

L'Industrie Hôtelière Française

2025 | 48^{ème} édition

48^{ème} édition de l'Industrie Hôtelière Française



Un outil de suivi de la performance pour les acteurs du secteur ...

**+3 000
HÔTELS
REPOUNDANTS**

3 OBSERVATOIRES

Palaces,
Résidences Urbaines,
Hostels

~45 %
du parc hôtelier
français en
chambres

56 %
du parc
homologué
Palace

63 %
des
résidences
urbaines

... et d'aide à la décision en matière de développement et d'investissement

Des synthèses qui restituent le contexte économique, touristique et hôtelier en 2024 et 2025

Panorama des transactions en Europe et en France

Investissement hôtelier : le rôle structurant des familles et family offices

L'architecture et le design : leviers de l'expérience client

Produits, service et expériences pour les familles : tendances et nouveaux concepts

Evolution de l'offre hôtelière



Les Bassans – Perros-Guirec
© Tiphaine Caro

+ 15 000 chambres en projet à l'horizon 2028 (projets annoncés)

Top des destinations qui concentrent le plus de projets hôteliers à l'horizon 2028

ESSOR DU SUD-EST

+ 4 000 chambres en construction d'ici 2028 dans le sud-est, dont plus de 2 500 en PACA et près de 1 400 en Auvergne-Rhône-Alpes.

MONTÉE EN GAMME

+ 55% des projets ciblent une classification 4 ou 5 étoiles

NOUVELLES ENSEIGNES

Renforcement des enseignes internationales sur le territoire français

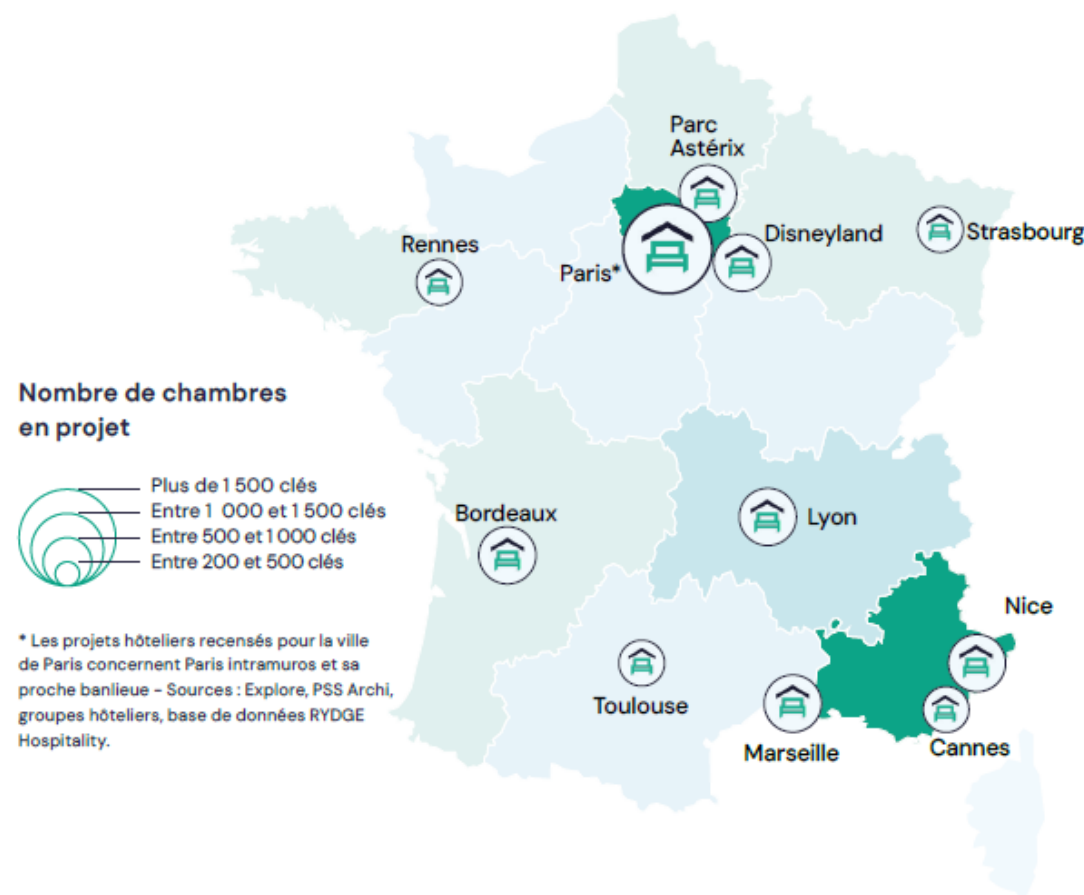
37%

des chambres en projet
concentrées en Ile-de-France en
2025

+150

projets hôteliers à l'horizon 2028,
soit +15 000 chambres

Source : RYDGE Hospitality

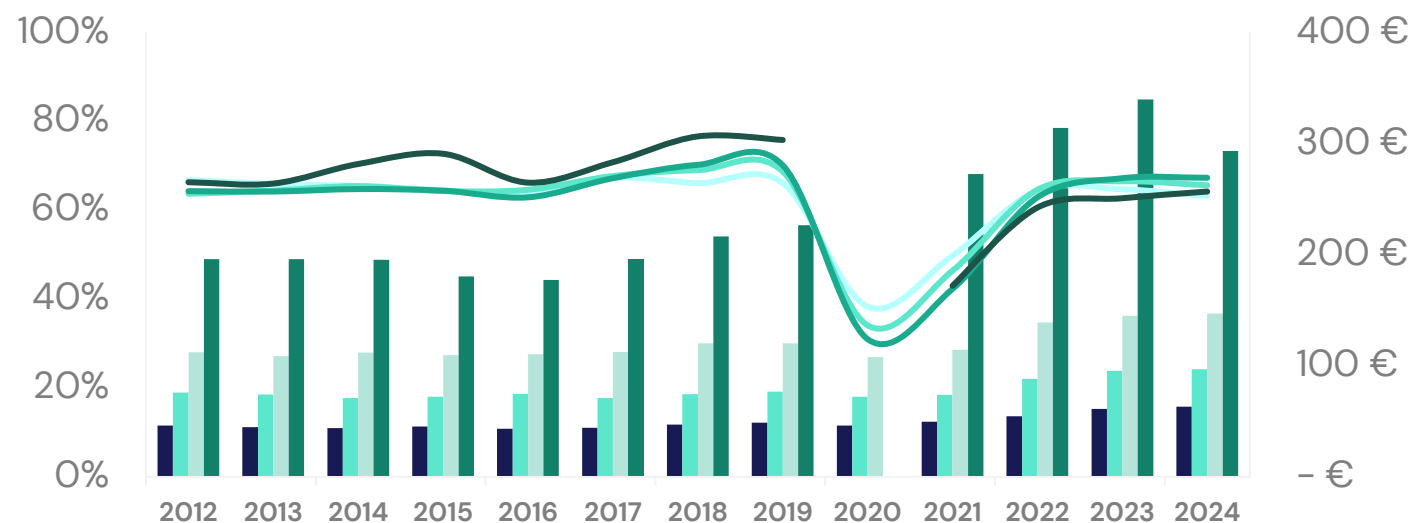


Performances 2024 – 2025



HÔTEL DU COUVENT – NICE ©Giulio Ghirardi

2024 : stabilisation des performances commerciales globales



Prix moyen HT
2024 vs. 2023 (%)

Taux d'occupation
2024 vs 2023 (pts)

5*	4*	3*	1/2*
+0,5 %	+ 1,4 %	+ 1,7 %	+ 3,4 %
+ 2 pts	+ 0,1 pt	- 0,9 pt	- 1,4 pt

2025 : un bilan mitigé selon les destinations

Les 9 premiers mois en croissance

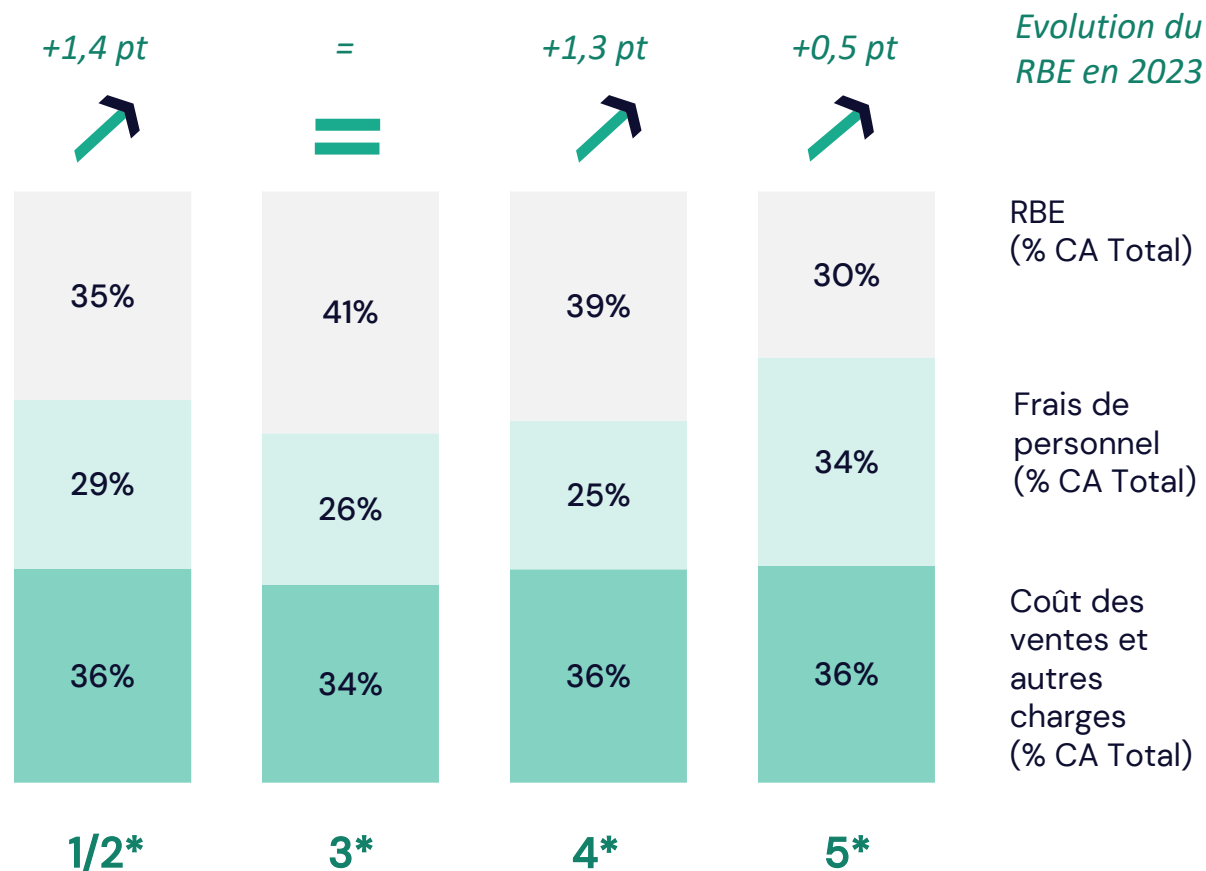
- / 168 M de nuitées hôtelières (+3% vs 2024)
- / Progression tirée par la clientèle internationale (+8,8% de nuitées)

Un été contrasté

- / Paris en hausse (+11% de nuitées à fin août 2025), repli dans certaines grandes métropoles (Lille, Lyon, Marseille)
- / Essor des destinations tempérées et de la montagne
- / Un clientèle domestique contrainte : séjours plus courts, arbitrages budgétaires, consommation en baisse

Des perspectives globalement positives pour la fin 2025 et le début 2026

2024 : des niveaux de RBE également stabilisés, avec des coûts maîtrisés



Des niveaux de RBE qui se maintiennent grâce à l'augmentation sensible des prix moyens

Source : RYDGE Hospitality

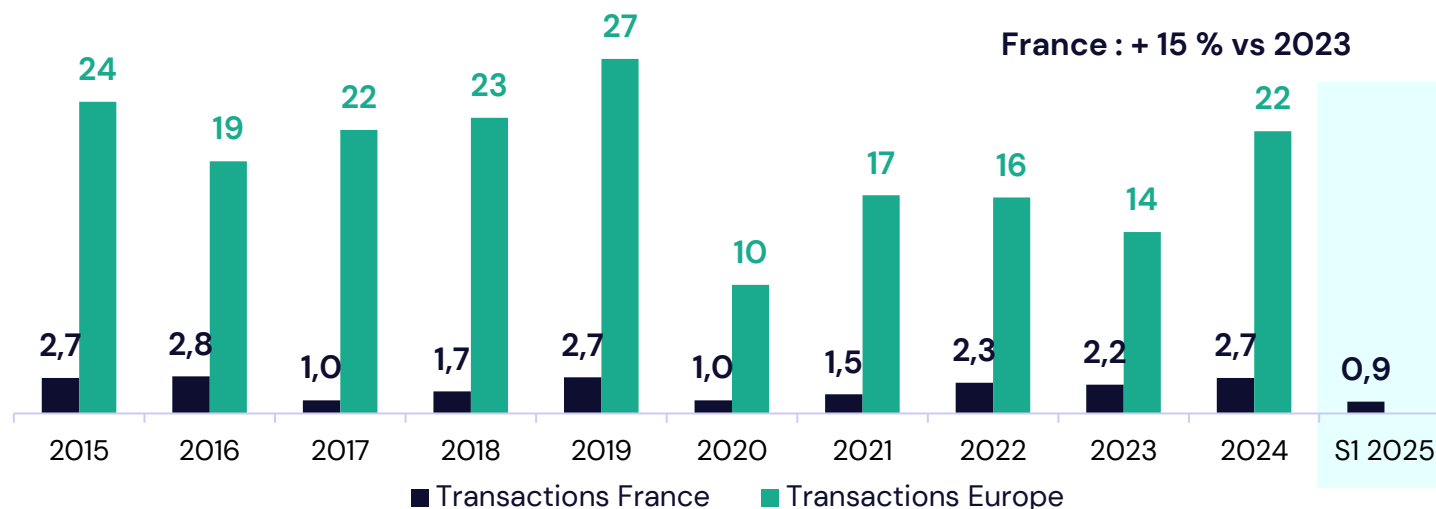
Marché de l'investissement hôtelier français en 2024 et 2025



LES ROCHES ROUGES – SAINT RAPHAËL ©Lucas Dutertry

2024 : la France confirme son attractivité dans un marché européen en rebond

Evolution des volumes de transactions hôtelières en France et en Europe (en Mds €)



Faits marquants du 1^{er} semestre 2025

Cap Estel, Eze 5*
(20 clés, 205 M€)

Riviera Marriott, Cap d'Ail 4*
(186 clés, 85 M€)

Hôtel des Grands Voyageurs Paris 4*
(138 clés, 108 M€)

Source : RYDGE Hospitality

Ralentissement en 2025 : -40% en France au 1^{er} semestre

- / 1^{er} trimestre 2025 dynamique
- / Ralentissement au 2^{ème} trimestre, pause sur de nombreux portefeuilles
- / Recentrage vers les régions, notamment en Provence-Alpes-Côte d'Azur

Le rôle clé des groupes familiaux et des family offices dans l'investissement hôtelier

Un poids croissant dans les transactions

- / En 2024, près de **70 %** des transactions impliquaient au moins une famille, représentant **41 %** du volume total échangé.

Des approches qui se distinguent de celles des investisseurs institutionnels par

- / Leur horizon long terme, voir intergénérationnel
- / Leur degré d'implication
- / Leur sensibilité au produit

Source : RYDGE Hospitality

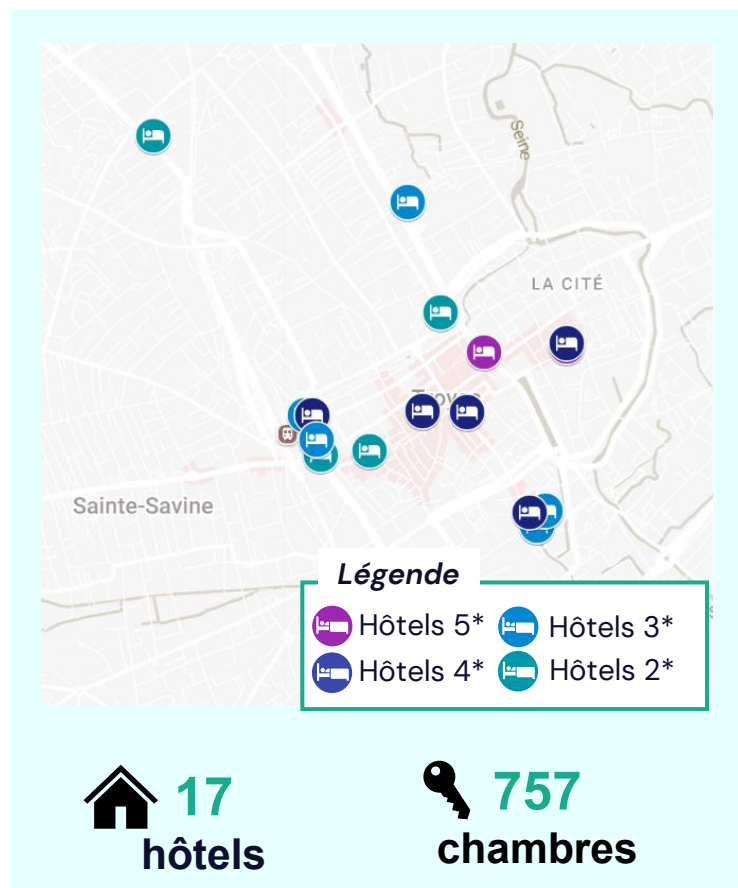


Focus Troyes

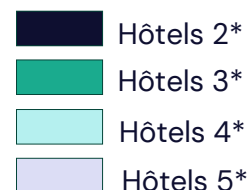
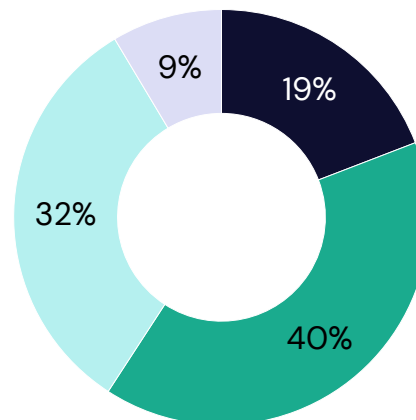


Panorama de l'offre hôtelière à Troyes

Cartographie de l'offre hôtelière classée



Répartition de l'offre hôtelière classée par catégorie en nombre de chambres – Décembre 2025



Source : Googlemaps, Atout France, RYDGE Hospitality

Ouvertures récentes à Troyes

Holiday Inn Express
Troyes – 3* – 65 clés



OKKO Hôtels Troyes
– 4* – 106 clés



Bilan

Saison 2025

Aube en Champagne Attractivité

15 Décembre 2025

AUBE EN CHAMPAGNE
attractivité

Réf : GD/25-09-308



ISO 20121
BUREAU VERITAS
Certification



france congrès
événements & tourisme



Bilan touristique Aube 2025





Nuitées Touristiques 2025



La fréquentation touristique totale recule de **-5,2 %** entre 2024 et 2025 sur la période janvier–octobre.

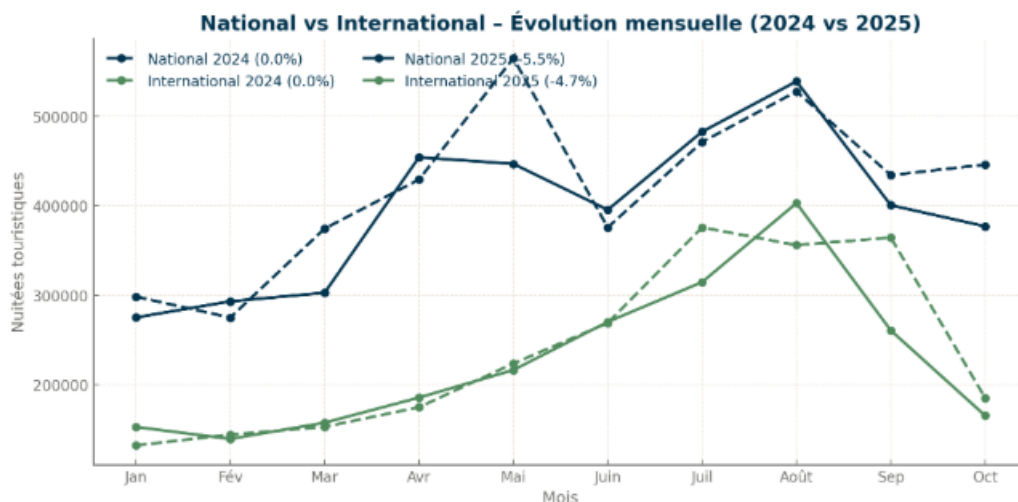
Le **mois d'août 2025** atteint un niveau **record**, supérieur à août 2024.

Plusieurs mois sont en retrait important : **mars, mai, septembre, octobre**.

La saison 2025 se caractérise par un **été contrasté** et une **arrière-saison affaiblie**, ce qui explique la baisse globale.



Nuitées Touristiques Fr vs Internationales 2025



Les **deux segments baissent**, mais :

- National : **-5,5 %**
- International : **-4,7 %**

La part des nuitées internationales progresse légèrement (**36,1 % → 36,3 %**).

Le national reste dominant mais connaît une érosion plus marquée.

Marché national

2024 : **4 197 839** nuitées

2025 : **3 967 393** nuitées

Var. absolue : -230 446 nuitées

Var. relative : -5,5 %

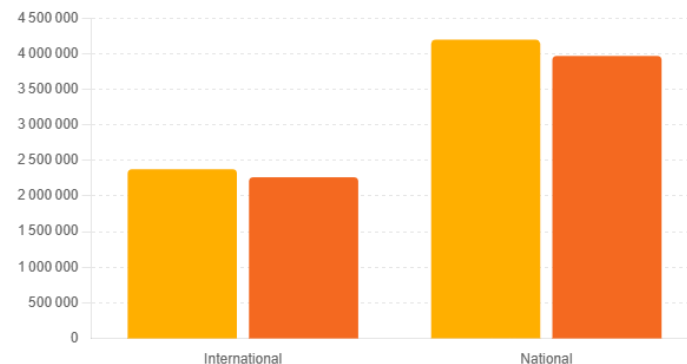
Marché international

2024 : **2 376 358** nuitées

2025 : **2 263 760** nuitées

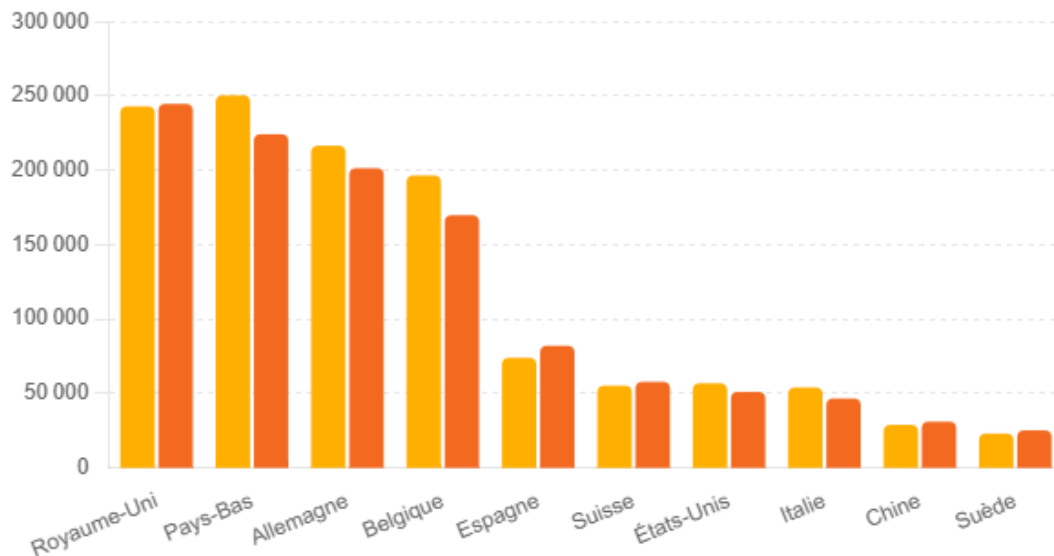
Var. absolue : -112 598 nuitées

Var. relative : -4,7 %





Nuitées Internationales 2025



10 top des marchés étrangers

Les 49 marchés analysés représentent **57,5 %** des nuitées internationales en 2025.

Les principaux marchés restent :

- **Royaume-Uni +0,7%**
- **Pays-Bas - 10,4 %**
- **Allemagne -7%**
- **Belgique - 13,6 %**
- **Espagne +11%**

Entre 2024 et 2025 :

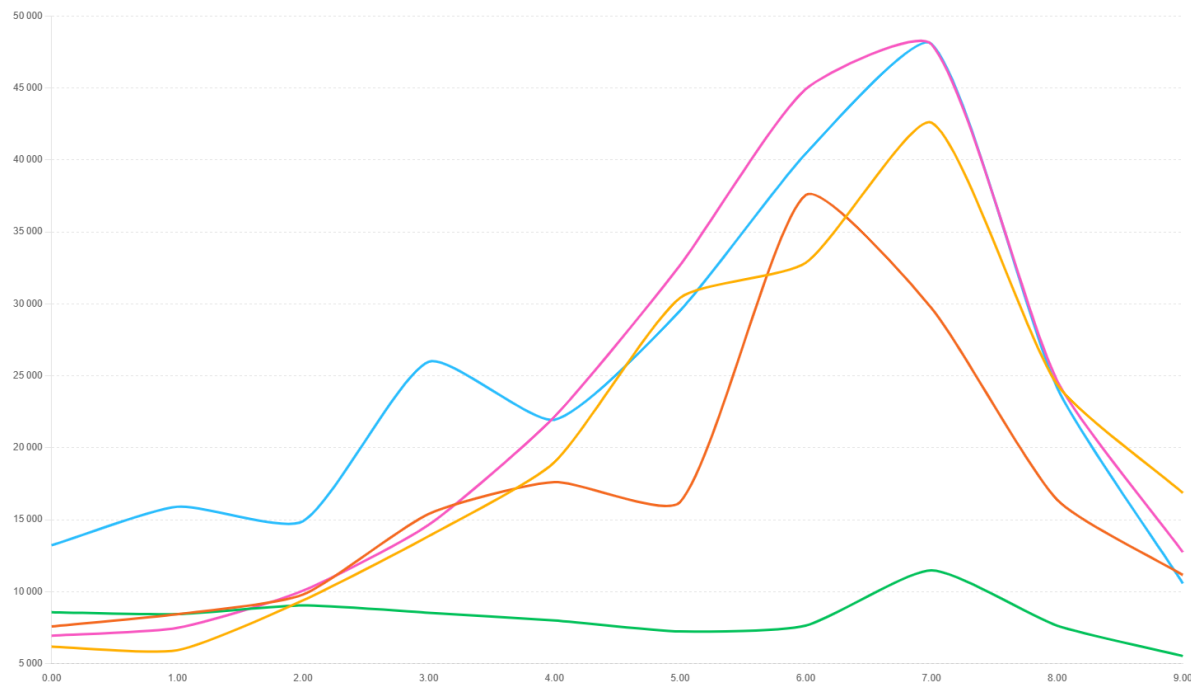
Progressions notables : **Espagne, Corée du Sud +95,9 %** (3 804 → 7 452), **Viêt Nam +50,6 %** (4 580 → 6 896), **Inde +16,8 %** (12 988 → 15 170)

Reculs marqués : **Belgique, Pays-Bas, Allemagne, États-Unis, Italie, Brésil.**

Saisonnalité 2025

Saisonnalité – Top 5 Marchés Internationaux (2025)

■ Nuitées touristiques par Mois pour ■ Allemagne, ■ Belgique, ■ Espagne, ■ Pays-Bas, et ■ Royaume-Uni



Mois (2025 vs 2024)

Évolution des nuitées totales

Janvier	−0,6 %
Février	+3,2 %
Mars	−12,7 %
Avril	+5,9 %
Mai	−15,9 %
Juin	+3,3 %
Juillet	−5,9 %
Août	+6,6 %
Septembre	−17,2 %
Octobre	−14,1 %

Une saisonnalité très marquée sur les deux années, avec un **pic estival** et des **inter-saisons** plus modestes.



La fréquentation hôtelière

Tourisme d'Affaires





Fréquentation hôtelière Tourisme d'Affaires

Cumul à fin Octobre 2025

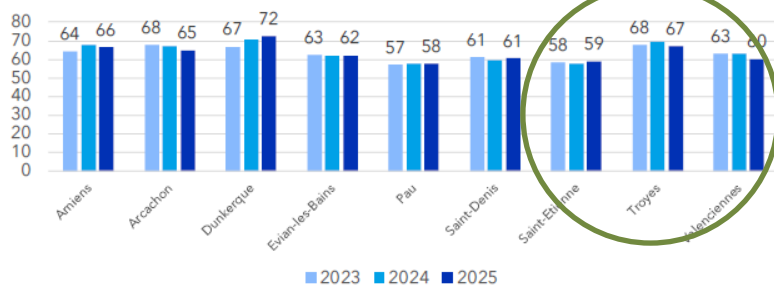
HIT REPORT FRANCE CONGRÈS

October 2025

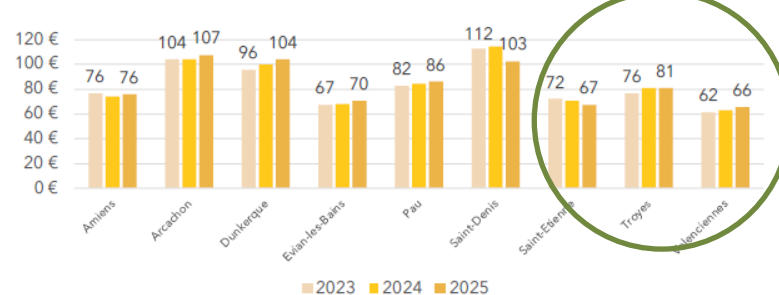
Cumul à fin October 2025 – Offre hôtelière comprise entre 1 000 et 2 000 chambres

Villes	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR		
	%	évol (pt) N-1	évol (pt) N-2	euros	évol (%) N-1	évol (%) N-2	euros	évol (%) N-1	évol (%) N-2
Amiens	66,5%	-1,4	2,0	75,7	2,1%	-0,8%	50,3	0,0%	2,3%
Arcachon	64,9%	-2,4	-2,8	107,4	3,2%	3,6%	69,7	-0,5%	-0,7%
Dunkerque	72,4%	1,6	5,6	103,7	3,7%	8,6%	75,1	6,1%	17,7%
Evian-les-Bains	62,1%	0,3	-0,6	70,4	3,2%	4,5%	43,7	3,8%	3,5%
Pau	58,0%	0,1	0,9	85,6	1,3%	3,9%	49,7	1,5%	5,6%
Saint-Denis	60,6%	0,9	-0,7	102,7	-10,0%	-8,6%	62,3	-8,7%	-9,7%
Saint-Etienne	58,8%	0,8	0,4	67,3	-4,4%	-6,6%	39,6	-3,0%	-6,0%
Troyes	67,3%	-2,2	-0,3	81,1	0,7%	6,1%	54,6	-2,5%	5,6%
Valenciennes	60,1%	-2,9	-2,7	65,5	4,4%	6,4%	39,4	-0,5%	1,7%

Taux d'occupation



Prix moyen (€ HT)



Prix moyen et RevPAR exprimés en euros HT
Source: MKG_destination



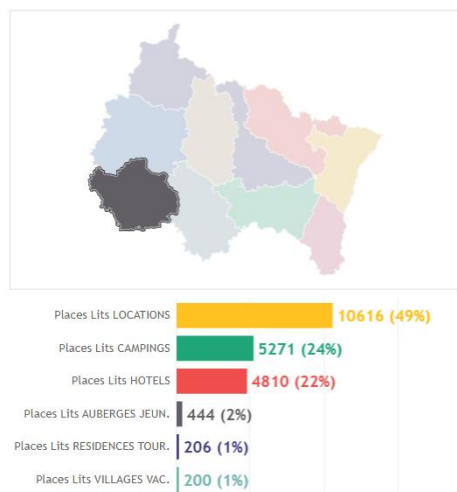
Les données structurelles touristiques 2025 vs 2024



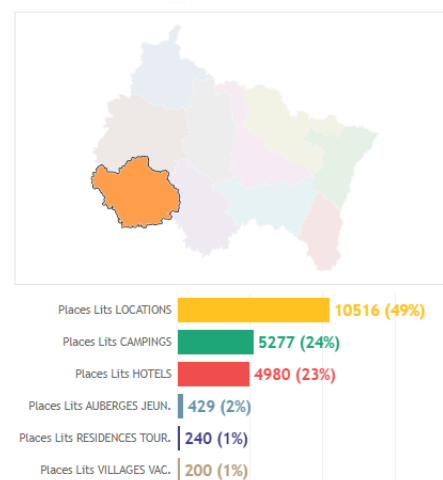


Les données structurelles

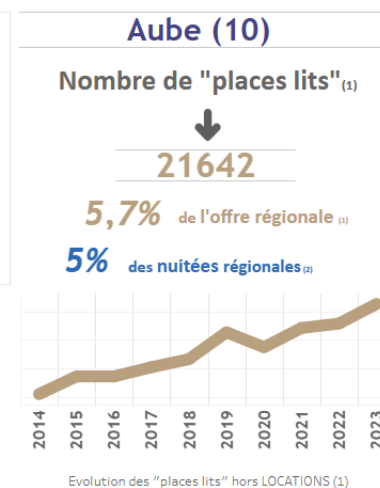
Nombres de lits disponibles



2025



2024

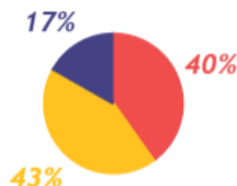


Offre de lits segmentée selon 6 types (Hôtels, Campings, Locations, Auberges de jeunesse et Villages vacances, Résidences de Tourisme) - [Source ARTGE](#)

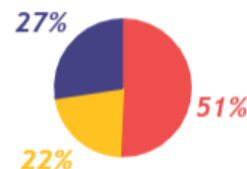


Répartition par gamme d'hébergements touristiques

HOTELS répartition des chambres par classement (1)



CAMPINGS répartition des emplacements par classement (1)



Non classé, 1★ et 2★



3★



4★ et 5★



10

Lits au km²
= densité touristique(3)

Moyenne GE
16 lits /km²

19

Lits pour 100 habitants
= Taux de fonction touristique(4)

Moyenne GE
16 lits pour 100 hab.

24

commune(s) "à forte intensité touristique(4)"
car à plus de 100 lits pour 100 habitants

325 communes dans le GE
sont "à forte intensité touristique(4)"



Evolution et répartition des emplois dans le tourisme

4366

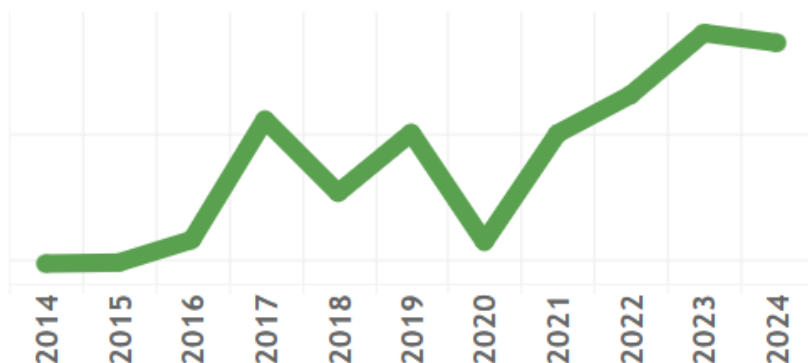
emplois salariés(5)

4,4%

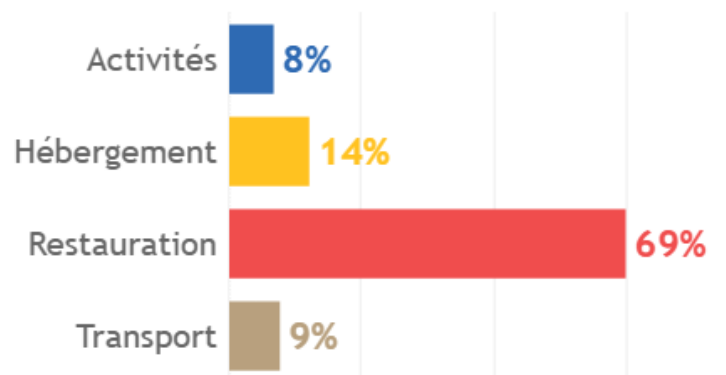
des emplois
touristiques
régionaux

6,2%

de TOUS les emplois
du département



Evolution des emplois salariés (5)



Répartition des emplois salariés (5)



Les sites de visites



Offres Touristiques



Nigloland : **710 000** visiteurs en 2025
Hausse de 20% du Printemps de Niglo,

Taux d'occupation pour Cabaïana à **+ de 80%** et **8 750 clients**

L'offre de restauration est aussi en croissance, le restaurant Erizo enregistrant une hausse de +28% de couverts, soit 30 000 repas servis sur la saison



3,95 M* d'excursionnistes français et étrangers en 2025
Soit -3,16% vs 2024 (4,08 M), +0,68 % vs 2022 (3,92 M)

Offres Touristiques



46 548 plagistes estivaux sur les 4 plages des lacs (- 46,49%)
Mesnil-Saint-Père, Lusigny-sur-Barse, Géraudot, Dienville



Cité du Vitrail : **63 071** visiteurs en 2025 (Janv – Nov)
soit - 11% vs 70 500 visiteurs en 2024



20 000 visiteurs au Château de Vaux en 2025



12 107 visiteurs du côté des Renoir
(stable vis-à-vis de 2024)



Tourisme d'affaires
Centre de congrès de l'Aube
Les évènements majeurs de 2025





Calendrier des congrès nationaux confirmés en 2026

- Séminaire de la Fédération française de basketball - 300 pax - 09 au 11/01
- Convention nationale BRIT Hotel – 300 pax – 29 et 30/01
- Congrès de l'Asso nationale des préparateurs en pharmacie hospitalière – ANPPH – 300 pax – 24 au 27/03
- Congrès National SEDDRE - Syndicat des Ent. de Déconstruction Dépollution Recyclage 200 pax – 27 et 28/05
- Festival de la photographie – 300 pax – 04 au 06/06
- Congrès CEA (international) - 300 pax - 06 au 10/07
- Congres SADEC AKELYS – 700 pax – 10 et 11/09
- Colloque sur le Comté de Champagne – 120 pax - 29/09 au 01/10
- Festival New Romance – 3000 pax - 26/11
- Forum Aditel (Association des utilisateurs Interbancaires de télésurveillance) – 400 pax 17 et 18/09

Troyes – Aube Champagne accueillera le Mondial Secours & Protection 2028!

Du 27 au 30 septembre 2028, Troyes deviendra le cœur battant de la sécurité civile avec :

- le 134^e Congrès national des sapeurs-pompiers,
- un salon professionnel international,
- un village grand public en centre-ville

Entre 65 000 et 100 000 pax attendus!





Calendrier des évènements 2026

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
CONGRÈS/SALONS Fédération Française de Basketball (300pax) 09 - 11 janvier 2026 Convention BRIT Hotel – 300 pax 29 - 30 janvier	CULTURE/PATRIMOINE Bal vénitien - Château de La Motte-Tilly 13 & 14 février	ANIMATION/TRADITION Foire de Mars Troyes Dates à préciser	LOISIRS ET FAMILLE Un dimanche à la campagne Dates à préciser	EXPOSITIONS Exposition sur les Comtes de Champagne – Cité du Vitrail 05 mai – 05 octobre Exposition Renoir « Art Moris, le peintre nomade » 07 mai - 28 juin Deuxième Biennale « L'art est dans le pré » 09 mai - 09 novembre	EXPOSITIONS Festival de la Photographie – 300 pax 04 - 06 juin Fin de l'exposition « Lavau, un prince celtique en bord de Seine » MAM 21 juin
EXPOSITIONS Exposition « Lavau, un prince celtique en bord de Seine » - Musée d'art moderne 24 janvier - 21 juin		TOURISME ET RÉSEAU RDV du réseau Vignobles & Découvertes Dates à préciser	EXPOSITIONS Exposition « Bartholdi, Champollion & le Sphinx » – Musée Camille Claudel 11 avril - 19 juillet	PATRIMOINE/CULTURE Ouverture du Site d'Avalleur 12 mai	SPORT Triathlon des Lacs de l'Aube à Lusigny 06 juin Triathlon de Dienville 26 juin
			LOISIRS Ouverture Nigloland 04 avril	JARDINS/VINS/LOISIRS Journée des Plantes à Bergères 14 mai Randonnée gourmande de Celles-sur-Ource 26 mai Champagne Party date à préciser	MÉDIÉVAL Fête Médiévale Templière – Payns date à préciser
					ÉVÈNEMENT Les Heures Douces 27 juin

Calendrier des évènements 2026

Retrouvez l'agenda des événements sur notre extranet:

[Calendrier des Événements 2026 - Aube](#) | [Extranet de l'Aube](#) [Extranet de l'Aube](#)

Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
EXPOSITIONS/CULTURE Exposition Renoir « Victor Baroni, peintre minéral » 04 juillet - 30 août	œNOTOURISME La Route du Champagne en Fête 2026 1 & 2 août	AUTOMOBILE Les 48 Heures Automobiles de Troyes 11 - 13 septembre	MUSIQUE Nuits de Champagne 17 - 24 octobre	ARTS Théâtre immersif – La Motte-Tilly date à préciser	NOËL Marché de Noël date à préciser
SPORT/NATURE Trail d'Avalleur date à préciser	MÉDIÉVAL Fête médiévale d'Ervy-le-Châtel date à préciser	MÉDIÉVAL/PATRIMONE Fête médiévale d'Avalleur 12 & 13 septembre	œNOTOURISME Vignobles en Scène 17 & 18 octobre	Fin de la Biennale « L'art est dans le pré » 09 novembre	
FESTIVALS Urville Festival 17 & 18 juillet		MUSIQUE CLASSIQUE Just Classik Festival – Troyes date à préciser	PATRIMOINE/EXPOS Fin de l'exposition Comtes de Champagne – Cité du Vitrail 05 octobre		
CONGRÈS Congrès CEA – International – 300 pax 06 - 10 juillet		FESTIVALS Pyrofestival 26 septembre			
		CONGRÈS/FORUMS Congrès SADEC AKELYS – 700 pax 10 - 11 septembre Forum ADITEL – 400 pax 17 - 18 septembre			



Résultats de l'affichage environnemental des hôtels





Affichage environnemental 2025

- **70 % du parc hôtelier** est désormais engagé dans l'affichage environnemental

- **Note de l'indice global :**

Aube 2025 : 47,30 (moyenne B-) / Moyenne nationale : 45,71 (B)

- **Effet de serre (kg CO₂ / nuitée)**

Aube : 5,3 kg CO₂ / National : 5,7 kg CO₂

- **Eau ACV (L / nuitée)**

Aube : 369 L / National : 343 L

- **Ressources (kWh / nuitée)**

Aube : 54 kWh / National : 48 kWh

Produits bio (%)

Aube : 26 % / National 24 %

=> Points forts : émissions CO₂ plus faibles, meilleure part de produits bio.

=> Points à renforcer : consommation d'eau, énergie et ressources, où l'Aube est au-dessus de la moyenne nationale.

Moyenne hôtels Aube 2025

IMPACT ENVIRONNEMENTAL



Impact par personne pour une nuit avec petit-déjeuner
calculé sur l'ensemble du cycle de vie

La Donnée de Paiement au service de la connaissance du tourisme

Avec l'observatoire

scan_{des}
paiements



22.2 millions
de cartes bancaires

15.2 milliards
d'opérations traitées



Monétique porteurs

Gestion des cartes bancaires,
de l'émission de la carte
jusqu'au paiement



Monétique commerçants

Encaissement des paiements
par carte ou par chèque en proximité
ou en vente à distance



Echanges et Flux

Palements SEPA & internationaux

Gestion des échanges d'opérations
bancaires entre banques, entre clients sur
tous les marchés de France et à
l'international



Fiduciaire

Gestion et mise à disposition de **billets**
et de **pièces** sur les différents marchés
(Particuliers, Professionnels, Entreprises).



Authentification, Sécurité & DATA

Garantir aux clients la **sécurité des**
transactions et des **systèmes**
d'information notamment via la **DATA**
Science et des outils d'**IA**



Open banking & Data

Développement de **nouveaux services**
innovants par l'Open Banking et l'utilisation
de la DATA



Représentation interbancaire

Pour le compte de Crédit Agricole S.A.,
représentation
auprès des **instances de Place nationales**,
européennes et internationales

La donnée de paiement : une richesse pour la connaissance des dynamiques territoriales

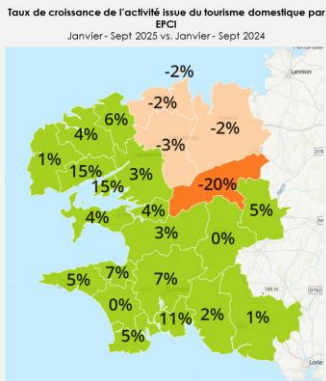
Outil d'intelligence économique au service de la connaissance territoriale.



- ✓ Tendances de consommation
- ✓ Dynamisme des secteurs économiques
- ✓ Focus sectoriels

Le Scan du Tourisme : un dispositif dédié au suivi des dynamiques de la filière Tourisme

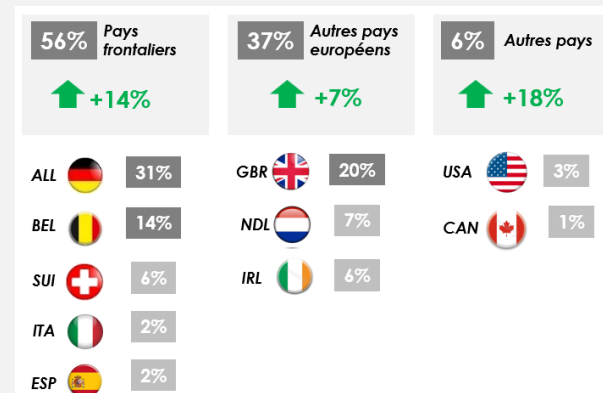
Analyses territoriales (niveau EPCI)



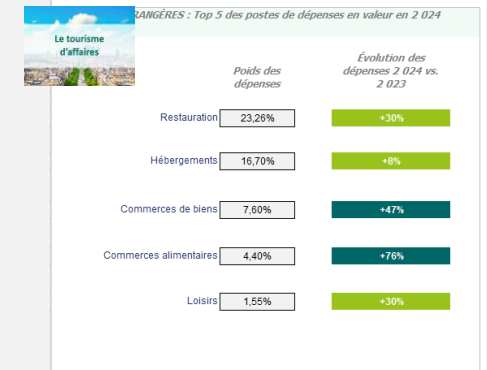
Analyses sectorielles



Consommation des cartes étrangères



Consommation des cartes détenues à titre professionnel



Des travaux en cours avec Aube en Champagne Attractivité, le Crédit Agricole Champagne Bourgogne et Crédit Agricole Payment Services

AUBE EN CHAMPAGNE
attractivité



Mesure de la fréquentation

(Outil flux vision fourni par Orange –
télécommunications)



Mesure du volume des Nuitées réservées

(Données gîtes de France, offices de
tourisme, AirBnB, Booking)



Mesure des Retombées économiques locales

(Données Crédit Agricole Payment
Services)

NOUVEAU

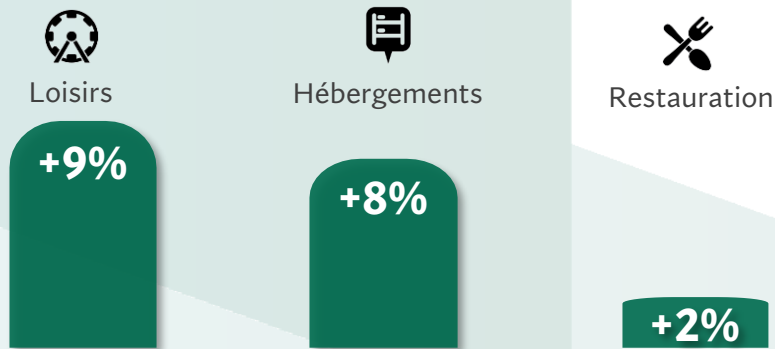
Des données de paiements qui vont participer à aider les missions de Aube en Champagne et du Crédit Agricole Champagne Bourgogne dans **l'accompagnement des professionnels du tourisme** sur le département :

- **Objectiver l'impact économique** des évènements sur le territoire
- **Construire des business-plan d'accompagnement** des installation touristiques

Les principaux chiffres du tourisme de l'Aube vus au travers de la donnée de paiement.

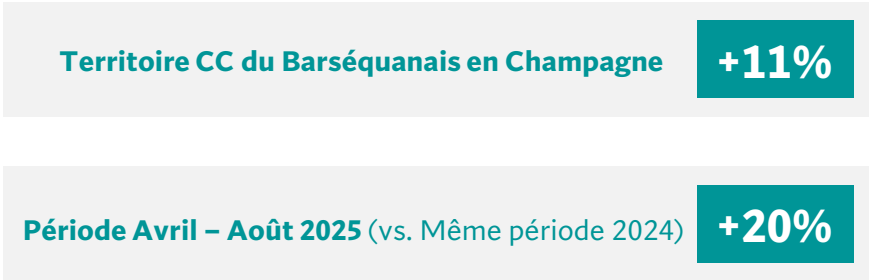
Évolution des chiffres d'affaires monétiques des professionnels du tourisme – département Aube

Janvier – Octobre 2025 Vs. Même période 2024
(périmètre des commerçants communs sur les 2 périodes : actifs en 2024 ET en 2025)

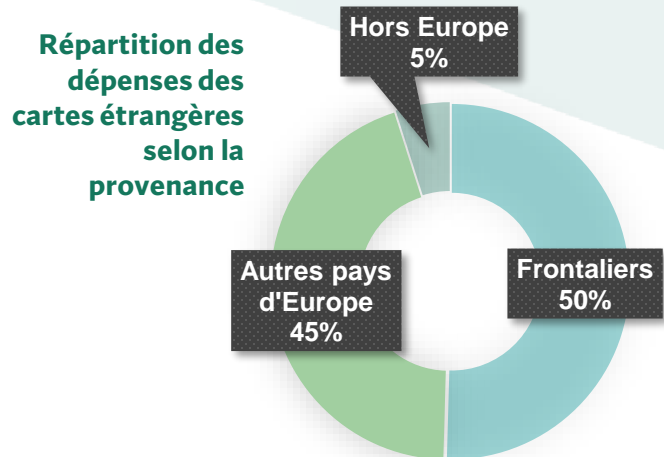


Activité des professionnels de la vigne sur les territoires de l'AOC / AOP Champagne – département Aube

Janvier – Octobre 2025 Vs. Même période 2024
(périmètre des commerçants dont le code NAF enregistré à la base SIRENE est le 01.21Z)



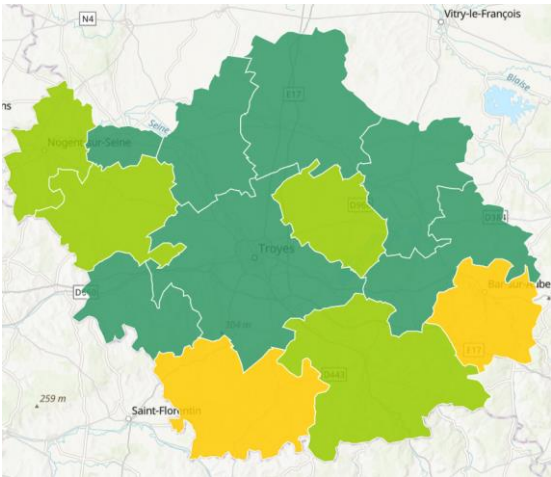
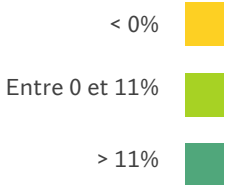
Dépenses des cartes internationales de proximité sur le territoire de l'Aube



Évolution des dépenses des cartes étrangères
Janvier – Octobre 2025
(vs. Même période 2024)



Déclinaison sur les EPCI du département de l'Aube



FOCUS sur le secteur de l'hébergement touristique.

Évolution des chiffres d'affaires monétiques des professionnels de l'hébergement – département Aube

Janvier – Octobre 2025 Vs. Même période 2024

(périmètre des commerçants communs sur les 2 périodes : actifs en 2024 ET en 2025)



Hébergements

+8%



Dont
Hôtels

+7%



Dont
Autres (gîtes,
colonies, campings)

+9%

Les comptes qui perçoivent un virement de AirBnB et Booking

Janvier – Octobre 2025 Vs. Même période 2024

(périmètre des comptes du Crédit Agricole Champagne Bourgogne)



+10%
De
comptes
(72%)



+27%
De
comptes
(28%)

Dépenses des cartes internationales auprès des professionnels de l'hébergements identifiés sur le département de l'Aube

48%

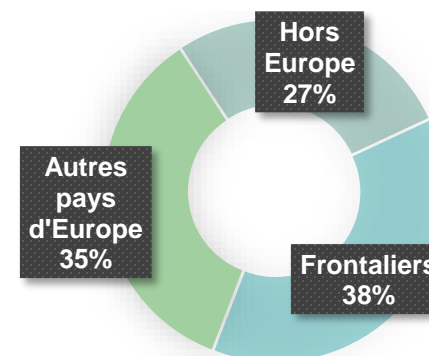
des dépenses auprès
des professionnels
de l'hébergement
sont issues des
cartes étrangères

Évolution des dépenses
des cartes étrangères
dans l'hébergement
Janvier – Octobre 2025
(vs. Même période 2024)

+17%



Répartition des dépenses
des cartes étrangères
dans l'hébergement
selon la provenance



Merci de votre attention !

The logo features a stylized green leaf icon positioned above the letter 'e' in the word 'Green'.

Green^{leaf}cast

S u s t a i n a b l e T o u r i s m

le saviez-vous ?

1 voyageur sur 2

parle de tourisme durable
dans les avis clients

*analyses GreenCAST sur plusieurs destinations

Le Tourisme Durable
**vos voyageurs en parlent
beaucoup** positivement
ou négativement

1 voyageur sur 2 veut avoir un
impact positif sur
l'environnement de sa
destination (Etude Booking 2024)

le savez-vous ?

70 %

des voyageurs
souhaitent des
informations
environnementales
avant de réserver*

* enquête réalisée en 2022 par Excellia en partenariat avec
Charentes-Tourisme et La Rochelle Agglomération

Le tourisme durable
sujet de préoccupation
pour vos voyageurs

l'engagement environnemental



est devenu un
critère de sélection
pour les voyageurs
après la localisation le
prix et la réputation

Enquête Excelia

L'engagement environnemental



nouveau critère
**d'évaluation de la
qualité** pour les
voyageurs

Enquête Excelia

Communiquer
sur ses engagements
durables

améliore
la e-réputation et le
Net Promoter Score*

Enquête Excelia 2025

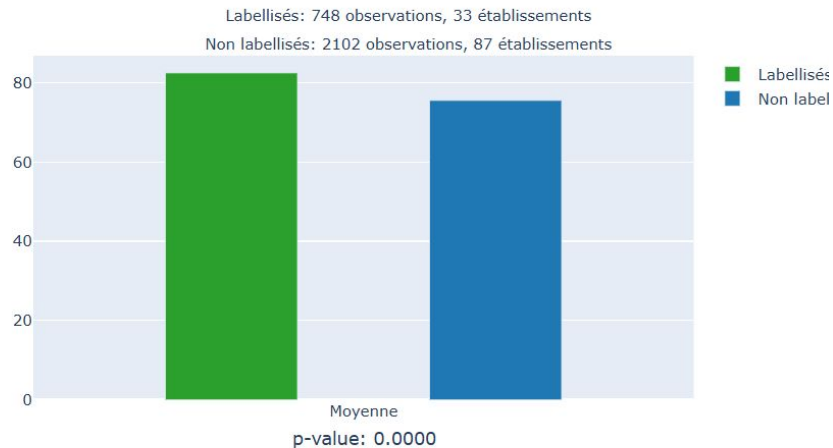
Un **nouvel argument**
pour **inciter s'engager**
dans une démarche
durable et
communiquer sur ses
actions

**Le NPS Net Promoter Score correspond au taux des clients très satisfaits moins le taux de client très insatisfaits*

Impact Labellisation / E-réputation (Note FairGuest)

GreenSCORE 100 Hôtels Marseille

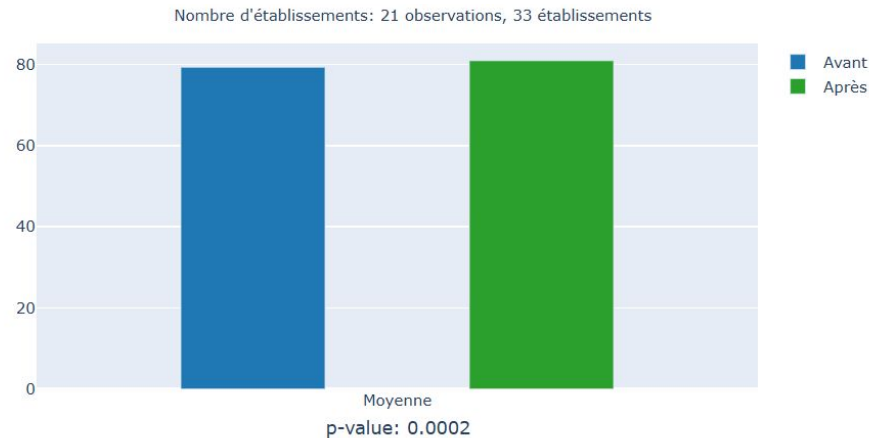
Comparaison des établissements labellisés vs non labellisés



Labellisés: 82.49

Non labellisés: 75.54

Comparaison avant vs après labellisation

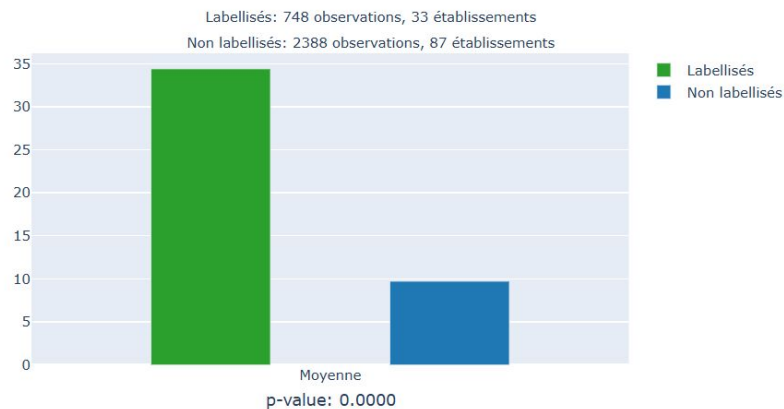


Avant: 79.37

Après: 80.97

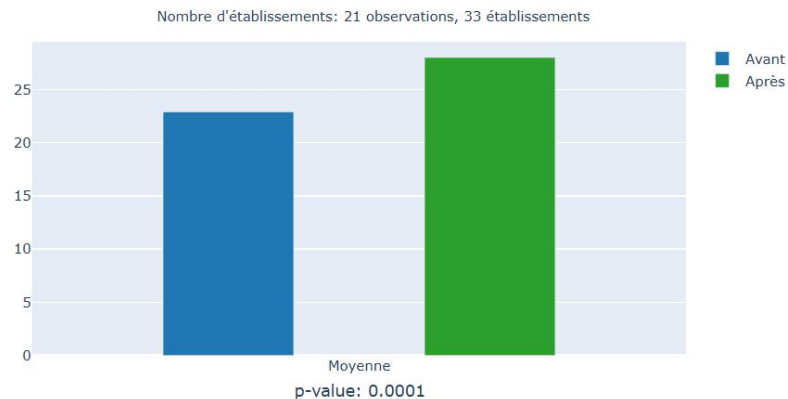
Impact Labellisation / E-réputation (Net Promoteur Score)

GreenSCORE 100 Hôtels Marseille



Labellisés: 34.40
Non labellisés: 9.71

Comparaison avant vs après labellisation



Avant: 22.91
Après: 28.03

LE DATASET



GreenCAST **collecte** sur internet tous les contenus qui abordent de près ou de loin le Tourisme Durable. Toutes les données qui décrivent les établissements touristiques : les **descriptions** des établissements dans les **systèmes d'informations touristiques** des destinations, les **contenus des sites internet des socio professionnels**, sur les sites de leurs distributeurs comme Booking, TripAdvisor, hôtels.com, Expédia, Google...

GreenCAST se nourrit également des **avis clients** collectés sur plus de 15 sites internet dans le monde avec

FairGuest

GreenCAST relève aussi **toutes les données relatives au tourisme durable** présentes dans les cahiers des charges des labels environnementaux ou autres. Lorsque ces établissements sont labellisés, nous savons sur quels critères ils sont engagés.

- **labels environnementaux**
- **avis clients**
- **les contenus des sites internet des professionnels**
- **les contenus des fiches SIT des professionnels**



GreenCAST analyse les critères **des principaux labels environnementaux** et les contenus relatifs au tourisme durable des **labels généralistes et spécialisés** suivants :

Labels environnementaux



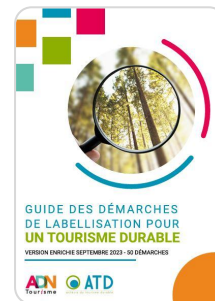
Labels spécialisés



Labels qualité intégrant des critères environnementaux

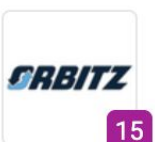
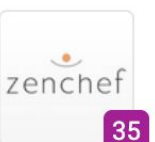
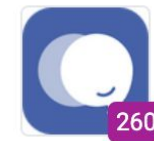
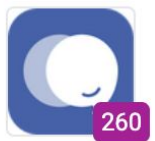
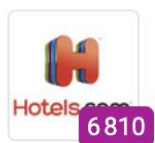
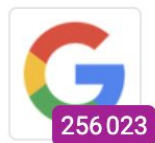


Le guide ADN Tourisme ATD recense **50 labels** pouvant intégrer des critères environnementaux tels qu'ils sont définis par GreenCAST. Certains d'entre-eux seront **progressivement ajoutés au référentiel GreenCAST**



GreenCAST analyse les contenus des avis clients sur plateformes suivantes :

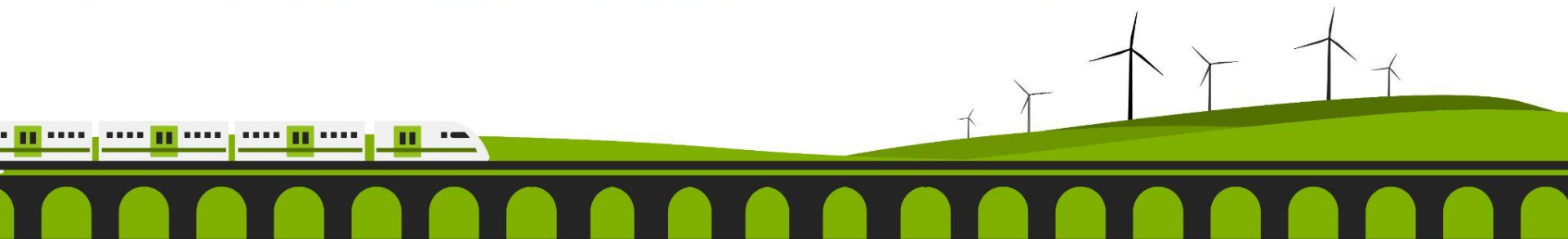
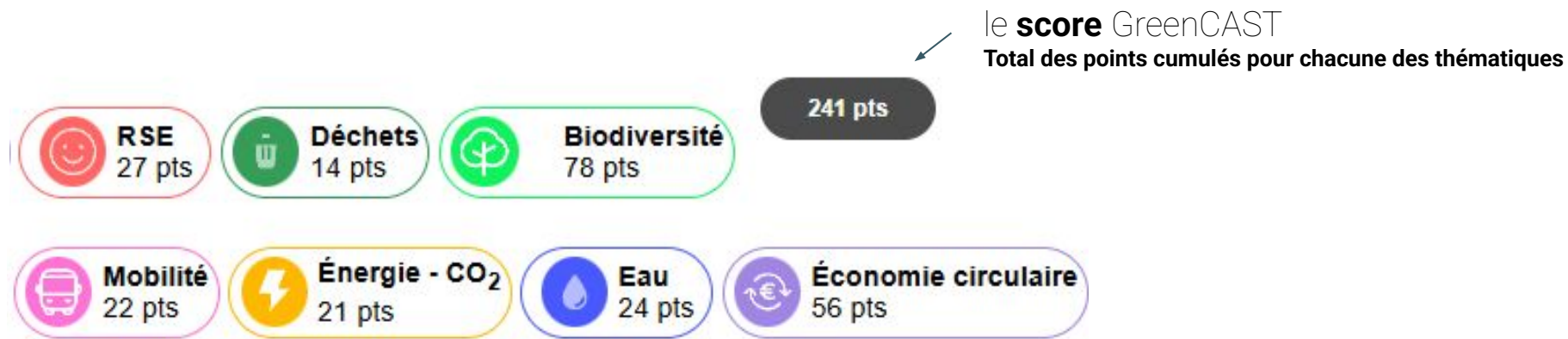
Avis voyageurs



le score

Greencast
s u s t a i n a b l e t o u r i s m

GreenCAST regroupe les contenus qu'il analyse en **7** grandes thématiques :



le score

Greencast
sustainable tourism

Les 7 thèmes sont associés à **40** critères, entre 3 à 5 par thème

241 pts

 **Mobilité**
22 pts

 **Énergie - CO₂**
21 pts

 **Eau**
24 pts

 **Économie circulaire**
56 pts

 **RSE**
27 pts

 **Déchets**
14 pts

 **Biodiversité**
78 pts

Vélo

Pédestre

Transport collectif

Isolation ✓

Plan d'économies d'énergie ✓

Équipement performant énergétiquement ✓

Energie verte

Incitations à économiser l'énergie

Sensibilisation aux usages de l'eau ✓

Gestion économe de l'eau ✓

Récupération de l'eau

Alimentation locale ✓

Construction durable

Réemploi

Collaboration locale ✓

Achats locaux ✓

Plan d'actions en faveur de l'économie circulaire ✓

Sensibilisation à l'économie circulaire

Egalité, protection, inclusion

Sensibilisation aux pratiques durables ✓

Gestion durable

Personnel formé aux pratiques environnementales ✓

Emballage ✓

Tri ✓

Plan d'actions visant à réduire les déchets ✓

Promotion des éco-gestes pour le tri des déchets

Plan d'actions en faveur de la biodiversité ✓

Fournitures et produits d'entretiens écologiques ✓

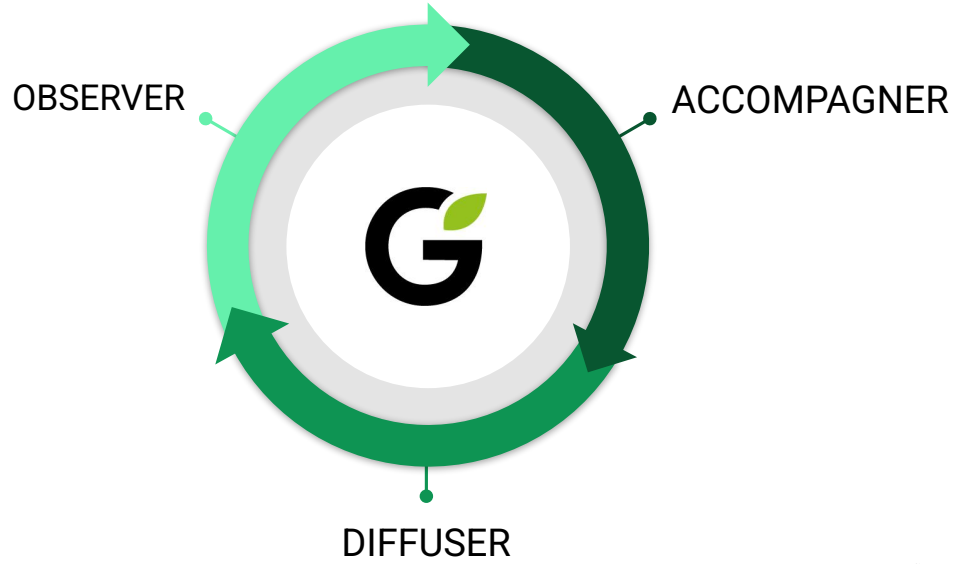
Végétalisation ✓

Protection de la faune et de la flore ✓

Alimentation biologique ✓

Sensibilisation à la biodiversité ✓

✓ validé par un organisme certificateur



7 destinations analysées dont 2 départements et 2 villes métropoles, 1 groupe hôtelier et une filière

1 057 pros analysés (Hôtels, restaurants, campings)

+2M fragments analysés (sites internet des pros, sites internet des destinations, avis clients)

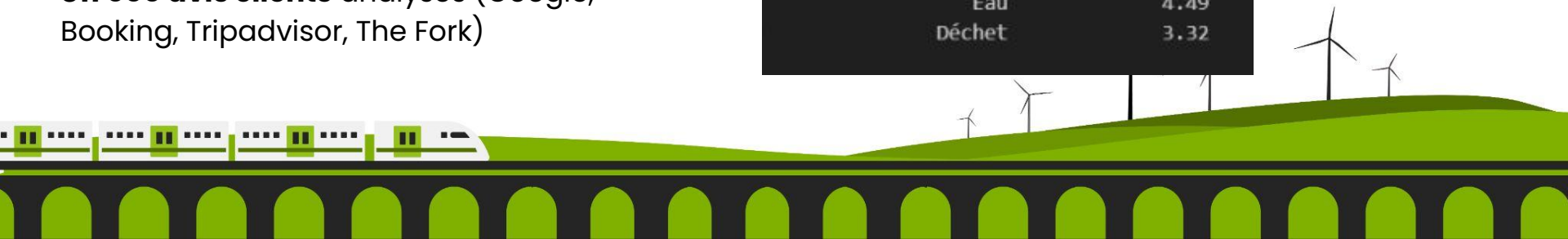
811 000 avis clients analysés (Google, Booking, Tripadvisor, The Fork)

1 voyageur sur 2 parle de tourisme durable dans les avis clients

Moins de 10% du contenu produit par les professionnels du tourisme intègre des descriptions **tourisme durable**

Moins de 20% du contenu produit par les destinations touristiques intègre des descriptions tourisme durable

Topic	Poids Moyen (%)
Mobilité	34.35
Economie circulaire	28.52
Biodiversité	11.43
RSE	10.45
Energie	7.43
Eau	4.49
Déchet	3.32

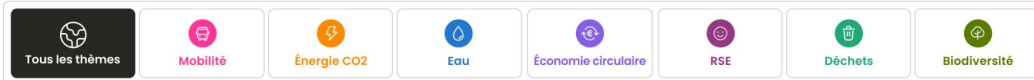


OBSERVER

Nous vous livrons
le premier tableau
de bord de suivi de
**l'engagement des
professionnels du
tourisme durable**



Ma sélection



Nb de points GreenCAST :



Les meilleurs GreenCAST score

55 résultats



Hôtel des jardins



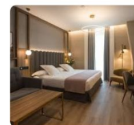
Mobilité 51 pts | Énergie CO2 21 pts
Eau 12 pts | Économie circulaire 20 pts
RSE 7 pts | Déchets 11 pts | Biodiversité 25 pts



Hôtel des voyageurs



Mobilité 33 pts | Énergie CO2 2 pts
Eau 6 pts | Économie circulaire 37 pts
RSE 20 pts | Déchets 7 pts | Biodiversité 28 pts



Hôtel de la plage

Mobilité 56 pts | Énergie CO2 11 pts
Eau 8 pts | Économie circulaire 24 pts
RSE 16 pts | Déchets 0 pts | Biodiversité 15 pts



Hôtel du centre



Mobilité 79 pts | Énergie CO2 4 pts
Eau 7 pts | Économie circulaire 11 pts



ACCOMPAGNER

Nous analysons
massivement et en
temps réel **TOUS les
professionnels** de
votre destination via 7
thématiques et 40
critères



Hôtel des jardins

Données collectées

www Site internet
0 occurrence

SIT Fiche SIT
52 occurrences

Avis positifs
341 occurrences

Avis négatifs
55 occurrences

Autres sources : 2
8 critères



Labels : 2
45 critères



Description

L'Hôtel des jardins s'engage pour un tourisme durable avec une cuisine produits bio et locaux. La gestion des déchets est optimisée grâce d'hygiène en gros contenants. La promotion de la mobilité douce de vélos, renforce son impact écologique et sa responsabilité envers l'environnement.

Ce qu'en pensent les voyageurs

Les voyageurs apprécient l'Hôtel 96 pour son cadre verdoyant et son ambiance paisible. L'établissement se distingue par son engagement envers le développement durable, proposant des produits bio et locaux au petit déjeuner. Le personnel est décrit comme accueillant et professionnel, contribuant à une expérience touristique agréable et respectueuse de l'environnement.

Greencast
145 pts

1^e /140

Moyenne de la catégorie

71 pts

Le meilleur
Hotel de la Plage

152 pts

Thèmes

Tous les thèmes

1/14 145 pts

293 occurrences : www 0 SIT 52 341 55
Critères labels : 45 Critères autres sources : 8

71 pts
152 pts

Mobilité

5/14 51 pts

65 occurrences : www 0 SIT 3 50 12
Critères labels : 10 Critères autres sources : 2

45 pts
55 pts

Économie circulaire

6/14 20 pts

44 occurrences : www 0 SIT 2 33 8
Critères labels : 22 Critères autres sources : 1

18 pts
27 pts

Champs d'actions

Vélo

2/14 21 pts

15 occurrences : www 0 SIT 2 10 2
Critères labels : 2 Critères autres sources : 2

15 pts
43 pts

Pédestre

4/14 18 pts

20 occurrences : www 0 SIT 1 14 3
Critères labels : 3 Critères autres sources : 3

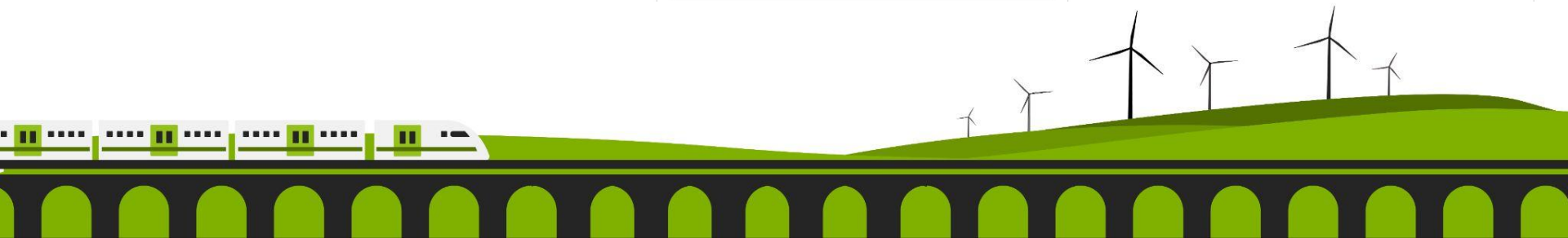
13 pts
44 pts

Transport collectif

5/14 32 pts

19 occurrences : www 0 SIT 1 14 1
Critères labels : 4 Critères autres sources : 2

25 pts
51 pts



DIFFUSER

Le widget pour diffuser
auprès de vos
voyageurs les
engagements durables
de vos professionnels
sous forme de
Greenscore ABCDE



Mobilité

Borne de recharge

6° / 73

8 pts

Moyenne de la catégorie 2 pts

Le meilleur 15 pts

Données collectées sur le champ d'action

www Site internet 0 occurrence
SIT Fiche SIT 1 occurrence
Avis positifs 4 occurrences
Avis négatifs 0 occurrence

www Site internet

0 occurrence

Aucune donnée disponible

0 pts
5 pts

SIT Fiche SIT

1 occurrence

À disposition deux chargeurs pour voiture électrique (Tesla et Porsche) au tarif de 50 euros.

+ 3 pts
0 pts 3 pts

Avis positifs

4 occurrences

Por un monto extra pudimos parcar nuestro EV dentro las instalaciones del hotel, y cargarlo - bienen dos puestos para cargar EV's (1 cargador Tesla + 2 cargadores Porsche) La ducha un poco incomodo, pero muy bien dotado

hôtel charmant accueil de grande qualité possibilité de recharger sa voiture électrique dîner sur place excellent

Electric car charging.

+ 5 pts
1 pts 10 pts

Traduire

Avis négatifs

0 occurrence

Aucune donnée disponible

0 pts
0 pts



très réussi et agréable

Avis de Jean

martedì 11 ottobre 2022

Excellent

9/10

hôtel charmant accueil de grande qualité possibilité de recharger sa voiture électrique dîner sur place excellent

B.



Economie circulaire

Alimentation locale

8^e / 73

26 pts

Moyenne de la catégorie 10 pts

Le meilleur 32 pts

Données collectées sur le champ d'action

www Site internet 5 occurrences
SIT Fiche SIT 0 occurrence
Avis positifs 9 occurrences
Avis négatifs 0 occurrence

www Site internet

5 occurrences

+ 13 pts

4 pts 13 pts

Des produits qualitatifs : thés Mariage Frères, productions locales et bio.

Fermer Tea Time gourmand Après une visite de musée ou pour une après-midi entre-amis, une sélection des meilleurs thés Mariage Frères accompagnés de gourmandises maison (cakes, crumbles.)

Fermer Voir le menu Bar Un instant de détente dans notre salon voûté ou dans nos jardins Un lieu intimiste et chaleureux où retrouver notre carte des vins, champagnes locaux, ou partager une assiette sur fond musical propre aux lieux.

Afficher plus

SIT Fiche SIT

0 occurrence

Aucune donnée disponible

0 pts

1 pts 7 pts

Avis positifs

9 occurrences

+ 13 pts

6 pts 13 pts

Les produits proposés étaient de qualité : des viennoiseries fraîches, des pains variés, un choix de confitures de saisons et artisanales... J'ai particulièrement apprécié les œufs et le bacon préparés à la demande qui étaient délicieux, ainsi que le grand nombre de thés.

Nous avons adoré la formule du petit déjeuner servi à table et tout inclus avec de bons produits comme le yaourt et les fromages locaux ... Le jardin intérieur est très bien entretenu et à cette époque de l'année les roses en fleurs étaient magnifiques

Le petit (très copieux) déjeuner frais, vraiment gourmand avec un cake maison, bref, un hotel de charme comme je le aime!



Excellent
10/10

Avis de Dorothea Haurdquin

mercredi 29 janvier 2025

Notre expérience du petit-déjeuner à l'hôtel Maison Rhodes a été parfaite. Nous sommes venus à 5 (4 étudiants et 1 professeur), pour faire une étude sur les hôtels de luxe de Troyes. Nous avons été servi dans un cadre élégant, ce petit déjeuner reflète parfaitement le standing d'un établissement 5 étoiles. Les produits proposés étaient de qualité : des viennoiseries fraîches, des pains variés, un choix de confitures de saisons et artisanales. J'ai particulièrement apprécié les œufs et le bacon préparés à la demande qui étaient délicieux, ainsi que le grand nombre de thés. Le service était très bien. Le personnel et les gérants de l'hôtel étaient souriants et toujours à l'écoute. Leur geste commercial pour nous étudiants qui étions venus pour faire une étude leur hôtel, avons été très touchés. En résumé, le petit-déjeuner de la Maison Rhodes est une expérience positive, et si nous avons l'occasion nous reviendrons.



Biodiversité

Végétalisation

5° / 73

12 pts

Moyenne de la catégorie 4 pts

Le meilleur 33 pts

Données collectées sur le champ d'action

www Site internet 0 occurrence
SIT Fiche SIT 0 occurrence
Avis positifs 12 occurrences
Avis négatifs 0 occurrence

www Site internet

0 occurrence

0 pts 12 pts

Aucune donnée disponible

SIT Fiche SIT

0 occurrence

0 pts 12 pts

Aucune donnée disponible

Avis positifs

12 occurrences

+ 12 pts
3 pts 12 pts

So well preserved and looked after with stunning draping plants everywhere.

Traduire

La verdure est soignée, bien aménagée, le repavage soigneusement pensé.

The swimming pool and picturesque garden, complete with a few inviting chairs, made for a lovely spot to relax.

Traduire

Afficher plus

Avis négatifs

0 occurrence

0 pts 0 pts

Aucune donnée disponible



Greencast

influenceurs

Destinations engagées

Professionnels

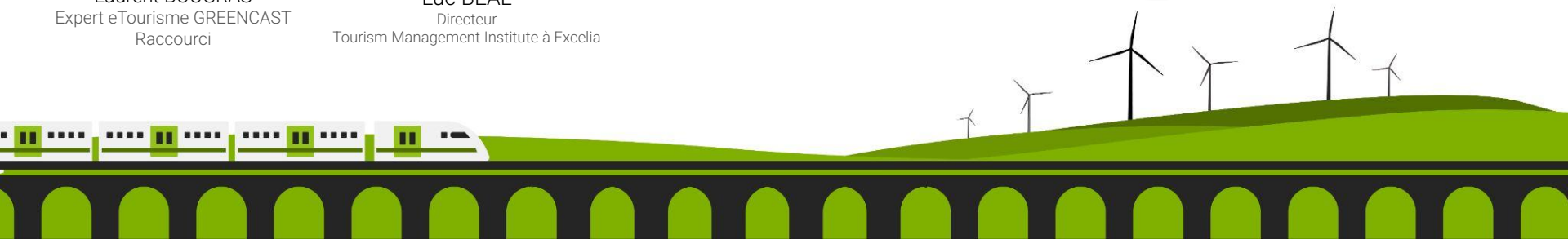
animé par **2 experts** en tourisme durable



Laurent BOUGRAS
Expert eTourisme GREENCAST
Raccourci



Luc BÉAL
Directeur
Tourism Management Institute à Excelia



Présentation d'une sélection de grandes tendances



CHÂTEAU DE LA MESSARDIÈRE - SAINT-TROPEZ

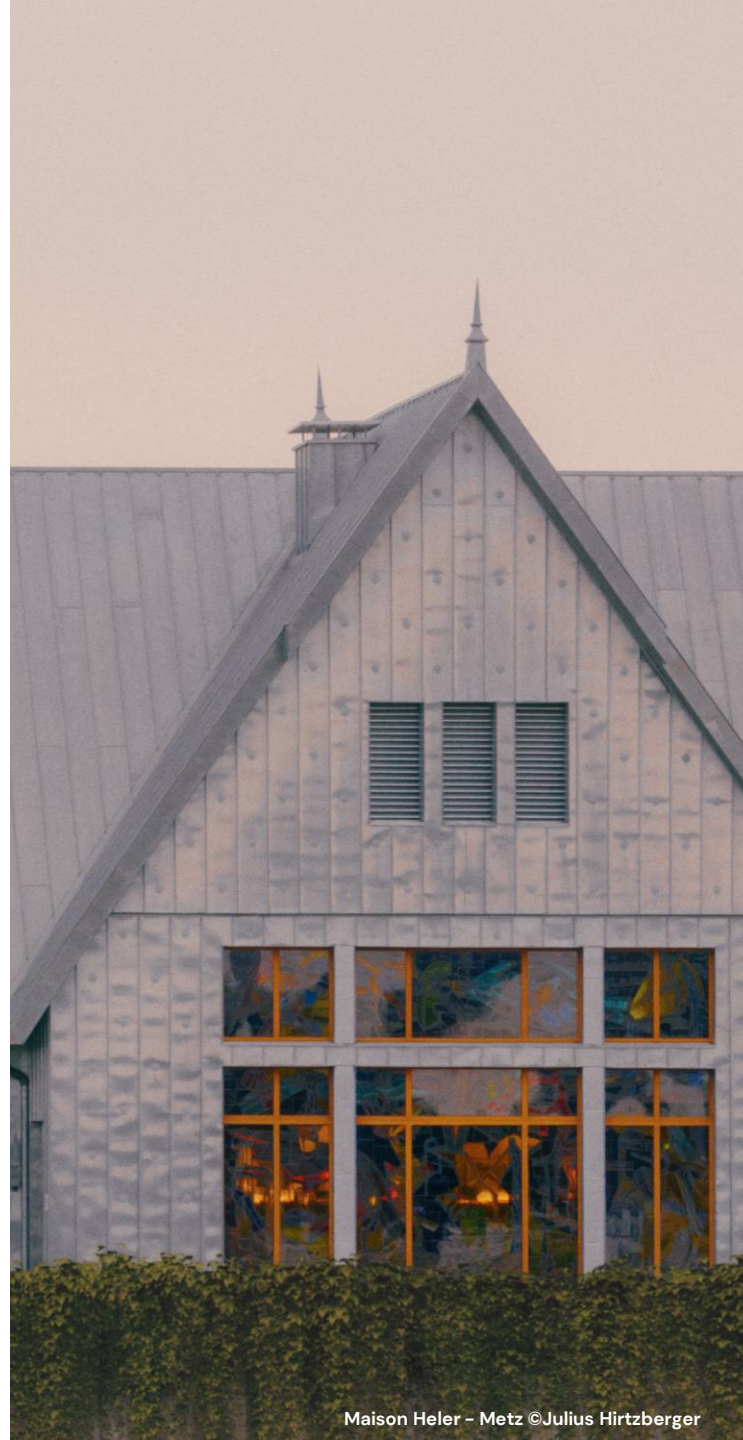
Tendances 2025

L'architecture et le design : facteurs clés de l'expérience client

L'architecture et le design : leviers d'identité, de différenciation et de satisfaction client

Trois dynamiques de conception :

- (i) Réhabilitation patrimoniale
- (ii) Hybridation des usages
- (iii) Ancrage territorial et culturel



Maison Heler - Metz ©Julius Hirtzberger



Hôtel du Couvent - Nice ©Giulio Ghirardi

Tendances 2025

Produits, services et expériences pour les familles : tendances et nouveaux concepts

Lieux de destination à la campagne :

Comment l'hôtellerie se réinvente pour répondre aux attentes de la clientèle familiale ?

Kids clubs :

Levier stratégique de l'hôtellerie haut de gamme et de luxe



A professional meeting in a modern lounge. A woman with braids and glasses sits on a blue sofa, gesturing while talking to a man in a blue suit and glasses who is also gesturing. In the background, another man and woman are visible. The room has warm lighting, a red cabinet, and a framed picture. A large teal diagonal graphic cuts across the center of the image.

RYDGE Éclairer
Entreprendre
Réussir

Notre
accompagnement
Secteur Hospitality
& Immobilier

RYDGE
CONSEIL

Vous proposer des solutions adaptées à l'ensemble du cycle de vie de vos projets

Des services sur-mesure mixant compétences sectorielles, opérationnelles et financières, coconstruits avec l'écosystème RYDGE Conseil (avocats, experts comptables...) et des partenaires externes (architectes, investisseurs...)

01



FINANCEMENT, TRANSMISSION, CESSIION

- Gestion et animation de processus compétitifs
- Recherche d'opérateurs et prise à bail
- Assistance à la levée de fonds et financement
- Acquisition et cession

02



CONSEIL ET EVALUATION

- Etudes de marché, benchmark
- Recommandations de concepts, repositionnements
- Modélisations de Business plans et analyses de sensibilité
- Evaluations et avis de valeur
- Diagnostics & due diligences d'exploitation

03



GESTION ET PILOTAGE

- Gestion comptable, sociale et fiscale
- Outils de pilotage et de suivi (Business Intelligence)
- Conseil juridique (RYDGE Avocats), social et fiscal
- AMO conseil, préprogrammation spatiale

Votre contact chez
RYDGE conseil

Maylis KNISPEL

Manager RYDGE Conseil

+33 (0)7 76 80 12 40

mknispel@rydge.fr

Merci !