

FICHE HÉBERGEMENT CHAMBRES D'HÔTES LABELLISÉES

Dernière mise à jour : mai 2013

LES « FICHES HÉBERGEMENT »

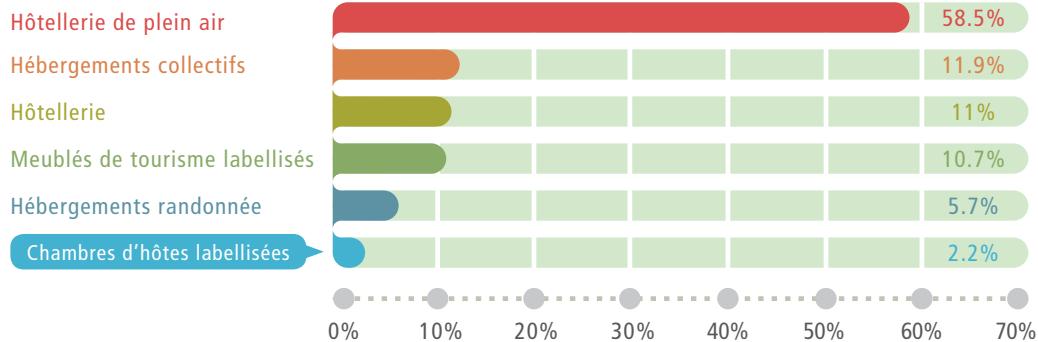
Les « fiches hébergement », conçues par l'observatoire du Comité Départemental du Tourisme du Jura, apportent par types d'hébergement des informations concernant l'offre existante, les fréquentations et les typologies de clientèles. D'autres guides et outils sont à votre disposition sur le site internet professionnel du Comité Départemental du Tourisme dont :

- Le guide « Monter votre projet touristique » édité par le Conseil Général

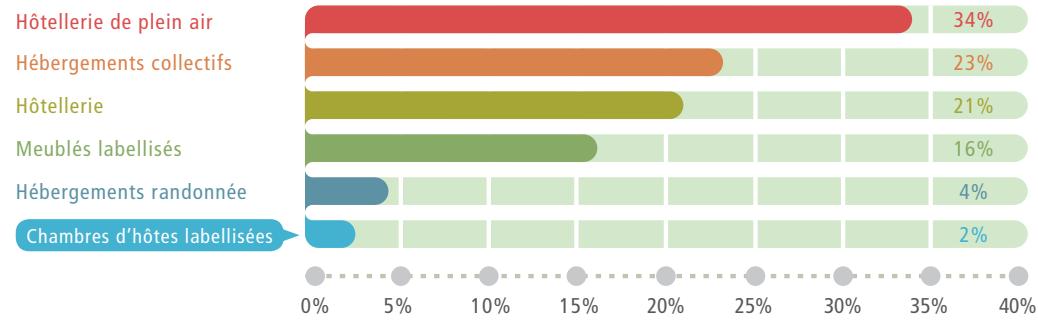
- A paraître prochainement, des fiches «Réglementation et Conseils Juridiques», disponibles par types d'hébergement

- Les résultats de précédentes enquêtes et bilans de l'économie touristique produits par l'observatoire

Les capacités départementales par types d'hébergement



Les nuitées marchandes par types d'hébergement



Les chambres d'hôtes participent d'un maillage équilibré de l'hébergement touristique en milieu rural. Leur exploitation nécessite une forte disponibilité : les vacanciers, en séjour ou en étape, sélectionnent l'accueillant pour bénéficier de prestations personnalisées qui incluent une dimension de conseil sur l'environnement touristique proche (lieux de visites incontournables, activités à proximité).

Les clientèles conservent un niveau élevé d'exigence. Le succès des chambres d'hôtes s'explique le plus souvent par la personnalisation des services, qui permet de fidéliser la clientèle et de bénéficier du bouche-à-oreille. Les facteurs de différenciation sont les suivants :

- La **communication** : comme le révèlent les enquêtes de fréquentation du CDT, le fait de recourir à un site internet bien référencé et régulièrement mis à jour devient absolument incontournable pour les prestataires.
- Le **plus-produit** : un accès internet, des prestations bien-être (sauna, hammam,...), des produits du terroir proposés en tables d'hôtes, comptent parmi les éléments qui permettent de faire ressortir une offre, de la rendre mieux identifiable par les consommateurs.
- Un **réseau facilitateur** : outre Jura Tourisme, nombreux sont les organismes qui peuvent appuyer les prestataires en termes de communication et de promotion. Parmi ceux-ci, les labels (Clévacances et Gîtes de France) jouent un rôle majeur en ce qu'ils proposent en matière de communication de nombreux outils (catalogue, internet, salons,...). Les labels ont également pour fonction de rassurer le client : tout label repose sur une charte, garante de qualité.



PAYS DOLOIS
ET BRESSE
JURASSIENNE



VIGNOBLE ET
REVERMONT



LACS ET PETITE
MONTAGNE



Rappel : la déclaration en mairie de l'exploitation de chambres d'hôtes est obligatoire depuis le 1er juillet 2010.

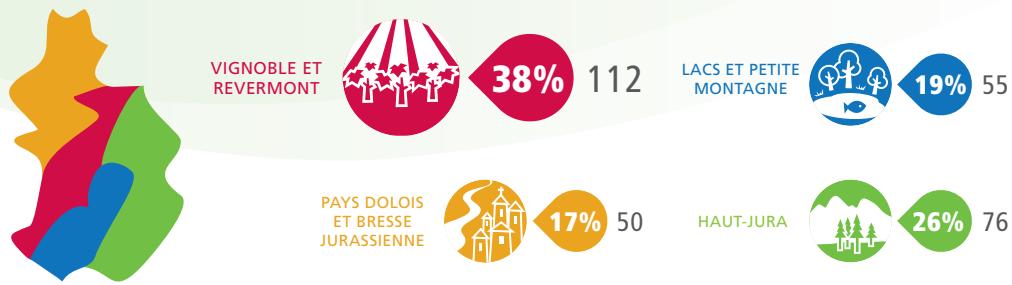
LE PARC

UN PARC DE CHAMBRES D'HÔTES LABELLISÉES DIFFUS ET BIEN ÉQUILIBRÉ

Le Jura compte 105 propriétaires de chambres d'hôtes labellisées pour un total de 293 chambres et 833 lits. Leur répartition géographique est assez homogène.

Nombre de chambres d'hôtes

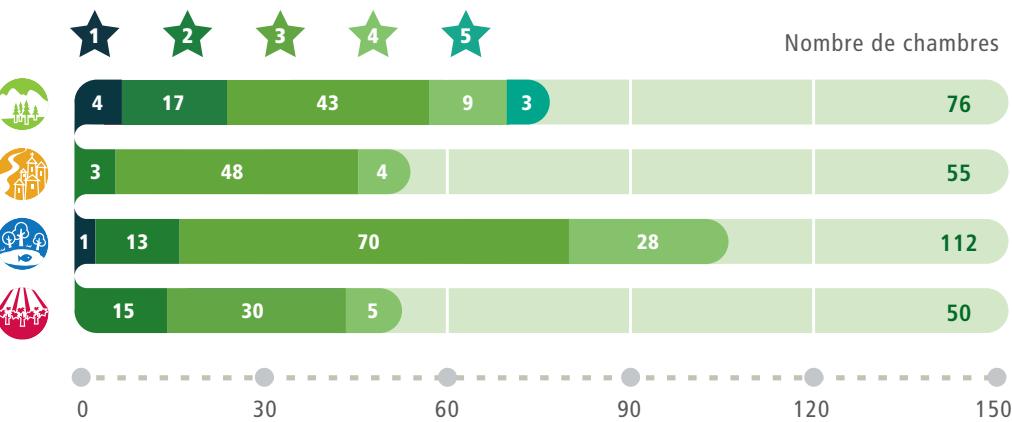
TOTAL 293



LE HAUT DE GAMME GAGNE ENCORE DU TERRAIN

La catégorie 3 épis/clés s'est vite généralisée et rassemble aujourd'hui près de 2 chambres sur 3. La catégorie 4 épis /clés progresse également (de 6% en 2008, elle passe aujourd'hui à 16% du parc). Le territoire Vignoble et Revermont dispose à la fois de la capacité la plus importante du parc et de la proportion d'établissements haut de gamme (3 et 4 épis / clés) la plus élevée.

Répartition du parc par catégories de classement par territoire



UN PARC GLOBALEMENT STABLE

Si le nombre global de chambres d'hôtes labellisées et leur capacité moyenne ont peu progressé depuis 2005 à l'échelle départementale, l'évolution infradépartementale dégage des tendances lourdes : le Pays des Lacs et Petite Montagne perd

progressivement des chambres (-30% des lits depuis 2005) au profit du territoire Vignoble et Revermont (+11% du nombre de lits depuis 2008). L'accroissement du nombre de lits en chambres d'hôtes labellisées s'est atténué depuis 2005. Entre 2008 et 2012, le nombre de chambres n'aura augmenté que de 1,7% dans le Jura alors qu'il aura baissé de 10% à l'échelle nationale.



LES TARIFS MOYENS DES LOCATIONS À LA SEMAINE

Sur les catégories 2 et 3 épis / clés, les tarifs changent peu d'un territoire à l'autre. La seule rupture notable intervient entre les catégories 3 et 4 épis/clés dans la zone RIS Vignoble et Revermont.

Les tarifs moyens de la nuit consommée en 2012 (2 personnes + petits déjeuners)



- : tarifs indisponibles (offre insuffisante pour le calcul de moyennes)

CE QU'IL FAUT RETENIR

Source : Observatoire CDT // Gîtes de France // Clévacances // DGCIS

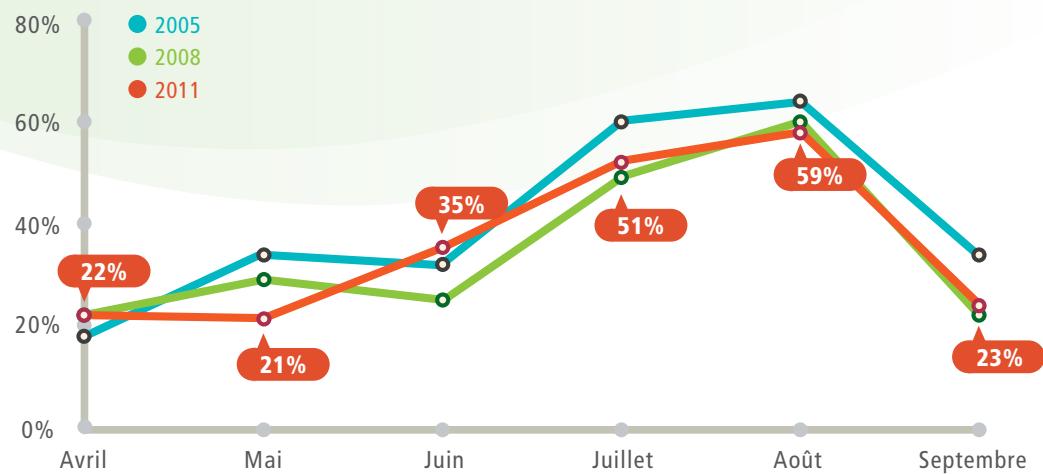
	Jura	Franche-Comté	France
Nombre de chambres	293	790	34 197
Nombre de lits	833	2 254	68 394

Données concernant uniquement les meublés labellisés Gîtes de France et Clévacances

LA FRÉQUENTATION

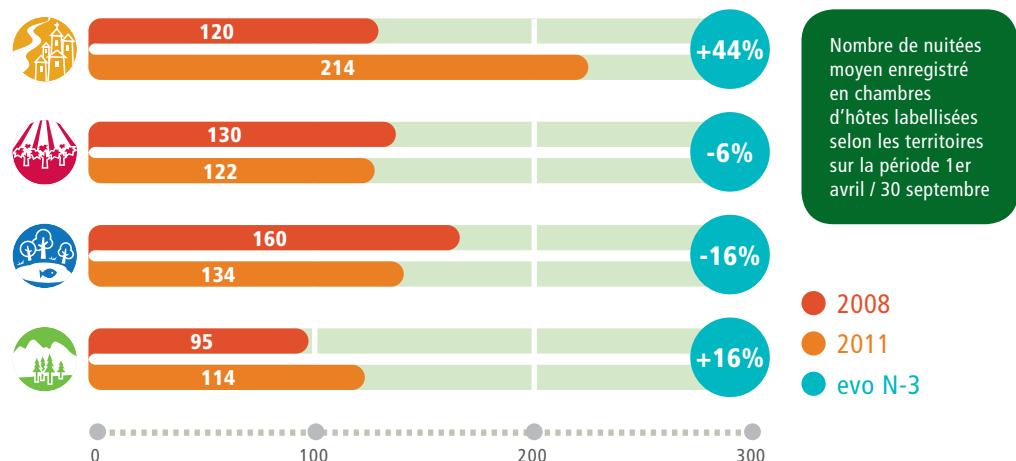
UNE CERTAINE STABILITÉ INTERANNUELLE DES FRÉQUENTATIONS

Le taux d'occupation moyen sur la période avril-septembre 2011 est de 35%, soit 1% de plus que la moyenne 2008. Les fréquentations se maintiennent d'une année sur l'autre. Les marges de progression demeurent importantes sur les ailes de saison.



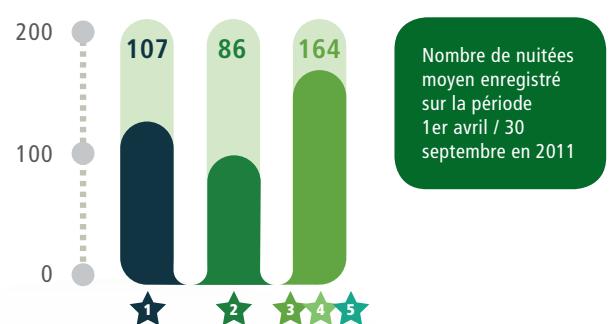
LE TERRITOIRE PAYS DOLOIS BRESSE JURASSIENNE A LE VENT EN POUPE

Le Pays Dolois a connu une augmentation remarquable des fréquentations sur la période. A noter que cette croissance, tout comme celle constatée pour les meublés labellisés, peut en partie s'expliquer par des facteurs conjoncturels liés au déroulement de chantiers d'ampleur sur le Pays Dolois.



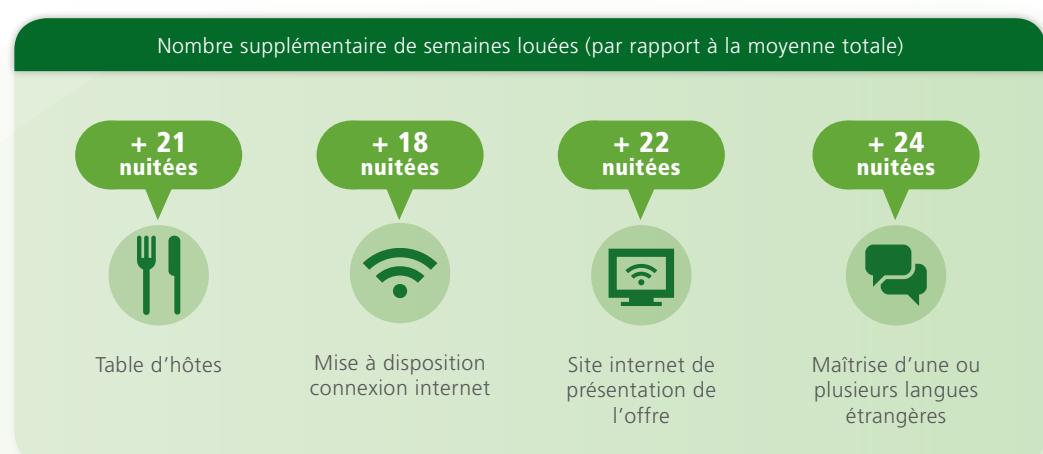
LA RECHERCHE D'UN NIVEAU QUALITATIF ÉLEVÉ

La moyenne enregistrée pour la catégorie 1 épi/clé doit être nuancée : elle ne repose en effet que sur 5 observations. L'écart (du simple au double) entre les catégories 2 et 3 épis/clés est bien plus significatif. Pour des clientèles de mieux en mieux informées et de plus en plus exigeantes, la catégorie 3 épis/clés devient une référence.



COMMENT OPTIMISER LA LOCATION DE SON MEUBLÉ ?

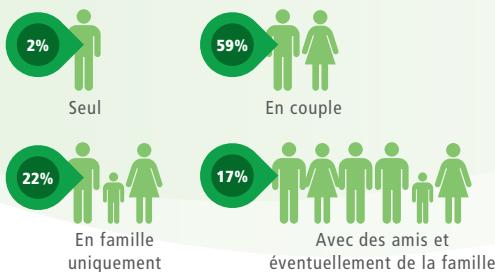
La combinaison de certains services et d'avantages en matière de communication et d'accueil des clientèles peut s'avérer payante pour optimiser les taux d'occupation des chambres d'hôtes.



LES CLIENTÈLES

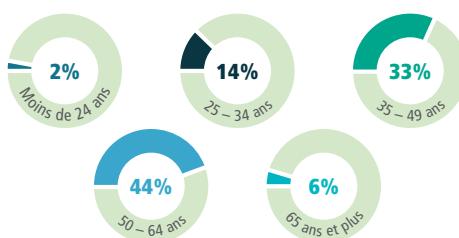
QUI SONT-ELLES ?

Sans surprise, les chambres d'hôtes labellisées constituent le mode d'hébergement privilégié des couples. Les nuitées individuelles restent anecdotiques, à la différence des familles (élargies ou non), qui constituent au total près de 40% des vacanciers ayant opté pour la chambre d'hôtes durant leur séjour.



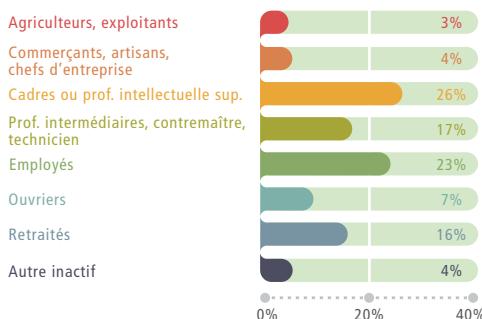
QUEL ÂGE ONT-ELLES ?

Les quinquagénaires et plus âgés représentent la moitié des clientèles. Il faut donc compter avec cette clientèle concernant le confort proposé et adapter ses équipements en fonction, sans pour autant oublier les attentes des jeunes adultes, dont la proportion n'est pas négligeable.



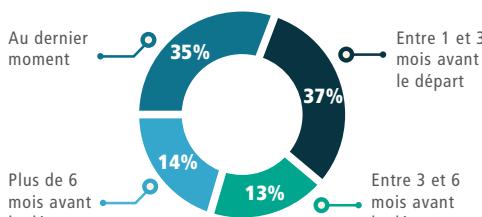
QUELLE EST LEUR ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE ?

La composition des différentes catégories socioprofessionnelles des clientèles chambres d'hôtes est très proche de celles des meublés de tourisme : les CSP + y sont de plus en plus représentées, tout comme les employés.



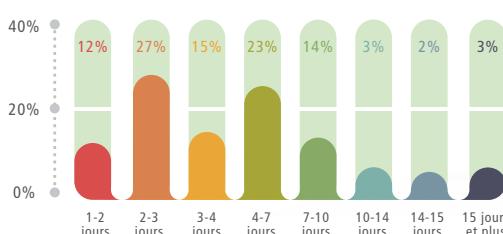
QUAND DÉCIDENT-ELLES DE VENIR DANS LE JURA ?

Les périodes de prise de décision sont assez variables en fonction des profils. Plus d'un vacancier sur trois opère le choix de son déplacement moins d'un mois avant la date de départ.



COMBIEN DE TEMPS RESTENT-ELLES DANS LE JURA ?

La durée de séjour moyenne est de **4 jours**. Les nuitées de passage sont donc faiblement représentées. Au total, celles-ci représenteraient **15%** des pratiques. Cet élément est à prendre en considération dans le positionnement des produits : la demande s'intégrant dans une logique de séjour, il faut pouvoir subvenir aux

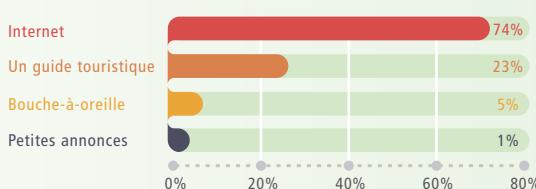


besoins associés (mise à disposition de brochures et documents touristiques, appui sur l'Office de Tourisme, mise en avant de l'offre touristique et des lieux de visite environnants sur le site internet,...).

QUELLES SOURCES D'INFORMATION POUR LA PRÉPARATION DU SÉJOUR ?

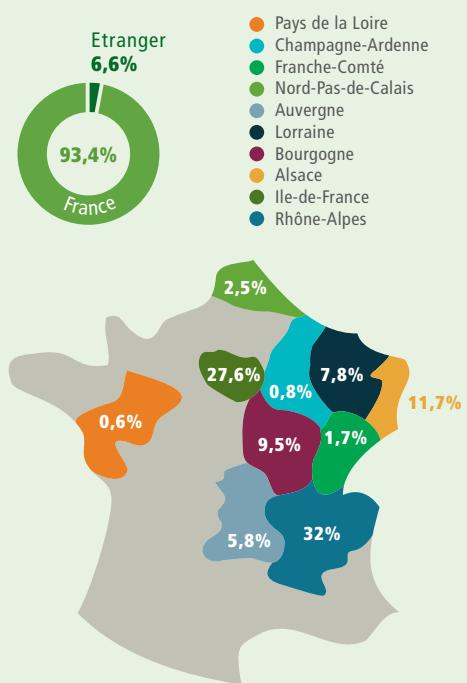
Le total des réponses dépasse les 100% du fait de réponses multiples (3 au maximum).

Le recours à Internet est aujourd'hui incontournable. Le rôle encore bien présent du guide touristique souligne encore ce qui a été précédemment évoqué sur les attentes des clientèles, se projetant dans une optique de séjour beaucoup plus que d'étape.



Source : enquête clientèles CDT Jura printemps-été 2009

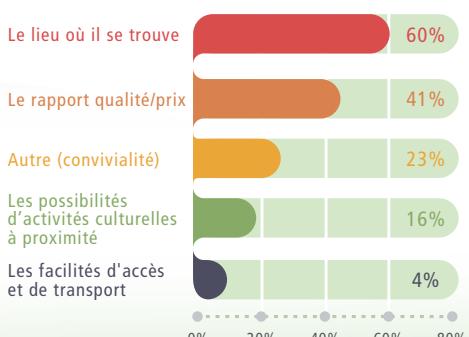
OÙ RÉSIDENT-ELLES ?



Selon la dernière enquête de fréquentation (2011), les chambres d'hôtes labellisées captent quasiment exclusivement une clientèle française (93%) et belge (5,6%). Concernant les régions françaises d'origine, ce sont les franciliens et rhônalpins qui sont les plus présents : ils cumulent presque 60% du total des clientèles françaises citées.

COMMENT CHOISISSENT-ELLES LEUR HÉBERGEMENT ?

Les arbitrages se font selon les critères classiques que sont la localisation et le rapport qualité/prix. La plupart des réponses « Autre » enregistrées rassemblent des notions liées à celle de convivialité, de partage.



Le total des réponses dépasse les 100% du fait de réponses multiples (3 au maximum).

