

PhocusWire  
BY NORTHSTAR

Livre blanc de PhocusWire  
—  
Avril 2025

# LE VOYAGEUR EN LOCATION DE COURTE DURÉE : TENDANCES, DONNÉES ET RECHERCHES 2025

Sponsorisé par :  
**expedia group™**

Rédigé par  
**Cathy Walsh**



# À propos de ce rapport

## **Le voyageur en location de courte durée : tendances, données et recherches 2025**

Un rapport de PhocusWire sponsorisé par Expedia Group  
Auteur : Cathy Walsh

Publié en 2025 par PhocusWire. Nous sommes une marque de Phocuswright, une filiale en propriété exclusive de Northstar Travel Media, LLC.

© 2025 PhocusWire  
Tous droits réservés.  
[PhocusWire.com](https://www.phocuswire.com)



# Contenu

Introduction . . . . .	4
Méthodologie . . . . .	5
Termes clés . . . . .	5
Le voyageur en location de courte durée . . . . .	6
Le choix de l'hébergement : les atouts des hôtels et des locations de vacances selon les voyageurs . . .	9
Évolution des perceptions des voyageurs et des standards relatifs aux locations de courte durée . . .	13
Comment les voyageurs choisissent leur location de courte durée. . . . .	14
Conclusion . . . . .	16

# Introduction

## Saisissez les attentes des voyageurs et optimisez votre activité de location de vacances pour attirer plus de réservations

Les voyageurs en location de courte durée représentent un segment de consommateurs recherché et lucratif. Les personnes qui réservent des locations de vacances dépensent plus et effectuent des voyages plus longs que les autres, et elles sont plus susceptibles de rechercher de nouvelles expériences de voyage. Si le marché de la location de courte durée constitue une alternative appréciée aux hébergements traditionnels, sa popularité engendre des attentes croissantes de la part des voyageurs.

Ceux-ci exigent de plus en plus un niveau de qualité et de service supérieur de la part des locations de courte durée. Comprendre les comportements d'achat et les préférences des voyageurs permet aux hôtes d'optimiser leurs annonces et d'offrir une expérience client réussie. Ce livre blanc fournit des données et des détails sur le secteur de la location de courte durée aux États-Unis et met en avant les bonnes pratiques qui peuvent aider les hôtes à attirer des voyageurs à forte valeur et ainsi à développer leur activité.



# Méthodologie

L'article repose en partie sur les résultats d'une étude du marché des locations de courte durée aux États-Unis réalisée par Phocuswright, en partenariat avec Expedia Group et d'autres leaders du secteur du voyage.

## Enquête auprès des voyageurs

Du 26 août au 11 septembre 2024, Phocuswright a réalisé une enquête en ligne auprès d'un panel de consommateurs Dynata ciblant les voyageurs américains qui ont séjourné au moins une fois au cours de l'année écoulée dans des locations de courte durée payantes à des fins de voyage de loisirs. Phocuswright a reçu 907 réponses qualifiées et l'échantillon de répondants peut être extrapolé de manière fiable à la population américaine des voyageurs en location de courte durée ayant accès à Internet. La marge d'erreur de l'analyse est de  $\pm 3,3\%$  pour un niveau de confiance de 95 %.

## Enquête auprès des hôtes

Du 20 août au 21 septembre 2024, Phocuswright a réalisé une enquête en ligne auprès d'un panel de consommateurs Dynata ciblant les hôtes qui louent un hébergement à court terme aux États-Unis. Phocuswright a reçu 483 réponses qualifiées.

## Gérants immobiliers

Phocuswright a mené N=13 entretiens approfondis avec des professionnels travaillant dans le secteur de la gestion immobilière. Ces entreprises représentent une grande variété de portefeuilles, de modèles commerciaux et de situations géographiques.



# Termes clés

**Location de courte durée (LCD) :** hébergements disponibles à la location pour des périodes de moins de 30 jours.

**Voyageurs LCD :** voyageurs de loisirs ayant effectué au moins un séjour en location de courte durée au cours des 12 derniers mois.

**Voyageurs non-LCD :** voyageurs de loisirs n'ayant pas effectué de séjour en location de courte durée au cours des 12 derniers mois.

**Voyageurs LCD haut de gamme / de luxe :** voyageurs LCD ayant attribué à la location de courte durée dans laquelle ils ont séjourné le plus récemment une note de 4 ou 5 sur une échelle de 1 à 5, où 1 correspond à un hébergement bon marché/économique et 5 à un hébergement de luxe.

**Hôtes :** propriétaires ou gérants de maximum 10 hébergements en location de courte durée assurant la supervision quotidienne d'un hébergement ou la supervision d'un gérant immobilier professionnel. Les hôtes peuvent être ou non propriétaires de l'hébergement. Ils ne possèdent pas de société de gestion immobilière et ne gèrent pas les hébergements en tant que gérants mandatés.

**Gérants immobiliers :** propriétaires ou employés de sociétés de gestion de location de courte durée.



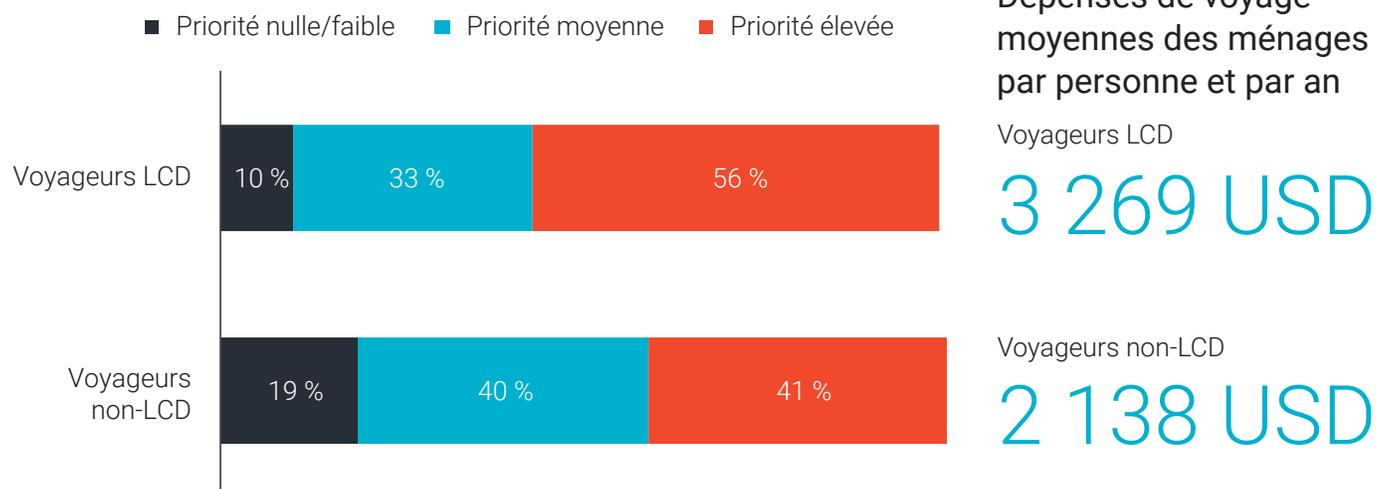
# Le voyageur en location de courte durée

**Les voyageurs en location de courte durée (LCD) constituent un segment attrayant du marché du voyage aux États-Unis. Comprendre les tendances et les préférences qui influencent le comportement des voyageurs peut aider les hôtes à attirer davantage de réservations à forte valeur. Lisez la suite pour découvrir comment faire.**

Les voyageurs LCD sont plus susceptibles de privilégier les dépenses de voyage et de dépenser plus par personne que les autres voyageurs (voir Figure 1). En ce qui concerne l'utilisation de leurs revenus disponibles, 56 % des voyageurs LCD accordent une grande importance aux voyages et au tourisme, contre 41 % des voyageurs non-LCD. Les voyages constituent une grande priorité pour les voyageurs LCD, et ces ménages dépensent plus pour des voyages tout au long de l'année, avec une moyenne de 3 269 USD par personne et par an, contre 2 138 USD pour les voyageurs non-LCD.



**Figure 1 : Priorité des dépenses de voyage et de tourisme et dépenses moyennes**



**Question :** Voyages et tourisme : Lorsque vous décidez comment dépenser votre argent (une fois les dépenses de la vie quotidienne couvertes), quelle priorité accordez-vous aux produits ou services suivants ? ; Quelle a été la somme totale dépensée par votre ménage pour vos [ ] voyages de loisirs ?

**Base :** Voyageurs LCD (N=907) ; Voyageurs non-LCD (N=1 619)

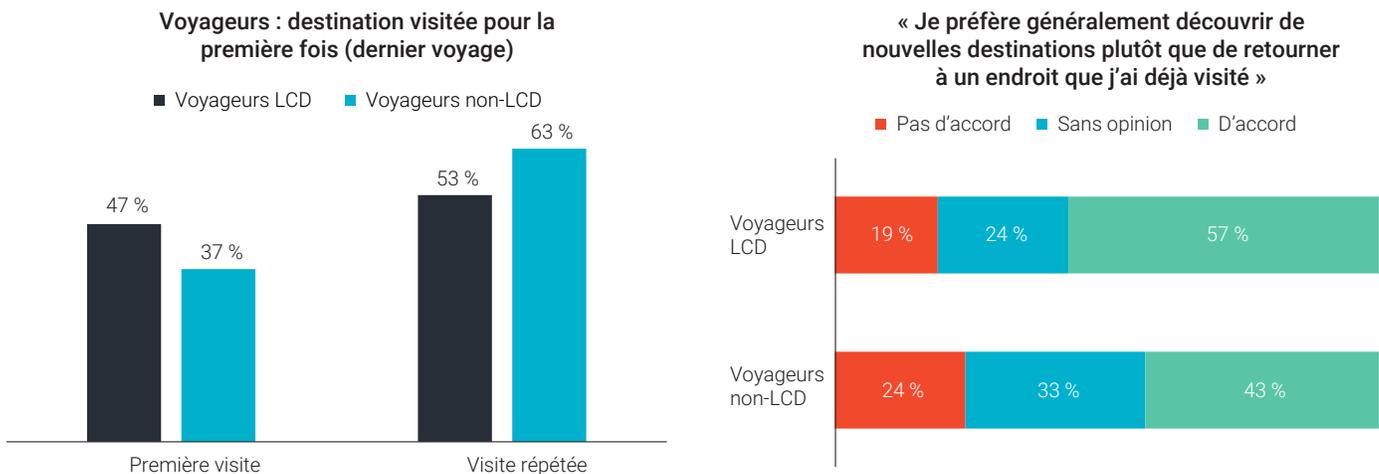
**Source :** Phocuswright, U.S. Short-Term Rentals 2024

Les voyageurs LCD sont plutôt des aventuriers désireux de vivre de nouvelles expériences. Cinquante-sept pour cent des voyageurs LCD préfèrent découvrir de nouvelles destinations plutôt que de retourner à un endroit où ils ont déjà été, contre 43 % des voyageurs non-LCD (voir Figure 2). Ce plus grand désir d'exploration transparaît dans les comportements de voyage : 47 % des voyageurs LCD visitaient pour la première fois la destination choisie pour leurs dernières vacances, contre seulement 37 % des voyageurs non-LCD.

Un nombre élevé de voyageurs venant pour la première fois signifie que les hôtes ont la possibilité de proposer des services supplémentaires, tels que la réservation d'activités ou des partenariats locaux. Ils peuvent également améliorer l'expérience client en recommandant des restaurants et des activités à proximité.

La soif d'aventure des voyageurs LCD les conduit également à explorer des pays au-delà de leurs frontières. La fréquence des voyages internationaux est plus élevée parmi les voyageurs LCD, 44 % d'entre eux ayant voyagé à l'étranger au cours de l'année écoulée, contre 29 % des voyageurs non-LCD.

**Figure 2 : Intérêt à l'égard de nouvelles destinations**



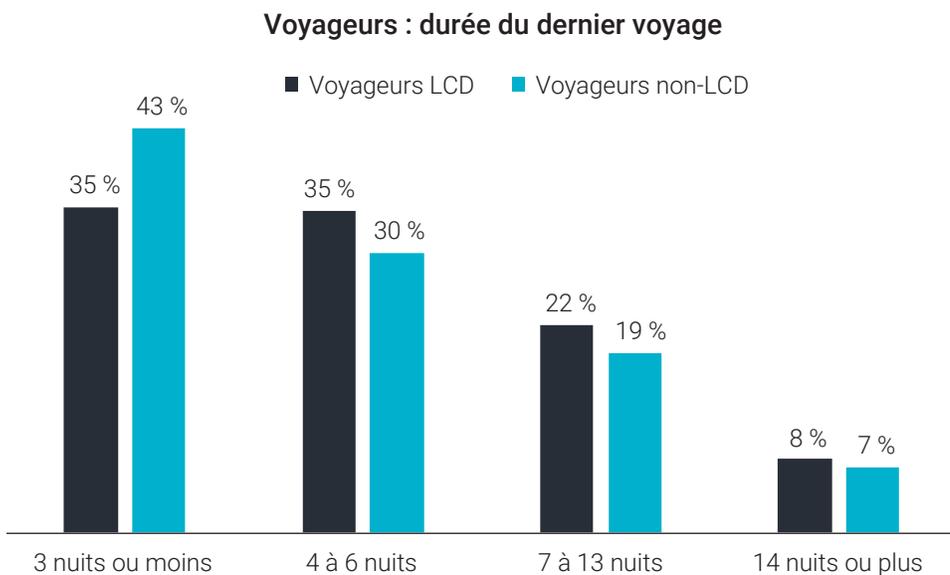
**Question :** Visitez-vous cette destination pour la première fois ? Si vous avez visité plusieurs destinations, veuillez répondre pour la destination où vous avez passé le plus de nuits ; Je préfère généralement découvrir de nouvelles destinations plutôt que de retourner à un endroit que j'ai déjà visité : dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes concernant vos prochains voyages ?

**Base :** Voyageurs LCD (N=907) ; Voyageurs non-LCD (N=1 619)

**Source :** Phocuswright, U.S. Short-Term Rentals 2024

Compte tenu de leur désir de voyager, il n'est pas surprenant que les voyageurs LCD aient tendance à planifier des voyages plus longs (voir Figure 3). La durée moyenne de leur dernier voyage était de 6,2 nuits, contre 5,5 nuits pour les voyageurs non-LCD. Ces voyages plus longs peuvent expliquer le besoin d'un hébergement plus grand et mieux équipé ainsi que d'un espace pour le télétravail. Environ six voyageurs LCD sur dix (61 %) ont effectué au cours

des 12 derniers mois un voyage de loisirs durant lequel une personne travaillait, contre 48 % des voyageurs non-LCD. Bien que les possibilités de télétravail soient plus limitées depuis la fin de la pandémie de COVID-19, les hôtes ont encore intérêt à mettre en avant les espaces ou équipements qui facilitent le télétravail dans leurs annonces.

**Figure 3 : Durée des voyages**


Durée moyenne des voyages en nombre de nuits (dernier voyage)

Voyageurs LCD

6,2

Voyageurs non-LCD

5,5

**Question :** Quel était le nombre de nuits de votre voyage de loisirs ? S'il s'agissait du prolongement d'un voyage professionnel, répondez en fonction du nombre de jours correspondant à la partie loisirs uniquement.

**Base :** Voyageurs LCD (N=907) ; Voyageurs non-LCD (N=1 619)

**Source :** Phocuswright, U.S. Short-Term Rentals 2024

## Boostez votre activité avec Vrbo

Si les voyageurs qui réservent des locations de vacances sont généralement à forte valeur, les voyageurs Vrbo<sup>1</sup> sont encore plus susceptibles de dépenser davantage et de rester plus longtemps. Les voyageurs Vrbo sont 63 % plus susceptibles de vouloir [se faire plaisir pour leurs vacances](#). Par rapport aux voyageurs qui utilisent d'autres agences de voyages en ligne (OTA), les voyageurs Vrbo dépensent 58 % de plus sur le prix total de leur location de vacances et 47 % de plus sur le prix par nuit.

Les voyageurs Vrbo restent également 14 % plus longtemps dans les locations de vacances, soit un jour de plus que les voyageurs des autres OTA. Pour entrer en contact avec ces voyageurs à forte valeur, les hôtes doivent publier leur hébergement sur Vrbo. Pour découvrir comment publier votre annonce, cliquez [ici](#).

<sup>1</sup> L'expression « voyageurs Vrbo » désigne les personnes interrogées qui ont effectué une réservation sur Vrbo au cours des trois à six derniers mois et qui ont indiqué préférer réserver sur Vrbo.



# Le choix de l'hébergement : les atouts des hôtels et des locations de vacances selon les voyageurs

**Les locations de courte durée offrent aux voyageurs une série d'avantages inédits par rapport aux hôtels. Mais les voyageurs LCD ne réservent pas uniquement des locations. Lorsqu'ils choisissent leur lieu de séjour, les voyageurs LCD envisagent souvent d'autres possibilités d'hébergement. Près de sept voyageurs LCD sur dix (68 %) ont également séjourné à l'hôtel au cours des 12 derniers mois, et 82 % ont comparé des options de LCD et d'hôtel pour leurs voyages de loisirs au cours de la même période.**

La bonne nouvelle ? De nombreux voyageurs n'ayant pas séjourné dans des locations de vacances au cours des 12 derniers mois envisagent de le faire. Près de quatre voyageurs non-LCD sur dix (38 %) ont comparé les options de LCD et d'hôtel pour leurs voyages de loisirs. Les hôtes doivent donc garder à l'esprit que les voyageurs qui réservent des hôtels consultent également les locations de courte durée lorsqu'ils planifient leurs voyages. Il est donc important de rendre votre activité et vos annonces attractives.

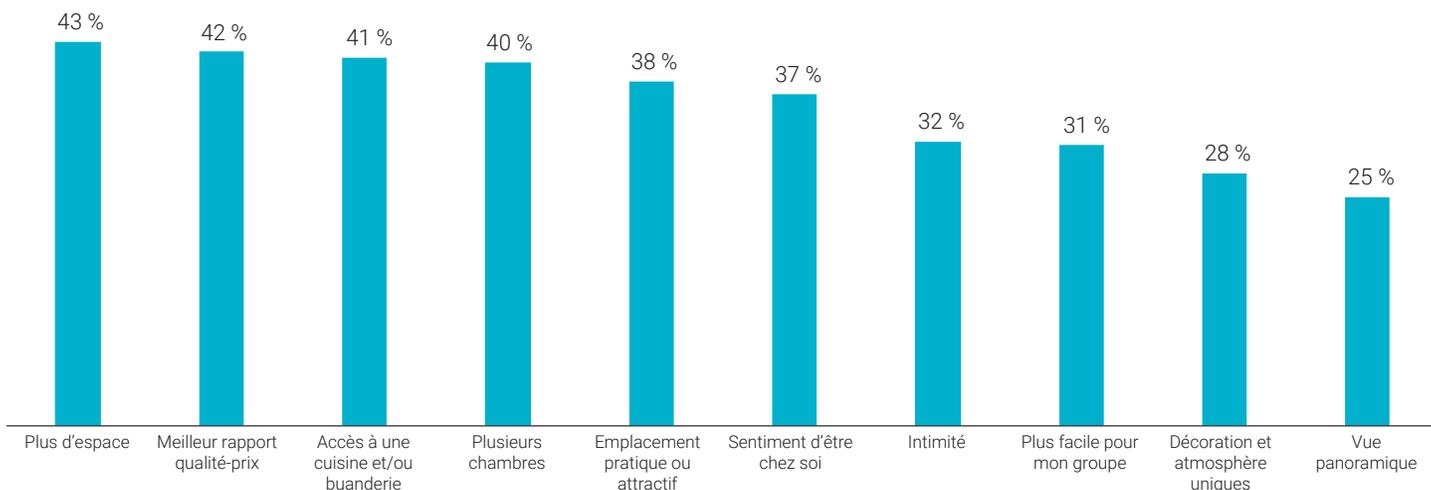
## Les points forts des locations de courte durée

Plusieurs facteurs clés incitent généralement les voyageurs à opter pour une location de courte durée (voir Figure 4). Les principales raisons pour lesquelles les voyageurs ont choisi une LCD pour un séjour récent sont l'espace supplémentaire (43 %), la valeur ajoutée (42 %), l'accès à une cuisine et à une buanderie (41 %), des chambres séparées (40 %) et un emplacement pratique (38 %). Parmi les autres raisons, citons le sentiment d'être chez soi, le désir d'intimité et la possibilité d'accueillir un groupe.

Les raisons de réserver une LCD peuvent varier selon la catégorie que les voyageurs LCD ont attribuée à l'hébergement dans lequel ils ont séjourné le plus récemment. Par exemple, le rapport qualité-prix est plus important pour les voyageurs de catégorie intermédiaire, tandis que les voyageurs des catégories de luxe et haut de gamme apprécient une décoration et une atmosphère uniques ainsi qu'une vue panoramique.



**82 % des voyageurs LCD ont comparé des options de LCD et d'hôtel pour leurs voyages de loisirs au cours des 12 derniers mois.**

**Figure 4 : Principales raisons invoquées pour la réservation de séjours récents en LCD**


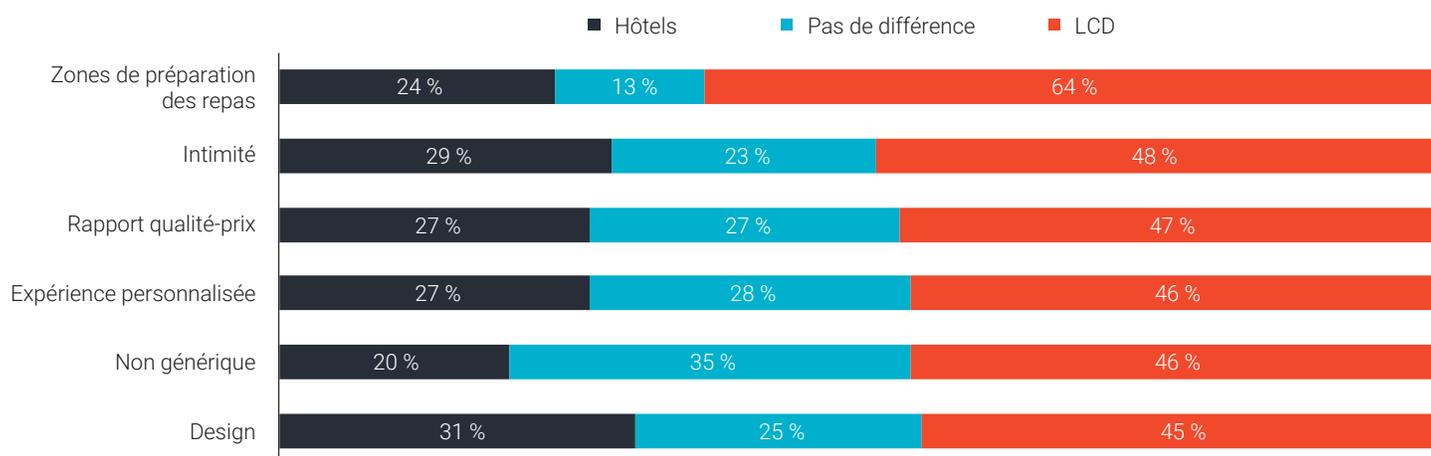
**Question :** Pourquoi avez-vous choisi de séjourner en location de courte durée pour ce voyage ? Sélectionnez toutes les réponses applicables.

**Base :** Voyageurs LCD (N=907)

**Source :** Phocuswright, U.S. Short-Term Rentals 2024

Les voyageurs LCD qui ont également séjourné à l'hôtel récemment ont fait part de ce qu'ils apprécient le plus dans les locations par rapport aux hôtels. Ils considèrent que les LCD sont plus avantageuses en ce qui concerne les zones de préparation des repas, l'intimité, le rapport qualité-

prix, l'expérience personnalisée, l'atmosphère et le design non génériques (voir Figure 5). Les hôtes de locations de vacances doivent mettre ces éléments en avant dans leurs annonces au moyen de photos et d'informations sur les équipements.

**Figure 5 : Aspects pour lesquels les LCD sont considérées comme plus avantageuses, sur la base des expériences personnelles**


**Question :** D'après votre expérience personnelle, quel type d'hébergement est le plus performant pour chacun des aspects suivants de l'expérience client ?

**Base :** Voyageurs LCD ayant une expérience récente à l'hôtel (N=617)

**Source :** Phocuswright, U.S. Short-Term Rentals 2024

## Les points forts des hôtels

Les attentes des voyageurs en matière de location ont grandi ces dernières années, principalement parce qu'ils comparent les locations aux offres hôtelières. Comprendre cette évolution permet aux hôtes de se démarquer et d'attirer davantage de réservations à forte valeur.

Les hôtels sont très largement considérés comme offrant un service clients supérieur, 72 % des voyageurs LCD et 85 % des voyageurs non-LCD donnant l'avantage aux hôtels sur ce point (voir Figure 6). Pour rivaliser avec les hôtels et se démarquer des autres LCD, les hôtes doivent donc communiquer d'une manière claire et porter une attention particulière aux voyageurs afin de leur offrir une expérience exceptionnelle.

**Figure 6 : Perception du service clients par les voyageurs**

Je suis d'accord / plutôt d'accord avec cette affirmation :

« Je pense que les hôtels offrent un service clients supérieur à celui des locations de maisons et d'appartements/appartements condos »

72 % 85 %  
Voyageurs LCD Voyageurs non-LCD

**Question :** Veuillez indiquer dans quelle mesure chacune des affirmations suivantes correspond à votre propre vision de la réservation d'hébergements.

**Base :** Voyageurs LCD (N=907) ; Voyageurs non-LCD (N=1 619)

**Source :** Phocuswright, U.S. Short-Term Rentals 2024

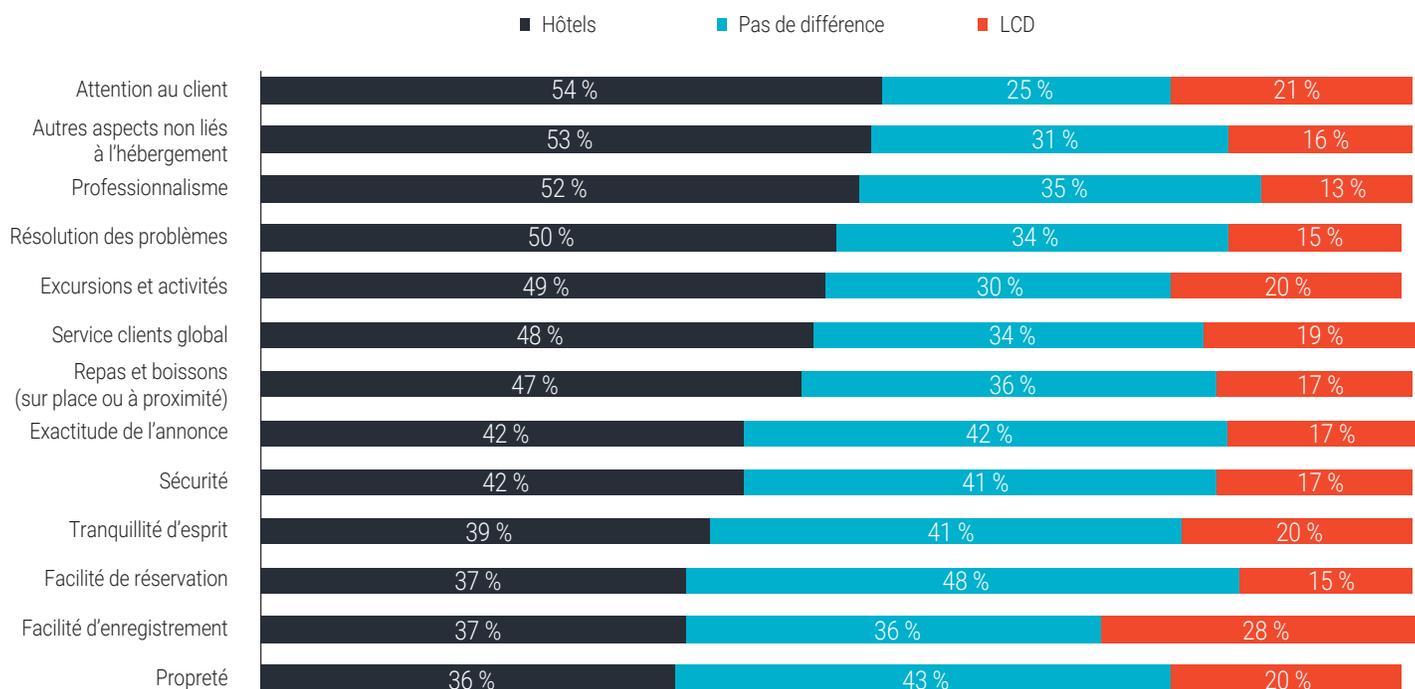
D'après l'expérience des voyageurs LCD, les hôtels se distinguent également dans d'autres domaines, tels que l'attention au client, le professionnalisme et la résolution des problèmes (voir Figure 7). Au moins la moitié des voyageurs LCD ayant une expérience récente à l'hôtel

considèrent que les hôtels sont plus performants dans ces domaines, ce qui donne aux hôtes une opportunité de séduire les voyageurs en accordant une attention particulière à ces caractéristiques du service clients.





**Figure 7 : Aspects pour lesquels les hôtels sont considérés comme plus avantageux, sur la base des expériences personnelles**



**Question :** D'après votre expérience personnelle, quel type d'hébergement est le plus performant pour chacun des aspects suivants de l'expérience client ?

**Base :** Voyageurs LCD ayant une expérience récente à l'hôtel (N=617)

**Source :** Phocuswright, U.S. Short-Term Rentals 2024

## Boostez votre activité avec Vrbo

La mention [Hôte Premium de Vrbo](#) apporte une certaine sécurité aux voyageurs qui souhaitent une preuve de la qualité de service de l'hôte. L'obtention de cette mention indique aux voyageurs qu'ils peuvent compter sur l'hôte pour leur offrir un excellent service clients et une excellente expérience de réservation.

Les avantages de la mention Hôte Premium comprennent l'affichage d'un badge sur les annonces, une meilleure position dans les résultats de recherche, une visibilité accrue dans les recherches filtrées, une assistance aux hôtes prioritaire et des opportunités exclusives de co-marketing.

# Évolution des perceptions des voyageurs et des standards relatifs aux locations de courte durée

Comprendre les besoins et les points de vue des voyageurs est primordial pour les hôtes qui souhaitent optimiser leur activité et booster leurs réservations. Les gérants immobiliers ont constaté une nette augmentation des attentes et des standards des voyageurs, comme en témoignent de nombreux entretiens approfondis. Ce changement reflète une tendance plus générale à l'amélioration des services et des équipements.

Les voyageurs s'attendent désormais à des standards de communication plus élevés et à des réponses rapides à tout problème éventuel, ce qui équivaut à un niveau de service généralement associé aux hôtels. Les voyageurs LCD se réfèrent de plus en plus aux standards hôteliers, en particulier en ce qui concerne les caractéristiques et les équipements, ce qui montre leur désir d'une expérience cohérente et prévisible. Or, les voyageurs LCD indiquent que les annonces de location sont parfois vagues ou inexactes, les laissant dans le doute quant à ce qu'ils peuvent réellement attendre d'une expérience de location de courte durée. Quatre voyageurs LCD sur dix (42 %) pensent que les hôtels fournissent des annonces plus exactes, contre 17 % pour les LCD.



Quatre voyageurs LCD sur dix (42 %) pensent que les hôtels fournissent des annonces plus exactes, contre 17 % pour les LCD.

## Boostez votre activité avec Vrbo

Compte tenu de cette évolution, Vrbo recommande aux hôtes de prendre des mesures proactives pour [attirer les voyageurs](#) et offrir une expérience toujours excellente. Les hôtes doivent [optimiser leurs annonces de location](#) en s'assurant que tous les détails sont exacts, à jour et clairement communiqués aux voyageurs.

- Mettez votre annonce à jour avec des photos fidèles, récentes et de haute qualité et assurez-vous que le titre de votre annonce et le descriptif de l'hébergement attirent l'attention et mettent en évidence les caractéristiques et les équipements les plus attrayants de votre hébergement.
- Indiquez vos mesures de nettoyage et de sécurité pour montrer aux voyageurs que vous êtes un hôte responsable. Vrbo propose des outils pour aider les hôtes à rédiger et à publier un [règlement intérieur](#) clair afin que les voyageurs sachent à quoi s'attendre. En outre, les hôtes Vrbo reçoivent des conseils pour la création de [guides d'accueil](#) visant à s'assurer que les voyageurs disposent de toutes les informations nécessaires avant leur arrivée afin de leur offrir la meilleure expérience possible.
- Pensez à inclure une visite virtuelle de votre hébergement pour aider les voyageurs à s'y projeter.

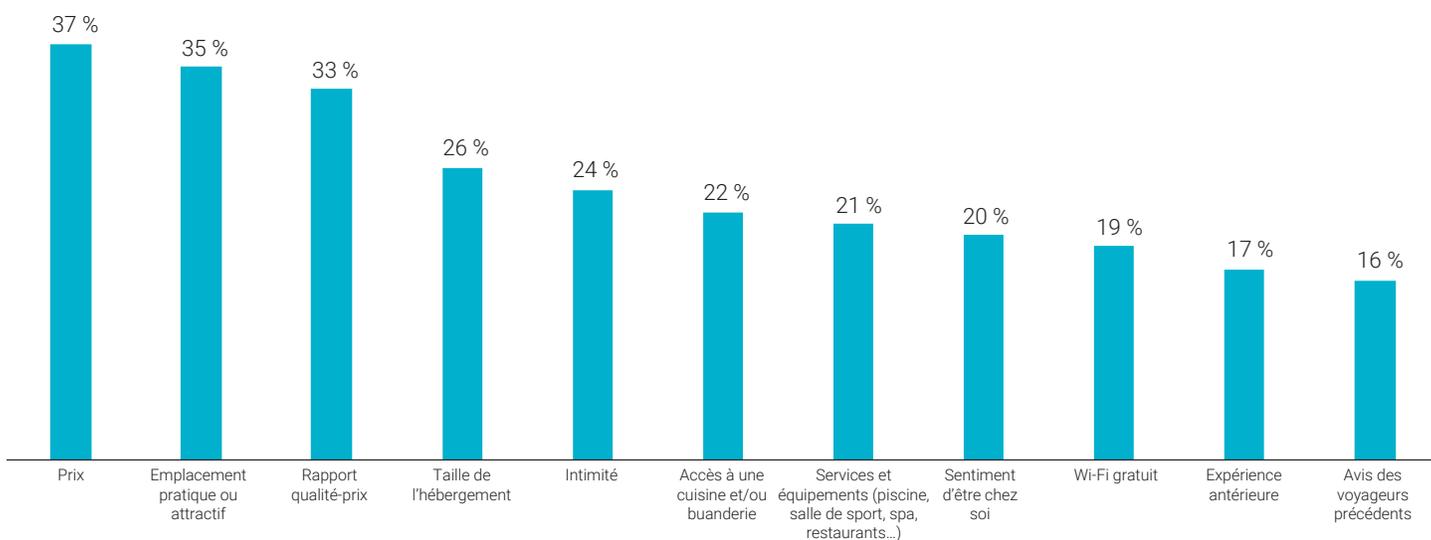
Au-delà de l'annonce proprement dite, les hôtes doivent veiller à offrir un niveau de service élevé. Quelques bonnes pratiques consistent à accepter et à honorer les réservations et à maintenir une communication cohérente et rapide avec les voyageurs avant, pendant et après leur séjour. Ces pratiques montrent que vous offrez la même fiabilité que les hôtels. En outre, améliorer la perception que les voyageurs ont des LCD peut entraîner une plus grande satisfaction de ces derniers et une augmentation des réservations.

# Comment les voyageurs choisissent leur location de courte durée

Lorsqu'ils choisissent leur hébergement, les voyageurs peuvent être influencés par différents facteurs, aussi bien pratiques qu'aspirationnels. Les trois principales raisons qui ont poussé les voyageurs LCD à opter pour l'hébergement de leur dernier voyage sont le prix (37 %),

l'emplacement (35 %) et le rapport qualité-prix (33 %), trois aspects fondamentaux des locations qui motivent la prise de décision (voir Figure 8). Les voyageurs sont également influencés par des facteurs tels que les équipements (21 %) ou le sentiment d'être chez soi (20 %).

**Figure 8 : Principales raisons invoquées par les voyageurs LCD pour le choix de leur hébergement (dernier voyage)**



**Question :** Quels sont les facteurs qui ont le plus influencé votre décision quant au type d'hébergement choisi ? Vous pouvez sélectionner jusqu'à 5 réponses.

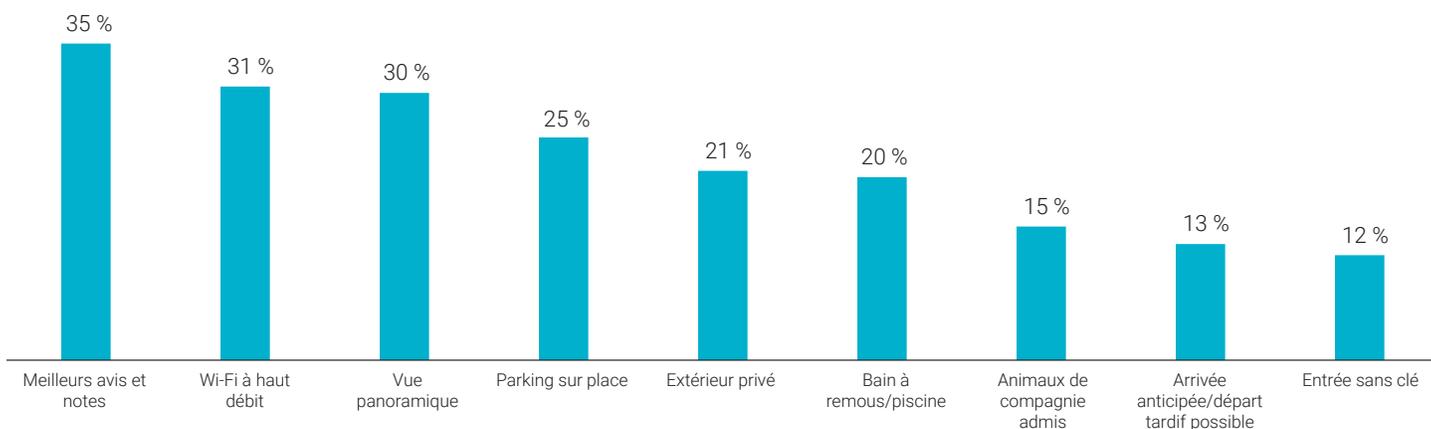
**Base :** Voyageurs LCD (N=907)

**Source :** Phocuswright, U.S. Short-Term Rentals 2024

Pour comprendre quels services et commodités rendent un hébergement plus attractif, Phocuswright a demandé aux voyageurs LCD quelles caractéristiques pourraient influencer leur décision de réserver un hébergement plutôt qu'un autre (voir Figure 9). Des avis positifs, une connexion Wi-Fi à haut débit et une vue panoramique sont les caractéristiques les plus susceptibles de faire la différence. Les équipements tels qu'un parking sur place,

un espace extérieur privé ou un bain à remous/une piscine peuvent également constituer un avantage. Si tous les hébergements ne disposent pas d'une vue panoramique ou d'espaces extérieurs, chaque hôte peut s'efforcer d'améliorer l'expérience client afin d'obtenir des avis positifs, qui constituent le facteur le plus important pour départager des hébergements de location de courte durée similaires.

**Figure 9 : Caractéristiques permettant de départager des LCD de taille, de niveau de confort et de coût similaires**



**Question :** Lorsque vous devez choisir entre deux hébergements de location de courte durée de taille, de niveau de confort et de coût similaires, quels sont, parmi les propositions suivantes, les services et équipements les plus susceptibles d'influencer votre décision ? Veuillez sélectionner 3 réponses maximum.

**Base :** Voyageurs LCD (N=907)

**Source :** Phocuswright, U.S. Short-Term Rentals 2024

## Misez sur la décoration et l'atmosphère

Au-delà du service, les hôtes ne doivent pas sous-estimer l'importance de la décoration et de l'atmosphère de l'hébergement. Les voyageurs s'accordent massivement sur le fait que les LCD sont plus susceptibles que les hôtels d'avoir du caractère ou de raconter une histoire, 85 % des voyageurs LCD et 60 % des voyageurs non-LCD déclarant être d'accord ou plutôt d'accord avec cette affirmation. En outre, 89 % des voyageurs LCD déclarent préférer les hébergements ayant une décoration et une atmosphère intéressantes. La part des voyageurs qui recherchent un hébergement unique est encore plus élevée parmi les voyageurs haut de gamme et de luxe.

Lorsque les voyageurs LCD comparent les locations aux hôtels, 46 % d'entre eux estiment que les LCD offrent une expérience moins générique, contre 20 % pour les hôtels. Les voyageurs LCD sont également plus enclins à dire que les LCD offrent une plus belle décoration intérieure (45 % contre 31 %). Si les voyageurs souhaitent bénéficier d'un niveau de service plus homogène lorsqu'ils séjournent dans une location de courte durée, nombreux sont ceux qui apprécient les qualités et le design propres à chaque hébergement.

## Rendez votre location de vacances plus attractive

Maintenant que vous saisissez mieux ce que les voyageurs recherchent dans une location de vacances, voici quelques idées à mettre en œuvre pour rendre votre location plus attractive :

### Mettez en œuvre une stratégie de tarification cohérente :

communiquez des prix clairs et transparents et veillez à ce que les frais éventuels soient bien expliqués et justifiés. Établissez une structure tarifaire simple et veillez à équilibrer votre stratégie tarifaire par des remises. [Apprenez-en plus](#) sur la manière de créer une stratégie tarifaire.

**Exploitez les préférences des voyageurs :** optimisez votre hébergement avec des équipements populaires et veillez à les mettre en évidence dans le descriptif de votre hébergement.

**Offrez un service clients de qualité supérieure :** fournissez un niveau de service équivalent ou supérieur à celui d'un hôtel. Nombreux sont les voyageurs qui apprécient de vivre une expérience unique. Pensez donc à inclure de petites attentions, telles qu'un cadeau ou un mot de bienvenue. Invitez les voyageurs à laisser un avis et à partager leur expérience en matière de service clients, car les avis voyageurs peuvent être un facteur clé pour les voyageurs qui hésitent entre plusieurs LCD.

**Mettez en valeur les atouts de votre hébergement :** soulignez vos mesures de propreté et de sécurité et songez à investir dans la décoration de votre hébergement. Huit hôtes sur dix sont d'accord ou tout à fait d'accord pour dire que les annonces LCD qui ont une décoration unique retiennent davantage l'attention des voyageurs potentiels, mais seulement 19 % d'entre eux indiquent que la décoration et l'atmosphère sont des critères de comparaison majeurs. Mettre en valeur les particularités de votre hébergement peut vous permettre de vous démarquer auprès des neuf voyageurs LCD sur dix qui préfèrent les hébergements ayant une décoration et une atmosphère uniques.

## Conclusion

Les attentes croissantes des voyageurs entraînent une augmentation des niveaux de qualité et de service pour les locations de courte durée. Les hôtes peuvent exploiter les informations présentées dans ce livre blanc pour mieux servir et mieux cibler les voyageurs de courte durée à forte valeur. En offrant aux voyageurs une expérience de qualité supérieure, les hôtes obtiendront des avis positifs, attireront davantage de voyageurs et stimuleront les réservations.

[En savoir plus sur le partenariat avec Vrbo](#)





**PhocusWire**  
BY NORTHSTAR

### À propos de PhocusWire

PhocusWire est un compagnon d'information quotidien et complet pour le secteur, opéré par Northstar, le principal fournisseur mondial d'informations et d'expériences fiables pour les publics qui animent l'industrie du voyage.

La technologie et la distribution constituent les piliers du voyage, du tourisme et de l'hôtellerie, la plus grande industrie au monde. L'équipe de PhocusWire et nos collègues de Phocuswright sont plongés depuis des décennies dans les technologies du voyage et la numérisation du secteur.

Le contenu quotidien de PhocusWire permet à nos lecteurs de se tenir au courant des dernières actualités tout en offrant une large couverture de tous les secteurs de l'industrie mondiale du voyage, y compris des données, des analyses d'experts et un point de vue stratégique sur l'innovation et les startups, le tout étayé par les ressources de Phocuswright, qui reposent sur des recherches approfondies.

[www.phocuswire.com](http://www.phocuswire.com)

**expedia**  
group™

### À propos d'Expedia Group

Via notre plateforme mondiale, les marques d'Expedia Group, Inc. rendent les voyages accessibles à tous, et partout. Les voyages nous rendent meilleurs, et forts de cette certitude, les marques d'Expedia Group™ aident les gens à découvrir le monde autrement et à créer des liens durables. Elles offrent à leurs partenaires des technologies de pointe pour faciliter la croissance et le succès de leur activité tout en permettant aux voyageurs de vivre des expériences inoubliables.

La famille de marques d'Expedia Group comprend : Expedia®, Hotels.com®, Expedia® Partner Solutions, Abritel®, trivago®, Orbitz®, Travelocity®, Hotwire®, Wotif®, ebookers®, CheapTickets®, Expedia Group™ Media Solutions, CarRentals.com™ et Expedia Cruises™.

© 2025 Expedia, Inc., une société d'Expedia Group. Tous droits réservés. Le nom Expedia Group et le logo d'Expedia Group sont des marques déposées d'Expedia, Inc. CST : 2029030-50

[www.expediagroup.com](http://www.expediagroup.com)