

The background image shows a coastal scene at sunset or sunrise. Several fishing huts, known as 'maisons de pêcheurs', are built on wooden stilts over the ocean. The sky is filled with dramatic, dark clouds, and the water is turbulent, with white foam from waves crashing against dark rocks in the foreground. The overall mood is somber and evocative.

# CAPTEZ LES SIGNAUX DU CHANGEMENT

**Tourisme en transition : de nouveaux  
repères pour agir**

**"JE VEUX DU NATUREL, DE  
L'AUTHENTIQUE, DU LOCAL.**

**J'ARRIVE VENDREDI SOIR TARD.**

**JE VEUX LE WIFI, LA CLIM',  
ET DE SUPERS AVIS AVANT DE  
RÉSERVER."**

**CE N'EST PAS DE  
LA MAUVAISE FOI.**

**C'EST DE LA  
COMPLEXITÉ HUMAINE.**

**IL VEUT DU SENS ET DU CONFORT  
DE L'EXPÉRIENCE ET DU SANS-FRICTION  
DU TERRITOIRE ET DE LA CONNECTIVITÉ**

**PARTIE 1**  
**LES SIGNAUX FAIBLES QUI**  
**SONT DEVENUS FORTS**



# **SIGNAL 1: LE RETOUR AU PROCHE**

**Le voyageur est revenu.  
Et il reste.**

**Eté 2026:  
+15 points**



# SIGNAL 2 : L'EXPÉRIENCE DÉPASSE LE LOGEMENT

**Ce qui était suffisant**

---

Confort, propreté, équipements

---

Description exacte

---

Check-in sans accroc

---

**Ce qui fait la différence aujourd'hui**

---

Le verre de bienvenue


---

La reco du resto du coin

---

La balade avec le propriétaire

# SIGNAL 3 : LA RÉGLEMENTATION ARRIVE

 réforme

nom féminin

(de réformer)

1. Changement de caractère profond, radical apporté à quelque chose, en particulier à une institution, et visant à améliorer son fonctionnement :

**2025 : Réforme fiscale meublés tourisme  
(micro-BIC revu)**

**2026 : DPE obligatoire pour les nouvelles  
mises en location**

**2027-2028 : Interdictions de location pour  
les logements F/G (selon zones)**

*Ceux qui anticipent prennent de l'avance.  
Les autres subissent.*

**PARTIE 2**  
**DÉCRYPTER LA TRANSITION**  
**CE QUE ÇA VEUT DIRE POUR**  
**VOUS, CONCRÈTEMENT**

“ MENTION SPÉCIALE  
pour le petit déjeuner,  
copieux et local.



“ PETIT DÉJEUNER COPIEUX  
et fait-maison délicieux.

## **DIMENSION 1 : DURABILITÉ : LE FILTRE QUI TRIE**

**La durabilité n'est plus un  
bonus. C'est un filtre.**

Les hébergements qui ont une  
démarche attirent un client  
différent. Plus fidèle. Moins sensible  
au prix. Plus prescripteur.



## **DIMENSION 2 : L'EXPÉRIENCE CLIENT COMME NOUVEAU STANDARD**



**Votre concurrent n'est  
plus le gîte d'à côté.**



# DIMENSION 3 : LE NUMÉRIQUE, OUTIL PAS FINALITÉ



**Le numérique gère**

**L'humain crée**

Les réservations

La relation

Les confirmations

La surprise

Les avis

La fidélité

Le pricing automatique

L'histoire



**PARTIE 3**  
**CE QUE VOUS POUVEZ FAIRE**  
**4 LEVIERS CONCRETS**



## **LEVIER 1: L'EXPÉRIENCE ENGAGÉE**

**Identifiez vos 2 ou 3  
moments qui font la  
différence.**

*Ce sont souvent les choses  
les moins coûteuses qui  
génèrent les meilleures  
notes.*

### Au pays de l'art roman

★ 10,0 Les Normands ✓

Accueil très chaleureux de Monsieur Bonnefont père. Gîte très agréable, confortable, bien décoré avec une jolie petite cour. Le nord de la Charente possède un riche patrimoine culturel (églises, abbayes, châteaux...) et gastronomique. Les balades le long de la Charente sont propices à la rêverie.

### LA PERLE RARE

★ 10,0 Angélique ✓

Nous avons passé un super séjour en famille dans un gîte sublime: très propre, bien équipé, moderne, calme...TOUT EST PARAIT, RIEN NE MANQUE.Accueil formidable de Mr Bonnefont père: il est trop chou et un magnifique cadeau de bienvenue.Nous recommandons vivement ce gîte.Si vous hésitez, ne cherchez plus, vous avez trouvé la perle rare en Charente.

## LEVIER 2 : LE RECIT

**Même bien.  
Même prix.**

**Laquelle  
réservez-vous ?**



# **LEVIER 3 : L'AGILITÉ FACE AUX PROFILS**

**Choisissez votre  
cible.**

**Adaptez votre  
discours.**

**C'est rentable.**



## **LEVIER 4 : LES NOUVEAUX ENJEUX DE DURABILITE**

**La durabilité n'est  
pas un sacrifice.  
C'est un argument  
de vente.**

# **LA TRANSITION, ELLE SE GAGNE AU NIVEAU DU TERRITOIRE.**

Vous avez un territoire qui joue pour vous.  
Et vous avez de nombreux alliés pour gagner.

**DES QUESTIONS ?**

# NOUS CONTACTER



IDTOURISME

Tel : 06 99 29 47 29

Email : [guillaume@id-tourisme.fr](mailto:guillaume@id-tourisme.fr)

Site Internet : [www.id-tourisme.fr](http://www.id-tourisme.fr)

Blog : [www.tendances-tourisme.fr](http://www.tendances-tourisme.fr)