



INVESTISSEMENT RÉSIDENCES MOBILITY



PRÉAMBULE

Dans une conjoncture instable, il n'est pas toujours aisé pour un investisseur de faire les bons arbitrages. Un support apparaît pourtant adapté par ses caractéristiques immobilières et la clientèle qu'il vise : la résidence mobility.

Elle permet de mixer les avantages de l'immobilier tout en diluant le risque locatif. La transformation des façons d'habiter émanant des évolutions liées à la mobilité, aux modes de travail et aux modes de vie, s'ajoute aux difficultés de location pour proposer un nouvel habitat.

Les pages qui suivent ont pour objectifs de présenter ce concept, son marché et ainsi de vous permettre d'envisager sereinement votre investissement.

Frédéric PIERRET
LMNP IMMOBILIER



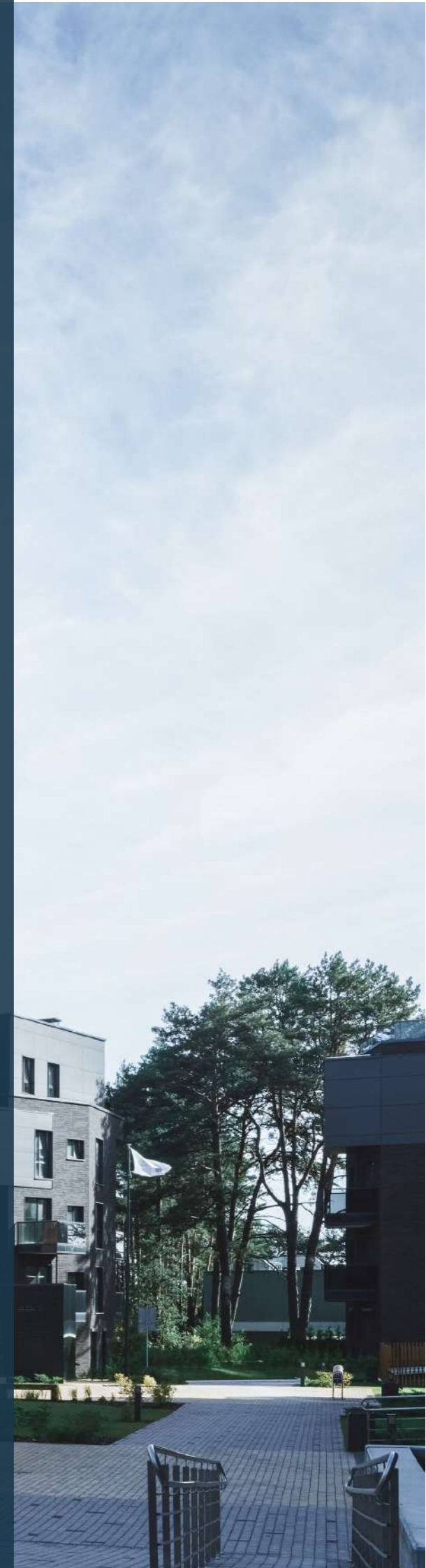
LMNP IMMOBILIER

LMNP IMMOBILIER

0 782 478 675

contact@lmpn-immobilier.com

lmpn-immobilier.com



NOS VILLES FRANÇAISES POIDS LOURDS DU TOURISME FRANÇAIS

Le tourisme urbain est une tendance touristique qui demeure populaire à travers le temps et qui attire toutes catégories de clientèles, peu importe leurs âges, leurs catégories socio-professionnelles ou encore leurs envies.

Les villes offrent une telle diversité d'activités, qu'elles peuvent répondre à toutes les attentes des clientèles en fonction de leurs centres d'intérêt et de leurs besoins. Les grandes métropoles jouissent d'un avantage majeur grâce à leur taille mais aussi leur renommée à l'international.

TOP 5

DES VILLES LES PLUS TOURISTIQUES DE FRANCE :

Nombre de touristes par an

1 - PARIS : 30 millions

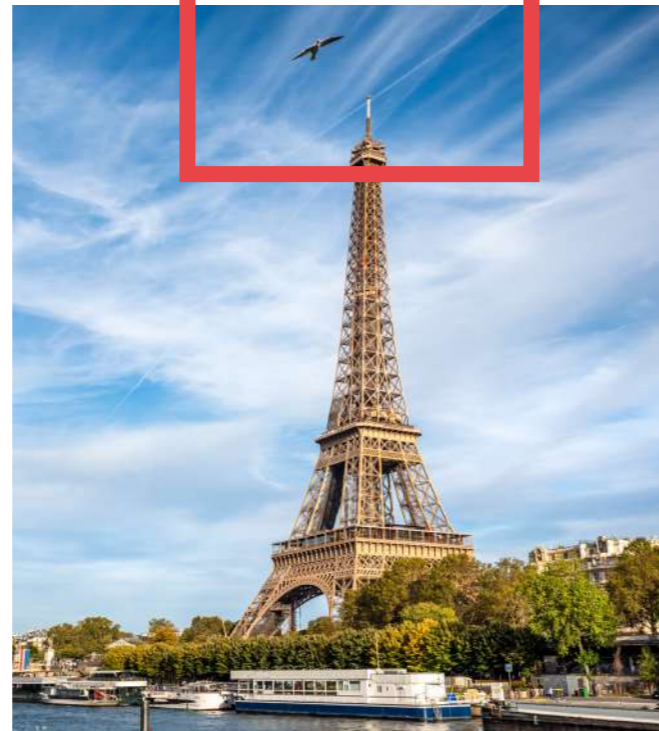
2 - LYON : 6 millions

2- LOURDES : 6 millions

3- TOULOUSE : 5,6 millions

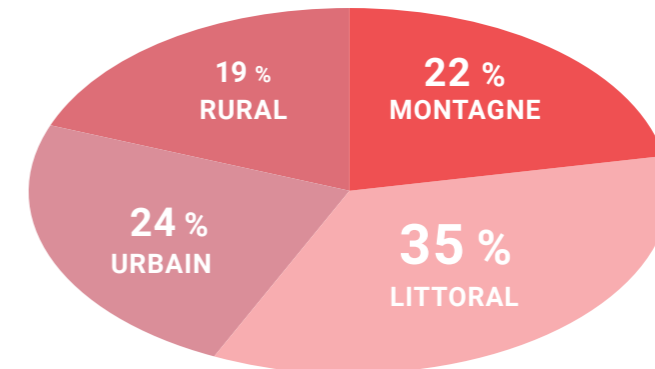
4- NICE : 4,3 millions

5 LA ROCHELLE : 4 millions



Le tourisme urbain représente à lui seul 72 % des nuitées hôtelières internationales et 45 % des voyages des français. Nos villes comptent 35 des 50 sites de visites à billetterie les plus fréquentés de France.

PART DES NUITÉES TOURISTIQUES
de la clientèle française par zone (YTD octobre 2022)



Source : Atout France - Kantar

Les espaces urbains représentent à eux seuls 24 % des nuitées des français. Si l'on ajoute les zones de littoral urbain, la part des nuitées passe de 24 à 47 %, soit la plus forte zone d'attractivité.



L'épidémie récente qu'a connu le tourisme urbain n'a pas bouleversé les tendances lourdes de consommation touristique en ville :

- Une sensibilité accrue aux questions de sécurité sanitaire, appétence pour les hébergements de petites surfaces, pour les équipements et animations extérieurs.
- Le développement de la consommation de la « nature en ville » : les parcs et jardins, les fleuves et rivières...
- La fréquentation des espaces hors des sentiers battus, au sein des villes elles-mêmes.
- La prise en compte, plus ou moins forte, du caractère « durable » des différentes prestations touristiques.

Grâce à des durées plus réduites de séjours et une saisonnalité moins marquée, nos villes bénéficient d'une attractivité en toutes saisons.

LE TOURISME D'AFFAIRES, UN SECTEUR CLÉ POUR LA FRANCE



Le tourisme professionnel est un secteur clé, à la fois d'un point de vue économique, mais aussi au niveau des affaires et du fonctionnement des entreprises.

En 2018, 380 000 événements d'entreprises ont été organisés en France métropolitaine (hors activité de foires, salons et congrès). Les retombées pour les professionnels et le tourisme français sont conséquentes. Elles sont évaluées à 32 milliards d'euros, avec pour corollaire 335 000 emplois créés ou maintenus.

Les entreprises de la filière (agences, prestataires, traiteurs...) sont les premières à bénéficier de ce dynamisme avec 16,8 milliards d'euros de retombées (52 %). Les 48 % restants profitent aux entreprises d'accueil, à commencer par l'hébergement (5,5 milliards), devant la restauration, le transport et le commerce local. **Le tourisme d'affaires** permet de lisser l'activité en remplissant les établissements d'hébergement en basse saison.

La clientèle d'affaires individuelle se déplace sur des courts séjours pour des réunions d'affaires, des visites clients, des salons... Cependant, une nouvelle tendance émerge et permet d'associer travail et vacances : le bleisure. Contraction de « business » (affaires) et « loisir » (loisirs), le bleisure est une formule hybride permettant aux voyageurs d'affaires de prolonger leur séjour pour visiter. La digitalisation et le télétravail offrent une plus grande flexibilité pour organiser ce type de séjours plus longs qu'un déplacement professionnel classique. Ils sont 82 % à rester dans le même hébergement pendant toute la durée de leur voyage. Enfin, une dernière catégorie recherchera un logement pour quelques semaines, voire quelques mois, dans le cadre de missions spécifiques.

Sources : Atout-France.fr ; GBTA.org

Qu'il soit à vocation touristique ou professionnelle, le tourisme citoyen représente une composante centrale de l'économie et un élément important des politiques de développement urbain.



LOGEMENTS ÉTUDIANTS, UNE OFFRE TOUJOURS INSUFFISANTE

Semestre universitaire, stage longue durée... la location courte durée pour étudiants

Le logement des étudiants est un marché porteur dont la demande est en constante augmentation. La population étudiante en France atteint un effectif de plus de 2,7 millions et n'a cessé d'augmenter ces 30 dernières années.

Selon les prévisions effectuées à partir des résultats du baccalauréat, l'enseignement supérieur pourrait compter 2,99 millions d'étudiants en 2025 et plus de 3 millions en 2030.

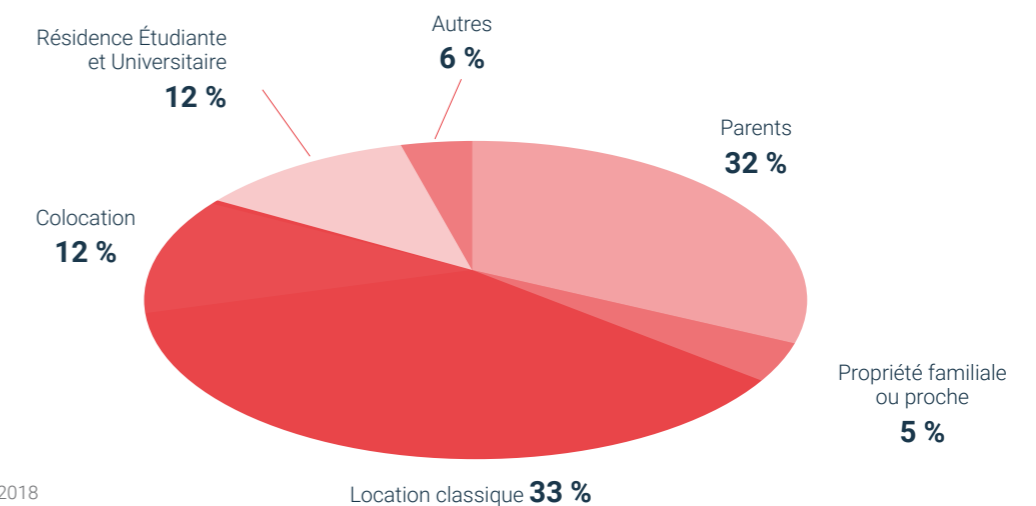


La France se situe d'ailleurs au 4^e rang mondial* des pays d'accueil d'étudiants étrangers. Par choix ou par nécessité, 2/3 de ces étudiants quittent le domicile des parents, plus de 1,7 million d'entre eux devant trouver une solution de logement durant leurs études secondaires.



2 étudiants sur 3 sont logés hors du domicile familial

Type de logement pendant la période universitaire



Source : Campus France 2018

RÉSIDENCE MOBILITY

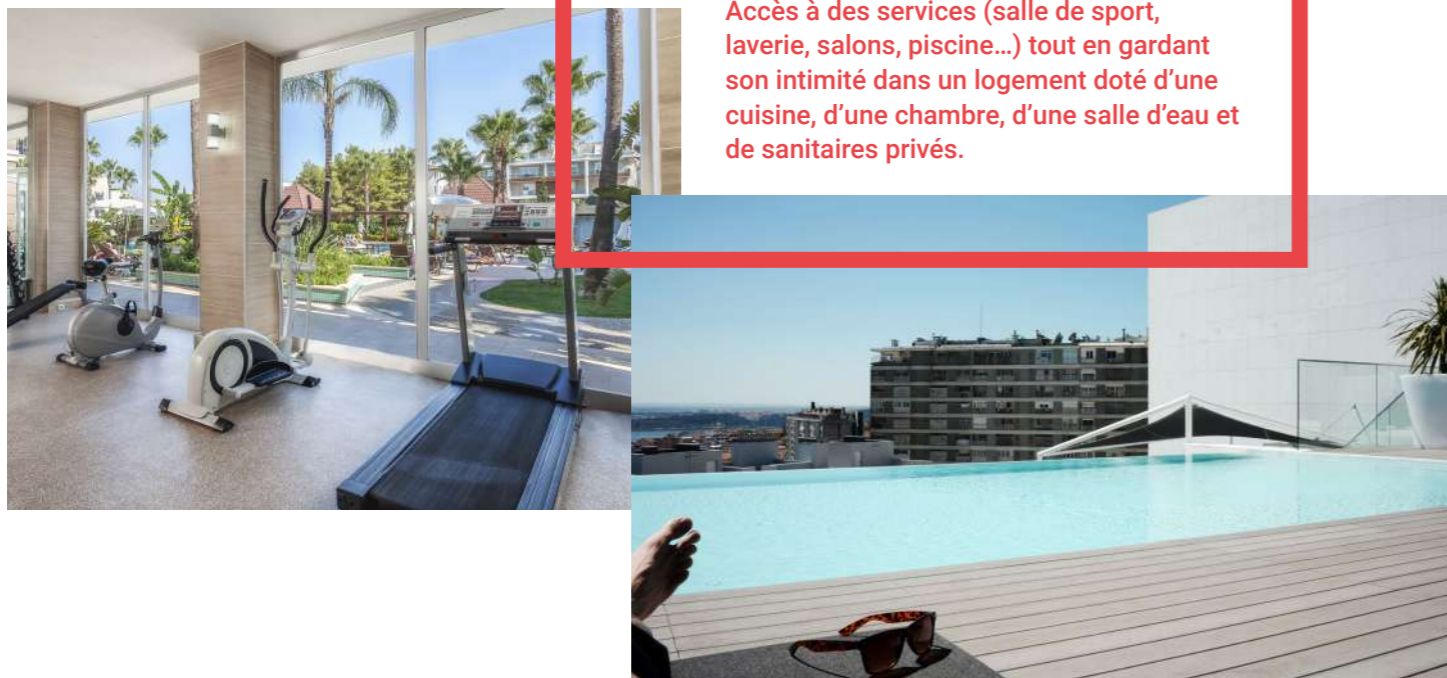


UNE SOLUTION POUR RÉPONDRE AUX NOUVEAUX BESOINS ET NOUVEAUX COMPORTEMENTS.

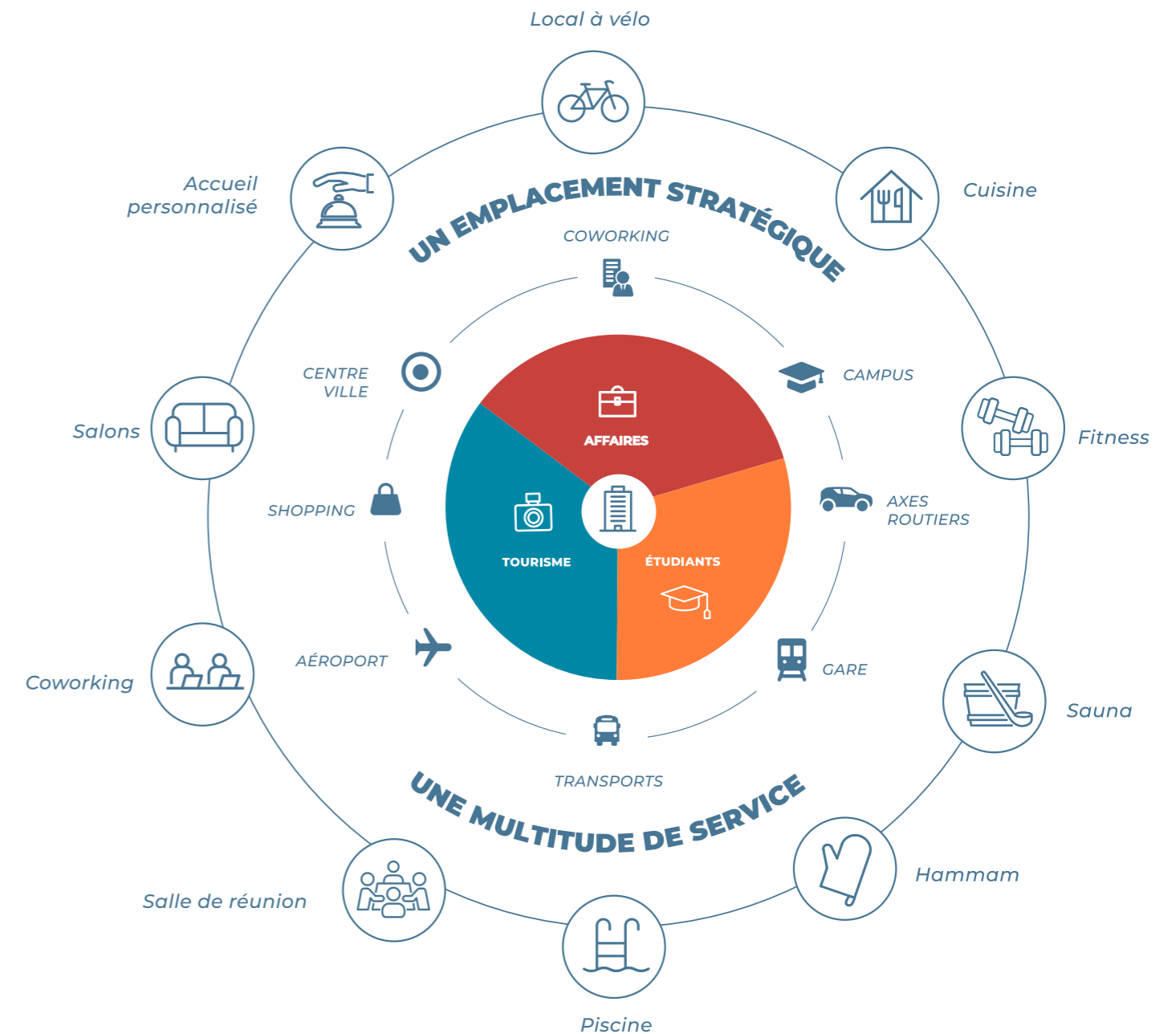
Dans un contexte de pénurie, la quête d'un logement pour une courte durée peut s'avérer très laborieuse.

Les évolutions comportementales et sociétales modifient les parcours résidentiels et créent de nouveaux besoins. La résidence mobility s'inscrit dans cette transformation qui se traduit par la recherche de flexibilité locative, de services et de convivialité. Située proche des pôles économiques et/ou étudiants, la résidence mobility s'adresse à une cible multiple composée d'une clientèle professionnelle, de loisirs et étudiante. Plébiscitées pour leur facilité d'accès, leur confort et leurs services, elles peuvent accueillir à la fois des personnes mobiles, des étudiants et des touristes.

La **résidence mobility** permet d'avoir accès à des services (salle de sport, laverie, salons, piscine...) tout en gardant son intimité dans un logement doté d'une cuisine, d'une chambre, d'une salle d'eau et de sanitaires privés. Des prestations de ménage, d'accès internet, d'eau et d'électricité sont généralement incluses dans le loyer.



Accès à des services (salle de sport, laverie, salons, piscine...) tout en gardant son intimité dans un logement doté d'une cuisine, d'une chambre, d'une salle d'eau et de sanitaires privés.



Ce nouveau type de résidence permet d'offrir une solution intermédiaire entre le parc locatif classique de longue durée et les résidences gérées mono-clientèle. La diversité de locataires en résidence mobility permet d'optimiser le chiffre d'affaires de l'établissement grâce à une tarification dynamique en fonction de la demande et notamment de la durée des séjours. Etudiants, jeunes actifs, touristes et personnes en mobilité professionnelle optimiseront le remplissage tout au long de l'année en minimisant les effets de saisonnalité.



GUIDE DE L'INVESTISSEMENT RÉSIDENCES MOBILITY

