

L'influence des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur le tourisme mondial -CAS AIRBNB

The influence of new information and communication technologies (NICT) on world tourism -CAS AIRBNB

Bilel Nettour¹, Sami Belbekhari²,

¹ université 20 aout 1955 Skikda (Algerie),, b.nettour@univ-skikda.dz

² université 8 mai 1945guelma (Algerie), belbekhari.sami@gmail.com / belbekhari.sami@univ-guelma.dz

Date de réception : 02/04/2021 ; **Date d'acceptation :** 19/12/2021 ; **Date de publication :** 30/06/2022

Résumé:

Cette étude propose une revue de la littérature portant sur l'économie collaborative à travers les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans l'activité touristique. Nous avons opté pour une démarche de type qualitative exploratoire qui se base sur l'analyse de la plate-forme collaborative Airbnb comme une nouvelle tendance d'hébergement. Ce travail de recherche a pour objectif de présenter l'essor de cette plate-forme et son impact sur le tourisme dans le monde. L'étude a révélé que la plate-forme collaborative Airbnb a changé l'univers de l'hébergement touristique.

Mots clés : l'économie collaborative, plates-formes, l'hébergement touristique.

Codes de classification Jel : M310; M370 ; M13,

Abstract :

This study proposes a literature review on the collaborative economy through new information and communication technologies in the tourist activity. We have opted for an exploratory qualitative approach based on analyzing the Airbnb collaborative platform as a new hosting trend. The study aims to showcase the growth of this platform and its impact on tourism around the world. The study revealed that the collaborative platform Airbnb has changed the universe of tourist accommodation.

Keywords : collaborative economy, platforms, tourist accommodation.

Jel Classification Codes : M310; M370 ; M13,

Comment citer cet article par la méthode APA :

Bilel Nettour ,Sami Belbekhari (2022), **L'influence des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur le tourisme mondial -CAS AIRBNB**, *Economic Researcher Review* Volum10 (Num01), Algérie, Université 20 Août 1955- Skikda. Pp196 - 205

Introduction

Depuis quelques années, les nouvelles technologies nous entourent au quotidien et sont de plus en plus partie intégrante de nos vies. A l'heure actuelle, les sociétés subissent un phénomène appelé « ubérisation » qui est un résultat direct des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). En effet, cette nouvelle économie appelée l'économie collaborative ou l'économie de partage, qui se traduit par des échanges de services entre particuliers par le biais d'internet. Depuis son arrivée sur le marché, l'économie collaborative bouleverse petit à petit les comportements des consommateurs ainsi tous les secteurs économiques y compris le tourisme.

Le tourisme, qui est un terreau fertile pour un tel phénomène, voit des plates-formes d'hébergement telles qu'Airbnb se développer de manière fulgurante, faisant chaque jour un peu plus d'ombre à d'autres formes d'hébergement touristique. Notre problématique tourne autour de la question suivante : **Quel impact d'AIRBNB sur l'industrie touristique ?**

I- L'économie collaborative

1- Définition et développement

L'économie collaborative est également connue sous plusieurs termes comme : « économie de fonctionnalité », « économie de partage », « sharing economy », traduction d'économie de partage mais également utilisée dans de nombreux documents rédigés en français, ou « peer-to peer » (p2p), identique à « économie en pair à pair » désigne l'ensemble des pratiques et activités économiques fondées sur une organisation horizontale plutôt que verticale, l'échange ou le partage de biens, de services, de ressources (l'usage plutôt que la possession), des particuliers qui s'organisent en « réseaux » ou en « communautés » et souvent à travers des plateformes numériques (Duthoit, 2015, p 15) Ce nouveau modèle économique attire généralement une population jeune et connecté séduit par les nouvelles technologies et les nouveaux courants alternatifs. L'économie collaborative reflète en effet des valeurs humaines et sociales telles que la mutualisation, le partage, la solidarité, le tissu des liens sociaux, la consommation durable, le respect de l'environnement, etc L'économie collaborative est distinguée de l'économie classique par les caractéristiques suivantes (cpcp, 2015, p3) :

- l'économie collaborative s'appuie sur une logique horizontale et de réseau (pair-à-pair) qui signifie la décentralisation de l'organisation. En d'autres termes, l'absence d'un seul centre de décision ;
- la mise à disposition des biens (des outils) et des services (des connaissances) afin d'offrir un accès libre au grand public ;
- La logique de coopération basée sur les intérêts communs du groupe.

Bien que les pratiques de l'économie collaborative existent depuis plusieurs années, avec notamment le site d'eBay, c'est qu'en 2008 lors de la crise financière mondiale, que ce modèle économique s'est particulièrement fait connaître avec l'évolution des pratiques culturelles et sociétales dans une société en crise, et ce par le biais d'internet offrant de nombreuses opportunités (Cotter, 2016, p12). D'un simple effet de mode, elle est désormais ancrée dans les usages du 21ème siècle d'une société connectée où les start-ups à succès comme UBER, Airbnb, Blablacar contribuent de manière significative. Au début, les secteurs de l'hébergement touristique et des transports ont été les plus touchés par l'économie collaborative ; aujourd'hui elle s'étend bien au-delà. C'est une activité humaine basée sur des nouvelles formes d'organisation du travail et qui vise la production de la valeur en commun. Elle se traduit donc par l'importance accordée à l'usage plutôt qu'à la propriété ; l'organisation des citoyens sous forme de réseaux ou de communautés. Une juxtaposition de plusieurs facteurs qui ont été à l'origine de l'émergence de l'économie collaborative (Evroux et al, 2014, p6) :

*la maturité des technologies de l'information (smartphones de plus en plus performants, système de géolocalisation, connectivité en tous lieux, paiement en ligne, etc.) qui a permis de booster la productivité et la créativité collective ;

* les défaillances des systèmes économiques actuels et les crises économiques : la relation inverse entre le développement fulgurant de la technologie et la surconsommation d'un côté, et l'appauvrissement des classes moyennes et les problèmes liés à l'emploi (la précarité, un taux de chômage élevé) de l'autre ;

* la contribution des nouvelles technologies à l'accélération de la mondialisation des échanges. L'émergence des nouvelles puissances dans l'économie mondiale : Inde, Brésil, Chine . ;

* L'accroissement démographique dans le monde et l'évolution du niveau de développement compliquent les problèmes qui concerne : la gestion des ressources rares, l'environnement, l'accès aux richesses ;

* l'évolution sociétale (niveau d'éducation, l'accès à l'information) et le développement matériel ont atteint un niveau sans précédent qui engendre un niveau de conscience et d'engagement des citoyens.

2-typologie de l'économie collaborative :

D'après Vanloqueren (2014), l'économie collaborative contient quatre types différents, à savoir la consommation, la production, le financement et la connaissance collaboratifs (Decrop, 2017, p 14-15) :

2-1 La consommation collaborative :

Le principe de ce modèle économique est de remplacer les notions de l'achat/possession par l'accessibilité/utilisation des biens tangibles, des services intangibles en mettant les ressources de particuliers à la disposition des personnes qui les demandent. Généralement, les adeptes de ce modèle le recourent à l'intermédiation des plateformes numériques de peer-to-peer. On peut distinguer trois types de consommation collaborative, à savoir :

- le système de redistribution (revente, don, troc ...), qui permet de « redistribuer » des biens matériels des propriétaires qui veulent à s'en débarrasser vers les consommateurs qui les recherchent (ex. Free cycle ou eBay) ;
- Un système qui transforme des biens ou des services, qui permet aux individus l'usage en commun d'un ou plusieurs biens (outillage, moyens de transport, espace de travail, etc.) ou l'usage d'un ou plusieurs services (hébergement touristique, préparation des repas etc.) grâce à une plateforme Intermédiaire ;
- Un mode de vie collaboratif qui permet aux individus le partage ou l'échange de leurs ressources intangibles comme le savoir ou le temps libre. Les cafés de réparation ou les banques de temps (Troc Time) sont les exemples les plus connues.

2-2 La production collaborative de peer-to-peer :

C'est un réseau constitué de particuliers qui participent ensemble à la création ou la réparation de produits ou de services soumis à des règles qui garantissent une accessibilité universelle. Le progrès technologique fulgurant des plateformes numériques a contribué de manière significative dans l'évolution de ce type de production. Prenons le projet Wikispeed comme exemple : l'objectif principal de ce projet est l'amélioration des modèles de véhicules électriques en open source par des créateurs (makers) et le développement des laboratoires de fabrication ouverts au public où on trouve toutes sortes de machines et d'outils, pilotés par ordinateur.

2-3 Le financement collaboratif :

Désigne un système qui permet à un porteur de projet d'obtenir des financements auprès d'autres citoyens sans intermédiaires bancaires. Ce type de financements peut être sous forme d'investissements (crowde quity) ou de prêt commerciaux (crowdlending) ou même des dons solidaires à travers des plateformes comme Ulule et Kisskiss bankbank, ou sous forme de monnaies alternatives locales ou numériques.

2-4 La connaissance collaborative ou ouverte :

Consiste à la création et l'utilisation des connaissances libres de droits (royalty-free) de manière participative ; ce domaine est devenu connu par le succès mondial de Wikipédia et des logiciels « open source ». On peut aussi évoquer l'idée de co-création ou « open innovation », dans laquelle le processus d'innovation ne se limite plus aux établissements publics et les laboratoires des départements de recherche et développement, mais implique de nombreux intervenants même les consommateurs finaux. À titre d'exemple, la campagne « Crée ton goût » lancée en 2012 par Lays, qui a conduit à choisir deux finalistes parmi 245828 soumissions dont les suggestions (« Indian Curry Style » et « Bicky Crisp ») ont été mis en vente en magasins pendant huit semaines. Après, les amateurs de Lays ont voté pour le goût de « Bicky Crisp » qui a été lancé comme une édition limitée durant une année. Après le succès fulgurant de ce nouveau produit il est devenu partie de l'assortiment permanent de Lays.

3- Les facteurs déterminants dans l'utilisation des plateformes collaboratives :

Les facteurs qui influencent l'utilisation des plateformes collaboratives sont les suivantes (Malardé et Pénard, 2018, p 6-7) :

Le niveau de confiance :

souvent, la plateforme de particulier à particulier est confrontés au problème des asymétries d'information. L'incertitude autour de la qualité des services ou des biens à utiliser ou à vendre peut entraver le déroulement des transactions. La plateforme peut mettre en place un système de notation et de réputation afin résoudre ce problème (Tadelis, 2016, p. 23). Cependant, il est nécessaire pour les utilisateurs de la plateforme de crédibiliser ce système et de faire davantage plus de confiance aux autres utilisateurs, car plus une personne déclare confiance aux autres, plus elle est susceptible d'utiliser des plateformes collaboratives.

*** L'entourage et le voisinage géographique :**

L'entourage proche et le voisinage peuvent jouer un rôle majeur dans la décision d'un individu pour utiliser ou non un nouveau service, en lui donnant des conseils, en l'aidant à comprendre le service, ou en réduisant l'incertitude sur les bénéfices et les coûts du service. Les personnes entourées d'utilisateurs de plateformes sont plus susceptibles d'utiliser au moins une plate-forme pour les raisons suivantes :

- Les individus entourés d'utilisateurs de la plateforme seront plus conscients de l'existence du service et bénéficieront de leurs expériences d'utilisation ;
- les coûts d'apprentissage et les soucis seront réduits pour les personnes entourées d'utilisateurs de plateforme collaborative ;
- Si une personne a plus d'utilisateurs de plate-forme dans ses voisins ou son cercle social, l'effet de réseau et l'utilité seront plus élevés.

*** Le degré de sociabilité :**

Les personnes dont le degré de sociabilité est élevé trouveront plus d'utilité être sur les plateformes collaboratives, notamment les plateformes de l'hébergement ou de covoiturage, car elles vont avoir des interactions directes et tisser des liens sociaux avec d'autres utilisateurs. Lorsqu'ils partagent une chambre ou un appartement, le voyageur et l'hôte peuvent avoir des échanges de conversation et même passer du temps ensemble. Dans le cadre de ventes entre particuliers, ces interactions sont plus limitées, et les rencontres entre vendeurs et acheteurs sont plus courtes.

*** Le niveau de vie perçu (le revenu) :**

La plupart des adeptes de l'économie de partage le font pour générer des profits (Schor, 2017, p23), les plateformes collaboratives sont plus attractives pour les personnes aux revenus modestes.

Mais elles peuvent aussi attirer des individus aux revenus plus élevés et qui voyagent souvent, où ils sont plus susceptibles d'utiliser des plateformes d'hébergement et de covoiturage. De même, ils peuvent avoir des biens plus précieux à vendre sur ces plateformes et un pouvoir d'achat relativement élevé pour acheter sur ces mêmes plateformes.

*** L'âge et le niveau d'éducation :**

Généralement, les premiers à adopter des produits ou services innovants issus des nouvelles technologies de l'information et de la communication sont les plus jeunes, avec un niveau d'éducation généralement supérieur à la moyenne, c'est le cas des premiers utilisateurs d'Internet et les réseaux sociaux (Le Guel et al, 2005).

Bien que les plateformes de partage ne soient plus en phase de démarrage, leur utilisation diminue avec l'âge et augmente avec le niveau d'éducation.

*** Les équipements et compétences numériques :**

Bien que les plateformes de partage soient faciles à utiliser, elles nécessitent un certain degré de familiarité avec le numérique. Les utilisateurs doivent disposer d'un minimum de savoir concernant l'installation de l'application et la création d'un compte pour pouvoir accéder au service, et dans certains cas doivent également savoir comment effectuer un paiement en ligne. Les plateformes collaboratives sont utilisées plus fréquemment par des individus qui possèdent à la fois les compétences et les équipements dans le numérique (smartphones, tablettes, ...).

II- Le phénomène AIRBNB :

La plupart des réussites entrepreneuriales commencent avec un produit ou un service innovant censé à résoudre un problème et répondre à des besoins encore insatisfaits et Airbnb en fait partie. Airbnb est le diminutif de « Airbed » (matelas gonflable) et « breakfast » (petit déjeuner). Un concept mélangeant celui d'un hôtel et celui du couch surfing, Airbnb propose un fonctionnement simple : partager une nuit et le petit déjeuner en compagnie des propriétaires. Fondée en août 2007 par Brian Chesky, aujourd'hui PDG, Joe Gebbia, directeur des produits et Nathan Blecharczyk, directeur des technologies (press-airbnb, 2019). C'est dans l'appartement de Joe GEBBIA qu'Airbnb a connu ses débuts. Un congrès de design s'organisait à San Francisco, mais toutes les chambres d'hôtel avaient été réservées. Connaissant quelques difficultés financières, ils ont alors décidé de louer une chambre de leur appartement, avec un matelas gonflable en offrant un petit déjeuner et un accueil local, à quelques participants à l'événement, dans le but de payer leur loyer. Quelques mois plus tard en 2008 ils démocratisent le site internet sous le nom de AirBedAndBreakfast.com. Ce nom est ensuite raccourci pour Airbnb en 2009 (Mezzasalma et al, 2016, p 31).

En l'espace de trois ans, Airbnb est passé du statut de jeune start-up ambitieuse à celui d'un géant du secteur touristique comme le montre le tableau suivant :

Tableau (01) : l'essor d'Airbnb

Années	Chiffres et incidents
2016	Lancement des expériences Airbnb lors de l'Airbnb Open. 7 000 participants, venus de tous les coins du monde ⁴ -Rentable depuis mi-2016 ⁴ - la platform a atteint la valeur de plus de 30 milliards de dollars.
2017	-Lancement de la campagne #weaccept en réponse au décret anti-immigration aux États-Unis ⁴ -Les dirigeants d'Airbnb font le tour du monde afin de rencontrer des hôtes et de différentes personnalités du monde. Les expériences Airbnb sont lancées dans 20 villes supplémentaires ⁴ -Lancement de la marque d'Airbnb en Chine : Aibiyng ⁴ - Airbnb revendiquait 150 millions d'utilisateurs et proposait 3 millions de logements dans 65.000 villes du monde.
2018	-Airbnb lance de nouvelles catégories: Airbnb Plus et Airbnb Concerts ⁴ 4,5 -millions d'hébergements dans 81 000 villes réparties dans 191 pays.

Source:<https://press.airbnb.com/fr/fast-facts/:04/02/2019>

<https://www.la-croix.com/Economie/Entreprises/Comment-Airbnb-bouleverse-tourisme-2018-07-31-1200958821>: 04/02/2019

<https://www.latribune.fr/technos-medias/internet/comment-airbnb-compte-faire-voyager-1-milliard-de-terriens-783917.html>: 04/02/2019 Jean-François Fiorina (2018), *Airbnb et le monde hôtelier : les leçons d'une réussite internationale fulgurante, Cas d'école - La géopolitique pour les entreprises - n°13, p 1-2.*

Airbnb est une plateforme virtuelle de partage qui permet sur son site la location d'une partie de logement ou un logement entier à court terme entre particuliers. Les services d'Airbnb sont dédiés aux personnes qui veulent générer un revenu en louant un espace inoccupé de leur propriété via le site de la plateforme, les conditions d'utilisation sont accessibles à tous (Mezza salma et al, 2016, p 31) :

-**Si j'ai un logement**: je m'inscris gratuitement ; je renseigne mon logement avec des photos, le prix, la disponibilité ; je réponds aux voyageurs intéressés positivement ou non. Je serai payé 24 heures après l'arrivée de mes voyageurs .

- **Si je souhaite louer** : Je recherche en indiquant mes dates de voyages et ma destination ; je peux envoyer un message à l'hôte concernant son logement ; je confie mes coordonnées ; je paie par carte bancaire sur Airbnb ; j'ai une réponse positive ou non sous 24 heures ; je peux laisser un commentaire suite à mon séjour qui permet à l'hôte d'acquérir de la notoriété au sein de la communauté.

III- L'impact d'Airbnb sur le tourisme :

Dans cet axe on présentera les avantages et les inconvénients de la plateforme Airbnb, puis ses et comment les destinations ont réagi face à ce phénomène.

1-Les avantages :

Airbnb apporte plusieurs avantages aux destinations et les hôtes ainsi les voyageurs qui sont les suivants:

*Ces nouveaux modèles économique comme Airbnb font émerger de nouveaux marchés et générant de nouveau clients, ce qui contribue à l'enrichissement du secteur touristique⁴

*Souvent, les plates-formes collaboratives proposent une gamme de produit plus large par rapport à celle proposée par les agences de voyages en ligne telles que Kayak ou Expedia, il permettrait donc une diversification des produits touristiques (Wang, Li, Guo, & Xu, 2016, p. 683).

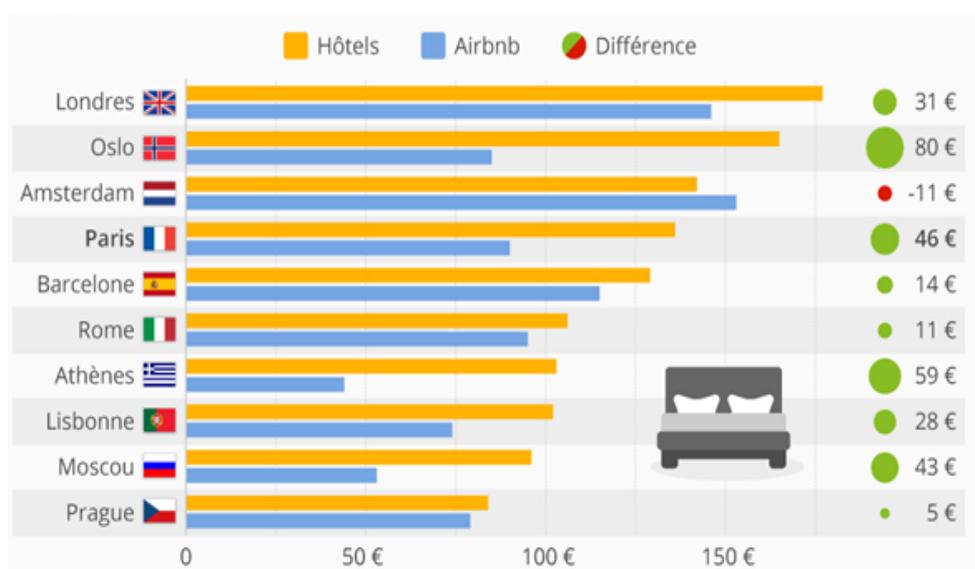
*Aujourd'hui, Airbnb permet de publier des offres de logements partout dans le monde, de les découvrir et de les réserver en ligne, sur un smartphone ou une tablette. Qu'il s'agisse d'une chambre pour partager le logement avec le propriétaire ou d'une habitation entière telle qu'un appartement pour une nuit, d'un château pour une semaine ou d'une villa pour un mois, Airbnb offre des expériences de voyage à différents prix, et s'adapte donc à un large profil de clientèle

*Airbnb se base sur des valeurs de confiance et de partage qui en font sa force. Cette impression d'appartenance à un groupe est un des principes que prône Airbnb et apprécié de ces utilisateurs

*Pour les destinations, le changement dans le comportement des touristes peut avoir un effet positif sur les flux touristiques et les recettes

* Airbnb a créé un business model original qui cible deux catégories de clientèles. En premier lieu les "hôtes", ce sont les individus qui mettent tout ou une partie de leurs logements sur le marché de la location courte durée et qui représentent l'offre de la plateforme, ensuite les touristes à la recherche d'un hébergement et qui représentent la demande. Les avantages sont donc multiples : pour l'hôte, Airbnb c'est aussi un moyen simple de générer du profit en mettant en location un espace non exploité ; pour les voyageurs, plus de liberté tout en faisant des économies, car l'offre de la plate-forme est nettement moins chère que l'offre des hôteliers comme le montre la Figure 1.

Figure 1 : comparaison du prix moyen d'une nuit à l'hôtel et dans Airbnb dans quelques destinations pour l'année 2017



Source : www.stqtistq.com : 06/02/2019

* la pression exercée par la concurrence de ce nouveau mode d'hébergement a un effet positif sur le secteur, car elle va inciter les hôteliers à innover davantage et améliorer leurs prestations ;

* Ce nouveau type d'hébergement permet de réagir facilement à l'élasticité de la demande et d'augmenter la capacité d'hébergement touristique d'une destination sans qu'il soit nécessaire d'injecter des investissements supplémentaires dans les infrastructures touristiques.

2- Les inconvénients

Les inconvénients de la plate-forme Airbnb sont les suivants:

*Le phénomène Airbnb a pris l'avantage sur les hôteliers par ses aspects illégaux. En fait, les hôteliers sont soumis à des conditions strictes en matière de réglementation auxquelles la

plateforme échappe, car plusieurs destinations ont des difficultés avec la régularisation des normes à mettre en place concernant les taxes, le paiement d'impôts sur les revenus issus de cette activité et les différentes déclarations administratives ;

* Les utilisateurs réguliers de la plateforme ne sont pas soumis à des normes d'hygiène et de sécurité, contrairement aux hôtels ;

* AIR BNB permet aux voyageurs de voir l'équipement et l'aménagement du logement, mais elle ne garantit pas la fiabilité des informations et des photos publiées sur la plateforme, Il reste donc pour le voyageur une certaine incertitude ;

*Bien que la plateforme interdise et rejette tout contenu susceptible d'inciter toutes sortes de discrimination, les préjugés et la discrimination existent toujours et représente un défi majeur pour Airbnb, car la plate-forme laisse la liberté aux hôtes pour accepter ou refuser les demandes de réservation, et dans ce cas ils peuvent refuser des demandes pour des raisons de couleur ou de religion...etc ;

*si les hôteliers ne se montrent pas innovant face à ce phénomène qui ne cesse de se développer chaque jour, ça pourrait ainsi mettre en péril l'avenir du secteur hôtelier .

Et pour faire face à ce phénomène qui perturbe le secteur de l'hébergement touristique dans le monde entier. Plusieurs pays, régions ou villes touchés par ce phénomène ont pris des mesures afin de protéger les hôteliers de cette concurrence déloyale, et ils ont revu la réglementation du marché qui met les hôteliers en difficulté. Car les hôtels sont soumis à un grand nombre de règles par rapport Airbnb qui n'est pas soumis la plupart de celles-ci, ce qui incite les autorités à réagir.

Par conséquent, plusieurs destinations ont tenté d'appliquer des mesures ou des lois pour limiter l'influence de cette plateforme, qui favorise la location pour les touristes au détriment des résidents. Ils visent à contrôler et sanctionner ceux qui empêchent la population locale de trouver un logement, et les encouragent à payer les taxes, notamment les taxes de séjour qui sont vitales pour l'industrie touristique locale, sinon ils seront contraints d'imposer des amendes très élevées.

Berlin a été la ville la plus radicale, depuis le 1^{er} mai 2016. Sauf dérogation, les Berlinoises ne sont pas autorisés à louer des appartements aux touristes. Désormais, les Berlinoises désireux de louer leur résidence principale à des touristes pendant les périodes de vacances par exemple, sont dans l'obligation d'obtenir l'autorisation des autorités de la ville pour prouver que ce n'est pas une activité commerciale régulière. Pour une résidence secondaire, elle peut être louée 90 jours maximum par an.

À Paris, ils ont instauré une loi qui oblige toute individu qui souhaite utiliser la plateforme pour louer son appartement à des touristes à s'enregistrer auprès de la mairie, afin de pouvoir vérifier le paiement de la taxe de séjour par les propriétaires, ainsi que la durée maximale de location est limitée à 120 jours par an.

À New York, les autorités ont décidé que la location d'appartements est interdite et qu'une seule chambre de la maison est autorisée à être louée. Ces dernières années, malgré que le contrôle a été renforcé, mais le nombre des annonces illégales ne cesse pas d'augmenter (Cfdt, 2019).

En 2016, Québec a mis en œuvre un nouveau système pour faire face à l'enthousiasme Airbnb et pour bien cerner et limiter ses activités. Ils ont instauré une loi appelée la loi n°67, afin de réglementer l'hébergement touristique, ce qui pousse les personnes qui utilisent Airbnb régulièrement à obtenir un permis et à percevoir des taxes auprès de leurs hôtes, sous peine de devoir payer des contraventions pouvant atteindre des sommes considérables.

À Bruxelles, toute personne souhaitant mettre en location un appartement ou une chambre sur Airbnb doit procurer une autorisation municipale.

À Barcelone, destination connue par le tourisme de masse, la mairie a décidé en 2015 d'interdire toute location de logement aux touristes. Dans la capitale catalane, Airbnb a été sanctionné par une amende de 600 000 euros pour avoir enfreint les règles fixées par la ville. En 2017, un accord a été conclu entre Barcelone et Airbnb afin de distinguer et bloquer les annonces illégales sur la plateforme (bastamag, 2019).

À Amsterdam, depuis le début de l'année 2018 la ville a limité la durée de location des appartements à seulement 30 jours par an.

Conclusion

En définitive, Les principales conclusions de ce travail indiquent que l'économie collaborative est en train de métamorphoser la physionomie du tourisme notamment le secteur de l'hébergement touristique.

L'apparition d'AIRBNB a engendré une transformation profonde des attentes et des besoins des touristes. Beaucoup plus qu'une mode d'hébergement, les touristes cherchent à vivre une expérience différente, plus locale et plus original.

Airbnb est devenue une alternative sérieuse aux hôtels et exerce une pression concurrentielle sur tout le secteur d'hébergement touristique, et que par conséquent les opérateurs traditionnelles sont dans l'obligation de tenir compte de la présence d'hôtes particuliers lorsqu'ils prennent des décisions concernant la politique de tarification.

Références

1. Alain DECROP (2017), **LA consommation collaborative : Enjeux et défis de la nouvelle société du partage**, 1 ère édition, De Boeck Supérieur, Belgique.
2. Anne-Florence Evroux Jacquemin, M., et Thocquenne, B. (2014). **L'Economie collaborative : nouveau vecteur d'influence et de reconquête du pouvoir**, MSIE20. voir le lien : http://bdc.aege.fr/public/Economie_collaborative_vecteur_influence.pdf
3. Aurélie Duthoi (2015), **Petit manuel d'économie collaborative À l'usage des entreprises**, Groupe Eyrolles, France.
4. cpcp (2015), **L'économie collaborative Révolution du partage ou ultime ruse du capitalisme ?**, voir le lien : www.cpcp.be/etudes-et-prospectives
5. Fabrice Le Guel , Thierry Pénard et Raphaël Suire (2005), **Adoption et usage marchand de l'internet : une étude économétrique sur données bretonnes**. Economie & prévision, (1) :67–84.
6. <https://fr.statista.com/infographie/12607/ce-quairbnb-vous-fait-economiser/> : 06/02/2019
7. <https://press.airbnb.com/fr/fast-facts/> :04/02/2019
8. <https://www.bastamag.net/Airbnb-passe-a-l-offensive-pour-faire-plier-Berlin-Barcelone-et-Paris>: 04/02/2019.
9. https://www.cfdt.fr/portail/actualites/airbnb-la-fete-est-finie-srv1_628545 : 05/02/2019.

10. <https://www.la-croix.com/Economie/Entreprises/Comment-Airbnb-bouleverse-tourisme-2018-07-31-1200958821>:04/02/2019
11. <https://www.latribune.fr/technos-medias/internet/comment-airbnb-compte-faire-voyager-1-milliard-de-terriens-783917.html>:04/02/2019
12. Jean-François Fiorina (2018), **Airbnb et le monde hôtelier : les leçons d'une réussite internationale fulgurante**, Cas d'école - La géopolitique pour les entreprises - n°13.
13. Juliet B Schor (2017), **Does the sharing economy increase inequality within the eighty percent ? : findings from a qualitative study of platform providers**. Cambridge Journal of Regions, Economy and Society, 10(2):263–279.