Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

À Avignon, l’essor discret du tourisme insolite avec AbracadaRoom



Installé Chemin de la Rollande à Agroparc-Avignon, Nicolas Sartorius patron du groupe Unic Stay s’est imposé en une décennie comme l’un des français de l’hébergement insolite. Avec plus de 3 300 logements atypiques référencés, 300 000 voyageurs séduits et plus de 30 millions d’euros générés pour ses partenaires, la plateforme AbracadaRoom incarne la montée en puissance d’un tourisme d’expérience en plein essor.

Le siège est discret, mais l’impact considérable. Basé à Avignon, le groupe Unic Stay fédère trois plateformes : AbracadaRoom.com et Unicstay.com pour le grand public, ainsi qu’Esprit-Insolite.com dédié aux professionnels du secteur. Créée en 2014 par Nicolas Sartorius, AbracadaRoom s’est spécialisée dans un créneau alors émergent : l’hébergement atypique.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026



Copyright Abracadaroom

30M€ générés en 10 ans

En dix ans, la société a généré plus de 30 millions d'euros de volume d'affaires pour ses hébergeurs partenaires, contribuant directement à l'économie touristique française. Depuis 2016, près de 200 000 nuitées ont été enregistrées via la plateforme, pour 300 000 voyageurs accueillis. En 2025, le site a franchi un nouveau cap avec une progression de plus de 20% du nombre d'hébergements référencés, atteignant désormais 3 300 logements insolites répartis sur près de 1 300 destinations, en France et récemment en Belgique.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026



Copyright Abracadaroom

Le boom du tourisme d’expérience
L’essor d’AbracadaRoom s’inscrit dans une transformation plus large des pratiques touristiques. Selon les données d’Atout France et de plusieurs cabinets spécialisés, la demande d’« expériences » progresse plus vite que le tourisme traditionnel. Le séjour devient récit, souvenir, parenthèse hors du quotidien.

> **Nous avons senti l’engouement avant qu’il ne devienne une tendance**
>
> *Nicolas Sartorius*

Les chiffres
Les chiffres de la plateforme illustrent cette dynamique : 14 000 réservations annuelles ; 871 000 € de ventes d’offres cadeaux ; 12 millions de pages vues ; 3,4 millions de visiteurs uniques ; 185 000 abonnés

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

sur les réseaux sociaux ; Note moyenne de 4,8/5 pour les hébergements et 9/10 pour le site. La clientèle est majoritairement féminine (64 %), avec un cœur de cible situé entre 25 et 54 ans, une génération sensible aux escapades courtes, au bien-être et à la déconnexion.



Copyright Abracadaroom

Cabanes perchées et bulles sous les étoiles

Le succès repose sur une sélection exigeante et une typologie d'offres diversifiée. En tête des préférences figurent : Les cabanes dans les arbres ; Les bulles transparentes pour dormir sous les étoiles ; Les cabanes classiques et sur l'eau ; Les chalets, roulottes, dômes et Tiny Houses. À ces formats s'ajoutent des séjours thématiques : parenthèses bien-être, escapades "seul au monde", glamping (contraction de glamour et camping), séjours responsables ou encore offres dédiées aux familles. Ce positionnement de niche répond à une attente claire : sortir du standard hôtelier pour vivre une immersion — en forêt, en montagne, à la campagne ou en bord de lac — tout en conservant un niveau de confort élevé.

Un observatoire devenu référence

Tous les deux ans, le groupe organise l'Observatoire de l'Insolite, en collaboration avec le cabinet

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026

Alliances. Ce rendez-vous professionnel est devenu un baromètre du secteur. Basé sur l'analyse de dizaines de milliers de nuitées, il décrypte les tendances d'un marché en constante évolution : montée du tourisme durable, recherche d'intimité, importance de l'offre cadeau, saisonnalité plus étalée. Pour les porteurs de projets comme pour les collectivités, ces données constituent un outil stratégique dans un contexte où le tourisme rural et expérientiel gagne du terrain.

> Il fallait une plateforme spécialisée pour que l'insolite ne soit plus noyé dans l'offre généraliste
>
> *Nicolas Sartorius*

Une success story avignonnaise

Dans un territoire déjà marqué par la puissance culturelle et patrimoniale — du Palais des Papes au Festival — l'émergence d'un acteur numérique du tourisme expérientiel illustre la diversification de l'écosystème économique local. Loin des projecteurs, Unic Stay incarne cette nouvelle génération d'entreprises régionales capables d'irriguer l'économie nationale depuis la Provence. Une réussite discrète mais structurée, à l'image d'un secteur qui a fait de l'évasion… son modèle d'affaires.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 20 novembre 2026



Copyright Abracadaroom

Le tourisme insolite en chiffres

L'insolite devient un vrai marché en France : offre en hausse, avec 2 226 sites professionnels recensés en 2024 (+30% par rapport à 2022) 430 M€ de chiffre d'affaires estimé (2023) soit +65% par rapport à 2021 ; et 1,2 M de nuitées, avec une montée du panier moyen à 265€ et 301€ pour les cabanes. En Région Sud, l'enjeu clé est l'étalement : en Vaucluse, la majorité des nuitées se fait hors été (65%), et Grand Avignon + Luberon concentrent près de 60% des nuitées. Le département a ainsi enregistré 22,3 millions de nuitées en 2024 avec 43% de clientèle étrangère, 65% de nuitées réalisées hors été. Le Luberon à hauteur de 30%, le Grand Avignon à hauteur de 29% concentrent 60% des nuitées en Vaucluse. Le territoire connait une forte attractivité patrimoniale et naturelle avec un potentiel important pour les courts séjours expérientiels et le lissage de saison.

Au chapitre de la demande insolite, le Var figure parmi les départements les plus recherchés : preuve que Paca (Provence Alpes Côte d'Azur) est un terrain naturel pour ces expériences : nature, littoral, arrière-pays, courts séjours. Les analyses glamping confirment la logique économique : différenciation, montée en gamme, rentabilité et extension de saison.

Mireille Hurlin