

# Les locations vacances se mobilisent



Mathieu Appassamy,  
de Stay Mauritius, et Guillaume de  
Bricourt, d'Oazure Villa Maurice

**Partout dans le monde, Airbnb a dopé le marché de la location vacances. Maurice n'est pas épargné. Il est temps de donner à cette catégorie de produits une place de choix dans notre offre touristique. C'est ce qui a poussé les principales agences de location saisonnière de l'île à s'associer.**

Association des Agences de Location saisonnière de l'île Maurice (AALSIM). C'est un bien long titre, mais vous n'aurez pas de peine à le mémoriser. Car ces acteurs-là sont appelés à être à l'avant-scène du secteur touristique. En ces temps où le visiteur prend goût à l'autonomie et à l'immersion dans la communauté, les agences de location saisonnière ont le vent en poupe. Ils seraient quelque 25 000 touristes à avoir choisi les services des douze agences membres de l'association l'année dernière. Un chiffre auquel Guillaume de Bricourt et Mathieu Appassamy, initiateurs du projet d'association, mettent un bémol : ils n'ont trouvé aucune donnée précise quant à ce marché dans son ensemble... Ce dont ils sont certains, en revanche, c'est qu'il est en croissance.

Guillaume de Bricourt est un visage connu du milieu. Après une longue carrière dans la pub en France, il s'est offert un « break » à Maurice, lequel s'est transformé en expatriation. Cela fait plus de 10 ans qu'il a repris Oazure Villa Maurice. Mathieu Appassamy est, lui, un nouveau venu dans le secteur. Il est General Manager de StayMauritius, filiale de Horizon Holidays qu'il a lancée depuis un peu plus d'un an.

Tous deux ont la même conception de leur métier : permettre au client de se sentir chez lui dans une villa privée, en lui offrant des services de conciergerie, du chef à domicile au massage, de la location de voiture aux excursions, afin de lui permettre de vivre, le temps de ses vacances, comme un Mauricien... « La conciergerie est ce qui fait notre marque. Nous ne gérons pas les réservations d'avion, nous ne vendons pas de prestations. Nous faisons de la location. Nous mettons les produits des propriétaires locaux sur notre plateforme et nous accueillons le client, en mettant à sa disposition un service de conciergerie pour qu'il vive le mieux possible ses vacances », précise Guillaume.

Inquiets de l'ampleur que prend la location vacances non contrôlée avec l'effet Airbnb, ils réunissent leurs confrères, mi-2018, pour échanger à ce sujet. Six mois plus tard, l'association est née. « La location vacances est une tendance mondiale. Aujourd'hui, n'importe qui peut se mettre sur une plateforme pour louer sa maison. Il faut comprendre que ce n'est pas Airbnb le problème mais le manque d'encadrement adapté autour de cette activité. Si elle n'est pas correctement régulée, c'est dangereux. Notre initiative est née du besoin de professionnaliser l'activité. Nous souhaitons, dans notre rôle de professionnels, discuter avec les acteurs du tourisme, du privé et de l'Etat, pour apporter une réglementation de la location vacances, et donc la destination », explique Mathieu, qui assume la présidence de l'AALSIM.

## Une réglementation commune

Un petit relevé sur Airbnb indique que près de quatre annonceurs sur cinq ne sont pas en règle. Le plus gros risque est, selon nos interlocuteurs, l'image de la destination. « Notre préoccupation première, c'est la sécurité de tous ces logements, la qualité de l'accueil et l'expérience vécue. Si quelques touristes sont mis en danger ou ont une mauvaise expérience de vacances, c'est toute la destination qui est menacée. Si un segment est défaillant, cela rejait sur tous les autres », craint Mathieu.

La priorité de l'association est claire : aider les autorités à réfléchir à une réglementation commune, avancer ensemble vers des standards de qualité. Sous l'effet Airbnb, il devient de plus en plus accessible de voyager, et une nouvelle demande émerge : il faut l'analyser et la comprendre pour poser une réglementation qui soit juste et pertinente pour tous, disent-ils. « Notre objectif est que tous les touristes qui viennent dans les locations, quelles qu'elles soient, font l'expérience d'une île Maurice riche et belle, où ils ne penseront qu'à revenir. Le point de départ semble définitivement être le repositionnement de la destination sur le

marché international avec la considération, entre autres, de cette tendance », ajoute-t-il.

L'autre enjeu, en plus de la réglementation, est le prix élevé du billet d'avion. « Notre marché, c'est souvent des groupes, explique Guillaume. Imaginez une famille de huit personnes. Une villa pieds dans l'eau à 3 000 euros la semaine, c'est un budget qu'elles sont disposées à payer. Mais à 2 000 euros le billet en économie, comme c'est le cas à certaines périodes, ils ne peuvent plus suivre. 16 000 euros ! » Tous les jours, son agence rate des réservations : pour deux fois moins cher, les clients intéressés finissent par opter pour la Thaïlande, les Maldives ou le Mexique. « Pourtant, ce sont des gens qui ont des moyens : des chirurgiens, des notaires, des chefs d'entreprise, des avocats. Même pour cette catégorie de clients, Maurice est trop chère », précise-t-il.

## L'aérien, un frein

En amenant le secteur à reconnaître l'importance des locations vacances, l'association permettra sans doute d'accorder plus d'attention à ce « nouveau » touriste et à ses attentes. Un touriste que l'on connaît somme toute assez mal. Un touriste qui consomme et vit « local », qui va à pieds à la boutique du coin et mange du « street food », qui veut sentir l'hospitalité du Mauricien et la diversité des cultures. Pour ce touriste aventureux appelé à contribuer de manière significative à l'économie, il faudra veiller tout particulièrement à l'état de notre environnement. Selon les dernières études sur la perception des touristes, c'est « le » facteur auquel ils sont particulièrement sensibles...

Le coût prohibitif de l'aérien, les caprices de la météo, l'environnement, la concurrence internationale, les annulations de dernière minute, le malaise social en Europe... Autant de facteurs qui ont fragilisé la destination ces dernières années et qui appellent une remise en question. L'AALSIM veut être partie prenante de la discussion. Ses acteurs sont pleinement motivés, portés par les perspectives qui restent positives, ils en sont convaincus. « Outre les atouts naturels de l'île, l'offre en matière de loisirs et de divertissements s'est bien diversifiée. Toutes ces activités sont extrêmement bien régulées par la Tourism Authority, qui s'assure que la sécurité est garantie. C'est assez rare d'avoir un pays qui prend aussi bien soin des touristes », se réjouit Guillaume.

De bonnes perspectives aussi sur le plan externe : d'ici à 2022, le marché de la location saisonnière mondiale devrait croître d'environ 7% annuellement. Les *millennials* vont contribuer à booster l'activité. « Ce n'est pas une croissance qui va se faire au détriment de l'hôtellerie. En réalité, c'est tout le marché du voyage qui va progresser. Le monde voyage plus qu'avant... », ajoute Guillaume. Une raison de plus pour se mobiliser afin de ne pas rater le coche.