

PARTENARIAT AIRBNB

Des faits et des chiffres – Mai 2021

- Le partenariat existe depuis 2019. Il n'est pas nouveau.
- Il n'est pas exclusif et l'AMRF dialogue avec d'autres plateformes ou fédérations d'hébergeurs.
- **Le Président de l'AMRF rencontrera la présidente de Gites de France.**
- L'AMRF est partenaire de l'Umih (union des métiers et des industries de l'hôtellerie). (Nous organisons l'évènement Ruralisons ! ensemble ; nous militons en commun sur l'enjeu de la signalétique en faveur des commerces de proximité).
- **Le Fonds Campagne d'Avenir, abondé par la plateforme sera entièrement réinvesti dans le monde rural.**
- Le comportement de nos habitants change : 29000 communes ont des habitants (82 %) qui font des offres sur la plateforme.
- 90 % de l'offre est dans les zones rurales ce qui correspond à un changement des demandes du consommateur.
- C'est une des traductions de l'attractivité des territoires ruraux.
- **Seules 7 000 communes disposent d'hébergements de type hôtelier, soit 28 000 communes n'en disposent pas.**
- Cette diminution est aussi le fait d'acteurs du monde de l'hôtellerie qui ont occasionné la fermeture des hôtels de centre bourg.
- **L'utilisation de la plateforme n'est donc pas une concurrence avec l'offre hôtelière.**
- 15000 communes sans hôtel, soit en 2021, 60 % des communes rurales dénuées d'hôtel ont au moins une annonce active sur la plateforme.
- **Plus de 75000 annonces sur Airbnb proposent une offre d'hébergement dans ces communes rurales sans hôtel à l'heure actuelle.**
- Cette offre a progressé de plus de 50% depuis 2018.

- Elle correspond à une demande de la part des propriétaires ruraux qui recherchent de la souplesse et l'absence de frais d'inscription.
- **La mise en location correspond pour nombre de loueurs à une source de revenu complémentaire, pour des foyers dont la moyenne des revenus est inférieure à celle des villes.**
- Beaucoup de clients sont des professionnels en semaine limités par leur employeur dans la dépense qui ne peuvent trouver une offre équivalente en hôtel.
- **20% depuis 2018 : c'est la progression de la part des communes rurales dans lesquelles Airbnb a renforcé un potentiel de développement touristique jusqu'ici inexistant ou très limité.**
- 450 millions d'euros : recettes des hébergeurs ruraux depuis mars 2020.
- L'augmentation des nuitées c'est davantage de ressources pour les finances dédiées à la communication des offices de tourisme via la taxe de séjour.
- **10,5 millions d'euros de taxe de séjour à des villages de moins de 3 500 habitants reversés par la plateforme.**
- Ce sont des ressources locales sans les contraintes de dépenses d'équipement (installation pour camping-car).
- **Le Ministère de la ville et du logement est partenaire d'Airbnb.**
- Le comité d'organisation des Jeux Olympiques Paris 2024 est partenaire d'Airbnb.

Pour rappel, le message envoyé aux présidents du 20 avril 2021

UN PROGRAMME POUR ACCELERER LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE TOUS LES VILLAGES DE FRANCE

Mesdames, Messieurs,

Partenaires depuis plusieurs années pour valoriser la dimension touristique des espaces ruraux, Airbnb et l'Association des Maires Ruraux de France signeront cette semaine un nouveau partenariat. Cette nouvelle étape a été valorisée par Airbnb par anticipation dans la presse. Afin de vous accompagner, voici quelques éléments qui peuvent vous aider dans les échanges avec vos interlocuteurs et la presse locale.

Accompagner le retour vers la ruralité en valorisant l'accueil dans tous les villages de France

Le monde rural gagne en reconnaissance et de nombreux acteurs désormais misent sur son développement. Airbnb en est un, et il s'appuie sur le changement de comportement de nos habitants qui décident de valoriser leur patrimoine en créant des offres d'hébergement sur ces plateformes. À cela s'ajoute les conséquences déjà visibles de la crise sanitaire et l'attractivité de vos villages pour de nombreux urbains à la recherche de meilleures conditions de vie. La valorisation de nos communes est donc aussi un levier pour augmenter la possibilité d'accueillir de nouveaux habitants séduit par nos beaux villages.

Être une interface entre le monde rural et le monde économique

En proposant à l'AMRF d'être le partenaire de ce pari et en créant un fonds dédié au développement du tourisme rural, ce partenariat est une formidable reconnaissance de votre engagement dans l'avenir de la ruralité. Il s'inscrit d'ailleurs dans la lignée de nombreux soutiens qui sont venus valider notre rôle clé d'interface entre monde rural et monde économique. Rappelons-nous de l'action de solidarité « C'est ma tournée » qui a pu se développer grâce à des opérateurs économiques lors du premier confinement.

Un partenariat avec des objectifs clairs

L'objectif est (1) de développer l'offre en créant des hébergements touristiques de qualité dans les communes rurales françaises ; (2) de stimuler la demande en finançant des projets touristiques dans les communes rurales grâce à la création du programme "Campagnes d'Avenir".

(1) Aider les habitants à devenir hôtes, c'est soutenir le dynamisme durable des campagnes françaises. Les hôtes sont le vecteur d'un développement de l'accueil en milieu rural. Il est prévu une série de formations visant à aider les futurs hôtes à développer leur activité. À titre d'exemple, la tendance croissante aux séjours à la

campagne a créé de nouvelles opportunités de revenus pour les hôtes ruraux qui ont gagné 450 millions d'euros depuis le début de la pandémie.

(2) Le nouvel engagement inclut la création du fonds Campagnes d'avenir, piloté par l'AMRF pour développer le potentiel touristique de la France rurale. Concrètement, à chaque nouvelle annonce créée dans une commune rurale, 100 € seront versés à un fonds, piloté par l'AMRF.

Un vecteur supplémentaire de relocalisation des activités

Nos instances décideront prochainement de la manière dont seront priorisés les financements de projets touristiques ruraux, dont les retombées économiques profiteront à tout l'écosystème local, et notamment le développement de la consommation locale (commerce, artisanat, etc.), avec la présence de nouveaux consommateurs au pouvoir d'achat souvent plus élevé.

Voici quelques éléments de réponses à des questions qui sont légitimes au regard de l'impact médiatique du lancement de l'opération Campagne d'avenir. Nous restons avec l'équipe à votre écoute et à votre disposition pour toute précision, et vous remercions de votre confiance.