

Communiqué de presse

18 Mars 2014

Regards sur le Consommateur Contemporain

Les Français et les nouvelles façons de voyager : la location online de logements entre particuliers

57% des Français déclarent être intéressés la location de logements entre particuliers sur Internet

A travers son cycle d'études *Regards sur le Consommateur Contemporain*, iligo investigate les pratiques de consommation des Français. A l'occasion de ce nouveau volet, focus sur les voyages et plus particulièrement sur la location en ligne de logements entre particuliers.

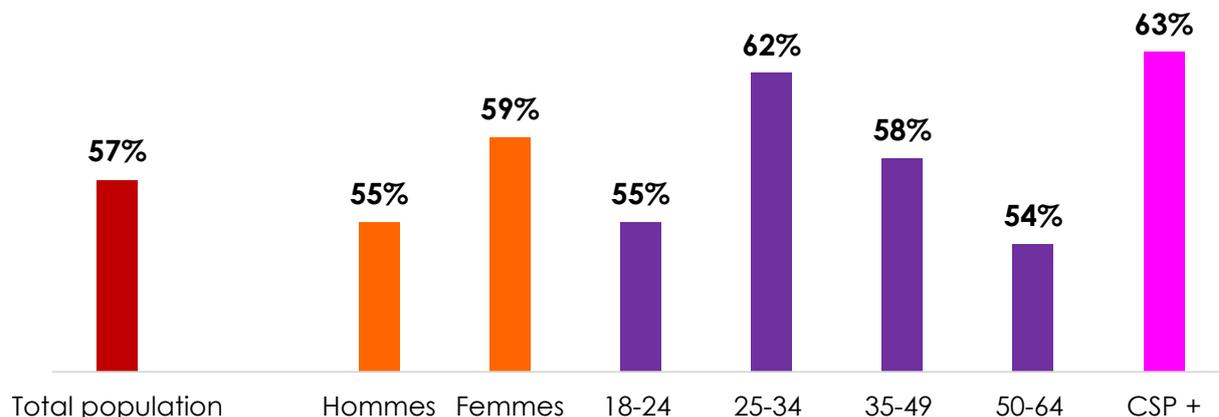
Favorisée par l'essor d'Internet et du Web 2.0, la location de logements entre particuliers s'est intensifiée au cours des dernières années. A l'instar des pratiques de consommation collaborative, ce nouveau mode de consommation offre la possibilité de voyager à moindre coût tout en s'immergeant dans la vie locale.

Comment les Français perçoivent-ils cette nouvelle façon de voyager ? Souci d'économies, recherche de lien social : quelles motivations les incitent à utiliser ce type de service ? Quels critères influencent leur choix d'un logement ?

Une possibilité de séjour qui séduit les trentenaires, les CSP+ et les femmes

57% des Français déclarent être intéressés par la location de logements entre particuliers via des sites dédiés à ce mode de réservation. Un constat encore plus vrai chez les CSP + (63% - indice 111), les 25-34 ans (62% - indice 108) et les femmes (59% - indice 104).

Part des Français se déclarant intéressés par la location online de logements entre particuliers



Une pratique qui suscite quelques réticences mais qui devrait s'intensifier

Si 57% des Français déclarent être intéressés par la location online de logements entre particuliers, ils sont une majorité à émettre des réserves vis-à-vis de cette pratique (51% déclarent manquer de confiance face à ce type de location). Néanmoins, ils se révèlent optimistes quant à l'avenir de ce mode de séjours : 80% des Français estiment que ces locations se développeront au cours des prochaines années. Une proportion là encore plus marquée chez les femmes et les CSP+ (83% - indice 105 pour ces deux populations).

Des motivations pragmatiques liées au pouvoir d'achat, mais aussi une recherche de sociabilité et d'immersion dans la vie locale

Les motivations économiques expliquent avant tout l'intérêt pour ce type de location. Ainsi, 84% des Français estiment que cela pourrait constituer une source de revenus complémentaires. Par ailleurs, 82% pensent que ce mode de séjour permet de réaliser des économies lors de voyages.

Si des considérations pragmatiques dominant, la recherche de sociabilité et d'immersion dans la vie locale ne demeure pas moins une motivation forte. Ainsi 78% des Français considèrent que ces locations favorisent le lien social et permettent de faire des rencontres. De même, 78% estiment qu'elles offrent la possibilité de s'imprégner du mode de vie local.

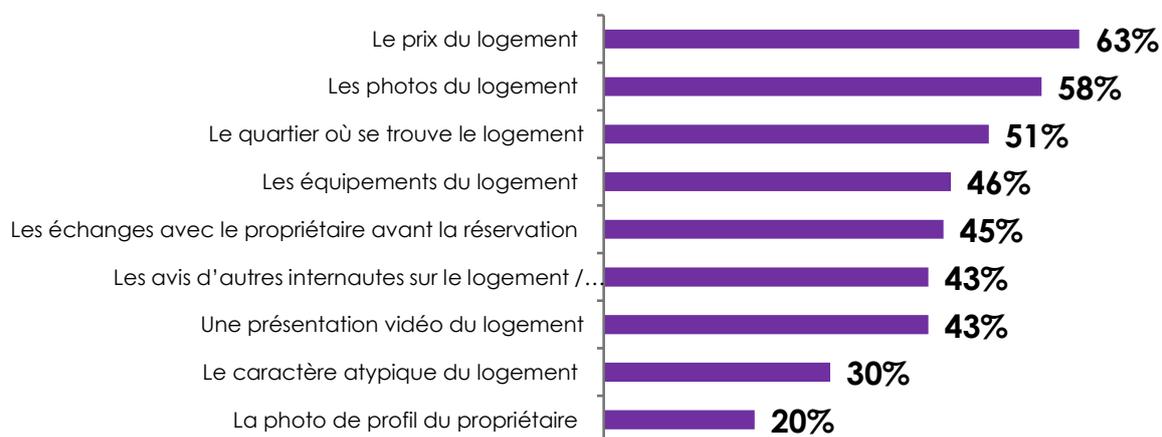
Enfin, l'originalité se révèle une dimension à laquelle les Français sont sensibles : 70% jugent que ces locations permettent de vivre dans un logement insolite, atypique.

Logiquement, et en lien avec leurs motivations les Français sont avant tout attentifs au prix, à l'image du logement et à sa localisation

Parmi les facteurs susceptibles d'influencer le choix d'un logement, arrivent en tête :

- **L'économie offerte** : 63% des Français sont très influencés par le prix du logement
- **La visualisation** : 58% se déclarent très influencés par les photos du logement
- **La localisation du logement** : 51% se déclarent très influencés par le quartier

Part des Français très influencés par ces critères lors du choix d'un logement entre particuliers





Méthodologie

- Interviews réalisées sur CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) entre le 22 et le 28 octobre 2013
- 1005 répondants 18-64 ans représentatifs de la population urbaine française en termes de sexe, d'âge, de CSP et d'UDA5.

A propos du cycle d'études « Regards sur le Consommateur Contemporain »

A travers ce cycle d'études, iligo investigate les pratiques de consommation des Français et plus particulièrement les pratiques émergentes favorisées par l'essor d'Internet et du Web 2.0.

Le premier volet, publié en février 2013, s'intéressait aux pratiques dites de consommation collaborative. Les opus suivants ont permis de réaliser des focus sur des sujets tels que les usages & attitudes des internautes face à la publication de leurs données personnelles sur la toile, les pratiques en matière de réservation de restaurant online ou encore de dresser un mapping des consommateurs collaboratifs.

A propos d'iligo

iligo est une société d'études et de conseil spécialisée dans les nouveaux comportements des individus, notamment en liaison avec les nouvelles technologies. iligo privilégie une démarche transversale, articulée autour de trois expertises :

- Consumer Research
- Media Research
- Communication Research

Pour en savoir plus : <http://www.iligo.fr>

Contact

Pauline Lermigeaux

01 53 00 92 89

pauline.lermigeaux@iligo.fr