

« Chez nous, vous ne serez pas accueilli par une boîte à clés »... Le rebond inattendu du réseau Gîtes de France

TOURISME Après un été 2022 déjà record, la marque Gîtes de France affiche une nouvelle croissance de fréquentation cet été. Un succès presque inespéré face à la forte concurrence des plateformes de locations



Les hébergements de la marque Gîtes de France sont souvent situés en zone rurale. — Gîtes de France

C'est l'un des grands gagnants d'une saison touristique estivale 2023 pourtant fortement perturbée par les alternances de pluie et de canicule. Et son nom devrait vous surprendre si, comme beaucoup de non initiés, vous lui collez sans trop savoir pourquoi une étiquette de réseau « démodé ». Les **Gîtes de France** affichent cet été un taux d'occupation cumulé en hausse par rapport à l'an dernier, y compris depuis septembre. Presque un exploit quand on sait que la saison 2022 avait été exceptionnelle pour le tourisme français. Les hôteliers et gérants de campings ne sont, eux, **pas parvenus à réitérer une telle performance**. « Nous sommes évidemment ravis de la tendance, se réjouit Solange Escure, directrice générale de Gîtes de France. C'est une confirmation de l'attrait pour notre marque qui occupe une place à part en France. »

Créé il y a près de 70 ans, le réseau Gîtes de France réunit aujourd'hui 52.000 hébergements, principalement des **meublés** et chambres d'hôtes chez l'habitant. Présente sur tout le territoire, c'est toutefois en campagne que la marque, connue aussi sous le nom de « gîtes ruraux », est la plus implantée. « On s'est ouvert à la ville il y a une vingtaine d'années mais le rural, c'est notre positionnement historique », confirme Solange Escure. Un atout indéniable depuis le Covid et l'intérêt accru pour « les paysages, le calme, la mise au vert ».

Le séjour moyen est d'environ 8 jours. Les clients sont « majoritairement des familles avec enfants » mais « on voit venir de plus en plus de jeunes couples », relève Solange Escure. « La clientèle s'est énormément rajeunie depuis 10 ans. Quand j'ai commencé, ce n'était pas vraiment ça, la plupart des clients avaient plus de 50 ans », se souvient Luc Morisson, propriétaire d'un gîte à Port-Saint-Père, au sud de Nantes, depuis 2002.

« Il n'y a jamais de mauvaise surprise »

Mais qu'est-ce qui plaît autant chez Gîtes de France, à l'heure où les plateformes Airbnb, Booking et autres Aritel regorgent, elles aussi, de locations meublées en tous genres ? La directrice de la marque insiste sur « l'accueil personnalisé ». « Chez nous, vous ne trouverez pas de boîte à clés. Il y a toujours un propriétaire qui vous reçoit, vous fait visiter les lieux, vous fait partager son territoire ou sa passion. » « Accueillir les gens, c'est la base, confirme Luc Morisson. J'aime bien discuter, répondre aux questions. C'est bien plus sympathique que de changer les draps ! ».

Christelle, 41 ans, a réservé « au moins cinq gîtes » ces dernières années. « Pour moi, le plus important, c'est la fiabilité, juge-t-elle. On n'est jamais déçu de la qualité, il n'y a pas de mauvaise surprise et, s'il y a un problème, ça m'est arrivé après un orage en Bretagne, on est sûr d'avoir quelqu'un pour nous dépanner rapidement. » Les propriétaires doivent effectivement répondre à un cahier des charges précis pour obtenir le label « Gîtes de France » et les contrôles sont ensuite « réguliers ». « Quand ça ne va pas, on fait une liste de ce qu'il faut améliorer. Il nous arrive aussi de refuser des hébergements », indique Solange Escure.

Les annulations tardives sont rares

Hélène, 47 ans, cliente d'Occitanie, évoque un autre argument en faveur du réseau : le « rapport qualité prix ». « J'ai l'habitude de comparer avec les autres plateformes et c'est souvent plus intéressant par Gîtes de France. Les commissions sont moindres », estime-t-elle. La dépense moyenne d'une réservation s'élève 954 euros en été, montant qui tombe à 649 euros le reste de l'année, selon la direction.

Pour toutes ces raisons, la clientèle des gîtes ruraux serait plus « fidèle » qu'ailleurs. Ce qui permettrait d'éviter les annulations tardives, comme c'est arrivé par exemple à beaucoup d'hébergeurs touristiques début août en raison de la météo. « En 20 ans, je n'ai jamais été confronté à une annulation de dernière minute », assure Luc Morisson.

Un peu plus de 40.000 propriétaires sont aujourd'hui membres du réseau Gîtes de France, moyennant une cotisation annuelle de 300 euros. « Avant la [crise sanitaire](#), on se posait des questions pour l'avenir, compte tenu de la forte concurrence des plateformes en ligne, rappelle Solange Escure. Ça va mieux aujourd'hui. L'objectif est de continuer à se développer tout en restant exigeant sur la qualité. »