Research Online, 21(3), 1-9.
- Gant, A.-B. (2015). *Tourism and commercial gentrification*. (R. P. In Proceedings of the RC21 International Conference on "The ideal City: Between Myth and Reality, Éd.) Urbino, Italy .
- Google Maps. (2020) [Figure]. *Hôtels à Montreux*. Récupéré sur <https://www.google.ch/maps/search/hotels+Montreux/@46.4382339,6.8918193,14z?dcr=0>
- Goree, K. (2016). *Battle of the Beds: The Economic Impact of Airbnb on the Hotel Industry in Chicago and San Francisco*. Scripps Senior Theses. Paper 776. Récupéré sur: https://scholarship.claremont.edu/scripps_theses/776/
- Gotham, K. (2005). *Tourism gentrification: the case of New Orleans' Vieux carre (French Quarter)*. Urban Studies, 42-7, 1099-1121.
- Gurran, N., & Phibbs, P. (2017). When tourists move in: how should urban planners respond to Airbnb?. *Journal of the American planning association*, 83(1), 80-92.
- Gutiérrez, J. G.-P.-C. (2017). *The Eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona*. Departamento de Geografia Humana, Universidad Complutense de Madrid. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.003>
- Guttentag, D. (2015). *Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accomodation sector*. *Current Issues in Tourism*. Charleston.
- Guttentag, D. (2017). *Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations* (Vol. 19). Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally. Récupéré sur https://scholarworks.umass.edu/ttra/2017/Academic_Papers_Visual/19
- Guttentag, D. (2019). *Transformative experience via Airbnb: is it the guests or the host communities that will be transformed?* (Vol. 5). (E. P. Limited, Éd.) Journal of Tourism Futures. doi:10.1108/JTF-04-2019-0038

- Guttentag, D. S. (2018). *Why tourists choose Airbnb: a motivation-based segmentation study*. Journal of Travel Research, Vol. 57 No. 3, pp. 342-59.
- Guttentag, Daniel. (2015). *Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accomodation sector*. (Vol. 18(12)). Current Issues in Tourism.
- Hooper, J. (2015). *Tourist hotspots around the world are crowded with new visitors - but are they all welcome ?* The Guardian. Récupéré sur www.theguardian.com/business/2015/jul/25/touristhotspots-
- Horton, T. (2016). *Reducing Affordability: The impact of Airbnb on the Vacancy Rate and Affordabilty of the Toronto Rental Market*. Ottawa, Ontario: University of Ottawa.
- HotellerieSuisse. (2016). *Mémento Utilisation d'Airbnb par les hôteliers : des risques et des opportunités ?* Récupéré sur L'Hôtellerie-Restauration.fr.
- HotellerieSuisse. (2019). *L'hôtellerie en Suisse - Chiffres et faits*. Berne.
- HotellerieSuisse. (2019). *Tourisme*. Récupéré sur www.htr.ch: <https://www.htr.ch/story/le-goldenpass-express-en-bonne-voie-23437.html>
- Initiative populaire « pour en finir avec les constructions envahissantes de résidences secondaires ». (2020, mai 10). Wikipédia, l'encyclopédie libre. Récupéré sur : http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Initiative_populaire_%C2%AB_pour_en_finir_avec_le_s_constructions_envahissantes_de_r%C3%A9sidences_secondaires_%C2%BB&oldid=170691963.
- Inside Airbnb. (2019). Récupéré sur <http://insideairbnb.com:> <http://insideairbnb.com/vald/?neighbourhood=&filterEntireHomes=false&filterHighlyAvailable=false&filterRecentReviews=false&filterMultiListings=false>
- Jaccoud, J., & Buffat, M. (2019). Rapport du conseil d'Etat au grand conseil . *Exposé des motifs et projet de loi*.
- Jeanmougin, H. (2020). *Gentrification, nouveau tourisme urbain et habitants permanents : des conflits de coprésence révélateurs de "normes d'habiter" divergentes*. Téoros [Online]. Récupéré sur <http://journals.openedition.org/teoros/4007>

- Johnson, A. e. (2017). *Airbnb-an exploration of value co-creation experiences in Jamaica*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 29 No 9, pp. 2361-76.
- Juillard, A. (2019). Tourisme en Lavaux et Riviera: Faut-il craindre Instagram, Facebook et Youtube. *Le Régional*. Récupéré sur <https://www.leregional.ch/N123553/tourisme-en-lavaux-et-riviera-br-faut-il-craindre-instagram-facebook-et-youtube.html>
- KOF Swiss Economic Institute. (2019). *Prévisions pour le tourisme Suisse*. ETH Zürich. Récupéré sur <https://kof.ethz.ch/fr/news-et-manifestations/news/kof-bulletin/numeros/2019/11/atouts-tourisme-urbain.html>
- Kottelat, D. (2020). *Grand format "COVID-19" - Le monde d'après* . Récupéré sur ma RTS: <https://www.rts.ch/info/suisse/11226538-le-monde-d-apres.html#chap01>
- Lee, D. (2016). How Airbnb short-term rentals exacerbate Los Angeles's affordable housing crisis: Analysis and policy recommendations. *Harv. L. & Pol'y Rev.*, 10, 229.
- Leuba, P., & Métraux, B. (2019). Communiqué du Conseil d'Etat. *Plateformes d'hébergement en ligne (Airbnb): Le Conseil d'Etat propose des mesures d'encadrement*.
- Llop, N. L. (2017). A policy approach to the impact of tourist dwellings in condominiums and neighbourhoods in Barcelona. *10:1*, 120-129. doi:10.1080/17535069.2017.1250522
- Lopez, L.-V. (2019). Airbnb: comment les villes organisent la résistance à travers le monde. *France Inter*. Récupéré sur <https://www.franceinter.fr/societe/airbnb-comment-les-villes-organisent-la-resistance-a-travers-le-monde>
- Marti, J. (2019). Quand les festivals de musique impactent leur région. *Bilan*. Récupéré sur [Bilan.ch: https://www.bilan.ch/economie/quand-la-musique-fait-vivre-une-region](https://www.bilan.ch/economie/quand-la-musique-fait-vivre-une-region)
- Massé, D., Borel, S., & Demailly, D. (2015). *Comprendre l'économie collaborative et ses promesses à travers ses fondements théoriques*. Iddri, Paris, France: Working Papers N°04/15.
- Mavilia, M. (2019). Airbnb fait grincer des dents. *Le Régional* . Récupéré sur <https://www.leregional.ch/N126729/airbnb-fait-grincer-des-dents.html>

- Mody, M., & Gomez, M. (2018). Airbnb and the hotel industry: the past, present, and future of sales, marketing, branding, and revenue management. *Boston Hospitality Review*, 6(3).
- Mohamad, H. (2016). *Estimating the Impact of Airbnb on Hotels in Toronto*. S.M. Massachusetts Institute of Technology.
- MVT. (2020). *Rapport annuel 2019*.
- Nieuwland, S. &. (2018). *Regulating Airbnb: how cities deal with perceived negative externalities of short term rental*. Current Issues in Tourism. doi:10.1080/13683500.2018.1504899
- Observatoire Valaisan du Tourisme. (2014). *Analyse : importance du phénomène Airbnb en Valais et en Suisse*.
- Observatoire Valaisan du Tourisme. (2019). *Dashboard - plateformes*. Récupéré sur http://data.tourobs.ch/dashboard_sharedeconomy/airbnbhomeaway
- Observatoire Valaisan du Tourisme. (2019). *Monitoring des locations à court terme en Suisse*. Récupéré sur <https://www.tourobs.ch/fr/articles-et-actualites/articles/id-7556-monitoring-des-locations-a-court-terme-en-suisse/>
- OFS. (2017). Le tourisme d'affaires propulse le canton en leader suisse. *24heures*. Récupéré sur <https://www.24heures.ch/val-de-suisse/riviera-chablais/tourisme-affaires-propulse-canton-leader-suisse/story/22925037>
- Oskam, J., & Boswijk, A. (2016). Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of tourism futures*.
- O'Sullivan, D. (2018). *How the government is regulating Airbnb in Switzerland*. Récupéré sur Swissinfo.ch: https://www.swissinfo.ch/eng/rental-market_how-the-government-is-regulating-airbnb-in-switzerland/44226264
- OTV. (2019). *Rapport annuel 2018*. Récupéré sur <http://otvnet.ch/>
- Paulauskaite, D. P.-S. (2017). *Living like a local: authentic tourism experiences and the sharing economy*. International Journal of Tourism Research, Vol. 19 No. 6, pp. 619-28.

- Phibbs, N. G. (2017). *When Tourists Move in: How Should Urban Planners Respond to Airbnb?* Journal of the American Planning Association, 83:1, 80-92. doi:10.1080/01944363.2016.1249011
- PWC, (2013) "The Sharing Economy – sizing the revenue opportunity". Retrieved from <http://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/the-sharing-economy-sizing-the-revenue-opportunity.html>
- Rérat, P., Söderström, O., Besson, R., & Piguët, É. (2008). Une gentrification émergente et diversifiée: le cas des villes suisses. *Espaces et sociétés*, (1), 39-56.
- RTSInfo. (2017). *Deux fois plus de monde au marché de Noël de Montreux qu'au Jazz festival*. Récupéré sur RTSInfo: <https://www.rts.ch/info/regions/val-de-aoste/9111639-deux-fois-plus-de-monde-au-marche-de-noel-de-montreux-qu-au-jazz-festival.html>
- RTSInfo. (2018). *Des centaines de locaux commerciaux sont innocupés en Suisse Romande*. Récupéré sur ma RTS: <https://www.rts.ch/info/suisse/9372241-des-centaines-de-locaux-commerciaux-sont-inoccupes-en-suisse-romande.html>
- Ruiz, G. (2016). Airbnb: enquête sur son fabuleux succès en Suisse. *L'hedbo*. Récupéré sur <https://genevieveruiz.com/airbnb-enquete-fabuleux-succes-suisse/>
- Sales-Favà, J., Chevalier, P., Lopez-Gay, A., & Modenes, J. (2020). *Diminution du nombre de logements disponibles pour les ménages et pression touristique : l'exemple de Barcelone*. Téoros [Online]. Récupéré sur <http://journals.openedition.org/teoros/3945>
- Scholz, T. (2014). Platform cooperativism vs. the sharing economy. *Big data & civic engagement*, 47.
- SECO. (2017). *Plateformes d'hébergement - Seco*. Récupéré sur SECO - Secrétariat d'Etat à l'économie: www.seco.admin.ch
- Segú, M. (2018). *Do short-term rent platforms affect rent ? Evidence from Airbnb in Barcelona*. MPRA Paper 84369, University Library of Munich, Germany. Department of Economics, University of Paris Sud . Récupéré sur <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/84369/>

- Seraphin, Hughes, Sheeran, P., & Pilato, M. (2018). *Over-tourism and the Fall of Venice as a Destination* (Vol. 9). *Journal of Destination Marketing Management* . doi:10.1016/j.jdmm.2018.01.011
- Smith, C. (2019, aout 19). Récupéré sur <https://expandedramblings.com/index.php/airbnb-statistics/>
- Suisse Tourisme. (2020). <https://www.myswitzerland.com/fr-ch/destinations/montreux-riviera/>.
- Touros. (2018). *Airbnb & co : l'engouement des acteurs globaux de la location entre particuliers pour le marché suisse* . Récupéré sur Observatoire Valaisan du Tourisme: <https://www.touros.ch/fr/articles-et-actualites/articles/id-6683-airbnb-co-l-engouement-des-acteurs-globaux-de-la-location-entre-particuliers-pour-le-marche-suisse/>
- Turuban, P. (2018). *Des centaines de locaux commerciaux sont inoccupés en Suisse romande*. Récupéré sur RSTInfo: <https://www.rts.ch/info/suisse/9372241-des-centaines-de-locaux-commerciaux-sont-inoccupes-en-suisse-romande.html>
- Tussyadiah, I. &. (2015). *Impacts of peer-to-peer Accommodation Use on Travel Patterns*. *Journal of Travel Research*. doi:0047287515608505
- Vaud: Tourisme. (s.d.). Récupéré sur [Swisscommunity.org: https://www.swisscommunity.org/fr/decouvrir-la-suisse/val-de-vois/tourisme](https://www.swisscommunity.org/fr/decouvrir-la-suisse/val-de-vois/tourisme)
- Vouardoux, A. (2019). *Communiqués OTV*. Récupéré sur Office du Tourisme du Canton de Vaud: <http://otvnet.ch/2019/02/26/nuitees-2018-un-succes-confirme-pour-le-tourisme-vaudois/>
- Wachsmuth, D., & Weiser, A. (2018). *Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy*. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 50(6), 1147-1170.
- Wachsmuth, D., Kerrigan, D., Chaney, D., & Shillolo, A. (2017). *Short-term cities - Airbnb's impact on Canadian housing markets*. Urban Politics and Governance research group, School of Urban Planning McGill University.

- Wieditz, T. (2017). *Squeezed out: Airbnb's commercialization of home sharing in Toronto*. Policy report prepared for FAIRBNB.CA Coalition. Récupéré sur http://fairbnb.ca/wp-content/uploads/2017/09/Fairbnb_Report_Feb_29.pdf
- Wikipédia. (2020). *Initiative populaire "pour en finir avec les constructions envahissantes de résidences secondaires"*. Récupéré sur Wikipédia, l'encyclopédie libre: http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Initiative_populaire_%C2%AB_pour_en_fini_r_avec_les_constructions_envahissantes_de_r%C3%A9sidences_secondaires_%C2%BB&oldid=170691963.
- Wikipédia. (2020a). *PricewaterhouseCoopers*. Récupéré sur Wikipédia, l'encyclopédie libre: <http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=PricewaterhouseCoopers&oldid=170942716>
- Wikipédia. (2020b). *Accor*. Récupéré sur Wikipédia, l'encyclopédie libre: <https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Sp%C3%A9cial:Citer&page=Accor&id=172142479&wpFormIdentifier=titleform>
- Wikipédia. (2020c). *Onefinestay*. Récupéré sur Wikipédia, l'encyclopédie libre: <http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Onefinestay&oldid=172329785>.
- Wikipédia. (2020d). *Marriott International*. Récupéré sur Wikipédia, l'encyclopédie libre: http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Marriott_International&oldid=170436414.
- Wikipédia. (2020e). *Montreux*. Récupéré sur Wikipédia, l'encyclopédie libre: <http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Montreux&oldid=172212510>
- Wikipédia. (2020f). *District de la Riviera-Pays-d'Enhaut*. Récupéré sur Wikipédia, l'encyclopédie libre: http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=District_de_la_Riviera-Pays-d%27Enhaut&oldid=170255861.
- Zervas, G. (2016). *The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry*. Boston U. School of Management Research Paper, 16, 2014.
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2015). A first look at online reputation on Airbnb, where every stay is above average. *Where Every Stay is Above Average (January 28, 2015)*.

Zuev, D. (2012). *Couchsurfing as a spatial practice: Accessing and producing xenotops*. (Vol. 1(3)). Hospitality & Society.