



**A**typik **H**ouse  
eco company

# ANNEXES

# SOMMAIRE

## INFORMATIONS RAPIDES N°33

SOURCE: INSEE

- ☞ Fréquentation touristique dans les hôtels, campings et autres hébergements touristiques en France métropolitaine - quatrième trimestre 2017
- 🔗 <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3322395>

4

## SONDAGE

SOURCE: LHM CONSEIL

- ☞ La location de vacances entre particuliers: les nouveaux usages
- 🔗 <http://www.lhm-conseil.fr/location-vacances-particuliers-sondage-lhm/>

6

## CHIFFRES ET STATISTIQUES N°750 - AVRIL 2016

SOURCE: COMMISSARIAT GÉNÉRAL AU DÉVELOPPEMENT DURABLE

- ☞ Opinions et pratiques environnementales des Français en 2015
- 🔗 <http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/publications/p/2542/1303/opinions-pratiques-environnementales-francais-2015.html>

11

## ÉTUDES ET STATISTIQUES - ÉDITION 2017

SOURCE: DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES

- ☞ Chiffres clés du tourisme
- 🔗 <https://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/chiffres-cles-tourisme>

22

## ARTICLE DE BLOG - 09/07/2018

SOURCE: WEB RANK INFO

- ☞ Parts de marché des moteurs de recherche en juillet 2018 (France, USA, monde)
- 🔗 <https://www.webrankinfo.com/dossiers/etudes/parts-marche-moteurs>

28

## MOTS-CLÉS - RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

31

## MAQUETTE NEWSLETTER

37

DIAGRAMMES DE USES CASE	38
DIAGRAMMES D'ACTIVITÉ	40
REQUIEREMENTS	42
MODÈLE CONCEPTUEL DES DONNÉES (MCD)	45
TARIFS NOM DE DOMAINE	46
MODÈLE LOGIQUE DE DONNÉES (MLD)	47
MODÈLE PHYSIQUE DE DONNÉES (MPD)	48
DICTIONNAIRE DE DONNÉES	53
JEU DE DONNÉES	56
PLANCHE TENDANCE	57
MAQUETTE APPLICATION WEB	58
REGISTRE DE DONNÉES PERSONNELLES	67
EXTRAIT LISTE DES CODES APE	71
CONDITIONS GÉNÉRALES D'UTILISATION(CGU)	72
CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE (CGV)	79
MAQUETTE PAGE RELATIVE À L'UTILISATION DES COOKIES	93
DIAGRAMME DE GANTT PRÉVISIONNEL	94

# Informations Rapides

7 février 2018 - n° 33



## ■ Fréquentation touristique dans les hôtels, campings et autres hébergements collectifs touristiques en France métropolitaine – Quatrième trimestre 2017

### Au quatrième trimestre 2017, la fréquentation touristique croît fortement (+7,8 % sur un an, après +4,1 % au trimestre précédent)

#### Nouvelle forte hausse de la fréquentation touristique en France métropolitaine

Au quatrième trimestre 2017 en France métropolitaine, la fréquentation dans les hébergements collectifs touristiques, exprimée en nuitées, augmente de 7,8 % par rapport à la même période de 2016 : davantage pour les non-résidents (+11,2 %) que pour les résidents (+6,5 %). La croissance est encore tirée par l'Île-de-France, comme lors des trois trimestres précédents.

La hausse est de 9,9 % par rapport au quatrième trimestre 2014, traduisant une nette progression, au-delà du rattrapage de la période post-attentats de 2015. Sur trois ans, contrairement à la seule dernière année, la progression est plus marquée pour les résidents (+12,4 %) que pour les non-résidents (+4,6 %).

#### Dans les hôtels, la fréquentation des touristes en provenance de l'étranger se renforce

Au quatrième trimestre 2017, les nuitées dans l'hôtellerie augmentent de 5,2 % en glissement annuel. L'augmentation est forte en Île-de-France (+8,8 %), un peu moins vive sur le littoral (+4,7 %) et plus modérée dans les autres zones. Le bond est beaucoup plus net pour la clientèle non résidente (+11,7 %) que pour celle résidant en France (+2,2 %). Tous les espaces bénéficient de cet afflux de clientèle venue de l'étranger, particulièrement l'Île-de-France, avec 12,9 % de nuitées supplémentaires, et le littoral (+13,0 %). L'hôtellerie francilienne connaît son meilleur quatrième trimestre depuis 2010.

#### Autres hébergements collectifs touristiques : forte hausse dans les espaces urbains et les massifs de haute montagne

La fréquentation des autres hébergements collectifs touristiques (AHCT) s'accroît de 16,6 % par rapport au même trimestre de 2016.

Nuitées au quatrième trimestre 2017 \*

	Nuitées du trimestre		Glissement annuel (T/T-4) des nuitées (en %)		
	Totales (en millions)	% de nuitées étrangères	Totales	étrangères	françaises
<b>Total</b>	<b>60,7</b>	<b>30,0</b>	<b>7,8</b>	<b>11,2</b>	<b>6,5</b>
<b>Hôtels</b>	<b>45,5</b>	<b>33,5</b>	<b>5,2</b>	<b>11,7</b>	<b>2,2</b>
Non classés	4,9	23,1	24,2	32,0	22,0
1 et 2 étoiles	11,8	23,2	-4,0	9,7	-7,5
3 étoiles	16,8	33,1	5,6	10,9	3,2
4 et 5 étoiles	12,0	48,4	8,1	10,2	6,1
<b>Chaîne</b>	<b>24,7</b>	<b>33,1</b>	<b>5,0</b>	<b>11,3</b>	<b>2,1</b>
Indépendant	20,9	34,0	5,5	12,2	2,3
<b>Île-de-France</b>	<b>17,2</b>	<b>53,1</b>	<b>8,8</b>	<b>12,9</b>	<b>4,6</b>
Urbain de province	17,2	20,7	2,9	10,2	1,1
Littoral	6,4	24,8	4,7	13,0	2,2
Massifs ski	1,1	30,5	2,4	0,6	3,2
Autres espaces	3,6	17,9	1,8	6,9	0,8
<b>Autres hébergements collectifs touristiques</b>	<b>15,1</b>	<b>19,3</b>	<b>16,6</b>	<b>8,4</b>	<b>18,8</b>
Résidences tourisme	12,9	20,2	16,6	5,0	20,0
Autres	2,3	13,9	16,6	47,3	12,9
<b>Île-de-France</b>	<b>2,8</b>	<b>32,7</b>	<b>32,7</b>	<b>1,0</b>	<b>56,5</b>
Urbain de province	4,3	15,6	21,1	2,3	25,4
Littoral	3,3	11,9	7,5	-13,5	11,2
Massifs ski	2,3	27,3	24,1	68,2	13,0
Autres espaces	2,5	13,0	2,1	4,6	1,8

Champ : France métropolitaine

\* données provisoires

Source : Insee, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la DGE

À l'inverse des hôtels, c'est la clientèle résidente qui tire la fréquentation des AHCT à la hausse, avec +18,8 % contre +8,4 % pour les non-résidents. La hausse de la clientèle résidant en France est vive dans l'espace urbain, en Île-de-France (56,5 % de nuitées supplémentaires) mais aussi en province (+25,4 %).

Dans les massifs de haute montagne, la clientèle revient en force, en partie grâce aux chutes de neige très importantes lors des vacances de Noël. La fréquentation retrouve presque son niveau du quatrième trimestre 2015, après une fin d'année 2016 très difficile. La clientèle non résidente y est nettement plus volatile (+68,2 %) que la clientèle résidente (+13,0 % de nuitées).

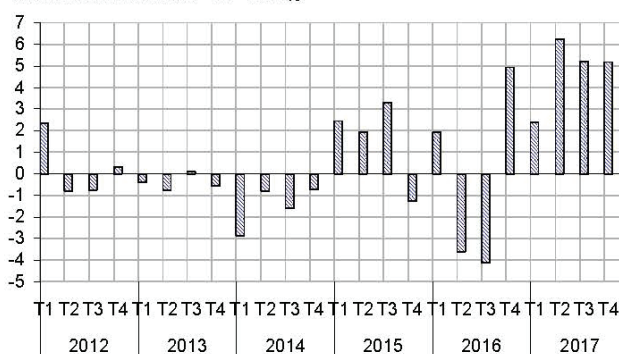
La hausse des nuitées résidentes est également marquée dans les AHCT du littoral (+11,2 %). Enfin, le nombre de nuitées augmente de 2,1 % dans les autres espaces, qui accueillent le tourisme rural et de moyenne montagne.

### Révisions

Par rapport à la précédente publication, l'évolution du nombre global de nuitées au troisième trimestre 2017 est inchangée (+4,1 %). L'évolution des nuitées des non-résidents est légèrement revue à la hausse (+5,1 % au lieu de +5,0 %).

### Nuitées dans les hôtels

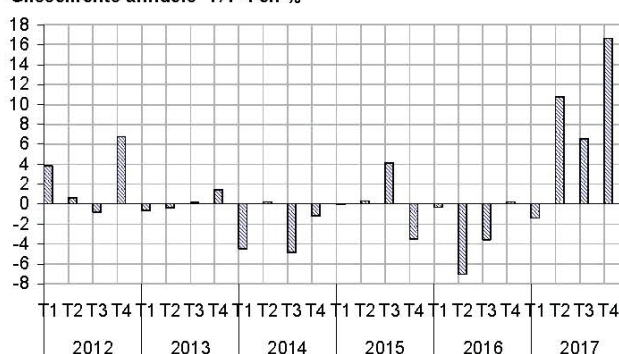
Glissements annuels T/T-4 en %



Source : Insee, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la DGE

### Nuitées dans les AHCT

Glissements annuels T/T-4 en %



Source : Insee, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la DGE

#### Pour en savoir plus

L'Insee réalise mensuellement des enquêtes sur la fréquentation des hébergements collectifs touristiques : hôtels, campings et autres hébergements collectifs touristiques (AHCT). Ces derniers comprennent notamment les résidences de tourisme (dont appart hôtel), villages de vacances, maisons familiales et auberges de jeunesse. Ils n'incluent pas les hébergements proposés par des particuliers.

- Des données complémentaires (séries longues, données mensuelles, méthodologie, pages internet associées, etc.) sont disponibles à l'adresse suivante : <http://www.insee.fr/fr/themes/indicateur.asp?id=121>
- Retrouvez les séries longues dans la BDM : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/series/102414599>
- Contact presse : [bureau-de-presse@insee.fr](mailto:bureau-de-presse@insee.fr)
- Suivez-nous aussi sur [Twitter @InseeFr](https://twitter.com/InseeFr) : <https://twitter.com/InseeFr>

Prochaine publication : le 7 mai 2018 à 12h00

## La location de vacances entre particuliers : les nouveaux usages. (Sondage)

Posté le samedi 6 août 2016, dans **Tourisme**



Sondage LHM - La location d'hébergements de vacances entre particuliers est une pratique bien ancrée en France depuis de nombreuses années. Pourtant, ces derniers temps, elle cause des remous avec le développement de plateformes Internet dédiées et à envergure internationale. Perçues comme une belle opportunité par certains, ces plateformes sont décriées par d'autres pour leur façon d'entrer dans le marché et d'y bousculer les codes.

### Les Français et la location entre particuliers

Fin mai 2016, **LHM Conseil a mené un sondage** auprès d'un échantillon d'adultes Français(\*), pour **connaître la perception des individus** et voyageurs.

Interrogés sur leur historique de pratique, 26% des répondants déclarent avoir eu recours à une réservation auprès d'un particulier pour leurs vacances ces douze derniers mois. Plus globalement, **63% des Français ont déjà loué un hébergement de vacances auprès d'un particulier**, ne serait-ce qu'une fois dans leur vie.

Si la majorité des utilisateurs ont découvert la pratique en tant qu'adulte -- soit de façon autonome et spontanée (41%) ou alors sur recommandation (24%) -- **19% ont découvert le système lorsqu'ils étaient enfants**, avec leurs parents. C'est plus particulièrement le cas des 18-30 ans (30% d'entre eux contre 14% pour les plus de 50 ans).

## Pourquoi ?

Le premier critère qui amène les Français à louer chez un particulier est **le prix**. Mais des critères plus émotionnels et relationnels tels que le **contact direct avec le propriétaire-loueur**, la **relation plus authentique avec la destination** ou encore une impression **moins-mercantile** pèsent également comme arguments.



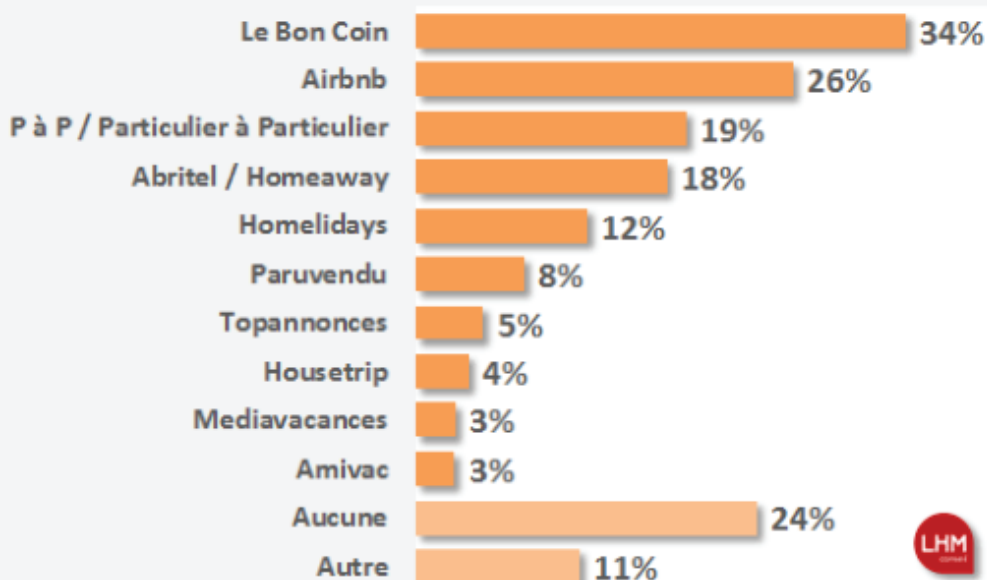
Le prix est un argument particulièrement présent chez les moins de 30 ans (65% contre une moyenne de 54%), là où les plus de 50 ans apprécient plus facilement la relation directe avec le propriétaire (34% pour une moyenne de 24%).

## Quelles plateformes de recherche ?

Une majorité -- trois quarts -- utilise une ou plusieurs plateformes Internet dédiées pour la recherche et/ou la réservation, alors qu'un quart des utilisateurs trouve son loueur par d'autres moyens (en direct, par recommandation, en s'adressant à un office de tourisme, ...).

## Plateformes Internet utilisées pour la location de vacances auprès d'un particulier

Plusieurs réponses possibles



n=895



Cependant, ces plateformes touchent des segments légèrement différents. Ainsi, Airbnb est cité plus facilement par les populations urbaines (villes de 100 000 habitants et plus), en particulier ceux de l'Île de France, ainsi que les moins de 40 ans.

Les enseignes Abritel / Homelidays / Homeaway d'une part et Airbnb d'autre part sont également particulièrement appréciées par les utilisateurs fréquents d'hôtels. Le Bon Coin est plus fréquemment cité par les familles avec enfants, et HouseTrip par les jeunes (moins de 40 ans)

### Le prix, et pourtant ...

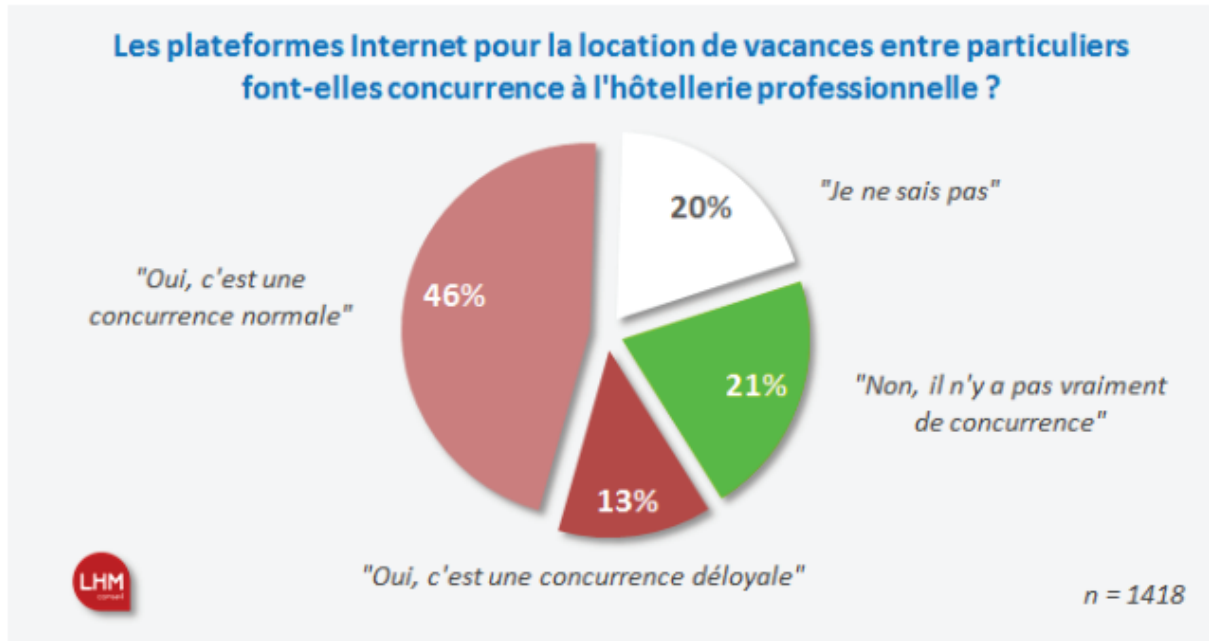
Malgré la prédominance du prix comme critère d'adhésion, **les CSP+ affichent un niveau de pratique au-dessus la moyenne**. Ainsi, 36% des ménages aux revenus supérieurs à 4500 € / mois ont eu recours à la location chez un loueur particulier ces 12 derniers mois, 38% de la catégorie 'cadres et professions intellectuelles supérieures', 29% dans la catégorie 'professions intermédiaires' et 23% dans la catégorie 'employés'.

La surreprésentation des CSP+ est encore plus marquée chez les utilisateurs récents (moins de 12 mois) ainsi que des sites du groupe Homelidays (Abritel, Homeaway) et Airbnb.

Parmi ceux ayant, au 30 mai 2016, un projet de séjour estival avec hébergement marchand à **l'étranger**, **26% prévoit** de faire appel à **une location** chez un **particulier** par l'intermédiaire d'une plateforme Internet dédiée.

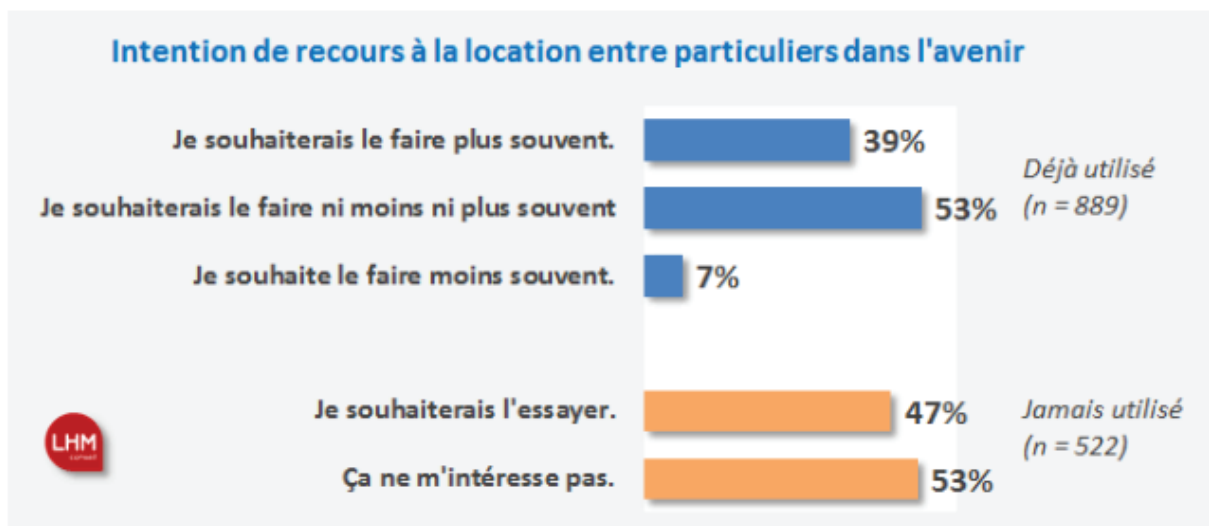


Loin des considérations réglementaires à l'égard du jeu concurrentiel, le grand public affiche des opinions variées. 13% des individus considèrent les plateformes Internet dédiées comme une concurrence déloyale à l'égard de l'hôtellerie professionnelle. Cette attitude est plus marquée chez les hommes (19%) que chez les femmes (9%). A l'inverse, 60% des moins de 30 ans perçoivent une concurrence "normale".



## Avenir

Chez les habitués de la location entre particuliers, l'immense majorité pense continuer à utiliser ce mode de réservation dans l'avenir, parfois plus souvent qu'auparavant. Ceci est particulièrement marqué chez les 18-30 ans, les habitants des grandes villes (un million d'habitants et plus), mais également ceux ayant des projets de séjour à l'étranger ainsi que les utilisateurs fréquents d'hôtels.



47% de ceux et celles n'ayant jamais pratiqué la location de vacances auprès d'un particulier souhaiteraient l'essayer dans l'avenir. Il s'agit, là encore, plutôt d'habitants de grandes zones urbaines, des 18-30 ans, et des femmes.

La location entre particuliers a probablement de beaux jours devant elle. Même si la pratique était déjà bien entrée dans les habitudes des Français, elle semble aujourd'hui particulièrement prisée chez les jeunes et les habitants des grandes villes, notamment pour les séjours à l'étranger, ainsi que les CSP+ qui affichent une utilisation récente. Ceci suggère l'émergence de nouveaux segments avec des modes de consommation nouveaux.

*(\*) Sondage internet réalisé par LHM Conseil entre le 25 et le 30 mai 2016 auprès d'un échantillon de 1438 personnes représentatives de la population française de 18 à 70 ans. La bonne représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas (âge, genre, région, revenu).*

*(\*\*) Nous considérons la location entre particuliers, basée sur une transaction à titre onéreux, comme répondant à une logique marchande.*

**Ce sondage et ses résultats sont la propriété exclusive de LHM Conseil.** Les noms des différentes plateformes ont été utilisés uniquement pour les besoins du sondage.

Ce sondage fait partie d'un dispositif Omnibus ([plus d'info ici](#)) créé par LHM et conçu pour les besoins des acteurs tourisme et des loisirs.

## LHM

LHM est un cabinet d'études marketing basé à Chambéry en Savoie. Le cabinet réalise des [études de marché](#), des sondages et études consommateurs, ou encore des enquêtes en-ligne comme par exemple des [enquêtes de satisfaction](#).

Pour plus de renseignements sur les résultats, la méthode ou les conditions d'enquête :

Willy Fux

LHM Conseil

T. +33 (0)9 62 34 19 30

M. +33 (0)6 17 29 84 47

[wf@lhm-conseil.fr](mailto:wf@lhm-conseil.fr)

(c) LHM Conseil. Tous droits réservés.



## Opinions et pratiques environnementales des Français en 2015

En 2015, les Français expriment de manière accrue une préoccupation à l'égard de la pollution atmosphérique, tant sur le plan global que local. À l'instar de la lutte contre le changement climatique, l'amélioration de la qualité de l'air est devenue l'un des principaux enjeux environnementaux pour l'opinion publique. Du point de vue des ménages, ce n'est toutefois pas à eux d'agir en priorité pour protéger l'environnement, mais aux pouvoirs publics. Avant d'envisager de renoncer à l'usage quotidien de leur

voiture, les enquêtés attendent au préalable que l'offre de transports en commun s'améliore. En matière de consommation, près de la moitié des enquêtés déclarent avoir récemment acheté des produits issus de l'agriculture biologique ou porteurs d'un label écologique. Soucieux de privilégier la production locale, les Français se montrent également disposés à acheter davantage de produits respectueux de l'environnement si cela ne leur coûte pas plus cher.

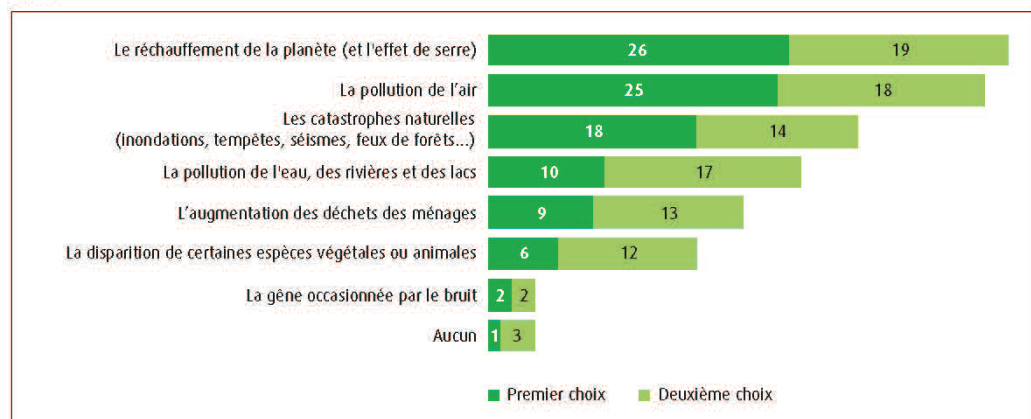
### Changement climatique et pollution de l'air au cœur des préoccupations environnementales

En 2015, la hiérarchie des préoccupations environnementales des Français reste identique à celle observée l'année précédente : la moitié des enquêtés citent d'abord le changement climatique (26 %) ou la pollution de l'air (25 %). Au troisième rang des principaux problèmes environnementaux, les catastrophes naturelles (18 %) devancent la pollution de l'eau, des rivières et des lacs (10 %). À l'instar des préoccupations

liées à l'augmentation des déchets des ménages ou à l'érosion de la biodiversité, les inquiétudes au sujet de la dégradation des milieux aquatiques sont plus fréquemment exprimées en second choix dans l'enquête (graphique 1). C'est d'autant plus vrai concernant la disparition de certaines espèces végétales ou animales. En revanche, la gêne occasionnée par le bruit est globalement peu citée par les enquêtés.

**Graphique 1 : parmi les problèmes suivants liés à la dégradation de l'environnement, quels sont ceux qui vous paraissent les plus préoccupants ? (deux réponses possibles)**

En %



Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Comme » réalisée par l'Insee en novembre 2015.

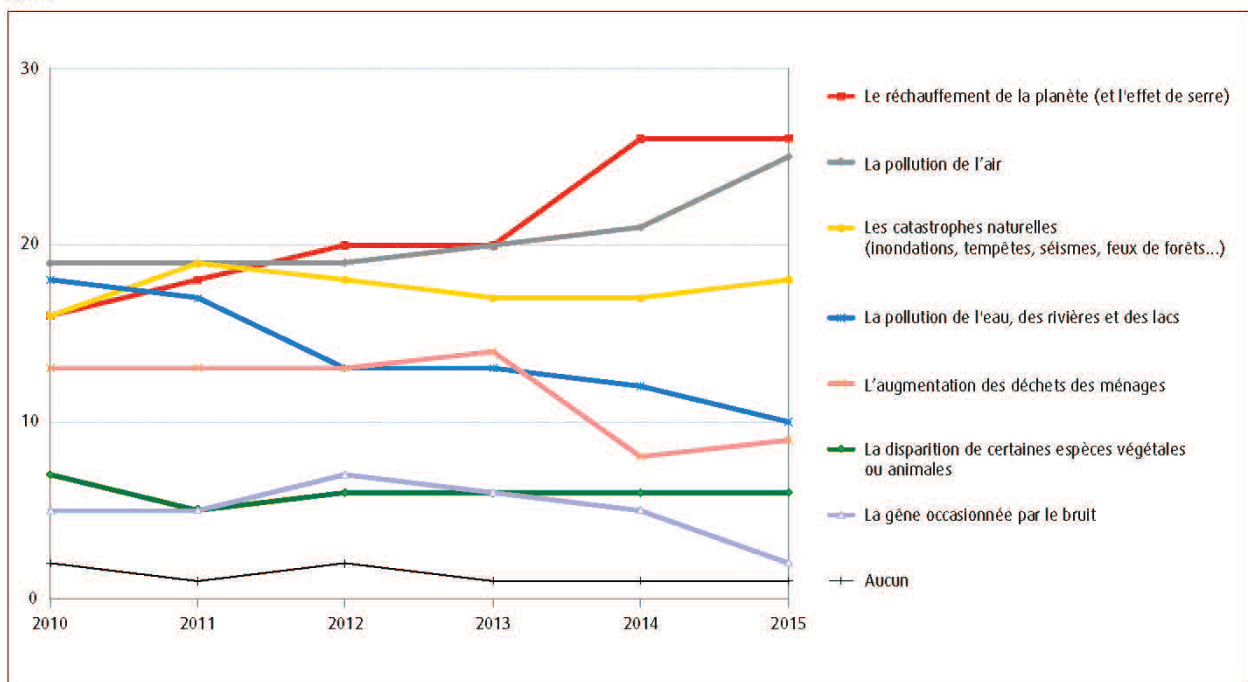
L'importance accordée au changement climatique et à la qualité de l'air est en partie liée au contexte : d'une part, la tenue à Paris de la Conférence mondiale sur le climat (COP21) fin novembre et, d'autre part, la mise en place de la circulation alternée (le 17 mars 2014 puis le 23 mars 2015) à la suite de la survenue de pics de pollution atmosphérique. Cela peut en effet expliquer pourquoi la préoccupation à l'égard de la qualité de l'air a atteint en 2015 son plus haut niveau (*graphique 2*). Dans le même sens, les conséquences catastrophiques des inondations ayant affecté la Côte d'Azur en octobre ont probablement contribué à renforcer les craintes des Français au sujet des risques naturels.

Au deuxième rang des préoccupations environnementales en 2010, la pollution de l'eau a subi une chute de huit points au cours

des années suivantes. Durant la même période, l'augmentation des déchets ménagers a également baissé de quatre points. Au bas du classement, l'érosion de la biodiversité reste à un niveau relativement stable, tandis que la question de la pollution sonore accuse un net recul en 2015. Si ces deux thématiques paraissent susciter un moindre intérêt, des différences notables peuvent cependant être observées selon l'âge et le lieu de résidence. Entre 2010 et 2015, la moyenne des réponses données à cette question montre que l'état de la biodiversité est plus fréquemment évoqué par les plus jeunes. Les plus âgés sont, quant à eux, plus nombreux à ne déclarer aucune préoccupation à l'égard de l'environnement. Enfin, les enquêtés de l'unité urbaine de Paris sont deux fois plus nombreux à s'inquiéter de la pollution sonore que les autres.

### Graphique 2 : parmi les problèmes suivants liés à la dégradation de l'environnement, quel est celui qui vous paraît le plus préoccupant ?

En %



Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

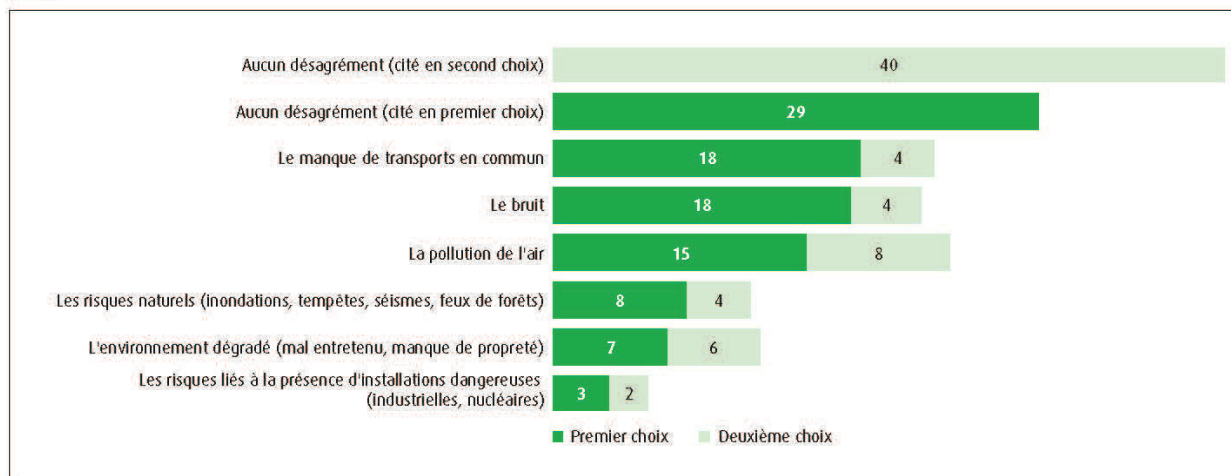
## Pollution de l'air, bruit et mobilité : trois problèmes récurrents au quotidien

Au-delà de l'appréciation globale des problèmes environnementaux, les enquêtés semblent peu subir les conséquences de ceux-ci là où ils vivent. Quand ils sont interrogés sur différentes situations qui pourraient les concerner dans leur quartier, trois Français sur dix ne déclarent aucun problème et une proportion équivalente n'en cite qu'un. La question du manque des transports en commun et les nuisances sonores sont les problèmes de proximité les plus fréquemment évoqués en premier. Même si la pollution de l'air ne

semble pas être le principal souci rencontré par les enquêtés, elle s'impose toutefois comme un réel enjeu de préoccupation dès lors que sont agrégées les premières et deuxième réponses données à cette question (*graphique 3*). En retrait, les problèmes liés aux risques (naturels ou technologiques) et au manque d'entretien et de propreté de l'environnement proche ne suscitent pas particulièrement d'inquiétude ou de mécontentement de la part des enquêtés.

### Graphique 3 : parmi les problèmes suivants, quels sont ceux qui concernent le plus votre quartier ? (deux réponses possibles)

En %

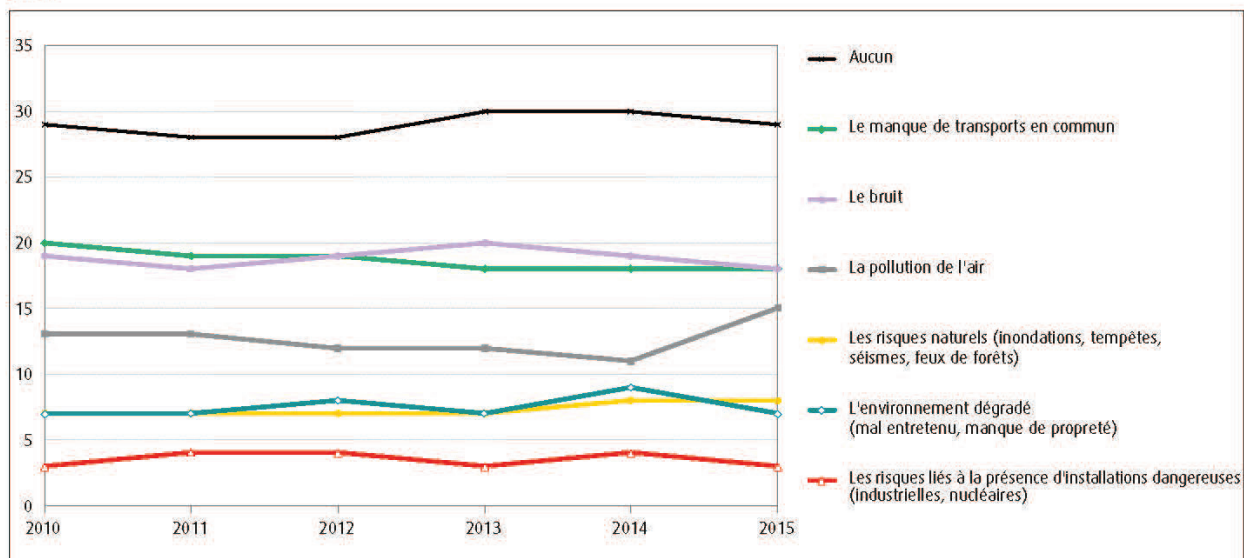
Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

À l'exception de la question de la pollution de l'air qui a connu en 2015 une progression notable (+ 4 points), le niveau général des problèmes évoqués par les Français à l'échelle de leur quartier est resté relativement stable depuis le début de la décennie (graphique 4). Durant la période 2010-2015, les problèmes liés au

bruit et à la pollution atmosphérique sont essentiellement cités par les enquêtés résidant dans les grandes métropoles urbaines. Inversement, le manque de transports en commun est principalement un problème évoqué dans les territoires ruraux où la densité de population est faible.

### Graphique 4 : parmi les problèmes suivants, quel est celui qui concerne le plus votre quartier ?

En %

Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

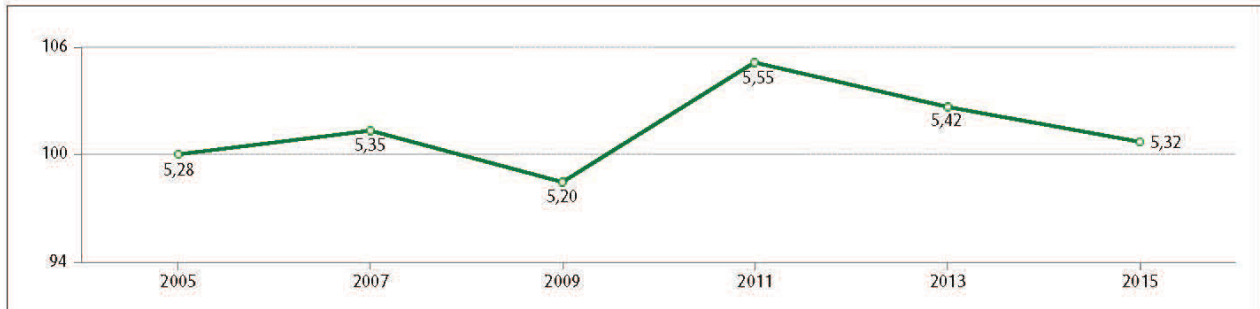
## Protéger l'environnement : l'action publique prime sur l'engagement individuel

Pour tenter de quantifier l'évolution de la relation que les Français entretiennent avec les questions environnementales, il leur est demandé tous les deux ans d'indiquer au travers d'une note s'ils sont plus ou moins sensibles aux problèmes d'environnement. Sur une échelle de 1 à 7, la note moyenne de sensibilité environnementale

était en 2005 de 5,28. Cette note a atteint la valeur de 5,55 en 2011 avant de régresser dans les années suivantes (*graphique 5*). En 2015, elle est revenue à un niveau sensiblement équivalent (5,32) à celui de 2005.

### Graphique 5 : niveau de sensibilité à l'environnement

Base 100 = 5,28 (moyenne de l'année 2005)



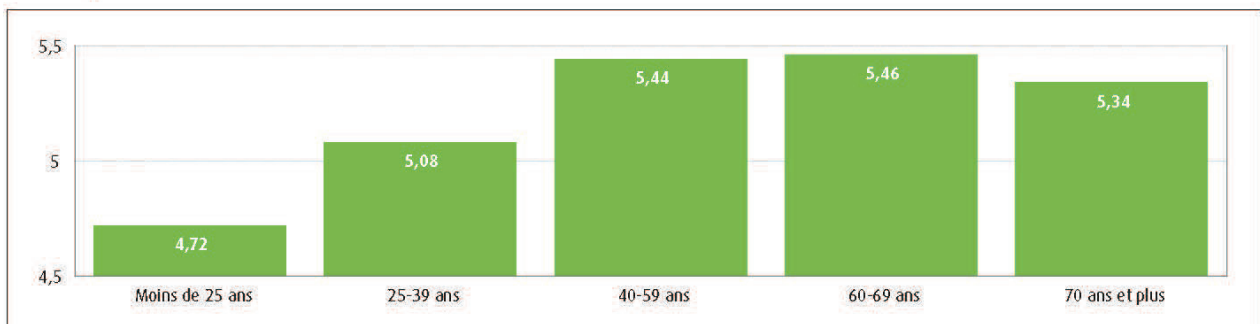
Note : l'intitulé exact de la question est : « Chacun peut se sentir plus ou moins concerné par les problèmes d'environnement. Vous-même, pouvez-vous vous classer sur une échelle de sensibilité à l'environnement, de 1 si vous y êtes totalement insensible à 7 si vous y êtes très sensible. Comment vous classez-vous ? ». Source : CGDD/SOeS, baromètre Environnement de l'enquête « Conditions de vie et aspirations » réalisée par le Credoc en janvier 2015

L'âge des enquêtés influe de manière notable sur la sensibilité des Français à l'égard des enjeux environnementaux. Les plus jeunes semblent en effet y être beaucoup moins sensibles que leurs aînés (*graphique 6*). Ce phénomène est tout particulièrement marqué chez

les moins de 25 ans : un quart des enquêtés de la génération née après 1990 attribuent ainsi une haute note de sensibilité (6 ou 7) contre plus de 45 % parmi les générations nées avant 1976.

### Graphique 6 : niveau de sensibilité à l'environnement par tranche d'âge en 2015

Note moyenne sur une échelle de 1 à 7



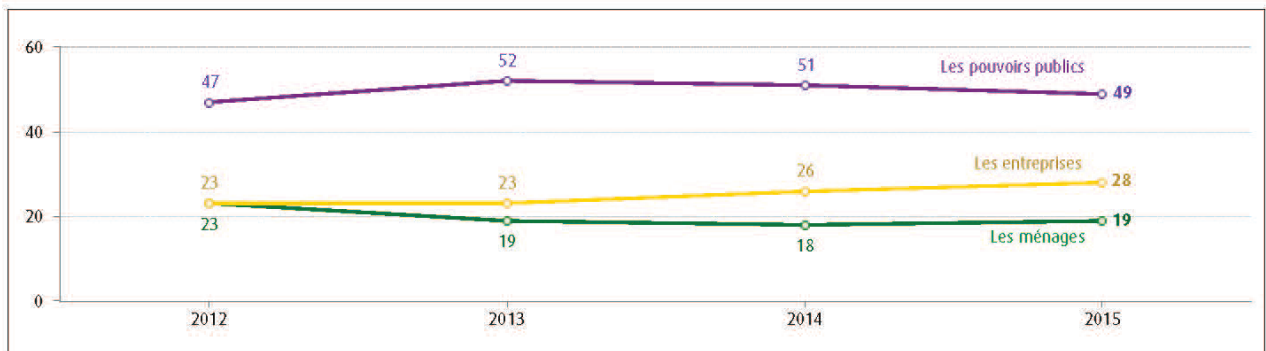
Source : CGDD/SOeS, baromètre Environnement de l'enquête « Conditions de vie et aspirations » réalisée par le Credoc en janvier 2015

Même si le phénomène semble un peu moins marqué en 2015 que les deux années précédentes, près de la moitié des Français continuent à penser que c'est d'abord aux pouvoirs publics d'agir pour protéger l'environnement. Alors que les entreprises et les ménages étaient mentionnés par une part équivalente d'enquêtés en 2012, la répartition des réponses a nettement changé depuis (*graphique 7*).

En effet, les entreprises sont de plus en plus fréquemment citées comme ayant un rôle prioritaire à jouer pour l'environnement et dépassent désormais de neuf points les ménages. Pour la troisième année consécutive, moins d'un Français sur cinq juge que les ménages devraient agir en priorité pour protéger l'environnement.

**Graphique 7 : qui devrait, selon vous, agir en priorité pour la protection de l'environnement ?**

En %



Source : CGDD/SOeS, plateforme Environnement de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

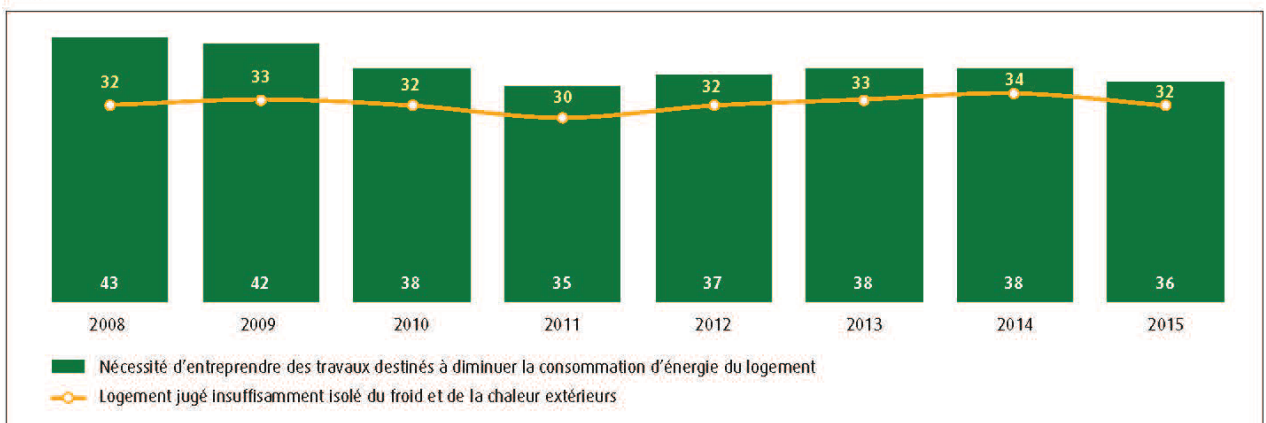
**Efficacité et sobriété énergétique : des évolutions en demi-teinte**

Pour la huitième année consécutive, près d'un tiers des enquêtés déclarent que leur logement est insuffisamment isolé. Alors qu'une tendance à la hausse était observée depuis trois ans, une légère baisse est enregistrée en 2015. Dans le même sens, les Français semblent un peu moins disposés que les années précédentes à entreprendre des travaux visant à réduire la consommation d'énergie de leur logement (graphique 8). Alors que 43 % des enquêtés envisageaient de tels

investissements en 2008, ils ne sont désormais que 36 % à répondre de la sorte. Sur la période 2010-2015, la moyenne des réponses données à cette question confirme l'hypothèse selon laquelle ce sont principalement les jeunes actifs qui souhaitent entreprendre à l'avenir des travaux destinés à améliorer l'efficacité énergétique de leur logement.

**Graphique 8 : selon vous, votre logement est-il mal ou insuffisamment isolé du froid et de la chaleur extérieurs ? Selon vous, serait-il nécessaire d'entreprendre des travaux destinés à diminuer la consommation d'énergie de votre logement (chauffage, isolation, ventilation...)?**

En %



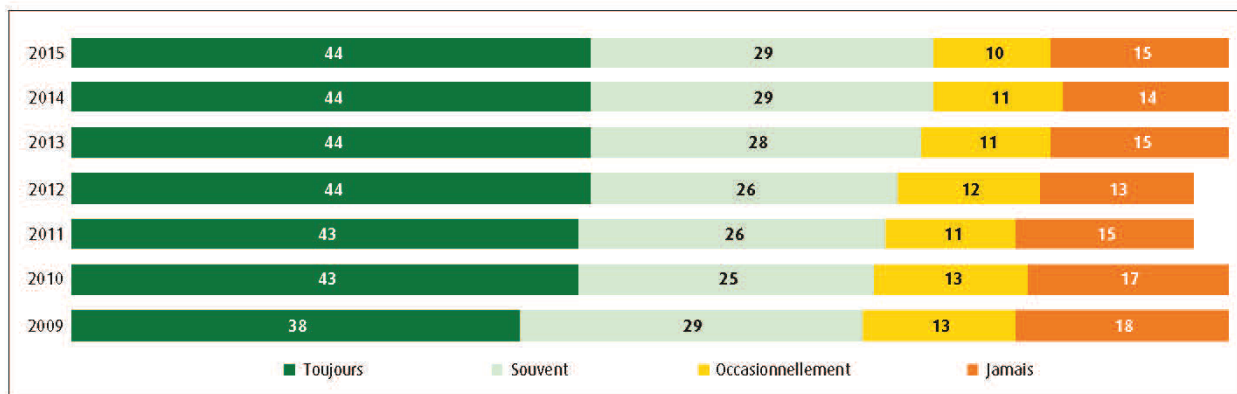
Source : CGDD/SOeS, plateforme Environnement de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

Comme l'année précédente, 73 % des Français déclarent en 2015 baisser fréquemment le chauffage ou la climatisation à leur domicile pour réduire leur consommation d'énergie. En l'espace de six ans, ce souci de réguler la température du logement pour faire des économies d'énergie a progressé de six points (graphique 9). Au contraire, la vigilance à l'égard des veilles électroniques a nettement régressé

durant cette période. En effet, alors que 53 % des enquêtés déclaraient en 2009 « toujours couper le mode veille de leurs appareils électroniques », ils ne sont plus que 32 % à affirmer agir de la sorte en 2015 (graphique 10).

### Graphique 9 : à votre domicile, vous arrive-t-il de baisser le chauffage ou la climatisation afin de limiter votre consommation d'énergie ?

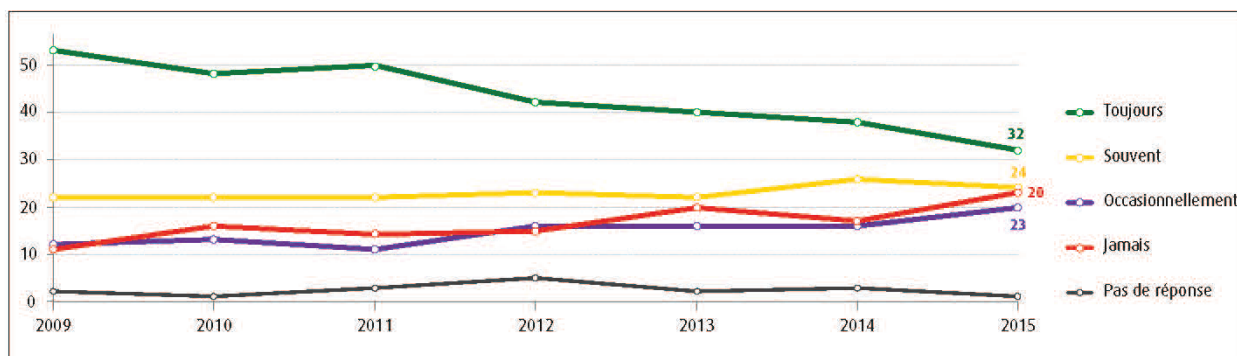
En %



Note : le graphique ne fait pas apparaître les personnes qui n'ont pas répondu à la question (entre 2 et 5 % selon les années).  
 Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

### Graphique 10 : à votre domicile, vous arrive-t-il de couper le mode veille des appareils électroniques ?

En %



Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

## Trajets quotidiens : un usage toujours prépondérant de la voiture

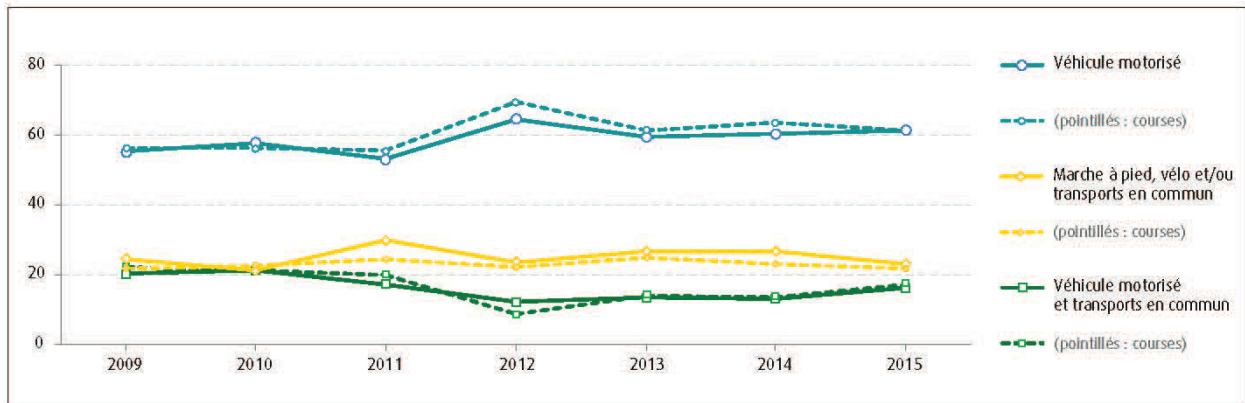
Qu'il s'agisse de se rendre sur leur lieu de travail ou d'aller faire leurs courses, 61 % des enquêtés concernés déclarent utiliser principalement une voiture ou un deux-roues motorisé (*graphique 11*). L'utilisation couplée des transports en commun et d'un véhicule motorisé connaît une légère hausse en 2015, au détriment de l'usage exclusif des transports en commun qui baisse de trois points pour les trajets domicile-travail (12 %). De manière générale, les modes de transport

dont l'impact environnemental est moindre (marche, vélo, transports en commun) sont moins cités que les années précédentes. Seul le recours à la marche à pied pour se rendre sur son lieu de travail ou d'études a tendance à progresser (9 %). L'usage du vélo reste, quant à lui, assez marginal (1 %), que ce soit pour effectuer le trajet domicile-travail ou pour aller faire ses courses.



### Graphique 11 : parmi les moyens de transport suivants, lequel utilisez-vous habituellement pour vous rendre sur votre lieu de travail ou d'études ? pour faire vos courses ?

En %



Note : les traits pleins décrivent l'évolution des modes de transport utilisés pour « se rendre sur son lieu de travail ou d'études » ; les traits en pointillés montrent cette évolution pour aller « faire ses courses ».

Ce graphique se concentre sur les enquêtés qui ont effectivement choisi l'une des modalités de réponse proposées. Une part relativement importante de l'échantillon (entre 39 et 42 % selon les années pour les trajets domicile-travail, et entre 4 et 8 % pour aller faire ses courses) n'ayant pas répondu ou n'étant pas concernée par la question, ces enquêtés ont volontairement été exclus de cette représentation.

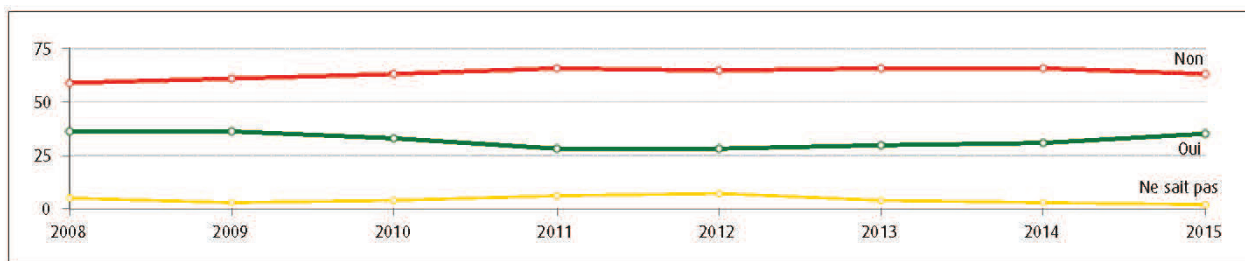
Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

En 2015, une large partie de la population (63 %) continue de se montrer pessimiste quant à l'éventualité d'un quotidien sans voiture. Depuis 2011, la part des enquêtés considérant qu'il sera à l'avenir de plus en plus facile d'effectuer ses déplacements quotidiens sans voiture a toutefois progressé de sept points (*graphique 12*). Désormais,

plus d'un tiers des Français estiment ainsi qu'il leur sera bientôt possible de renoncer à l'usage d'un véhicule motorisé pour ce type de trajets. En dépit de cette progression, la valeur observée lors de la dernière enquête reste en léger retrait par rapport aux valeurs enregistrées avant 2010.

### Graphique 12 : là où vous habitez, pensez-vous qu'à l'avenir il sera de plus en plus facile pour vous d'effectuer vos déplacements quotidiens (travail, études, loisirs, courses) sans voiture ?

En %



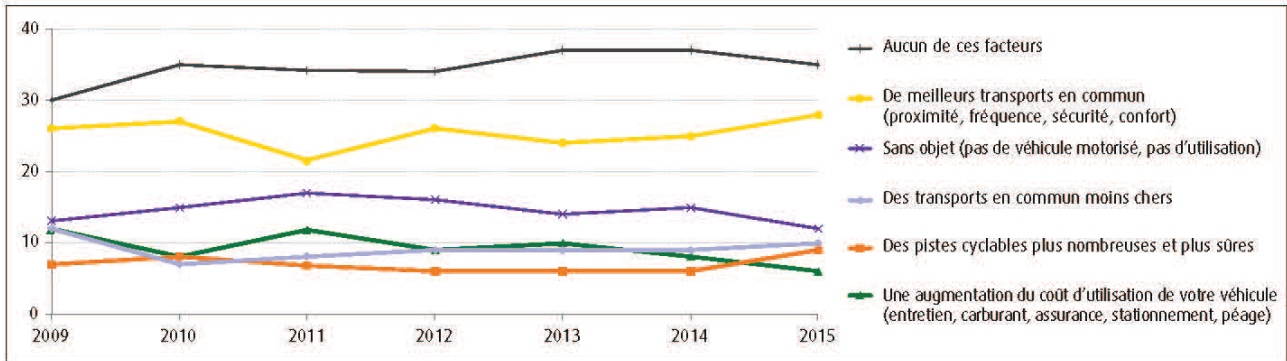
Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

Par rapport aux deux années précédentes, la part des enquêtés qui ne voient pas ce qui pourrait les encourager à moins utiliser leur véhicule motorisé baisse un peu, mais continue de représenter plus d'un tiers des personnes interrogées. Cette baisse est la conséquence indirecte de la progression des attentes exprimées en matière de transports en commun. Avant de renoncer à l'usage de leur voiture, 28 % des Français souhaiteraient que l'offre en la matière s'améliore et 10 % voudraient qu'ils soient moins chers (*graphique 13*).

Par ailleurs, 9 % des enquêtés attendent que des pistes cyclables plus nombreuses et plus sécurisées soient ouvertes à la circulation avant d'opter pour un usage plus régulier du vélo. Contrairement à cette réponse qui atteint en 2015 son plus haut niveau, l'hypothèse d'une augmentation du coût d'utilisation des véhicules motorisés n'est plus considérée comme un facteur d'encouragement à renoncer à utiliser quotidiennement son véhicule : en l'espace de six ans, la part des réponses en ce sens a été divisée par deux.

**Graphique 13 : lors de vos déplacements quotidiens (travail, études, loisirs, courses), quel facteur vous encouragerait à moins utiliser votre voiture (y compris un véhicule utilitaire), votre moto ou votre scooter ?**

En %



Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

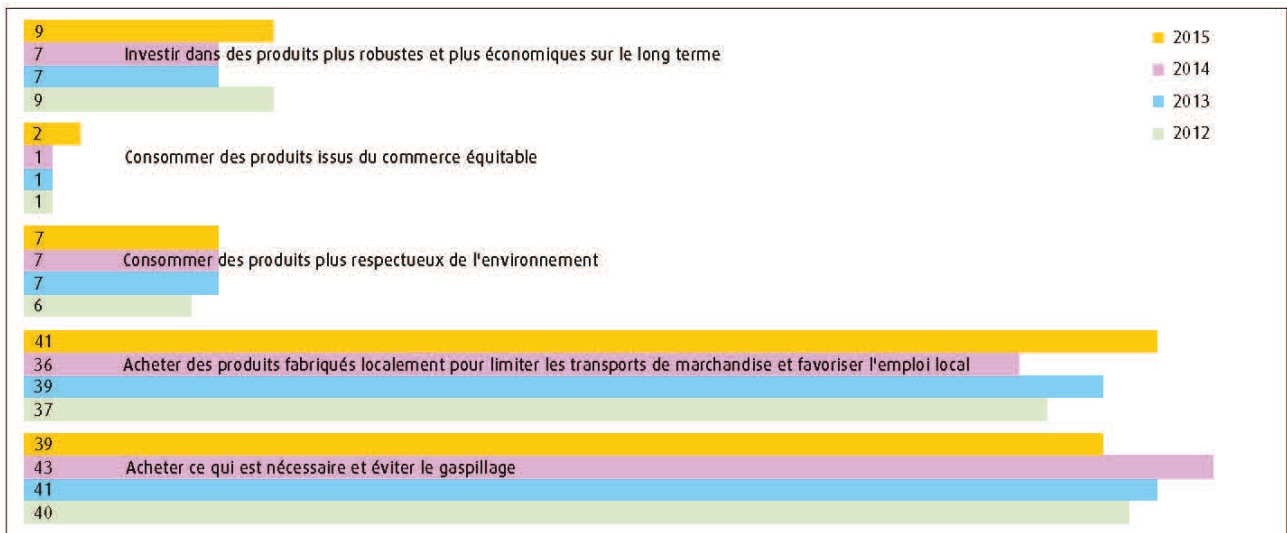
## Consommation responsable : une dynamique encore incertaine

Contrairement aux années précédentes où la notion de consommation responsable renvoyait avant tout à l'idée de *n'acheter que le nécessaire en évitant le gaspillage*, cette définition régresse de quatre points en 2015 et se trouve désormais devancée par l'idée d'*acheter des produits fabriqués localement* (graphique 14). Ce résultat confirme ce qu'observe également le Credoc : alors que 38 % des Français considéraient en 2014 que la consommation était avant tout une « nécessité », ils n'étaient plus que 32 % à penser de même un

an plus tard (*Consommation et modes de vie*, n° 280, février 2016). « *Investir dans des produits plus robustes et plus économiques sur le long terme* » est redevenu en 2015 la troisième définition de la consommation responsable la plus citée. Très en retrait par rapport aux deux principales acceptions du terme, elle devance la consommation de « *produits plus respectueux de l'environnement* » (7 %) et de « *produits issus du commerce équitable* » (2 %).

**Graphique 14 : on parle de plus en plus de « consommation responsable ». Selon vous, la consommation responsable, c'est en priorité ?**

En %



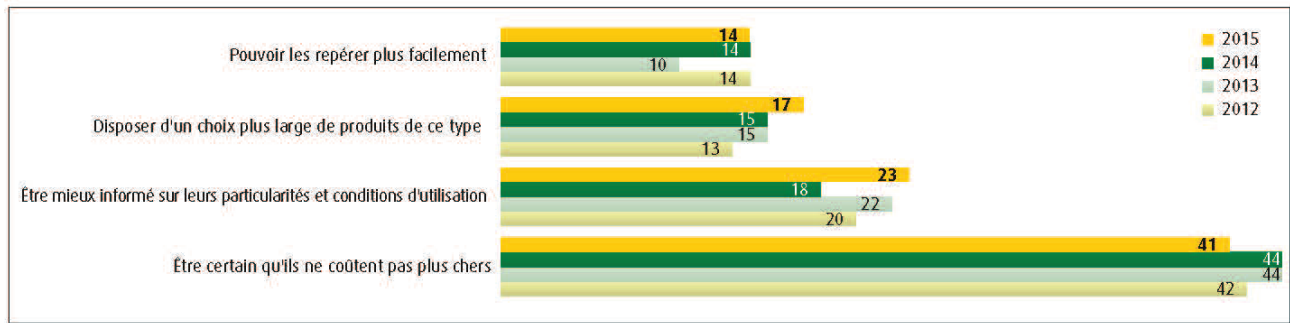
Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

Comme les années précédentes, les Français attendent surtout d'être convaincus que le prix des produits respectueux de l'environnement n'est pas plus élevé avant d'en acheter davantage (graphique 15). Contrairement à ce facteur, la part des ménages souhaitant en savoir davantage sur ces produits et leurs conditions d'utilisation progresse

en 2015 de cinq points. Même si ces propositions sont un peu moins citées par les enquêtés, l'élargissement de l'offre disponible (17 %) et l'attente d'une meilleure signalétique sur ces produits (14 %) restent des enjeux non négligeables.

**Graphique 15 : qu'est-ce qui vous inciterait à acheter davantage de produits respectueux de l'environnement ?**

En %

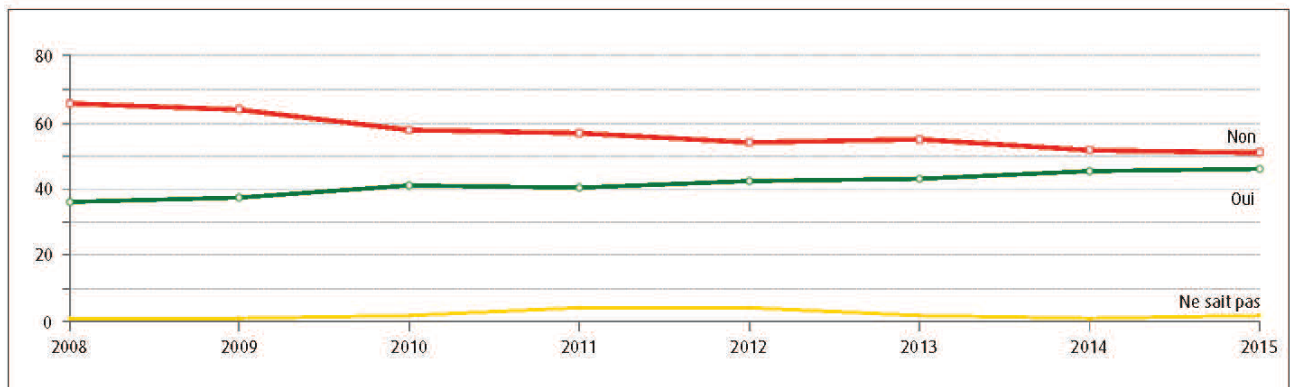
Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

Dans le prolongement des années précédentes, la part des Français déclarant avoir récemment acheté des produits bio a encore augmenté en 2015 et atteint désormais 47 % des enquêtés (*graphique 16*). Pour la première fois, plus d'un Français sur deux déclare par ailleurs avoir

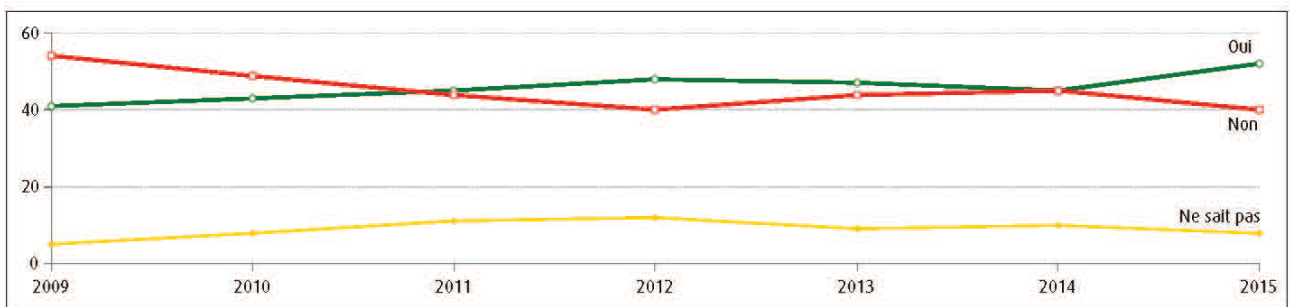
acheté un ou plusieurs produits portant un label écologique au cours du mois écoulé (*graphique 17*). Après deux années en recul, ce rebond (+ 7 points) constitue un signal encourageant pour les écolabels.

**Graphique 16 : au cours du dernier mois, vous-même ou un membre de votre ménage, avez-vous réalisé des achats dans un magasin bio ou dans le rayon bio d'un supermarché ?**

En %

Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015**Graphique 17 : au cours du dernier mois, vous-même ou un membre de votre ménage, avez-vous acheté un ou plusieurs produits portant un label écologique (comme par exemple le label NF Environnement) ?**

En %

Source : CGDD/SOeS, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

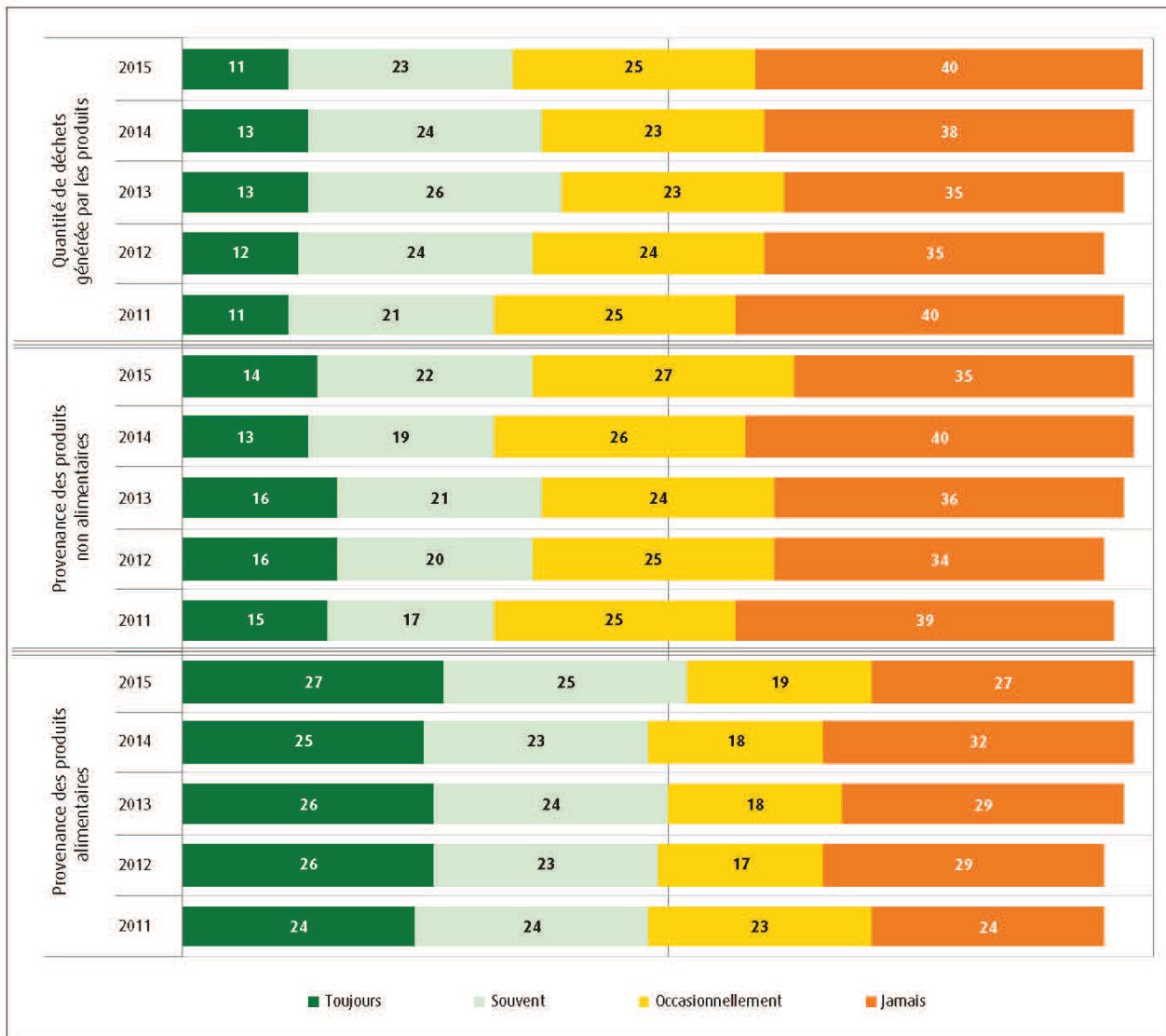
Dans le prolongement du phénomène observé l'année précédente, la vigilance des Français à l'égard des quantités de déchets générés par leur consommation s'estompe encore en 2015. En l'espace de deux ans, la part des enquêtés affirmant prendre régulièrement en considération la quantité de déchets que leurs achats sont susceptibles de générer a baissé de cinq points, au profit de ceux qui déclarent n'y faire jamais attention (*graphique 18*).

En 2015, plus de la moitié des Français déclarent en revanche se

soucier fréquemment de la distance parcourue par les produits alimentaires qu'ils achètent. Concernant les autres produits (vêtements, chaussures, meubles), ils sont nettement moins nombreux à consulter les étiquettes de ces marchandises (36 % « toujours » ou « souvent ») afin de connaître leur origine géographique. Malgré une baisse de cinq points, la part des enquêtés qui ne prêtent jamais attention à cette information reste encore importante (35 %).

**Graphique 18 : lorsque vous achetez certains produits, faites-vous attention à la quantité de déchets que cela implique ? À la distance parcourue pour leur transport ?**

En %



Note : le graphique ne fait pas apparaître les personnes qui n'ont pas répondu à la question (entre 1 et 5 % selon les années).

Source : CGDD/SOEs, plateforme *Environnement* de l'enquête « Camme » réalisée par l'Insee en novembre 2015

## Méthodologie

L'Insee réalise chaque mois l'enquête de conjoncture auprès des ménages (Camme) par téléphone auprès de 1 800 individus environ. L'échantillon est constitué de ménages ordinaires équipés d'une ligne de téléphone fixe (tirés dans le fichier de la taxe d'habitation et dont le numéro de téléphone se trouve dans l'annuaire des pages blanches) et résidant en France métropolitaine. La personne interrogée est indifféremment le titulaire de la ligne ou son conjoint.

Son objectif est de recueillir l'opinion que se font les ménages, résidant en métropole, sur la conjoncture économique générale de la France d'une part, sur leur situation financière personnelle, leurs intentions en matière d'épargne et d'achats de biens d'équipements d'autre part, selon un questionnaire inchangé et dans des délais stricts. Ces informations sont destinées à fournir une aide au diagnostic conjoncturel de l'économie française et européenne.

Le dispositif permet également, le cas échéant et sur un mois donné, de rajouter une micro plateforme de 20 questions maximum sur des sujets variables. C'est le cas de la plateforme *Environnement*, proposée par le CGDD/SOeS depuis 2008 (et partiellement adaptée en 2012) et réalisée chaque année au mois de novembre.

La vocation de la plateforme *Environnement* de l'enquête Camme est de faire des diagnostics conjoncturels sur la manière dont les individus appréhendent les enjeux environnementaux généraux, certaines évolutions dans le domaine de la consommation, des déplacements ou de l'habitat et les conséquences sur leurs propres comportements.

Deux dimensions sont abordées :

- **les opinions**, c'est-à-dire des points de vue, des prises de position exprimés verbalement à propos d'un sujet ou d'un débat d'actualité ;
- **les pratiques**, les comportements mis en œuvre par les individus.

Les chiffres indiqués correspondent à des **pratiques déclarées**. Ils sont donc susceptibles d'être surévalués par rapport aux pratiques effectives des ménages. Cette surestimation peut être due à un mécanisme dit de « désirabilité sociale » fréquemment observé dans les enquêtes d'opinions centrées sur des sujets comme l'environnement pour lesquels il existe souvent une adhésion consensuelle. Il s'agit pour l'individu interrogé de répondre en adéquation avec ce qu'il juge être une valeur ou une attitude socialement valorisée. Par ce processus, l'enquête contribue donc à amplifier l'écart entre ce que disent et ce que font les individus.

Les données relatives à la sensibilité environnementale des ménages sont issues d'un autre baromètre du CGDD/SOeS, réalisé depuis 1995 par le Credoc dans le cadre du dispositif d'enquête « Conditions de vie et aspirations des Français ». Ces données sont collectées en face-à-face auprès d'un échantillon représentatif de 2 000 personnes. Ce baromètre est réalisé tous les deux ans en début d'année impaire. Les résultats complets sont présentés sur le site du CGDD/SOeS ([www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/lessentiel/t/environnement.html](http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/lessentiel/t/environnement.html)) à la rubrique « Société et environnement ».

Éric Pautard

## Chiffres & statistiques

Commissariat général  
au développement  
durable

Service de l'observation  
et des statistiques

Tour Séquoia  
92055 La Défense cedex  
Mél : [diffusion.soes.cgdd@developpement-durable.gouv.fr](mailto:diffusion.soes.cgdd@developpement-durable.gouv.fr)

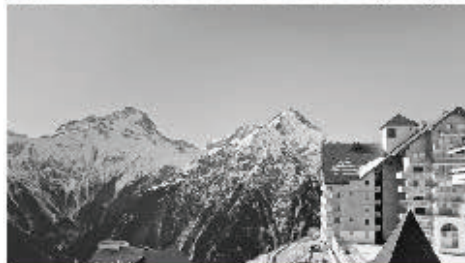
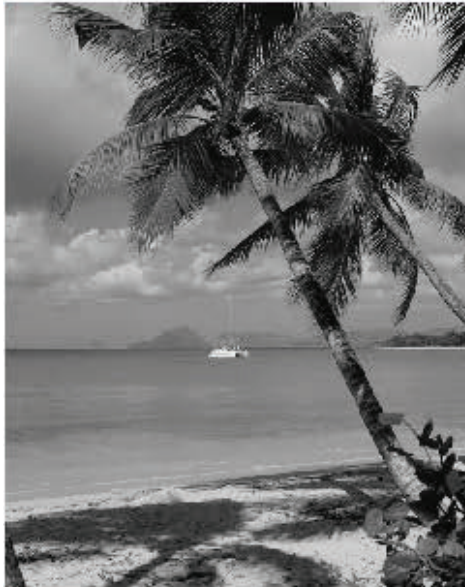
Directeur de la publication :  
Sylvain Moreau

Conception et réalisation :

[www.cjromatiques.fr](http://www.cjromatiques.fr)

ISSN : 2102-6378

© SOeS 2016



ÉTUDES ÉCONOMIQUES

# CHIFFRES CLÉS du tourisme

Édition 2017

**DGE**  
DIRECTION GÉNÉRALE  
DES ENTREPRISES

# Le poids économique du tourisme en France

## ■ La consommation touristique en France et son poids dans le PIB

	2016 (p)	Évolution 2016/2015 (en %)
<b>Consommation touristique intérieure (en milliards d'euros courants)</b>	<b>158,9</b>	<b>0,0</b>
Visiteurs résidents	108,1	1,4
Visiteurs non résidents	50,8	-3,0
<b>Poids de la consommation touristique intérieure dans le PIB (en %)</b>	<b>7,1</b>	
Visiteurs résidents	4,8	
Visiteurs non résidents	2,3	

(p) : provisoire.

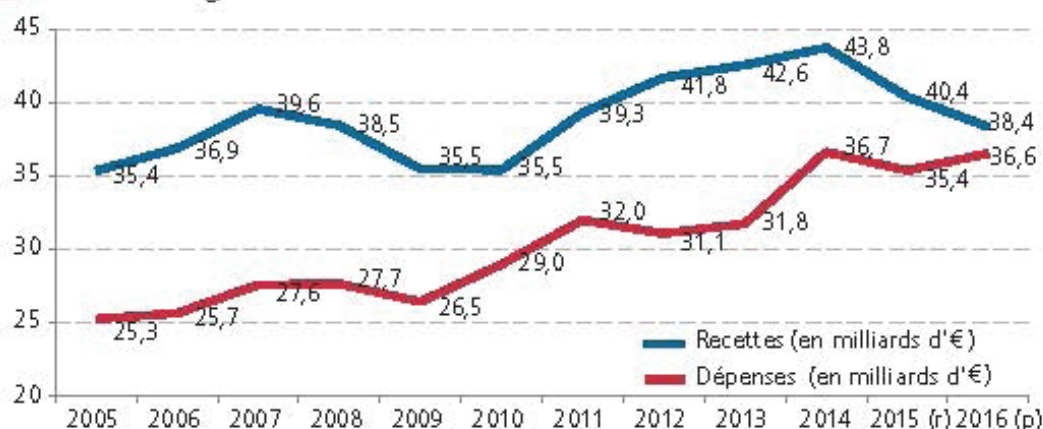
Source : DGE, Compte satellite du tourisme, base 2010.

## ■ Les entreprises des secteurs du tourisme en 2015

	Nombre d'entreprises (en milliers)	Effectifs salariés en équivalent temps plein (en milliers)	Chiffre d'affaires HT (en milliards d'euros)	Valeur ajoutée HT (en milliards d'euros)
<b>Ensemble des secteurs d'activités du tourisme</b>	<b>303,1</b>	<b>1 038,6</b>	<b>167,8</b>	<b>63,6</b>
<b>Poids dans l'ensemble de l'économie</b>	<b>7,4 %</b>	<b>8,1 %</b>	<b>4,4 %</b>	<b>5,7 %</b>
dont Hébergements	49,0	177,3	24,8	10,2
Restaurations	164,7	453,4	48,8	20,6
Débits de boissons	39,2	36,9	6,5	2,7
Transports	5,9	240,8	44,7	19,6
Agences de voyages et voyagistes	8,7	35,7	13,2	1,8

Source : Insee, Écane (sauf poste Transports : calculs DGE).

## ■ Les échanges extérieurs



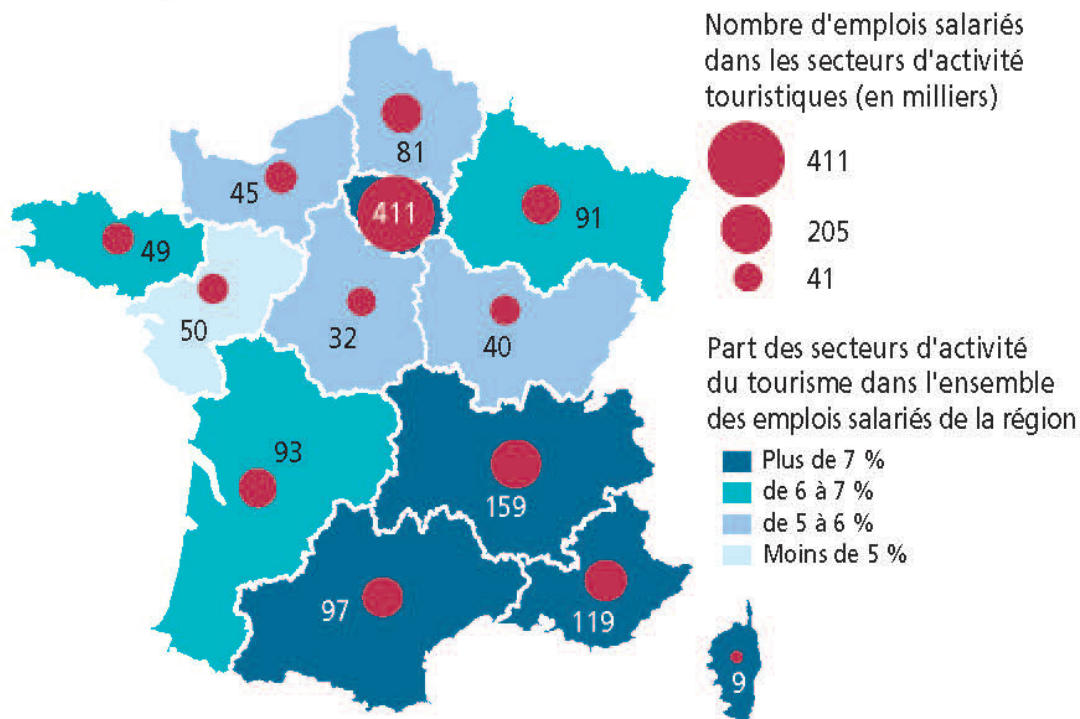
(r) : révisé.

(p) : provisoire.

Source : Banque de France - poste « voyages » de la balance des paiements.

# L'emploi dans les secteurs du tourisme et l'offre d'hébergement

## ■ Les effectifs salariés dans les secteurs d'activité du tourisme au 1<sup>er</sup> janvier 2017



Lecture : l'Île-de-France rassemble 411 000 emplois dans les secteurs d'activité du tourisme, soit 9,0 % de l'emploi total de la région.

Source : Acoss.

## ■ L'offre d'hébergement marchand au 1<sup>er</sup> janvier 2017

	Établissements (en milliers)	Lits	
		en milliers	en %
Hôtels de tourisme	18,2	1 297,7	22,5
Résidences de tourisme	2,2	676,2	11,7
Campings <sup>1</sup>	8,4	2 742,6	47,5
Villages de vacances et maisons familiales	0,9	245,6	4,3
Auberges de jeunesse	0,2	28,9	0,5
Meublés classés de tourisme <sup>2</sup>	92,1	439,2	4,8
Chambres d'hôtes	26,7	53,3	0,9
<b>Ensemble de l'hébergement marchand</b>		<b>5 483,6</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> Y compris les établissements n'offrant que des équipements loués à l'année.

<sup>2</sup> Le classement « meublé de tourisme » n'étant plus un prérequis à la labellisation Gîtes de France ou Clévacances, certains meublés labellisés ne sont plus classés.

Sources : Insee, DGE, partenaires territoriaux, FNGF, Clévacances France, Accueil paysan, Fleurs de soleil, Tourisme et territoires – plateforme Class.



# Le tourisme des Français\* pour motif personnel en 2016

\* résidents en France métropolitaine de 15 ans ou plus.

## Les taux de départ en voyage (au moins une nuit en dehors du domicile)

	Taux de départ (en %)	Nombre moyen de voyages par individu parti
<b>Ensemble des voyages personnels</b>	<b>73,1</b>	<b>4,6</b>
Courts voyages (1 à 3 nuitées)	50,2	3,4
Longs voyages (au moins 4 nuitées)	63,0	2,6
En France métropolitaine	68,7	4,3
À l'étranger ou dans les DOM	25,4	1,6

Champ : voyages pour motif personnel des Français de 15 ans ou plus.  
Source : DGE, enquête SDT.

## Les voyages

	Voyages (en millions)	Nuitées (en millions)	Durée moyenne de voyage (en nuitées)
<b>Ensemble des voyages personnels</b>	<b>194,8</b>	<b>1 105,1</b>	<b>5,7</b>
En France métropolitaine	171,3	887,5	5,2
À l'étranger ou dans les DOM	23,5	217,6	9,2
<b>Courts voyages (1 à 3 nuitées)</b>	<b>100,9</b>	<b>188,0</b>	<b>1,8</b>
En France métropolitaine	95,8	174,7	1,8
À l'étranger ou dans les DOM	5,1	11,2	2,2
<b>Longs voyages (au moins 4 nuitées)</b>	<b>94,0</b>	<b>919,2</b>	<b>9,8</b>
En France métropolitaine	75,5	712,8	9,4
À l'étranger ou dans les DOM	18,4	206,4	11,2

Champ : voyages pour motif personnel des Français de 15 ans ou plus.  
Source : DGE, enquête SDT.

## Les voyages par type de réservation

	France métropolitaine	À l'étranger ou dans les DOM	Total
<b>Voyages réservés (en millions)</b>	<b>71,4</b>	<b>21,2</b>	<b>92,6</b>
Agences de voyages ou tour-opérateur* (en %)	6,7	35,0	13,2
Prestataires de services** (en %)	68,1	52,8	64,6
Autres organismes de réservation*** (en %)	25,2	12,2	22,2
<b>Part des voyages réservés dans l'ensemble des voyages (en %)</b>	<b>41,7</b>	<b>90,0</b>	<b>47,5</b>

\* Y compris les agences de voyages en ligne, \*\* Compagnie de transport, hôtel, etc.  
\*\*\* Association, syndicat d'initiative, comité d'entreprise, etc.  
Champ : voyages pour motif personnel des Français de 15 ans ou plus.  
Source : DGE, enquête SDT.

## Les voyages en France métropolitaine selon le type d'espace

	Répartition des voyages (en %)	Répartition des nuitées (en %)	Durée moyenne de voyage (en nuitées)
<b>Littoral</b>	<b>22,2</b>	<b>31,2</b>	<b>7,3</b>
Littoral rural	7,2	10,8	7,7
Littoral urbain	15,0	20,4	7,1
<b>Montagne</b>	<b>20,3</b>	<b>22,5</b>	<b>5,8</b>
Montagne hors station	14,3	14,8	5,4
Montagne station	6,0	7,8	6,7
<b>Rural</b>	<b>23,9</b>	<b>20,2</b>	<b>4,4</b>
<b>Urbain</b>	<b>30,2</b>	<b>22,1</b>	<b>3,8</b>
Non renseigné	3,5	3,9	5,8
<b>France métropolitaine</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>5,2</b>

Champ : voyages pour motif personnel en métropole des Français de 15 ans ou plus.  
Source : DGE, enquête SDT.

## Les voyages en France métropolitaine selon le type d'hébergement

	Répartition des voyages (en %)	Répartition des nuitées (en %)	Durée moyenne de voyage (en nuitées)
<b>Hébergement marchand</b>	<b>31,5</b>	<b>35,5</b>	<b>5,8</b>
dont Hôtel	10,6	5,7	2,8
Camping	5,4	8,8	8,4
Location, gîte, chambre d'hôtes	11,1	15,1	7,0
<b>Hébergement non marchand</b>	<b>68,5</b>	<b>64,5</b>	<b>4,9</b>
dont Résidence secondaire du foyer	9,0	15,6	9,0
Famille	46,4	38,8	4,3
Anis	11,0	7,9	3,7
<b>France métropolitaine</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>5,2</b>

Champ : voyages pour motif personnel en métropole des Français de 15 ans ou plus.  
Source : DGE, enquête SDT.

## Les excursions à la journée\*

	Nombre d'excursions (en millions)
<b>Ensemble des excursions</b>	<b>42,9</b>
En France métropolitaine	40,5
À l'étranger ou dans les DOM	2,4

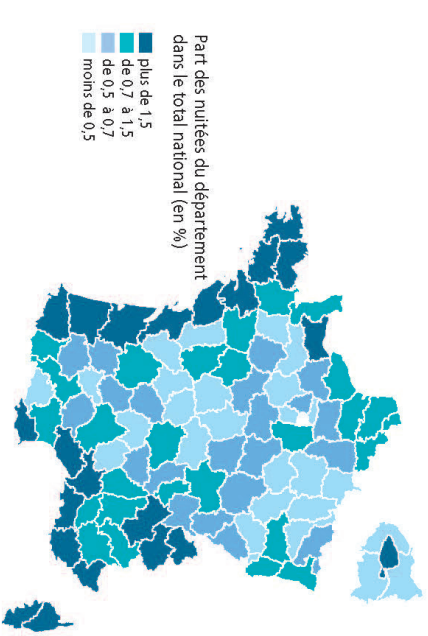
\* Allées et retours à la journée à plus de 100 km du domicile.  
Champ : voyages pour motif personnel des Français de 15 ans ou plus.  
Source : DGE, enquête SDT.

## Les voyages à l'étranger et dans les DOM

	Voyages (en millions)	Nuitées (en millions)	Durée moyenne de voyage (en nuitées)
<b>Europe</b>	<b>18,1</b>	<b>133,3</b>	<b>7,4</b>
dont Espagne	4,2	35,6	8,5
Italie	3,0	23,6	7,8
Belgique et Luxembourg	1,6	5,6	3,5
Royaume-Uni	1,5	8,6	5,8
Allemagne	1,3	6,7	5,1
<b>Amérique</b>	<b>1,9</b>	<b>26,5</b>	<b>13,9</b>
dont Etats-Unis	0,8	11,7	13,8
<b>Afrique</b>	<b>1,5</b>	<b>19,9</b>	<b>13,7</b>
dont Maroc	0,4	6,1	14,0
Tunisie	0,1	2,1	16,1
<b>Asie et Océanie</b>	<b>1,4</b>	<b>24,8</b>	<b>18,3</b>
<b>Total Etranger (hors DOM)</b>	<b>22,8</b>	<b>204,7</b>	<b>9,0</b>
<b>DOM</b>	<b>0,7</b>	<b>13,1</b>	<b>17,8</b>

Champ : voyages pour motif personnel des Français de 15 ans ou plus.  
Source : DGE, enquête SDT.

## Les nuitées par département de destination



Champ : voyages pour motif personnel en métropole des Français de 15 ans ou plus.  
Source : DGE, enquête SDT.

# Le tourisme international en France en 2016

## Les arrivées, nuitées et recettes par continent

Continent de résidence	Arrivées de touristes (en millions)	Nuitées de touristes (en millions)	Arrivées d'excursionnistes (en millions)	Recettes* (en milliards d'euros)
Europe	64,5	403,5	115,2	29,1
Union européenne (28)	57,0	361,4	88,4	24,5
Zone euro (19)	42,2	261,6	83,7	18,8
Amérique	8,1	66,8	2,6	4,0
Asie et Océanie	6,9	50,7	1,9	3,4
Afrique	3,1	40,9	0,7	1,8
<b>Ensemble des visiteurs internationaux</b>	<b>82,6</b>	<b>561,9</b>	<b>120,4</b>	<b>38,4</b>

\* Touristes et excursionnistes. Champ : tourisme international en France métropolitaine. Les territoires ultramarins ont accueilli environ 400 000 touristes étrangers en 2016.

Source : DGE, Banque de France, enquête EVE.

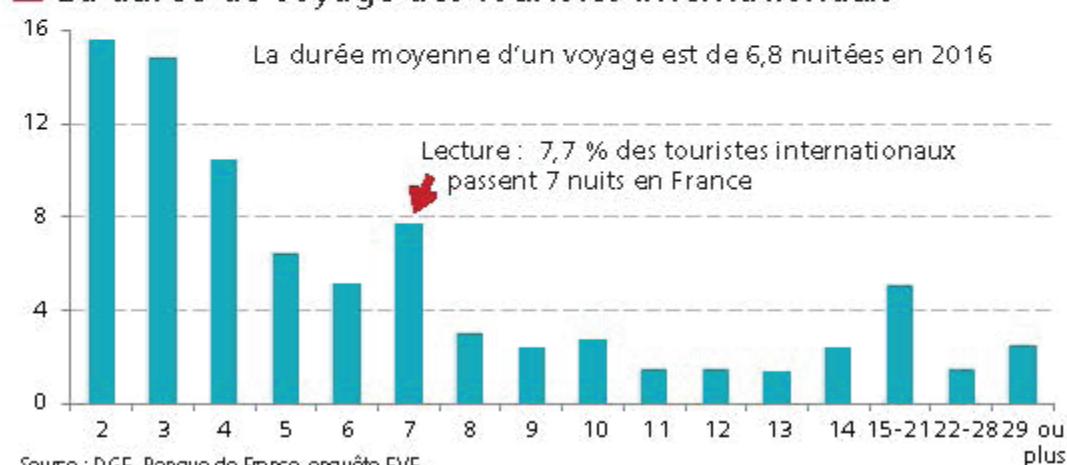
## Les arrivées, nuitées et recettes, principales clientèles

Pays de résidence	Arrivées de touristes (en millions)	Nuitées de touristes (en millions)	Arrivées d'excursionnistes (en millions)	Recettes* (en milliards d'euros)
Royaume-Uni	11,9	77,5	3,9	4,7
Allemagne	11,4	74,7	21,4	5,6
Belgique et Luxembourg	10,7	61,9	38,5	5,6
Italie	6,7	38,4	10,4	2,5
Suisse	6,0	31,5	26,2	3,8
Espagne	5,8	29,6	9,9	2,1
Pays-Bas	4,1	31,5	2,5	1,6
États-Unis	4,2	34,3	1,6	2,1
Chine**	2,0	11,4	0,6	0,9
Australie	1,0	7,6	0,1	0,7

\* Touristes et excursionnistes. \*\* Hors Hong Kong et Macao.

Source : DGE, Banque de France, enquête EVE.

## La durée de voyage des touristes internationaux



Source : DGE, Banque de France, enquête EVE.

# Le tourisme international dans le monde en 2016

## ■ Le classement des pays selon les arrivées de touristes internationaux

Rang 1980	Rang 2016	Pays visités	Arrivées 2016 (en millions)	Évolution 2016/2015 (en %)
<b>1</b>	<b>1</b>	<b>France</b>	<b>82,6</b>	<b>-2,2</b>
2	2	États-Unis	75,6	-2,4
3	3	Espagne	75,3	10,5
18	4	Chine*	59,3	4,2
4	5	Italie	52,4	3,2
7	6	Royaume-Uni	35,8	4,0
9	7	Allemagne	35,6	1,7
8	8	Mexique	35,1	9,3
27	9	Thaïlande	32,6	8,9
52	10	Turquie	30,3	-23,3
<b>Monde</b>			<b>1 235,0</b>	<b>3,9</b>

Source : Organisation mondiale du tourisme.

## ■ Le classement des pays selon les recettes du tourisme international

Rang 1980	Rang 2016	Pays visités	Recettes 2016(p) (en Md€)	Évolution 2016/2015** (en %)
1	1	États-Unis	186,1	0,3
4	2	Espagne	54,5	7,1
27	3	Thaïlande	45,1	14,7
34	4	Chine*	40,1	5,3
<b>2</b>	<b>5</b>	<b>France</b>	<b>38,4</b>	<b>-5,1</b>
3	6	Italie	36,4	2,3
5	7	Royaume-Uni	35,8	-1,4
6	8	Allemagne	33,8	1,7
19	9	Hong Kong	29,7	-9,0
24	10	Australie	29,3	13,5
<b>Monde</b>			<b>1 102,0</b>	<b>2,2</b>

\* Hors Hong Kong et Macao.

(p) : provisoire.

\*\* En devises locales (en \$ pour la Chine), à prix courants.

Source : Organisation mondiale du tourisme.

Pour en savoir plus :

[www.entreprises.gouv.fr](http://www.entreprises.gouv.fr)



Directeur de la publication : Pascal Faure

Rédacteur en chef : François Magnien

Réalisation : Abdel Khiati

Cartographie : Abdel Khiati

Secrétariat de rédaction : Martine Automme,  
Nicole Merle-Lamoot

Composition : Hélène Allias-Denis, Brigitte Baroin

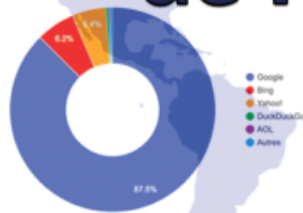
ISSN : 2269-3092

Dépôt légal : 2017

DGE - 67, rue Barbès, 94200 Ivry-sur-Seine

Crédits photographiques (de gauche à droite) : © Phovoir.fr ; © Sergey Borsov - Gettyimages ; © Gettyimages ; © Fotolà ; © Sicom

# Parts de marché des moteurs de recherche



Publié le 09/07/2018

## Parts de marché des moteurs de recherche en juillet 2018 (France, USA, monde)

Google domine le monde dans la plupart des pays, mais quelles sont les parts de marché des moteurs de recherche en France et dans le monde ? Ce dossier vous fournit les derniers chiffres connus.

Olivier Duffez  
Créateur de WebRankInfo,  
consultant en référencement

f t G+ v in

159

259

70

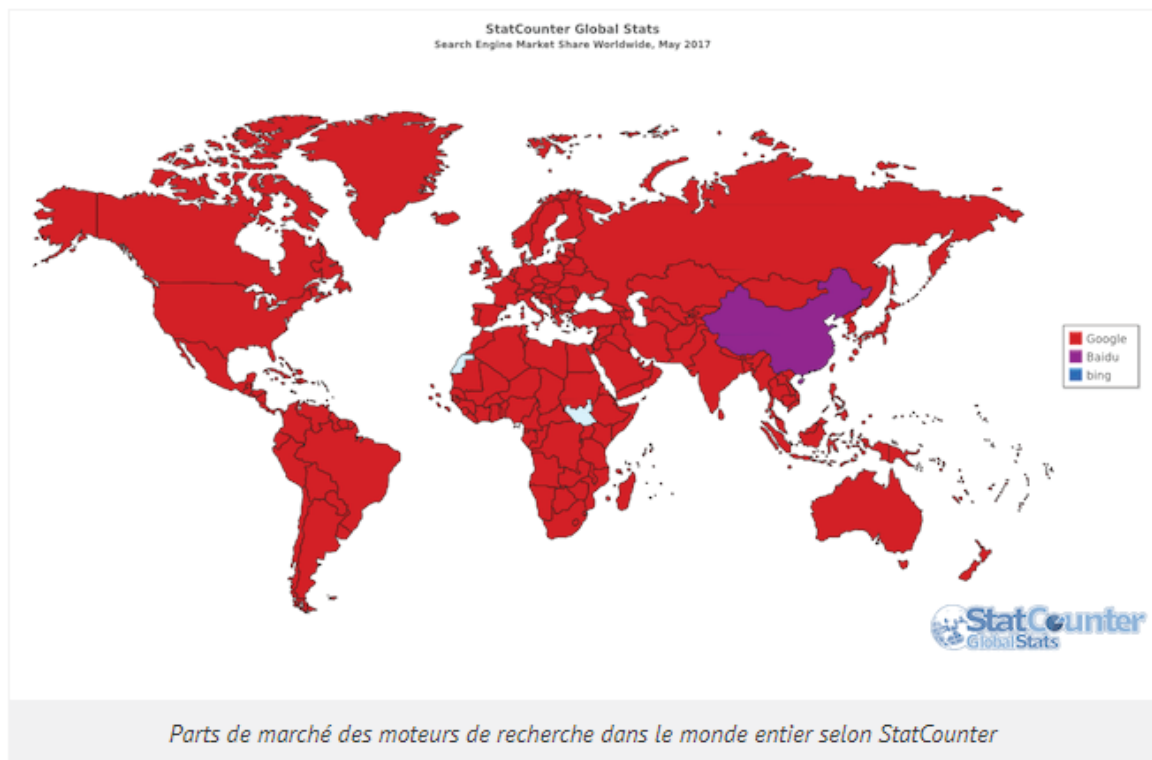
214

702 PARTAGES

Dernière mise à jour : 9 juillet 2018

Remarque : sauf mention contraire, les valeurs fournies ici regroupent les statistiques ordinateur, tablette et mobiles (smartphones). Source : [StatsCounter](#).

Comme vous le savez déjà, Google est archi leader des moteurs de recherche presque partout dans le monde, comme le montre cette carte qui indique **la part de marché de Google dans chaque pays** (reflété par la nuance de couleur). Les 2 seuls pays où Google n'est pas leader sont la Russie (c'est Yandex) et la Chine (Baidu).



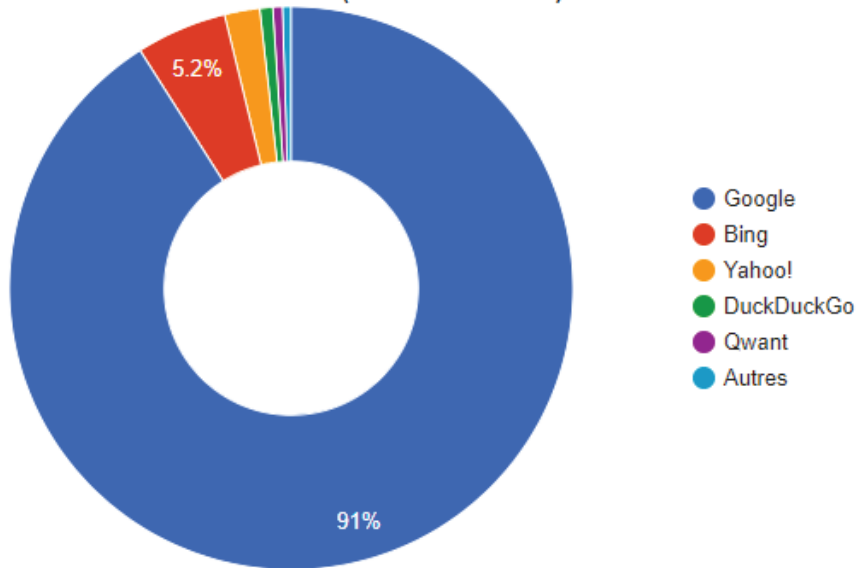
## En France

En France, Google écrase totalement la concurrence avec + de 90% de parts de marché depuis très longtemps, à tel point qu'on ne parle plus des concurrents (Bing, Yahoo, Orange/LeMoteur). C'est dommage car on a besoin de diversité, et qu'on a quelques tentatives d'autres moteurs.

Voici les parts de marché des moteurs de recherche en FRANCE :

- Google : 91,49%
- Bing : 4,93%
- Yahoo! : 1,81%
- DuckDuckGo : 0,76%
- Qwant : 0,52%

Part de marché des moteurs en France (source StatCounter)



Et le moteur de recherche Orange ?

*Le saviez-vous ? Orange a abandonné en mai 2017 le développement de son moteur de recherche. Désormais les résultats sont fournis par Google*

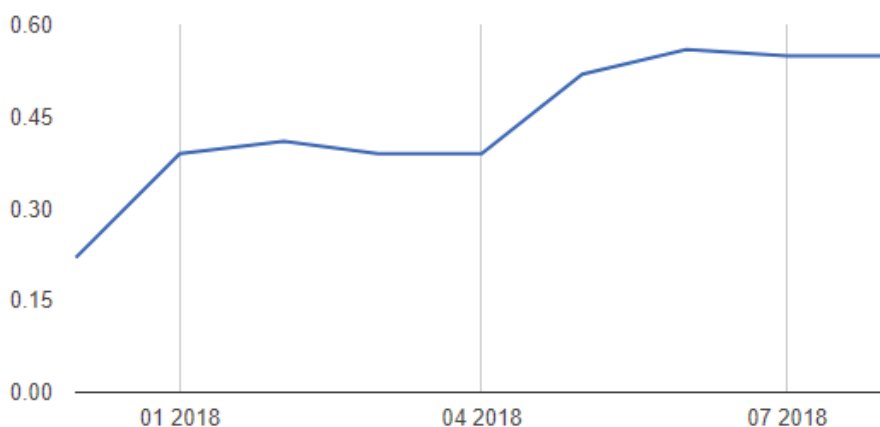
CLICK TO TWEET 

Sinon, celui qui monte et qu'il faut surveiller en France, c'est bien entendu [Qwant](#) ! Il est encore loin de peser dans les stats, mais ça nous ferait du bien d'avoir un moteur de recherche français/européen... Alors tant mieux s'il est en forte croissance.

*Quelle est la part de marché de Qwant en France ? Environ 0,55% selon StatCounter, avec cette évolution :*

CLICK TO TWEET 

Part de marché de Qwant en France (source StatCounter) en pourcentage (environ 0,55% en ce moment)



Liste de mots-clés recommandés pour le référencement du site internet

www.atypik-house.com en France

Pour la recherche de location de biens



Pour la recherche de mise en location de biens



Mot-clé	Volume de recherche mensuel	Pourcentage de concurrence	Importance
hébergements insolites	100 – 1 000 → moyen	0,33 → moyen	Haute
gite insolite	100 – 1 000 → moyen	0,33 → moyen	Haute
hébergement atypique	100 – 1 000 → moyen	0,33 → moyen	Haute
veillon insolite en famille	100 – 1 000 → moyen	0,33 → moyen	Haute
nuit dans une cabane	100 – 1 000 → moyen	0,33 → moyen	Haute
nuit insolite dans une bulle	100 – 1 000 → moyen	0,33 → moyen	Haute
gite original	100 – 1 000 → moyen	0,34 → moyen	Haute
immobilier atypique	100 – 1 000 → moyen	0,34 → moyen	Haute
nuit insolite dans les arbres	100 – 1 000 → moyen	0,35 → moyen	Haute
hébergement insolite region centre	100 – 1 000 → moyen	0,35 → moyen	Haute
dormir insolite	100 – 1 000 → moyen	0,36 → moyen	Haute
week end famille insolite	100 – 1 000 → moyen	0,37 → moyen	Haute
camping atypique	100 – 1 000 → moyen	0,37 → moyen	Haute
hébergement insolite jura	100 – 1 000 → moyen	0,37 → moyen	Haute
dormir dans un lieu insolite	100 – 1 000 → moyen	0,39 → moyen	Haute
week end en yourte	100 – 1 000 → moyen	0,39 → moyen	Haute
hébergement insolite alsace	100 – 1 000 → moyen	0,4 → moyen	Haute
nuit insolite pays de la loire	100 – 1 000 → moyen	0,4 → moyen	Haute
hébergement insolite paris	100 – 1 000 → moyen	0,4 → moyen	Haute
une nuit insolite	100 – 1 000 → moyen	0,41 → moyen	Haute
nuit insolite normandie	100 – 1 000 → moyen	0,41 → moyen	Haute
week end dans les arbres	100 – 1 000 → moyen	0,42 → moyen	Haute
hotel insolite france	100 – 1 000 → moyen	0,42 → moyen	Haute
nuit insolite nord	100 – 1 000 → moyen	0,42 → moyen	Haute
hébergement insolite paca	100 – 1 000 → moyen	0,43 → moyen	Haute
hébergement insolite france	100 – 1 000 → moyen	0,45 → moyen	Haute
gites insolites	100 – 1 000 → moyen	0,46 → moyen	Haute
location atypique	100 – 1 000 → moyen	0,46 → moyen	Haute
hébergement insolites	100 – 1 000 → moyen	0,46 → moyen	Haute
hébergement insolite normandie	100 – 1 000 → moyen	0,46 → moyen	Haute
week end anniversaire	100 – 1 000 → moyen	0,46 → moyen	Haute
nuit insolite sud ouest	100 – 1 000 → moyen	0,47 → moyen	Haute
cabane perché	100 – 1 000 → moyen	0,47 → moyen	Haute
hotel insolite paris amoureux	100 – 1 000 → moyen	0,47 → moyen	Haute
vacances originales	100 – 1 000 → moyen	0,48 → moyen	Haute
idée voyage insolite	100 – 1 000 → moyen	0,48 → moyen	Haute
logement insolite normandie	100 – 1 000 → moyen	0,48 → moyen	Haute

Mot-clé	Volume de recherche mensuel	Pourcentage de concurrence	Importance
mettre en location	10 – 100 → faible	0,38 → moyen	Haute
mettre son bien en location	10 – 100 → faible	0,43 → moyen	Haute
mettre un bien en location	10 – 100 → faible	0,35 → moyen	Haute
mettre une maison en location	10 – 100 → faible	0,33 → moyen	Haute
louer ma maison	10 – 100 → faible	0,54 → moyen	Haute
je veux louer ma maison	10 – 100 → faible	0,48 → moyen	Haute
mettre en location une maison	10 – 100 → faible	0,4 → moyen	Haute
comment faire pour louer sa maison	10 – 100 → faible	0,34 → moyen	Haute
je loue ma maison	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Haute
mettre en location un bien	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Haute
faire louer sa maison	10 – 100 → faible	0,28 → moyen	Haute
mettre en location maison	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Haute
mettre en location son bien	10 – 100 → faible	0,43 → moyen	Haute
louer sa villa	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Haute
mettre ma maison en location	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Haute
louer son bien	10 – 100 → faible	0,32 → moyen	Haute
bien a louer	10 – 100 → faible	0,45 → moyen	Haute
comment louer maison	10 – 100 → faible	0,35 → moyen	Haute
pour louer sa maison	10 – 100 → faible	0,38 → moyen	Haute
louer sa maison en saisonnier	10 – 100 → faible	0,55 → moyen	Haute
je souhaite louer ma maison	10 – 100 → faible	0,49 → moyen	Haute
louer son logement pour les vacances	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Haute
maison pour location	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Haute
location de sa maison	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Haute
comment faire pour louer ma maison	10 – 100 → faible	0,33 → moyen	Haute
louer son appartement pendant ses vacances	10 – 100 → faible	0,47 → moyen	Haute
je veux mettre mon appartement en location	10 – 100 → faible	0,69 → moyen	Haute
peut on louer son appartement	10 – 100 → faible	0,32 → moyen	Haute
appartement pour location	10 – 100 → faible	0,53 → moyen	Haute
annonce pour louer un appartement	10 – 100 → faible	0,45 → moyen	Haute
site louer son appartement	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Haute
bien à louer	10 – 100 → faible	0,39 → moyen	Haute
je veux louer mon appartement pour les vacances	10 – 100 → faible	0,61 → moyen	Haute
comment louer un appartement meublé saisonnier	10 – 100 → faible	0,47 → moyen	Haute
pour louer une maison comment faire	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Haute
gerer un appartement en location	10 – 100 → faible	0,33 → moyen	Haute
comment louer sa maison pendant les vacances	10 – 100 → faible	0,61 → moyen	Haute

hebergement insolite rhone alpes	100 – 1 000 → moyen	0,49 → moyen	Haute	mettre un appartement en location saisonniere	10 – 100 → faible	0,65 → moyen	Haute
week end st valentin insolite	100 – 1 000 → moyen	0,5 → moyen	Haute	mettre appartement en location saisonniere	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Haute
escapade insolite	100 – 1 000 → moyen	0,5 → moyen	Haute	mettre un appartement meuble en location	10 – 100 → faible	0,34 → moyen	Haute
maison atypique a vendre	100 – 1 000 → moyen	0,5 → moyen	Haute	louer rapidement un appartement	10 – 100 → faible	0,53 → moyen	Haute
nuit insolite france	100 – 1 000 → moyen	0,5 → moyen	Haute	mettre une annonce pour louer un appartement	10 – 100 → faible	0,43 → moyen	Haute
noel en famille insolite	100 – 1 000 → moyen	0,52 → moyen	Haute	comment louer un studio meuble	10 – 100 → faible	0,3 → moyen	Haute
nuit insolite en famille	100 – 1 000 → moyen	0,52 → moyen	Haute	location maison proprietaire	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Haute
week end entre amis insolite	100 – 1 000 → moyen	0,52 → moyen	Haute	louer appartement proprietaire	10 – 100 → faible	0,39 → moyen	Haute
week end en cabane	100 – 1 000 → moyen	0,52 → moyen	Haute	location appartement par proprietaire	10 – 100 → faible	0,62 → moyen	Haute
week end insolite france	100 – 1 000 → moyen	0,52 → moyen	Haute	mettre annonce location appartement	10 – 100 → faible	0,68 → moyen	Haute
sejour original	100 – 1 000 → moyen	0,53 → moyen	Haute	mettre une maison en location saisonniere	10 – 100 → faible	0,52 → moyen	Haute
week end yourte	100 – 1 000 → moyen	0,53 → moyen	Haute	louer son appartement entre particulier	10 – 100 → faible	0,48 → moyen	Haute
week end anniversaire original	100 – 1 000 → moyen	0,53 → moyen	Haute	louer son appartement meuble	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Haute
idee week end insolite	100 – 1 000 → moyen	0,54 → moyen	Haute	je souhaite louer ma maison comment faire	10 – 100 → faible	0,33 → moyen	Haute
nuit insolite paris	100 – 1 000 → moyen	0,54 → moyen	Haute	mettre une chambre en location	10 – 100 → faible	0,29 → moyen	Haute
nuit insolite rhone alpes	100 – 1 000 → moyen	0,55 → moyen	Haute	louer sa maison pendant son absence	10 – 100 → faible	0,4 → moyen	Haute
week end insolite pas cher	100 – 1 000 → moyen	0,57 → moyen	Haute	louer votre appartement	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Haute
cabane dans les arbre	100 – 1 000 → moyen	0,57 → moyen	Haute	comment louer une maison de particulier a particulier	10 – 100 → faible	0,48 → moyen	Haute
cabane originale	100 – 1 000 → moyen	0,57 → moyen	Haute	louer son appartement de particulier a particulier	10 – 100 → faible	0,67 → moyen	Haute
idee week end en amoureux insolite	100 – 1 000 → moyen	0,58 → moyen	Haute	louer sa maison principale pour les vacances	10 – 100 → faible	0,67 → moyen	Haute
hebergement insolite bourgogne	100 – 1 000 → moyen	0,58 → moyen	Haute	appartement a louer par proprietaire	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Haute
idee week end original	100 – 1 000 → moyen	0,59 → moyen	Haute	louer son appartement le week end	10 – 100 → faible	0,54 → moyen	Haute
hotel insolite paca	100 – 1 000 → moyen	0,6 → moyen	Haute	proprietaire loue maison	10 – 100 → faible	0,52 → moyen	Haute
week end insolite nord pas de calais	100 – 1 000 → moyen	0,6 → moyen	Haute	louer rapidement son appartement	10 – 100 → faible	0,71 → moyen	Haute
sejour atypique	100 – 1 000 → moyen	0,61 → moyen	Haute	louer son appartement particulier	10 – 100 → faible	0,35 → moyen	Haute
week end insolite en amoureux pas cher	100 – 1 000 → moyen	0,62 → moyen	Haute	louer mon logement	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Haute
week end insolite en france	100 – 1 000 → moyen	0,62 → moyen	Haute	louer son appartement a des touristes	10 – 100 → faible	0,43 → moyen	Haute
week end original	100 – 1 000 → moyen	0,63 → moyen	Haute	louer son studio meuble	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Haute
week end insolite sud ouest	100 – 1 000 → moyen	0,63 → moyen	Haute	louer votre maison	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Haute
weekend insolite amoureux	100 – 1 000 → moyen	0,63 → moyen	Haute	proprietaire qui loue sa maison	10 – 100 → faible	0,38 → moyen	Haute
vacances insolites france	100 – 1 000 → moyen	0,63 → moyen	Haute	appartement a louer chez proprietaire	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Haute
nuit en amoureux insolite	100 – 1 000 → moyen	0,64 → moyen	Haute	appartement pour louer	10 – 100 → faible	0,63 → moyen	Haute
week end atypique	100 – 1 000 → moyen	0,65 → moyen	Haute	a quel prix louer son appartement	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Haute
sejour noel original	100 – 1 000 → moyen	0,66 → moyen	Haute	comment louer un appartement meuble	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Haute
cabane insolite	100 – 1 000 → moyen	0,66 → moyen	Haute	site pour location appartement particulier	10 – 100 → faible	0,67 → moyen	Haute
hebergement insolite en famille	100 – 1 000 → moyen	0,66 → moyen	Haute	proprietaire qui loue appartement	10 – 100 → faible	0,68 → moyen	Haute
hotel insolite ile de france	100 – 1 000 → moyen	0,66 → moyen	Haute	particulier qui loue son appartement	10 – 100 → faible	0,68 → moyen	Haute
week end insolite nord	100 – 1 000 → moyen	0,66 → moyen	Haute	louer son appartement meuble ou non	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Haute
week end pittoresque	10 – 100 → faible	0,33 → moyen	Moyenne	louer rapidement	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Haute
une nuit en roulotte	10 – 100 → faible	0,33 → moyen	Moyenne	je loue appartement	10 – 100 → faible	0,4 → moyen	Haute
location dans les arbres	10 – 100 → faible	0,33 → moyen	Moyenne	je voudrais louer un appartement	10 – 100 → faible	0,31 → moyen	Haute
louer cabane dans les arbres	10 – 100 → faible	0,33 → moyen	Moyenne	comment louer son appartement en meuble	10 – 100 → faible	0,69 → moyen	Haute
dormir dans un lieu insolite en famille	10 – 100 → faible	0,33 → moyen	Moyenne	puis je louer mon appartement	10 – 100 → faible	0,63 → moyen	Haute
week end pas cher insolite	10 – 100 → faible	0,34 → moyen	Moyenne	conseil pour louer un appartement	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Haute
location cabane dans les bois	10 – 100 → faible	0,34 → moyen	Moyenne	comment mettre son appartement en location	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Haute
idee we insolite	10 – 100 → faible	0,34 → moyen	Moyenne	mettre en location une chambre	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Haute
camping insolite 44	10 – 100 → faible	0,34 → moyen	Moyenne	gestion locative meuble	10 – 100 → faible	0,6 → moyen	Haute
hebergement insolite franche comte	10 – 100 → faible	0,35 → moyen	Moyenne	proprietaire location maison	10 – 100 → faible	0,43 → moyen	Haute
vacances dans les arbres	10 – 100 → faible	0,35 → moyen	Moyenne	preter son appartement pendant les vacances	10 – 100 → faible	0,39 → moyen	Haute
nuit endroit insolite	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Moyenne	bien a louer particulier	10 – 100 → faible	0,62 → moyen	Haute



nuit insolite grand est	10 – 100 → faible	0,35 → moyen	Moyenne	comment mettre sa maison en location	10 – 100 → faible	0,34 → moyen	Haute
hébergement cabane dans les arbres	10 – 100 → faible	0,35 → moyen	Moyenne	louer son bien en saisonnier	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Haute
hotel insolite region parisienne	10 – 100 → faible	0,35 → moyen	Moyenne	comment louer un appartement de particulier a particulier	10 – 100 → faible	0,4 → moyen	Haute
weekend en famille insolite	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Moyenne	gérer location appartement	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Haute
nuit lieu insolite	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Moyenne	location appartement pour touriste	10 – 100 → faible	0,43 → moyen	Haute
hotel insolite romantique	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Moyenne	louer son propre appartement	10 – 100 → faible	0,51 → moyen	Haute
nouvel an insolite en amoureux	10 – 100 → faible	0,36 → moyen	Moyenne	louer son bien en meublé	10 – 100 → faible	0,31 → moyen	Haute
nuit insolite région parisienne	10 – 100 → faible	0,37 → moyen	Moyenne	louer son appartement a des touristes	10 – 100 → faible	0,43 → moyen	Haute
we dans les arbres	10 – 100 → faible	0,37 → moyen	Moyenne	gérer soi même son logement locatif	10 – 100 → faible	0,43 → moyen	Haute
louer une cabane	10 – 100 → faible	0,37 → moyen	Moyenne	je loue mon studio	10 – 100 → faible	0,34 → moyen	Haute
week end insolite famille	10 – 100 → faible	0,38 → moyen	Moyenne	louer son appartement week end	10 – 100 → faible	0,71 → moyen	Haute
nuit yourte	10 – 100 → faible	0,38 → moyen	Moyenne	comment mettre un appartement en location	10 – 100 → faible	0,45 → moyen	Haute
vacances cabane dans les arbres	10 – 100 → faible	0,38 → moyen	Moyenne	mettre son appartement en gestion	10 – 100 → faible	0,49 → moyen	Haute
nuit insolite sud est	10 – 100 → faible	0,39 → moyen	Moyenne	louer son appartement pour un week end	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Haute
passer une nuit insolite	10 – 100 → faible	0,39 → moyen	Moyenne	louer bien	10 – 100 → faible	0,33 → moyen	Haute
nuit insolite yourte	10 – 100 → faible	0,39 → moyen	Moyenne	gerer la location de son appartement	10 – 100 → faible	0,35 → moyen	Haute
chambres insolites	10 – 100 → faible	0,39 → moyen	Moyenne	comment mettre en location un appartement	10 – 100 → faible	0,37 → moyen	Haute
idée séjour insolite	10 – 100 → faible	0,39 → moyen	Moyenne	mettre en location sa maison	100 – 1 000 → moyen	0,51 → moyen	Haute
location maison atypique	10 – 100 → faible	0,4 → moyen	Moyenne	comment louer une maison	100 – 1 000 → moyen	0,39 → moyen	Haute
nuit atypique en amoureux	10 – 100 → faible	0,4 → moyen	Moyenne	faire louer son appartement	100 – 1 000 → moyen	0,52 → moyen	Haute
hotel roubtte	10 – 100 → faible	0,4 → moyen	Moyenne	studio à louer	100 – 1 000 → moyen	0,47 → moyen	Haute
nuit dans un endroit insolite	10 – 100 → faible	0,4 → moyen	Moyenne	location appartement 92	100 – 1 000 → moyen	0,61 → moyen	Haute
idée week end insolite amoureux	10 – 100 → faible	0,4 → moyen	Moyenne	location appartement 94	100 – 1 000 → moyen	0,68 → moyen	Haute
sejour lieu insolite	10 – 100 → faible	0,4 → moyen	Moyenne	comment louer un appartement meublé	100 – 1 000 → moyen	0,36 → moyen	Haute
location insolite camargue	10 – 100 → faible	0,4 → moyen	Moyenne	comment louer sa maison de particulier a particulier	100 – 1 000 → moyen	0,41 → moyen	Haute
vacances insolites famille	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Moyenne	location appartement maison	100 – 1 000 → moyen	0,61 → moyen	Haute
logement insolite camargue	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Moyenne	louer un logement	100 – 1 000 → moyen	0,38 → moyen	Haute
sejour pittoresque	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Moyenne	comment louer son appartement de particulier à particulier	100 – 1 000 → moyen	0,6 → moyen	Haute
nuit insolite ouest	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Moyenne	louer sa maison pour les vacances	100 – 1 000 → moyen	0,87 → moyen	Haute
week end arbres	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Moyenne	louer sa maison principale	100 – 1 000 → moyen	0,37 → moyen	Haute
nuit insolite montagne pyrénées	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Moyenne	conditions pour louer un appartement	100 – 1 000 → moyen	0,17 → moyen	Haute
cabane dans les arbres en famille	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Moyenne	site pour location appartement	100 – 1 000 → moyen	0,65 → moyen	Haute
idée vacances insolites	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Moyenne	logement location	100 – 1 000 → moyen	0,62 → moyen	Haute
lieu insolite week end	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Moyenne	mettre un appartement en location	100 – 1 000 → moyen	0,1 → faible	Moyenne
nuit insolite avec piscine	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Moyenne	louer son logement	100 – 1 000 → moyen	0,21 → faible	Moyenne
nuit insolite booking	10 – 100 → faible	0,41 → moyen	Moyenne	comment avoir un appartement	100 – 1 000 → moyen	0,14 → faible	Moyenne
nuit insolite aquitaine pas cher	10 – 100 → faible	0,42 → moyen	Moyenne	louer son appartement impots	100 – 1 000 → moyen	0,27 → faible	Moyenne
passer une nuit dans les arbres	10 – 100 → faible	0,42 → moyen	Moyenne	condition location appartement particulier	100 – 1 000 → moyen	0,17 → faible	Moyenne
week end anniversaire insolite	10 – 100 → faible	0,43 → moyen	Moyenne	je loue bien	100 – 1 000 → moyen	0,04 → faible	Moyenne
chalet dans les arbres a louer	10 – 100 → faible	0,43 → moyen	Moyenne	location appartement	100 – 1 000 → moyen	0,84 → haute	Moyenne
dormir en yourte	10 – 100 → faible	0,43 → moyen	Moyenne	annonce location appartement	100 – 1 000 → moyen	0,72 → haute	Moyenne
maison insolite a louer	10 – 100 → faible	0,44 → moyen	Moyenne	louer mon appartement	100 – 1 000 → moyen	0,7 → haute	Moyenne
nuit hotel insolite	10 – 100 → faible	0,44 → moyen	Moyenne	location appartement 95	100 – 1 000 → moyen	0,88 → haute	Moyenne
hébergement insolite region parisienne	10 – 100 → faible	0,44 → moyen	Moyenne	location appartement montagne	100 – 1 000 → moyen	0,88 → haute	Moyenne
2 nuits insolites	10 – 100 → faible	0,44 → moyen	Moyenne	mettre en location son appartement	100 – 1 000 → moyen	0,73 → haute	Moyenne
gite insolite sud ouest	10 – 100 → faible	0,44 → moyen	Moyenne	mettre sa maison en location saisonnière	10 – 100 → faible	0,74 → haute	Moyenne
hébergement insolite romantique	10 – 100 → faible	0,44 → moyen	Moyenne	louer sa maison pendant les vacances	10 – 100 → faible	0,73 → haute	Moyenne
hébergement insolite sud ouest	10 – 100 → faible	0,45 → moyen	Moyenne	louer son appartement pendant les vacances	10 – 100 → faible	0,76 → haute	Moyenne
chalet insolite	10 – 100 → faible	0,45 → moyen	Moyenne	louer son appartement pour les vacances	10 – 100 → faible	0,83 → haute	Moyenne
week end maison dans les arbres	10 – 100 → faible	0,45 → moyen	Moyenne	mettre son appartement en location saisonnière	10 – 100 → faible	0,72 → haute	Moyenne

nuit insolite avec enfant	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Moyenne	comment louer sa maison pour les vacances	10 – 100 → faible	0,79 → haute	Moyenne
idee week end en famille insolite	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Moyenne	louer sa maison pour vacances	10 – 100 → faible	0,81 → haute	Moyenne
louer une cabane dans les arbres	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Moyenne	mettre sa maison en location pour les vacances	10 – 100 → faible	0,77 → haute	Moyenne
logement insolite famille	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Moyenne	je loue ma maison pour les vacances	10 – 100 → faible	0,78 → haute	Moyenne
cabane sur les arbres	10 – 100 → faible	0,46 → moyen	Moyenne	je veux louer ma maison pour les vacances	10 – 100 → faible	0,8 → haute	Moyenne
location hebergement insolite	10 – 100 → faible	0,47 → moyen	Moyenne	comment louer son appartement pour les vacances	10 – 100 → faible	0,75 → haute	Moyenne
1 nuit insolite	10 – 100 → faible	0,47 → moyen	Moyenne	location appartement propriétaire à locataire	10 – 100 → faible	0,79 → haute	Moyenne
week end sud ouest insolite	10 – 100 → faible	0,47 → moyen	Moyenne	louer mon appartement pour les vacances	10 – 100 → faible	0,98 → haute	Moyenne
séjour en yourte	10 – 100 → faible	0,47 → moyen	Moyenne	site pour louer son appartement pour les vacances	10 – 100 → faible	1 → haute	Moyenne
week end activité insolite	10 – 100 → faible	0,47 → moyen	Moyenne	location appartement propriétaire privé	10 – 100 → faible	0,71 → haute	Moyenne
insolite nuit	10 – 100 → faible	0,47 → moyen	Moyenne	mettre son bien en location saisonnière	10 – 100 → faible	0,71 → haute	Moyenne
sejour nuit insolite	10 – 100 → faible	0,48 → moyen	Moyenne	louer son appartement meublé pendant les vacances	10 – 100 → faible	0,79 → haute	Moyenne
camping insolite pas cher	10 – 100 → faible	0,48 → moyen	Moyenne	mettre son appartement en location courte durée	10 – 100 → faible	0,77 → haute	Moyenne
week end en roulotte pas cher	10 – 100 → faible	0,48 → moyen	Moyenne	maison a louer proprietaire	10 – 100 → faible	0,7 → haute	Moyenne
camargue hebergement insolite	10 – 100 → faible	0,48 → moyen	Moyenne	site gestion locative	10 – 100 → faible	0,86 → haute	Moyenne
recherche appartement atypique	10 – 100 → faible	0,48 → moyen	Moyenne	mettre une annonce pour location appartement	10 – 100 → faible	0,8 → haute	Moyenne
bulle nuit	10 – 100 → faible	0,48 → moyen	Moyenne	louer son appartement pour le week end	10 – 100 → faible	0,71 → haute	Moyenne
vacances insolites pas cher	10 – 100 → faible	0,49 → moyen	Moyenne	appartement a louer directement du proprietaire	10 – 100 → faible	0,93 → haute	Moyenne
nuit insolite 44	10 – 100 → faible	0,49 → moyen	Moyenne	gestion locative internet	10 – 100 → faible	0,98 → haute	Moyenne
week end inoubliable	10 – 100 → faible	0,49 → moyen	Moyenne	proprietaire veut louer son appartement	10 – 100 → faible	0,86 → haute	Moyenne
hotel insolite belgique	10 – 100 → faible	0,49 → moyen	Moyenne	appartement à louer propriétaire	10 – 100 → faible	0,71 → haute	Moyenne
hebergement insolite montagne	10 – 100 → faible	0,49 → moyen	Moyenne	louer son appartement paris	10 – 100 → faible	0,84 → haute	Moyenne
logement insolite sud ouest	10 – 100 → faible	0,49 → moyen	Moyenne	louer son appartement à paris	10 – 100 → faible	0,95 → haute	Moyenne
week end insolite sud	10 – 100 → faible	0,49 → moyen	Moyenne	louer mon studio	10 – 100 → faible	0,86 → haute	Moyenne
week end lieu insolite	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Moyenne	louer son appartement a paris	10 – 100 → faible	0,96 → haute	Moyenne
appartement atypique pas cher	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Moyenne	mise en location	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
idée de week end insolite	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Moyenne	louer son bien immobilier	10 – 100 → faible	0,29 → faible	Faible
reservation nuit insolite	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Moyenne	mettre son logement en location	10 – 100 → faible	0,19 → faible	Faible
week end insolite dans une cabane	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Moyenne	mettre mon appartement en location	10 – 100 → faible	0,68 → faible	Faible
cabane atypique	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Moyenne		10 – 100 → faible	→ faible	Faible
week end dans une yourte	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Moyenne	mettre un logement en location	10 – 100 → faible	0,23 → faible	Faible
sejour insolite camargue	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Moyenne	mise en location maison	10 – 100 → faible	0,1 → faible	Faible
nuit insolite a deux	10 – 100 → faible	0,5 → moyen	Moyenne	en location	10 – 100 → faible	0,02 → faible	Faible
location lieu insolite	10 – 100 → faible	0,51 → moyen	Moyenne	bien en location	10 – 100 → faible	0,22 → faible	Faible
hebergement insolite sud	10 – 100 → faible	0,51 → moyen	Moyenne	comment louer son bien	10 – 100 → faible	0,23 → faible	Faible
hotel insolite région parisienne	10 – 100 → faible	0,51 → moyen	Moyenne	mettre en location son bien immobilier	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
week end insolite nature	10 – 100 → faible	0,51 → moyen	Moyenne	location de bien	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
reserver nuit insolite	10 – 100 → faible	0,51 → moyen	Moyenne	louer un bien	10 – 100 → faible	0,17 → faible	Faible
hebergements insolites sud ouest	10 – 100 → faible	0,51 → moyen	Moyenne	comment louer son bien immobilier	10 – 100 → faible	0,16 → faible	Faible
week end atypique sud ouest	10 – 100 → faible	0,51 → moyen	Moyenne	mettre en location un bien immobilier	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
insolite vacances	10 – 100 → faible	0,52 → moyen	Moyenne	mettre bien en location	10 – 100 → faible	0,21 → faible	Faible
nuit insolite montagne	10 – 100 → faible	0,52 → moyen	Moyenne	comment bien louer sa maison	10 – 100 → faible	0,13 → faible	Faible
hébergement insolite famille	10 – 100 → faible	0,52 → moyen	Moyenne	donner en location	10 – 100 → faible	0 → faible	Faible
hotel insolite franche comté	10 – 100 → faible	0,52 → moyen	Moyenne	je voudrais louer ma maison	10 – 100 → faible	0,29 → faible	Faible
hebergement une nuit	10 – 100 → faible	0,52 → moyen	Moyenne	bien louer sa maison	10 – 100 → faible	0,22 → faible	Faible
endroit insolite pour week end amoureux	10 – 100 → faible	0,52 → moyen	Moyenne	comment faire louer sa maison	10 – 100 → faible	0,19 → faible	Faible
sejour insolite montagne	10 – 100 → faible	0,52 → moyen	Moyenne	comment louer	10 – 100 → faible	0,1 → faible	Faible
nuit en cabane dans les arbres	10 – 100 → faible	0,53 → moyen	Moyenne	je veux louer un appartement	10 – 100 → faible	0,21 → faible	Faible
hebergement insolite en amoureux	10 – 100 → faible	0,53 → moyen	Moyenne	faire louer son bien	10 – 100 → faible	0,21 → faible	Faible
week end insolite dans le sud ouest	10 – 100 → faible	0,53 → moyen	Moyenne	proprietaire appartement location	10 – 100 → faible	0,25 → faible	Faible

sejour roulotte	10 – 100 → faible	0,54 → moyen	Moyenne	louer ma maison comment faire	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
location originale	10 – 100 → faible	0,54 → moyen	Moyenne	bien louer	10 – 100 → faible	0,15 → faible	Faible
nuit insolite sud	10 – 100 → faible	0,54 → moyen	Moyenne	mettre appartement location	10 – 100 → faible	0,29 → faible	Faible
reservation insolite	10 – 100 → faible	0,54 → moyen	Moyenne	faire louer	10 – 100 → faible	0,03 → faible	Faible
camping logement insolite	10 – 100 → faible	0,54 → moyen	Moyenne	peut on louer sa maison	10 – 100 → faible	0,16 → faible	Faible
week end ludique	10 – 100 → faible	0,54 → moyen	Moyenne	mettre a louer un appartement	10 – 100 → faible	→ faible	Faible
we atypique amoureux	10 – 100 → faible	0,54 → moyen	Moyenne	comment louer sa maison rapidement	10 – 100 → faible	→ faible	Faible
week end à deux insolite	10 – 100 → faible	0,55 → moyen	Moyenne	comment louer un studio	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
week end famille original	10 – 100 → faible	0,55 → moyen	Moyenne	a quel prix louer sa maison	10 – 100 → faible	0,11 → faible	Faible
nuit cabane arbre	10 – 100 → faible	0,55 → moyen	Moyenne	comment bien louer son logement	10 – 100 → faible	→ faible	Faible
ou passer une nuit insolite	10 – 100 → faible	0,55 → moyen	Moyenne	louer son appartement demarches	10 – 100 → faible	0 → faible	Faible
nuit insolite region centre	10 – 100 → faible	0,55 → moyen	Moyenne	louer son habitation principale	10 – 100 → faible	0,05 → faible	Faible
location appartement atypique region parisie	10 – 100 → faible	0,55 → moyen	Moyenne	bien louer son logement	10 – 100 → faible	0,18 → faible	Faible
un week end insolite	10 – 100 → faible	0,55 → moyen	Moyenne	que faire pour louer une maison	10 – 100 → faible	0,11 → faible	Faible
nuit insolite dans le sud ouest	10 – 100 → faible	0,55 → moyen	Moyenne	comment faire pour avoir un appartement	10 – 100 → faible	0,12 → faible	Faible
séjour en cabane dans les arbres	10 – 100 → faible	0,55 → moyen	Moyenne	demarche pour louer sa maison	10 – 100 → faible	0,24 → faible	Faible
week end nuit insolite	10 – 100 → faible	0,56 → moyen	Moyenne	louer appartement comment faire	10 – 100 → faible	0,03 → faible	Faible
escapade insolite en amoureux	10 – 100 → faible	0,56 → moyen	Moyenne	proprietaire comment louer un appartement	10 – 100 → faible	0,11 → faible	Faible
week end insolite entre amis pas cher	10 – 100 → faible	0,56 → moyen	Moyenne	louer sa maison meublée pour un an	10 – 100 → faible	0,19 → faible	Faible
week end endroit insolite	10 – 100 → faible	0,56 → moyen	Moyenne	louer son appartement après achat	10 – 100 → faible	0,29 → faible	Faible
week end insolite avec enfants	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	peut on louer sa maison principale	10 – 100 → faible	0,26 → faible	Faible
sejour insolite en amoureux pas cher	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	guide location appartement	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
hotel insolite sud ouest	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	bien louer son appartement meublé	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
idée de week end original	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	mettre un appartement en location sur internet	10 – 100 → faible	→ faible	Faible
week end insolite hiver	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	louer son logement pendant les vacances	10 – 100 → faible	0,29 → faible	Faible
hotel insolite en amoureux	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	mettre en location un meublé	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
week insolite amoureux	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	faire louer appartement	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
sejour insolite en couple	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	mise en location résidence principale	10 – 100 → faible	0,07 → faible	Faible
week end insolite ouest	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	condition pour louer sa maison	10 – 100 → faible	0,18 → faible	Faible
week end original sud ouest	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	que faire appartement à louer	10 – 100 → faible	→ faible	Faible
hotel atypique sud ouest	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	faire louer une maison	10 – 100 → faible	0,27 → faible	Faible
logement insolite montagne	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	mettre un appartement a louer	10 – 100 → faible	→ faible	Faible
dormir dans un endroit insolite pas cher	10 – 100 → faible	0,57 → moyen	Moyenne	je voudrais louer mon appartement	10 – 100 → faible	0,8 → faible	Faible
location week end insolite	10 – 100 → faible	0,58 → moyen	Moyenne	louer sa maison pour un an	10 – 100 → faible	0 → faible	Faible
location gite insolite	10 – 100 → faible	0,58 → moyen	Moyenne	comment faire pour mettre sa maison en location	10 – 100 → faible	0 → faible	Faible
location maison insolite	10 – 100 → faible	0,58 → moyen	Moyenne	comment faire louer un appartement	10 – 100 → faible	0,27 → faible	Faible
hébergement insolite pas cher	10 – 100 → faible	0,58 → moyen	Moyenne	louer sa résidence principale en location saisonnière	10 – 100 → faible	0,2 → faible	Faible
vacances atypiques en famille	10 – 100 → faible	0,58 → moyen	Moyenne	louez sa maison pendant vacances	10 – 100 → faible	0,2 → faible	Faible
hebergement insolite sud est	10 – 100 → faible	0,58 → moyen	Moyenne	comment gerer un appartement en location	10 – 100 → faible	0,09 → faible	Faible
vacances insolites en couple	10 – 100 → faible	0,58 → moyen	Moyenne	mettre son appartement en location pour en acheter un autre	10 – 100 → faible	0,27 → faible	Faible
logement insolite pas cher	10 – 100 → faible	0,58 → moyen	Moyenne	condition pour louer un appartement meublé	10 – 100 → faible	0,22 → faible	Faible
locations insolites	10 – 100 → faible	0,59 → moyen	Moyenne	comment bien louer une maison	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
camping hebergement insolite	10 – 100 → faible	0,59 → moyen	Moyenne	comment louer une maison meublée	10 – 100 → faible	0,27 → faible	Faible
voyage atypique pas cher	10 – 100 → faible	0,59 → moyen	Moyenne	condition location appartement meublé	10 – 100 → faible	0,19 → faible	Faible
vacances insolites aquitaine	10 – 100 → faible	0,59 → moyen	Moyenne	je loue une maison	10 – 100 → faible	0,08 → faible	Faible
nuit amoureux insolite	10 – 100 → faible	0,6 → moyen	Moyenne	location de mon appartement	10 – 100 → faible	0,26 → faible	Faible
idea week end insolite en famille	10 – 100 → faible	0,6 → moyen	Moyenne	comment louer rapidement un appartement	10 – 100 → faible	0,24 → faible	Faible
sejour insolite sud ouest	10 – 100 → faible	0,6 → moyen	Moyenne	je vais louer ma maison	10 – 100 → faible	0 → faible	Faible
week end insolite région centre	10 – 100 → faible	0,6 → moyen	Moyenne	site pour louer	10 – 100 → faible	0,2 → faible	Faible
hebergement insolite en camargue	10 – 100 → faible	0,6 → moyen	Moyenne	louer son studio touristes	10 – 100 → faible	0,29 → faible	Faible

nuit insolite nature	10 – 100 → faible	0,6 → moyen	Moyenne
gite insolite alsace	10 – 100 → faible	0,6 → moyen	Moyenne
location nuit insolite	10 – 100 → faible	0,61 → moyen	Moyenne
location appartement atypique	10 – 100 → faible	0,61 → moyen	Moyenne
week end dans une cabane	10 – 100 → faible	0,61 → moyen	Moyenne
location chambre insolite	10 – 100 → faible	0,61 → moyen	Moyenne
nuit insolite romantique	10 – 100 → faible	0,61 → moyen	Moyenne
sejour romantique insolite	10 – 100 → faible	0,61 → moyen	Moyenne
week end pas cher original	10 – 100 → faible	0,61 → moyen	Moyenne
hébergements insolites alsace	10 – 100 → faible	0,61 → moyen	Moyenne
location logement insolite	10 – 100 → faible	0,62 → moyen	Moyenne
gite franche comté insolite	10 – 100 → faible	0,62 → moyen	Moyenne
week end insolite entre amis	10 – 100 → faible	0,62 → moyen	Moyenne
week end insolite dans les arbres	10 – 100 → faible	0,62 → moyen	Moyenne
hebergement insolite en alsace	10 – 100 → faible	0,62 → moyen	Moyenne
vacances originales pas cher	10 – 100 → faible	0,63 → moyen	Moyenne
une nuit insolite en amoureux	10 – 100 → faible	0,63 → moyen	Moyenne
weekend roulotte	10 – 100 → faible	0,63 → moyen	Moyenne
vacances insolites sud ouest	10 – 100 → faible	0,63 → moyen	Moyenne
sejour en cabane	10 – 100 → faible	0,63 → moyen	Moyenne
we en famille insolite	10 – 100 → faible	0,63 → moyen	Moyenne
week end insolite dans le sud	10 – 100 → faible	0,63 → moyen	Moyenne
week end atypique amoureux	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Moyenne
nuit insolite amoureux	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Moyenne
week end exceptionnel amoureux	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Moyenne
week end logement insolite	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Moyenne
we en amoureux original	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Moyenne
week end en amoureux insolite dans le sud	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Moyenne
week end dans un lieu insolite	10 – 100 → faible	0,64 → moyen	Moyenne
we en amoureux insolite	10 – 100 → faible	0,65 → moyen	Moyenne
week end insolite en groupe	10 – 100 → faible	0,65 → moyen	Moyenne
week end insolite yourte	10 – 100 → faible	0,65 → moyen	Moyenne
location insolite montagne	10 – 100 → faible	0,65 → moyen	Moyenne
week end insolite pour groupe	10 – 100 → faible	0,65 → moyen	Moyenne
hebergement insolite avec piscine	10 – 100 → faible	0,65 → moyen	Moyenne
noel original sejour	10 – 100 → faible	0,66 → moyen	Moyenne
vacance insolite en famille	10 – 100 → faible	0,66 → moyen	Moyenne
we amoureux insolite	10 – 100 → faible	0,66 → moyen	Moyenne
we insolites	10 – 100 → faible	0,66 → moyen	Moyenne
vacances insolites avec enfants	10 – 100 → faible	0,66 → moyen	Moyenne
hotel insolite pas cher	10 – 100 → faible	0,66 → moyen	Moyenne
location logement atypique	10 – 100 → faible	0,66 → moyen	Moyenne
vacance insolite en amoureux	10 – 100 → faible	0,66 → moyen	Moyenne

quel site pour louer un appartement	10 – 100 → faible	0,26 → faible	Faible
tout savoir pour louer un appartement	10 – 100 → faible	0,15 → faible	Faible
louer son appartement aux touristes	10 – 100 → faible	→ faible	Faible
que faire pour louer un appartement	10 – 100 → faible	0,18 → faible	Faible
louer mon bien	10 – 100 → faible	0,2 → faible	Faible
condition location maison	10 – 100 → faible	0,09 → faible	Faible
formalités pour louer un appartement meublé	10 – 100 → faible	0,03 → faible	Faible
mettre en location sa residence principale	10 – 100 → faible	0,09 → faible	Faible
propriétaire qui loue un appartement	10 – 100 → faible	0,14 → faible	Faible
comment louer son habitation principale	10 – 100 → faible	0 → faible	Faible
peut on louer sa residence principale	10 – 100 → faible	0,18 → faible	Faible
condition pour location appartement	10 – 100 → faible	0,11 → faible	Faible
comment faire pour louer un appartement meublé	10 – 100 → faible	0,11 → faible	Faible
maison a louer par le propriétaire	10 – 100 → faible	→ faible	Faible
louer un appartement comment faire	10 – 100 → faible	0,16 → faible	Faible
etre propriétaire et louer	10 – 100 → faible	0,05 → faible	Faible
propriétaire louer un appartement	10 – 100 → faible	0,19 → faible	Faible
mettre son appartement en location et acheter une maison	10 – 100 → faible	0,22 → faible	Faible
je voudrais louer	10 – 100 → faible	0,07 → faible	Faible
critères pour louer un appartement	10 – 100 → faible	0,18 → faible	Faible
conseil location appartement	10 – 100 → faible	0,18 → faible	Faible
pour louer un logement	10 – 100 → faible	→ faible	Faible
donner un appartement en location	10 – 100 → faible	→ faible	Faible
condition pour louer un logement	10 – 100 → faible	0,1 → faible	Faible
comment louer un appartement entre particulier	10 – 100 → faible	0,27 → faible	Faible
condition location maison particulier	10 – 100 → faible	0,12 → faible	Faible
je vais louer un appartement	10 – 100 → faible	0,04 → faible	Faible
condition pour louer appartement	10 – 100 → faible	0,13 → faible	Faible
propriétaire je veux louer un appartement	10 – 100 → faible	0 → faible	Faible
louer soi même son appartement	10 – 100 → faible	0,18 → faible	Faible



## Offrez-vous un week-end atypique !

Venez découvrir nos dernières annonces, des logements pleins de charmes au coeur de paysages hors norme et toujours aussi respectueux de notre planète.



Retrouvez et réserver cette charmante cabane en Auvergne pour votre prochain week-end en famille !  
<https://www.atypik-house.com/annonces/cabanes/cabane-auvergne>



Au coeur de la nature du Jura, une magnifique demeure à louer le temps d'un séjour  
<https://www.atypik-house.com/annonces/maisons/maison-jura>

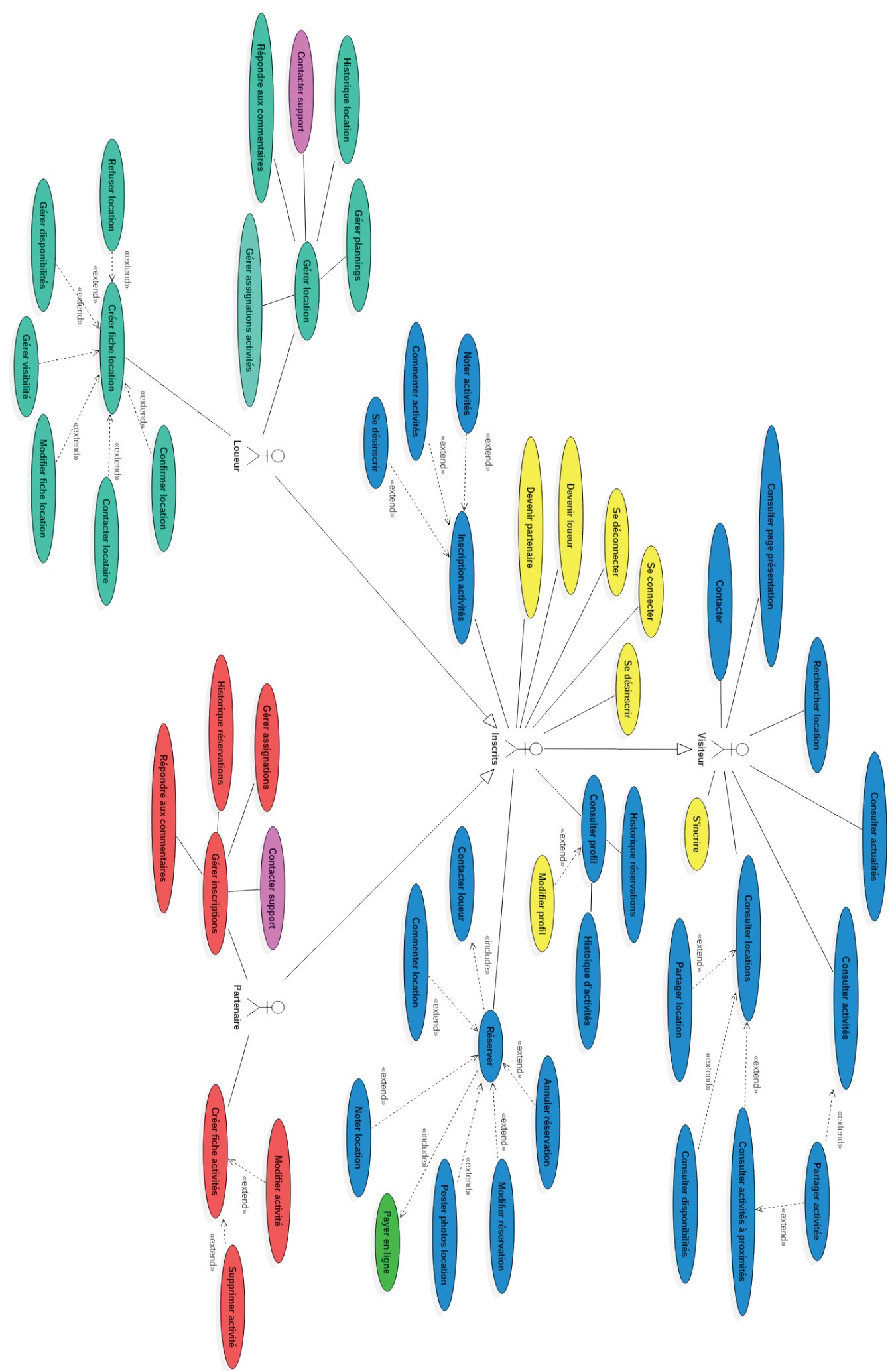


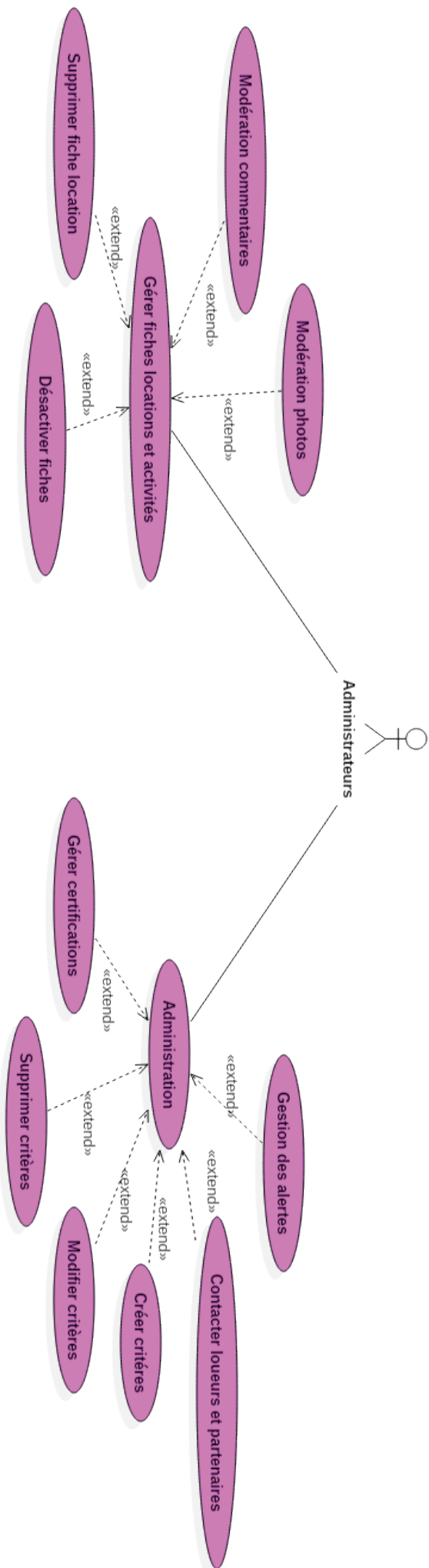
Copyright © 2018 Atypik House, Tous droits réservés.  
Newsletter Atypik du mois de novembre 2018

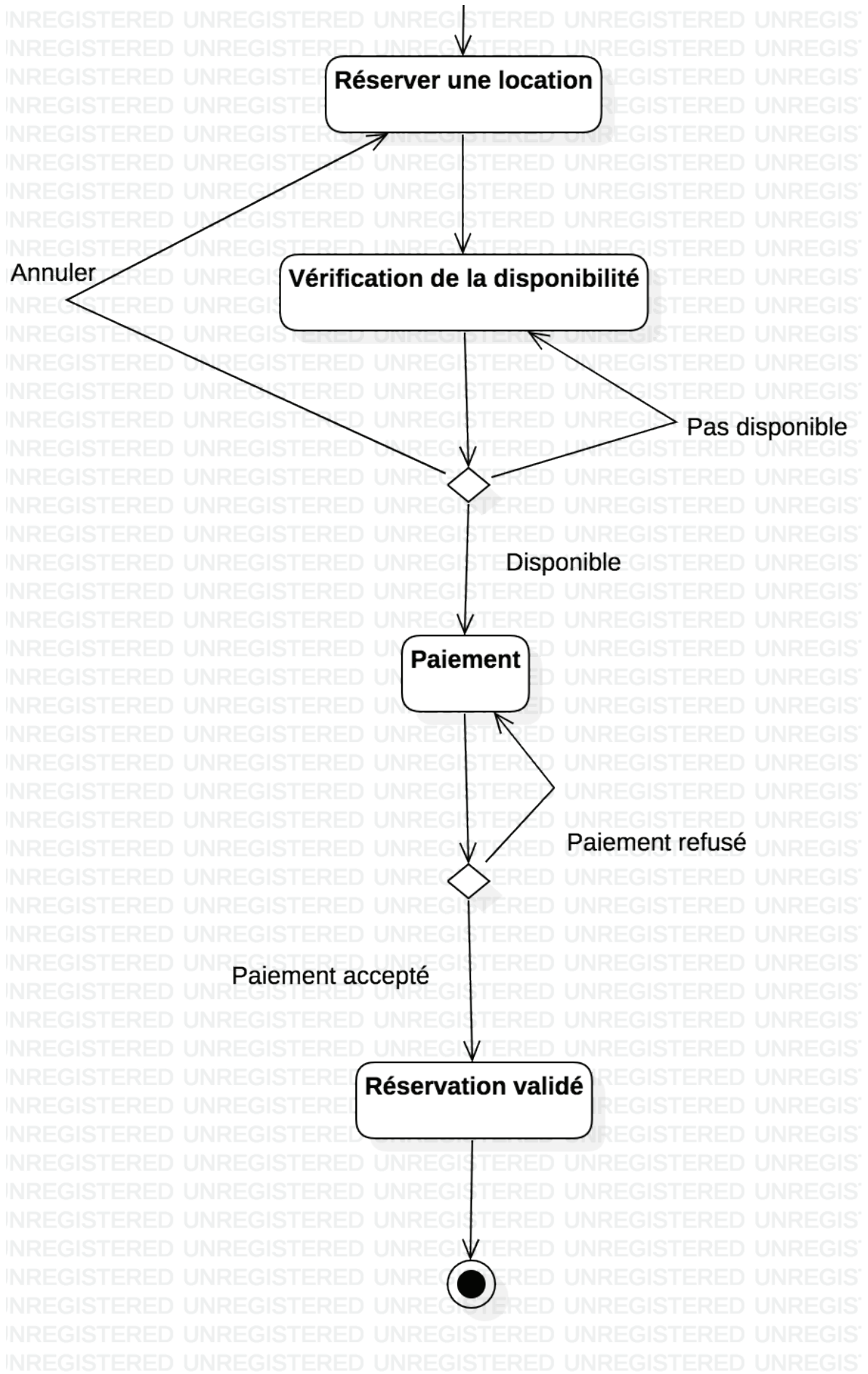
Pour nous contacter:  
[newsletter@atypik-house.com](mailto:newsletter@atypik-house.com)

Vous voulez changer la façon dont vous recevez ces emails ?  
Vous pouvez [mettre à jour vos préférences](#) ou [vous désinscrire de cette liste de diffusion](#).

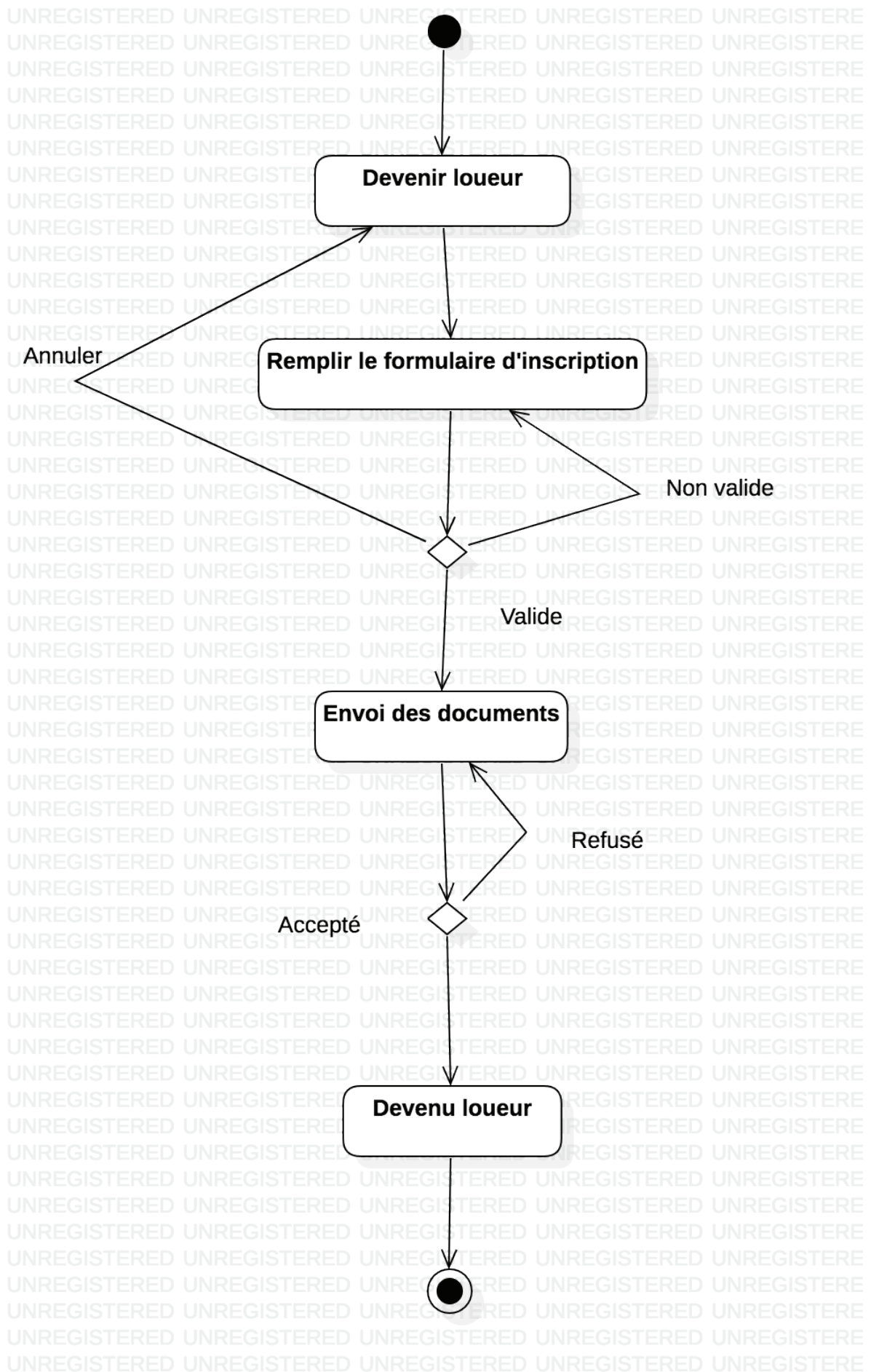
Include : A ---> B : quand A est fait, B l'est aussi.  
 Extend : A -.-> B : quand B est fait, A peut l'être  
 mais pas obligatoirement.











## S'inscrire

ID	Description
1	Pour s'inscrire l'utilisateur devra fournir une adresse email valide
2	Pour s'inscrire l'utilisateur devra fournir un mot de passe contenant une majuscule, une minuscule, et 8 caractères minimum
3	L'utilisateur devra fournir des coordonnées valide
4	L'utilisateur devra choisir un pseudo disponible
5	L'utilisateur pourra s'inscrire avec FB et Google

## Rechercher une location

ID	Description
1	L'utilisateur pourra spécifier l'emplacement de sa recherche
2	L'utilisateur pourra spécifier un intervalle de prix pour sa location
3	L'utilisateur pourra spécifier le type de location qu'il souhaite
4	L'utilisateur pourra spécifier le nombre de chambre
5	L'utilisateur pourra spécifier l'accessibilité ou non de la location
6	L'utilisateur pourra spécifier si c'est adapté aux enfants

## Partager

ID	Description
1	Pourra partager sur Facebook
2	Pourra partager sur Twitter
3	Pourra partager sur tout type de messagerie (Whatsapp, Messenger, email, etc...)

## Se connecter

ID	Description
1	L'utilisateur pourra se connecter avec son email
2	L'utilisateur pourra se connecter avec son pseudo
3	L'utilisateur devra renseigner son mdp
4	L'utilisateur pourra rester connecter ou non à sa prochaine visite
5	L'utilisateur pourra se connecter avec FB et Google

## Devenir loueur

ID	Description
1	Le loueur devra fournir un justificatif d'appartenance de l'habitation
2	Le loueur devra spécifier un prix à la journée de son habitation
3	Le loueur devra fournir 5 photos minimum de son habitation
4	Le loueur pourra fournir 10 photos maximum
5	Le loueur devra fournir son PayPal
6	Le loueur devra fournir ses coordonnées personnelles (nom, adresse, CP, etc...)

## Devenir partenaire

ID	Description
1	Le partenaire devra fournir son numéro d'entreprise
2	Le partenaire devra fournir le prix de son activité
3	Le partenaire devra fournir 3 photos au minimum
4	Le partenaire pourra fournir jusqu'à 10 photos
5	Le partenaire devra fournir son PayPal
6	Le partenaire devra donner ses coordonnées personnelles (nom, adresse, CP, etc...)
7	Le partenaire devra SURTOUT payer Atypic House pour sa présence

## Réservation d'une location

ID	Description
1	L'utilisateur devra choisir son créneaux temporel
2	L'utilisateur devra attendre la validation du propriétaire
3	L'utilisateur devra payer sur PayPal la location une fois celle-ci validée.
4	L'utilisateur devra spécifier pour combien de personne est cette réservation
5	L'utilisateur pourra contacter et être contacté par le propriétaire
6	L'utilisateur pourra annuler sa réservation jusqu'à 14 jours après avoir réservé, sauf si la réservation est active dans moins de 7 jours

## Inscription à une activité

ID	Description
1	L'utilisateur pourra contacter par email ou téléphone le partenaire d'activité

## Noter / Commenter

ID	Description
1	L'utilisateur pourra noter et commenter seulement une location ou une activité auquel il a participé
2	Le commentaire devra faire au minimum 140 caractères
3	Le commentaire pourra contenir des photos de l'activité ou de la location seulement
4	La note sera de 0 à 5
5	L'utilisateur pourra supprimer sa note ou son commentaire

## Se désinscrire d'une activité

ID	Description
1	Pourra téléphoner au partenaire pour annuler ???

## Consulter son historique

ID	Description
1	L'utilisateur pourra consulter son historique de réservation
2	L'utilisateur pourra trier son historique par date croissante ou décroissante
3	L'utilisateur pourra rechercher ses locations par type, nom, etc...
4	L'utilisateur pourra trier par prix croissants et décroissants

## Poster une photo de location

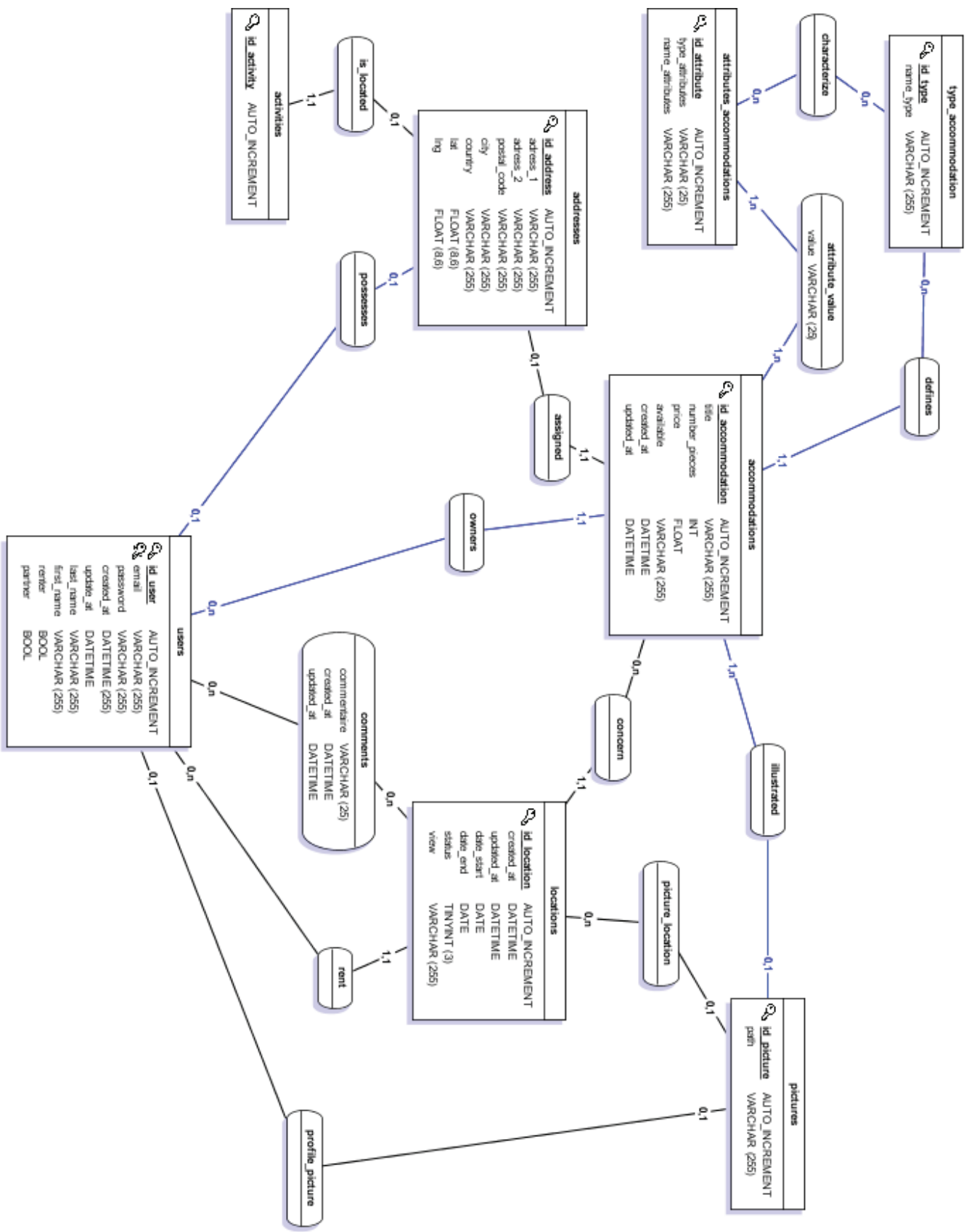
ID	Description
1	L'utilisateur pourra publier une photo de sa location
2	La photo devra respecter la charte du site
3	L'utilisateur pourra supprimer sa photo
4	L'utilisateur doit avoir loué pour pouvoir poster une photo de location























## Contacteur le loueur

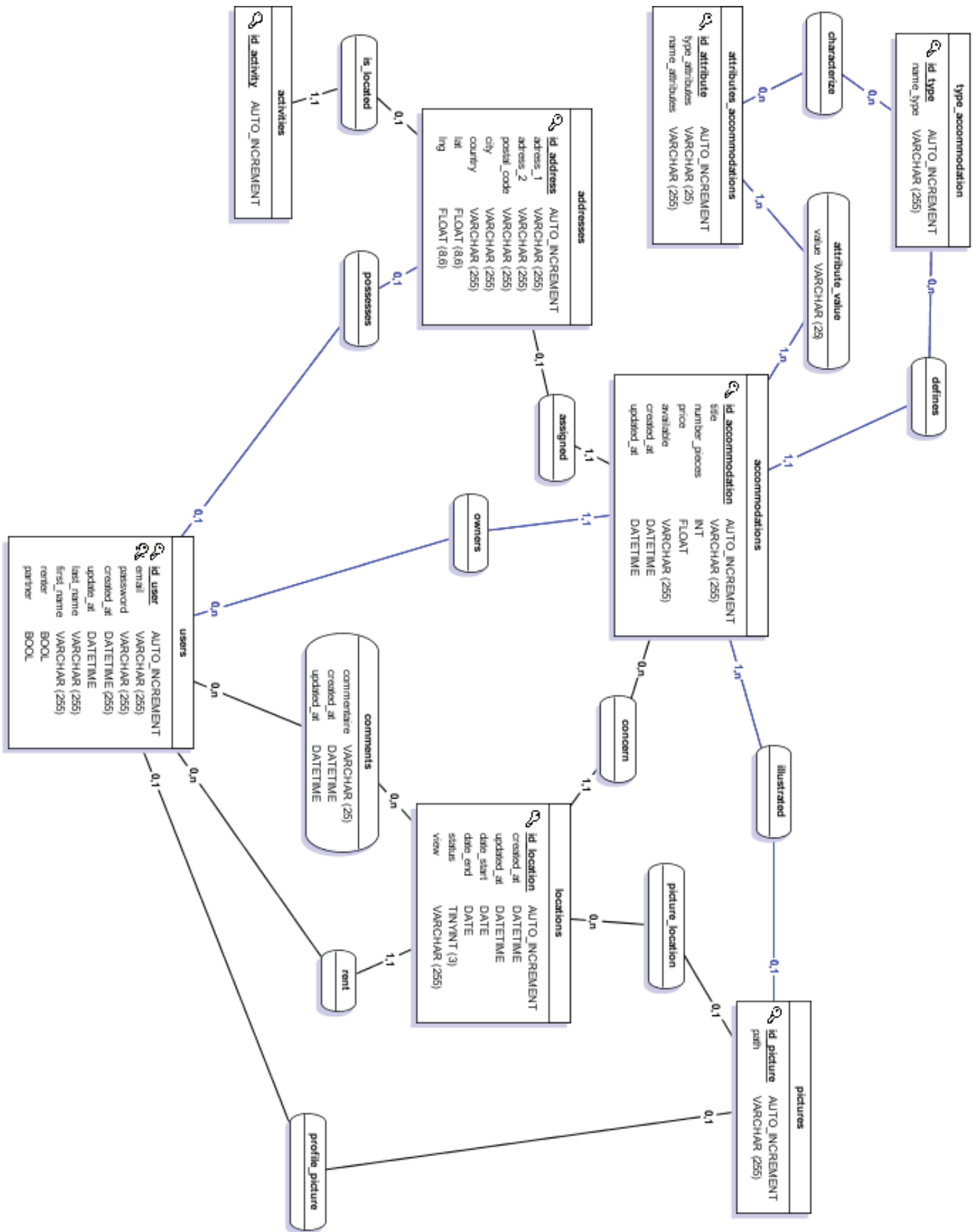
ID	Description
1	L'utilisateur pourra contacter le propriétaire via email et téléphone
2	L'utilisateur devra renseigner son email
3	L'utilisateur devra renseigner l'objet de son contact

## Modifier son profil

ID	Description
1	L'utilisateur pourra modifier l'intégralité de son profil
2	L'utilisateur ne pourra pas supprimer des champs obligatoire
3	L'utilisateur pourra récupérer l'intégralité de ses données
4	L'utilisateur pourra faire la demande de suppression de son compte



  <b>atypik-house.bio</b> 	10,80 € pour un an <del>55,93 € par an</del>	
atypik.house	41,87 € par an	
atypik-hou.se	19,20 € par an	
atypik-house.fr 	14,40 € par an	
atypik-house.com	15,05 € par an	
 <b>atypik-house.organic</b> 	10,80 € pour un an <del>104,11 € par an</del>	
atypik-house.eco 	87,67 € par an	
<p><b>Attention !</b></p> <p>Le .ECO est ouvert aux personnes qui sont engagées dans la protection de l'environnement. Tous les noms de domaine en .ECO enregistrés resteront inactifs jusqu'à ce que leurs titulaires confirment leur éligibilité lors de la création de leur Profil .ECO. Les titulaires d'un nom de domaine en .ECO activé sont tenus d'afficher un contenu lié à la communauté environnementale et utiliser leurs noms de domaine d'une manière qui soutienne la protection de l'environnement.</p>		
	0,60 € pour un an <del>14,40 € par an</del>	
	68,09 € par an	
	3,60 € pour un an <del>9,60 € par an</del>	
atypik-house.house	41,87 € par an	
 <b>atypik-house.eu</b> 	7,20 € pour un an <del>14,40 € par an</del>	
atypik-house.io	34,80 € par an	



```

#-----
#      Script MySQL.
#-----

#-----
# Table: addresses
#-----

CREATE TABLE addresses(
    id_address Int Auto_increment NOT NULL ,
    adress_1 Varchar (255) ,
    adress_2 Varchar (255) ,
    postal_code Varchar (255) ,
    city Varchar (255) ,
    country Varchar (255) ,
    lat Float ,
    lng Float
    ,CONSTRAINT addresses_PK PRIMARY KEY (id_address)
)ENGINE=InnoDB;

#-----
# Table: type_accommodation
#-----

CREATE TABLE type_accommodation(
    id_type Int Auto_increment NOT NULL ,
    name_type Varchar (255)
    ,CONSTRAINT type_accommodation_PK PRIMARY KEY (id_type)
)ENGINE=InnoDB;

#-----
# Table: attributes_accommodations
#-----

CREATE TABLE attributes_accommodations(
    id_attribute Int Auto_increment NOT NULL ,
    type_attributes Varchar (25) COMMENT "Enum : Varchar /Int /Float /" ,
    name_attributes Varchar (25)
    ,CONSTRAINT attributes_accommodations_PK PRIMARY KEY (id_attribute)
)ENGINE=InnoDB;

```



```

#-----
# Table: characterize
#-----

CREATE TABLE characterize(
    id_type      Int NOT NULL ,
    id_attribute Int NOT NULL
    ,CONSTRAINT characterize_PK PRIMARY KEY (id_type,id_attribute)
)ENGINE=InnoDB;

#-----
# Table: users
#-----

CREATE TABLE users(
    id_user          Int Auto_increment NOT NULL ,
    password         Varchar (255) NOT NULL ,
    created_at       Datetime NOT NULL ,
    update_at        Datetime ,
    last_name        Varchar (255) ,
    first_name       Varchar (255) ,
    renter           Bool COMMENT "loueur : O/ N" ,
    partner          Bool COMMENT "Partenaire : O/N" ,
    commentaire      Varchar (25) NOT NULL ,
    created_at_comments Datetime NOT NULL ,
    updated_at       Datetime NOT NULL ,
    email            Varchar (255) NOT NULL ,
    id_address       Int ,
    id_location      Int ,
    id_picture       Int NOT NULL
    ,CONSTRAINT users_AK UNIQUE (email)
    ,CONSTRAINT users_PK PRIMARY KEY (id_user)
)ENGINE=InnoDB;

#-----
# Table: accommodations
#-----

CREATE TABLE accommodations(
    id_accommodation Int Auto_increment NOT NULL ,
    default_availability Bool NOT NULL COMMENT "Si 0 alors pas disponible par default Si 1 disponible par default" ,
    price            Float ,
    capacity         Int ,
    number_beds     Int COMMENT "A voir si on le déplace dans la table attributes_accommodations" ,
    created_at       Datetime ,
    updated_at       Datetime ,
    id_user          Int NOT NULL ,
    id_type          Int NOT NULL ,
    id_address       Int NOT NULL
    ,CONSTRAINT accommodations_PK PRIMARY KEY (id_accommodation)
)ENGINE=InnoDB;

```

```
#-----  
# Table: activities  
#-----
```

```
CREATE TABLE activities(  
    id_activity Int Auto_increment NOT NULL ,  
    id_user      Int NOT NULL ,  
    id_address   Int NOT NULL  
    ,CONSTRAINT activities_PK PRIMARY KEY (id_activity)  
)ENGINE=InnoDB;
```

```
#-----  
# Table: pictures  
#-----
```

```
CREATE TABLE pictures(  
    id_picture      Int Auto_increment NOT NULL ,  
    path            Varchar (255) NOT NULL ,  
    id_accommodation Int ,  
    id_location      Int  
    ,CONSTRAINT pictures_PK PRIMARY KEY (id_picture)  
)ENGINE=InnoDB;
```

```
#-----  
# Table: availabilities  
#-----
```

```
CREATE TABLE availabilities(  
    id_availability Int Auto_increment NOT NULL ,  
    available       Date ,  
    not_available   Date ,  
    id_accommodation Int NOT NULL  
    ,CONSTRAINT availabilities_PK PRIMARY KEY (id_availability)  
)ENGINE=InnoDB;
```

```
#-----  
# Table: locations  
#-----
```

```
CREATE TABLE locations(  
    id_location      Int Auto_increment NOT NULL ,  
    created_at       Datetime ,  
    updated_at       Datetime ,  
    date_start       Date ,  
    date_end         Date ,  
    status           TinyINT NOT NULL ,  
    view            Varchar (255) ,  
    id_user          Int NOT NULL ,  
    id_accommodation Int NOT NULL  
    ,CONSTRAINT locations_PK PRIMARY KEY (id_location)  
)ENGINE=InnoDB;
```

```
#-----  
# Table: attribute_value  
#-----
```

```
CREATE TABLE attribute_value(  
    id_accommodation Int NOT NULL ,  
    id_attribute      Int NOT NULL ,  
    value             Varchar (25)  
    ,CONSTRAINT attribute_value_PK PRIMARY KEY (id_accommodation,id_attribute)  
)ENGINE=InnoDB;
```

```
ALTER TABLE characterize  
    ADD CONSTRAINT characterize_type_accommodation0_FK  
    FOREIGN KEY (id_type)  
    REFERENCES type_accommodation(id_type);
```

```
ALTER TABLE characterize  
    ADD CONSTRAINT characterize_attributes_accommodations1_FK  
    FOREIGN KEY (id_attribute)  
    REFERENCES attributes_accommodations(id_attribute);
```

```
ALTER TABLE users  
    ADD CONSTRAINT users_addresses0_FK  
    FOREIGN KEY (id_address)  
    REFERENCES addresses(id_address);
```

```
ALTER TABLE users  
    ADD CONSTRAINT users_locations1_FK  
    FOREIGN KEY (id_location)  
    REFERENCES locations(id_location);
```

```
ALTER TABLE users  
    ADD CONSTRAINT users_pictures2_FK  
    FOREIGN KEY (id_picture)  
    REFERENCES pictures(id_picture);
```

```
ALTER TABLE accommodations  
    ADD CONSTRAINT accommodations_users0_FK  
    FOREIGN KEY (id_user)  
    REFERENCES users(id_user);
```

```
ALTER TABLE accommodations  
    ADD CONSTRAINT accommodations_type_accommodation1_FK  
    FOREIGN KEY (id_type)  
    REFERENCES type_accommodation(id_type);
```

```
ALTER TABLE accommodations  
    ADD CONSTRAINT accommodations_addresses2_FK  
    FOREIGN KEY (id_address)  
    REFERENCES addresses(id_address);
```

```
ALTER TABLE accommodations  
    ADD CONSTRAINT accommodations_addresses0_AK  
    UNIQUE (id_address);
```

```

ALTER TABLE accommodations
  ADD CONSTRAINT accommodations_addresses0_AK
  UNIQUE (id_address);

ALTER TABLE activities
  ADD CONSTRAINT activities_users0_FK
  FOREIGN KEY (id_user)
  REFERENCES users(id_user);

ALTER TABLE activities
  ADD CONSTRAINT activities_addresses1_FK
  FOREIGN KEY (id_address)
  REFERENCES addresses(id_address);

ALTER TABLE activities
  ADD CONSTRAINT activities_addresses0_AK
  UNIQUE (id_address);

ALTER TABLE pictures
  ADD CONSTRAINT pictures_accommodations0_FK
  FOREIGN KEY (id_accommodation)
  REFERENCES accommodations(id_accommodation);

ALTER TABLE pictures
  ADD CONSTRAINT pictures_locations1_FK
  FOREIGN KEY (id_location)
  REFERENCES locations(id_location);

ALTER TABLE availabilities
  ADD CONSTRAINT availabilities_accommodations0_FK
  FOREIGN KEY (id_accommodation)
  REFERENCES accommodations(id_accommodation);

ALTER TABLE locations
  ADD CONSTRAINT locations_users0_FK
  FOREIGN KEY (id_user)
  REFERENCES users(id_user);

ALTER TABLE locations
  ADD CONSTRAINT locations_accommodations1_FK
  FOREIGN KEY (id_accommodation)
  REFERENCES accommodations(id_accommodation);

ALTER TABLE attribute_value
  ADD CONSTRAINT attribute_value_accommodations0_FK
  FOREIGN KEY (id_accommodation)
  REFERENCES accommodations(id_accommodation);

ALTER TABLE attribute_value
  ADD CONSTRAINT attribute_value_attributes_accommodations1_FK
  FOREIGN KEY (id_attribute)
  REFERENCES attributes_accommodations(id_attribute);

```

Dictionnaire de données

Nom : id\_user  
Code : ID\_USER  
Type : AUTO\_INCREMENT  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : id\_accommodation  
Code : ID\_ACCOMMODATION  
Type : AUTO\_INCREMENT  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : update\_at  
Code : UPDATE\_AT  
Type : DATETIME  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : created\_at  
Code : CREATED\_AT  
Type : DATETIME  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : updated\_at  
Code : UPDATED\_AT  
Type : DATETIME  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : email  
Code : EMAIL  
Type : VARCHAR  
Taille : 25,  
Commentaire :

Nom : password  
Code : PASSWORD  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : id\_address  
Code : ID\_ADDRESS  
Type : AUTO\_INCREMENT  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : postal\_code  
Code : POSTAL\_CODE  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : adress\_2  
Code : ADRESS\_2

Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : city  
Code : CITY  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : country  
Code : COUNTRY  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : lat  
Code : LAT  
Type : FLOAT  
Taille : 10,  
Commentaire :

Nom : lng  
Code : LNG  
Type : FLOAT  
Taille : 10,  
Commentaire :

Nom : date\_end  
Code : DATE\_END  
Type : DATE  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : status  
Code : STATUS  
Type : TINYINT  
Taille : 3,  
Commentaire :

Nom : view  
Code : VIEW  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : id\_picture  
Code : ID\_PICTURE  
Type : AUTO\_INCREMENT  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : path  
Code : PATH  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : id\_type  
Code : ID\_TYPE  
Type : AUTO\_INCREMENT  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : price  
Code : PRICE  
Type : FLOAT  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : name\_type  
Code : NAME\_TYPE  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : type\_attributes  
Code : TYPE\_ATTRIBUTES  
Type : VARCHAR  
Taille : 25,  
Commentaire :

Nom : name\_attributes  
Code : NAME\_ATTRIBUTES  
Type : VARCHAR  
Taille : 25,  
Commentaire :

Nom : id\_attribute  
Code : ID\_ATTRIBUTE  
Type : AUTO\_INCREMENT  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : commentaire  
Code : COMMENTAIRE  
Type : VARCHAR  
Taille : 25,  
Commentaire :

Nom : value  
Code : VALUE  
Type : VARCHAR  
Taille : 25,  
Commentaire :

Nom : id\_location  
Code : ID\_LOCATION  
Type : AUTO\_INCREMENT  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : date\_start  
Code : DATE\_START  
Type : DATE  
Taille : ,

Commentaire :

Nom : adress\_1  
Code : ADRESS\_1  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : available  
Code : AVAILABLE  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire : iste des semaines disponibles séparées par des virgules

Nom : number\_pieces  
Code : NUMBER\_PIECES  
Type : INT  
Taille : ,  
Commentaire :

Nom : title  
Code : TITLE  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : last\_name  
Code : LAST\_NAME  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : first\_name  
Code : FIRST\_NAME  
Type : VARCHAR  
Taille : 255,  
Commentaire :

Nom : renter  
Code : RENTER  
Type : BOOL  
Taille : ,  
Commentaire : loueur : O/ N

Nom : partner  
Code : PARTNER  
Type : BOOL  
Taille : ,  
Commentaire : Partenaire : O/N

Nom : id\_activity  
Code : ID\_ACTIVITY  
Type : AUTO\_INCREMENT  
Taille : ,  
Commentaire :

```

insert into 'users' (password, first_name, renter, partner, email)
values
    ('mdp1','user1',1,0,'user1@mail.com');
insert into users (password, first_name, renter, partner, email) values
    ('mdp2','user2',0,0,'user2@mail.com');
insert into users (password, first_name, renter, partner, email) values
    ('mdp3','user3',1,0,'user3@mail.com');

insert into type_accommodation (name_type) values ('cabane');
insert into type_accommodation (name_type) values ('igloo');

insert into attributes_accomandations (type_attributes,
name_attributes) values
    ('int','nombre de lits');
insert into attributes_accomandations (type_attributes,
name_attributes) values
    ('bool','cuisine');

insert into characterize (id_type,id_attribute) values (1,1);
insert into characterize (id_type,id_attribute) values (1,2);
insert into characterize (id_type,id_attribute) values (2,1);

insert into accommodations (title, number_pieces, price, available,
id_user, id_type) values
    ('Cabane dans un arbre',4,60,'26;27;28;29;30;31;32;33',1,1);
insert into accommodations (title, number_pieces, price, available,
id_user, id_type) values
    ('Igloo au PÅ´le Nord',1,30,'1;2;3;4;48;49;50;51;52',3,2);

insert into attribute_value (id_accomodation, id_attribute, id_type)
values (1,1,3);
insert into attribute_value (id_accomodation, id_attribute, id_type)
values (1,2,1);
insert into attribute_value (id_accomodation, id_attribute, id_type)
values (2,1,2);

/*Résumé en texte :
3 utilisateurs. User1 et User3 sont propriétaires de, respectivement
une cabane et d'un igloo. User2 est un possible locataire
    La cabane possède 4 pièces, est disponible durant les semaines 26
à 33 pour une somme de 60€ la nuit.
Cette cabane possède 3 lits ainsi que d'une cuisine équipée.
    L'igloo possède 1 pièce, est diponible durant les semaines 1 à 4
et 48 à 52
Cet igloo possède 2 lits mais pas de cuisine.*/

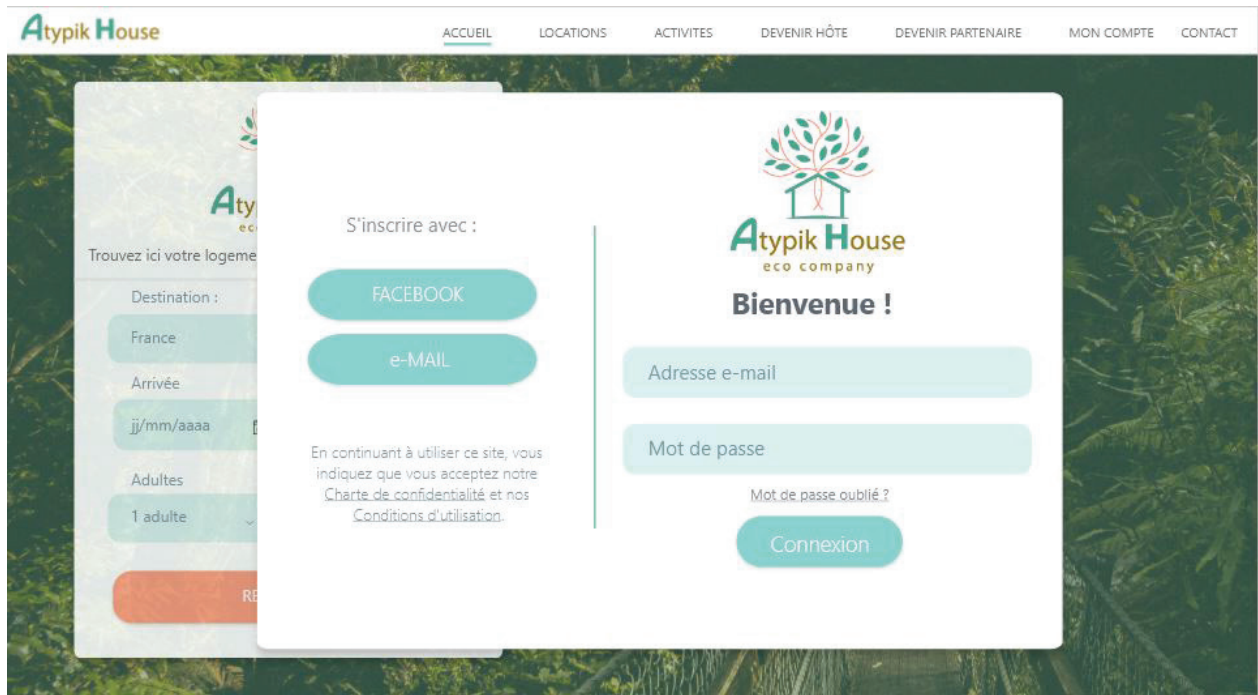
```



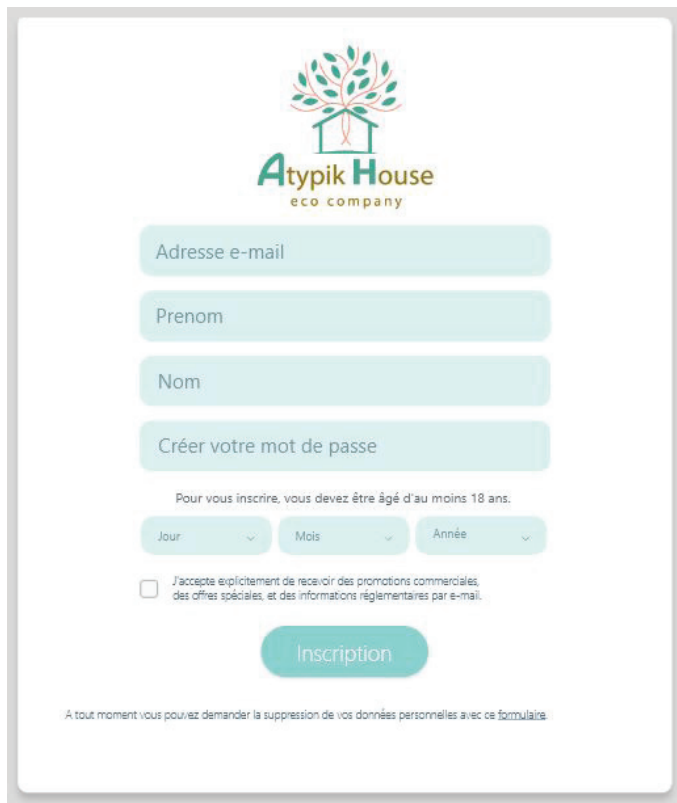
PLANCHE TENDANCES :



# MAQUETTES... ...APPLICATION WEB




**Fig. 1**  
Page de connexion



**Fig. 2**  
Formulaire de création de compte  
via adresse email


**Atypik House** ACCUEIL LOCATIONS ACTIVITES DEVENIR HÔTE DEVENIR PARTENAIRE MON COMPTE CONTACT



**RESERVATIONS**  
 Vos réservations  
 Commentaires



**VOS LOCATIONS**  
 Hébergements  
 Planing  
 Messages

Mon compte  
 Se déconnecter




**LOGEMENT ENTIER**  
**Anette Fisher**  
 Membre depuis le : 23 /05/2018

Modifier mon profil


 Femme	8 Réservations	 Profil complet	Français Langue
--	-------------------	---	--------------------

**Description**



Please be sure to give her the antibiotics, they're on the kitchen counter...  
 Read more


**Adresse**



123 Fluffypants Lane  
 Pawtown, FL 32789  
 123-468-8901

Devenir hôte

Devenir partenaire




Atypik House - eco company © 2018  
 Our main focus is to provide high quality, objective and informative traveling content from over the world.

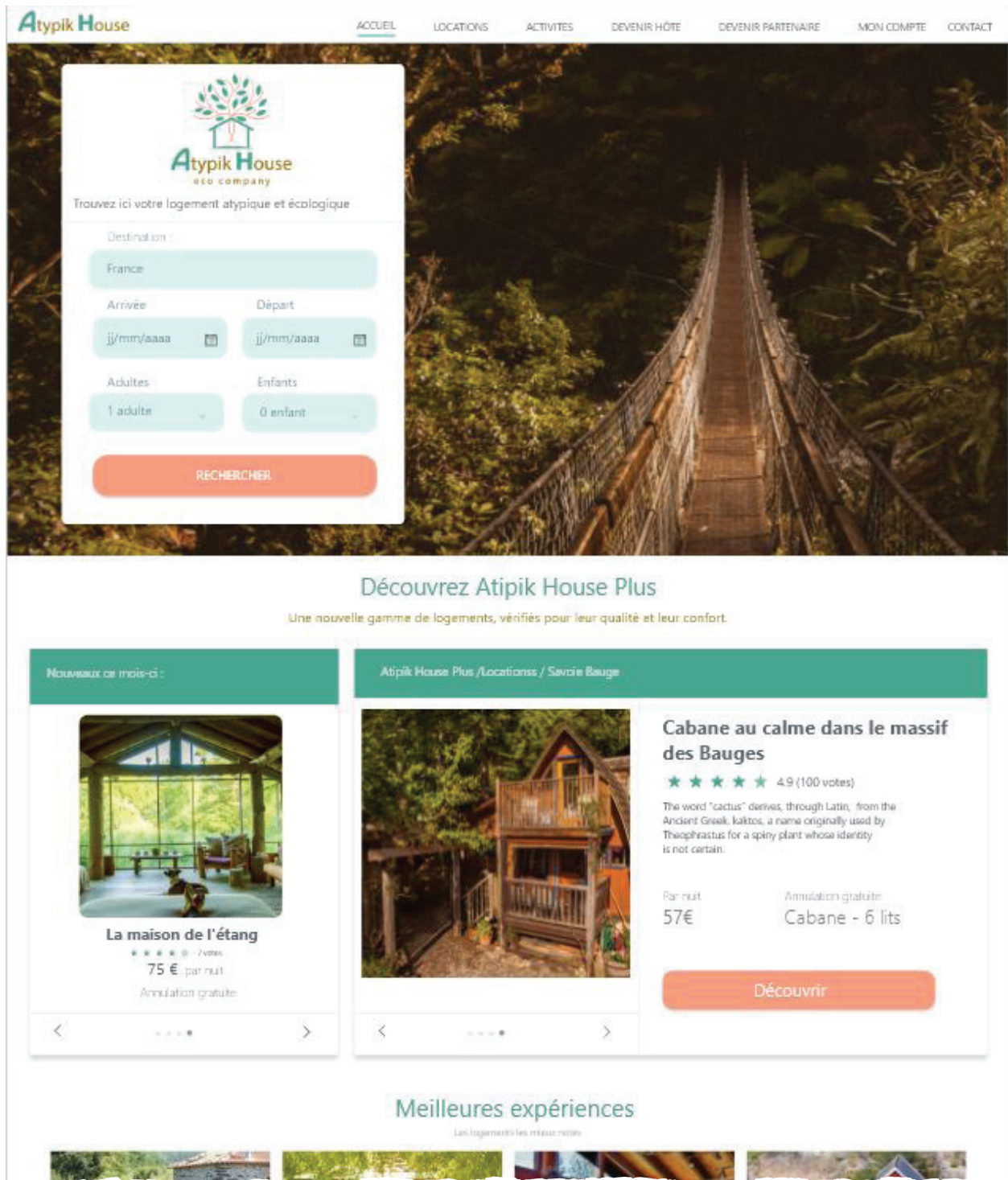
**Navigation**  
 Accueil  
 Locations  
 Activités  
 Upload

**Liens**  
 À propos  
 Nous contacter  
 Sitemap  
 Conditions générales

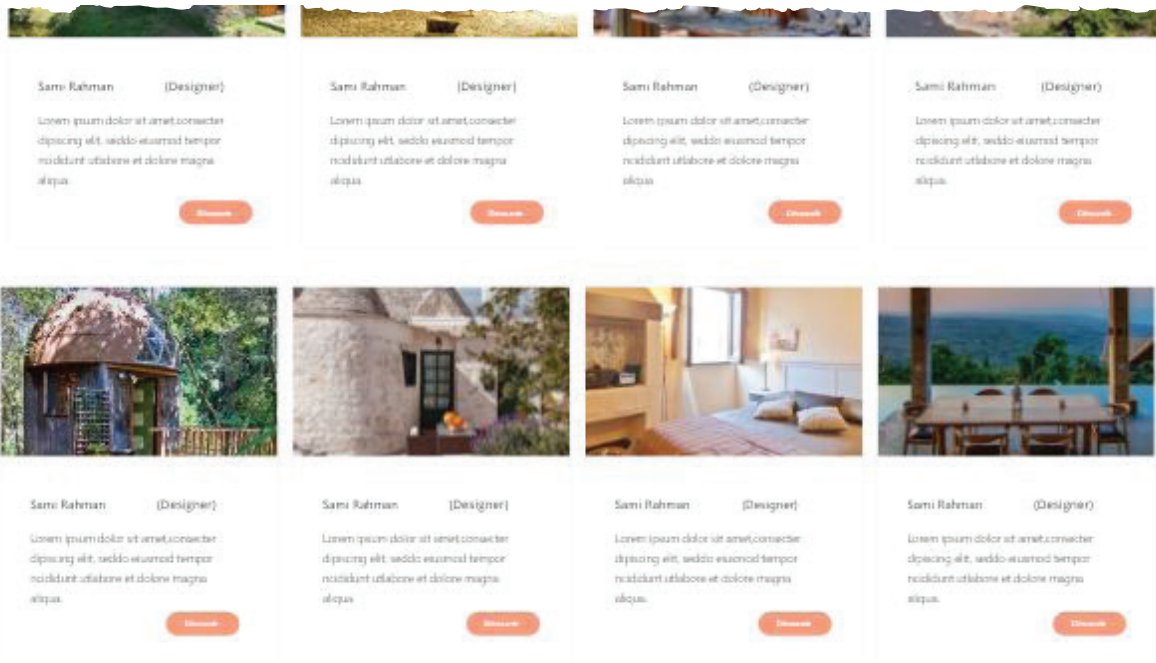
**Nous suivre**



**Fig. 3**  
Page profil



**Fig. 3**  
Page d'accueil (Partie haute)



## Des éco-activités proche de votre éco-logement



### Chinese new year - The year of the Dog

It's Chinese New Year this week, welcome to the year of the dog! We're taking a look at the 12 animals of the Chinese zodiac and suggesting a town for each.



### Birds, beasts and beauties of Bangladesh

Our leader, Ananda has just returned to Dhaka ready to lead the 100 tour to Bangladesh - to see the places how the country differs from her expectations.



### The Empty Quarter Desert - Rub al Khali

The Arabic name Rub al Khali means 'empty quarter'. The name was given to it because in a huge stretch of unbroken sand desert that has been long.



### Inconderat autem audaces - Scipio

The Arabic name Rub al Khali means 'empty quarter'. The name was given to it because in a huge stretch of unbroken sand desert that has been long.



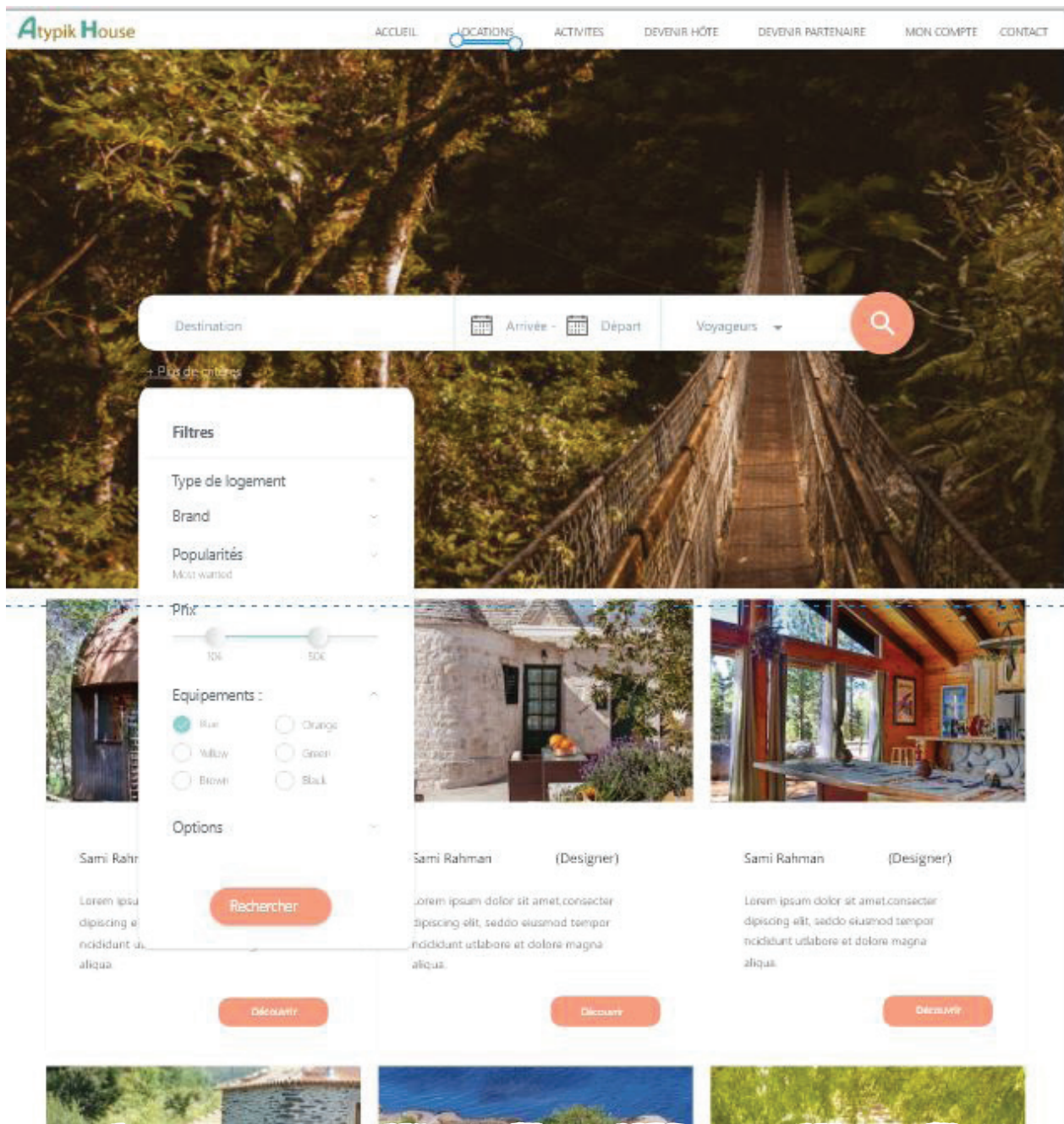
Atypik House - eco company © 2018  
Our main focus is to provide high quality, innovative and sustainable living concepts from over the world.

Navigation  
Account  
Location  
Activities  
Upload

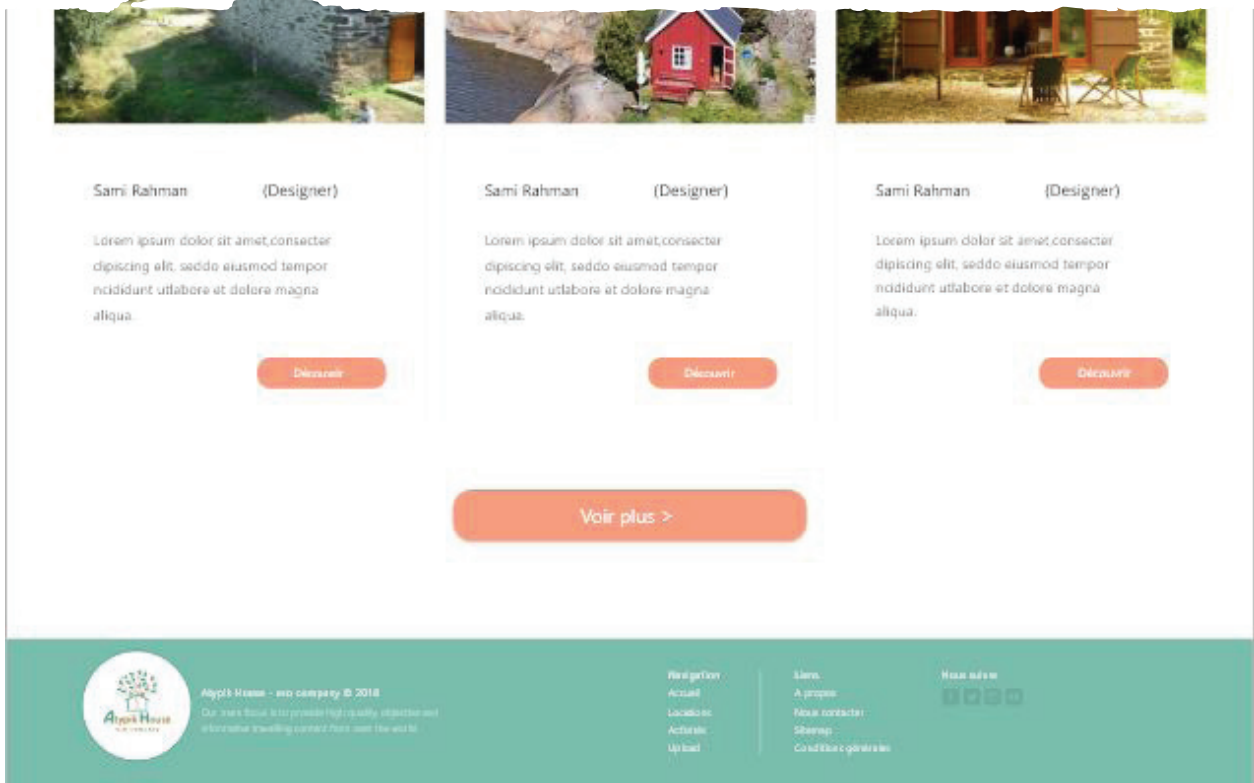
Home  
A proposal  
How to contact  
Strategy  
Contact Us / get in touch

Home about  
0000

**Fig. 4**  
Page d'accueil (Partie basse)




**Fig. 5**  
Page locations (Partie haute)




**Fig. 6**  
Page d'accueil (Partie basse)

**Atypik House** ACCUEIL LOCATIONS ACTIVITES DEVENIR HÔTE DEVENIR PARTENAIRE MON COMPTE CONTACT



**LOGEMENT ENTIER**  
**Cabane au calme dans le massif des Bauges**  
 Gratteloup - Haute-Savoie



**LE LOGEMENT :**

Lorem ipsum dolor sit amet, solum dictas vim cu, ne his hendrerit deterruisset sed doctus fuisset intellegam. Per case melius assentior ea. Et scaevola insolens eum. Ad vix verear eruditi ancillae, fabulas assentior his at, eum no dico euripidis reprehendunt. His tamquam evertitur appellantur an, eam omnis blandit officii id, eu nostro tacimates pri. Te vim denique fabellas deseruisse, ad est mandamus, neglegentur, vim adhuc consequat an. At putent commodo patrioque pro, nihil reprimitque et pro.

3 couchages 5 voyageurs 1 salle de bain

57€ par nuit  
 ★★★★★ - 7 votes

Arrivée: jj/mm/aaaa  
 Départ: jj/mm/aaaa

Adultes: 1 adulte  
 Enfants: 0 enfant

**Demande de réservation**

Vous ne serez débitez que si vous confirmez




VOTRE HOTE :


**Fig. 7**  
 Page détails d'une location (Partie haute)



**EQUIPEMENTS :**

Lorem ipsum dolor sit amet, solum dictas vim cu, ne his hendrerit deterruissetid sed doctus fuisse intellegam. Per case melius assentior ea. Et scaevola insolens eum. Ad vix verear eruditi ancillae, fabulas assentior his at, eum no dico euripidis reprehendunt.

-  Double couchage
-  Borne voiture électrique
-  Cuisine



**Belcher Tina**

Langues parlées : Français Anglais  
 Expérience d'hôte : Confirmé


Contacter

**DISPONIBILITES :**

September 2014						
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11

September 2014						
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11


**COMMENTAIRES :**



**Name Surname** November 2018

★★★★☆


Lorem ipsum dolor sit amet, solum dictas vim cu, ne his hendrerit deterruissetid sed doctus fuisse intellegam. Per case melius assentior ea. Et scaevola insolens eum. Ad vix verear eruditi ancillae, fabulas assentior his at, eum no dico euripidis reprehendunt. Cito directus in us, qui veni potest at.



**Name Surname** January 2018

★★★★☆

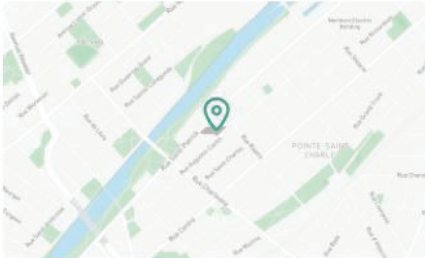
Lorem ipsum dolor sit amet, solum dictas vim cu, ne his hendrerit deterruissetid sed doctus fuisse intellegam. Per case melius assentior ea. Et scaevola insolens eum. Ad vix verear eruditi ancillae, fabulas assentior his at, eum no dico euripidis reprehendunt. Cito directus in us, qui veni potest at.



**Name Surname** April 2018

★★★★☆

Lorem ipsum dolor sit amet, solum dictas vim cu, ne his hendrerit deterruissetid sed doctus fuisse intellegam. Per case melius assentior ea. Et scaevola insolens eum. Ad vix verear eruditi ancillae, fabulas assentior his at, eum no dico euripidis reprehendunt. Cito directus in us, qui veni potest at.





**Atypik House - eco company © 2018**  
Our main focus is to provide high quality, objective and informative travelling content from over the world.

**Navigation**

- [Accueil](#)
- [Locations](#)
- [Activités](#)
- [Upload](#)

**Liens**

- [A propos](#)
- [Nous contacter](#)
- [Site map](#)
- [Conditions générales](#)


**Nous suivre**



**Fig. 8**

Page détails d'une location (Partie basse)

**Atypik House** ACCUEIL LOCATIONS ACTIVITES DEVENIR HÔTE DEVENIR PARTENAIRE MON COMPTE CONTACT



**RESERVATIONS**  
 Vos réservations  
 Commentaires

**VOS LOCATIONS**  
 Hébergements  
 Planning  
 Messages

Mon compte  
 Se déconnecter

First name

Last name

Telephone


Phone alt

Adresse

Ville

State


Code postal



Atypik House - eco company © 2018  
 Our main focus is to provide high quality, objective and informative traveling content from over the world.

Navigation  
 Accueil  
 Locations  
 Activités  
 Upload

Liens  
 A propos  
 Nous contacter  
 Sitemap  
 Conditions générales

Nous suivre  


**Fig. 9**  
 Page création d'une location

## REGISTRE DES ACTIVITÉS DE TRAITEMENT DE

Atypik-house.com

<b>Coordonnées du responsable de l'organisme</b> <i>(responsable de traitement ou son représentant si le responsable est situé en dehors de l'UE)</i>	Nom : FAURE Prénom : Laura Adresse : 2 impasse de la Noue CP : 60350 Ville : PIERREFONDS Téléphone : 03 44 42 25 00 Adresse de messagerie : l.faure@atypik-house.com
<b>Nom et coordonnées du délégué à la protection des données</b> <i>(si vous avez désigné un DPO)</i>	Nom : Cliquez ici. Prénom : Cliquez ici. Société (si DPO externe) : Cliquez ici. Adresse : Cliquez ici. CP : Cliquez ici. Ville : Cliquez ici. Téléphone : Cliquez ici. Adresse de messagerie : Cliquez ici.

### Activités de l'organisme impliquant le traitement de données personnelles

Listez ici les activités pour lesquelles vous traitez des données personnelles.

Activités	Désignation des activités
Activité 1	Gestion de prospects
Activité 2	Vente en ligne de service de locations de biens
Activité 3	Contrôle de documents légaux (Identité et actes de propriété)
Activité 4	
Activité 5	
Activité 6	
Activité 7	
Activité 8	

**Vous devrez créer et tenir à jour une fiche de registre par activité.**

Le modèle de fiche de registre est disponible sur la page suivante, copier / coller autant de fois la sélection qu'il y a d'activité listée.

## FICHE DE REGISTRE DE L'ACTIVITÉ

Gestion de prospects

(Créer cette fiche pour chaque activité listée en page 2)

<b>Date de création de la fiche</b>	Cliquez ici pour entrer une date.
<b>Date de dernière mise à jour de la fiche</b>	Cliquez ici pour entrer une date.
<b>Nom du responsable conjoint du traitement</b> <i>(dans le cas où la responsabilité de ce traitement de donnée est partagée avec un autre organisme)</i>	Cliquez ici.
<b>Nom du logiciel ou de l'application</b> <i>(si pertinent)</i>	Cliquez ici.

### Objectifs poursuivis

**Décrivez clairement l'objet du traitement de données personnelles et ses fonctionnalités.**

*Exemple : pour une activité « formation des personnels » : suivi des demandes de formation et des périodes de formation effectuées, organisation des sessions et évaluation des connaissances.*

Cliquez ici.

### Catégories de personnes concernées

**Listez les différents types de personnes dont vous collectez ou utilisez les données.**

*Exemples : salariés, usagers, clients, prospects, bénéficiaires, etc.*

1. Membres du site
2. Inscrits propriétaires
3. Visiteurs inscrits à la Newsletter
4. Partenaires

### Catégories de données collectées

**Cochez et listez les différentes données traitées**

État-civil, identité, données d'identification, images (*ex. nom, prénom, adresse, photographie, date et lieu de naissance, etc.*)

nom , prénom, code postal, ville

Vie personnelle (*ex. habitudes de vie, situation familiale, etc.*)

Cliquez ici.

Vie professionnelle (*ex. CV, situation professionnelle, scolarité, formation, distinctions, diplômes, etc.*) Cliquez ici.

Informations d'ordre économique et financier (*ex. revenus, situation financière, données bancaires, etc.*)

Cliquez ici.

**Données de connexion** (ex. adresses Ip, logs, identifiants des terminaux, identifiants de connexion, informations d'horodatage, etc.)  
identifiants de connexion

**Données de localisation** (ex. déplacements, données GPS, GSM, ...)  
coordonnées GPS (latitude, longitude)

**Internet** (ex. cookies, traceurs, données de navigation, mesures d'audience, ...)  
Cookies, traceur Google Analytics pour la mesure d'audience

**Autres catégories de données** (précisez) :  
Cliquez ici.

### **Des données sensibles sont-elles traitées ?**

*La collecte de certaines données, particulièrement sensibles, est strictement encadrée par le RGPD et requiert une vigilance particulière. Il s'agit des données révélant l'origine prétendument raciale ou ethnique, les opinions politiques, les convictions religieuses ou philosophiques ou l'appartenance syndicale des personnes, des données génétiques et biométriques, des données concernant la santé, la vie sexuelle ou l'orientation sexuelle des personnes, des données relatives aux condamnations pénales ou aux infractions, ainsi que du numéro d'identification national unique (NIR ou numéro de sécurité sociale).*

Oui  Non

Si oui, lesquelles ? :  
Cliquez ici.

## **Durées de conservation des catégories de données**

### **Combien de temps conservez-vous ces informations ?**

*Si vous ne pouvez pas indiquer une durée chiffrée, précisez les critères utilisés pour déterminer le délai d'effacement (par exemple, 3 ans à compter de la fin de la relation contractuelle).*  
1 an à compter de la fin de la relation contractuelle

**Si les catégories de données ne sont pas soumises aux mêmes durées de conservation, ces différentes durées doivent apparaître dans le registre.**

## **Catégories de destinataires des données**

### **Destinataires internes**

*(Exemples : entité ou service, catégories de personnes habilitées, direction informatique, etc.)*

1. Cliquez ici.
2. Cliquez ici.
3. Cliquez ici.
4. Cliquez ici.

### **Organismes externes**

*(Exemples : filiales, partenaires, etc.)*

1. Cliquez ici.
2. Cliquez ici.
3. Cliquez ici.
4. Cliquez ici.

## Sous-traitants

(Exemples : hébergeurs, prestataires et maintenance informatiques, etc.)

1. Cliquez ici.
2. Cliquez ici.
3. Cliquez ici.
4. Cliquez ici.

## Transferts des données hors UE

### Des données personnelles sont-elles transmises hors de l'Union européenne ?

Oui  Non

Si oui, vers quel(s) pays :

Cliquez ici.

*Dans des situations particulières (transfert vers un pays tiers non couvert par une décision d'adéquation de la Commission européenne, et sans les garanties mentionnées aux articles 46 et 47 du RGPD), des garanties spécifiques devront être prévues et documentées dans le registre (article 49 du RGPD). Consultez le site de la CNIL.*

## Mesures de sécurité

### Cochez et décrivez les mesures de sécurité organisationnelles et techniques prévues pour préserver la confidentialité des données.

*Le niveau de sécurité doit être adapté aux risques soulevés par le traitement. Les exemples suivants constituent des garanties de base à prévoir et peuvent devoir être complétés.*

Contrôle d'accès des utilisateurs

Décrivez les mesures :

Cliquez ici.

Mesures de traçabilité

Précisez la nature des traces (*exemple : journalisation des accès des utilisateurs*), les données enregistrées (*exemple : identifiant, date et heure de connexion, etc.*) et leur durée de conservation :

Cliquez ici.

Mesures de protection des logiciels (antivirus, mises à jour et correctifs de sécurité, tests, etc.)

Décrivez les mesures :

Cliquez ici.

Sauvegarde des données

Décrivez les modalités :

Cliquez ici.

Chiffrement des données

Décrivez les mesures (*exemple : site accessible en https, utilisation de TLS, etc.*) :

Cliquez ici.

DIVISION	NAF	ACTIVITE
50 Transports par eau	5010Z	Transports maritimes et côtiers de passagers
	5020Z	Transports maritimes et côtiers de fret
	5030Z	Transports fluviaux de passagers
	5040Z	Transports fluviaux de fret
51 Transports aériens	5110Z	Transports aériens de passagers
	5121Z	Transports aériens de fret
	5122Z	Transports spatiaux
52 Entreposage et services auxiliaires des transports	5210A	Entreposage et stockage frigorifique
	5210B	Entreposage et stockage non frigorifique
	5221Z	Services auxiliaires des transports terrestres
	5222Z	Services auxiliaires des transports par eau
	5223Z	Services auxiliaires des transports aériens
	5224A	Manutention portuaire
	5224B	Manutention non portuaire
	5229A	Messagerie, fret express
	5229B	Affrètement et organisation des transports
53 Activité de poste et courrier	5310Z	Activités de poste dans le cadre d'une obligation de service universel
	5320Z	Autres activités de poste et de courrier
55 Hébergement	5510Z	Hôtels et hébergement similaire
	5520Z	Hébergement touristique et autre hébergement de courte durée
	5530Z	Terrains de camping et parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs
	5590Z	Autres hébergements
56 Restauration	5610A	Restauration traditionnelle
	5610B	Cafétérias et autres libres-services
	5610C	Restauration de type rapide
	5621Z	Services des traiteurs
	5629A	Restauration collective sous contrat
	5629B	Autres services de restauration n.c.a.
	5630Z	Débites de boissons
58 Edition	5811Z	Édition de livres
	5812Z	Édition de répertoires et de fichiers d'adresses
	5813Z	Édition de journaux
	5814Z	Édition de revues et périodiques
	5819Z	Autres activités d'édition
	5821Z	Édition de jeux électroniques
	5829A	Édition de logiciels système et de réseau
	5829B	Édition de logiciels outils de développement et de langages
5829C	Édition de logiciels applicatifs	
59 Production de films vidéo programme télévision enregistrement sonore et édition musicale	5911A	Production de films et de programmes pour la télévision
	5911B	Production de films institutionnels et publicitaires
	5911C	Production de films pour le cinéma
	5912Z	Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision
	5913A	Distribution de films cinématographiques
	5913B	Édition et distribution vidéo
	5914Z	Projection de films cinématographiques
	5920Z	Enregistrement sonore et édition musicale
60 Programmation et diffusion	6010Z	Édition et diffusion de programmes radio
	6020A	Édition de chaînes généralistes
	6020B	Édition de chaînes thématiques
61 Télécommunications	6110Z	Télécommunications filaires
	6120Z	Télécommunications sans fil
	6130Z	Télécommunications par satellite
	6190Z	Autres activités de télécommunication
62 Programmation conseil et autres act. informatiques	6201Z	Programmation informatique
	6202A	Conseil en systèmes et logiciels informatiques
	6202B	Tierce maintenance de systèmes et d'applications informatiques
	6203Z	Gestion d'installations informatiques
	6209Z	Autres activités informatiques
63 Services d'information	6311Z	Traitement de données, hébergement et activités connexes
	6312Z	Portails internet
	6391Z	Activités des agences de presse
	6399Z	Autres services d'information n.c.a.

# CONDITIONS GÉNÉRALES D'UTILISATION

En vigueur au jj/mm/aaaa

Les présentes conditions générales d'utilisation (dites « CGU ») ont pour objet l'encadrement juridique des modalités de mise à disposition du site et des services par et de définir les conditions d'accès et d'utilisation des services par « l'Utilisateur ».

Les présentes CGU sont accessibles sur le site à la rubrique «CGU».

Toute inscription ou utilisation du site implique l'acceptation sans aucune réserve ni restriction des présentes CGU par l'utilisateur. Lors de l'inscription sur le site via le Formulaire d'inscription, chaque utilisateur accepte expressément les présentes CGU en cochant la case précédant le texte suivant : « *Je reconnais avoir lu et compris les CGU et je les accepte* ».

En cas de non-acceptation des CGU stipulées dans le présent contrat, l'Utilisateur se doit de renoncer à l'accès des services proposés par le site.

*www.atypik-house.com* se réserve le droit de modifier unilatéralement et à tout moment le contenu des présentes CGU.

## ARTICLE 1 : LES MENTIONS LÉGALES

L'édition du site *www.atypik-house.com* est assurée par la Société SARL Atypik House au capital de 10 000 euros, immatriculée au RCS de Compiègne sous le numéro 750 885 412 , dont le siège social est situé au 2 impasse de la Noue - 60350 PIERREFONDS

Numéro de téléphone 03 44 42 25 00

Adresse e-mail : [contact@atypik-house.com](mailto:contact@atypik-house.com) .

Le Directeur de la publication est : FAURE Laura

Numéro de TVA intracommunautaire : FR 44 750 885 412



L'hébergeur du site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) est la société [salesforce.com inc.](http://salesforce.com) , dont le siège social est situé au 50 Fremont St, San Francisco, CA 94105, États-Unis , avec le numéro de téléphone : +1 415-901-7000 .

## **ARTICLE 2 : ACCÈS AU SITE**

Le site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) permet à l'Utilisateur un accès gratuit aux services suivants :

Le site internet propose les services suivants :

Locations de biens atypiques et écologiques entre particuliers

Le site est accessible gratuitement en tout lieu à tout Utilisateur ayant un accès à Internet. Tous les frais supportés par l'Utilisateur pour accéder au service (matériel informatique, logiciels, connexion Internet, etc.) sont à sa charge.

L'Utilisateur non membre n'a pas accès aux services réservés. Pour cela, il doit s'inscrire en remplissant le formulaire. En acceptant de s'inscrire aux services réservés, l'Utilisateur membre s'engage à fournir des informations sincères et exactes concernant son état civil et ses coordonnées, notamment son adresse email.

Pour accéder aux services, l'Utilisateur doit ensuite s'identifier à l'aide de son identifiant et de son mot de passe qui lui seront communiqués après son inscription.

Tout Utilisateur membre régulièrement inscrit pourra également solliciter sa désinscription en se rendant à la page dédiée sur son espace personnel. Celle-ci sera effective dans un délai raisonnable.

Tout événement dû à un cas de force majeure ayant pour conséquence un dysfonctionnement du site ou serveur et sous réserve de toute interruption ou modification en cas de maintenance, n'engage pas la responsabilité de [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) . Dans ces cas, l'Utilisateur accepte ainsi ne pas tenir rigueur à l'éditeur de toute interruption ou suspension de service, même sans préavis.

L'Utilisateur a la possibilité de contacter le site par messagerie électronique à l'adresse email de l'éditeur communiqué à l'ARTICLE 1.

## **ARTICLE 3 : COLLECTE DES DONNÉES**

Le site assure à l'Utilisateur une collecte et un traitement d'informations personnelles dans le respect de la vie privée conformément à la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés. Le site

est déclaré à la CNIL sous le numéro 1939313 .

En vertu de la loi Informatique et Libertés, en date du 6 janvier 1978, l'Utilisateur dispose d'un droit d'accès, de rectification, de suppression et d'opposition de ses données personnelles. L'Utilisateur exerce ce droit :

· par mail à l'adresse mail [contact@atypik-house.com](mailto:contact@atypik-house.com)

## **ARTICLE 4 : PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**

Les marques, logos, signes ainsi que tous les contenus du site (textes, images, son...) font l'objet d'une protection par le Code de la propriété intellectuelle et plus particulièrement par le droit d'auteur.

L'Utilisateur doit solliciter l'autorisation préalable du site pour toute reproduction, publication, copie des différents contenus. Il s'engage à une utilisation des contenus du site dans un cadre strictement privé, toute utilisation à des fins commerciales et publicitaires est strictement interdite.

Toute représentation totale ou partielle de ce site par quelque procédé que ce soit, sans l'autorisation expresse de l'exploitant du site Internet constituerait une contrefaçon sanctionnée par l'article L 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Il est rappelé conformément à l'article L122-5 du Code de propriété intellectuelle que l'Utilisateur qui reproduit, copie ou publie le contenu protégé doit citer l'auteur et sa source.

## **ARTICLE 5 : RESPONSABILITÉ**

Les sources des informations diffusées sur le site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) sont réputées fiables mais le site ne garantit pas qu'il soit exempt de défauts, d'erreurs ou d'omissions.

Les informations communiquées sont présentées à titre indicatif et général sans valeur contractuelle. Malgré des mises à jour régulières, le site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) ne peut être tenu responsable de la modification des dispositions administratives et juridiques survenant après la publication. De même, le site ne peut être tenue responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans ce site.

---

L'Utilisateur s'assure de garder son mot de passe secret. Toute divulgation du mot de passe, quelle que soit sa forme, est interdite. Il assume les risques liés à l'utilisation de son identifiant et mot de passe. Le site décline toute responsabilité.

Le site *www.atypik-house.com* ne peut être tenu pour responsable d'éventuels virus qui pourraient infecter l'ordinateur ou tout matériel informatique de l'Internaute, suite à une utilisation, à l'accès, ou au téléchargement provenant de ce site.

La responsabilité du site ne peut être engagée en cas de force majeure ou du fait imprévisible et insurmontable d'un tiers.

## **ARTICLE 6 : LIENS HYPERTEXTES**

Des liens hypertextes peuvent être présents sur le site. L'Utilisateur est informé qu'en cliquant sur ces liens, il sortira du site *www.atypik-house.com* . Ce dernier n'a pas de contrôle sur les pages web sur lesquelles aboutissent ces liens et ne saurait, en aucun cas, être responsable de leur contenu.

## **ARTICLE 7 : COOKIES**

L'Utilisateur est informé que lors de ses visites sur le site, un cookie peut s'installer automatiquement sur son logiciel de navigation.

Les cookies sont de petits fichiers stockés temporairement sur le disque dur de l'ordinateur de l'Utilisateur par votre navigateur et qui sont nécessaires à l'utilisation du site *www.atypik-house.com* . Les cookies ne contiennent pas d'information personnelle et ne peuvent pas être utilisés pour identifier quelqu'un. Un cookie contient un identifiant unique, généré aléatoirement et donc anonyme. Certains cookies expirent à la fin de la visite de l'Utilisateur, d'autres restent.

L'information contenue dans les cookies est utilisée pour améliorer le site *www.atypik-house.com* .

En naviguant sur le site, L'Utilisateur les accepte.

L'Utilisateur doit toutefois donner son consentement quant à l'utilisation de certains cookies.

A défaut d'acceptation, l'Utilisateur est informé que certaines fonctionnalités ou pages risquent de lui être refusées.

L'Utilisateur pourra désactiver ces cookies par l'intermédiaire des paramètres figurant au sein de son logiciel de navigation.

## **ARTICLE 8 : PUBLICATION PAR L'UTILISATEUR**

Le site permet aux membres de publier les contenus suivants :

Annonces de biens et commentaires .

Dans ses publications, le membre s'engage à respecter les règles de la Netiquette (règles de bonne conduite de l'internet) et les règles de droit en vigueur.

Le site peut exercer une modération sur les publications et se réserve le droit de refuser leur mise en ligne, sans avoir à s'en justifier auprès du membre.

Le membre reste titulaire de l'intégralité de ses droits de propriété intellectuelle. Mais en publiant une publication sur le site, il cède à la société éditrice le droit non exclusif et gratuit de représenter, reproduire, adapter, modifier, diffuser et distribuer sa publication, directement ou par un tiers autorisé, dans le monde entier, sur tout support (numérique ou physique), pour la durée de la propriété intellectuelle. Le Membre cède notamment le droit d'utiliser sa publication sur internet et sur les réseaux de téléphonie mobile.

La société éditrice s'engage à faire figurer le nom du membre à proximité de chaque utilisation de sa publication.

Tout contenu mis en ligne par l'Utilisateur est de sa seule responsabilité. L'Utilisateur s'engage à ne pas mettre en ligne de contenus pouvant porter atteinte aux intérêts de tierces personnes. Tout recours en justice engagé par un tiers lésé contre le site sera pris en charge par l'Utilisateur.

Le contenu de l'Utilisateur peut être à tout moment et pour n'importe quelle raison supprimé ou modifié par le site, sans préavis.

## **ARTICLE 9 : DROIT APPLICABLE ET JURIDICTION COMPÉTENTE**

La législation française s'applique au présent contrat. En cas d'absence de résolution amiable d'un litige né entre les parties, les tribunaux français seront seuls compétents pour en connaître.

Dans ses publications, le membre s'engage à respecter les règles de la Netiquette (règles de bonne conduite de l'internet) et les règles de droit en vigueur.

Le site peut exercer une modération sur les publications et se réserve le droit de refuser leur mise en ligne, sans avoir à s'en justifier auprès du membre.

Le membre reste titulaire de l'intégralité de ses droits de propriété intellectuelle. Mais en publiant une publication sur le site, il cède à la société éditrice le droit non exclusif et gratuit de représenter, reproduire, adapter, modifier, diffuser et distribuer sa publication, directement ou par un tiers autorisé, dans le monde entier, sur tout support (numérique ou physique), pour la durée de la propriété intellectuelle. Le Membre cède notamment le droit d'utiliser sa publication sur internet et sur les réseaux de téléphonie mobile.

La société éditrice s'engage à faire figurer le nom du membre à proximité de chaque utilisation de sa publication.

Tout contenu mis en ligne par l'Utilisateur est de sa seule responsabilité. L'Utilisateur s'engage à ne pas mettre en ligne de contenus pouvant porter atteinte aux intérêts de tierces personnes. Tout recours en justice engagé par un tiers lésé contre le site sera pris en charge par l'Utilisateur.

Le contenu de l'Utilisateur peut être à tout moment et pour n'importe quelle raison supprimé ou modifié par le site, sans préavis.

## **ARTICLE 9 : DROIT APPLICABLE ET JURIDICTION COMPÉTENTE**

La législation française s'applique au présent contrat. En cas d'absence de résolution amiable d'un litige né entre les parties, les tribunaux français seront seuls compétents pour en connaître.

Pour toute question relative à l'application des présentes CGU, vous pouvez joindre l'éditeur aux coordonnées inscrites à l'ARTICLE 1.

(numérique ou physique), pour la durée de la propriété intellectuelle. Le Membre cède notamment le droit d'utiliser sa publication sur internet et sur les réseaux de téléphonie mobile.

La société éditrice s'engage à faire figurer le nom du membre à proximité de chaque utilisation de sa publication.

Tout contenu mis en ligne par l'Utilisateur est de sa seule responsabilité. L'Utilisateur s'engage à ne pas mettre en ligne de contenus pouvant porter atteinte aux intérêts de tierces personnes. Tout recours en justice engagé par un tiers lésé contre le site sera pris en charge par l'Utilisateur.

Le contenu de l'Utilisateur peut être à tout moment et pour n'importe quelle raison supprimé ou modifié par le site, sans préavis.

## **ARTICLE 9 : DROIT APPLICABLE ET JURIDICTION COMPÉTENTE**

La législation française s'applique au présent contrat. En cas d'absence de résolution amiable d'un litige né entre les parties, les tribunaux français seront seuls compétents pour en connaître.

Pour toute question relative à l'application des présentes CGU, vous pouvez joindre l'éditeur aux coordonnées inscrites à l'ARTICLE 1.

# CONDITIONS GENERALES DE VENTE – INTERNET

En vigueur au   jj/mm/aaaa  

## ARTICLE 1 - CHAMP D'APPLICATION

Les présentes Conditions Générales de Vente (dites « CGV ») s'appliquent, sans restriction ni réserve à tout achat des services de suivants :

- locations de bien atypiques et écologiques entre particuliers

tels que proposés par le Prestataire aux clients non professionnels (« Les Clients ou le Client ») sur le site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) .

Les caractéristiques principales des Services sont présentées sur le site internet [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) .

Le Client est tenu d'en prendre connaissance avant toute passation de commande. Le choix et l'achat d'un Service est de la seule responsabilité du Client.

Ces CGV sont accessibles à tout moment sur le site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) et prévaudront sur toute autre document.

Le Client déclare avoir pris connaissance des présentes CGV et les avoir acceptées en cochant la case prévue à cet effet avant la mise en œuvre de la procédure de commande en ligne du site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) .

Sauf preuve contraire, les données enregistrées dans le système informatique du Prestataire constituent la preuve de l'ensemble des transactions conclues avec le Client.

Les coordonnées du Prestataire sont les suivantes :

Atypik House , SARL

Capital social de 10 000 euros

Immatriculé au RCS de Compiègne , sous le numéro 750 885 412

2 impasse de la Noue - 60350 Pierrefonds

mail : [contact@atypik-house.com](mailto:contact@atypik-house.com)

téléphone : 03 44 42 25 00

Des droits de douane ou autres taxes locales ou droits d'importation ou taxes d'état sont susceptibles d'être exigibles. Ils seront à la charge et relèvent de la seule responsabilité du Client.

## **ARTICLE 2 - PRIX**

Les Services sont fournis aux tarifs en vigueur figurant sur le site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) , lors de l'enregistrement de la commande par le Prestataire.

Les prix sont exprimés en Euros, HT et TTC.

Les tarifs tiennent compte d'éventuelles réductions qui seraient consenties par le Prestataire sur le site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) .

Ces tarifs sont fermes et non révisables pendant leur période de validité mais le Prestataire se réserve le droit, hors période de validité, d'en modifier les prix à tout moment.

Les prix ne comprennent pas les frais de traitement, d'expédition, de transport et de livraison, qui sont facturés en supplément, dans les conditions indiquées sur le site et calculés préalablement à la passation de la commande.

Le paiement demandé au Client correspond au montant total de l'achat, y compris ces frais.

Une facture est établie par le Prestataire et remise au Client lors de la fourniture des Services commandés.

## **ARTICLE 3 – COMMANDES**

Il appartient au Client de sélectionner sur le site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) les Services qu'il désire commander, selon les modalités suivantes :

Conditions financières pour les Hôtes

Stipulations générales



---

En règle générale, Atypik House collectera les Frais totaux auprès d'un Voyageur au moment où la demande de réservation est soumise.

## Versements

Afin de recevoir un Versement, vous devez disposer d'une Méthode de versement valable liée à votre Compte Atypik House.

Le temps nécessaire pour recevoir les Versements une fois délivrés par Atypik House peut dépendre de la Méthode de paiement choisie.

Votre Versement pour une réservation sera le Prix affiché moins les Frais de l'Hôte et les Taxes applicables.

En cas d'annulation par le Voyageur d'une réservation confirmée, Atypik House procédera au Versement d'une partie des Frais totaux.

Atypik House remettra vos Versements en Euros. Les montants pourront être arrondis au chiffre supérieur ou inférieur.

À des fins de conformité ou opérationnelles, Atypik Houses peut limiter la valeur de chaque Versement individuel. Si vous avez des questions, contactez votre Service Client.

## Conditions financières pour les Voyageurs

Vous autorisez Atypik House à débiter votre paiement des Frais totaux pour toute réservation demandée en lien avec votre Compte Atypik House.

Lorsque vous demandez à réserver une Annonce, Atypik House peut également obtenir une autorisation préalable pour effectuer des prélèvements automatiques.

Si une réservation demandée est annulée soit parce qu'elle n'est pas acceptée par l'Hôte soit parce que vous annulez la réservation, Atypik House se réserve le droit de procéder à des prélèvements automatiques.

Vous autorisez Atypik House à effectuer les vérifications de la Méthode de paiement et à débiter votre Méthode de paiement.

La vente ne sera considérée comme valide qu'après paiement intégral du prix. Il appartient au Client de vérifier l'exactitude de la commande et de signaler immédiatement toute erreur.

Toute commande passée sur le site *www.atypik-house.com* constitue la formation d'un contrat conclu à distance entre le Client et le Prestataire.

Le Prestataire se réserve le droit d'annuler ou de refuser toute commande d'un Client avec lequel il existerait un litige relatif au paiement d'une commande antérieure.

Le Client pourra suivre l'évolution de sa commande sur le site.

## **ARTICLE 4 - CONDITIONS DE PAIEMENT**

Le prix est payé par voie de paiement sécurisé, selon les modalités suivantes :

- paiement par carte bancaire

Le prix est payable comptant par le Client, en totalité au jour de la pasation de la commande.

Les données de paiement sont sont échangées en mode crypté grâce au protocole défini par le prestataire de paiement agréé intervenant pour les transactions bancaires réalisées sur le site *www.atypik-house.com* .

Les paiements effectués par le Client ne seront considérés comme définitifs qu'après encaissement effectif des sommes dues, par le Prestataire.

Le Prestataire ne sera pas tenu de procéder à la fourniture des Services commandés par le Client si celui-ci ne lui en paye pas le prix en totalité dans les conditions ci-dessus indiquées.

## **ARTICLE 5 - FOURNITURE DES PRESTATIONS**

Les Services commandés par le Client seront fournis selon les modalités suivantes :

La Plateforme Atypik House est une place de marché en ligne qui permet aux utilisateurs enregistrés (les « M

En tant que fournisseur de la Plateforme Atypik House, Atypik House n'est pas propriétaire et ne crée pas ni

Lesdits Services seront fournis dans un délai maximum de Sous réserve du respect de toutes les conditions définies par Atypik House (comme la soumission à une procédure de vérification), vous pouvez réserver un Hébergement proposé sur la Plateforme Atypik House en suivant la procédure de réservation appropriée. Tous les frais applicables, y compris le Prix affiché, les Frais du Voyageur et toutes les Taxes applicables (collectivement, les « Frais totaux ») vous seront indiqués avant la réservation. Vous acceptez de payer les Frais totaux pour toute réservation demandée avec votre Compte Atypik House. Dès réception d'une confirmation de réservation de la part d'Atypik House, un accord juridiquement contraignant est établi entre vous et votre Hôte, y compris notamment les conditions d'annulation applicables et les règles et restrictions précisées dans l'Annonce. Atypik House recouvrira les Frais totaux au moment de la demande de réservation ou dès la confirmation de l'Hôte conformément aux conditions de paiement. Vous comprenez qu'une réservation confirmée d'un Hébergement (la « Réservation d'Hébergement ») constitue une autorisation limitée qui vous est accordée par l'Hôte, d'entrer dans, d'occuper et de jouir de l'Hébergement pendant la durée de votre séjour, période pendant laquelle l'Hôte (sous réserve du droit applicable) conserve le droit de réintégrer l'Hébergement, conformément à l'accord que vous avez passé avec l'Hôte. à compter de la validation définitive de la commande du Client, dans les conditions prévues aux présentes CGV à l'adresse indiquée par le Client lors de sa commande sur le site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) .

Le Prestataire s'engage à faire ses meilleurs efforts pour fournir les Services commandés par le Client, dans le cadre d'une obligation de moyen et dans les délais ci-dessus précisés. Toutefois, ces délais sont communiqués à titre indicatif.

Si les Services commandés n'ont pas été fournis dans un délai de Vous vous engagez à quitter l'Hébergement au plus tard à l'heure limite d'occupation que l'Hôte spécifie dans l'Annonce ou à une autre heure fixée d'un commun accord entre vous et l'Hôte. Si vous restez au-delà de l'heure limite d'occupation sans l'accord de l'Hôte, vous n'êtes plus autorisé à occuper l'Hébergement et l'Hôte est en droit de vous faire quitter l'Hébergement par des moyens conformes à la loi applicable. En outre, vous vous engagez à payer, à la demande de l'Hôte, pour chaque tranche de vingt-quatre (24) heures (entière ou partielle) de Séjour indûment prolongé, une taxe supplémentaire égale à deux (2) fois la moyenne du Prix affiché par nuit payé initialement par vous en dédommagement du désagrément subi par l'Hôte, ainsi que l'ensemble des Frais du Voyageur applicables, des Taxes et tous les frais juridiques engagés par l'Hôte pour donner congé au Voyageur. Les Frais de séjour indûment prolongé pour les départs tardifs à la date prévue du départ qui n'ont aucun impact sur les réservations suivantes peuvent être limités aux frais supplémentaires engagés par l'Hôte du fait de ce Séjour indûment prolongé. Si vous occupez

---

l'Hébergement plus longtemps que prévu, vous autorisez Atypik House à vous facturer pour la collecte de Frais de séjour indûment prolongé. après la date indicative de fourniture, pour toute autre cause que la force majeure ou le fait du Client, la vente des Services pourra être résolue à la demande écrite du Client dans les conditions prévues aux articles L 216-2, L 216-3 et L241-4 du Code de la consommation. Les sommes versées par le Client lui seront alors restituées au plus tard dans les quatorze jours qui suivent la date de dénonciation du contrat, à l'exclusion de toute indemnisation ou retenue.

En cas de demande particulière du Client concernant les conditions de fourniture des Services, dûment acceptées par écrit par le Prestataire, les coûts y étant liés feront l'objet d'une facturation spécifique complémentaire ultérieure.

A défaut de réserves ou réclamations expressément émises par le Client lors de la réception des Services, ceux-ci seront réputés conformes à la commande, en quantité et qualité.

Le Client disposera d'un délai de \_\_\_\_\_ à compter de la fourniture des Services pour émettre des réclamations par \_\_\_\_\_, avec tous les justificatifs y afférents, auprès du Prestataire.

Aucune réclamation ne pourra être valablement acceptée en cas de non respect de ces formalités et délais par le Client.

Le Prestataire remboursera ou rectifiera dans les plus brefs délais et à ses frais les Services dont le défaut de conformité aura été dûment prouvé par le Client.

## **ARTICLE 6 - DROIT DE RÉTRACTATION**

Selon les modalités de l'article L221-18 du Code de la Consommation «*Le consommateur dispose d'un délai de quatorze jours pour exercer son droit de rétractation d'un contrat conclu à distance, à la suite d'un démarchage téléphonique ou hors établissement, sans avoir à motiver sa décision ni à supporter d'autres coûts que ceux prévus aux articles L. 221-23 à L. 221-25.*

*Le délai mentionné au premier alinéa court à compter du jour :*

- 1° De la conclusion du contrat, pour les contrats de prestation de services et ceux mentionnés à l'article L. 221-4 ;*
- 2° De la réception du bien par le consommateur ou un tiers, autre que le transporteur, désigné par lui, pour les contrats de vente de biens. Pour les contrats conclus hors établissement, le consommateur peut exercer son droit de rétractation à compter de la conclusion du contrat.*

---

*Dans le cas d'une commande portant sur plusieurs biens livrés séparément ou dans le cas d'une commande d'un bien composé de lots ou de pièces multiples dont la livraison est échelonnée sur une période définie, le délai court à compter de la réception du dernier bien ou lot ou de la dernière pièce.*

*Pour les contrats prévoyant la livraison régulière de biens pendant une période définie, le délai court à compter de la réception du premier bien. »*

Le droit de rétractation peut être exercé en ligne, à l'aide du formulaire de rétractation ci-joint et également disponible sur le site ou de toute autre déclaration, dénuée d'ambiguïté, exprimant la volonté de se rétracter et notamment par courrier postal adressé au Prestataire aux coordonnées postales ou mail indiquées à l'ARTICLE 1 des présentes CGV.

En cas d'exercice du droit de rétractation dans le délai susvisé, seul le prix des Services commandés est remboursé.

Le remboursement des sommes effectivement réglées par le Client sera effectué dans un délai de 14 jours à compter de la réception, par le Prestataire, de la notification de la rétractation du Client.

## **ARTICLE 7 - RESPONSABILITÉ DU PRESTATAIRE - GARANTIES**

Le Prestataire garantit, conformément aux dispositions légales et sans paiement complémentaire, le Client, contre tout défaut de conformité ou vice caché, provenant d'un défaut de conception ou de réalisation des Services commandés dans les conditions et selon les modalités suivantes :

### *Dispositions relatives aux garanties légales*

Article L217-4 du Code de la consommation

*« Le vendeur est tenu de livrer un bien conforme au contrat et répond des défauts de conformité existant lors de la délivrance. Il répond également des défauts de conformité résultant de l'emballage, des instructions de montage ou de l'installation lorsque celle-ci a été mise à sa charge par le contrat ou a été réalisée sous sa responsabilité. »*

Article L217-5 du Code de la consommation

*« Le bien est conforme au contrat :*

*1° S'il est propre à l'usage habituellement attendu d'un bien semblable et, le cas échéant :*

---

- s'il correspond à la description donnée par le vendeur et possède les qualités que celui-ci a présentées à l'acheteur sous forme d'échantillon ou de modèle ;

- s'il présente les qualités qu'un acheteur peut légitimement attendre eu égard aux déclarations publiques faites par le vendeur, par le producteur ou par son représentant, notamment dans la publicité ou l'étiquetage ;

2° Ou s'il présente les caractéristiques définies d'un commun accord par les parties ou est propre à tout usage spécial recherché par l'acheteur, porté à la connaissance du vendeur et que ce dernier a accepté. »

Article L217-12 du Code de la consommation

« L'action résultant du défaut de conformité se prescrit par deux ans à compter de la délivrance du bien. »

Article L217-16 du Code de la consommation.

« Lorsque l'acheteur demande au vendeur, pendant le cours de la garantie commerciale qui lui a été consentie lors de l'acquisition ou de la réparation d'un bien meuble, une remise en état couverte par la garantie, toute période d'immobilisation d'au moins sept jours vient s'ajouter à la durée de la garantie qui restait à courir. Cette période court à compter de la demande d'intervention de l'acheteur ou de la mise à disposition pour réparation du bien en cause, si cette mise à disposition est postérieure à la demande d'intervention. »

Afin de faire valoir ses droits, le Client devra informer le Prestataire, par écrit (mail ou courrier), de l'existence des vices ou défauts de conformité.

Le Prestataire remboursera ou rectifiera ou fera rectifier (dans la mesure du possible) les services jugés défectueux dans les meilleurs délais et au plus tard dans les 7 jours suivant la constatation par le Prestataire du défaut ou du vice. Ce remboursement pourra être fait par virement ou chèque bancaire.

La garantie du Prestataire est limitée au remboursement des Services effectivement payés par le Client.

Le Prestataire ne pourra être considéré comme responsable ni défaillant pour tout retard ou inexécution consécutif à la survenance d'un cas de force majeure habituellement reconnu par la jurisprudence française.

Les Services fournis par l'intermédiaire du site \_\_\_\_\_ du Prestataire sont conformes à la réglementation en vigueur en France. La responsabilité du Prestataire ne saurait être engagée en cas de non

respect de la législation du pays dans lequel les Services sont fournis, qu'il appartient au Client, qui est seul responsable du choix des Services demandés, de vérifier.

## **ARTICLE 8 - DONNÉES PERSONNELLES**

Le Client est informé que la collecte de ses données à caractère personnel est nécessaire à la vente des Services et leur réalisation et leur délivrance, ainsi qu'à leur transmission à des tiers intervenant dans la réalisation des Services. Ces données à caractère personnel sont récoltées uniquement pour l'exécution du contrat de prestations de services.

### **9.1 Collecte des données à caractère personnel**

Les données à caractère personnel qui sont collectées sur le site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) sont les suivantes :

#### **Ouverture de compte**

Lors de la création du compte Client / utilisateur :

Noms, prénoms, adresse postale, numéro de téléphone et adresse e-mail.

#### **Paiement**

Dans le cadre du paiement des Prestations proposés sur le site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) , celui-ci enregistre des données financières relatives au compte bancaire ou à la carte de crédit du Client / utilisateur.

### **9.2 Destinataires des données à caractère personnel**

Les données à caractère personnel sont réservées à l'usage unique du Prestataire et de ses salariés.

Le responsable de traitement des données est le Prestataire, au sens de la loi Informatique et libertés et à compter du 25 mai 2018 du Règlement 2016/679 sur la protection des données à caractère personnel.

### **9.4 limitation du traitement**

Sauf si le Client exprime son accord exprès, ses données à caractère personnelles ne sont pas utilisées à des fins publicitaires ou marketing.

### **9.5 Durée de conservation des données**

Le Prestataire conservera les données ainsi recueillies pendant un délai de 5 ans, couvrant le temps de la prescription de la responsabilité civile contractuelle applicable.

## **9.6 Sécurité et confidentialité**

Le Prestataire met en œuvre des mesures organisationnelles, techniques, logicielles et physiques en matière de sécurité du numérique pour protéger les données personnelles contre les altérations, destructions et accès non autorisés. Toutefois il est à signaler qu'Internet n'est pas un environnement complètement sécurisé et le Prestataire ne peut garantir la sécurité de la transmission ou du stockage des informations sur Internet.

## **9.7 Mise en œuvre des droits des Clients et utilisateurs**

En application de la réglementation applicable aux données à caractère personnel, les Clients et utilisateurs du site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) disposent des droits suivants :

- Ils peuvent mettre à jour ou supprimer les données qui les concernent de la manière suivante :  
  
En accédant à leur profil membre Atypik House, dans la partie "Gestion de mon compte". .
- Ils peuvent supprimer leur compte en écrivant à l'adresse électronique indiqué à l'article 9.3 « Responsable de traitement »
- Ils peuvent exercer leur droit d'accès pour connaître les données personnelles les concernant en écrivant à l'adresse indiqué à l'article 9.3 « Responsable de traitement »
- Si les données à caractère personnel détenues par le Prestataire sont inexactes, ils peuvent demander la mise à jour des informations des informations en écrivant à l'adresse indiqué à l'article 9.3 « Responsable de traitement »
- Ils peuvent demander la suppression de leurs données à caractère personnel, conformément aux lois applicables en matière de protection des données en écrivant à l'adresse indiqué à l'article 9.3 « Responsable de traitement »
- Ils peuvent également solliciter la portabilité des données détenues par le Prestataire vers un autre prestataire
- Enfin, ils peuvent s'opposer au traitement de leurs données par le Prestataire

Ces droits, dès lors qu'ils ne s'opposent pas à la finalité du traitement, peuvent être exercé en adressant une demande par courrier ou par E-mail au Responsable de traitement dont les coordonnées sont indiquées ci-dessus.



Le responsable de traitement doit apporter une réponse dans un délai maximum d'un mois.

En cas de refus de faire droit à la demande du Client, celui-ci doit être motivé.

Le Client est informé qu'en cas de refus, il peut introduire une réclamation auprès de la CNIL (3 place de Fontenoy, 75007 PARIS) ou saisir une autorité judiciaire.

Le Client peut être invité à cocher une case au titre de laquelle il accepte de recevoir des mails à caractère informatifs et publicitaires de la part du Prestataire. Il aura toujours la possibilité de retirer son accord à tout moment en contactant le Prestataire (coordonnées ci-dessus) ou en suivant le lien de désabonnement.

## **ARTICLE 9 - PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**

Le contenu du site [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) est la propriété du Vendeur et de ses partenaires et est protégé par les lois françaises et internationales relatives à la propriété intellectuelle.

Toute reproduction totale ou partielle de ce contenu est strictement interdite et est susceptible de constituer un délit de contrefaçon.

## **ARTICLE 10 - DROIT APPLICABLE - LANGUE**

Les présentes CGV et les opérations qui en découlent sont régies et soumises au droit français.

Les présentes CGV sont rédigées en langue française. Dans le cas où elles seraient traduites en une ou plusieurs langues étrangères, seul le texte français ferait foi en cas de litige.

## **ARTICLE 11 - LITIGES**

Pour toute réclamation merci de contacter le service clientèle à l'adresse postale ou mail du Prestataire indiquée à l'ARTICLE 1 des présentes CGV.

Le Client est informé qu'il peut en tout état de cause recourir à une médiation conventionnelle, auprès des instances de médiation sectorielles existantes ou à tout mode alternatif de règlement des différends (conciliation, par exemple) en cas de contestation.

En l'espèce, le médiateur désigné est

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

E-mail : .

Le Client est également informé qu'il peut, également recourir à la plateforme de Règlement en Ligne des Litige (RLL) : <https://webgate.ec.europa.eu/odr/main/index.cfm?event=main.home.show>

Tous les litiges auxquels les opérations d'achat et de vente conclues en application des présentes CGV et qui n'auraient pas fait l'objet d'un règlement amiable entre le vendeur ou par médiation, seront soumis aux tribunaux compétents dans les conditions de droit commun.

## ANNEXE I

### **Formulaire de rétractation**

Date \_\_\_\_\_

Le présent formulaire doit être complété et renvoyé uniquement si le Client souhaite se rétracter de la commande passée sur [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) sauf exclusions ou limites à l'exercice du droit de rétractation suivant les Conditions Générales de Vente applicables.

A l'attention de SARL , Atypik House

2 impasse de la Noue - 60350 Pierrefonds

Je notifie par la présente la rétractation du contrat portant sur la commande de la prestation de service ci-dessous :

- Commande du (*indiquer la date*)
- Numéro de la commande : .....
- Nom du Client : .....

Tous les litiges auxquels les opérations d'achat et de vente conclues en application des présentes CGV et qui n'auraient pas fait l'objet d'un règlement amiable entre le vendeur ou par médiation, seront soumis aux tribunaux compétents dans les conditions de droit commun.

## ANNEXE I

### Formulaire de rétractation

Date \_\_\_\_\_

Le présent formulaire doit être complété et renvoyé uniquement si le Client souhaite se rétracter de la commande passée sur [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) sauf exclusions ou limites à l'exercice du droit de rétractation suivant les Conditions Générales de Vente applicables.

A l'attention de SARL , Atypik House

2 impasse de la Noue - 60350 Pierrefonds

Je notifie par la présente la rétractation du contrat portant sur la commande de la prestation de service ci-dessous :

- Commande du *(indiquer la date)*
- Numéro de la commande : .....
- Nom du Client : .....
- Adresse du Client : .....

Signature du Client *(uniquement en cas de notification du présent formulaire sur papier)*

# ANNEXE I

## Formulaire de rétractation

Date \_\_\_\_\_

Le présent formulaire doit être complété et renvoyé uniquement si le Client souhaite se rétracter de la commande passée sur [www.atypik-house.com](http://www.atypik-house.com) sauf exclusions ou limites à l'exercice du droit de rétractation suivant les Conditions Générales de Vente applicables.

A l'attention de SARL , Atypik House

2 impasse de la Noue - 60350 Pierrefonds

Je notifie par la présente la rétractation du contrat portant sur la commande de la prestation de service ci-dessous :

- Commande du *(indiquer la date)*
- Numéro de la commande : .....
- Nom du Client : .....
- Adresse du Client : .....

Signature du Client *(uniquement en cas de notification du présent formulaire sur papier)*

## Qu'est-ce qu'un cookie ?

Un cookie est un fichier qui est téléchargé sur votre terminal (ordinateur, smartphone, tablette...) lorsque vous consultez certains sites web. Les cookies permettent notamment à ces sites web de stocker et de récupérer des informations concernant les habitudes de navigation de l'utilisateur d'un site ou de son équipement puis, en fonction de ces informations, de le reconnaître.

Toutefois, les données obtenues sont restreintes. Elles concernent uniquement le nombre de pages visitées, la ville où est localisée l'adresse IP de connexion au site web, la fréquence et la récurrence des visites, la durée de la visite, le navigateur, l'opérateur ou le type de terminal à partir duquel la visite est effectuée. Des données telles que le nom, le prénom de l'utilisateur ou l'adresse postale de connexion ne sont, en aucun cas, obtenues.

### Les cookies utilisés sur ce site web :

Les cookies utilisés sur ce site web stockent un identifiant ou des instructions permettant de gérer la navigation de l'utilisateur sur notre site. Ils expirent pendant ou après la session, ou après un délai ne dépassant pas 13 mois, conformément aux recommandations de la CNIL.

### Les cookies utilisés sur ce site web permettent :

de faciliter la navigation de l'utilisateur sur notre site

- en suivant sa navigation au cours de la session afin d'assurer la qualité et la sécurité de la navigation sur le site ;
- en conservant les informations saisies dans les champs prévus à cet effet lorsque l'utilisateur change de page ;
- en permettant à l'utilisateur de rester sur le même serveur hôte pendant toute la durée de sa session ;
- en redirigeant l'utilisateur vers le site de la langue ou de la filiale correspondante au pays depuis lequel il semble se connecter ;
- en gérant les pics de charge ;
- en permettant à l'utilisateur de rester connecté à certaines parties du site (par exemple aux systèmes de commande) lors de sa navigation ;
- en masquant l'information sur l'utilisation des cookies du site lorsque l'utilisateur a accepté leur utilisation ;
- en prenant en compte le refus de l'utilisateur quant à l'analyse des données collectées sur le site => checkbox.

d'améliorer nos services

- en obtenant des données statistiques anonymes de fréquentation concernant l'utilisation du site visité ;
- en permettant le suivi d'un clic effectué dans une newsletter jusqu'aux pages du site concerné ;
- en identifiant les visiteurs du site qui proviendraient d'une campagne digitale.

### Cookies et traceurs tiers :

Il s'agit de cookies ou de traceurs téléchargés sur votre terminal par des entités tierces (partenaires, annonceurs...) lorsque vous naviguez sur certaines pages de notre site.

Ces entités se sont engagées à respecter la législation en vigueur quant aux cookies/traceurs et garantissent la mise en œuvre de mesures de protection et de sécurisation des données recueillies.

Vous pouvez autoriser, bloquer ou supprimer les cookies installés sur votre poste en paramétrant les options de votre navigateur. Pour les navigateurs les plus courants, vous trouverez des indications via les liens suivants :

- [Firefox](#)
- [Chrome](#)
- [Internet Explorer](#)
- [Opera](#)
- [Safari](#)

Enfin, nous tenons à vous informer que la désactivation d'un cookie pourrait empêcher ou rendre difficile la navigation ou la prestation des services proposés sur notre site Internet. Vous pouvez activer l'option Opt-Out mise en place par AT Internet permettant de bloquer la collecte d'information de navigation par leurs services sur [cette page](#).

Vous pouvez activer l'option Opt-Out mise en place par ABTasty permettant de bloquer la collecte d'information de navigation par leurs services sur [cette page](#).



Atypik House - eco company © 2018  
Our main focus is to provide high quality, objective and informative travelling content

Navigation  
Accueil  
Locations  
Activités  
Upload

Liens  
A propos  
Nous contacter  
Sitemap  
Conditions générales

Nous suivre



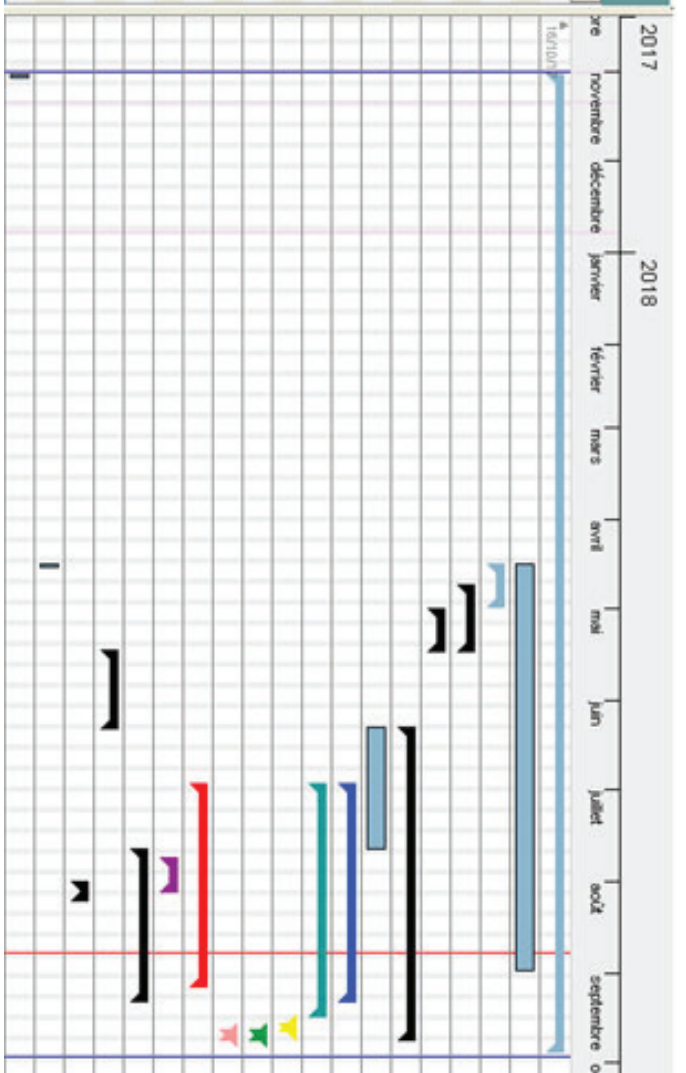
Suivre nos actualités

Inscrivez-vous à notre newsletter mensuelle !

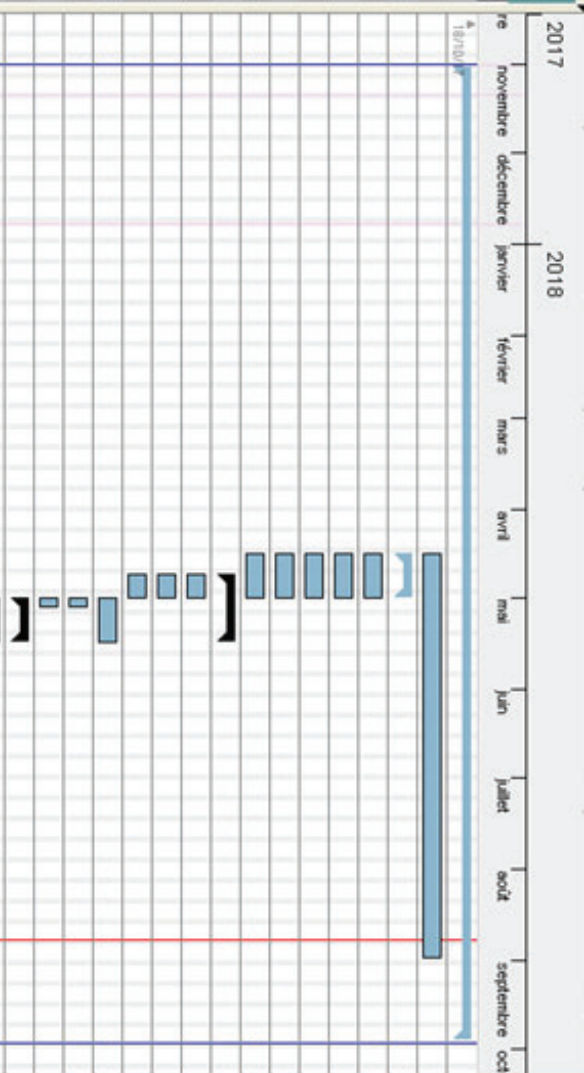
Adresse email

Vous recevrez des newsletters et publications régulières pour vous tenir au courant de nos actualités et offres spéciales. Vous pouvez à tout moment vous désabonner de nos newsletters en cliquant sur le lien de désabonnement en bas de chaque newsletter.

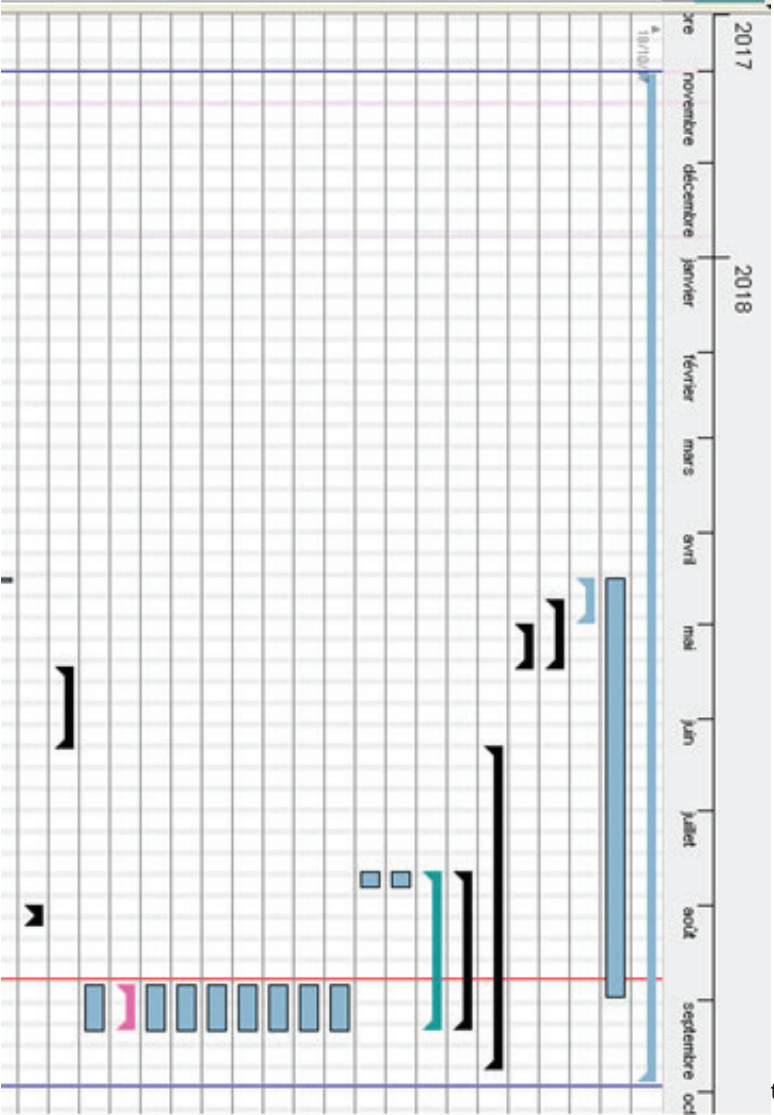
Nom	Date de début	Date de fin
<ul style="list-style-type: none"> <li>Projet 145-AbykhHouse</li> <li>Redaction du dossier</li> <li>Analyse de strategie</li> <li>Cahier des charges technique</li> <li>Creation de trafic</li> <li>Developpement Web et api</li> <li>Creation de Fapi</li> <li>Lot 1 - Bleu</li> <li>Lot 2 - Bleu-vert</li> <li>Lot 3 - Jaune</li> <li>Lot 4 - Vert</li> <li>Lot 5 - Rose</li> <li>Lot 6 - Rouge</li> <li>Lot 7 - Meuve</li> <li>Developpement Mobile</li> <li>Charte graphique</li> <li>Cahier de legalite</li> <li>Maintenance</li> <li>Formation</li> </ul>	02/11/17 16/04/18 16/04/18 23/04/18 01/05/18 10/06/18 10/06/18 29/06/18 18/09/18 20/09/18 29/06/18 24/07/18 21/07/18 15/05/18 01/08/18 16/04/18 02/11/17	27/09/18 30/08/18 30/04/18 15/05/18 15/05/18 23/09/18 20/07/18 10/09/18 15/09/18 20/09/18 23/09/18 05/09/18 04/08/18 10/09/18 10/06/18 07/08/18 16/04/18 02/11/17



Nom	Date de début	Date de fin
<ul style="list-style-type: none"> <li>Projet 145-AbykhHouse</li> <li>Redaction du dossier</li> <li>Analyse de strategie</li> <li>Etude de marche</li> <li>Analyse concurrentielle</li> <li>Definition de la cible</li> <li>Personnas</li> <li>Creation de trafic</li> <li>Cahier des charges technique</li> <li>Choix des technologies</li> <li>Users cases</li> <li>Organisation en lot</li> <li>Creation BDD</li> <li>Diagramme de sequence</li> <li>Diagramme d'activite</li> <li>Creation de trafic</li> </ul>	02/11/17 16/04/18 16/04/18 16/04/18 16/04/18 16/04/18 16/04/18 16/04/18 23/04/18 23/04/18 23/04/18 23/04/18 01/05/18 01/05/18 01/05/18 01/05/18	27/09/18 30/08/18 30/04/18 30/04/18 30/04/18 30/04/18 30/04/18 30/04/18 15/05/18 30/04/18 30/04/18 30/04/18 15/05/18 03/05/18 03/05/18 15/05/18



GANTT Project		
Nom	Date de début	Date de fin
<ul style="list-style-type: none"> <li>☐ ● Projet 145- AypikHouse               <ul style="list-style-type: none"> <li>● Rédaction du dossier</li> <li>● Analyse de stratégie</li> <li>● Cahier des charges technique</li> <li>● Création de trafic</li> <li>● Développement Web et api</li> <li>● Développement Mobile                   <ul style="list-style-type: none"> <li>☐ ● Lot 2 - Bleu-vert                       <ul style="list-style-type: none"> <li>● Mobile_Créer fiche location</li> <li>● Mobile_Modifier fiche location</li> <li>● Mobile_Confirmer location</li> <li>● Mobile_Contacter locataire</li> <li>● Mobile_Gérer planning locations</li> <li>● Mobile_Gérer visibilité</li> <li>● Mobile_Historique location</li> <li>● Mobile_Répondre aux commentaires</li> <li>● Mobile_Gérer assignation activités</li> </ul> </li> <li>● Mobile_Lot 5 - Rose</li> <li>● Mobile_Contacter support</li> </ul> </li> <li>● Charte graphique</li> <li>● Cahier de légalité</li> </ul> </li> </ul>	02/11/17	27/09/18
● Rédaction du dossier	16/04/18	30/08/18
● Analyse de stratégie	16/04/18	30/04/18
● Cahier des charges technique	23/04/18	15/05/18
● Création de trafic	01/05/18	15/05/18
● Développement Web et api	10/06/18	23/09/18
● Développement Mobile	21/07/18	10/09/18
● Lot 2 - Bleu-vert	21/07/18	10/09/18
● Mobile_Créer fiche location	21/07/18	25/07/18
● Mobile_Modifier fiche location	21/07/18	25/07/18
● Mobile_Confirmer location	27/08/18	10/09/18
● Mobile_Contacter locataire	27/08/18	10/09/18
● Mobile_Gérer planning locations	27/08/18	10/09/18
● Mobile_Gérer visibilité	27/08/18	10/09/18
● Mobile_Historique location	27/08/18	10/09/18
● Mobile_Répondre aux commentaires	27/08/18	10/09/18
● Mobile_Gérer assignation activités	27/08/18	10/09/18
● Mobile_Lot 5 - Rose	27/08/18	10/09/18
● Mobile_Contacter support	27/08/18	10/09/18
● Charte graphique	15/05/18	10/06/18
● Cahier de légalité	01/08/18	07/08/18



**Gantt Project**

Nom	Date de début	Date de fin
Projet 145-AbyriktHouse	16/04/18	10/10/18
o Rédaction du dossier	16/04/18	30/06/18
o Analyse de stratégie	23/04/18	30/04/18
o Cahier des charges technique	01/05/18	15/05/18
o Création de trafic	10/06/18	23/09/18
o Développement Web et api	21/07/18	10/09/18
o Développement Mobile	15/05/18	10/06/18
o Charte graphique	15/05/18	25/05/18
o Persona design	15/05/18	25/05/18
o Recherche logo	15/05/18	25/05/18
o Couleurs	15/05/18	25/05/18
o Typographie	25/05/18	30/05/18
o Interdits	25/05/18	30/05/18
o Zoning	25/05/18	30/05/18
o Wireframe	30/05/18	10/06/18
o Print	30/05/18	10/06/18
o Maquette	01/08/18	07/08/18
o Cahier de légalité	01/08/18	03/08/18
o Mentions légales	03/08/18	05/08/18
o CGU	03/08/18	05/08/18
o CGL	05/08/18	07/08/18
o Maintenance	28/09/18	05/10/18
o Formation	28/09/18	10/10/18
o Présentation oral	27/09/18	27/09/18





