



BUSINESS PLAN & ÉTUDE FINANCIÈRE

MAISON D'HÔTES

PORTEUR DU PROJET GILLES BARP



63 580 SAINT-GENES LA TOURETTE

GILLES.BARP@GMAIL.COM / 06 46 63 30 70

5 NOVEMBRE 2018

1- PRÉSENTATION DU PORTEUR DE PROJET

Gilles BARP

domicilié à Berme Bas 63 580 St-Etienne sur Usson

[06 46 63 30 70](tel:0646633070)

gilles.barp@gmail.com

Une formation Art et industries graphique avec l'obtention d'un BT en 1983

20 ans d'expérience en exploitation et direction industrielle. Gestion opérationnelle multi-sites en flux tendus. Planification et pilotage stratégique des sites de production. Management et conduite du changement.

Création et développement de différentes activités indépendantes, événements artistiques, galerie d'Art, lieu d'accueil atypique, pour séminaires, formations, conférences... .

Des compétences acquises et validées tout au long de ces parcours.

Une expertise en organisation, gestion et management.

Formé aux activités de bien-être et formateur en relaxation coréenne.

De réelles aptitudes à la cuisine pour mon plaisir et celui des invités.

Des compétences pluri-disciplinaires dans l'organisation, la relation avec l'humain et depuis ces 3 dernières années dans l'accueil. Depuis très longtemps le rapport à l'autre dans l'échange et son bien-être est une donnée incontournable.

Une première expérience des métiers d'accueil, avec la création d'un lieu atypique à Rennes, une péniche réhabilitée pour l'accueil de séminaires, de conférences, de formations et concerts privés avec comme clientèle entreprises, associations et particuliers pendant deux années (2016/17), interrompue pour raisons familiales.

L'activité de maison d'hôtes sera la concrétisation d'un projet depuis longtemps souhaité mais volontairement mis en veille tant que les conditions ne me semblaient pas réunies.

Aujourd'hui libre de tout engagement familial et financier, des connaissances et compétences acquises dans bon nombre de secteurs d'activité et une envie forte de partager tout cela .

Un nouveau challenge qui allie rencontres, accueil et partage d'un lieu plaisant et apaisant dans un contexte authentique. Mettre en avant et faire fructifier ce savoir-faire, qu'il s'agisse de cuisine, d'art pictural ou de bien-être au sein d'une activité d'accueil et d'organisation dans un cadre d'hébergement touristique.

2 - PRÉSENTATION DU PROJET

RESUME DU PROJET

Création d'une maison d'hôtes dans les anciennes forges du village de Saint-Genès la Tourette situé dans le département du Puy de Dôme et du parc naturel régional du Livradois. Un potentiel d'accueil de 10 personnes avec 5 chambres confortablement équipées. Une table d'hôtes pour les repas du soir, des stages hébergés bien-être et relaxation, peinture ou cuisine avec de vastes espaces communs pour préserver le calme et l'intimité des hôtes. Impressionnant par la diversité et la beauté simple et forte de ses paysages, le village de St Génès la Tourette et son versant offrent une qualité environnementale, des espaces préservés, l'eau, les rivières, les vallées, les volcans dont le plus célèbre a donné son nom au département. Deux des plus grands parcs naturels régionaux de France, le parc des volcans et le parc du Livradois Forez. Des paysages où le tourisme vert trouve tout son sens. De la randonnée pédestre aux balades à vélo en passant par la pêche... ou juste apprécier le calme d'une maison d'hôtes dans un petit village authentique situé entre Ambert, Brioude et la ville d'Issoire située à moins de 25 minutes de la maison d'hôte. Un dépaysement assuré dans un cadre nature.

ORIGINE DU PROJET

Une volonté d'accueillir et d'offrir un séjour différent du quotidien pour beaucoup, un temps de découverte, un temps pour s'échapper, un temps de repos. Je connais l'Auvergne et le département du Puy de Dôme depuis mon adolescence. Breton d'origine puis avignonnais pendant 25 ans. L'opportunité d'un autre choix de vie se présente dans ce petit village de St-Genès la Tourette. Quelques économies en poche, une vraie volonté de vivre autrement. Cette maison me parle et parlera j'en suis sûr à tous, à celles et ceux qui y séjourneront. C'est parti, c'est ici dans cette ancienne forge devenue au fil du temps une grosse maison familiale et qui aujourd'hui ne demande qu'à vivre ce projet qui la transformera une nouvelle fois.

LES OBJECTIFS DU PROJET

En premier lieu faire (re)découvrir au plus grand nombre un mode de vie choisi en lien avec des valeurs authentiques et simples, c'est aussi démontrer qu'il est possible d'accéder à ce qui nous tient à cœur. C'est aussi un projet de réhabilitation de l'habitat local, une contribution à faire (re)vivre ces lieux excentrés ou il suffit de peu pour les (ré)animer. Mais tout cela sans ignorer qu'il s'agit aussi d'un projet économique, générateur de résultats suffisants pour pérenniser l'activité. De l'organisation et de la rigueur, une communication adaptée et une approche marketing s'appuyant sur des outils actuels et performants.

C'est montrer à toutes celles et ceux qui choisiront cette étape qu'ils ne se sont pas trompés. Leurs offrir un moment où chacun pourra s'échapper de son quotidien, dans un contexte vert où la nature est un essentiel, un moment convivial et apaisant mais aussi le lieu d'une intimité préservée. Avec ce même fil conducteur d'être toujours au plus près des attentes de la clientèle.

STADE D'AVANCEMENT DU PROJET

Déjà une certitude et une conviction profonde que ce projet est une évidence pour moi en terme de mode de vie, de lieu de vie et de capacités à développer cette activité.

Ceci étant acté et profondément ancré, je visite et sillonne depuis 3 mois les routes et montagnes du Puy de Dôme et de la Haute Loire, en (re)découvre la beauté et l'authenticité. Le parc du Livradois-Forez, ses forêts, ses rivières, toutes ses étendues vertes ponctuées de hameaux typiques, de châteaux historiques, et toujours accueillis chaleureusement. Dans le village de Saint-Génès la Tourette je m'arrête devant cette grande maison. Elle me plaît. Ce village est situé à 25 mn d'Issoire, bassin économique dynamique, à 45 mn de Clermont Ferrand, à proximité de l'A75 et des petites villes de Sauxilange et du Vernet la Varennes (6km) , équipées des structures et commerces nécessaires. Je visite la maison deux fois, estime les travaux d'aménagements et de redistribution. Je fais venir différentes personnes en leur exposant mon projet et les questionne sur leur ressenti. Tous sont unanimes sur le positif que dégage cette maison. C'est important.

Peu de travaux de réaménagement et donc une activité qui peu débuter dans les 5 mois qui suivront l'achat

J'ai fait une offre d'achat à 150 000 euro. Premier retour positif. Je peux financer cet achat à 50% et possède les fonds nécessaires pour réhabiliter le lieu.

Le business plan et prévisionnel de l'activité sur 3 ans sont réalisés.

En attente du financement :

- Statut juridique, j'opte pour le régime micro-entrepreneur simple à mettre en œuvre (charges sociales indexées sur le CA - CA plafonné à 170 000 euros avec abattement de 71% avant imposition)
 - Inscription au RCS – immatriculation auprès du CFE de la chambre de commerce
 - Affiliation au régime social des travailleurs non salariés (TNS) au titre des assurances maladie, maternité, vieillesse, invalidité et décès
- Dossier demande de subvention département et région dans le cadre de la réhabilitation de l'habitat local.

Création site (en cours) et réservation en ligne
Référencement sur sites dédiés
Activation réseaux sociaux et pro
Présence dans les offices de tourisme régionaux
Création d'une messagerie dédiée

Planning de lancement.

Après validation de l'organisme prêteur pour les 50% du financement,
je prévois la signature du compromis **fin novembre 2018**.

Signature de l'acte de vente **fin janvier 2019**

Création du statut juridique, Inscription au RCS – immatriculation auprès du CFE ,

Affiliation au régime social des travailleurs non salariés (TNS) **fin janvier 2019**

Communication et marketing

Création site et référencement

Référencement sur site dédiés

Print et diffusion

Contacts réseau

Février/mars 2019

Travaux d'aménagement :

Réaménagement des espaces de nuit et sanitaires

Réaménagement espace cuisine

Modification des systèmes de chauffage

Février/Avril 2019

Tous ces travaux sont réalisés par mes soins

Aménagement des chambres, literie et pièces de vie, décoration intérieure

Réalisé par mes soins.

Mai 2019

Accueil possible des premiers hôtes Juin/juillet 2019



3 - ÉTUDE DE MARCHÉ

HYPOTHÈSES ET MÉTHODE D'ÉTUDE DE MARCHÉ

L'Auvergne est à la fois une région et une destination clairement identifiée et, parce que le tourisme est une activité économique à part entière, le Conseil régional lui apporte un soutien sans faille. Ce qui est plutôt facilitateur pour celui qui veut s'y installer et proposer une activité d'accueil et d'hébergement.

Le Puy-de-Dôme, est incontournable pour les amateurs de randonnées avec une multitude d'itinéraires spécialement balisés pour les familles en vacances. Il est aussi le vaste royaume des amoureux de sports de pleine nature, synonymes de ressourcement en solo, à deux ou en famille, en toute saison: VTT et cyclotourisme, randonnée équestre, parapente, canoë-kayak, baignade, vol en montgolfière, balades en raquettes, parcours aventure ou simplement farniente, brocantes, villages remarquables.



Les prestataires touristiques, très sensibilisés à la qualité de l'accueil, offrent un large éventail d'hébergements mais les parts de marché restent très extensibles.

Les cibles identifiées :

Première cible, une clientèle en recherche d'authenticité, de découverte, de calme et de retour à la nature. Familles, couples ou solo en recherche d'activités vertes et de redécouverte des espaces moyenne montagne - tranche d'âge 30/45 ans.

Le patrimoine bâti est constitué de villages perchés, châteaux renaissance, églises de l'Art roman auvergnat (Orcival, Saint-Nectaire, Issoire, Notre-Dame-du-Port à Clermont-Ferrand et Saint-Saturnin). Un riche choix de visites pour celles et ceux emprunts d'histoire et de cultures. **Cette deuxième cible**, une clientèle encline à découvrir le patrimoine de l'Auvergne et exigeante en terme des objectifs qu'elle se fixe. Ambert, La Chaise Dieu, Brioude, Issoire et bon nombre de petits villages au passé historique médiéval sont autant de destinations qui sauront répondre à cette demande.

SITES DE LOISIRS ET DÉCOUVERTES

	VISITEURS
Le PAL (03).....	562 750
Vulcania (63).....	322 500
Volcan de Lemptégy (63).....	98 200
Parc Animalier d'Auvergne (63).....	83 000
Espace d'Information des Eaux de Volvic (63).....	80 350
Fontaines pétifiantes de Saint-Nectaire (63).....	49 350
Paléopolis (03).....	33 000
Maison de la Pierre (63).....	25 000
Scénomusée La Toinette et Julien (63).....	23 900
Distillerie et Maison de la Verveine du Velay (43).....	15 600
Espace Avèze - Maison de la Gentiane (15).....	12 850

CHÂTEAUX ET SITES HISTORIQUES

	VISITEURS
Château de Murol (63).....	102 000
Statue Notre-Dame de France (43).....	96 100
Chapelle Saint-Michel d'Aiguilhe (43).....	73 450
Site Troglodyte de Jonas (63).....	27 000
Domaine Royal de Randan (63).....	19 500
Forteresse de Bourbon (03).....	12 950
Château de Rochebaron (43).....	11 800
Château de Chavaniac-Lafayette (43).....	11 450

MUSÉES

	VISITEURS
L'Aventure Michelin (63).....	75 800
Centre National du Costume de Scène (03).....	67 350
Fonds Régional d'Art Contemporain d'Auvergne* (63).....	64 900
Musée d'Art Roger Quilliot (63).....	33 750
Musée Bargoïn (63).....	31 500
Moulin Richard de Bas (63).....	29 100
Musée de la Coutellerie (63).....	25 650
Musée Lecoq (63).....	24 150
Les Mystères de Farges (63).....	21 450
Hôtel Dieu (43).....	18 700
Tour de l'Horloge d'Issoire (63).....	15 050
Musée Mandet (63).....	13 950
Musée Départemental de la Céramique (63).....	13 350
Tour de l'Horloge de Riom (63).....	10 900

* Fréquentation des expositions régionales.

TRANSPORTS TOURISTIQUES

	VISITEURS
Panoramique des Dômes (63).....	411 550
Téléphérique du Plomb du Cantal (15).....	177 700
Téléphérique du Sancy (63).....	106 250
Funiculaire du Capucin (63).....	32 000

Troisième cible, le séjour thématique. Une clientèle qui veut allier enrichissement personnel et retour vers une simplicité apaisante du quotidien, coupé du monde citadin et de ces vicissitudes. Des stages pratiques clé en main incluant hébergement et restauration. Un éventail large d'adeptes, sans condition d'âge mais très exigeant quand à au contenu des thèmes proposés (peinture, bien-être, cuisine)

La prestation table d'hôtes est un incontournable qui répondra aux services de restauration peu présents dans le village (un seul restaurant qui devient un atout de concurrence constructive). Tout en proposant la découverte d'une gastronomie locale, c'est aussi le moment d'un temps de partage convivial et d'échanges pour appréhender les activités du lendemain.

Les chiffres de l'hébergement en Auvergne se développent chaque année.

Le tourisme puydômois avec plus de 15 millions de nuitées annuelles, une 23ème place nationale (en nombre de séjours réalisés) avec 20 % de touristes supplémentaires depuis 2010

conforte son rôle de leader du tourisme régional et s'affirme comme un levier essentiel de croissance économique et d'aménagement des territoires.

Les premiers indicateurs s'accordent tous pour confirmer la bonne tenue de la fréquentation touristique estivale 2018 en Auvergne-Rhône-Alpes. Un nouveau record pourrait même être atteint cette année, une hausse de 12 % du revenu moyen par chambre pour les professionnels de l'hébergement, par rapport à 2017.

En juillet dernier, le chapelet de volcans de la Chaîne des puys entrain dans la cour des grands en devenant ainsi le 44e site français inscrit sur la prestigieuse liste du patrimoine mondial de l'Unesco. Une inscription ajoutée qui a déjà dopé la fréquentation du site et de ceux environnants.

Un bon bilan touristique 2018 dans le parc naturel du Livradois Forez.

Préservation du patrimoine, soutien aux pratiques agricoles saines, développement des énergies renouvelables, gestion de la forêt, éducation à l'environnement et développement du tourisme durable, le champ d'action du parc naturel régional du Livradois-Forez est immense. Tout comme son territoire, 282 576 hectares, à cheval sur la Loire, la Haute-Loire et le Puy-de-Dôme.

La labellisation de ce parc, fin 1985, a donné plus de visibilité aux richesses qu'il abrite. Et l'a rendu attirant. Les derniers chiffres de fréquentation sont en évolution, 83 % des prestataires du Livradois-Forez sont satisfaits, voire très satisfaits de la saison touristique 2018, avec une durée moyenne des séjours de 5,4 jours.

D'après les données INSEE (2015) sur les capacités d'hébergement des parcs naturels régionaux, le nombre total de lits touristiques, marchands et non marchands, était de 2 millions. Alors que les parcs naturels régionaux occupent près de 13 % du territoire français, l'hébergement ne représente que 1 % de l'offre d'hébergement française.

Etude documentaire CCI Auvergne RhôneAlpes 2017

APPROCHE GÉNÉRALE DU MARCHÉ

La demande et les modes de consommation touristiques.

- **Prise de pouvoir » du consommateur** Les touristes sont aujourd'hui très informés et très calculateurs. On assiste à la prise de pouvoir de la demande (au détriment de l'offre) et du consommateur qui s'amplifie avec le développement des technologies et notamment de l'e-tourisme.
- **Recherche du confort et de la sécurité** Les touristes demandent toujours plus de services et de confort, ils veulent se sentir accueillis et attendus dans les lieux de vacances.
- **Recherche d'une offre personnalisée** Les offres individualisées et adaptables séduisent un grand nombre de vacanciers. La personnalisation et la souplesse de l'offre sont de véritables atouts qui peuvent déterminer une consommation.

- **Touristes multi-consommateurs** les séjours polyvalents qui permettent un mélange entre la culture et le sport, le ludique et les loisirs sont grandement appréciés.
- **Touristes « consomm'acteurs »** Les vacanciers veulent profiter de leurs séjours pour échanger et se nourrir des valeurs traditionnelles de la campagne.
- **Séjours plus fréquents, mais plus courts** Une tendance aux départs sur des périodes plus courtes, mais que l'on peut multiplier. Le mois obligatoire de vacances tend à s'estomper. Les vacances sont en train de se désaisonnaliser. L'envie de partir plus souvent a également comme effet l'extension du tourisme de proximité vers un autre lieu proche pour s'échapper.

D'où viennent les visiteurs des Parcs naturels régionaux. Que cherchent-ils en priorité ?

Cette clientèle est essentiellement locale, « résidant de proximité », vacanciers ainsi que les personnes venant des départements limitrophes qui sont les plus présents dans l'espace des Parcs. Ils viennent s'offrir une randonnée, un micro séjour les sortants de leur quotidien de vie.

La clientèle extra-régionale (française ou étrangère) exprime d'autres besoins d'accompagnement et de facilitation de leur séjour. Ils apprécient, voire même demandent, de retrouver des guides, des tables d'orientation, ou des chemins balisés.

Enfin les visiteurs viennent principalement pour la détente et la nature. Le client consomme une campagne attractive qui **véhicule pour lui les valeurs de cultures traditionnelles, de nature préservée, de paysages offrant le repos et le calme.**

Les perceptions mises en avant d'une clientèle PNR

Espace, dimension humaine, production régionale (savoir faire et savoir vivre)

- La recherche d'un cadre privilégié et du contact direct avec le milieu naturel
- Le désir de découvrir la nature de manière active
- La découverte de lieux insolites
- L'envie de sortir du quotidien et découvrir une région
- La recherche de nouvelles activités dans un milieu en rupture avec le quotidien
- La recherche de prestations touristiques professionnelles avec un accompagnement et un accueil de qualité
- La recherche d'hébergements qualifiés et d'une restauration comportant des spécificités régionales
- Nécessité de conjuguer l'authenticité et la convivialité avec le professionnalisme
- Attente d'une information touristique complète
- L'envie de pratiquer des visites culturelles au sens large : sites patrimoniaux, cultures locales, artisanat...
- L'envie de passer des vacances conviviales et chaleureuses, ils cherchent à se faire des amis.

D'une manière générale, la clientèle PNR échappe traditionnellement aux logiques des industries culturelles et de grandes stations sportives – le tourisme rural s'exprime par un produit simple. Le consommateur doit pouvoir choisir son rapport à la campagne ou à la nature, il ne faut pas lui imposer de formules calquées sur les cultures urbaines du temps libre.

CARACTÉRISTIQUES DE LA DEMANDE

Le tourisme de nature représente en France entre 1/4 et 1/3 des nuitées de touristes.
34 % de l'ensemble des nuitées des touristes français sont situées dans une commune disposant d'un espace protégé
26 % des nuitées françaises ont été l'occasion de pratiquer une activité liée à un espace naturel.

Les professionnels de tourisme en France estiment que le tourisme de nature continuera fortement à se développer sur le marché français dans les années à venir, le grand public étant de plus en plus sensible aux questions d'environnement.

Tendances de consommation.

Le secteur des chambres d'hôtes et les chiffres clés

En 2018, **près de 23 000 loueurs gèrent un total de 60 000 chambres d'hôtes** sur l'ensemble du territoire, soit une **moyenne de 2,6 chambres d'hôtes** par maison d'hôtes. Le nombre d'adresses qui avait fortement progressé dans les années 2000 s'est stabilisé.
Aujourd'hui, les maisons d'hôtes constituent 10% des hébergements touristiques marchands. En raison de leur petite taille, le nombre de lits offerts ne représente que 2% de l'offre totale, loin derrière les hôtels, les campings et les locations de vacances.

Le taux d'occupation d'une chambre d'hôtes est de 30 % en moyenne, soit 110 jours par an. Il varie fortement en fonction de la localisation de la maison d'hôtes et de la durée d'ouverture, beaucoup de loueurs ne fonctionnant qu'une partie de l'année. Dans la grande majorité des cas, il s'agit de courts séjours, la durée moyenne est comprise entre deux et trois nuits.
Le taux d'occupation des chambres d'hôtes qui proposent des déjeuners et dîners à leurs clients est **supérieur de 7 points** au taux d'occupation des chambres d'hôtes seules.
Le prix moyen d'une nuitée est de 86 euros pour deux personnes, petit déjeuner inclus hors taxe de séjour. Il dépend du niveau de confort de la maison d'hôtes, des équipements proposés et de la localisation. En complément de l'hébergement, un tiers des loueurs propose la table d'hôtes, le prix moyen d'un repas est de 24 euros par personne. En moyenne, une maison d'une capacité de trois chambres d'hôtes avec un taux d'occupation de 30% réalise un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 30 000 euros hors prestations tables d'hôtes et hébergements thématiques.

Types de clientèle (segmentation)

Les trois quarts de la clientèle est française, le quart restant est composé en majorité de belges, néerlandais, allemands et anglais.

Ces clients sont à 86% des touristes, les autres étant des femmes et hommes d'affaires en déplacement professionnel.

Les Français qui pratiquent le tourisme en chambre d'hôtes le font surtout en couple (48%), puis en famille (42%) et entre amis (20%).

Internet est le moyen le plus utilisé des utilisateurs de chambre d'hôtes pour rechercher un logement (76%) suivi des recommandations de proches ou des offices touristiques (31%) et les petites annonces (15%).

Le budget moyen **par personne** et par jour est de 94€, dont 54 € correspondent à son hébergement.

Facteurs de choix d'une chambre d'hôtes, la propreté, le prix et le calme sont les facteurs les plus déterminants pour choisir un logement, suivent le confort et l'emplacement.

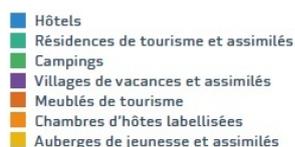
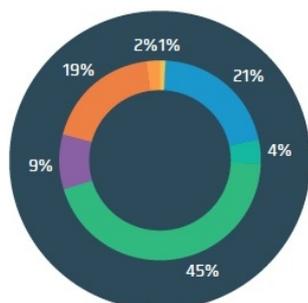
CARACTÉRISTIQUES DE L'OFFRE

Auvergne - nombre de lits marchand et nuitées

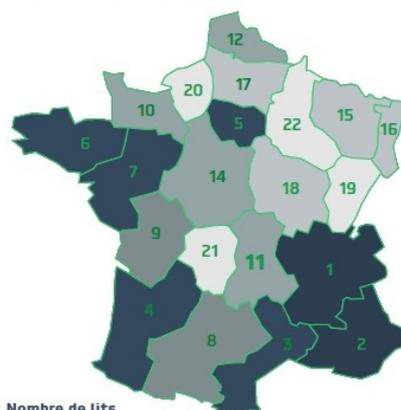
Lits touristiques en Auvergne

	Établissements	Lits	%*	Rang national
Hôtels	579	28 800	5%	15
Résidences de tourisme et assimilés	23	5 400	1%	17
Campings	300	62 300	10%	12
Villages de vacances et assimilés	62	12 400	2%	9
Meublés de tourisme	6 300	26 700	4%	ND
Chambres d'hôtes labellisées	ND	2 800	0,5%	11
Auberges de jeunesse et assimilés	7	500	0,1%	14
Total hébergement marchand		138 900	23%	11
Résidences secondaires	92 363	461 800	77%	11
TOTAL		600 700	100%	11

Lits marchands en Auvergne



Lits marchands dans les régions



11 } Rang

Concurrence directe :

Dans un rayon de 25 km du lieu d'implantation du projet, 50 maisons d'hôtes répertoriées soit 150 chambres d'hôtes (surface moyenne 16 m²), environ 220 lits.

Prix moyen 70 euros/nuit

Anciennes maisons rénovées avec terrain environnant situées en campagne.

Salles de bain privatives

Petit déjeuner continental

Environ 1/3 des maisons d'hôte propose une table d'hôtes, 1/3 équipée d'une piscine.

Activités : randonnées, VTT,

Services annexes : Prêt de vélos, billard, ping pong

Clientèle ciblée : tourisme familiale moyenne et courte durée.

Concurrence indirecte :

13 hôtels répertoriés dans un rayon de 25 km du lieu d'implantation du projet.

Nombre de chambres ND

Clientèle ciblée, tourisme d'affaires et séjours courte durée

Prix moyen d'une chambre : 72 euros (hors petit déjeuner)

CHIFFRE D'AFFAIRES

Part de marché visée et volume de chiffre d'affaires prévisible.

2800 lits en chambre d'hôtes en Auvergne

Taux de fréquentation moyen/an national **112 nuits** (16 semaines)
soit **313 600 nuitées**

Nuitées prévisionnelles à **terme** pour le projet de Saint Genès la Tourette
avec 5 chambres d'hôtes hors CA table d'hôtes.

Basé sur le taux de fréquentation moyen/an national **112 nuits** (16 semaines)
560 nuits (**au terme de la troisième année**)
soit **0,18%** du marché actuel chambre d'hôtes Auvergne.

Volume CA prévisible à terme 42 000 € annuel hors CA table d'hôtes.

Année 1 : 350 nuits

CA **26 250 €** annuel hors CA table d'hôtes.

Année 2 : 500 nuits

CA **37 500 €** annuel hors CA table d'hôtes.

Année 3 : 560 nuits

CA **42 000 €** annuel hors CA table d'hôtes.

Volume CA table d'hôtes prévisible à terme 11 200 € annuel hors CA table d'hôtes.

Année 1 : 350 repas

CA **7 000 €** annuel hors CA table d'hôtes.

Année 2 : 500 repas

CA **10 000 €** annuel hors CA table d'hôtes.

Année 3 : 560 repas

CA **11 200 €** annuel hors CA table d'hôtes.

Volume CA toutes prestations prévisible à terme 53 200 000 € annuel

Année 1 : toutes prestations

CA **33 250 €** annuel

Année 2 : toutes prestations

CA **47 500 €** annuel .

Année 3 : toutes prestations

CA **53 200 €** annuel .

4 - STRATEGIE MARKETING ET MOYENS COMMERCIAUX

ENVIRONNEMENT REGLEMENTAIRE

L'article L 324-3 du code du tourisme définit les chambres d'hôtes comme des chambres meublées chez l'habitant en vue d'accueillir des touristes, à titre onéreux, pour une ou plusieurs nuitées, assorties de prestations.

La ou les chambres d'hôtes doivent être situées dans la maison ou l'appartement de l'habitant. La location d'une chambre d'hôte comprend la fourniture groupée d'une nuitée et du petit déjeuner. L'accueil est assuré par l'habitant. Il ne peut pas louer plus de 5 chambres par habitation, ni accueillir plus de 15 personnes en même temps. Chaque chambre d'hôte donne accès (directement ou indirectement) à une salle d'eau et à un WC. Elle doit être en conformité avec les réglementations sur l'hygiène, la sécurité et la salubrité. La location est assortie, au minimum, de la fourniture de linge de maison et du petit déjeuner.

La chambre d'hôte est différente d'un meublé de tourisme au sens où le propriétaire réside nécessairement sur les lieux, ce qui n'est pas toujours le cas du propriétaire d'un meublé de tourisme. En outre, contrairement à un meublé de tourisme, une chambre d'hôte ne peut pas être classée selon le système d'étoiles officiel. Lorsque qu'une activité de location de chambres dispose de plus de 5 chambres et d'une capacité d'accueil de plus de 15 personnes, elle ne peut pas s'exercer sous l'appellation « chambres d'hôtes » mais « chambres chez l'habitant ».

Table d'hôtes

L'habitant, qui loue une ou plusieurs chambres, peut aussi proposer des repas à ses hôtes. Un seul menu doit être proposé et composé de plats, de préférence, du terroir. Le repas doit être pris à la table familiale en compagnie de l'habitant.

Affichage et publicité des prix

Le loueur de chambres d'hôtes est soumis aux mêmes obligations de transparence que les hôteliers vis-à-vis du consommateur en matière d'affichage des prix et de remise de note. Le loueur doit procéder au triple affichage des prix qu'il propose :

- à l'extérieur de sa maison ou de son appartement,
- à l'intérieur, au lieu de réception des clients,
- dans chaque chambre.

La déclaration en mairie

Selon l'article L. 324-4 du code du tourisme, toute personne qui offre à la location une ou plusieurs chambres d'hôtes doit en avoir préalablement fait la déclaration auprès du maire de la commune du lieu d'habitation concerné, sous peine d'une contravention de 3ème classe (article L. 324-16 du même code).

·Immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS)

Lorsque l'activité de location de chambres d'hôtes est exercée à titre habituel ou principale, elle constitue une activité commerciale et les loueurs sont tenus de s'inscrire au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS) et de s'immatriculer auprès du Centre de Formalités des Entreprises (CFE) de la Chambre de Commerce.

Ces formalités sont obligatoires, peu importe le revenu dégagé par l'activité, sous peine de constituer une infraction pour travail dissimulé.

Lorsque l'activité est exercée par un exploitant agricole dans son exploitation, elle est considérée comme étant complémentaire de l'activité agricole, et les loueurs sont tenus de s'immatriculer auprès du CFE géré par la Chambre d'Agriculture (Art. L. 311-1 du code rural et de la pêche maritime).

Si le loueur donne volontairement des informations inexactes, il encourt jusqu'à 4 500 € d'amende et 6 mois d'emprisonnement.

·Affiliation à la Sécurité sociale

L'exploitant de chambres d'hôtes doit être affilié au régime social des travailleurs non-salariés (TNS) au titre des assurances maladie, maternité, vieillesse, invalidité et décès :

Fiscalité

Impôt sur le revenu

L'activité de chambre d'hôte relève du régime fiscal de la parahôtellerie, et non de celui de la location meublée.

En conséquence, les revenus doivent être déclarés à l'impôt sur le revenu sous l'un des régimes suivants :

- bénéfices Industriels et Commerciaux (BIC) : bénéfices réalisés par les personnes physiques qui exercent une profession commerciale ;
- microentreprises (pour les autoentrepreneurs), si le chiffre d'affaires hors taxe ne dépasse pas 170 000 € (pour 2018) : le bénéfice est calculé après un abattement forfaitaire de 71 %, le revenu imposable correspondant à 29 % du chiffre d'affaires ;
- bénéfices agricoles pour un agriculteur.

Si le revenu ne dépasse pas 760 € par an, il est exonéré d'impôt sur le revenu (sauf pour les autoentrepreneurs et les microentreprises).

Taxe sur la valeur ajoutée (TVA)

S'il ne remplit pas les conditions pour bénéficier de la franchise en base de TVA (ne pas dépasser le CA, au delà de 82 801 euros , l'exploitant est assujetti à la TVA au taux de 10 % pour la prestation d'hébergement et de table d'hôtes.

Taxe de séjour sur les hébergements touristiques

Si la chambre d'hôte est située dans une commune touristique où la taxe est instituée, l'exploitant en est redevable.

C'est une délibération du conseil municipal qui en fixe les modalités : période d'imposition (fixation des dates de la saison touristique), nature des hébergements et tarifs établis conformément à la législation. Le tarif applicable doit être affiché dans la chambre d'hôte.

Taxe d'habitation

La taxe d'habitation s'applique aux locaux loués, car ils font partie de l'habitation personnelle du loueur.

L'usage, comme la destination des locaux, restant l'habitation, il n'y a aucun changement d'usage ni de destination à effectuer.

Les normes à respecter

La location d'une chambre d'hôte comprend obligatoirement la fourniture groupée d'une ou plusieurs nuitées (incluant la fourniture du linge de maison) et du petit déjeuner.

L'accueil est assuré personnellement par l'habitant, dans sa résidence principale.

La surface minimale réglementaire de chaque chambre doit être de 9 m² (hors sanitaires), avec une hauteur sous plafond d'au moins 2,20 m. Mais il est généralement admis que, pour des raisons commerciales, une chambre ne peut être inférieure à 12 m².

Chaque chambre doit donner accès (directement ou indirectement) à une salle d'eau et à un WC et être en conformité avec les réglementations sur l'hygiène, la sécurité et la salubrité.

Le ménage des chambres et des sanitaires doit être assuré quotidiennement, sans frais supplémentaires.

Le prix est libre, il peut tenir compte du confort de la chambre, des prestations offertes et de l'attrait touristique de la région. L'exploitant est toutefois soumis à certaines obligations en matière d'affichage de prix.

· Licences et autorisations

Si la prestation de table d'hôtes propose des boissons alcoolisées, l'exploitant doit être titulaire d'une licence de restaurant ou de débit de boissons. La vente de boissons sans alcool est libre et non soumise à licence. L'article L. 3332-1-1 du code de la santé publique vous impose de suivre une formation relative au service des boissons alcoolisées.

Si la chambre d'hôtes se situe dans un logement en copropriété, s'assurer qu'aucune mention ne limite ou n'interdise l'activité de location à la nuitée. Dans tous les cas, tenez informée la copropriété de votre projet.

Obligations réglementaires

Sécurité incendie

Décret n°2011-36 du 10 janvier 2011 :

Art. R129-12 : "Chaque logement, qu'il se situe dans une habitation individuelle ou dans une habitation collective, est équipé d'au moins un détecteur de fumée normalisé [...]"

Art. R129-13 : "La responsabilité de l'installation et de l'entretien du détecteur de fumée normalisé visé au R129-12 incombe à l'occupant du logement. Cependant, elle incombe au propriétaire pour les logements à caractère saisonnier [...], les résidences hôtelières à vocation sociale [...], les locations meublées [...]."

Accessibilité aux personnes handicapées

La capacité d'accueil est limitée à 5 chambres et à 15 personnes en même temps. Au-delà, l'exploitant de la chambre d'hôte doit se conformer à la réglementation des hôtels et des établissements recevant du public ainsi qu'à la réglementation en vigueur sur l'accessibilité aux personnes handicapées.

Prévention de troubles à l'ordre public

En application du décret 2015-1002 du 18 août 2015, tout prestataire assurant l'hébergement touristique est tenu de faire remplir et signer par l'étranger, dès son arrivée, une fiche individuelle de police comportant :

1° Le nom et les prénoms ;

2° La date et le lieu de naissance ;

3° La nationalité ;

4° Le domicile habituel de l'étranger ;

5° Le numéro de téléphone mobile et l'adresse électronique de l'étranger ;

6° La date d'arrivée au sein de l'établissement et la date de départ prévue.

Les enfants âgés de moins de 15 ans peuvent figurer sur la fiche d'un adulte qui les accompagne.

Les fiches ainsi établies doivent être conservées pendant une durée de six mois et remises, sur leur demande, aux services de police et unités de gendarmerie. Cette transmission peut s'effectuer sous forme dématérialisée.

La labellisation

Contrairement aux autres types d'hébergement, il n'existe pas de classement officiel pour les chambres d'hôtes mais des démarches de labellisation par des réseaux privés.

Des marques, des chartes, des labels de qualité sont développés pour récompenser des prestataires respectant des normes de qualité et pour indiquer aux consommateurs la qualité d'un service. Par rapport à un établissement qui n'en a pas, une chambre d'hôte possédant une distinction gagne en visibilité et ses prestations sont valorisées, grâce au réseau de location de ces marques, chartes ou labels.

CHOIX DE SEGMENTS DE CLIENTELE

Basés sur des critères socio-démographique.

Critères socio-économiques :

profession, catégorie socioprofessionnelle (CSP), niveau de revenus.

Critères démographiques :

âge, sexe, situation familiale, situation conjugale, niveau d'études

Critères géographiques :

lieu de résidence

Critères de nature psychologique

Le mode de vie

Les activités

Les hobbies et les centres d'intérêt

Les opinions

Critères comportementaux

Situation d'achat

Avantages recherchés

Degrés de fidélité

Comportements d'achat

L'objectif étant de croiser tous les segments clientèle pour affiner la cible.

Cible 1, une clientèle en recherche d'authenticité, de découverte, de calme et de retour à la nature. Familles, couples ou solo en recherche d'activités vertes et de redécouverte des espaces moyenne montagne – toutes tranches d'âge. Saison printemps/été – courts et moyens séjours – tourisme de proximité, villes et départements limitrophes.

Support personnalisé des circuits de découverte fourni aux hôtes.

Cible 2, une clientèle encline à découvrir le patrimoine de l'Auvergne et exigeante en terme des objectifs qu'elle se fixe. Ambert, La Chaise Dieu, Brioude, Issoire et bon nombre de petits villages au passé historique médiéval sont autant de destinations qui sauront répondre à cette demande. Le patrimoine bâti est constitué de villages perchés, châteaux renaissance, églises de l'Art roman auvergnat (Orcival, Saint-Nectaire, Issoire, Notre-Dame-du-Port à Clermont-Ferrand et Saint-Saturnin). Un riche choix de visites pour celles et ceux emprunts d'histoire et de cultures. Tranche d'âge 45/65 ans – courts et moyens séjours – toutes saisons – toutes situations géographiques.

Support personnalisé des circuits de découverte fourni aux hôtes.

Cible 3, le séjour thématique. Une clientèle qui veut allier enrichissement personnel et retour vers une simplicité apaisante du quotidien, coupé du monde citadin et de ces vicissitudes. Des stages pratiques clé en main incluant hébergement et restauration. Un éventail large d'adeptes, sans condition d'âge mais très exigeant quand au contenu des thèmes proposés (peinture, bien-être, cuisine) toutes tranches - toutes saisons – toutes situations géographiques . Permet de couvrir et pérenniser les saisons basses.

Compétences personnelles en formation bien-être, peinture et cuisine.

Positionnement stratégiques

Stratégie de différenciation

Aide à l'élaboration du séjour/ circuits préconisés, fournisseurs préconisés avec avantages tarifaires.

Stratégie de niche avec une proposition de stage hébergés spécifiques

MARKETING-MIX

- Choix du nom, du logo et des couleurs (en cours, non défini)
- Choix du message, du slogan (en cours, non défini)

Mode de communication

Utilisateur internet (54% des réservations sont faites en ligne)

Site internet personnel avec réservation en ligne avec thématique exposées et blog actualités.

Présence sur les sites touristiques de référencement et comparateurs

Présence sur les réseaux sociaux et professionnels

Présence sur Airbnb

Présence sur les sites des offices de tourisme régionaux et locaux

Diffusion print offices de tourisme, commerces locaux

Package séjours/coffrets cadeaux...

Utilisation du réseau personnel

5 – MOYENS DE PRODUCTION ET ORGANISATION

LES LOCAUX

Maison d'hôtes située à Saint-Genès la Tourette. Achat personnel à 50%, 50% acquis via un organisme prêteur

LE MATERIEL

Achat vaisselle et linge de maisons.

Le mobilier est déjà en ma possession ou acquis via l'achat du bien immobilier.

LES MOYENS HUMAINS

Je gère l'activité seul.

Dans le cas des stages hébergés, je fais appel à du personnel ponctuel pour la gestion de la table d'hôtes.

LES FOURNISSEURS ET SOUS-TRAITANTS

En fonction des besoins ponctuels non déterminés à ce stade.

6 – STATUT JURIDIQUE

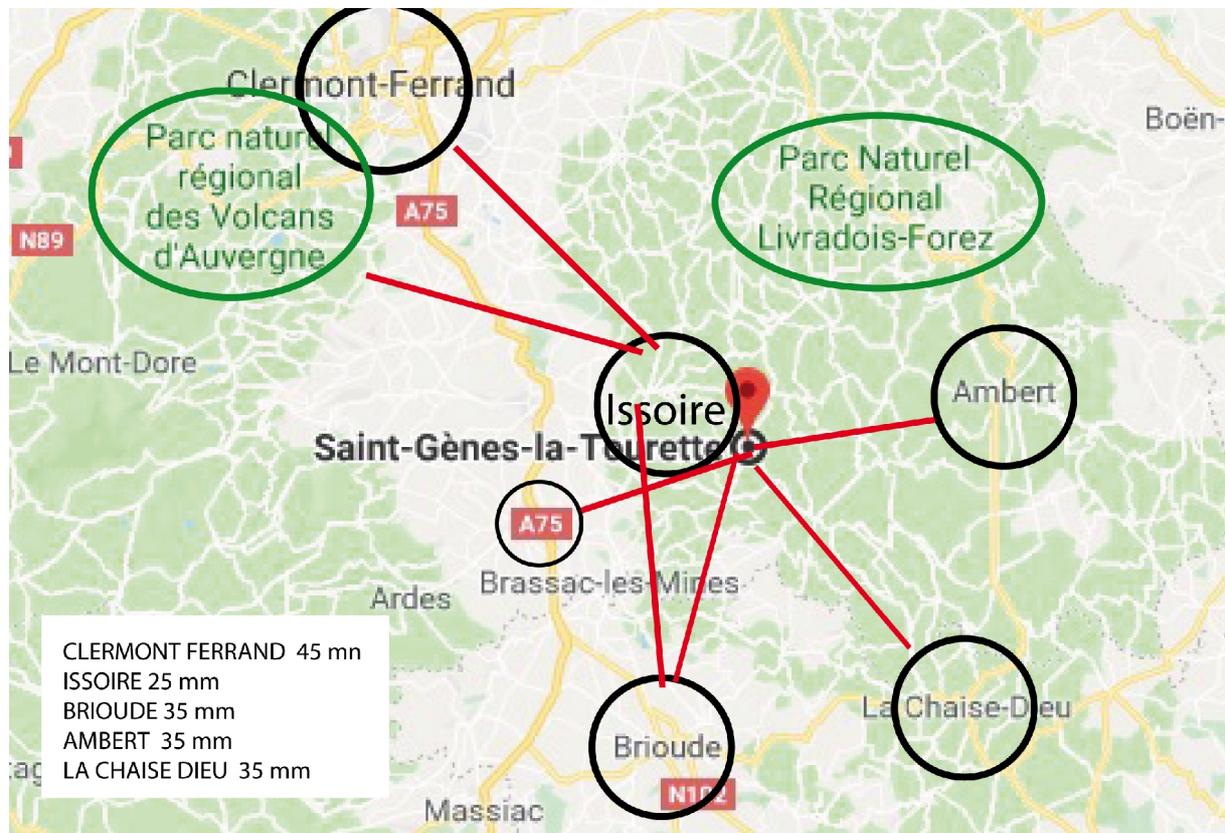
- Statut juridique, j'opte pour le régime micro-entrepreneur simple à mettre en œuvre et des charges sociales indexées sur le CA - CA plafonné à 170 000 euros (Jusqu'à 82000 euros sans TVA) avec abattement de 71% avant imposition (taux imposition 13%)
- Inscription au RCS – immatriculation auprès du CFE de la chambre de commerce
- Affiliation au régime social des travailleurs non salariés (TNS) au titre des assurances maladie, maternité, vieillesse, invalidité et décès

7 – ETUDE DES RISQUES

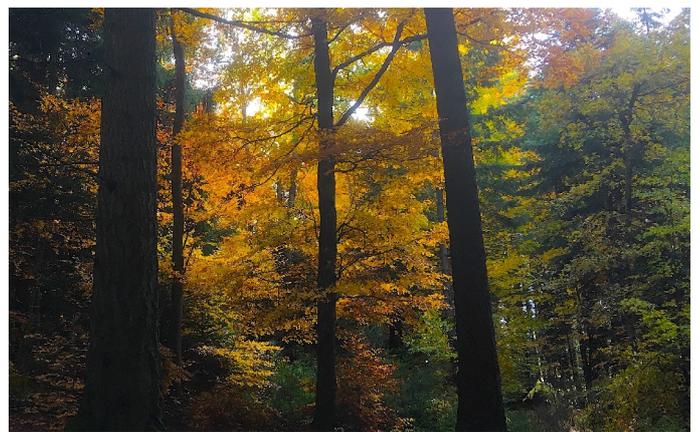
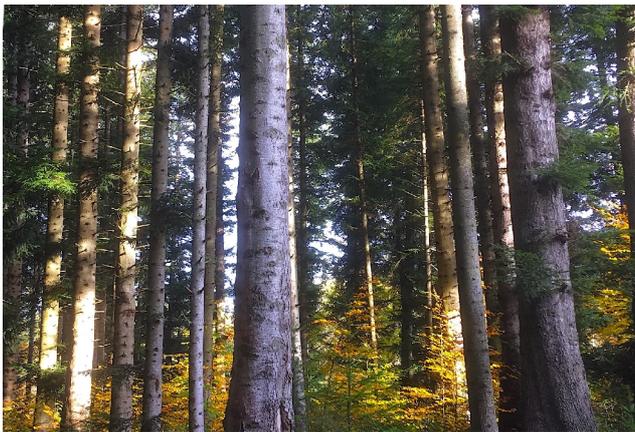
Lister les risques pouvant peser sur l'entreprise et les moyens de les contourner ou de les annuler.

Nature de risque	Description des risques	Stratégie de traitement des risques
<i>Risques liés à l'environnement général</i>	Accès impossible lié aux conditions météorologiques (très rare)	Report du séjour ou remboursement du séjour.
<i>Risques liés au marché</i>	Concurrence forte Fréquentation en baisse	Communication adaptée Communication adaptée
<i>Risques liés aux outils opérationnels (matériel, informatique)</i>	Risque de panne réseau et matériel informatique	Matériel doublé Différents lieux de consultation
<i>Risques liés aux personnes</i>	Maladie	Accueil et organisation délégués
<i>Risques liés aux tiers</i>	Détérioration matériel, blessures, chutes	Assurances Cabinet médical à proximité

Plan de situation:



ENVIRONNEMENT



Le bâtiment



Plans RDC/ Etage 1/ Etage 2

Surface totale 310 m² /

7 chambres 13 à 18 m². Pièces communes 2 salons 70 et 40 m² - Salle repas 43 m²

Terrains arboré clos de murs à l'arrière 1000 m²

Terrain devant Pour emplacement parking 500 m²

