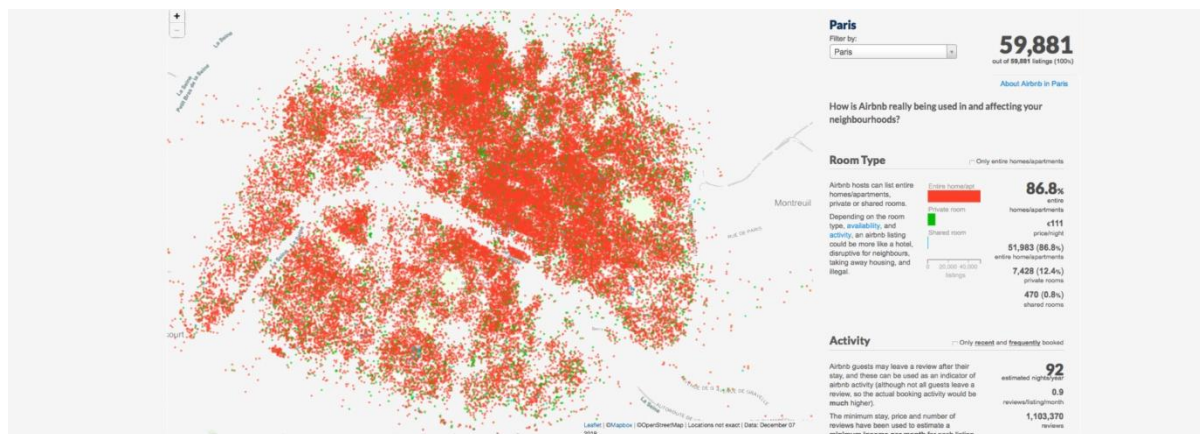


Airbnb : la médaille... et son revers



Aujourd'hui, lorsqu'on part en vacances la première option n'est plus forcément l'hôtellerie, mais la location sur Airbnb. Airbnb qui signifie « airbed and breakfast » (matelas gonflable et petit déjeuner) est une plateforme dite de partage avec la location et réservation de logements directement entre particuliers. Cette entreprise fondée en 2008 dans la Silicon Valley a acquis une dimension mondiale avec plus de 7 millions de logements dans plus de 80000 villes à travers 191 pays. Airbnb a permis une sorte de démocratisation du tourisme permettant aux voyageurs de trouver des logements à des prix largement inférieurs à ceux de l'hôtellerie et des offres plus variées avec des appartements/maisons de toutes tailles avec toutes sortes de caractéristiques.

Cependant, comme le démontrent ces quatre tribunes publiées dans *Le Monde* le 10 janvier 2020, il y a un revers à cette médaille, notamment la désertification des centres villes, des discriminations qui persistent et une conséquence importante sur le prix du logement. On se demandera donc quels sont les principaux défauts dans le système d'Airbnb ainsi que les différentes solutions pour résoudre ces ennuis affligeants.

Tout d'abord, nous allons analyser les défauts du moteur de recherche d'Airbnb. Pour cela, nous nous appuyerons sur la tribune écrite par Mehdi Farajallah. Mehdi Farajallah est un enseignant-chercheur à Rennes School of Business et en tant qu'économiste il nous détaille le fonctionnement de l'algorithme d'Airbnb permettant ainsi d'expliquer le succès de certains et les ennuis des autres sur cette plateforme.

Il y a évidemment des raisons logiques qui définissent le succès sur Airbnb. Des facteurs tels que la localisation de l'appartement, sa taille et son prix sont indispensables pour la réussite sur Airbnb. Par exemple, un appartement de luxe près de la Tour Eiffel va être plus sollicité qu'un minuscule appartement isolé dans la banlieue.

Mais ces facteurs rationnels et raisonnables ne sont pas les seules clés du succès à l'heure de la location. Il y a des raisons plus approfondies qui sont nécessaires pour la réussite, notamment plaire à la plateforme. Dans ce monde des nouvelles technologies, la majorité des clients cherchent la facilité et la rapidité avant tout, il est donc nécessaire d'apparaître comme une des premières options sur le site. D'après Mehdi Farajallah, l'algorithme cherche certaines caractéristiques clés pour mettre le logeur sur une des premières pages.

Le site favorise les offreurs qui sont moins chancelants, qui répondent vite et qui n'hésitent pas avant d'accepter l'offre des clients. Cela a un but commercial, pour qu'il y ait donc plus d'accords conclus sur une plus courte durée. Ce système favorise les professionnels qui sont très disponibles et qui ne sont pas effrayés de louer un appartement à n'importe qui. Les hôtes quant à eux sont moins assistés par cet algorithme. Ils n'ont pas toujours des dates disponibles et sont plus réticents à l'idée de louer leur domicile à de complets inconnus. Pour valoriser ces personnes très réactives, très bien notées et avec des locations très régulières la plateforme leur donne le titre de « Superhost » et ce sont ces personnes qui sont normalement sur les premières pages.

Pour faire face à cette compétition acharnée, les offreurs deviennent en sorte des micro-entrepreneurs, étudiant leur émules pour pouvoir fixer les prix, s'inspirant des photos de certains et même décidant de faire certains investissements. Sur le site Airbnb, la majorité des clients ne passent pas énormément de temps avant de choisir définitivement leur location, l'image est donc fondamentale. Cependant, ces images qui sont normalement assez ressemblantes et avec la majorité des logements ayant souvent des avis très positifs, les personnes se fient de plus en plus à l'apparence physique des hôtes. Comme le démontrent deux études citées dans cette tribune (« Trust and reputation in the sharing economy : The role of personal photos in Airbnb » et « Digital Discrimination : the case of Airbnb.com ») il y a aussi de la discrimination dans le monde digital d'Airbnb. Les jeunes femmes ont plus de demandes de location à tarifs plus élevés que des locations similaires offertes par des hommes. On peut faire un constat similaire par rapport à la couleur de peau, des logements d'Airbnb à New York proposés par des afro-américains sont en moyenne 12% moins chers que des appartements similaires proposés par des blancs.

Ainsi, cette tribune nous montre bien les failles dans l'algorithme d'Airbnb, avec une certaine discrimination sexuelle et raciale ainsi qu'une préférence réservée aux professionnels qui sont moins douteux et ont des logements presque tout le temps disponibles par rapport aux hôtes qui louent leur propre domicile.

Après avoir décortiqué les problèmes dans l'algorithme en utilisant la tribune de Mehdi Farajallah, nous allons étudier la tribune de Ivalyo Petev et Sander Wagner. Ces deux sociologues, le premier chargé de recherche au CNRS et directeur du pôle de sociologie quantitative du CREST et le deuxième enseignant-chercheur au pôle de sociologie quantitative du CREST, mettent en évidence les problèmes auxquels les villes font face à la prolifération d'Airbnb et proposent aussi une plus grande réglementation pour éviter les dérives.

Airbnb considère sa plateforme comme un espace de partage où les liens entre particuliers sont renforcés. En vérité, Airbnb est plutôt estimée comme une alternative à l'hôtellerie qu'un espace communautaire. Paris, le plus grand marché d'Airbnb au monde avec plus de 60000 logements, n'a que 13% de colocations, le reste étant des locations de logements entiers. De plus, pour maîtriser la transaction duquel Airbnb prélève un pourcentage important, il y a de rares échanges entre locataire et hôte.

Ainsi, en satisfaisant le besoin de locataires de passage, Airbnb contribue au développement des commerces. Cependant, cette nouvelle forme de tourisme puise dans les ressources publiques tels que les places de parking ou encore les infrastructures culturelles qui sont saturées dans la majorité des métropoles et inadaptées ailleurs. De plus, l'augmentation de

logements destinés au tourisme entraîne la réduction de l'offre et donc la hausse des prix des logements à longue durée. Sur le marché américain, chaque fois que l'offre d'Airbnb augmente de 10%, les prix du marché locatif augmentent de 1%. Si ce phénomène s'appliquait à Paris, on remarquerait une inconcevable augmentation de 12,4% sur les prix du marché locatif en seulement quatre ans.

D'ailleurs, la présence d'Airbnb dans certains immeubles fait que ces espaces résidentiels se métamorphosent en lieux de passage fréquents où le voisinage est obligé de vivre avec les inconvénients.

Comme nous l'avait démontré Mehdi Farajallah, les stéréotypes préexistent dans le monde digital d'Airbnb. Dans leur expérience, Ivaylo Petev et Sander Wagner établissent que les personnes ayant un nom à consonance arabe ont moins de chance d'être choisis que ceux qui ont un nom à consonance française.

Pour faire face à la généralisation de certains stéréotypes et à la discrimination qui en résulte, les auteurs proposent deux idées principales.

La première proposition, c'est qu'Airbnb donne accès à l'historique informatique des transactions de chaque usager permettant ainsi l'identification et la poursuite pénale des actes de discriminations.

La deuxième proposition c'est d'anonymiser les profils avant la conclusion de la transaction. Cette politique évincerait les informations personnelles (photos et nom) qui sont les sources principales de discrimination.

Après avoir compris les différentes failles dans le moteur de recherche d'Airbnb ainsi que des éventuelles solutions, nous allons observer comment Airbnb afflige les plus pauvres. Afin de comprendre ce problème malheureux, nous nous fonderons sur la tribune écrite par Johanna Dagorn et Matthieu Rouveyre. Johanna Dagorn est sociologue et codirectrice des « *Cahiers de la LCD - Lutte contre les discriminations* » et Matthieu Rouveyre est doctorant en droit public à l'Institut Léon Duguit (Université de Bordeaux), fondateur de l'Observatoire Airbnb et élu socialiste au Conseil municipal de Bordeaux.

En premier lieu, Airbnb a joué un rôle essentiel dans l'uberisation de la location saisonnière. L'uberisation est un modèle de commerce dans lequel la clientèle et les professionnels sont mise en relation directement à travers une plateforme technologique. Cette location de particulier à particulier est singulièrement rentable, poussant ainsi de nombreux investisseurs à acheter des appartements uniquement pour les louer.

Ce phénomène conduit des ménages qui vivaient à plein temps dans ces espaces à trouver un nouveau logement. Due à la raréfaction du foncier disponible conduisant une hausse du prix du foncier, ces ménages qui ont vendu leur maison/appartement, se trouvent dans une situation compliquée pour trouver un nouveau logement. Un cas concret est celui de Bordeaux où Airbnb est très présent. Pour acquérir un logement de 75 m² un ménage doit percevoir plus de 5000 euros pour obtenir un prêt immobilier, le plaçant dans les 20% plus riches de la population.

L'Airbnbisation ne touche donc pas que les plus précaires mais aussi une partie importante de la classe moyenne. Cette situation délicate pousse ces ménages qui ont dû vendre leur logement à trouver refuge loin du centre-ville des métropoles. Les plus pauvres sont

contraints de vivre dans la périphérie de la périphérie, dans des espaces ruraux démunis où l'Etat est de moins en moins présent et dans lesquels ces ménages sont trop souvent isolés.

Pour conclure leur tribune, les auteurs questionnent si le logement peut être considéré comme un bien comme les autres en prenant compte de l'impact néfaste pour certaines personnes plus précaires. Les auteurs incitent l'Etat à agir et innover avec des politiques publiques qui peuvent donc faire face à cette question et donc de « réinventer le droit de la ville ».

Enfin, comme nous l'affirme cette dernière tribune de Victor Piganiol, un chercheur au département de géographie, sciences de l'espace et de la terre de l'Université de Bordeaux, Airbnb est en train de prendre de plus en plus d'ampleur dans le débat politique. Dans les débats municipaux avant l'élection en mars 2020, certains élus considèrent qu'Airbnb agit au détriment de leur ville, qu'Airbnb les a colonisés ou cannibalisés.

Pour insister sur l'influence négative d'Airbnb, l'auteur s'appuie sur les conséquences mises en évidence par les autres tribunes telles que l'aggravation de la crise du logement ou la relégation des populations précaires vers les périphéries des villes.

Pour faire face à ces effets assez malheureux, de nombreuses politiques ont déjà été mises en place pour réglementer Airbnb. D'un côté les régulations envers les propriétaires, notamment avec l'obligation de compenser tout logement transformé en meuble touristique, un seuil de 120 jours de location par an et un numéro d'enregistrement obligatoire. De l'autre, des régulations envers l'entreprise elle-même à travers des assignations en justice et la transmission annuelle à la mairie de la liste des adresses de location et des nuitées.

De nombreux élus jugent que ces prérogatives faites par l'Etat et l'Union européenne sont banales et qu'il faudrait faire plus face à cette situation sans précédent. De fait, les politiques évoquent Airbnb dans leur discours que ce soit pour parler de sa présence ou d'éventuelles réglementations car cela permet d'adresser un message aux électeurs dans le but de gagner des voix. Certains, dont Benjamin Griveaux (LRM), insistent sur l'idée qu'Airbnb permettait un treizième mois de salaire et donc qu'il n'y aurait pas de restrictions. D'autres, comme Thomas Cazenave (LRM), demandent plus de contrôle.

On peut donc dire qu'Airbnb est devenu plus qu'une simple plateforme de location saisonnière, c'est un des nouveaux sujets phares des débats politiques.

Après cette crise du Coronavirus qui touche particulièrement le secteur du tourisme, il sera intéressant d'observer la réinvention d'une entreprise comme Airbnb. Est-ce qu'elle continuera d'être aussi rentable et demandée, ou va-t-elle devenir au contraire plus réglementée et exclusive ?

Bernardo MONTEIRO (1^{ère} 9), le 2 novembre 2020