

Airbnb se refait une santé avec l'ouverture des frontières

Chaque vendredi, dans sa revue de presse, Maddyness vous propose une sélection d'articles sur un sujet qui a retenu l'attention de la rédaction. Cette semaine, les résultats financiers d'Airbnb.

Temps de lecture : minute

18 février 2022

Airbnb annonce des résultats financiers encourageants

L'actu

Airbnb vient de partager ses résultats financiers pour le dernier trimestre de 2021, allant d'octobre à décembre. Si l'entreprise a réalisé une période moins prolifique que son troisième trimestre, elle a tout de même fait mieux que les prédictions de Wall Street.

Airbnb a ainsi enregistré un chiffre d'affaires de 1,5 milliard de dollars, soit une belle augmentation de 78 % par rapport à la même période de l'année dernière. Ses bénéfices net s'élèvent à 55 millions de dollars, c'est moins que les 834 millions de dollars générés au troisième trimestre 2021, mais bien mieux que la perte nette de 3,89 milliards de dollars au quatrième trimestre de 2020. [Lire l'article complet sur le site du Siècle digital.](#)

La plateforme reste déficitaire

Le résultat

En revanche, le groupe californien reste déficitaire sur l'année écoulée, avec une perte nette de 352 millions de dollars. C'est néanmoins un résultat en forte amélioration par rapport au déficit de 674 millions enregistré en 2019.

Et surtout, le résultat d'exploitation s'est considérablement amélioré. L'EBITDA ajusté atteint un record historique de 1,6 milliard de dollars à l'issue de l'exercice 2021 " *grâce à la croissance des revenus et à une discipline constante en matière de dépenses* ", ajoute le communiqué. Un indicateur encourageant pour l'avenir. [Lire l'article complet sur le site de l'Echo touristique.](#)

Les voyages d'affaire toujours en berne

La raison

Cette progression repose notamment sur des durées de séjour plus longues et un prix moyen plus élevé : les voyageurs ont davantage tendance à réserver des maisons entières, pourquoi pas luxueuses et hors des villes, pour se retrouver en famille ou entre amis. Le tourisme urbain, associé à des surfaces plus petites, voire de simples chambres, fait son retour plus lentement, mais se trouvait, sur Airbnb, proche du niveau pré-pandémique en fin d'année.

Un chiffre dit la forme que prend cette reprise : sur Airbnb, le nombre de séjours réservés augmente sur toutes les durées, sauf ceux d'une nuit. Une nuit, c'est un déplacement professionnel. Et pour la plate-forme, ce

n'est pas essentiel. [Lire l'article complet sur le site du Monde.](#)

Bien plus qu'une place de marché

La stratégie

L'enjeu pour l'année en cours et les prochaines sera d'accélérer "*notre rythme d'innovation et nous concentrer sur trois priorités clés, à savoir vivre n'importe où sur Airbnb, débloquer la prochaine génération d'hôtes et faire d'Airbnb l'hôte ultime*" précise le PDG de l'entreprise. Tout comme Netflix ou Facebook qui peinent à recruter de nouveaux utilisateurs, Airbnb qui voit son nombre d'hôtes peu progresser, autour des 4 millions.

En plus d'une enquête pour connaître les besoins de ses hôtes, Airbnb doit "*être bien plus qu'une place de marché*", selon Brian Chesky. Son objectif est d'anticiper les besoins des hôtes grâce à un service plus personnalisé. "*Nous sommes au milieu du plus grand changement en matière de voyage depuis l'avènement des vols commerciaux*", a conclu le PDG de la plateforme. [Lire l'article complet sur le site de Tourmag.](#)

Article écrit par Anne Taffin