



AirBnB





ENQUÊTE SUR SON FABULEUX SUCCÈS EN SUISSE



Dossier. Les Suisses sont friands d'Airbnb: le site internet de location de logements de particuliers a totalisé en 2015 plus d'un million de nuitées dans le pays. Des offres qui se professionnalisent de plus en plus, agacent les hôteliers et inquiètent les régies immobilières. Plongée dans le monde de ce géant du web.



■ ■ ■ GENEVIÈVE RUIZ

Dans quelle ville avez-vous passé vos dernières vacances? New York, Kuala Lumpur, Abidjan? Avez-vous logé à l'hôtel? Non, en appartement. Et en Suisse, quelle est la situation? Le choix d'un logement avantageux chez l'habitant, effectué en quelques clics sur Airbnb, séduit toujours davantage. Les Suisses sont ainsi de plus en plus nombreux à recourir à cette plateforme internet de mise en relation pour mettre leur habitation en location, à un prix moyen de 125 francs la nuit.

«Nous avons 15 000 annonces actives en Suisse, que ce soient des logements entiers ou des chambres chez l'habitant, explique Sarah Roy, responsable médias chez Airbnb. Il y en a deux fois plus qu'il y a un an et vingt-cinq fois plus qu'en 2011.» Résultat: en 2015, dans notre pays, 400 000 voyageurs ont séjourné avec Airbnb, pour un total d'un million de nuitées, selon Roland Schegg, professeur à la Haute Ecole de gestion et tourisme du Valais et auteur d'un récent rapport sur Airbnb pour l'Observatoire valaisan du tourisme.

Sur les 36 millions de nuitées totalisées par l'industrie hôtelière, Airbnb représente ainsi moins de 3% du marché helvétique, mais la plateforme anticipe une croissance forte et continue dans les années qui viennent: «La Suisse représente pour nous une destination en pleine expansion, aussi bien en termes du nombre de logements en location que du nombre d'habitants qui utilisent Airbnb pour voyager, poursuit Sarah Roy. Nous constatons que cette croissance ne se fait plus seulement dans les grandes villes comme il y a quelques années, mais aussi dans des petites et dans les stations de montagne.» En effet, nombreux sont les Suisses qui proposent leur résidence secondaire à la location sur Airbnb. L'offre de la plateforme demeure néanmoins

très concentrée, précise Roland Schegg: «85% des lits disponibles se situent dans les cantons de Zurich, Berne, Vaud, Bâle, le Valais et le Tessin. Le potentiel de développement dans les autres régions reste donc important.»

Airbnb, c'est l'affaire de Brian Chesky, Joe Gebbia et Nathan Blecharczyk (voir en page 14). Créé en 2008 en Californie, leur site pèse aujourd'hui 25 milliards de dollars, pour un chiffre d'affaires annuel estimé à 900 millions de dol-

«AIRBNB OFFRE UNE PLUS GRANDE VARIÉTÉ DE CHOIX QUE LES HÔTELS»

Franck Romet, 57 ans, Genève

Cela fait deux ans que Franck Romet et sa famille ont découvert Airbnb. «Ma fille nous en a parlé lorsque nous avons décidé de partir en week-end à Barcelone.» Une première expérience qui a été déterminante. «Le propriétaire était aux petits soins pour nous: il nous attendait et avait mis à notre disposition des cartes de la ville. Un membre de sa famille nous a même amenés à l'aéroport pour le retour.»

Depuis, la famille Romet a utilisé la plateforme lors de vacances en Espagne ainsi que dans le reste de l'Europe. Et «à l'avenir, je pense systématiquement utiliser Airbnb pour nos séjours à l'étranger», confie Franck Romet. Ils ont ainsi prévu d'y recourir pour leurs prochains voyages à Marseille et au Panama.

Pour cette famille genevoise, ce ne sont pas seulement les tarifs bon marché qui dictent leur choix. «Airbnb offre une plus grande variété que les hôtels. Nous cherchons notre appartement en fonction du quartier, de sa proximité avec une attraction touristique ou avec un arrêt de métro. Souvent, plusieurs appartements sont disponibles dans un bon quartier, alors qu'il n'y a pas d'hôtel qui nous convient.» ■

15 000
NOMBRE
D'ANNONCES SUR
LE MARCHÉ SUISSE.
C'EST DEUX FOIS
PLUS QU'EN 2014
ET 25 FOIS PLUS
QU'EN 2011.

lars. Des centaines de milliers de logements sont proposés dans 34 000 villes réparties dans 190 pays. D'autres plateformes sont apparues depuis, comme Wimdu ou HouseTrip, née en 2010 à Lausanne, qui propose actuellement 350 000 hébergements à travers le monde.

La stratégie d'Airbnb pour continuer à se développer? Encourager ses clients à devenir eux-mêmes hôtes. Une façon de «gagner un complément de revenu», lit-on alors sur le site quand on y réserve son prochain week-end. La page «devenir hôte» invite à «découvrir ce que vous pourriez gagner» et à calculer en ligne son profit potentiel. L'offre s'annonce plutôt alléchante: en moins de deux semaines, il est possible d'encaisser jusqu'à l'équivalent d'un mois de loyer. Ce qui est tout bénéfique pour les plateformes qui pratiquent ce genre de mise en relation, puisqu'elles réalisent leur chiffre d'affaires sur le montant des transactions, prélevant une commission de l'ordre de 3% sur les loyers.

Tout le monde n'apprécie cependant pas le succès d'Airbnb. Sans surprise, le secteur hôtelier s'agace de cette concurrence qu'il considère comme déloyale: «Nous n'avons rien contre l'économie de partage et les plateformes de type Airbnb en tant que telles, avance Christophe Hans, responsable de la politique économique de l'organisation faîtière HotellerieSuisse. Au contraire, nous pensons qu'en faisant venir des touristes en Suisse, elles peuvent même apporter à terme une nouvelle clientèle pour les hôtels. Tant que leur développement reste calqué sur le modèle «consommateur-consommateur», nous n'y voyons pas d'inconvénients. Mais une évolution récente montre que l'offre Airbnb se professionnalise. Pour ce type de locations, nous demandons un traitement égal pour le paiement de la taxe de séjour et des impôts, pour le respect des conventions collectives de travail, l'intégration des normes de sécurité et d'hygiène, ainsi que pour les nombreuses contraintes auxquelles sont astreints les hôteliers.»

400 000
VOYAGEURS
ONT SÉJOURNÉ
AVEC AIRBNB
EN SUISSE
EN 2015.



Philippe Vignon, directeur de Genève Tourisme, renchérit: «Il existe une forme d'inégalité de traitement entre Airbnb et les hôtels, puisque ces derniers sont soumis à la loi sur la restauration, le débit de boissons et l'hébergement. Ils doivent suivre des règles strictes en matière de sécurité, comme l'aménagement de sorties de secours ou l'installation de systèmes d'alarme.»

Pour l'instant, la branche hôtelière réagit comme elle le peut à la déferlante mondiale d'Airbnb. A San Francisco, un référendum qui visait à limiter les locations de courte durée a récemment été refusé. Il avait été financé en grande partie par les hôteliers. Début novembre, Hotrec, l'association européenne des hôteliers, a émis dix recom-

«Ce qui m'intéresse, c'est de développer une offre globale qui me permette de devenir l'interlocuteur des personnes qui proposent un hébergement.»

MARC HAZAN,
fondateur de Keys'n'Fly

mandations à l'intention des associations nationales et de leurs législateurs pour soumettre les hébergeurs Airbnb aux mêmes normes que les hôteliers. En Suisse, Hotelleriesuisse privilégie une

approche politique pragmatique et sectorielle du phénomène, en incitant par exemple les communes à lever les taxes de séjour auprès de tous les hébergeurs: «L'idéal serait d'avoir une loi-cadre qui engloberait les aspects fiscaux, sécuritaires ou ceux liés à l'hygiène», précise Christophe Hans.

«Il vaudrait mieux alléger les contraintes des hôteliers plutôt que de soumettre les hébergeurs d'Airbnb à de nouvelles lois, estime pour sa part le conseiller national radical Philippe Nantermod. Nous le constatons en Valais, la facilité de mise en location d'un bien grâce à l'économie de partage permet de lutter contre les lits froids. Il ne faudrait donc surtout pas compliquer les choses.» Si Christophe Hans n'est

PETITS ET GRANDS ALÉAS DE LA LOCATION

Le 14 août dernier, le *New York Times* relatait l'expérience traumatisante d'un touriste de 19 ans enfermé dans les toilettes de son logeur à Madrid, après un contact sexuel décrit comme une agression. Appelée à la rescousse via téléphone portable, la mère du jeune homme a vainement tenté d'obtenir de l'aide auprès d'Airbnb, qui l'a renvoyée à la police avant de cesser de répondre à ses appels...

Il y a aussi l'histoire de ce couple de Calgary, au Canada, qui pensait louer sa maison à quatre adultes venus assister à un mariage le temps d'un week-end, et qui s'est retrouvé avec des dégâts estimés entre 80 000 et 100 000 francs: les prétendus locataires se sont révélés être les organisateurs d'une orgie mêlant sexe, drogue et alcool.

Si ces cas extrêmes sont rares, recevoir des inconnus chez soi peut engendrer son lot de petits problèmes. Basée à Genève, Audrey* est adepte d'Airbnb depuis des années. Elle propose actuellement une chambre dans son appartement pour 80 francs la nuit. Mais ses expériences d'hôte n'ont pas toujours été heureuses. «Une fois, toute la vaisselle a été laissée sale dans l'évier et j'ai retrouvé des capotes usagées. Un autre jour, alors qu'un plombier intervenait dans l'appartement, les Colombiennes que j'avais accueillies se sont inquiétées de cette présence masculine et ont fermé la porte de leur chambre à double tour. Malheureusement, la serrure est restée bloquée et j'ai dû payer l'intervention du serrurier.»

Malgré ces soucis, elle considère l'expérience comme enrichissante. «J'ai déjà accueilli une trentaine de personnes de provenances très diverses, raconte Audrey. En général, le contact est chaleureux et je noue parfois des amitiés avec mes clients.» Mais louer une chambre n'est pas fait pour tout le monde: «Ce va-et-vient chez soi peut devenir fatigant. Il faut organiser les arrivées et les départs, nettoyer la chambre, laver le linge de maison... De plus, il est difficile de refuser une réservation, même pour une nuit, car on ne peut pas prétendre être disponible et, en même temps, refuser des clients.» ■

* Nom connu de la rédaction



pas contre le principe, il le considère comme peu réaliste: «Il me paraît difficile, dans le contexte actuel, de trouver un consensus pour diminuer les normes de sécurité des hôtels ou supprimer l'obligation pour l'hôtelier de transmettre l'identité de ses clients à la police.»

Confrontée à ces questions, la responsable médias d'Airbnb répond que la plateforme est prête à collaborer avec les gouvernements pour trouver des solutions adéquates. «En ce qui concerne la taxe de séjour, nous avons mis en place une collecte automatique sur notre plateforme pour le compte de nos hôtes à Amsterdam, à San Francisco, ou encore récemment à Paris.»

Générateur de bonnes affaires

Alors que ces débats risquent de s'intensifier ces prochaines années, l'offre d'Airbnb se professionnalise à grande vitesse. De nouveaux acteurs ont rejoint ce marché en fonctionnant comme des agences de location. D'un côté, il y a des particuliers qui proposent plusieurs logements sur le site. Ces appartements sont conçus uniquement pour accueillir des hôtes et personne n'y vit à l'année. Dans son analyse, Roland Schegg relève qu'un tiers des objets proposés sur Airbnb en Suisse entrent dans cette catégorie: «Nous considérons qu'à partir de deux objets loués, on s'éloigne déjà du concept de l'économie de partage. Et qu'à partir de cinq, on entre clairement dans une logique professionnelle.»

La pratique qui consiste à louer un bien pour le sous-louer ensuite, à la nuitée ou à la semaine, est bien connue dans les zones touristiques: plus de 50% des objets proposés en Valais feraient partie de portefeuilles de professionnels de l'immobilier. «La plus forte croissance d'Airbnb s'observe en Valais, précise Roland Schegg. Même les agences de location utilisent la plateforme comme canal de promotion.»

125 FRANCS
PRIX MOYEN D'UNE LOCATION AIRBNB EN SUISSE.

De l'autre côté, des opportunistes ont flairé la bonne affaire et se sont transformés en prestataires de services pour les personnes qui proposent des hébergements. Ils ont élaboré à leur intention un marketing bien ficelé: conseils spécialisés pour mettre son annonce en ligne et personnaliser son profil, mise en relation avec des photographes professionnels pour prendre des clichés flatteurs des intérieurs.

Parmi eux, on trouve la Vaudoise Jasmina Salihovic, surnommée «la reine d'Airbnb». Via sa société Chambre d'amis, elle gère 105 adresses dans toute la Suisse.

D'autres entrepreneurs comptent aller plus loin. Ainsi, Marc Hazan, fondateur de Keys'n'Fly, société basée à Genève, propose de gérer la totalité du processus, de la mise en ligne de l'annonce jusqu'au check-out, mais aussi le nettoyage et la blanchisserie, contre une commission de 7% sur le montant total du séjour. Il est intervenu dans la vente de 4800 nuitées en Suisse romande en seulement quatre mois. Ses clients sont essentiellement des propriétaires de résidences secondaires qui louent leur logement à des hommes d'affaires en déplacement ou à de grands voyageurs. Pour l'instant, Marc Hazan ne travaille qu'avec le site Airbnb en Suisse, mais il compte bien s'exporter en France, sur la Côte d'Azur. «Ce qui m'intéresse, c'est de développer une offre globale qui me permette de devenir l'interlocuteur des personnes qui proposent un hébergement.» Son équipe comptera bientôt trois personnes à plein temps.

A Genève encore, Alexia Payot a lancé son site weDoux il y a deux mois. Au bénéfice d'une longue expérience dans l'immobilier, elle souhaite offrir un service clés en main aux propriétaires pour leur «faciliter la vie»: conciergerie, nettoyage, décoration, ameublement et gestion de l'annonce. «Nous sommes rémunérés à la commission et nos services ne coûtent rien si l'objet ne trouve pas preneur. Le propriétaire n'a donc rien à perdre et tout à gagner.»

Et le fisc?

Si le potentiel de ce marché paraît évident, il est toutefois limité en Suisse, pour

85%
DES LITS SONT PROPOSÉS DANS LES CANTONS DE ZURICH, BERNE, VAUD, BÂLE, EN VALAIS ET AU TESSIN.



**« Nous sommes
rémunérés à la
commission et nos
services ne coûtent rien
si l'objet ne trouve
pas preneur. »**

ALEXIA PAYOT,
fondatrice de weDoux

une simple et bonne raison: les locataires n'ont en principe pas le droit de louer leur appartement sur Airbnb. La « mise en location de tout ou partie d'un bien immobilier sur une plateforme telle qu'Airbnb sera considérée comme de la sous-location », indique Céline Tassin de la Chambre genevoise immobilière. En l'absence d'autorisation, le locataire qui propose son appartement sur la plateforme s'expose ainsi à une résiliation anticipée de son bail. Ce qui, dans la pratique, arrive rarement. L'Association suisse des locataires n'a connaissance que de quelques cas en Suisse romande. Mais plusieurs régies ont signalé qu'elles traquaient désormais les appartements postés sur Airbnb pour vérifier qu'il ne s'agit pas des leurs. Et plusieurs locataires se sont déjà fait prendre

à ce jeu. En cas de préjudice, celui qui propose son logement sans autorisation de la régie peut même être condamné à verser des dommages et intérêts au propriétaire, ou à lui reverser les loyers indûment perçus (voir en page 12).

Autre question pécuniaire: faut-il déclarer les loyers encaissés? Selon l'administra-

tion fiscale genevoise, un flou règne quant à la possibilité de réclamer des déductions fiscales pour la literie et l'usure du mobilier, par exemple. « Si l'hébergeur est locataire, les frais déclarés seront probablement classés dans la catégorie « autres revenus », mais il n'est pas dit qu'il puisse réclamer des déductions, cela dépendra du cas particulier. »

Pour l'instant, les hébergeurs Airbnb semblent profiter de tous ces flous juridiques autour de leur activité. Cependant, en raison du succès croissant de la plateforme, les autorités suisses risquent de devoir légiférer sur ces pratiques afin d'éviter que des villes ne prennent d'elles-mêmes des mesures disparates. ■

COLLABORATION
ESTELLE CHAYROU ET FRANCESCA SACCO ■ ■ ■



JEAN-MAURICE MICHEL EHL

■ ■ ■ **«CE SONT LES PETITS HÔTELS DE MONTAGNE QUI VONT LE PLUS SOUFFRIR»**

Trois questions à Demian Hodari, cofondateur de HouseTrip et professeur de management à l'École hôtelière de Lausanne.

Pourquoi Airbnb affecte-t-il les hôtels?

Des prix souvent plus bas, l'accès à une cuisine et à un salon, plusieurs chambres pour les familles et une expérience plus authentique représentent quelques-unes des raisons. Plusieurs études récentes ont démontré qu'Airbnb a un impact en particulier dans les grandes villes. Lorsque l'offre sur la plateforme augmente de 10%, on observe en parallèle une diminution de 0,5% du revenu des hôtels.

Comment analysez-vous la situation de la Suisse?

J'ai interviewé de nombreux patrons d'hôtel et la majorité considère que la diminution de fréquentation de leur établissement est due à la concurrence des plateformes d'hébergement. En Suisse, le phénomène affecte davantage le secteur des vacances que celui du business. Je crois que ceux qui vont le plus souffrir sont les petits hôtels de famille situés dans les régions de montagne. Parce que les plateformes comme HouseTrip ou Airbnb facilitent la mise en location des appartements et des chalets des propriétaires de résidences secondaires. Ce phénomène n'est pas nouveau, mais il est maintenant grandement facilité. Les propriétaires n'ont même plus besoin de passer par une agence immobilière et gagnent encore plus d'argent.

Est-ce qu'Airbnb va continuer à croître ces prochaines années?

Certainement. On peut le voir grâce à la valeur donnée à la plateforme par les investisseurs, qui est désormais de 25,5 milliards de dollars. C'est plus que les plus grandes compagnies hôtelières du monde. Par exemple, le groupe Starwood Hotels & Resorts, qui possède des marques comme Sheraton ou Westin, a récemment été vendu pour 12 milliards de dollars. De manière générale, l'économie de partage est un phénomène de long terme pour l'industrie de l'accueil, parce qu'elle correspond à des changements profonds de modes de vie. Face à cela, les hôtels devront s'adapter. Il leur faudra trouver des moyens d'être plus efficaces à meilleur prix. Malheureusement, l'industrie hôtelière n'est pas un secteur particulièrement innovant. Le plus souvent, elle s'est contentée d'intégrer des innovations introduites par d'autres domaines, comme l'aviation. ■

Décodage. Les hôtels ne sont pas **Une nouvelle me**

WILLIAM TÜRLE

Après les hôtels, les régies seront-elles les prochaines victimes d'Airbnb? S'il est peu probable qu'elles disparaissent du jour au lendemain, le développement de la plateforme californienne et l'émergence de plusieurs services de gérance 2.0 les obligeront cependant à reconsidérer leurs offres. Du moins pour certains segments. D'autant que les attentes des propriétaires tendent à évoluer. Agé de 42 ans, Hervé de Segonzac, contrôleur financier, loue par exemple depuis mi-novembre via Airbnb un appartement de 80 m² dont il est propriétaire à Genève. La raison qui l'a fait opter pour cette solution plutôt que de choisir une régie? La flexibilité.

«Je n'ai pas acheté ce bien dans le but de le louer et je ne suis pas intéressé par une location de longue durée.» De cette manière, il peut dégager un rendement locatif, tout en restant maître de son logement et stopper la location quand bon lui semble ou réserver son appartement pour héberger des amis ou de la famille de passage. Son but n'est ainsi pas de maximiser à tout prix le rendement locatif, mais plutôt de profiter d'un système qui lui donne plus de liberté, notamment sur les prix à court terme (par exemple en fonction des salons prévus à Genève) ou à long terme (il peut revoir chaque année ses tarifs en fonction de la demande).

Bénéfice supérieur à la location

Par ailleurs, il n'a pas à endosser des tâches administratives liées à la location. Il a mandaté la société genevoise weDoux, qui se charge de la gestion via Airbnb: «Je leur ai remis les clés et ils assument tout. Ils me tiennent au courant des locations passées ou à venir et me font régulièrement des versements.» Des locations dont la durée peut être aussi courte qu'une nuit demandent en effet un minimum de logistique: il faut trouver le client, préparer les lieux, être présent à l'arrivée et au départ, s'occuper

les seuls à être concurrencés par Airbnb. Les gérances sont aussi concernées. Explications.

nace pour les régies immobilières

du ménage, des draps, du linge de maison. «Tout cela est très contraignant et demande beaucoup de disponibilité, ce qui justifie la commission de weDoux», ajoute le propriétaire.

Il souligne qu'il pourrait louer son bien environ 2000 francs par mois. Sur Airbnb, il le loue à un tarif de 100 francs par nuit, en versant une commission d'environ 18% à weDoux. «Pour l'instant et à ma grande surprise, le logement est presque tout le temps loué, il est donc probable que le bénéfice soit supérieur à une location standard via une régie», dit-il.

«*Un locataire mettant à disposition son logement sans autorisation prend le risque de voir son bail résilié. En outre, il est formellement interdit de s'enrichir par ce biais.*»

CLAUDE CHESSEX,
membre du comité de l'USPI Vaud
et directeur de la Régie Braun

Alexia Payot, qui a lancé weDoux à la fin de l'année dernière, compte aujourd'hui une douzaine de clients, principalement établis à Genève. «Pour avoir travaillé pendant vingt ans dans l'immobilier, je peux dire que les principales craintes des propriétaires qui confient leur bien à une régie sont le non-paiement du loyer et les droits qu'offre un contrat de bail, notamment en termes de durée de location. Si un propriétaire souhaite réintégrer son logement, il doit engager une procédure en résiliation de bail et respecter les délais, souvent longs, auxquels le locataire a droit. Avec Airbnb, il peut disposer de son logement comme il

l'entend et fixer lui-même le prix.» En outre, la location n'est validée qu'une fois le paiement du voyageur effectué, il n'y a donc aucune possibilité pour que le voyageur ne s'acquitte pas de son dû.

En ce qui concerne les gains potentiels, Alexia Payot relève compter dans son portefeuille un quatre-pièces dont le loyer s'élèverait à 2000 francs par mois s'il était loué par l'intermédiaire d'une régie. Ce dernier est actuellement loué 170 francs la nuit. Ce qui, pour un mois complet, correspond à 5100 francs, montant duquel il faut déduire les honoraires d'Airbnb (soit 3%) et de weDoux (18%), ainsi que les charges du logement (connexion internet, redevance TV, assurances, services industriels, etc.). «Dans ce cas, si le logement est loué trente jours, le propriétaire touche au final un montant de 3400 francs en tenant compte d'une réduction longue durée et 3800 francs sans celle-ci», précise Alexia Payot.

Fondateur du site communautaire de vente en ligne QoQa.ch, Pascal Meyer souhaite lui aussi «disrupter» la relation entre les locataires, les propriétaires et les gérances. Selon le jeune entrepreneur, celle-ci laisse encore trop souvent à désirer. Afin d'aider les régies à redorer leur image, il développe actuellement avec deux gérances romandes une application sur mesure, permettant de mettre rapidement en lien la régie avec ses locataires et propriétaires. Par exemple, l'habitant d'un immeuble pourrait en tout temps prendre une photo d'un dégât, l'envoyer à la gérance et cette dernière lui faire suivre un bon ou le mettre directement en relation avec un plombier.

Que pense le milieu de l'immobilier de cette «ubérisation» croissante de son secteur? Membre du comité de l'Union suisse des professionnels de l'immobilier Vaud et directeur de la Régie Braun à Lausanne, Claude Chessex estime qu'Airbnb entre principalement en concurrence avec les régies dans le cas d'immeubles destinés à des locations de vacances, par exemple en

station. Sinon, le public cible et les services diffèrent: on trouve, selon lui, d'un côté des logements destinés à des voyageurs pour des séjours de courte, voire de très courte durée et, de l'autre, des propriétaires désireux de rentabiliser leur bien sur le long terme. Il ajoute que les prestations d'Airbnb ne comprennent qu'une partie des services proposés par les gérances, ces dernières prenant en charge aussi bien les aspects administratifs et financiers que les problèmes techniques du bâtiment. «Les impératifs du droit du bail sont développés et seules des connaissances approfondies et locales permettent d'éviter des conséquences onéreuses pour le propriétaire. Pour moins du double de commission, les régies proposent des services autrement plus complets.»

Enrichissement illégal

Et qu'en est-il des locataires, nombreux, recourant aux services d'Airbnb lors d'une absence de quelques jours? Claude Chessex rappelle que toute sous-location doit faire l'objet d'une autorisation du bailleur et qu'aucune sous-location récurrente ne peut être autorisée. «Un locataire mettant à disposition son logement sans autorisation, ce qui représente la majorité des cas, prend le risque de voir son bail résilié, explique-t-il. En outre, il est formellement interdit de s'enrichir par ce biais. Or, dans la majorité des cas, les locations proposées, une fois mensualisées, dépassent le montant du loyer du locataire.» Toute plus-value est donc due au bailleur, à l'exception de 20% tolérés pour la mise à disposition des meubles et linges.

«Les risques pour le locataire sont élevés, pour un bénéfice probable bien inférieur aux attentes», conclut Claude Chessex. Afin de ne pas voir une multitude d'appartements soustraits du marché, il indique que les régies immobilières «font la chasse aux sous-locations non autorisées, avec ou sans l'utilisation d'une plateforme prévue à cet effet». ■



AIRBNB OPEN La grand-messe de la plateforme californienne a attiré à Paris, en novembre dernier, 5000 candidats loueurs venus à leurs frais de 110 pays. Ils ont parlé de plus-value spirituelle, suivi des séminaires sur, notamment, «le potentiel d'Airbnb pour améliorer la paix dans le monde».

■ ■ ■ **Reportage.** «Chez vous, ailleurs», récite le slogan de la plateforme de location de logements chez des particuliers. Pourtant, plus elle s'étend, plus les critiques s'élèvent. La professionnalisation se fait-elle au détriment du charme?

Chez Airbnb, le rêve a laissé place à l'appât du gain

MERTEN WORTHMANN

Au début, c'était une simple question d'argent: incapables de payer leur loyer, deux jeunes designers industriels sans emploi fixe, partageant un logement à San Francisco, bricolent en octobre 2007 un site proposant un dortoir bon marché en prévision d'un grand congrès de design. Ils gonflent trois matelas pneumatiques dans leur salon. Trois clients s'annoncent, qui n'avaient à vrai dire rien à voir avec le design. Reste qu'au

bout d'une semaine Joe Gebbia et Brian Chesky avaient l'argent pour le loyer et, en plus, trois nouveaux amis.

Quelques mois plus tard, l'idée improvisée allait se muer en un modèle d'affaires génial: des gens accueillants, désireux de gagner un peu de sous, louaient à la bonne franquette des espaces libres à d'autres gens soucieux de loger quelques jours pour pas cher. Et se faisaient de nouveaux amis. Joe Gebbia et Brian Chesky ont créé ensemble la plateforme mettant les gens en contact, avec l'aide

d'un ancien colocataire de Gebbia, Nathan Blecharczyk. En août 2008, Airbed and Breakfast (matelas pneumatique et petit-déjeuner) était lancé, abrégé en Airbnb.

Depuis lors, plus de 2 millions de logements figurent à l'inventaire, 60 millions de personnes ont déjà loué un logis par le biais de la plateforme, dont 25 millions rien qu'en 2014. Les revenus de l'entreprise pour 2015 sont estimés à 900 millions de dollars et elle devrait entrer en Bourse.

Mais tout en croissant à toute allure, Airbnb perd de son crédit auprès des sympathisants de la première heure, car le site accueille désormais des loueurs commerciaux peu soucieux d'établir un contact personnel avec le client. Et, dans les quartiers prisés des grandes villes, Airbnb pourrit le marché: comme cela rapporte davantage de louer des appartements aux touristes à la journée, les autochtones ne trouvent presque plus à se loger.

Séances de stimulation

Pour mieux connaître l'entreprise, il faut participer à un Airbnb Open. Le deuxième du genre s'est déroulé à Paris en novembre dernier, dans la ville qui détient le record d'inscriptions sur le site: 35 000! L'ensemble de la direction était présente, pour accueillir 5000 candidats loueurs venus à leurs frais de 110 pays, prêts à payer 250 euros le ticket d'admission. La grand-messe a débuté à 8 heures du matin au Parc de la Villette, dont la Grande Halle était naguère un abattoir: un immense édifice de verre et de fer forgé. Alors que des stands proposaient café et croissants, les visiteurs ont happé une tablette, louché sur le badge du voisin pour savoir qui il est et d'où il vient, et se sont déniché une place n'importe où.

Puis une voix de stentor a invité toute le monde à se rendre sous la Keynote Tent, équipée d'une vaste scène et d'un écran où, deux jours durant, on verra les trois fondateurs s'exprimer, ainsi qu'une douzaine de stratèges d'entreprise, de loueurs de logement et de toute une série d'orateurs invités. Le gourou qui a inspiré Airbnb, Chip Conley, a ouvert les yeux. Quinquagénaire, crâne rasé et portant le bouc, il a lancé naguère une chaîne de boutiques-hôtels, revendue fort cher. Depuis deux ans, chez Airbnb, il est chargé de la *global hospitality*. «Les hôteliers sont des experts en matière de service, s'est-il écrit à Paris. Mais vous êtes des experts en matière d'hospitalité, celle qui vient du cœur.» Applaudissements. «Vous tous, vous démocratisiez l'hospitalité. Vous êtes des révolutionnaires.» Ovation.

Nul ne s'est dit que cette énergie révolutionnaire allait faciliter une prochaine entrée en Bourse. On n'a parlé que plus-value spirituelle. «Nous, les hôtes, on



LE TRIO Joe Gebbia, Nathan Blecharczyk et Brian Chesky ont fondé Airbnb en 2008.

nous comprend souvent mal, a péroré Brian Chesky, un type trapu et un brin gauche. Les gens ne voient que nos maisons, alors que nous offrons un chez-soi.» Il a illustré son propos en diffusant un diaporama montrant ses propres parents au premier jour de leur visite à Paris. On les voit dans un bus panoramique, au Louvre, avec les peintres du dimanche, dans un fast-food, sur un bateau-mouche. Ils ont la mine maussade. Mais, le deuxième jour, fiston les a confiés à des hôtes Airbnb. Et, là, ils ont découvert les jolis cafés, la féerie des marchés et, à la fin, on les voit esquisser un pas de danse dans les bras de leurs cornacs. «Avec Airbnb, on ne va pas à Paris, on vit à Paris», s'est exclamé Brian Chesky, applaudi par ses parents assis au premier rang.

«Le bonheur de l'invité se répercute sur l'invitant, a-t-il poursuivi. J'ai appris à veiller sur des étrangers, à être disponible pour eux. Je suis désormais convaincu que l'homme est fondamentalement bienveillant.» Ensuite, les maîtres à penser de la plateforme ont ressassé sans relâche sa capacité à rendre le monde meilleur. Tout le monde a été invité à suivre des séminaires montrant «le potentiel d'Airbnb pour améliorer la paix dans le monde», «la signification des maisons ouvertes pour un monde meilleur» et «combien l'hospitalité fait du bien à l'âme».

Des «hostrepreneurs»

Reste qu'au sortir de cet Open de deux jours, nul n'était prêt à affirmer qu'Airbnb est une société de bienfaisance. Même l'hôte le plus idéaliste pense à son revenu – et l'entreprise à sa commission, de 6 à 12% sur le montant de la location et 3%

supplémentaires au loueur. Pour accroître le chiffre d'affaires, Airbnb incite ses hôtes à faire des calculs professionnels et les qualifie de «hostrepreneurs», fusion de *host* et d'entrepreneur. Les thèmes de séminaires d'Airbnb à Paris allaient de «Comment Airbnb fait de toi un meilleur entrepreneur» à «Tarification vs valeur ajoutée» ou «Fais de ton inscription une machine à gagner de l'argent».

Lucas Herdy, 26 ans, un *host* à Rio de Janeiro, a dirigé une rencontre très courue sur la tarification flexible de l'objet loué. Les participants étaient du genre classe moyenne, le conférencier ressemblait plutôt à un moniteur de surf. «*Money matters* (l'argent compte), a-t-il dit en ouverture. Puis il a montré comment jongler avec succès parmi les réservations précoces, les *last-minutes*, les week-ends, les tarifs hors saison. Et il a apostrophé l'auditoire: «Votre appartement est-il productif ou tout simplement occupé?» Ceux qui redoutent des vols ou des dégâts doivent renoncer aux bibelots et meubler les pièces avec du mobilier bon marché.

La conquête du marché

Mais il est vrai que les conseils aussi bas de gamme sont rares. En général, il s'agit plutôt d'inculquer aux *hosts* l'art du petit geste, afin que le client se sente cordialement accueilli et le souligne ensuite dans son évaluation en ligne, ce qui augmentera la demande: chercher le client à l'aéroport, proposer quelques mignardises, fournir un plan du coin en surlignant les meilleurs bistrotts et magasins. C'est lumineux: tout a été pensé à l'avance pour que le séjour du client soit une expérience de vie. Rien n'est spontané, tout se déroule selon un vade-mecum.

Le profilage de l'offre correspond à la solution que Jonathan Mildenhall, patron du marketing d'Airbnb, a exposée sous la tente, au Parc de la Villette: «Nous sommes en train de construire une marque iconique universelle, comme Nike dans les années 1990 et Apple au tournant du millénaire: une marque qui définit toute une génération.» Le profilage devrait encore convenir à de nouveaux groupes cibles que l'entreprise tente de détourner vers ses *hosts*: les voyageurs d'affaires. Ils doivent oublier leurs hôtels sans âme et passer dans des

logis Airbnb pour suivre la tendance «bleisure», contraction entre business et *leisure* (loisirs). Pour les accueillir, les hôtes pourront conquérir le label Business Travel Ready. Pour ce faire, il faudra une planche à repasser, un détecteur de fumée, un standard de propreté hors du commun et un accueil à n'importe quelle heure du jour et de la nuit.

La conquête du marché des hommes d'affaires, l'entrée en Bourse, le désir affiché d'être le nouvel Apple: tout cela éloigne passablement Airbnb du concept de partage tant vanté de «Viens chez moi, je m'ouvrirai à toi et nous deviendrons amis». Or, l'entreprise entretient ce mythe naïf. Plus elle se positionne professionnellement, plus elle se cramponne à l'image d'une communauté universelle de participants heureux. Cela motive la base et contribue à marquer des points dans le bras de fer avec les villes soucieuses de mettre des limites au marché incontrôlé des courts séjours touristiques. A New York, Paris, Berlin, Genève et Barcelone, l'attractivité d'Airbnb fait qu'une quantité d'appartements ne sont plus accessibles aux locataires à l'année, mais réservés aux touristes urbains. Des prestataires commerciaux, parfois inscrits sous diverses

rubriques, proposent ce qui profite le plus à Airbnb: des appartements complets, disponibles toute l'année. L'entreprise ne fournit pas de chiffres à cet égard mais, sur le site insideairbnb.com de l'Américain Murray Cox, on découvre des cartes interactives montrant à quel point les zones d'habitation sont farcies d'appartements de vacances (souvent non annoncés comme tels).

Des militants de la cause

Afin de limiter le risque d'image, Airbnb a récemment engagé Chris Lehane, surnommé Master of Disaster quand il était le conseiller de Bill Clinton. Depuis septembre, il est Head of Global Policy and Public Affairs et a conçu une sorte de traité de paix baptisé Community Impact. Il y informe notamment de la volonté d'Airbnb d'endiguer l'expansion de prestataires multiples et de les inciter à respecter la législation locale. Mais, lorsqu'on lit le document attentivement, on y découvre toute une série de brèches et l'indication qu'il convient de se montrer coopératif uniquement dans les villes conciliantes face à Airbnb.

Sur la grande scène de Paris, Chris Lehane fait sa pub pour une autre offensive d'Airbnb: les hôtes doivent se muer

en militants de leur propre cause. «Vous n'êtes pas qu'une communauté, vous êtes un mouvement!» Il annonce la création de 100 *homesharing clubs* voués à défendre leurs intérêts et clame: «Organisez-vous. Nous créons la structure, vous devez en être les porte-voix!» Là où cela se révèle nécessaire, les hôtes doivent lancer des campagnes de protestation, faire pièce aux politiciens locaux. Airbnb entend défendre son modèle d'affaires dans la rue aussi, avec ses propres fantassins.

Cela dit, c'est toujours la même espèce d'hôtes que l'entreprise magnifie: ces gens à qui un revenu accessoire permet de joindre les deux bouts. Ces gens qui auront enfin un peu d'argent pour partir en vacances. Ces gens qui, grâce à Airbnb, pourront payer leurs hypothèques. Or, dans le chiffre d'affaires de la société, il est probable que ces gens-là jouent depuis longtemps un rôle accessoire: ils font surtout office de vitrine sur le site.

Reste que, quand on a compris comment l'entreprise fonctionne, on n'a pas encore entièrement saisi l'essence d'Airbnb. Car il existe une quantité d'hôtes qui vivent véritablement, dans leur âme et dans leur peau, sans arrière-pensées, le rêve dans sa version initiale. A l'Airbnb Open, on ne cesse de les rencontrer entre séminaires et séances de motivation. Et on entend des histoires comme celle de cette femme de Seattle: «Nous avons une maisonnette dans le jardin, que nous louons depuis que j'ai perdu mon emploi. Mon employeur s'est fait avaler par une grande entreprise. J'ai alors beaucoup douté de l'homme. Il a fallu Airbnb pour me redonner confiance en l'humanité.» Ou cet autre, Allemand: «Je me suis lancé pour l'argent, mais ce n'est plus ma priorité. On ne réussit qu'en aimant les gens.»

Ces gens sont-ils trop crédules? Peut-être, mais c'est bon pour leurs «invités»: plus il y aura de gens qui croient à la force spirituelle de l'hospitalité, plus elle sera réalité. Et si, un jour, Airbnb croule sous les logements labellisés Business Travel Ready, on verra à coup sûr quelqu'un se lever pour exiger un autre label: «Airbnb Classic», avec hospitalité certifiée, comme au bon vieux temps... ■

ACTIFS Des supporters d'Airbnb manifestent devant la mairie de New York contre un durcissement de la réglementation sur les locations.



ANDREW BURTON/GETTY IMAGES

© DIE ZEIT
TRADUCTION ET ADAPTATION GIAN POZZY