

UNIC STAY

Cabinet Alliances

OBSERVATOIRE DE L'INSOLITE

2ème édition

13 SEPTEMBRE 2022

SALON HORIZONIA - EUREXPO, LYON

Pour toute référence à cette étude, **merci de mentionner expressément le Cabinet Alliances et la société UNIC STAY comme propriétaires de ces données.**

SOMMAIRE

04 MARCHÉ FRANCE : ÉVOLUTION DE L'OFFRE

22 OBSERVATOIRE DU SUIVI DE LA FRÉQUENTATION

33 INDICATEURS DE CONSOMMATION : CHIFFRES CLÉS ABRACADAROOM

58 LES CARACTÉRISTIQUES DES CLIENTÈLES

71 LES LEVIERS D'OPTIMISATION

LES EXPERTS



NICOLAS SARTORIUS

Fondateur et gérant de la société UNIC STAY.



JULIANA MALLARD

Responsable marketing et communication chez UNIC STAY.



GAËLLE PICOT

Chargée de compte nord-est chez UNIC STAY.



DAVID PAQUET

Consultant en tourisme spécialisé en hébergement insolite et fondateur du Cabinet Alliances.



CAROLINE CHAUD

Consultante en développement touristique chez Cabinet Alliances, spécialisée sur l'observatoire et les études de faisabilité insolite.

UNIC STAY

Cabinet Alliances



MARCHÉ FRANCE : ÉVOLUTION DE L'OFFRE

UNIC STAY

Cabinet Alliances



L'observatoire, créé initialement en 2012 pour suivre l'évolution des cabanes dans les arbres, n'a cessé d'évoluer en 10 ans d'existence. Depuis l'association avec Unic Stay / AbracadaRoom en 2017 et l'ouverture du suivi à toutes les typologies d'hébergements insolites, nous avons pris des orientations méthodologiques pour avoir des données propres à l'hébergement insolite professionnel.

Le terme insolite étant attractif, nombreux sont ceux qui détournent l'image pour vendre leur hébergement, c'est pourquoi nous avons décidé de recenser uniquement les sites répondant aux critères suivants :

- Des structures d'hébergements professionnelles dont l'insolite est une activité marchande (principale ou secondaire) : les offres de particuliers sur des sites de commercialisation en ligne sont exclues.
- Des hébergements à l'architecture insolite, la liste des typologies exclues est explicité plus haut ; par exemple les hébergements léger de loisirs en dur et les mobil-homes dernière génération ne sont pas comptabilisés.

Le protocole méthodologique ainsi défini, le recensement réalisé permet d'obtenir des analyses géographiques, par typologie, par capacité d'accueil (site et module) et par niveau de confort. Il est régulièrement réétudié pour intégrer les nouveaux sites, mettre à jour ceux existants et contrôler les doublons.

MARCHÉ FRANCE : ÉVOLUTION DE L'OFFRE























UNIC STAY Cabinet Alliances

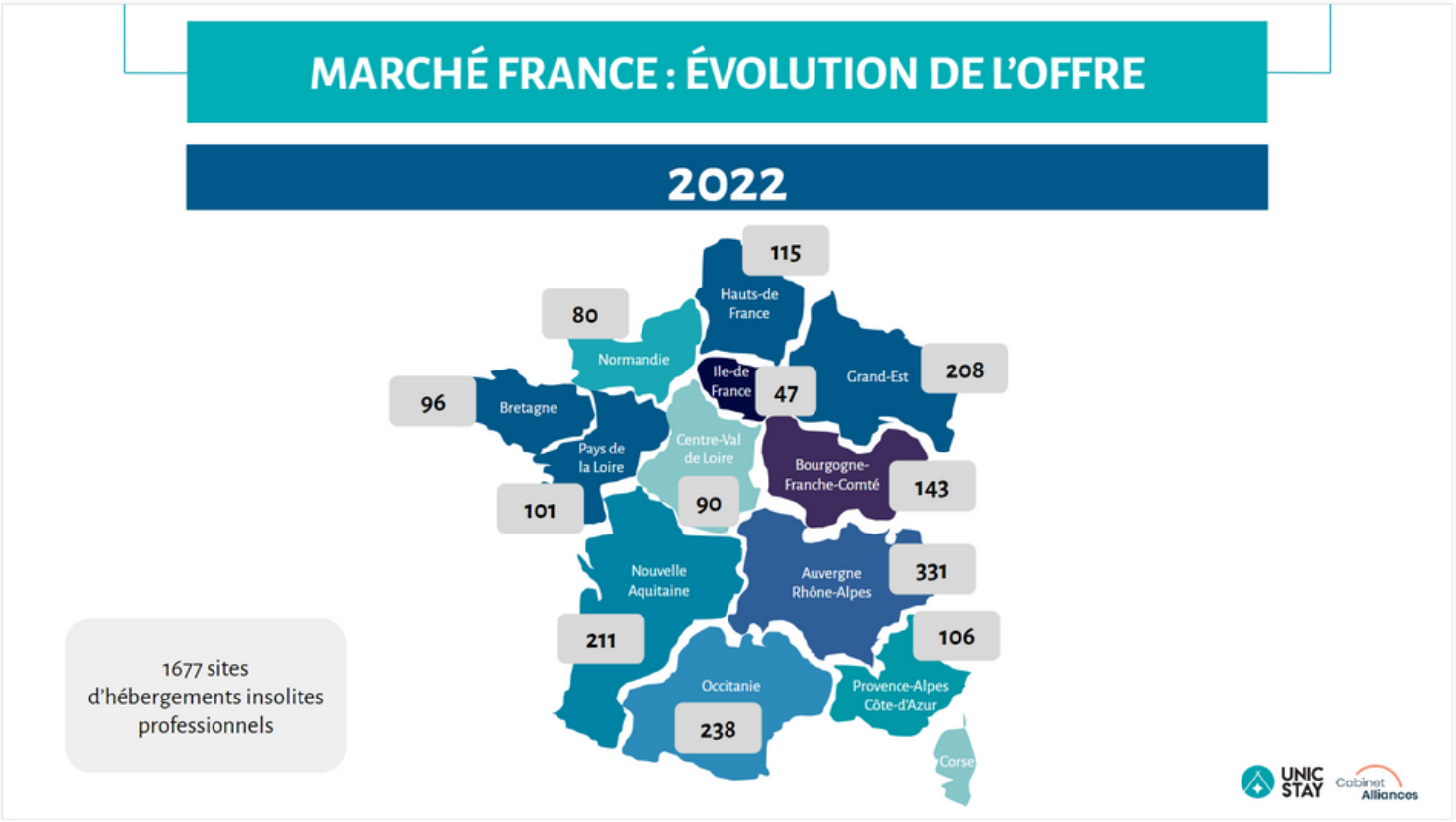
En 25 ans d'existence, le secteur de l'hébergement insolite a connu de nombreuses évolutions :

- Au démarrage, une nuit insolite était synonyme de retour à la nature, à des souvenirs d'enfance avec un **niveau de confort standard** (sans eau, sans électricité) : dormir dans un tipi, une yourte…
- Le marché s'est ensuite développé sur l'**offre cabane** (pilotis et en hauteur) toujours avec un confort basique,
- À partir de 2009, de nouvelles offres voient le jour : les **hébergements flottants et transparents** (bulle, dôme, pyramide, …),
- De 2013 à 2018 : la diversification se poursuit avec l'apparition des **pods**, des **lov'nids**, des **maisons de hobbit**… en parallèle se développe un niveau de gamme de plus en plus confort.
- 2020 voit apparaître une offre en accord avec les attentes clientèles : les **tiny house** avec l'image de cocon douillet.
- Enfin, sur les trois dernières années, la tendance du **développement durable** s'affirme avec des hébergements éco-conçus. On y trouve des solutions de traitement de l'eau (micro station d'épuration), de gestion énergétique (panneau solaire)…

Ce secteur a une capacité d'innovation remarquable.



Le marché de l'insolite connaît une grande diversité en termes d'offres. En effet, il existe de nombreuses typologies pouvant s'intégrer à la définition "d'insolite". Sur le site AbracadaRoom, on en compte aujourd'hui plus d'une trentaine, mais la seule limite est l'imagination du constructeur.

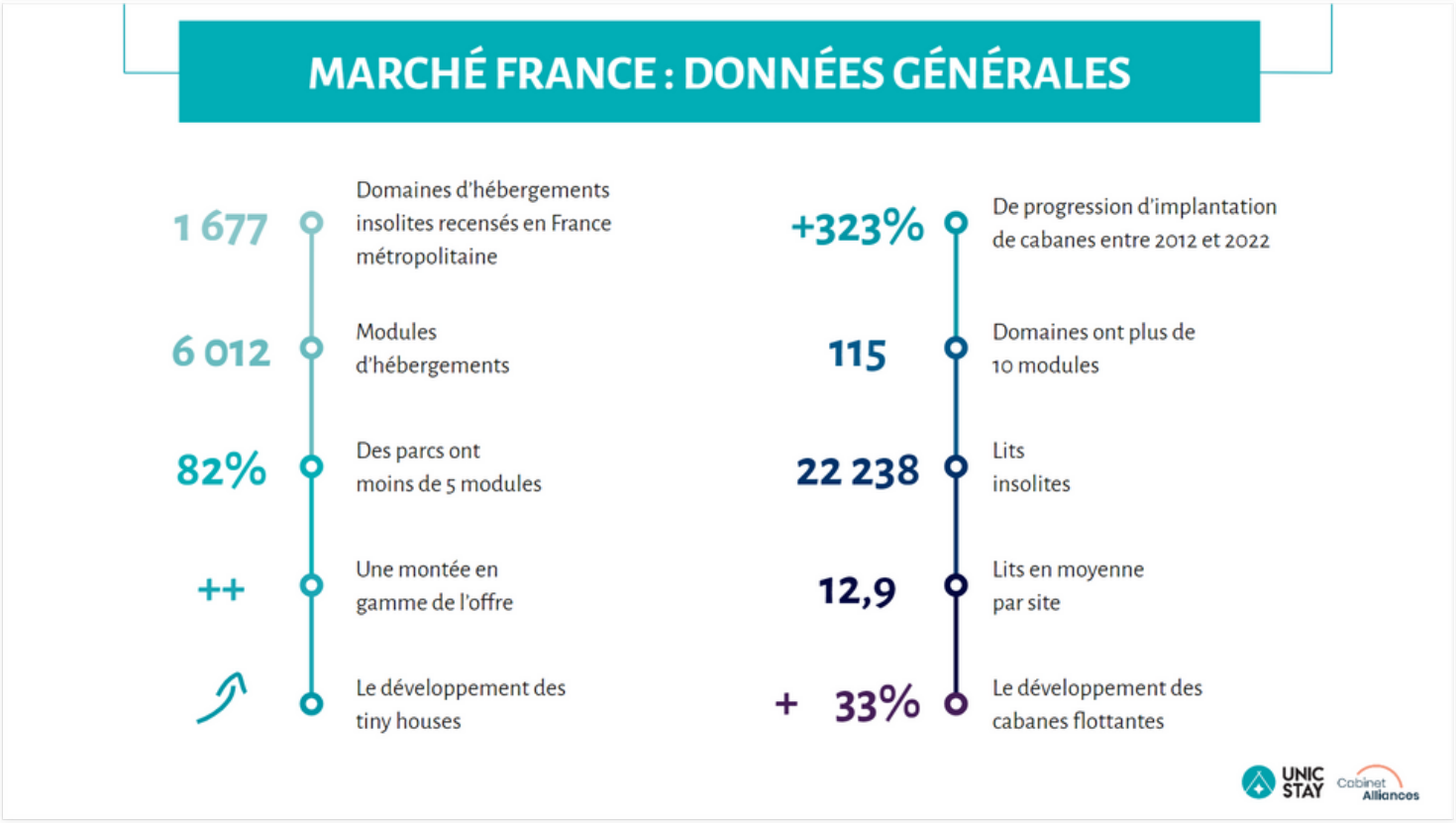


Une mise à jour du recensement de l'hébergement insolite réalisée en début d'année 2022 a permis de comptabiliser plus de 1 677 sites en France.

Le classement régional de l'hébergement est le suivant :

1. AURA : 19,7%
2. Occitanie : 14,2%
3. Nouvelle Aquitaine : 12,6%
4. Grand-Est : 12,4%
5. Bourgogne-Franche-Comté : 8,5%
6. Hauts-de-France : 6,9%
7. PACA : 6,3%
8. Pays de la Loire : 6%
9. Bretagne : 5,7%
10. Centre-Val de Loire : 5,4%
11. Normandie : 4,8%
12. Île-de-France : 2,8%

L'implantation de nouveaux sites devient problématique du fait de nombreuses contraintes d'urbanisme : respect des zones à risques (incendie - inondation) et négociation sur les zones en espaces naturels ou agricoles dans le respect des sites et de la biodiversité.



Les chiffres présentés ci-dessus sont une synthèse des principaux indicateurs de l'offre insolite.

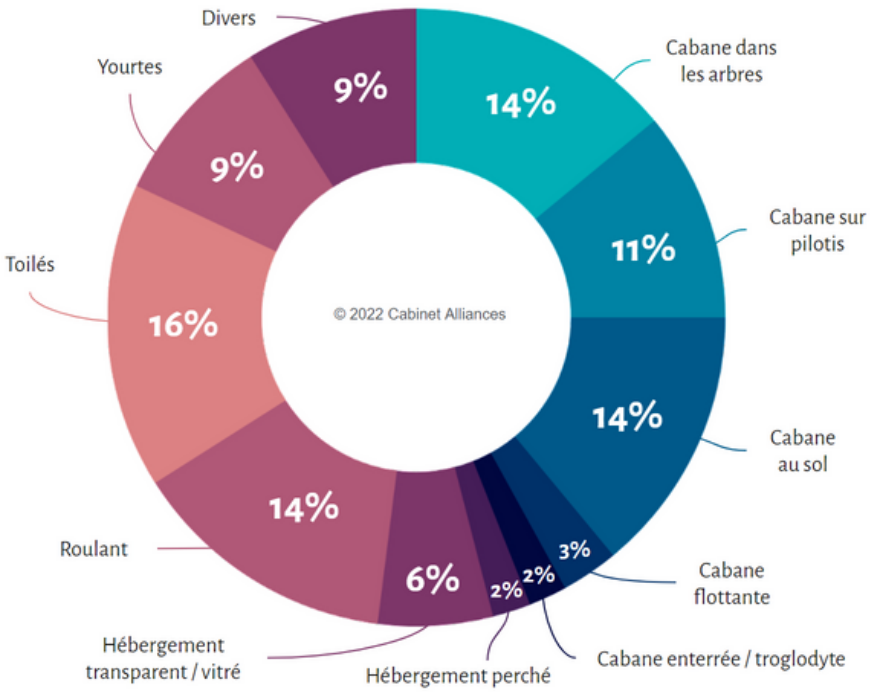
Entre 2020 et 2022, l'offre a progressé de :

- 86% en nombre de domaines
- 72% en volume de module d'hébergements insolites
- 70% en nombre de lits

Pour les cabanes dans les arbres dont l'activité est suivie depuis 2012, la progression d'implantation est de 323%.

Des parcs qui restent majoritairement de petite taille (moins de 5 modules) même si le nombre de domaines de plus de 10 modules a augmenté de 78% en deux ans.

RÉPARTITION DES HÉBERGEMENTS INSOLITES PAR TYPOLOGIE

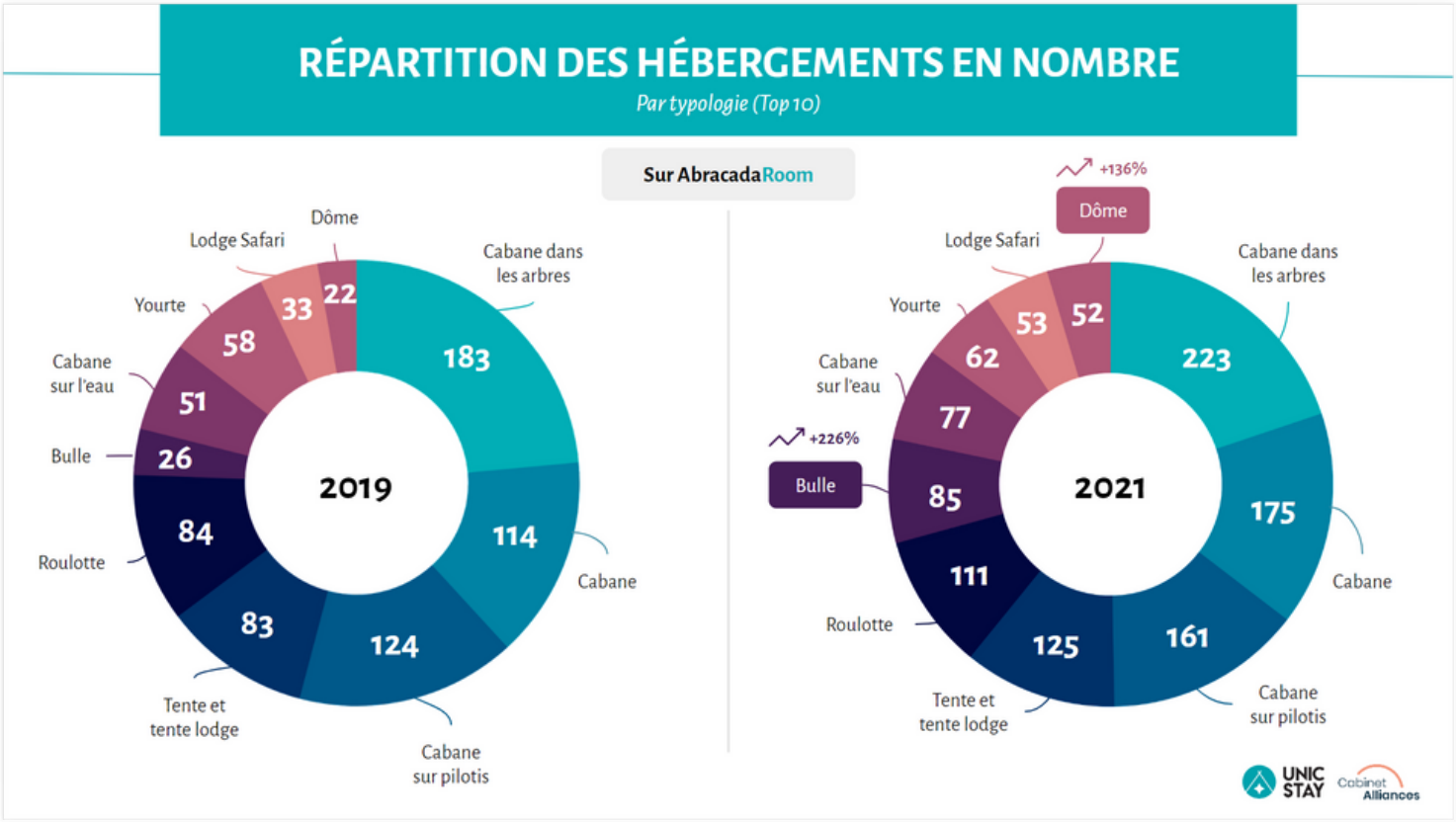


Les typologies d'hébergements insolites sont variées et sont ici regroupées en grande catégorie :

- **Hébergement transparent / vitré** : bulle, dôme, zome, pyramide, maison miroir, cube transparent
- **Hébergement perché** : lov'nid, tente suspendue
- **Divers** : véhicule, écolodge, tour, pigeonnier, inclassable (tous les hébergements uniques en leur genre, ne pouvant pas être regroupés dans une catégorie définie)

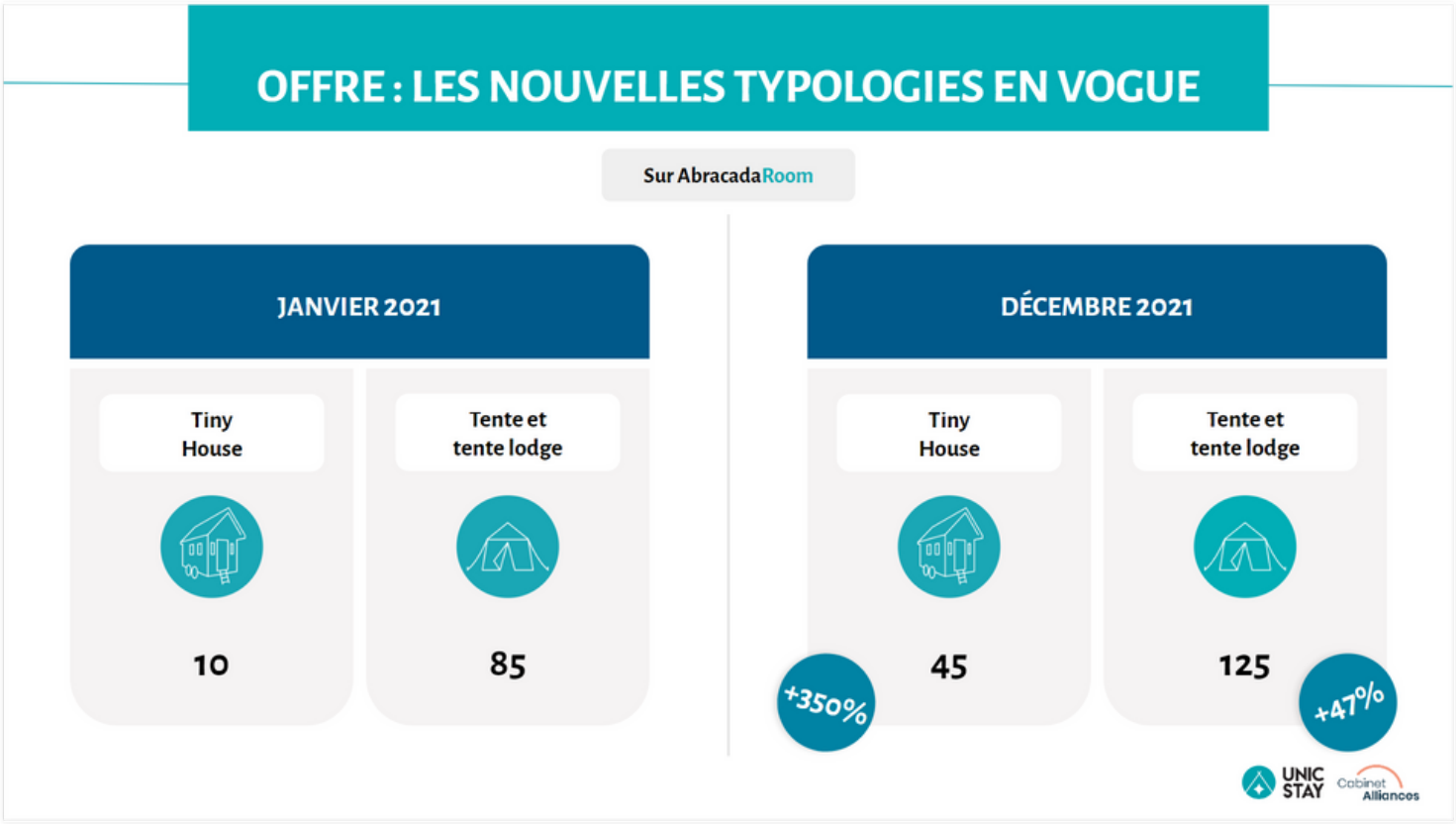
Les toilés (toilés bois, tentes et tipis) représentent 16% de l'offre suivis par les cabanes dans les arbres, les cabanes flottantes et la catégorie roulant (roulotte, tiny house) avec 14% de l'offre.

La famille cabane représente 33% de l'offre insolite (dans les arbres, perchée, au sol, flottante, enterrée).



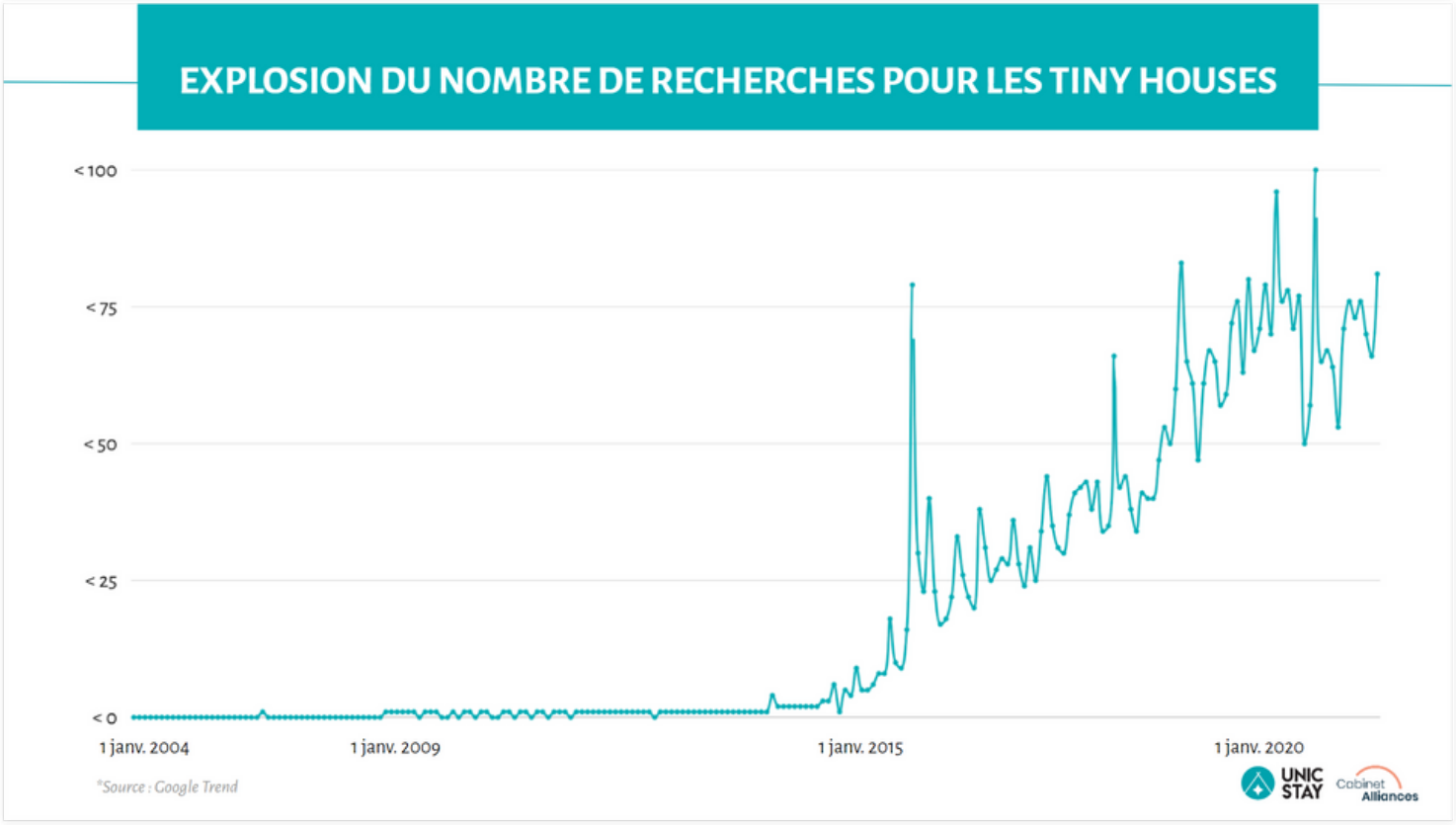
Comparaison de la répartition des hébergements insolites par typologie entre 2019 et 2021 avec l'offre présente sur AbracadaRoom.
La centrale recense 1800 hébergements, ce qui représente 35% de l'offre globale du marché de l'insolite en France.
Les graphiques présentent uniquement le top 10 des typologies d'hébergement les plus recensées (sur une trentaine de typologies).
AbracadaRoom est représentatif de la réalité du marché insolite, les ratios sont similaires à l'offre globale (cf slide précédente).

On remarque une forte progression sur certaines typologies, notamment les hébergements "transparents". La croissance continue en 2022 sur ces hébergements : bulle, dôme et depuis peu les wigwams.
La part des bulles sur le top 10 représente 7,5% en 2021 alors qu'en 2019, les bulles représentaient 3,3% du top 10.
Au niveau de la demande, les bulles sont très recherchées, elles représentent 16% des réservations effectuées sur la centrale.
Les cabanes, tout type confondu reste la typologie la plus représentée : 50% de l'offre.



Sur l'année 2021, nous remarquons une grande évolution des tiny houses et des tentes et tentes lodges.
La Tiny house ne fait pas encore partie du top 10 des typologies d'hébergement présentes sur AbracadaRoom, mais il faut noter tout de même sa très forte progression en une année. La tendance continue pour l'année 2022, avec une vingtaine de tiny house supplémentaires. Concernant les tentes et tentes lodges, ce sont majoritairement les campings qui installent cette typologie d'hébergement insolite afin de diversifier leur offre.
Ces 2 typologies ont une facilité d'implantation et ont un coût d'installation moindre.

Un nouveau moyen de commercialisation s'est développé autour de ces 2 typologies : des entreprises se spécialisent dans la construction et l'implantation de ces hébergements chez des propriétaires terriens en échange de revenus et gestion sur place.

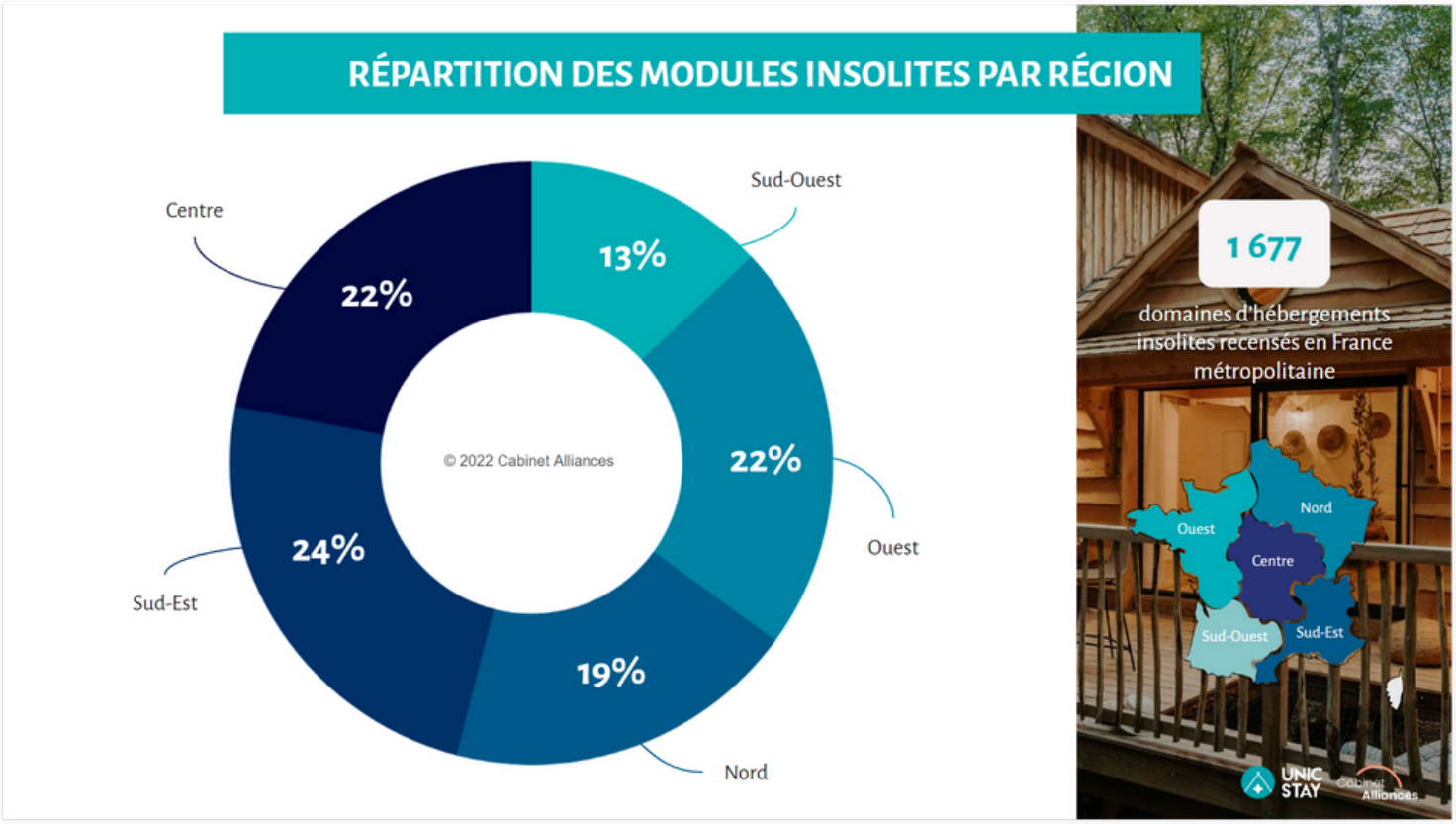


L'offre pour les Tiny Houses est donc en croissance et cela se vérifie également au niveau de la demande, l'intérêt des clients pour les Tiny Houses se développe. Ici un graphique montrant le nombre de recherches pour les Tiny Houses sur Google, on voit une demande croissante au fil des années.
Une offre grandissante au même titre que la demande pour ce type d'hébergement.



Les 4 offres insolites présentées sont celles qui ont connu la plus forte progression d'implantation entre 2019 et 2022. Elles sont en adéquation avec les tendances clientèles à la recherche de confort dans un cadre naturel et cocooning.

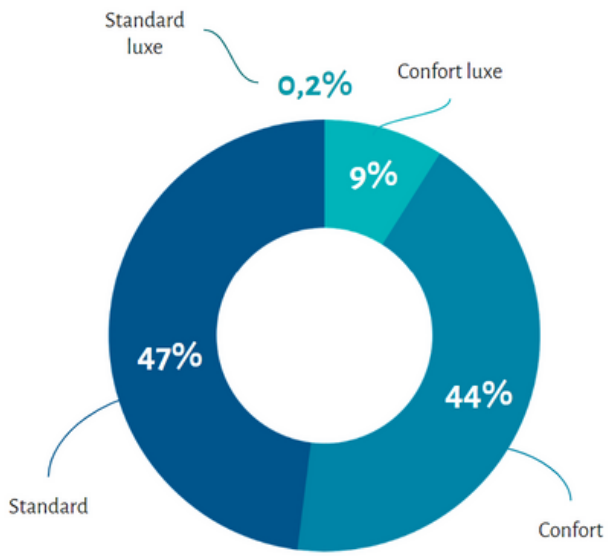
Ces nouvelles offres qui apparaissent sont néanmoins à nuancer en comparaison à l'offre globale : entre 0,2% et 6%.



L'observatoire de suivi de la fréquentation, présenté dans la prochaine partie, découpe la France métropolitaine en 5 zones géographiques.
Ce graphique représente la part des hébergements insolites dans chaque zone définie.

RÉPARTITION DES HÉBERGEMENTS INSOLITES PAR NIVEAU DE CONFORT

NIVEAU DE CONFORT DANS L'INSOLITE	
Standard	Sans eau, ni électricité.
Confort	Eau et électricité. Équipements sanitaires et/ou de cuisine.
Standard luxe	Sans eau, ni électricité. Avec spa.
Confort luxe	Équipement confort avec installation bien-être

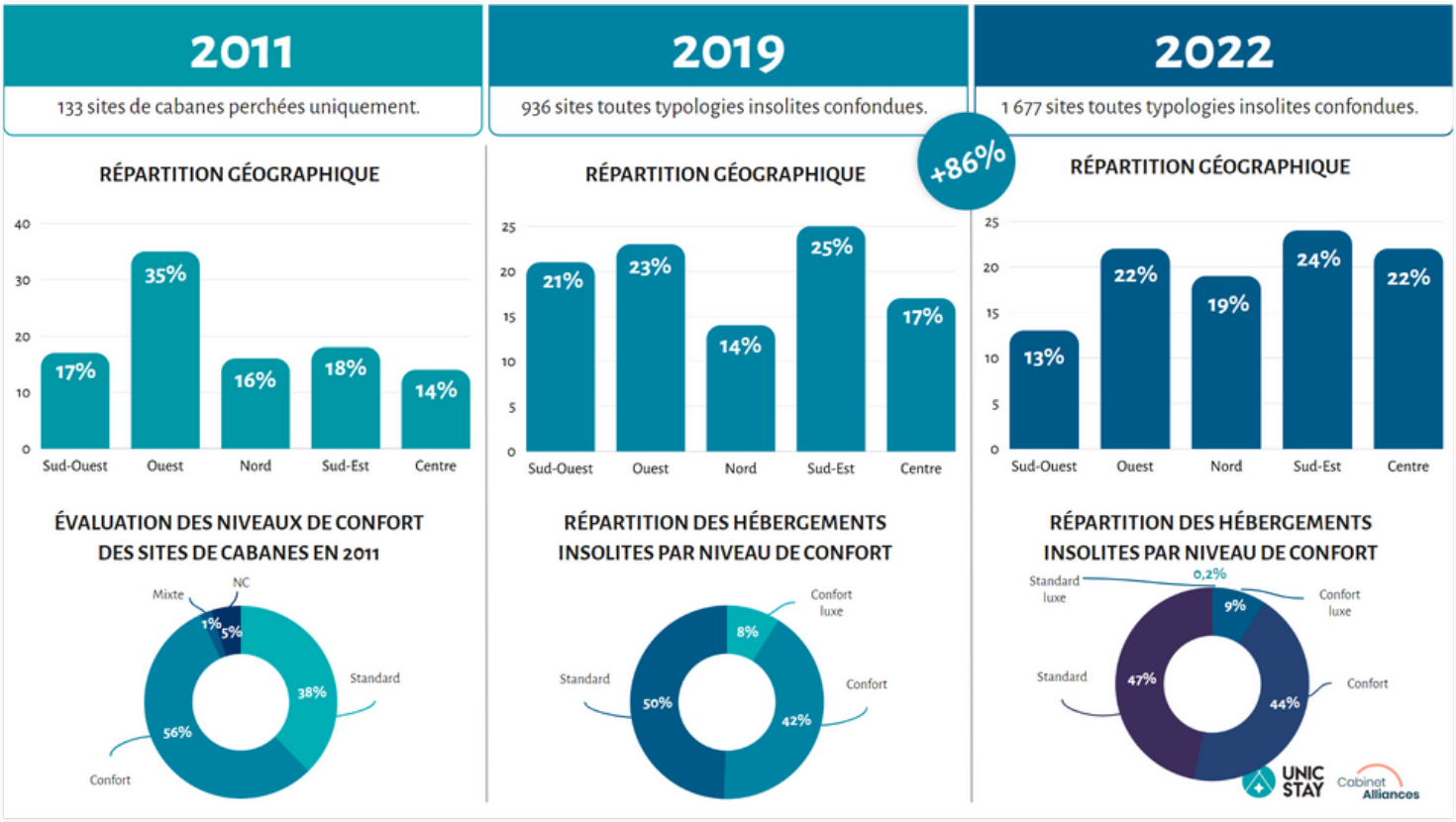


UNIC STAY Cabinet Alliances

La gamme de confort des hébergements insolites est définie en 4 niveaux :

- **Le standard** : un hébergement sans eau (ou réservoir d'eau) ni électricité
- **Le standard luxe** : un hébergement standard (sans eau ni électricité) avec un équipement de bien-être privatif - Catégorie sous représentée puisque atypique : il est rare d'avoir un hébergement sans équipement sanitaire individuel mais avec un spa privatif.
- **Le confort** : un hébergement avec l'eau, l'électricité et des équipements sanitaires privatifs
- **Le confort luxe** : un hébergement confort complété par un équipement de bien-être privatif pour l'hébergement

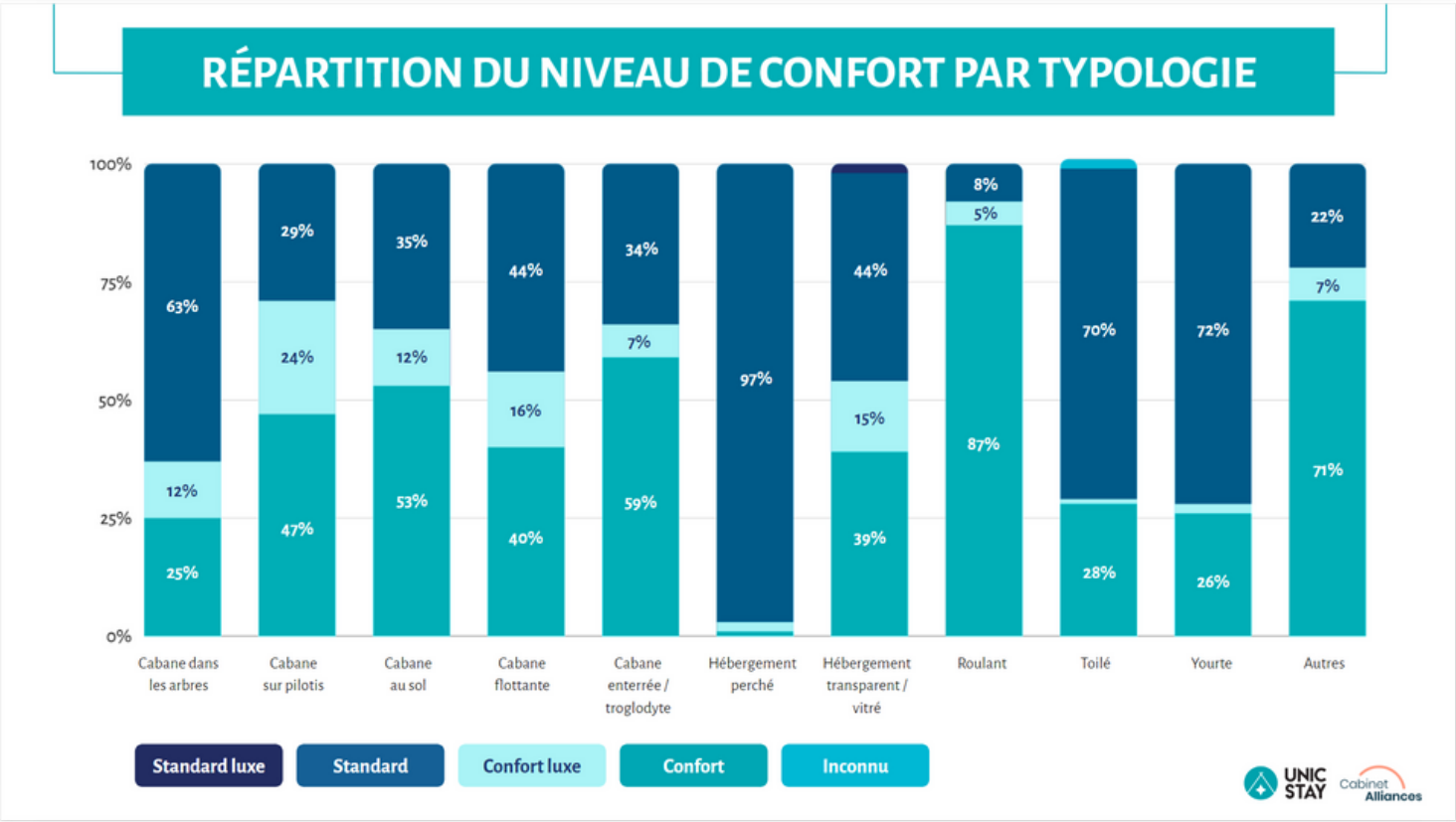
Le standard (standard et standard luxe) représente 47% contre 53% pour le confort (confort et confort luxe).



L'évolution de l'offre est ici comparée sur plusieurs années.
Attention : la représentation de l'offre en 2011 concerne uniquement les cabanes perchées, elle n'est pas comparable avec 2019 et 2022.

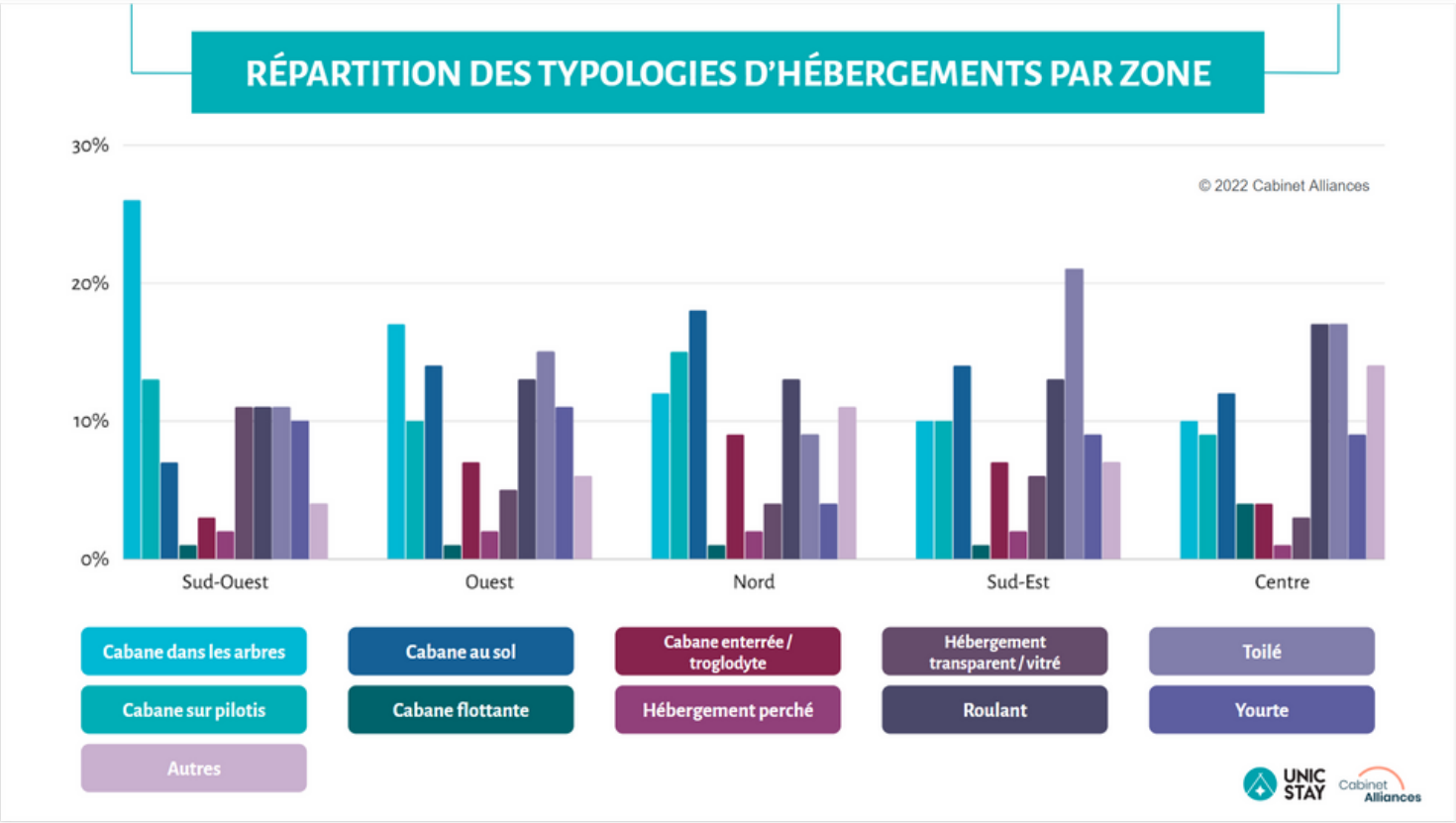
Plusieurs niveaux d'analyse sont néanmoins possibles :

- Au niveau géographique, une prédominance de la zone ouest, précurseur de l'offre insolite qui se lisse au profit des autres zones sur 2019 et 2022.
- Pour les niveaux de confort : sur la période 2019 - 2022, le standard baisse au profit du confort et du confort luxe confirmant ainsi la montée en gamme de la demande des clients.



Présentation des différents types de niveau de confort par typologie :
Certaines catégories ne peuvent pas disposer d'une offre confort comme le lov'nid ou la tente suspendue de par leur installation en hauteur et la petite superficie du module. L'hébergement toilé, en général, est proposé en "standard" puisqu'il est souvent démontable.

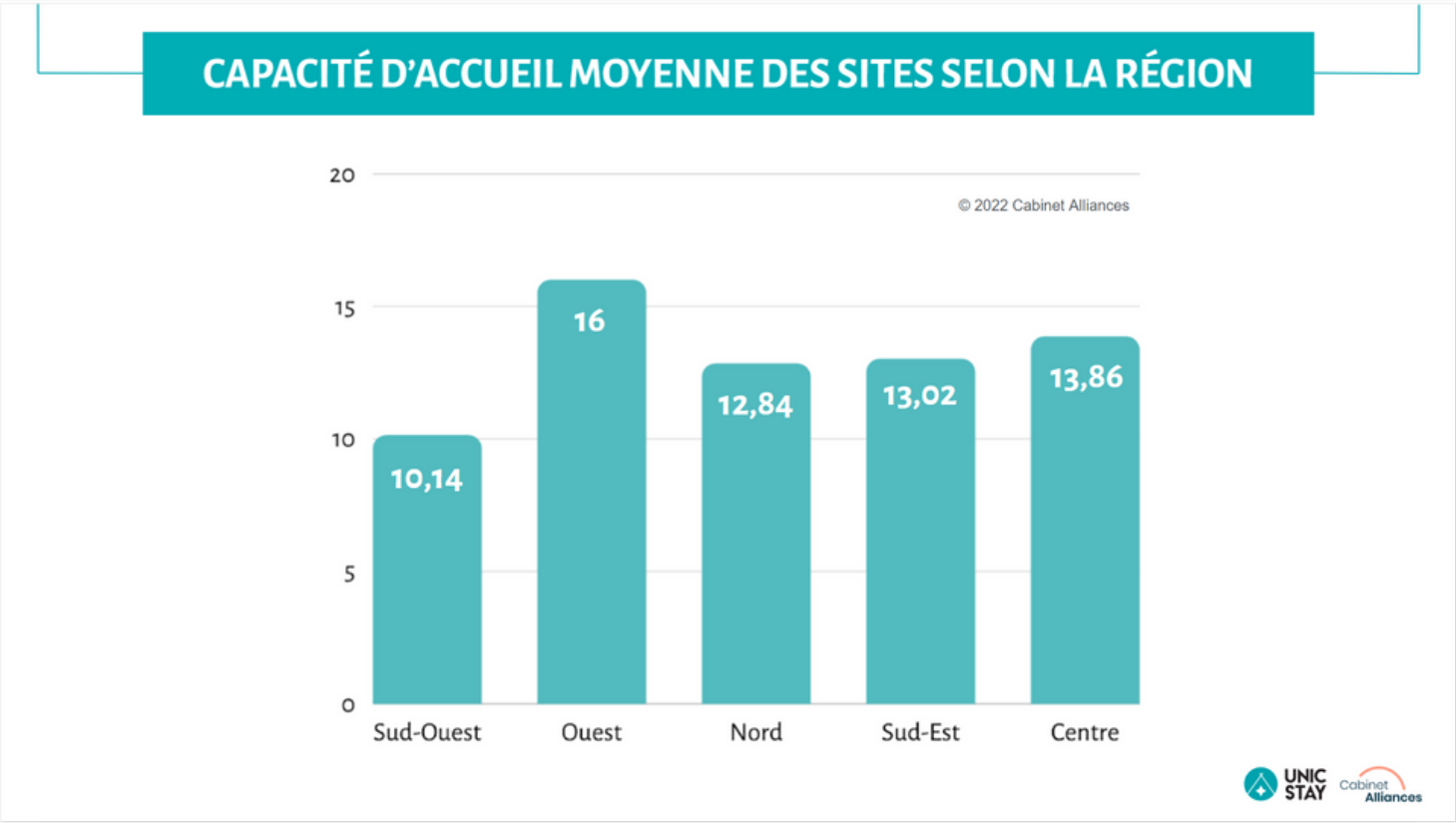
À l'inverse, certaines typologies sont majoritairement en "confort" comme les hébergements roulants et notamment les Tiny Houses, la cabane enterrée ou au sol dont l'implantation et la taille sont propices aux raccordements aux réseaux.



Des implantations insolites différentes suivant les secteurs :

- Une nette domination des cabanes dans les arbres dans le sud-ouest alors qu'elle est plus nuancée sur l'ouest,
- La cabane au sol est très présente sur la zone nord,
- L'hébergement toilé et la yourte sont bien implantés dans le centre,
- L'hébergement toilé est également bien représenté dans le Sud-est.

Focus sur l'offre de cabane flottante :
Elle est sous-représentée alors qu'à l'inverse elle est fortement recherchée par les clients d'AbracadaRoom (top 3 de recherche). L'offre ne satisfait pas la demande sur cette typologie d'hébergement insolite et cela peut s'expliquer par des contraintes d'implantation fortes.



Le graphique traduit, en nombre de lits, la capacité moyenne des sites par secteur géographique.

Avec 82% des sites qui ont moins de 5 hébergements, la capacité moyenne des hébergements se situe entre 2 et 3 lits pour les secteurs nord, sud-est et centre. L'offre est de plus petite capacité en nombre de modules sur le sud-ouest.

La plus forte capacité en lit sur l'ouest peut s'expliquer par des modules de plus grande capacité (zone précurseur de l'insolite et davantage orientée sur une offre à destination des familles) et par la plus forte concentration de parcs supérieurs à 10 modules.



La dynamique de création est encore très active, les difficultés de création reposent aujourd'hui sur les contraintes d'urbanisme et l'accès aux financements.

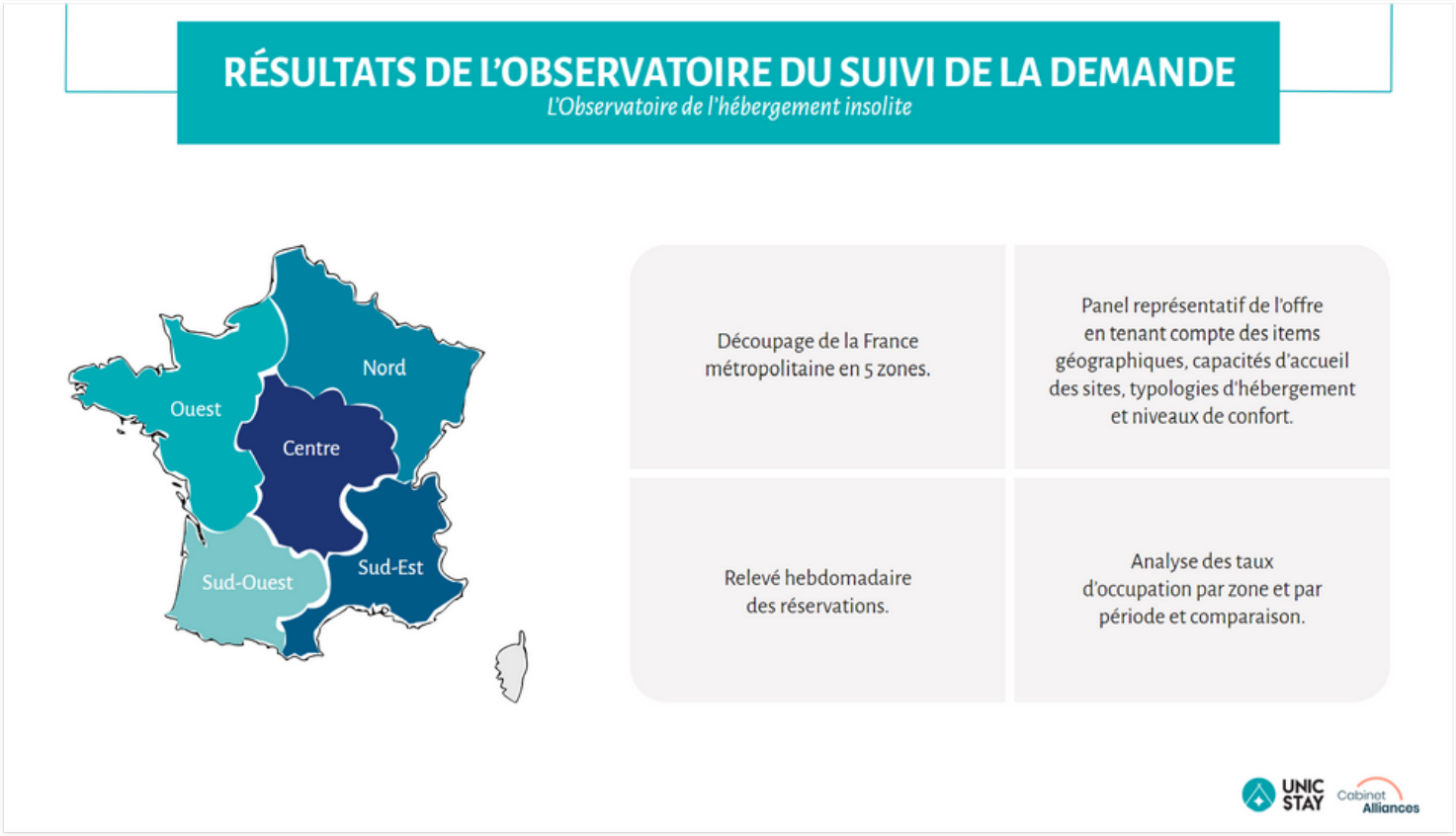


OBSERVATOIRE DU SUIVI DE LA FRÉQUENTATION

Quelles sont les performances en fréquentation dans un marché dont l'offre a progressé de 30% en 2 ans ?
Les données statistiques qui vont être présentées sont des moyennes de l'ensemble des acteurs observés.
De cette étude, on remarquera d'importants succès mais aussi des situations plus difficiles.

UNIC STAY

Cabinet Alliances



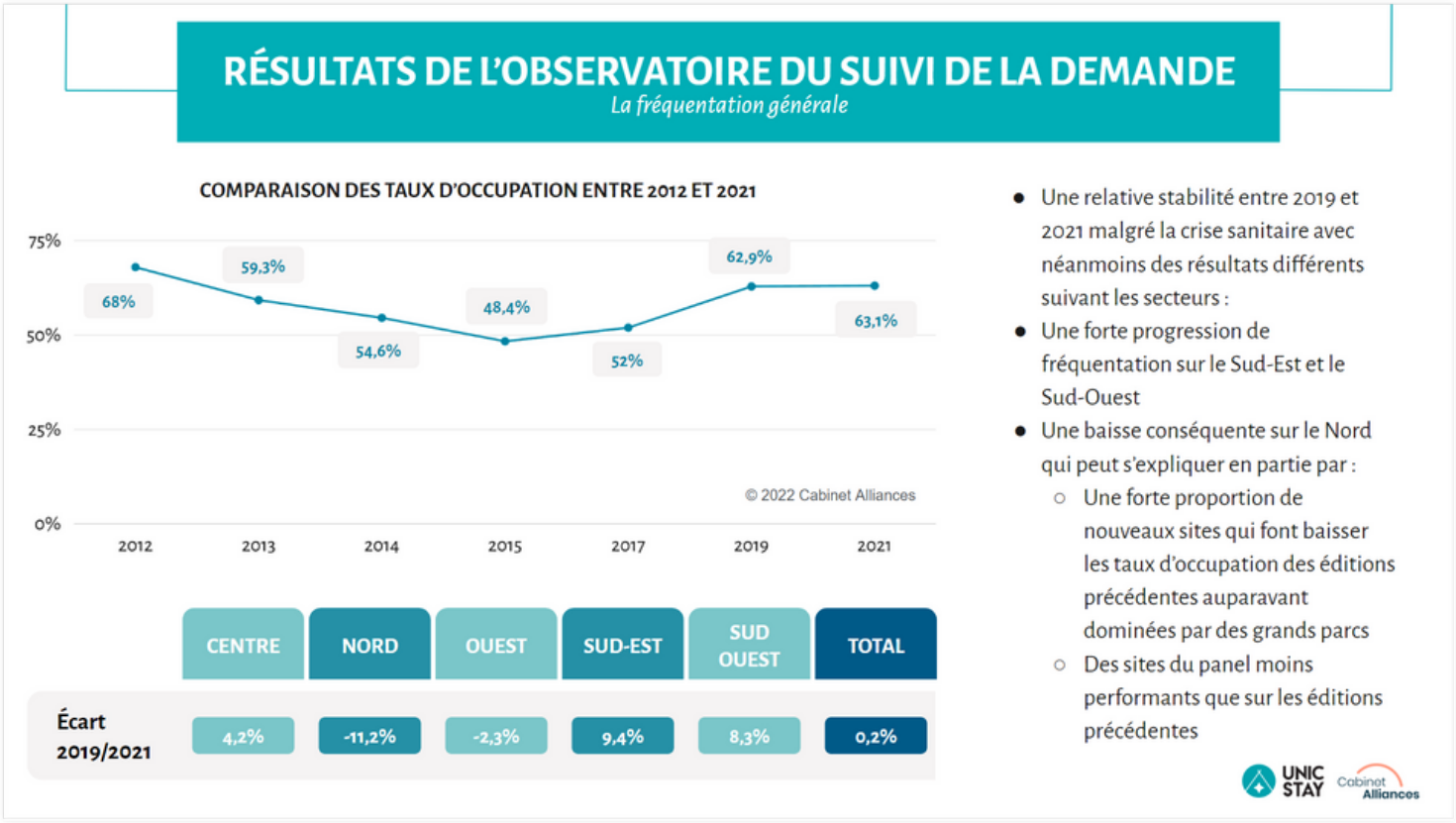
L'observatoire de la fréquentation fête ses 10 ans cette année.

En 2012, le Cabinet Alliances crée l'observatoire de la fréquentation d'une typologie d'hébergements insolites en plein développement : les cabanes dans les arbres.

Pour cela, la France Métropolitaine est découpée en 5 grandes zones et à partir du recensement de l'offre, un panel représentatif par secteur est créé. Un relevé hebdomadaire est réalisé permettant de récolter des données de fréquentation mensuelle, par niveau de confort et par secteur géographique.

Cet observatoire des cabanes se poursuit jusqu'en 2016. À partir de 2017, le Cabinet Alliances s'associe à Unic Stay pour élargir l'observation à toutes les typologies d'hébergements insolites, toujours avec la même méthodologie.

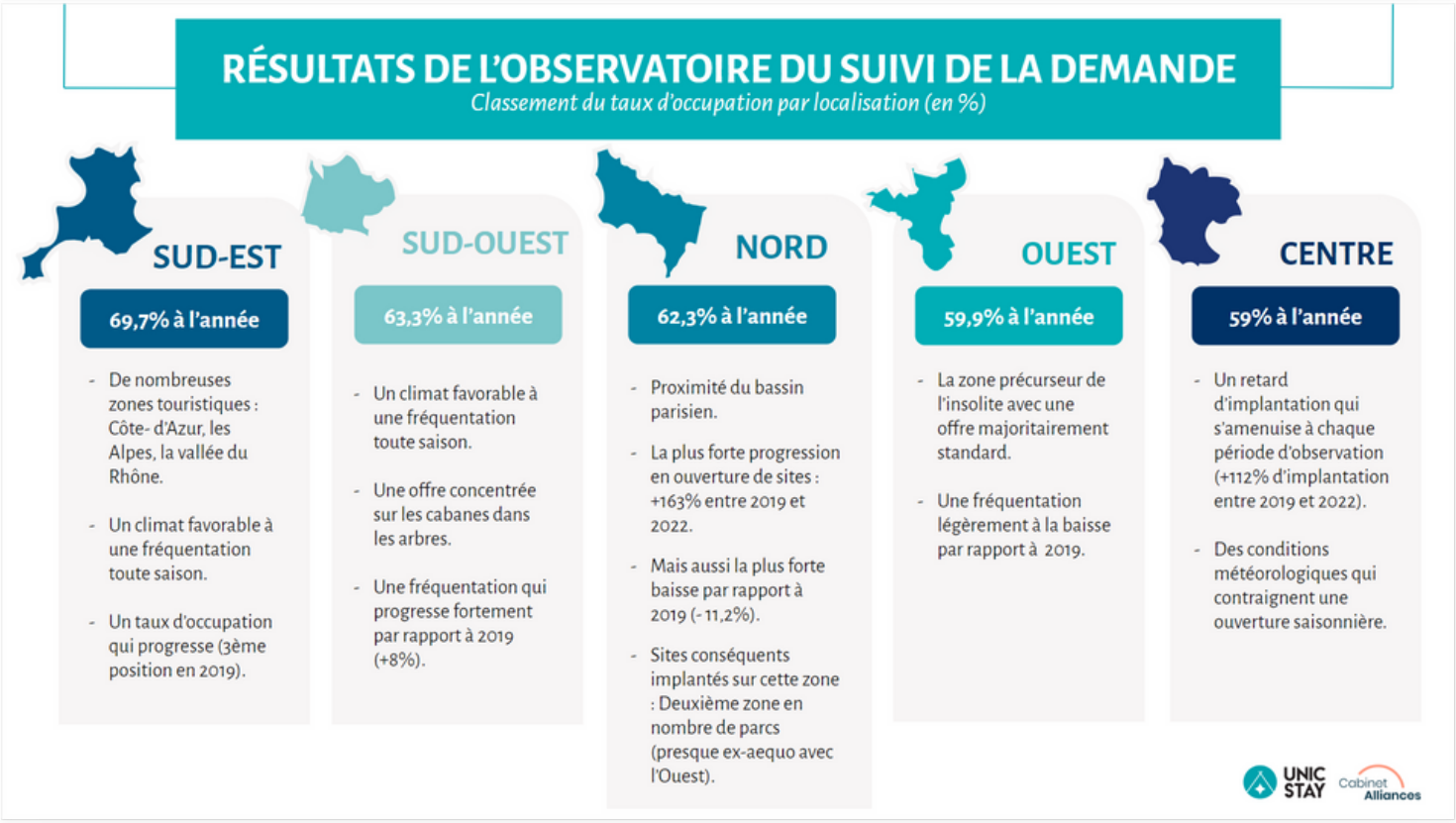
L'observatoire national des hébergements insolites est dorénavant tous les 2 ans. En 2024, les relevés tiendront également compte du découpage des régions.



Après 10 ans d'observation, les taux d'occupation restent excellents par rapport à d'autres filières d'hébergement touristique.

Entre 2012 et 2015 : l'observatoire se concentrait sur le suivi des cabanes dans les arbres ; la baisse observée peut probablement s'expliquer par une diversification de l'offre qui a dilué la fréquentation sur d'autres typologies insolites.

Depuis 2017 : toutes les typologies sont suivies, la fréquentation progresse au fil des années, même si elle stagne en 2021 suite à la crise sanitaire.

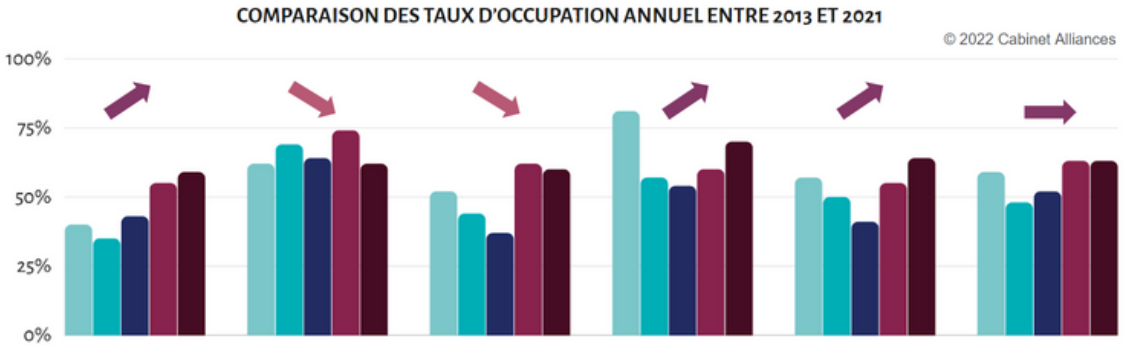


Des variations de fréquentation qui s'expliquent aussi par l'implantation géographique :

- **Le Sud-Est et le Sud-Ouest** : destinations touristiques majeures et climat favorisant une activité en toute saison.
- **Le Nord** : cette zone connaît la plus forte implantation de nouveaux sites (majoritairement petits). Cela dilue la bonne fréquentation des grands parcs déjà implantés sur ce secteur.
- **L'Ouest** : zone précurseur qui maintient sa fréquentation.
- **Le Centre** : une fréquentation qui progresse probablement corrélée aux implantations de sites plus nombreuses.

RÉSULTATS DE L'OBSERVATOIRE DU SUIVI DE LA DEMANDE

La localisation



	Centre	Nord	Ouest	Sud-Est	Sud-Ouest	Total Panel
2013	39,7%	62,2%	52,4%	80,7%	57,2%	59,3%
2015	34,6%	69,1%	44,4%	56,6%	50,0%	48,4%
2017	43,1%	64,1%	37,1%	53,8%	40,8%	52,2%
2019	54,9%	73,5%	62,2%	60,3%	55,0%	62,9%
2021	59,0%	62,3%	59,9%	69,7%	63,3%	63,1%

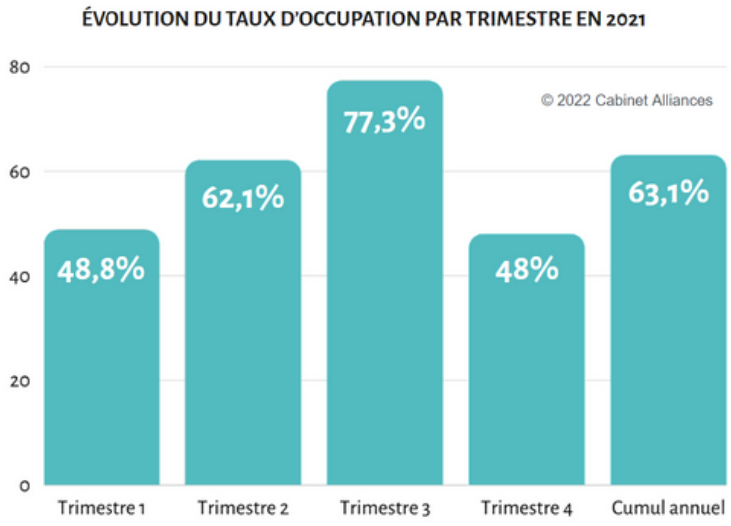
Des tendances variables suivant les secteurs :

- **Centre** : une progression constante liée au retard d'implantation observé,
- **Nord** : une activité fluctuante,
- **Ouest** : après une forte baisse, une fréquentation qui repart dès 2019,
- **Sud-Est** : une fréquentation plutôt constante à l'exception de 2013, probablement liée à un panel de sites de cabanes dans les arbres très performants sur cette année,
- **Sud-Ouest** : une fréquentation à la hausse depuis 2017.

RÉSULTATS DE L'OBSERVATOIRE DU SUIVI DE LA DEMANDE

La saisonnalité

Une saisonnalité qui se confirme :
- Une forte concentration de la demande sur l'été,
- Le printemps comme deuxième période de l'année.



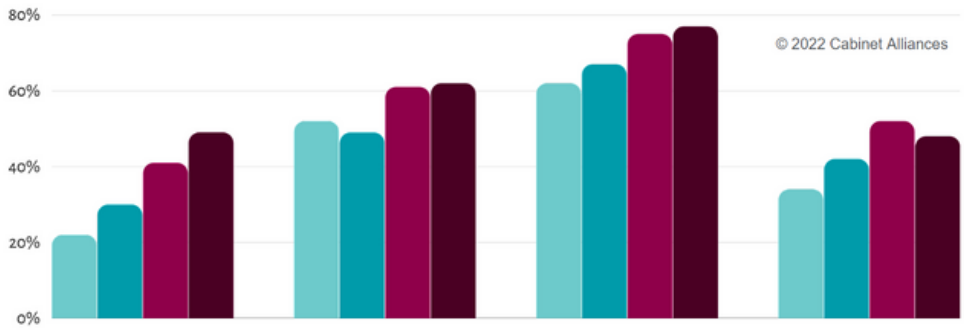
Une saisonnalité marquée sur le trimestre 3, principalement sur juillet et août. Les deux mois affichent fréquemment des taux d'occupation entre 85% et 100% quel que soit le secteur géographique et la typologie de module ou le confort.

Le printemps profite également d'une belle fréquentation.

RÉSULTATS DE L'OBSERVATOIRE DU SUIVI DE LA DEMANDE

La saisonnalité

COMPARAISON DU TAUX D'OCCUPATION PAR TRIMESTRE ENTRE 2015 ET 2021



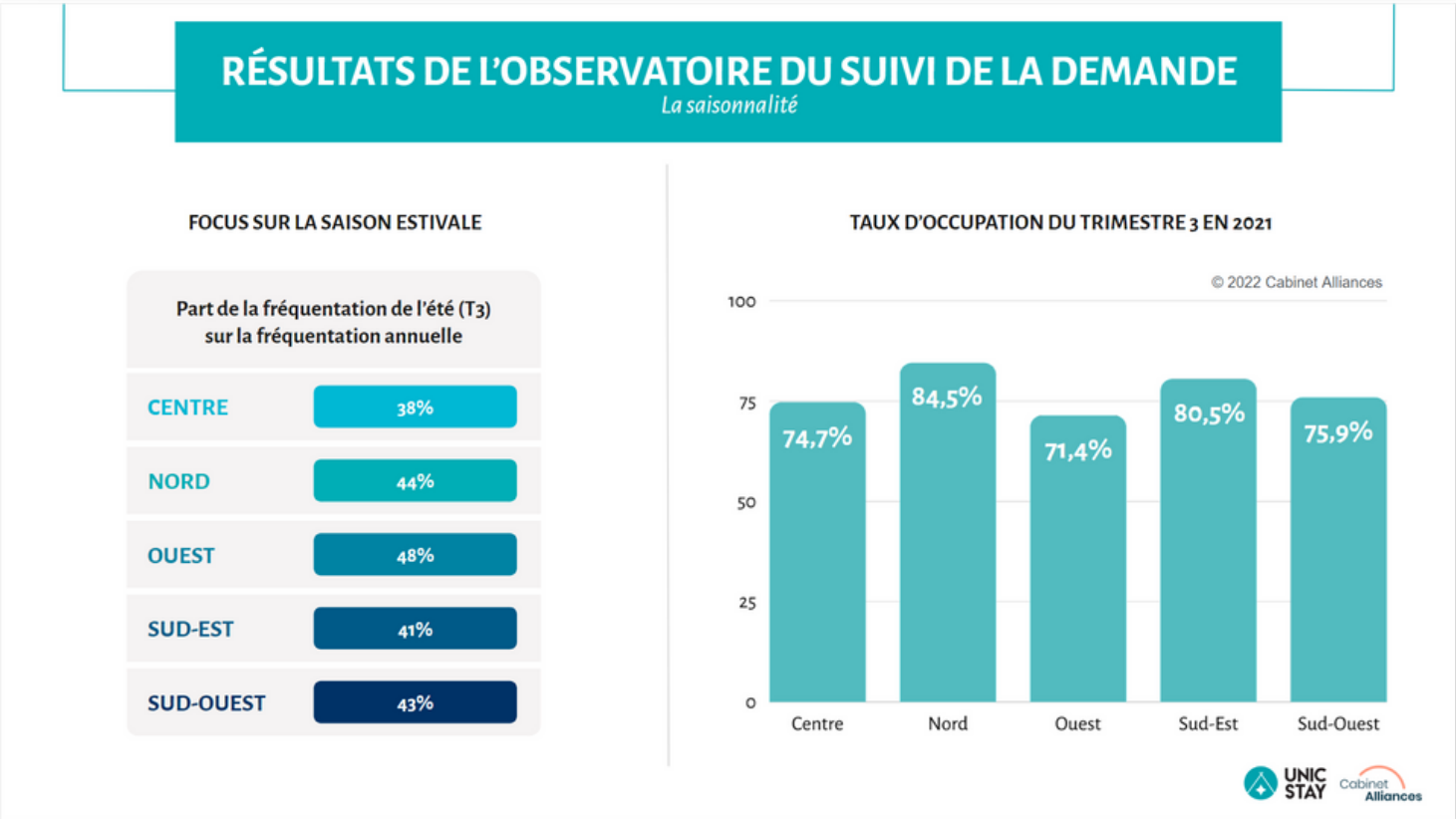
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
2015	22%	52%	62%	34%
2017	30%	49%	67%	42%
2019	41%	61%	75%	52%
2021	49%	62%	77%	48%

- Une prédominance de l'été – tendance qui se confirme depuis 2017 après deux années de baisse de la fréquentation (2013 / 2014).
- Une relance d'activité plus marquée sur les premiers et deuxièmes trimestres.
- Des saisonnalités moins marquées sur l'insolite que sur les autres secteurs de l'hébergement.

UNIC STAY Cabinet Alliances

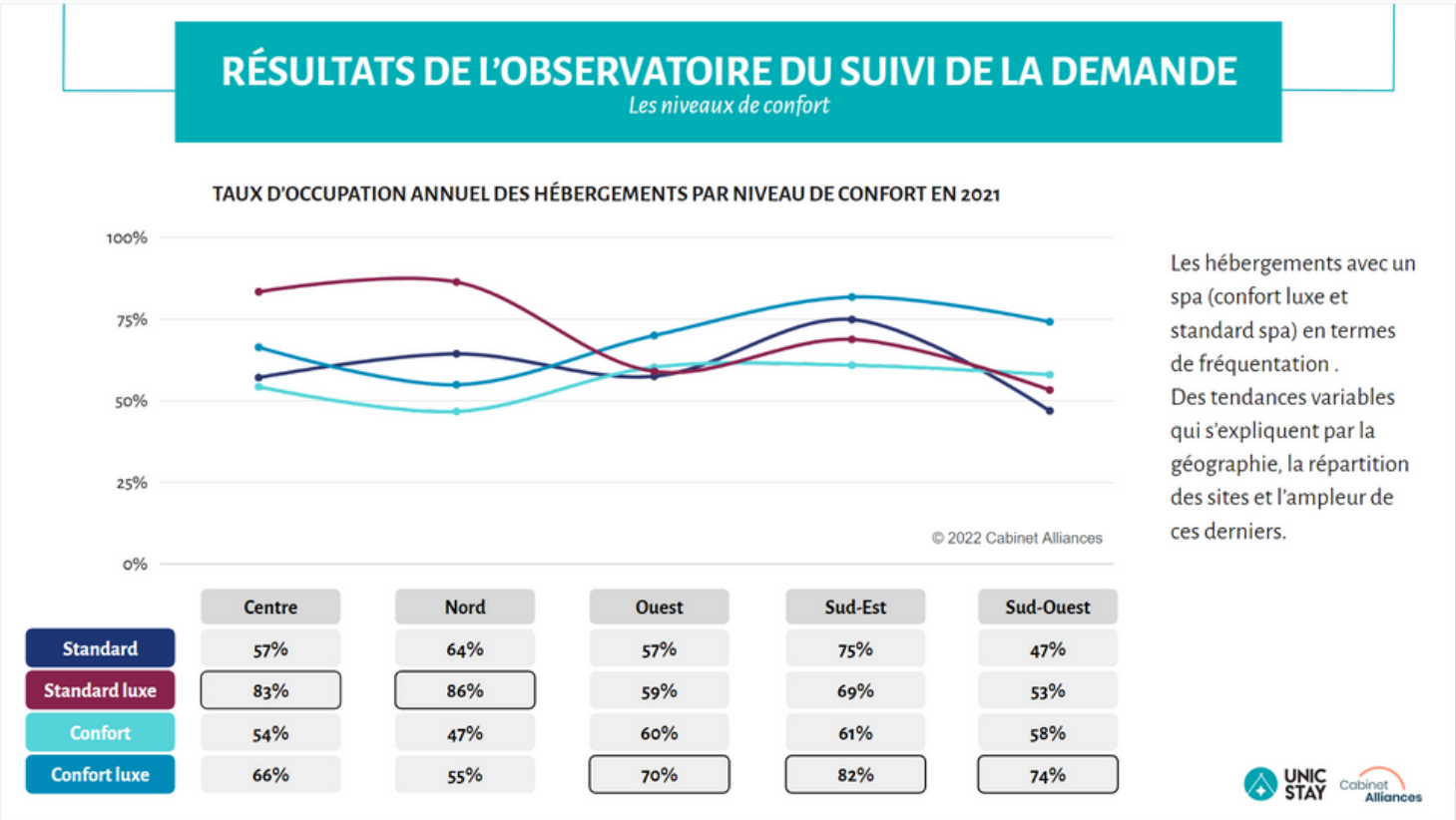
Les ailes de saison qui progressent peuvent être expliquées par :

- Une demande forte qui ne peut être satisfaite sur les "beaux" mois de l'année,
- L'augmentation du niveau de confort qui permet un allongement de la saison.



Sur le trimestre 3, les taux d'occupation sont performants toutes zones géographiques confondues : des taux d'occupation entre 71% et plus de 84% en moyenne pour les hébergements insolites.

Le troisième trimestre représente près de la moitié de la fréquentation pour l'Ouest, le Nord, le Sud-Ouest et le Sud-Est. Le Centre est concerné dans une moindre mesure par la prédominance du trimestre 3.
Focus sur l'été avec de très bons taux pour toutes les zones, cette part représente entre 38% et 48%.



L'enseignement principal ici est l'offre "luxe" qui affiche les meilleurs taux d'occupation sur les secteurs qu'elle soit "standard luxe" ou "confort luxe".

L'offre "standard luxe" connaît un meilleur taux d'occupation dans les régions Centre et Nord. Cela s'explique par le fait qu'ils ont une ouverture plus saisonnière et disposent donc de moins de modules "confort".

À l'exception du Sud-Ouest qui a majoritairement une offre "confort" et proportionnellement le plus d'offres "confort luxe", la répartition de niveaux de confort dans l'offre n'influe pas sur les taux d'occupation. Le "confort luxe" connaît un fort attrait de la part des clients avec certains hébergements loués des mois à l'avance.

RÉSULTATS DE L'OBSERVATOIRE DU SUIVI DE LA DEMANDE

Les typologies d'hébergements insolites

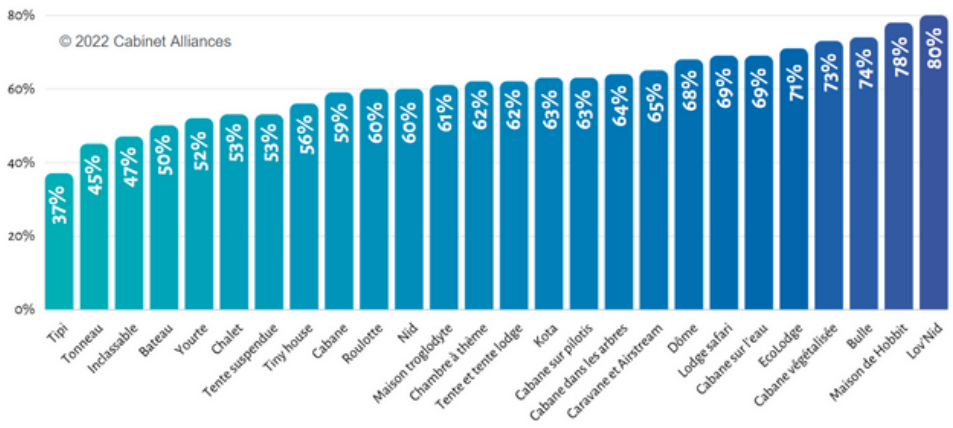
Les taux d'occupation les plus forts

1. Lov'Nid
2. Maison de Hobbit
3. Bulle
4. Cabane végétalisée
5. Ecolodge

Les taux d'occupation les plus faibles

27. Yourte
28. Bateau
29. Tonneau
30. Inclassable
31. Tipi

TAUX D'OCCUPATION ANNUEL PAR TYPOLOGIE EN 2021



Des hébergements avec des bons taux d'occupation mais insuffisamment représentés ont été enlevés :

- Charriot de pionnier, wigwam, tour, pigeonnier.

UNIC STAY Cabinet Alliances

On remarque des typologies d'hébergement qui disposent d'un meilleur taux d'occupation que d'autres. Cela s'explique par les tendances actuelles du marché qui se dessinent : le retour à la nature (dans des écolodges, cabanes végétalisées…), le séjour expérientiel (dans une bulle, ou une maison de hobbit) ou encore les escapades en amoureux (dans des lov'nids par exemple).

Néanmoins, le choix d'une de ces typologies d'hébergements insolites ne garantit pas la réussite. Pour une même typologie, le succès sera variable en fonction des démarches de commercialisation, du cadre et des services proposés, de la localisation, etc.



CE QU'IL FAUT RETENIR SUR LA FRÉQUENTATION

LE VOLUME D'ACTIVITÉ GLOBAL PROGRESSE ET LES PERFORMANCES SONT STABLES :

- **Malgré l'accroissement de l'offre, la clientèle est au rendez-vous, les taux se maintiennent**
- **Les ailes de saison et l'hiver sont en forte progression grâce à des offres adaptées**

DE FORTES DISPARITÉS SUR LES PERFORMANCES SELON LES SITES :

- Taux d'occupation : des performances très variables selon les typologies d'hébergements et les niveaux de confort
- Des sites en net recul par rapport aux performances

DES PARCS À L'ACTIVITÉ LIMITÉE PAR LA CAPACITÉ D'ACCUEIL :

- Une attente croissante des clients en termes de services, de prestations
- Des moyens limités pour développer l'activité, les services et la promotion
- Des modèles économiques fragiles pour pérenniser l'exploitation
- Des marges de manœuvre importantes sur l'accroissement de la durée de séjour et la baisse des coûts de revient

UNIC STAY Cabinet Alliances

INDICATEURS DE CONSOMMATION

Chiffres clés AbracadaRoom



UNIC STAY

Cabinet Alliances

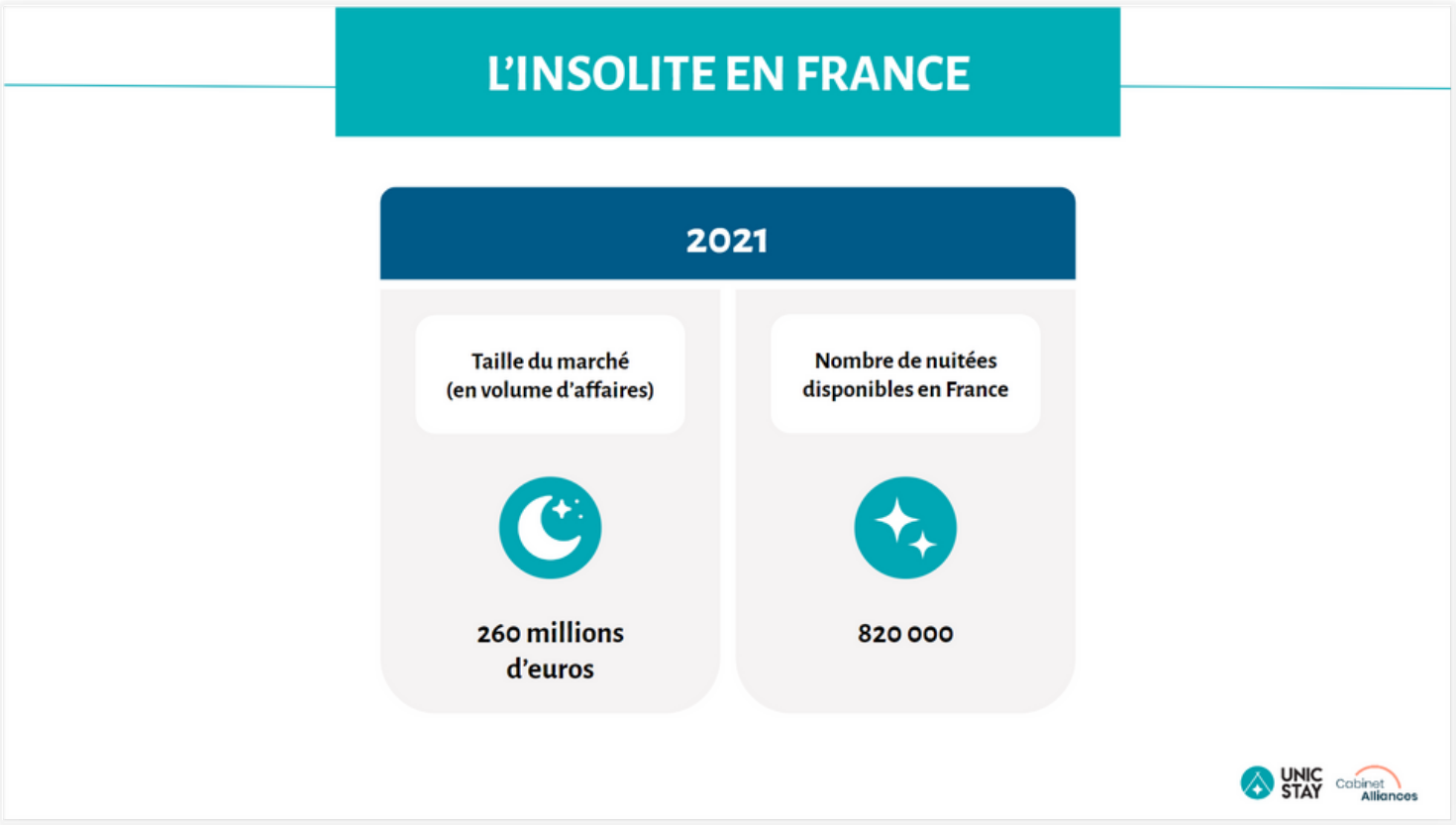


Contexte global du tourisme et du e-commerce :
Le chiffre d'affaires du e-commerce en 2021 est en augmentation de 15% par rapport à l'année 2020. Cette progression a été accélérée depuis le Covid.
Malgré que le secteur du tourisme a fortement été impacté par la crise sanitaire, il arrive à se relancer avec une augmentation de 42% par rapport à l'année 2020, même s'il reste en baisse par rapport aux années post Covid.

52% des français réservent sur des plateformes en ligne. La crise sanitaire a accéléré cette tendance.

Sur le site AbracadaRoom : 69% du trafic se fait sur mobile + 47% des transactions se font sur mobile. Cela montre la tendance des utilisateurs à utiliser les téléphones qui sont à la recherche de simplicité et de rapidité dans leur réservation.
Aux professionnels de s'adapter et d'être irréprochables sur les versions mobiles.

En conclusion, le tourisme a été touché durablement depuis la crise sanitaire. Toutefois, le tourisme insolite a su tirer son épingle du jeu car les clients étaient à la recherche de dépaysement et de nature.

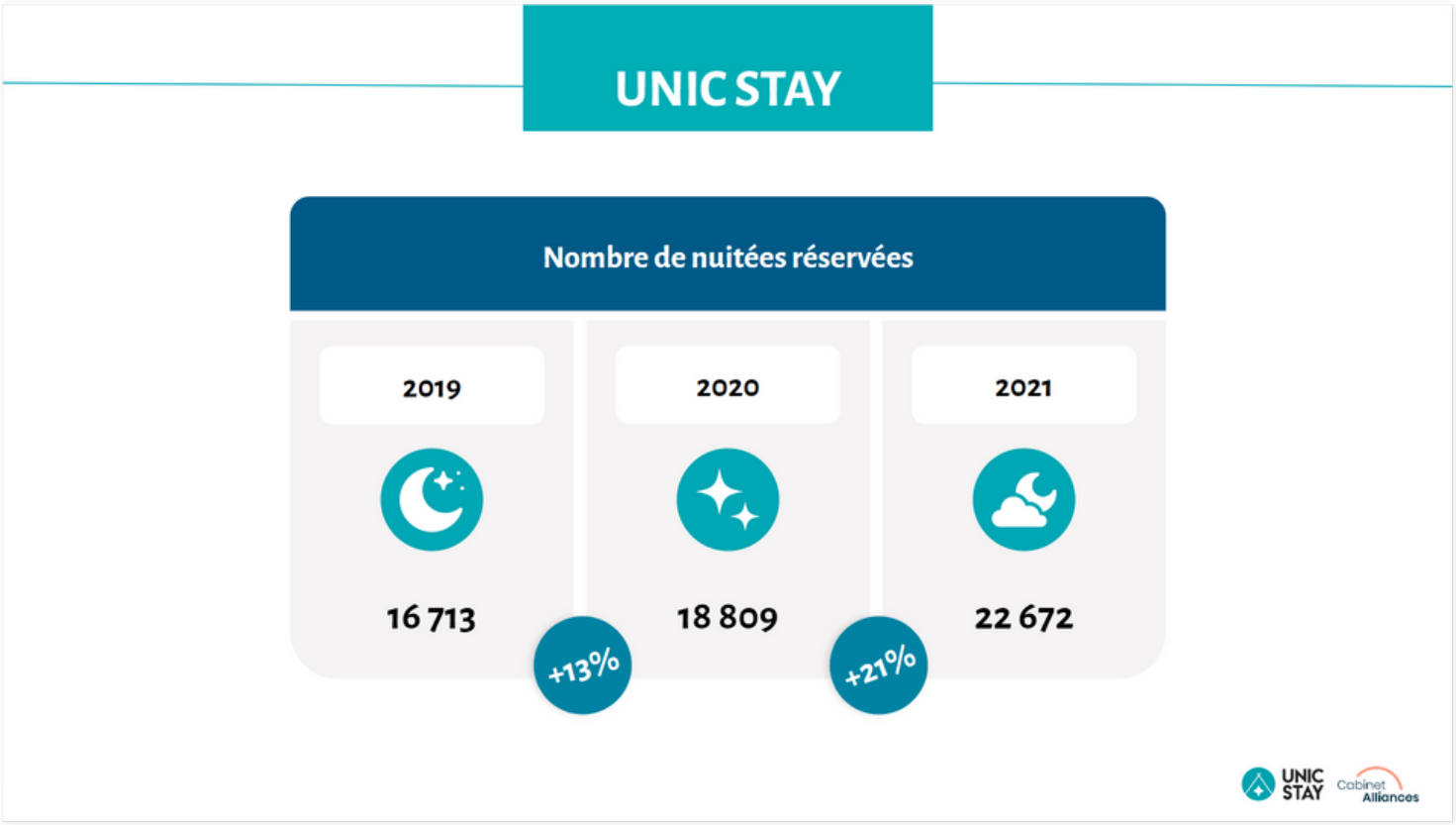


Le marché de l'insolite est en pleine croissance, le changement des habitudes de voyage a fait naître de nouvelles envies chez les Français. La taille du marché est de 260 millions d'euros en 2021, tout type de structure confondu (statuts professionnels et particuliers). Le nombre de nuitées insolites disponibles en 2021 est de 820 000. Le marché a fortement augmenté, la croissance est de 60% depuis 2019.

Détail des calculs :

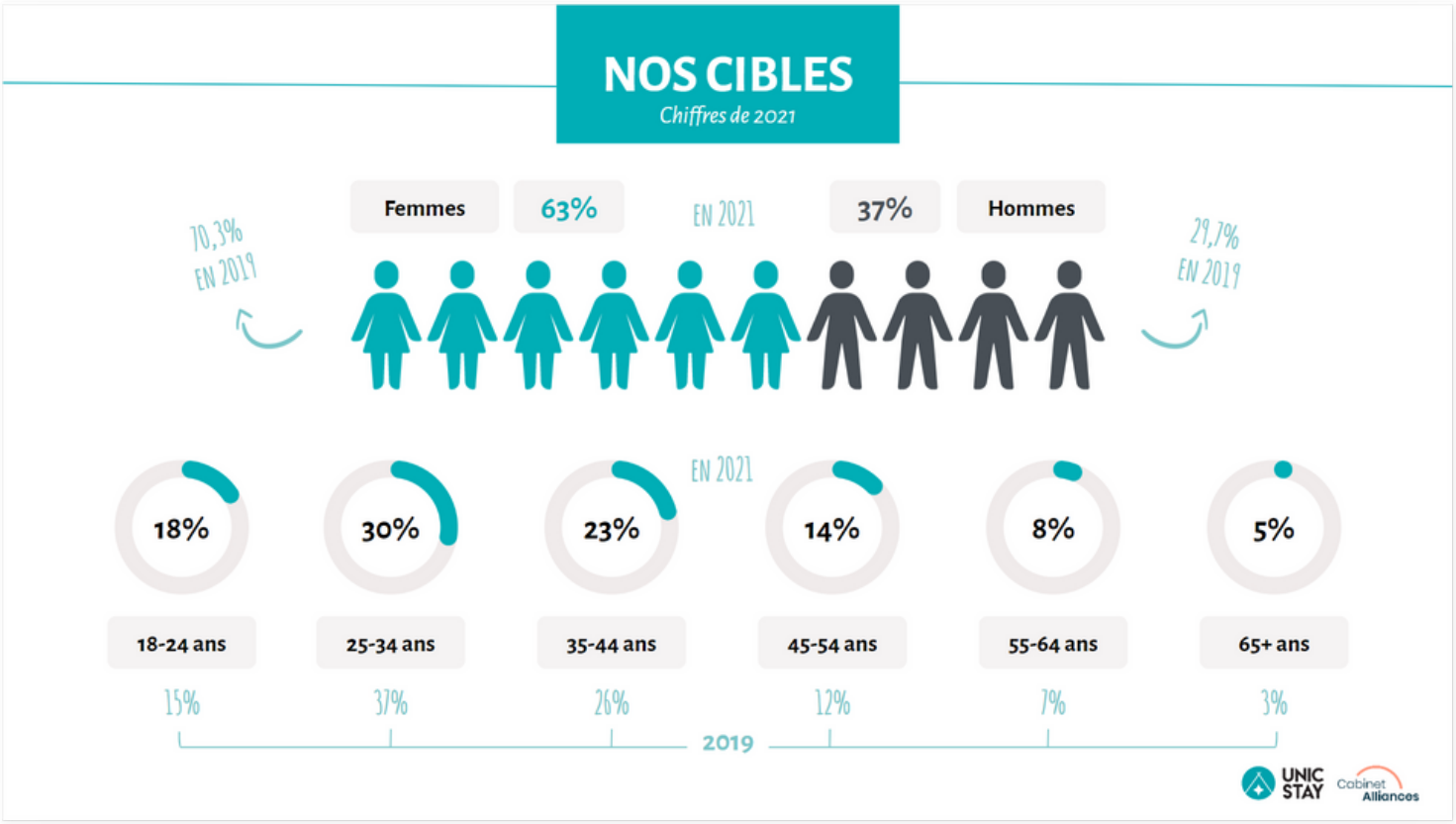
- Taille du marché :
  Nombre d'hébergements * panier moyen / jour * nombre de jours d'ouverture. (6012 x 195 x 220)

- Nombre de nuitées :
  Nombre d'hébergements * Nombre de jours d'ouverture / an (moyenne) * taux d'occupation moyen (6012 x 220 x 0,62)



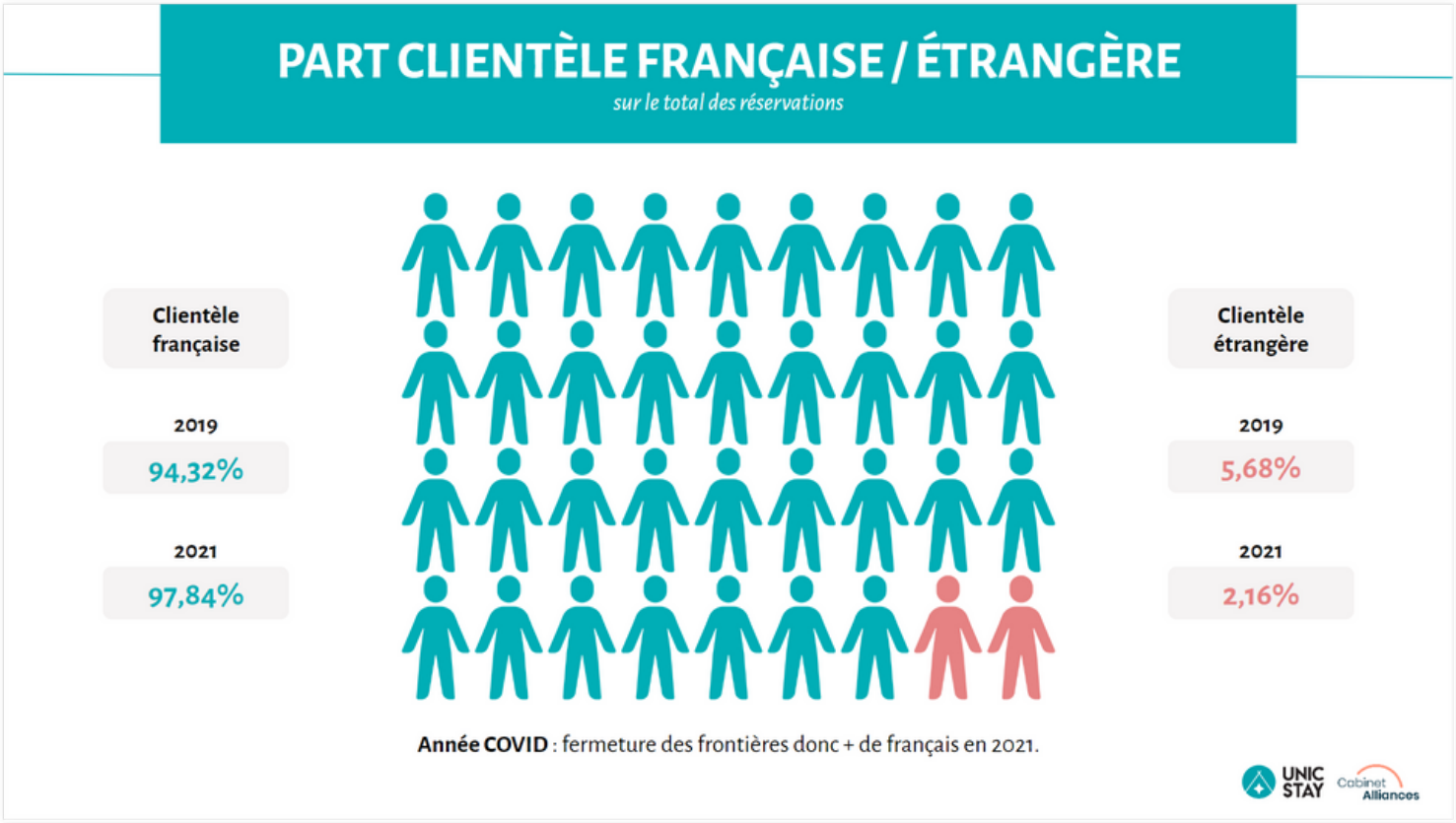
La progression du nombre de nuitées réservées chez UnicStay démontre la croissance continue du marché de l'insolite, malgré la crise sanitaire. Le tourisme insolite a donc su tirer son épingle du jeu et a démontré tous ses atouts.

Toutes les prochaines données communiquées sont basées sur ces nuitées vendues, soit plus de 22 000 en 2021.



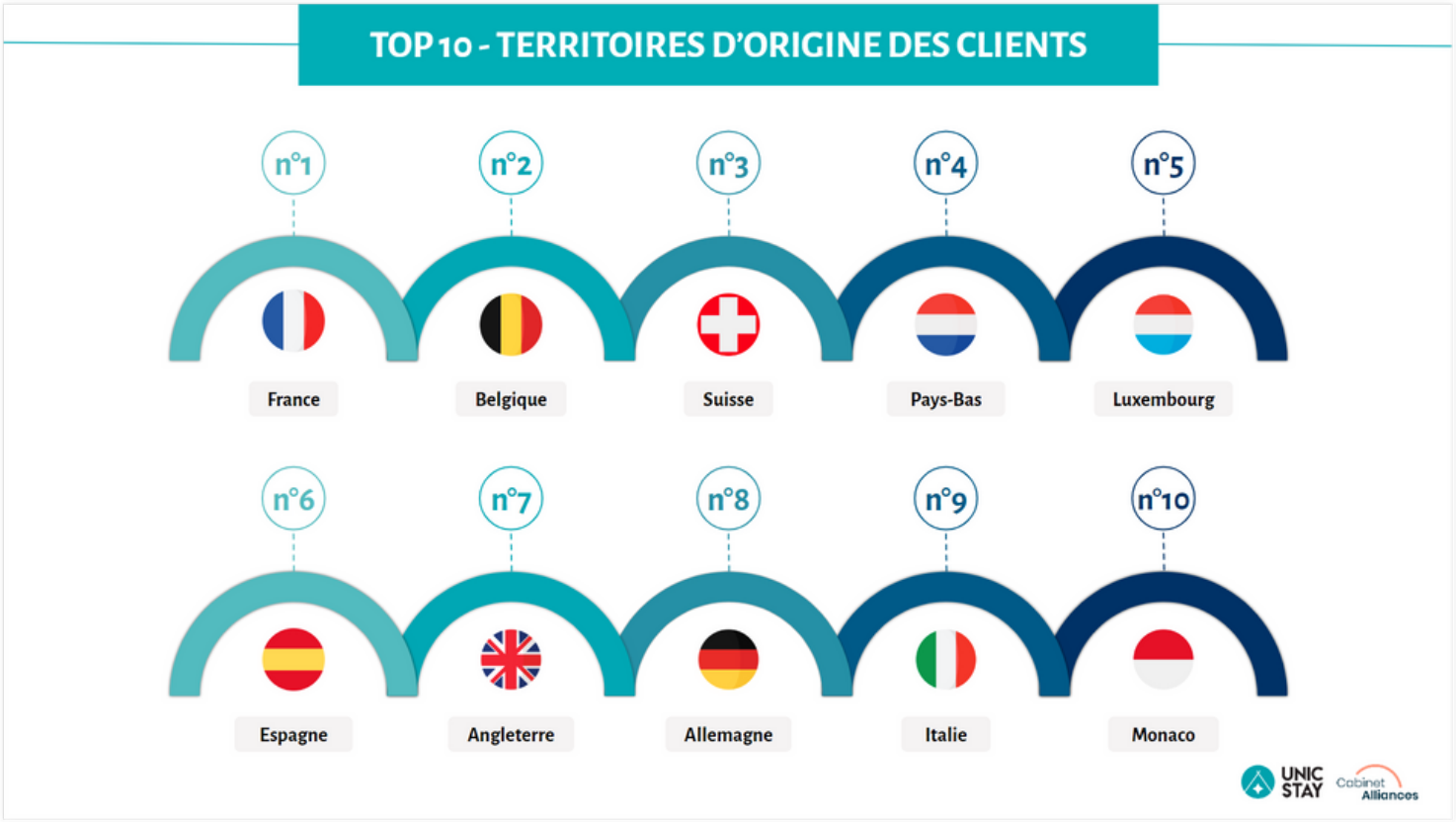
Les femmes restent majoritairement celles qui préparent les vacances et qui réservent, même si cette tendance se rééquilibrer petit à petit.

La tranche d'âge principalement concernée reste toujours celle des 25-44 ans (53% en 2021 contre 63% en 2019) même si le marché de l'insolite commence à intéresser d'autres tranches d'âges : les 18-24 ans notamment grâce aux réseaux sociaux. Le marché devient donc plus mature et plus diversifié.



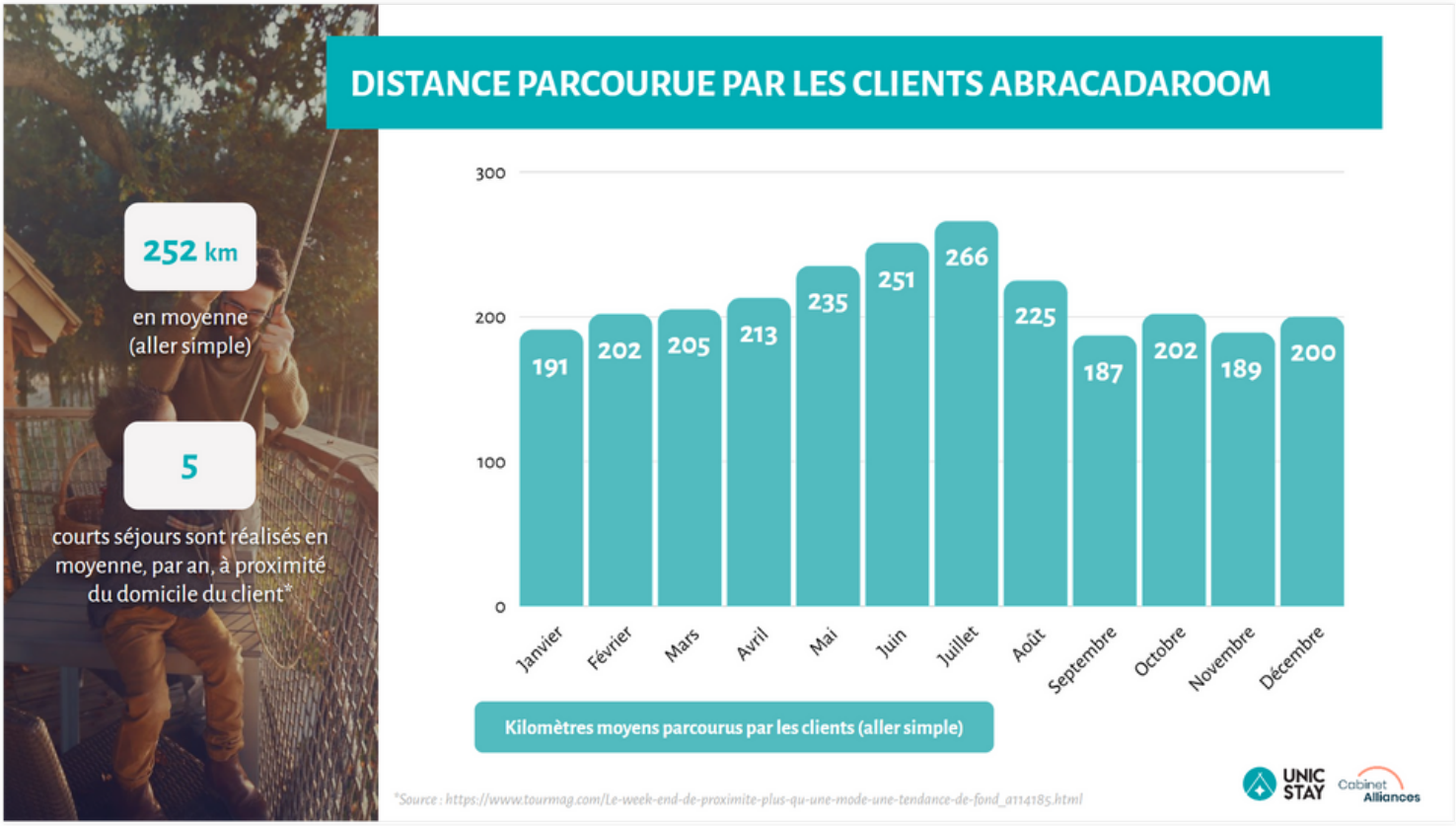
On reste sur une part très importante de “locaux” dans le tourisme de l’insolite. La proportion de clientèle étrangère a fortement été impactée par les restrictions sanitaires et la fermeture des frontières.

Depuis la levée des restrictions, on remarque une progression de la proportion des clients étrangers (pour le moment, environ 4% sur les 3 premiers trimestres de l’année 2022.)



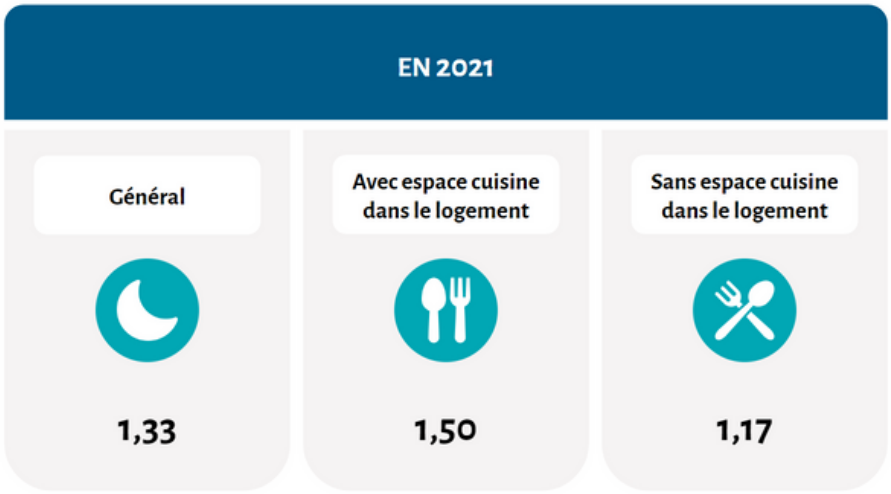
Les clients belges représentent un peu moins de 50% des clients étrangers d'AbracadaRoom.

La durée moyenne de séjour et la distance parcourue par les clients étant plutôt basse (données détaillées par la suite), les domaines insolites français attirent donc très souvent les frontaliers ou des étrangers qui viennent faire des road trip en France (notamment les néerlandais).



Selon l'étude de nos réservations en 2021, un client parcourt en moyenne 252 kilomètres (aller uniquement) pour se rendre à son hébergement insolite.
Le graphique démontre que les clients ont tendance à faire plus de kilomètres en saison estivale qu'en saison hivernale.
La tendance des courts séjours a explosé ces dernières années.

DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR



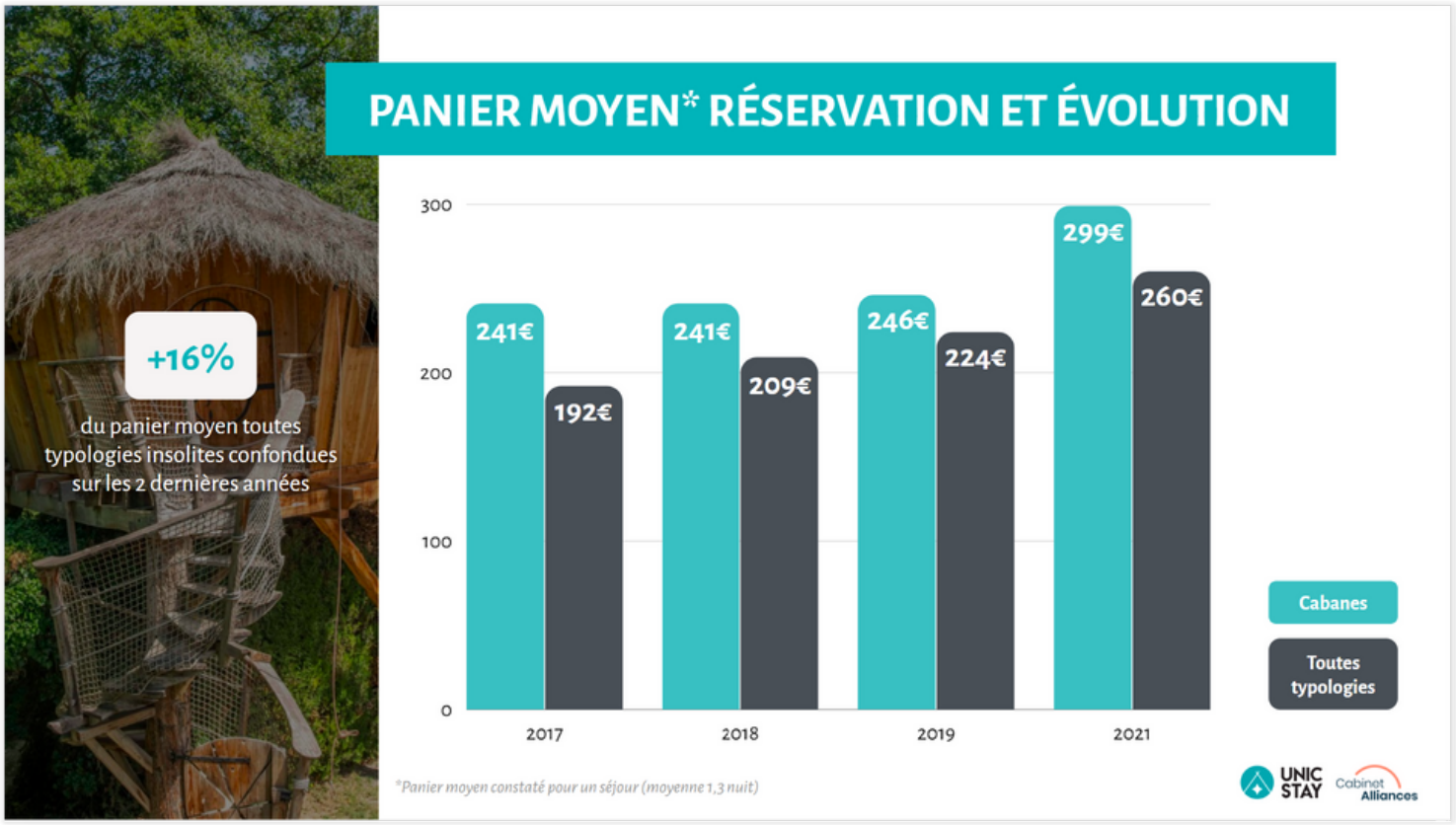
La durée moyenne de séjour est constante depuis 2019 (elle était à 1,31 jour). Le tourisme insolite se démarque par sa durée moyenne de séjour très courte.

Cela peut s'expliquer par plusieurs facteurs :

- Pour beaucoup de clients, le tourisme insolite reste une expérience à vivre. Lorsque c'est une découverte, on préfère partir moins longtemps.
- Une large proportion d'hébergements n'a pas le confort nécessaire à un long séjour (sans eau ou électricité).
- Les prix moyens sont élevés dans le tourisme insolite. Par conséquent, les séjours sont plus courts.

Toutefois, on remarque que lorsqu'un hébergement dispose d'un espace cuisine, la durée moyenne de séjour augmente. En effet, le client dispose de tout le confort nécessaire pour séjourner plusieurs jours et cela lui permet de diminuer le budget nourriture, et par conséquent augmenter son budget location.

Cette durée moyenne de séjour courte peut être très contraignante pour les professionnels, car elle demande une organisation et une gestion assez minutieuse. Cette problématique est au cœur des priorités des professionnels de l'insolite, sur laquelle nous avons souhaité nous pencher (cf dernière partie).



Cette croissance du panier moyen entre 2019 et 2021 peut s'expliquer par :

- Une progression continue depuis quelques années du panier moyen.
- Une augmentation du budget alloué aux locations d'hébergement chez les ménages. En effet, ne pouvant pas se déplacer à l'étranger, les frais de transport des ménages ont considérablement diminué. Les clients partent donc moins loin mais ont plus de budget à allouer à l'hébergement.
- L'intérêt croissant des offres bien-être/spa chez les clients qui sont plus onéreuses.

Pour l'année 2022, le panier moyen devrait subir une baisse probable dû à la chute du pouvoir d'achat des ménages.

PANIER ET PRIX MOYEN AVEC OU SANS SPA

	PANIER MOYEN Montant dépensé par un client pour un séjour d'une nuit ou plus		PRIX MOYEN Montant dépensé par un client pour une nuit	
	Sans spa privatif	Avec spa privatif	Sans spa privatif	Avec spa privatif
Cabane dans les arbres	233€	393€	187€	322€
Cabane sur l'eau	278€	373€	227€	316€
Cabane sur pilotis	306€	411€	193€	319€
Toutes typologies	220€	349€	152€	241€



La comparaison a été effectuée sur des hébergements de même standing et proposant les mêmes services.

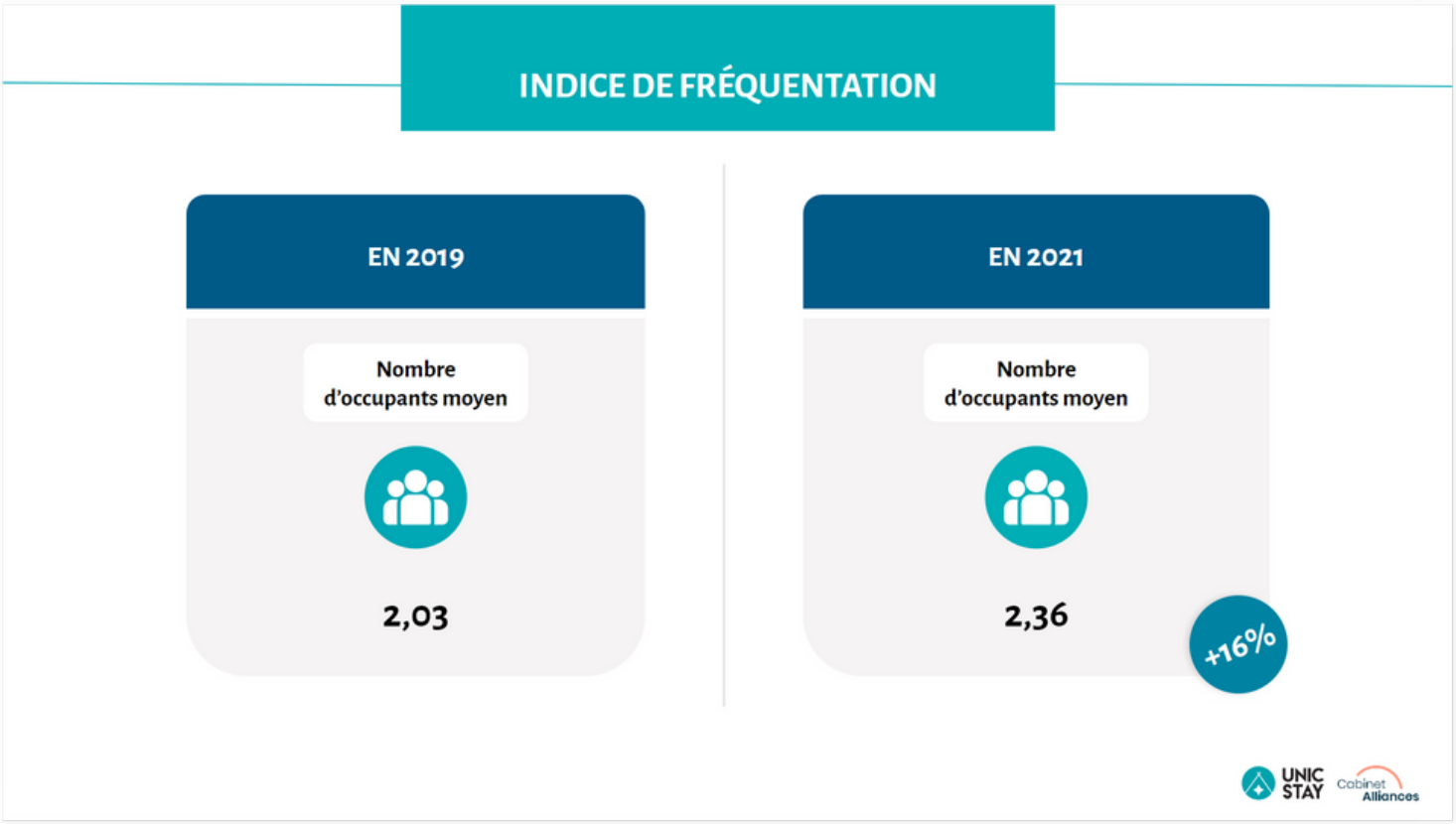
Le prix moyen d'un hébergement équipé d'un spa privatif est 58% plus élevé qu'un hébergement sans équipement bien-être. Nous remarquons également qu'un hébergement avec spa privatif se réserve 2,5 fois plus qu'un hébergement sans spa privatif.

Pour cela, l'équipement bien-être (tout type confondu : bain à remous, bain nordique…) doit être inclus dans le tarif de la nuit, privatif, utilisable en illimité et en toute saison.

Les espaces bien-être communs n'ont pas pu être analysés car ils sont moins représentés. Toutefois, bien que cela soit moins significatif que pour les spas privatifs, ils restent un atout et permettent d'augmenter les tarifs moyens et le taux d'occupation d'un hébergement.



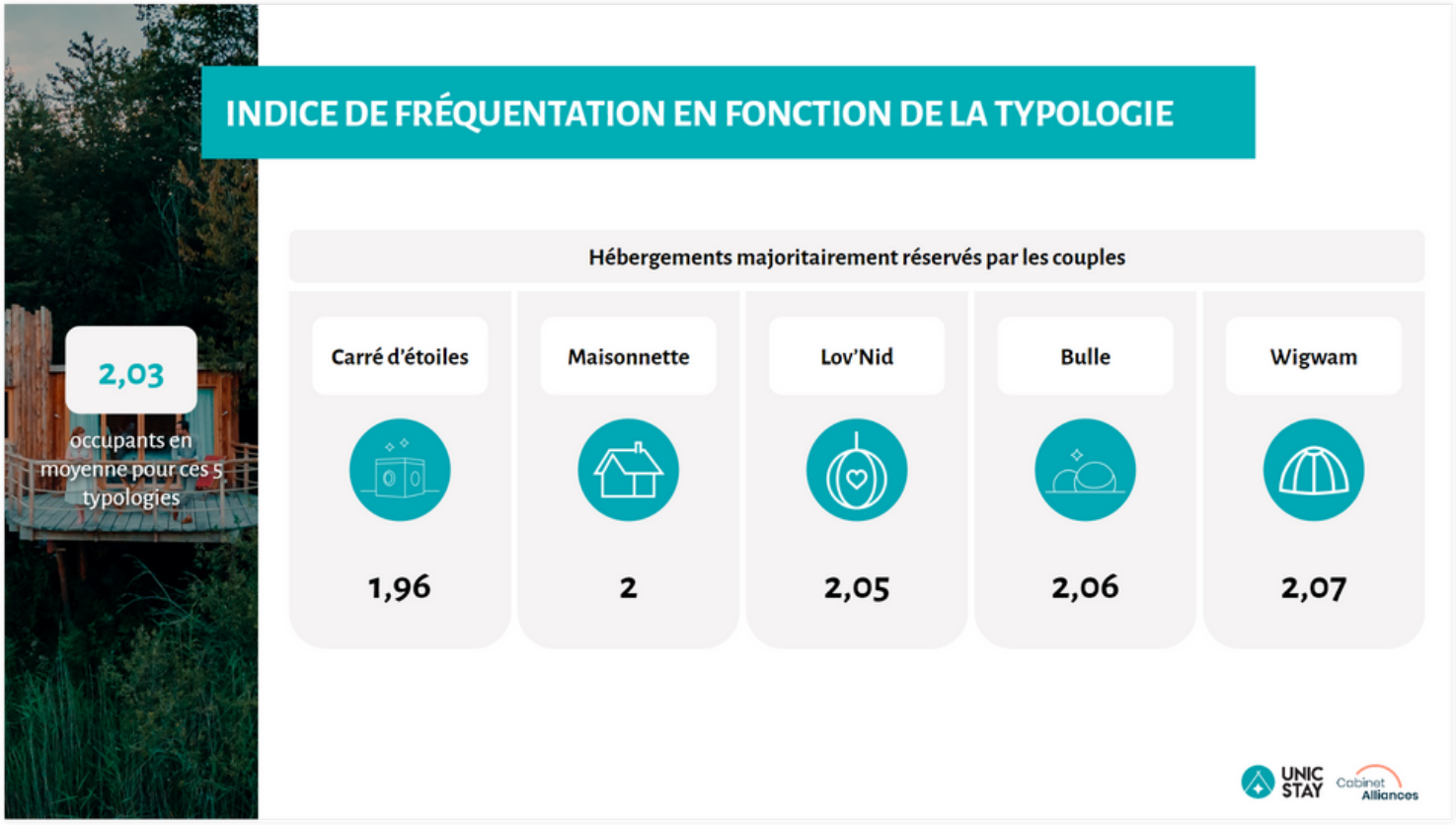
La demande de location avec un équipement bien-être privatif est pour l'instant bien supérieure à l'offre. Ajouter un équipement bien-être privatif est donc un excellent levier pour augmenter le taux d'occupation et le panier moyen. Cette demande reste croissante en 2022.



L'indice de fréquentation est le nombre d'occupants moyen par hébergement.

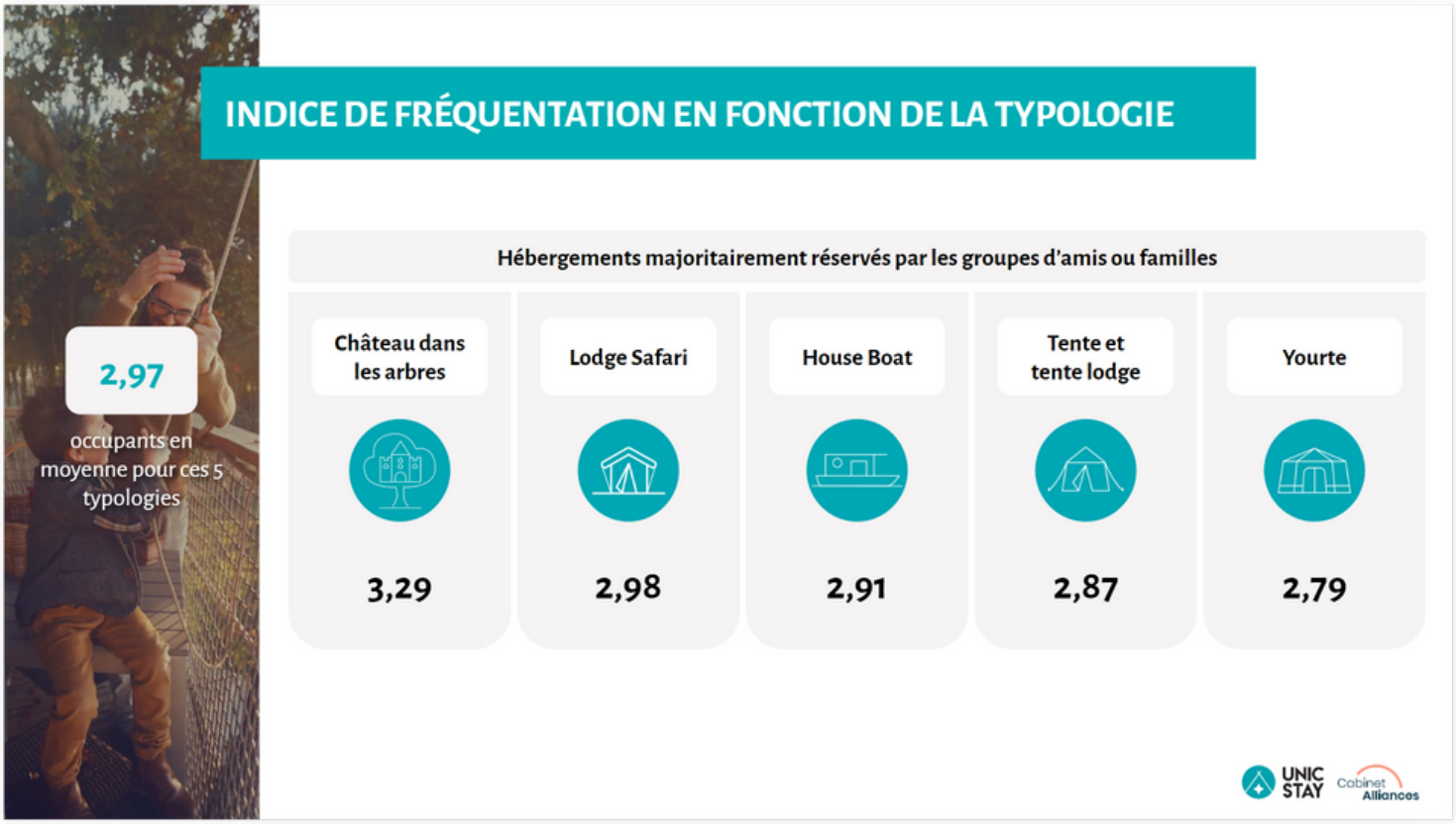
Sur AbracadaRoom, ce sont donc majoritairement des couples à la recherche d'une escapade romantique qui réservent des hébergements insolites. Toutefois, l'indice de fréquentation est en augmentation de 16% par rapport à 2019 ce qui démontre l'intérêt croissant des familles pour ce type de tourisme.

La marché de l'insolite évolue, il s'étend à d'autres profils de clientèles.

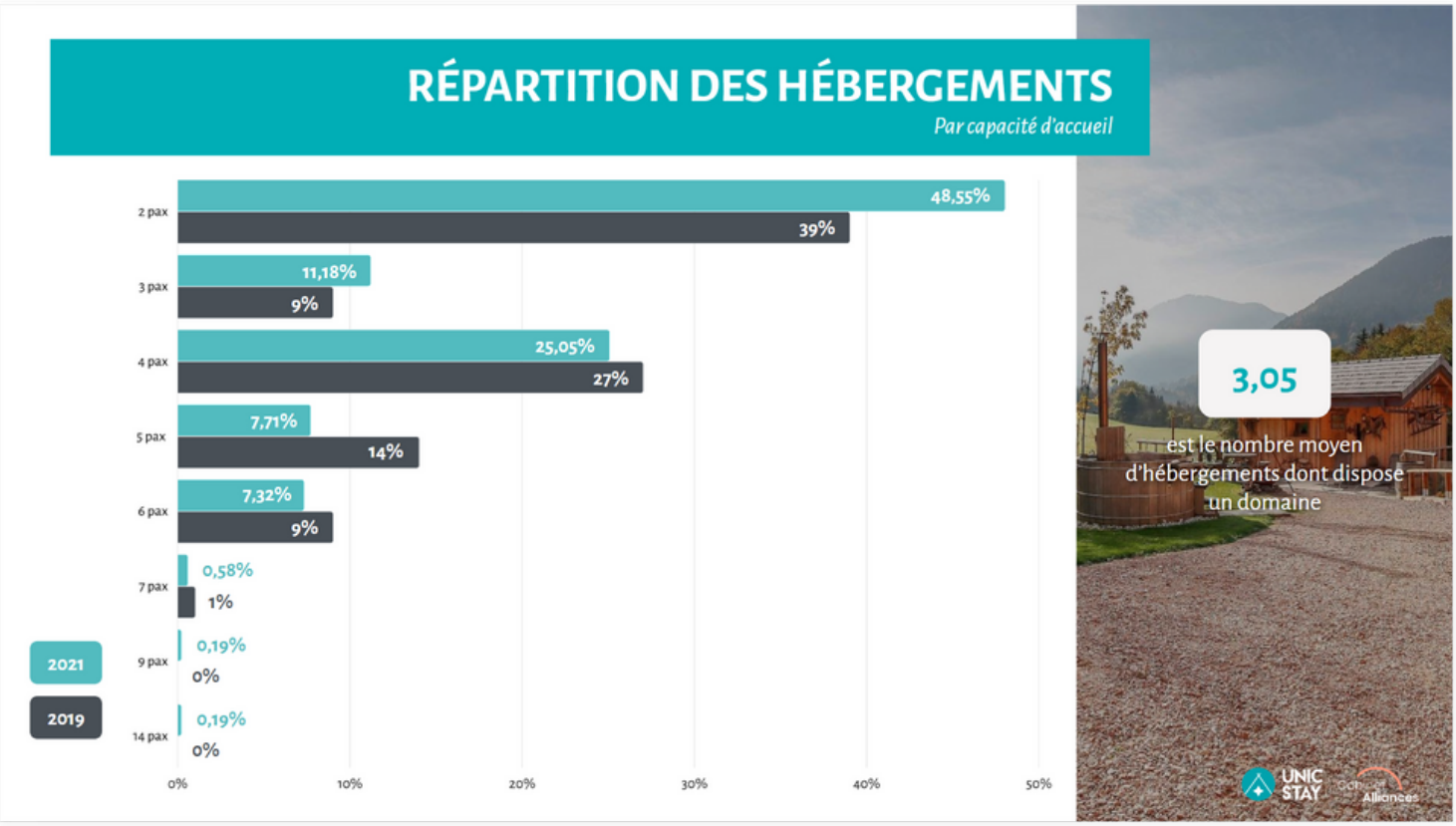


La typologie des hébergements insolites a un impact majeur sur l'indice de fréquentation. Certaines typologies se destinent plus à une cible couple/duo.

Cela s'explique par plusieurs facteurs : la superficie (par exemple, le carré d'étoiles ou le lov'nid ont des espaces intérieurs restreints), le concept et l'ambiance (romantique, bien-être, observation des étoiles…) plus recherchés par les couples.



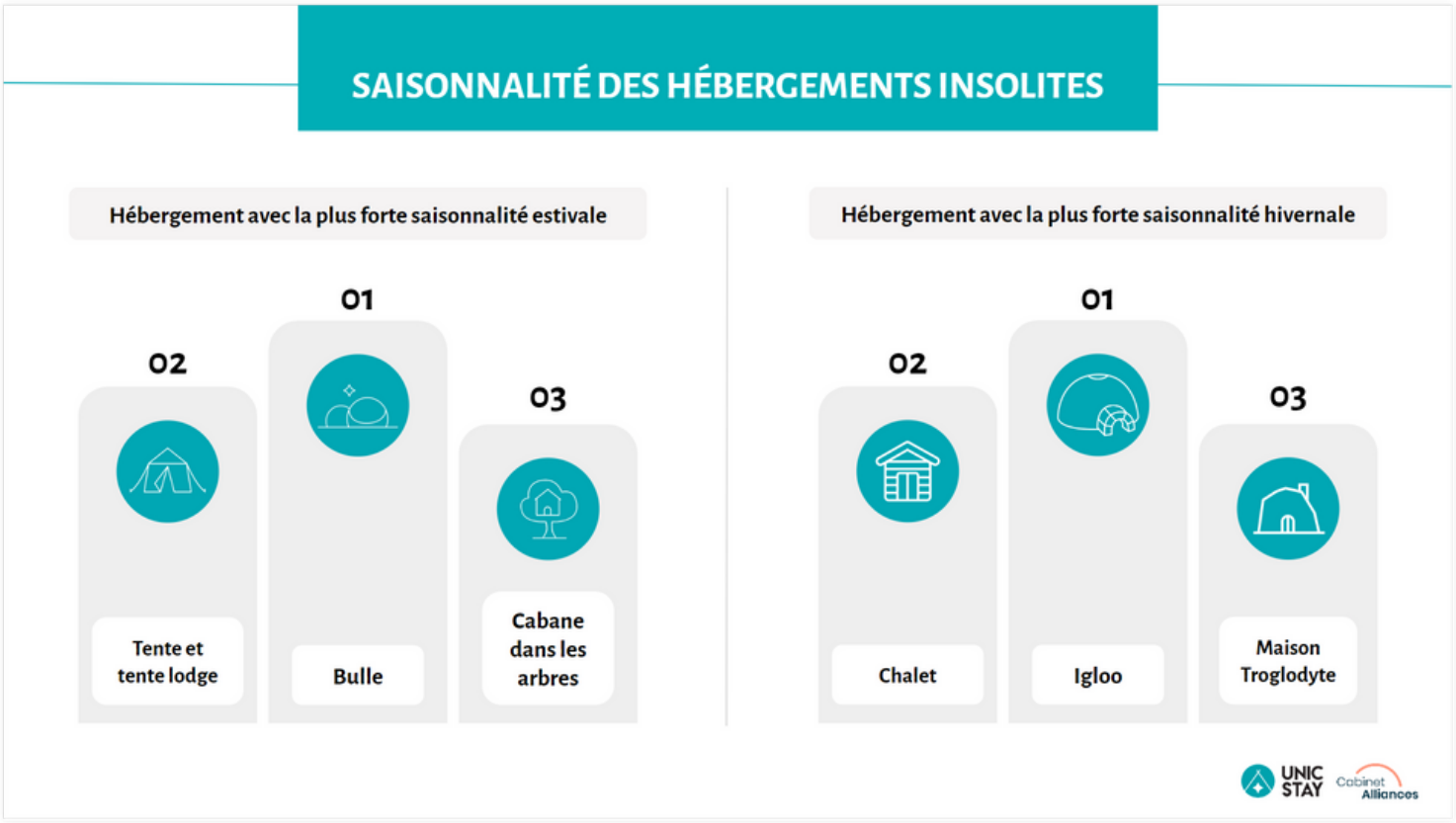
D'autres typologies sont réservées majoritairement par des familles. Cela s'explique également par la superficie des hébergements, la localisation (les tentes lodges et safari sont très souvent installées dans des campings avec des équipements adaptés aux enfants), les activités sur place (yourte à la ferme…), la thématique plus "aventure", mais aussi la facilité d'accès (un hébergement avec un accès simplifié est plus attractif pour des parents).



Sur AbracadaRoom, la majorité de nos hébergements a une capacité d'accueil maximale de deux personnes.
Cela explique également l'indice de fréquentation moyen de 2,36. De plus, lorsqu'un hébergement a une capacité d'accueil de 4 personnes, il peut y avoir certaines restrictions notamment un âge minimum pour pouvoir réserver afin de respecter les normes de sécurité.

La proportion des hébergements pouvant accueillir 4 personnes est en baisse par rapport à 2019, toutefois, l'indice de fréquentation est en progression. Cela démontre l'intérêt des familles pour les hébergements insolites.
L'offre pour les familles est donc à développer.

La diversité des offres avec des capacités d'accueil différentes sur un même domaine est un excellent moyen d'attirer plusieurs cibles. Il faut que le domaine soit adapté et que le concept reste cohérent.



Même si pour la plupart des établissements, la majorité de l'activité se déroule en saison estivale, il est primordial pour les domaines ouverts toute l'année d'avoir une stabilité dans la fréquentation.
La typologie d'hébergement est à prendre en compte dans la période d'ouverture, certaines ont un impact fort sur la fréquentation, notamment en basse saison.

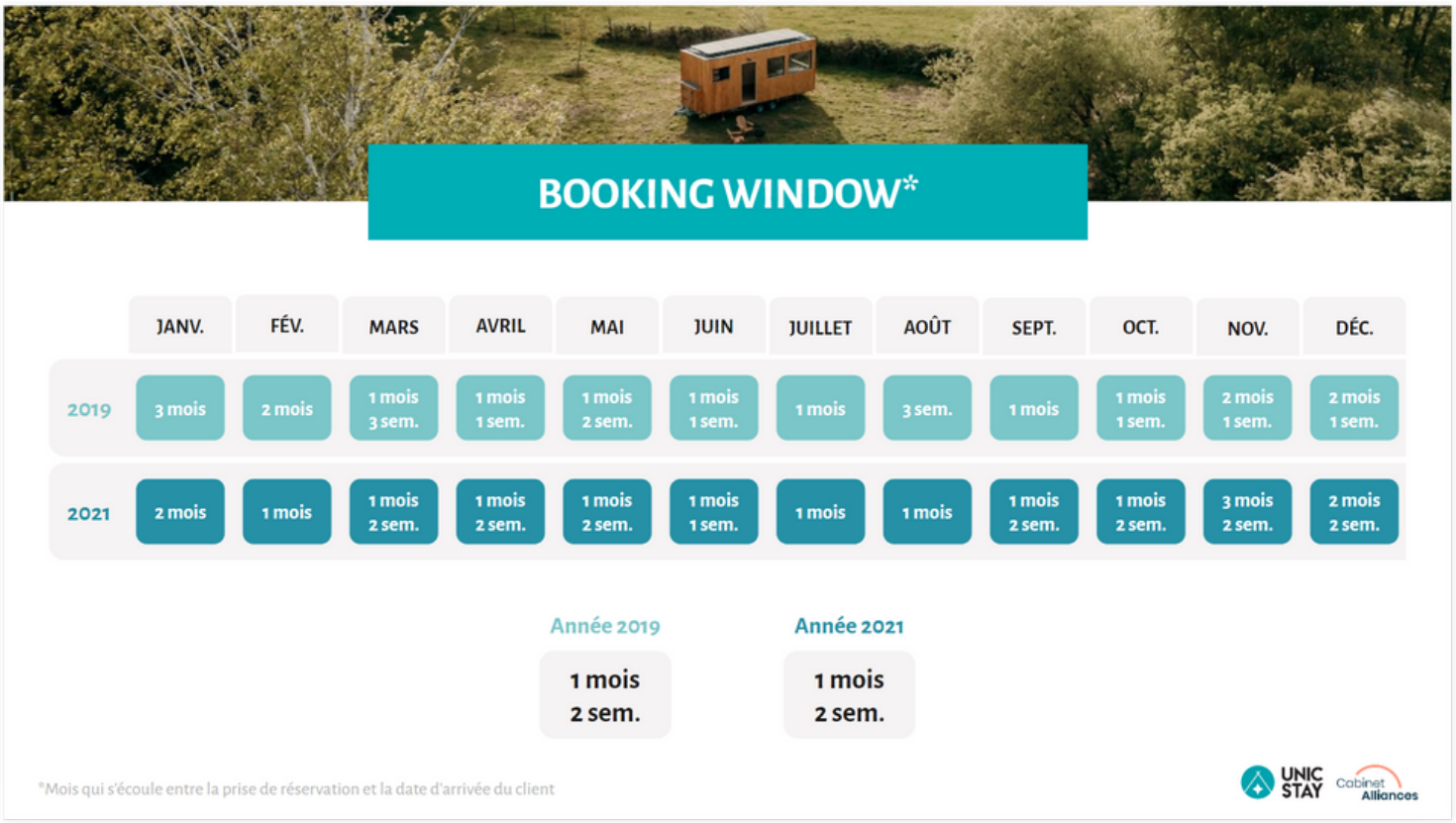
Certaines typologies ont donc un taux d'occupation plus important d'une saison à l'autre, cela peut s'expliquer par des contraintes techniques (une bulle ou une tente en hiver n'ont pas une isolation suffisante, les cabanes dans les arbres peuvent être sensibles aux intempéries..)
En basse saison, un igloo ou un chalet (souvent installés en montagne) auront un remplissage plus important.

Si votre établissement est ouvert toute l'année, il est recommandé de diversifier les typologies, d'apporter du confort tel que le chauffage et l'électricité et de mettre en avant les activités à faire aussi bien en hiver qu'en été.



Certaines typologies sont adaptées aussi bien à la saison hivernale qu'à la saison estivale. Par exemple, la Tiny house et la cabane sur pilotis ne subissent pas de saisonnalité car elles sont très souvent équipées intégralement (chauffage, isolation…) et n'ont pas d'accès difficile. C'est aussi pourquoi ces typologies sont de plus en plus présentes sur le marché.

Concernant la typologie bulle, même si 73% d'entre elles disposent du chauffage, cela ne leur permet pas d'ouvrir toute l'année mais seulement sur les ailes de saison (d'avril à octobre pour la plupart). En effet, malgré le chauffage, elles ne restent pas ou peu adaptées aux températures et aux intempéries de l'hiver.



La booking window est la période qui sépare le jour de la réservation du jour d'arrivée du client chez vous. Son calcul permet de comprendre les comportements de l'acheteur.

Même si dernièrement on constate un intérêt plus fort pour la réservation de dernière minute de la part des clients, cela ne se retrouve pas dans les chiffres pour plusieurs raisons :

- Beaucoup de domaines sont fermés en basse saison, les clients s'y prennent donc de longs mois en avance pour réserver leur séjour augmentant ainsi la booking window.
- Même si en été elle se raccourcit, la demande reste forte pour les hébergements insolites notamment les plus prisés et les délais d'attente peuvent aller jusqu'à 6 mois. Par conséquent, même si les clients ont tendance à réserver en dernière minute ces dernières années, l'insolite n'est pas impacté par cette tendance.
- Ce sont des hébergements uniques, ils n'ont pas forcément de "stock" on ne peut donc pas ou peu rediriger un client vers quelque chose de similaire, ils sont donc prêt à attendre des mois pour séjourner dans l'hébergement repéré.

Pour les dates d'arrivées des clients en semaine (du dimanche soir au jeudi soir inclus), la booking windows moyenne sur l'année est de 1 mois et 1 semaine.
Pour les dates d'arrivées des clients en week-end (vendredi et samedi soir inclus), la booking windows sur l'année est de 2 mois.
La demande de séjour sur le week end étant beaucoup plus forte que pour la semaine, la booking windows est donc plus importante.
Pour les prochaines années à venir, le marché étant en pleine croissance, il est probable que la booking window raccourcisse car les clients trouveront plus de disponibilités.

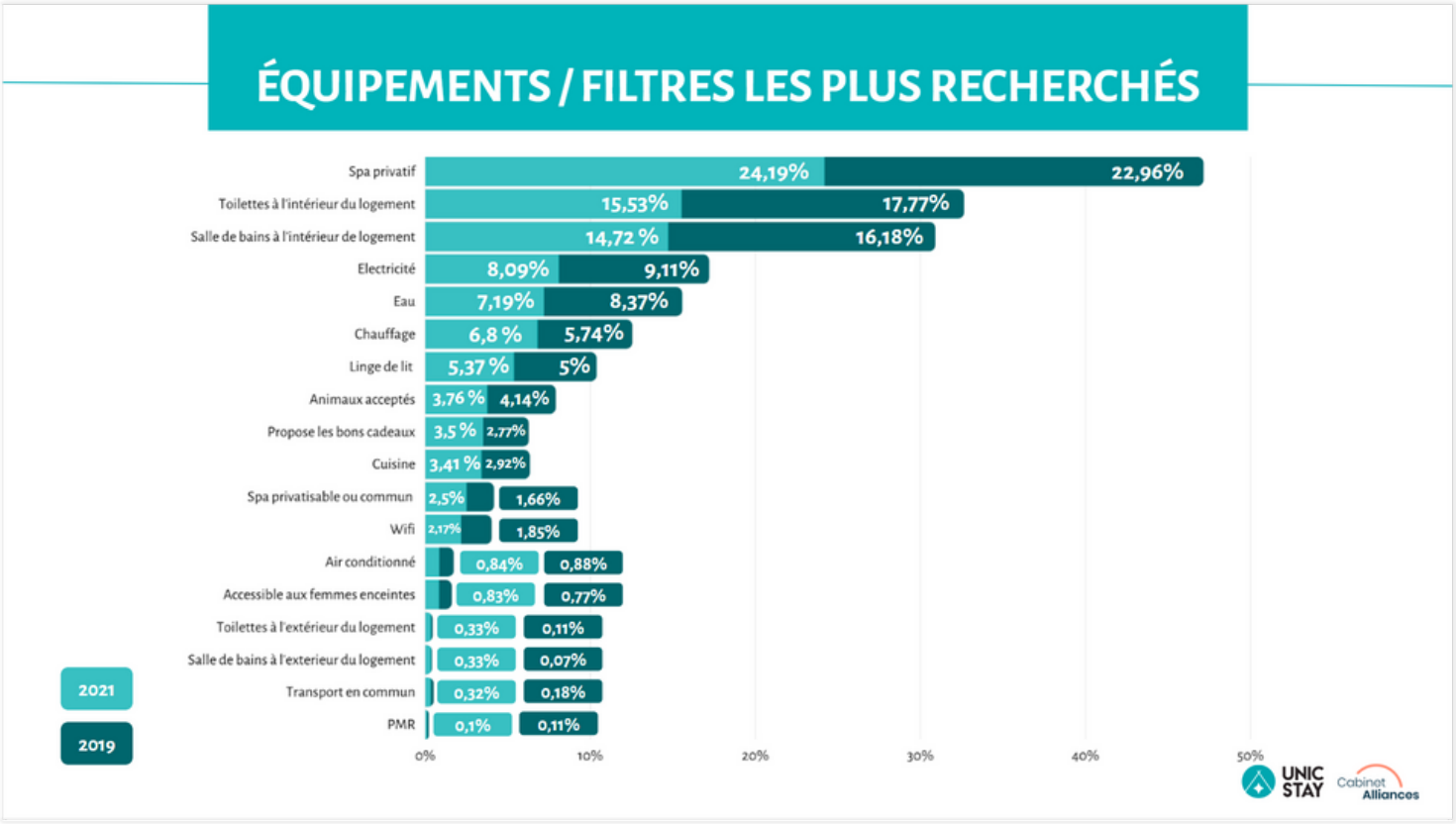


Il n'y a eu aucun changement sur ce classement depuis 2019.

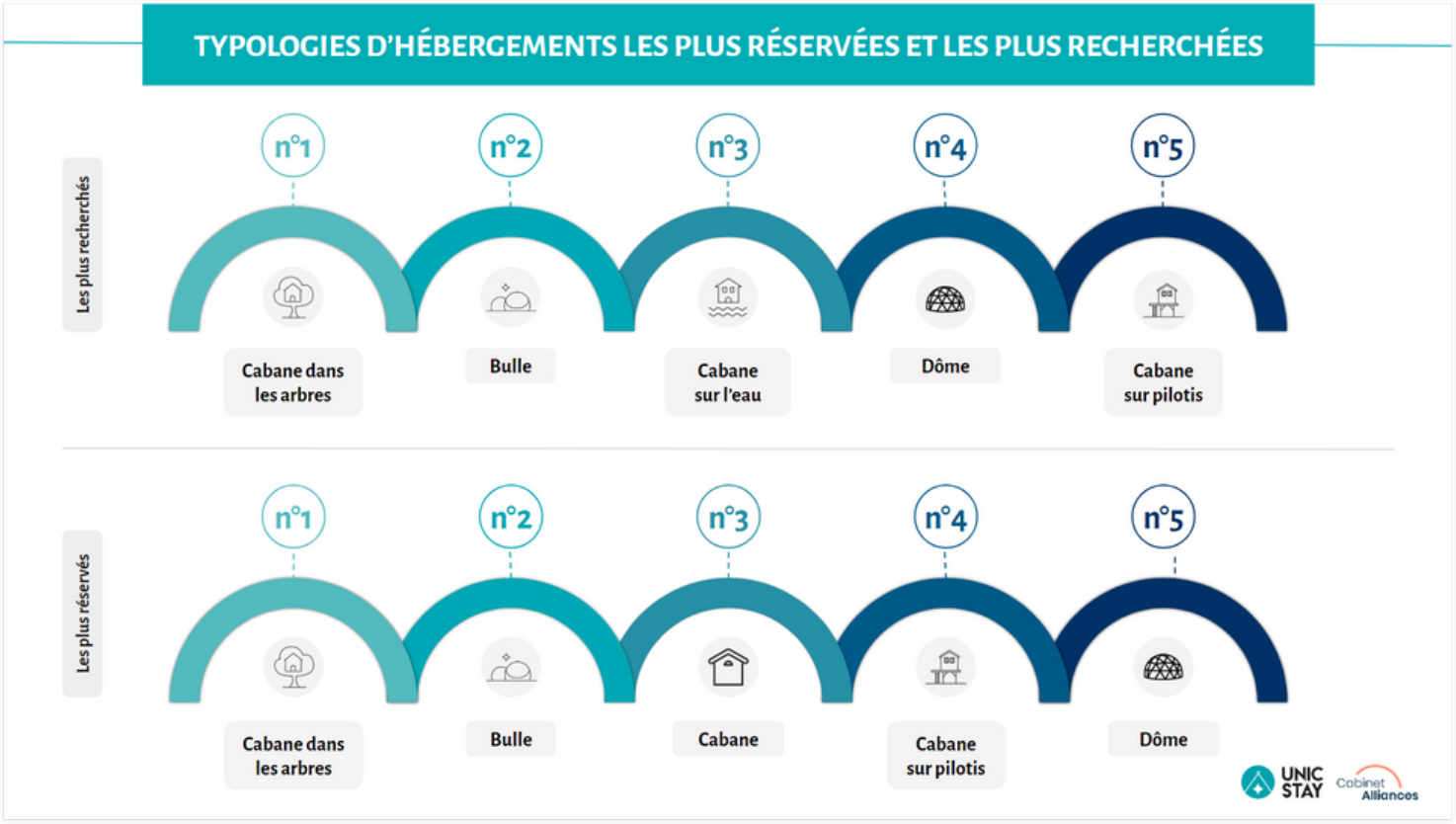


Il n'y a eu aucun changement sur ce classement depuis 2019.


TOP 5 DES DÉPARTEMENTS LES PLUS RECHERCHÉS SUR ABRACADAROOM
N°1
ARDÈCHE (08)
N°1 EN 2019
VAR (83)
N°2
GIRONDE (33)
N°2 EN 2019
GIRONDE (33)
N°3
DORDOGNE (24)
N°3 EN 2019
OISE (60)
N°4
VAR (83)
N°4 EN 2019
ALPES-MARITIMES (06)
N°5
VOSGES (88)
N°5 EN 2019
DORDOGNE (24)
UNIC STAY
Cabinet Alliances



Cela démontre une nouvelle fois l'attrait pour les spas privatifs.
Ensuite, les autres filtres montrent la tendance des clients à rechercher un confort de type hôtelier (tout à l'intérieur du logement sans avoir besoin de sortir de l'hébergement).



C'est assez stable entre l'offre et la demande, on voit l'attrait toujours aussi fort pour les cabanes dans les arbres mais aussi pour les hébergements dits transparents : bulles et dômes.

La différence dans ce top se justifie par plusieurs points :

- Tout d'abord l'offre, même si la majorité des clients souhaite séjourner dans un cabane sur l'eau, le nombre de cabanes sur l'eau ne permet pas de répondre à leur demande. Elles sont donc moins réservées que recherchées.
- Le prix peut également expliquer cette différence. Lors de la recherche, les clients vont trouver des hébergements plus accessibles en termes de prix (pour les cabanes au sol par exemple), ils vont donc se tourner vers ce type d'hébergement.



Il n'y a eu aucun changement sur ce classement depuis 2019.

LES CARACTERISTIQUES DES CLIENTÈLES

Les leviers pour agir sur la durée de séjour



Toujours avec le souci d'accompagner les professionnels vers une amélioration des performances économiques, nous avons pris soin d'analyser le point faible de ce secteur : la courte durée moyenne de séjour.

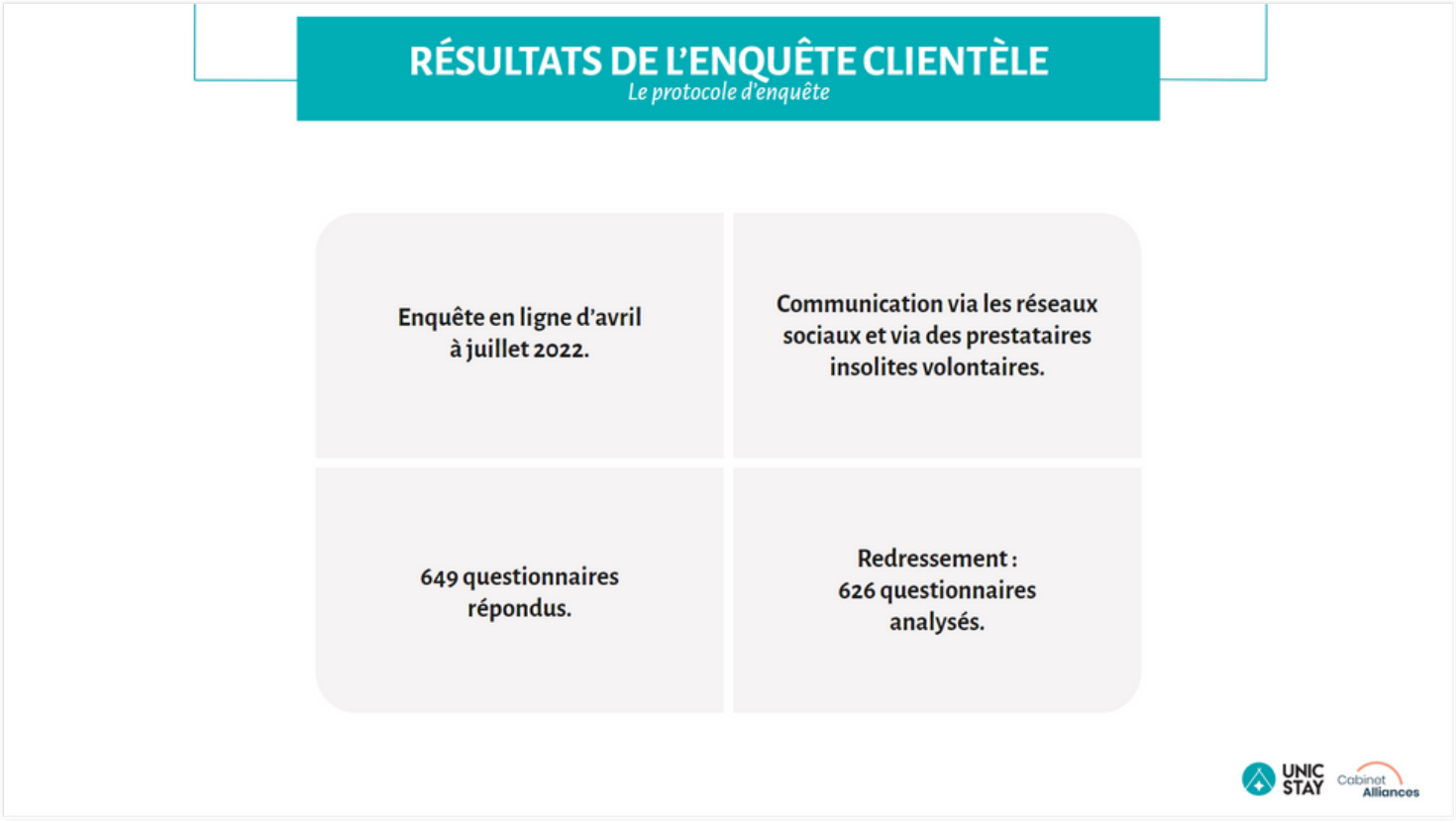
Cet indicateur a un double impact sur la filière :

- Un coût plus élevé sur l'environnement : plus de déplacements, plus de nettoyage, une consommation plus importante de l'eau dans le cas d'utilisation de spas privatifs
- Un coût de revient plus important pour les structures en personnel et en frais variables par séjour

Comme nous le verrons dans notre enquête, cette durée de séjour peut être optimisée car elle correspond à un souhait des clients.

UNIC STAY

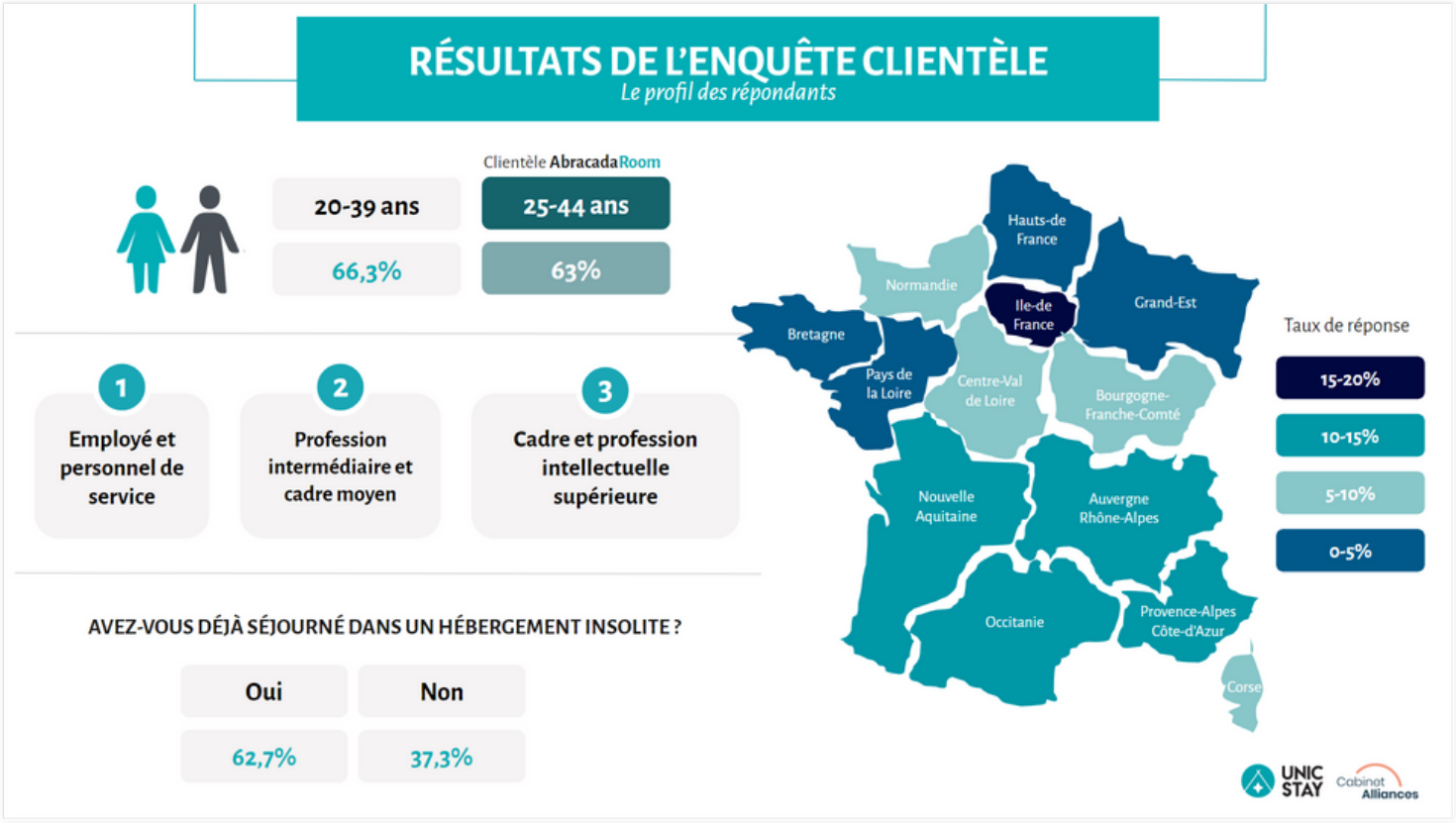
Cabinet Alliances



L'enquête a été réalisée avec le logiciel Eval&Go et ouverte sur 4 mois.

La communication s'est faite via les réseaux sociaux et les e-mailings réalisés par le Cabinet Alliances et Unic Stay ainsi que via des prestataires d'hébergements partenaires. Plusieurs relances ont été effectuées pour obtenir un retour de 649 questionnaires.

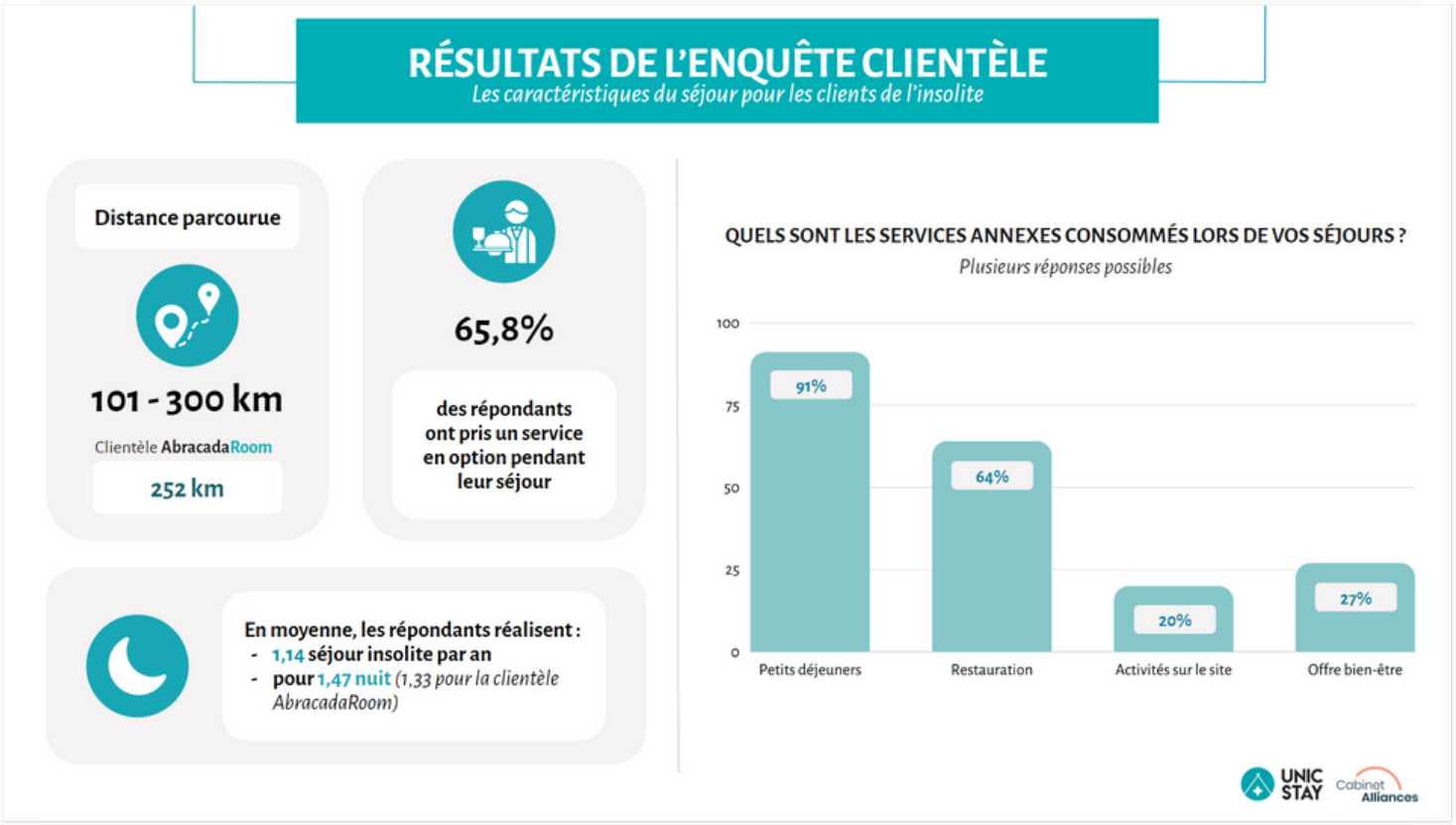
Après redressement (questionnaires incomplets et incohérents), 626 questionnaires ont été analysés.



Parmi le panel de répondants, on remarque que la majorité est originaire d'Ile-de-France. Les régions de la moitié sud de la France sont également bien représentées.

Le profil des répondants est cohérent avec les clients d'AbracadaRoom, à savoir un adulte entre 20 et 39 ans.

À noter que près de 63% des répondants ont déjà réalisé un séjour insolite.

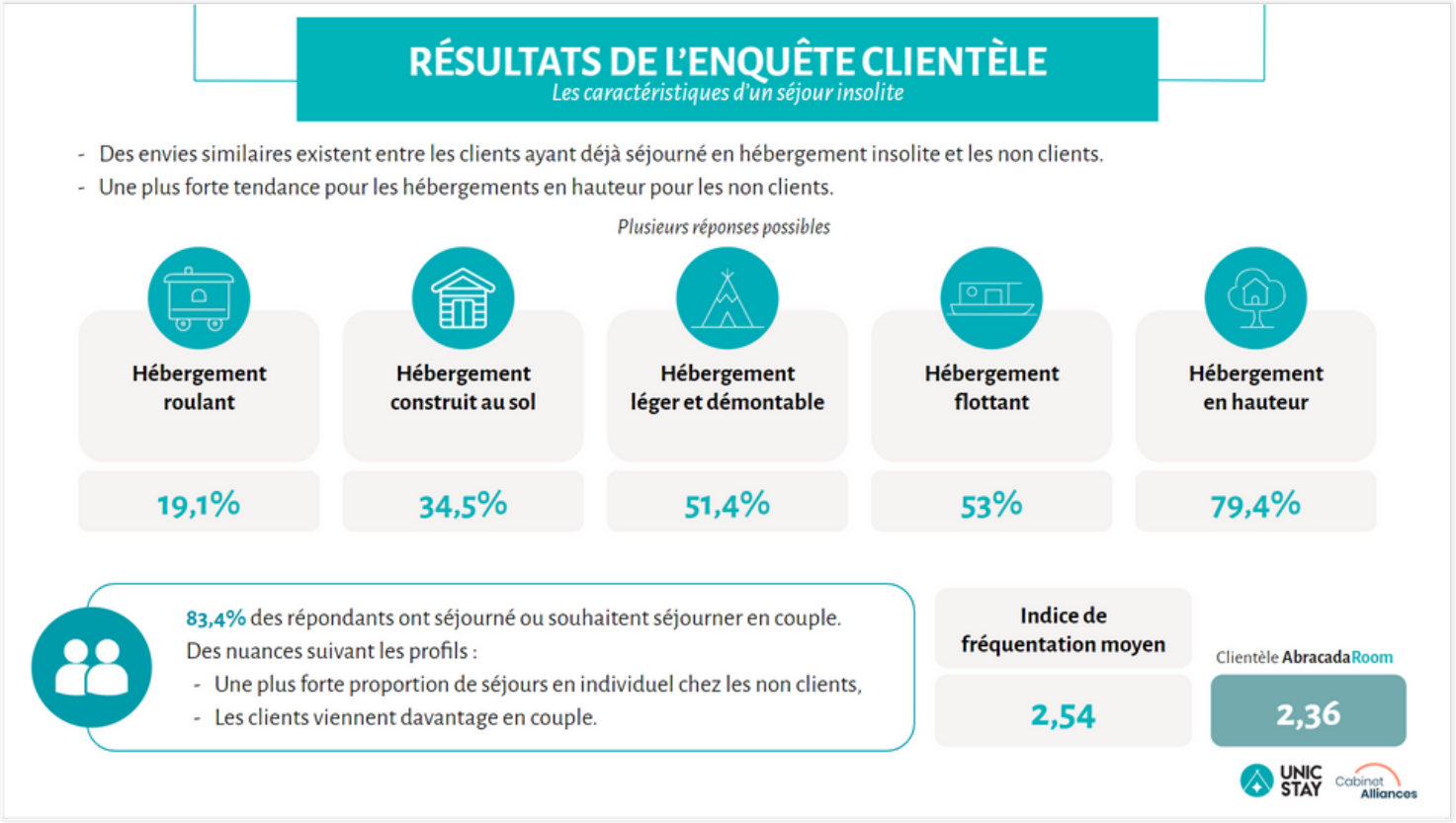


Pour les clients ayant déjà réalisé un séjour insolite :

Ils sont prêts à parcourir une distance située entre 101 et 300 kms pour une expérience insolite, la donnée s'inscrit dans la même tendance observée chez les clients d'AbracadaRoom. Cette distance est pertinente pour calculer la zone de chalandise de l'hébergement et estimer les bassins de population correspondants.

L'enquête révèle qu'en moyenne, les clients séjournent 1,47 nuit par an dans un hébergement insolite, une durée moyenne de séjour cohérente avec celle réalisée par les clients AbracadaRoom (1,33 nuit par an).

Les services associés au séjour sont très importants pour les clients de l'insolite puisque près de 66% d'entre eux choisissent de prendre au moins un service en complément de la nuit. Ces services sont majoritairement en lien avec la restauration : petits-déjeuners et / ou restauration.

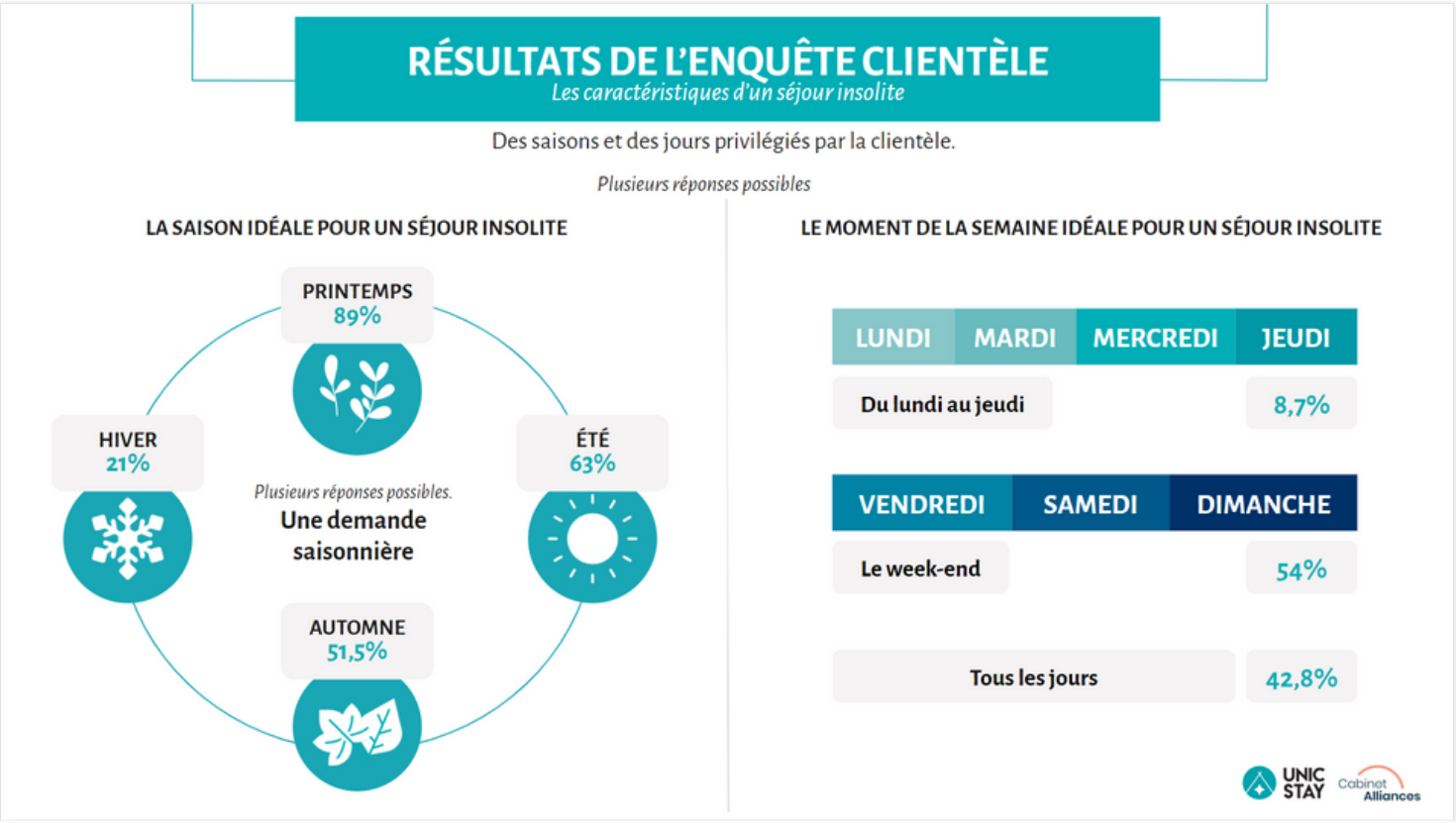


Pour tous les répondants à l'enquête:

À la question "Quelles sont les typologies d'hébergements insolites qui vous intéressent le plus?", les répondants ont majoritairement cité l'hébergement en hauteur type cabane dans les arbres, qu'ils aient déjà vécu ou non, une expérience insolite.
Le podium est complété par l'hébergement flottant et l'hébergement léger et démontable (bulle, dôme, yourte, tipi, tente suspendue).

Les séjours sont très largement réalisés en couple (83,4%) et notamment pour les clients qui ont déjà connu une expérience insolite. L'indice de fréquentation moyen, autrement dit le nombre moyen de personnes par séjour, est de 2,54 personnes corrélant la prédominance des séjours en duo.

À noter néanmoins que les personnes n'ayant jamais réalisé un séjour insolite auraient plutôt tendance à vouloir réaliser un séjour seul.



La saisonnalité

Le trimestre 3 étant, dans la réalité, le plus fortement réservé par les clients de l'insolite, l'enquête révèle que le printemps serait la saison de prédilection pour un séjour insolite.

Cette information peut être mise en relation avec la forte tension des réservations sur l'été qui inciterait les clients à regarder sur d'autres périodes et notamment le printemps dont la météo est plus favorable qu'en automne ou en hiver.

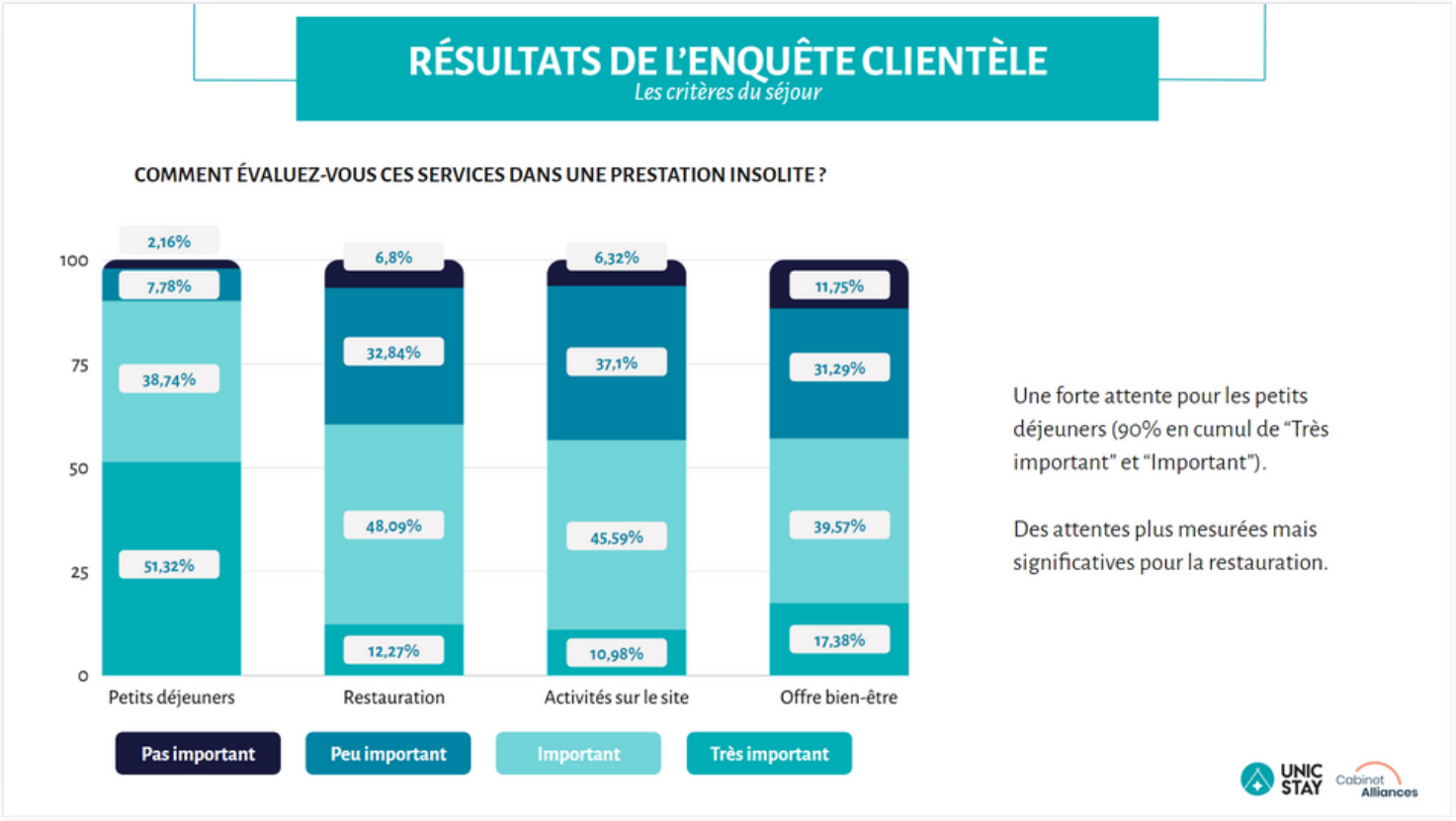
La fréquentation sur les jours de la semaine

Les demandes se concentrent sur le week-end, une réalité que connaissent bien les gestionnaires d'hébergements insolites. Néanmoins, il est intéressant de noter que près de 43% des répondants peuvent être intéressés par n'importe quel jour de la semaine (plusieurs réponses possibles). Avec une politique tarifaire attractive ou des produits thématiques, le potentiel de remplissage des jours hors week-end peut être développé.



Alors que les clients séjournent en moyenne 1,47 nuit, ils expriment une durée moyenne de séjour idéale de 2,5 jours : il existe donc un potentiel non négligeable de développer la durée de séjour en hébergement insolite. Ils souhaitent également à 92% réaliser plusieurs séjours dans l'année plutôt qu'un seul plus long.

Dans le choix d'un séjour idéal pour les répondants, les critères liés à la typologie de l'hébergement, le budget et les équipements du site sont majoritairement cités. À contrario, les activités, les thématiques, la restauration et les critères de développement durable sont moins significatifs.



À la question "Comment évaluez-vous ces services dans une prestation insolite?", parmi tous les services proposés, pour les répondants, les petits-déjeuners (et dans une moindre mesure la restauration) sont des critères très importants :

- Petit-déjeuner : 90% de réponses cumulées sur "Très important" et "Important"
- Restauration : 60% de réponses cumulées sur "Très important" et "Important"

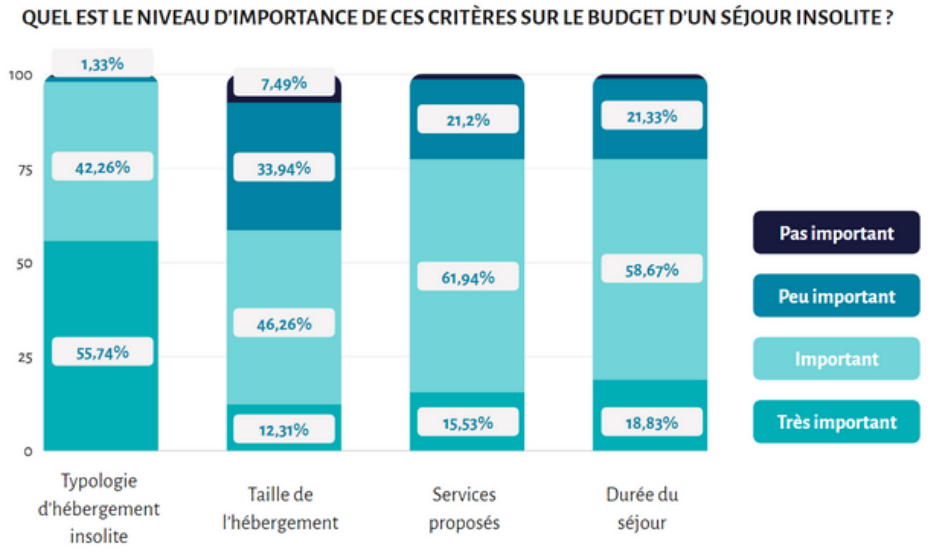
Pour les répondants, les activités sur place et les offres bien-être sont intéressantes mais pas prépondérantes dans une prestation insolite.

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE CLIENTÈLE

Les critères du séjour

La typologie de l'hébergement reste une variable de choix prédominante (98% en cumul de "Très important" et "Important").

La durée du séjour et les services proposés influent également dans le choix.



L'enquête a tenté d'analyser l'existence d'une corrélation entre les critères de choix d'un séjour insolite et le budget alloué.
Très nettement, la typologie d'hébergement ressort comme étant le critère qui influe le plus dans le budget d'une nuit insolite.
La durée du séjour et les services proposés arrivent en seconde position.



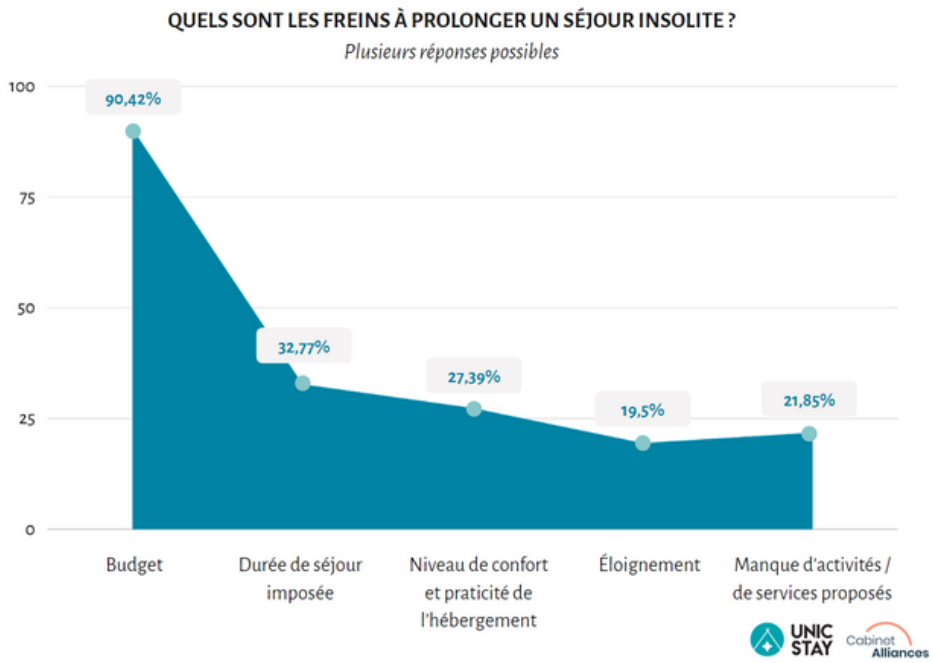
L'enquête montre que les clients sont prêts à dépenser un budget conséquent pour un séjour insolite, proche du panier moyen observé sur AbracadaRoom. La tranche de 251€ à 500€ est citée par près de la moitié des répondants.
Étant donné les prix moyens pratiqués par le secteur de l'insolite, 82% des répondants admettent qu'une politique tarifaire plus basse sur certains jours peut influer leurs venues.

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE CLIENTÈLE

Les leviers et les freins à un séjour insolite

Le budget d'un séjour insolite est très clairement le frein principal pour les répondants.

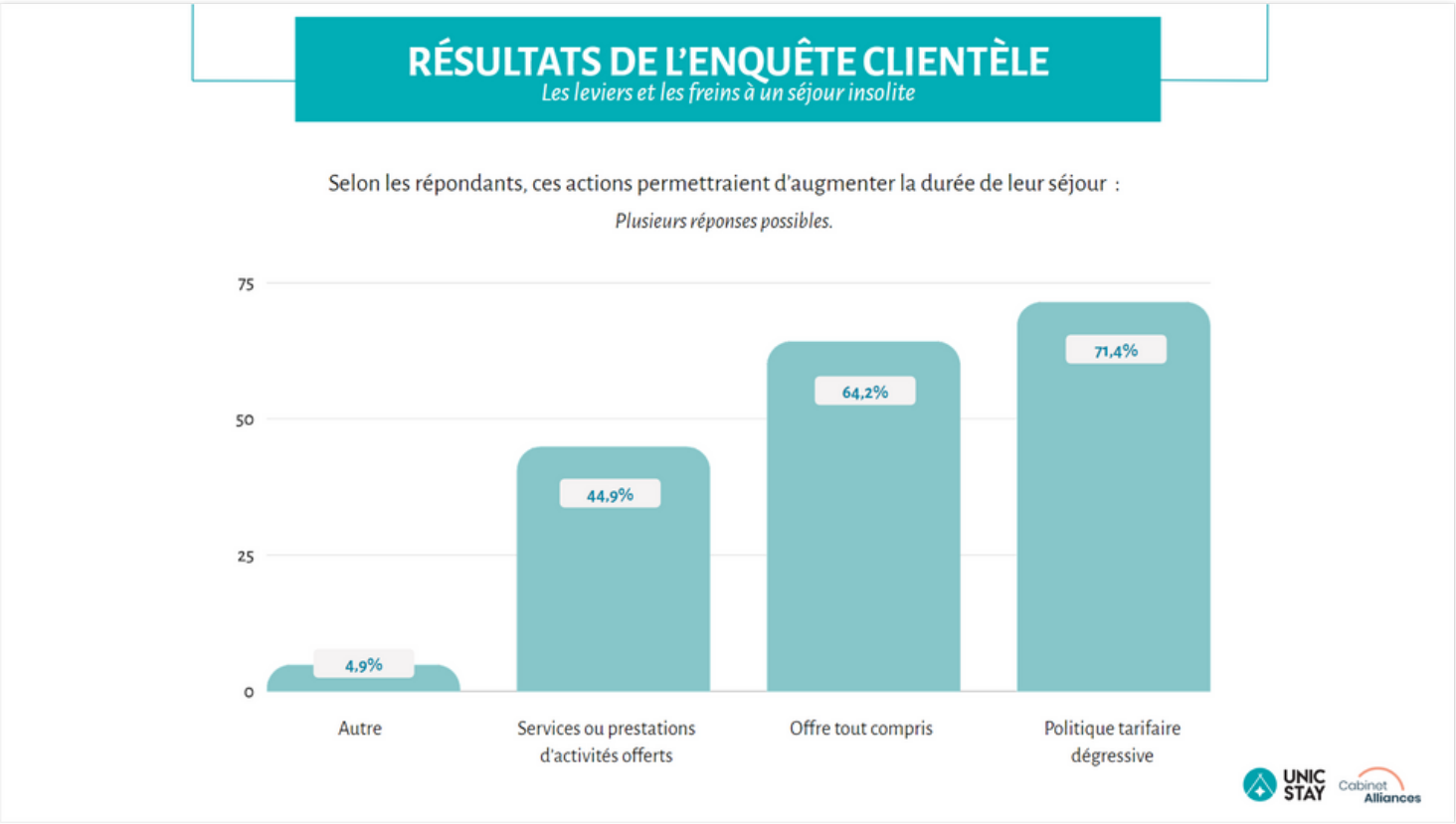
La durée de séjour imposée et le niveau de gamme de l'hébergement complète le podium.



Le budget est le frein majoritaire pour allonger la durée moyenne de séjour.
Le minimum de séjour de 2 ou 3 nuits imposé par certains sites insolites bloquent les clients et rejoint alors la contrainte du budget. En effet, si l'offre est obligatoirement de 2 nuits, la durée de séjour ne sera pas allongée, le budget devenant trop conséquent (tarif pour 2 * 2 nuits).

Concernant les niveaux de confort et la praticité de l'hébergement (existence d'espace cuisine notamment et/ou d'espace sanitaire), les clients apprécient ces hébergements atypiques sur une courte durée mais ne s'imaginent pas séjourner sur une plus grande durée.
Par exemple, il est difficile d'imaginer une semaine en cabane dans les arbres sans équipement sanitaire ni cuisine à l'intérieur, cela rend donc difficile l'augmentation de la durée moyenne de séjour pour ce type d'hébergement et ce niveau de confort.

L'insolite fait rêver mais une fois la magie estompée, il faut un environnement touristique ou des activités sur places pour s'occuper.



Selon les répondants, deux leviers majeurs pourraient faciliter l'augmentation de la durée de séjour :

- L'offre tout compris (hébergement, restauration et éventuellement les activités : le tout réglé à la réservation).
- La politique tarifaire dégressive : plus le client passe de nuits dans l'hébergement, plus le prix à la nuitée baisse.

Dans les deux cas, c'est encore la notion de budget qui influe dans le choix des clients.

Les services et / ou les prestations d'activités offerts (séance de massage, option romantique, accès à un équipement de bien-être non compris dans l'offre, ...) seraient également des arguments appréciés des clients pour prolonger leurs séjours.

Dans la catégorie Autre, les clients ont exprimé le cadre du site, l'attractivité touristique du territoire, la disponibilité de l'hébergement...



CE QU'IL FAUT RETENIR SUR LES CLIENTÈLES ET LES SÉJOURS

DES MARGES DE MANOEUVRE SUR L'OPTIMISATION DU CALENDRIER

- **Une forte prépondérance du week-end et un potentiel de développement en semaine**
- **Progression des ailes de saison et de l'hiver**
- **Des attentes en progression sur les services**

UN POTENTIEL DE PROGRESSION DES DURÉES DE SÉJOUR

- Progression de la durée moyenne de séjour de 1,47 jour à 2,25 jours - soit un gain potentiel de 0,78 nuit
- Plusieurs séjours par client (1,14 par an) ce qui induit des enjeux de fidélisation
- Des économies potentielles sur les coûts de revient de 30 à 40%

NÉCESSITE D'ÊTRE PROACTIF POUR GAGNER EN DURÉE DE SÉJOUR

- Politique tarifaire plus incitative selon les durées de séjours, les périodes et les jours de la semaine
- Développer des offres sous la forme de forfaits en incluant des services
- Maîtrise du calendrier des offres proposées
- Fidélisation clients pour évoluer dans les offres de séjours

UNIC STAY Cabinet Alliances

LES LEVIERS D'OPTIMISATION



L'analyse de l'écart entre la durée de moyenne de séjour constatée 1,47 et la durée souhaitée par les clients 2,25.
Cette évolution représente une marge de progression conséquente pour les gestionnaires en particulier :

- Pour augmenter les taux d'occupation sur l'année en optimisant la durée de chaque séjour
- Pour réduire les coûts de revient par séjour

Ce constat nous a conduit à évaluer ces incidences en termes de coûts de revient pour changer les modalités de mise en œuvre des offres sur le marché.
Nous avons ainsi évalué les effets sur les charges et les coûts de revient et les marges de manœuvre existantes pour améliorer la politique tarifaire qui est le principal frein pour les clients.

UNIC STAY

Cabinet Alliances

LES ÉCONOMIES DE CHARGES

QUELLE EST L' INCIDENCE D'UNE AUGMENTATION DE LA DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR DE 1,47 À 2,25 ?

EXEMPLE AVEC UN SITE DE 10 MODULES

Économies sur les charges sur le temps de ménage et à la blanchisserie **évaluées à 30%.**

Soit une économie de 15 469€ à l'année qui représente 2,5% du chiffre d'affaires.

La durée de séjour a un impact mesurable sur le développement durable.



Notre exemple fictif sur 10 modules est réalisé à partir de la base de données du Cabinet Alliances sur les charges d'exploitation.
Cette évaluation repose sur deux calculs principaux qui concernent chaque séjour sous la forme d'une charge fixe par séjour :

- Le temps de travail nécessaire à chaque départ pour le ménage,
- Les coûts de blanchisserie.

La répartition de ces charges sur une durée supérieure permet de réaliser une économie de 30% sur le temps de ménage et jusqu'à 30% sur la blanchisserie.

En appliquant cette progression de la durée de séjour, le gain constaté sur les charges d'exploitation serait de 15 469 € par an, uniquement sur les charges d'emploi et de lingerie (coût externe).



L'adaptation de la politique tarifaire est le premier levier pour les clients qui peut s'appliquer de deux manières :

- Baisser le tarif à la nuitée
- Maintenir le tarif mais inclure des prestations supplémentaires : repas, accès à l'espace bien-être, location de vélos, massages...

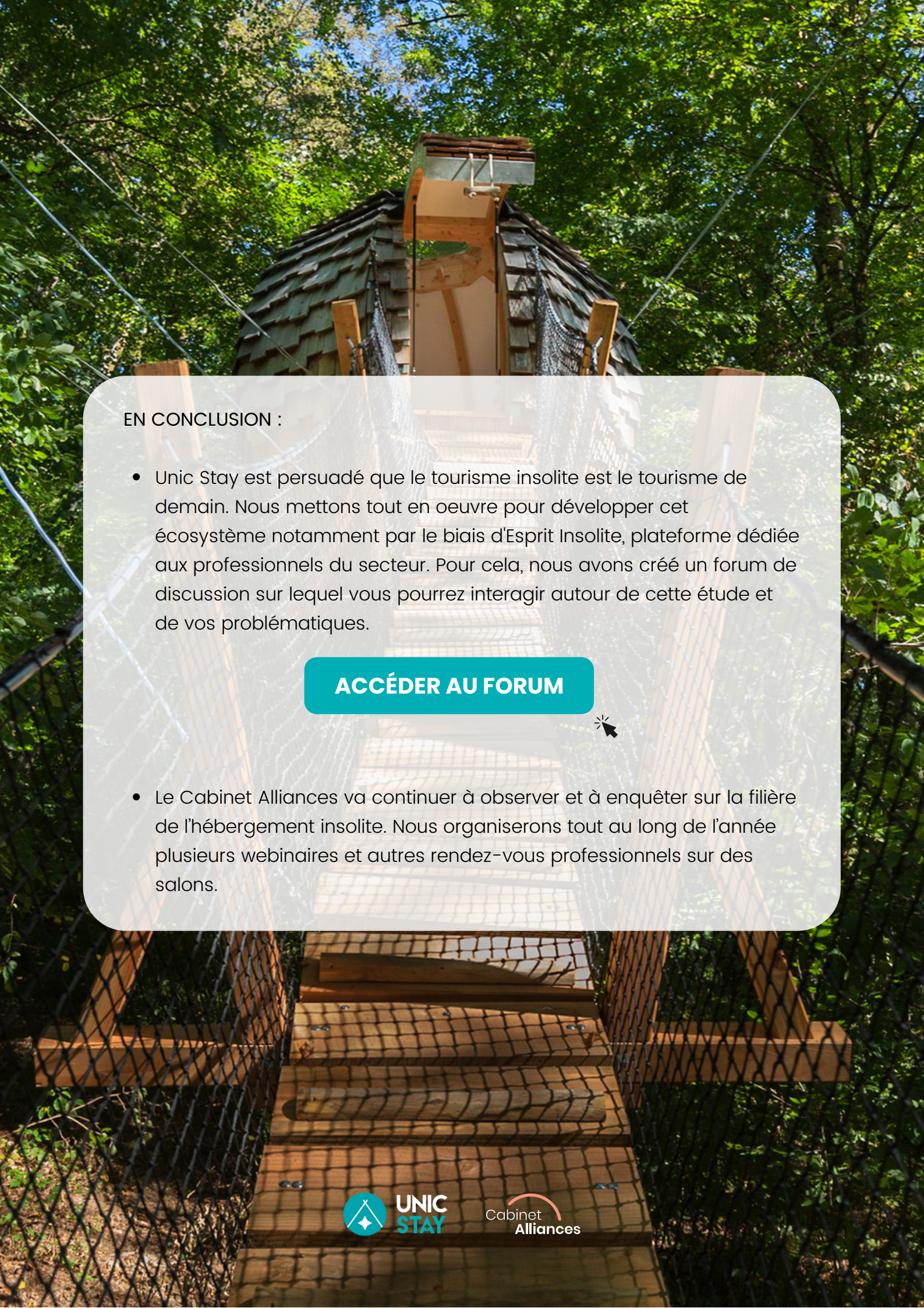
La mise en œuvre d'offres packagées telles que "nuitée + services de restauration" ou "nuitée + prestations bien-être"... permet de limiter la baisse des tarifs de la location de l'hébergement. Ces prestations sont de plus recherchées et appréciées des clients. Leur mise en place les incite à prolonger leur séjour tout en conservant un panier moyen élevé.

Les promotions et les tarifs dégressifs attirent les clients et sont mis en avant sur les pages hébergements pour AbracadaRoom, ce qui génère plus de visibilité.



Pour s'adapter aux évolutions des modes de consommation et aux attentes des clients, il est essentiel d'innover dans les services proposés :

- Les formes de restauration évoluent avec des solutions de plats à emporter, des formules à partager avec des amis, des menus plaisirs réservés à l'avance
- Les solutions de bien-être ne se limitent pas aux spas. De nombreuses innovations existent : la luminothérapie, les douches à jets, les tables de massages vibrantes, les cabines à ions, les solariums, piscine naturelle...
- Enfin, les activités "loisirs santé" individuelles ou collectives progressent : vélo à assistance électrique, appareils de renforcement musculaire, stages de cuisine sont autant de prétexte à la déconnexion et au ressourcement.



EN CONCLUSION :

- Unic Stay est persuadé que le tourisme insolite est le tourisme de demain. Nous mettons tout en oeuvre pour développer cet écosystème notamment par le biais d'Esprit Insolite, plateforme dédiée aux professionnels du secteur. Pour cela, nous avons créé un forum de discussion sur lequel vous pourrez interagir autour de cette étude et de vos problématiques.

ACCÉDER AU FORUM

- Le Cabinet Alliances va continuer à observer et à enquêter sur la filière de l'hébergement insolite. Nous organiserons tout au long de l'année plusieurs webinaires et autres rendez-vous professionnels sur des salons.

UNIC STAY

Cabinet Alliances



UNIC STAY

contact@unicstay.com
www.abracadaroom.com
Téléphone : 09 72 53 95 93

CABINET ALLIANCES

contact@cabinetalliances.fr
www.cabinetalliances.fr
Téléphone : 04 73 96 96 96

UNIC STAY

Cabinet Alliances