

# L'Industrie Hôtelière Française

2025 | 48<sup>ème</sup> édition

# 48<sup>ème</sup> 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

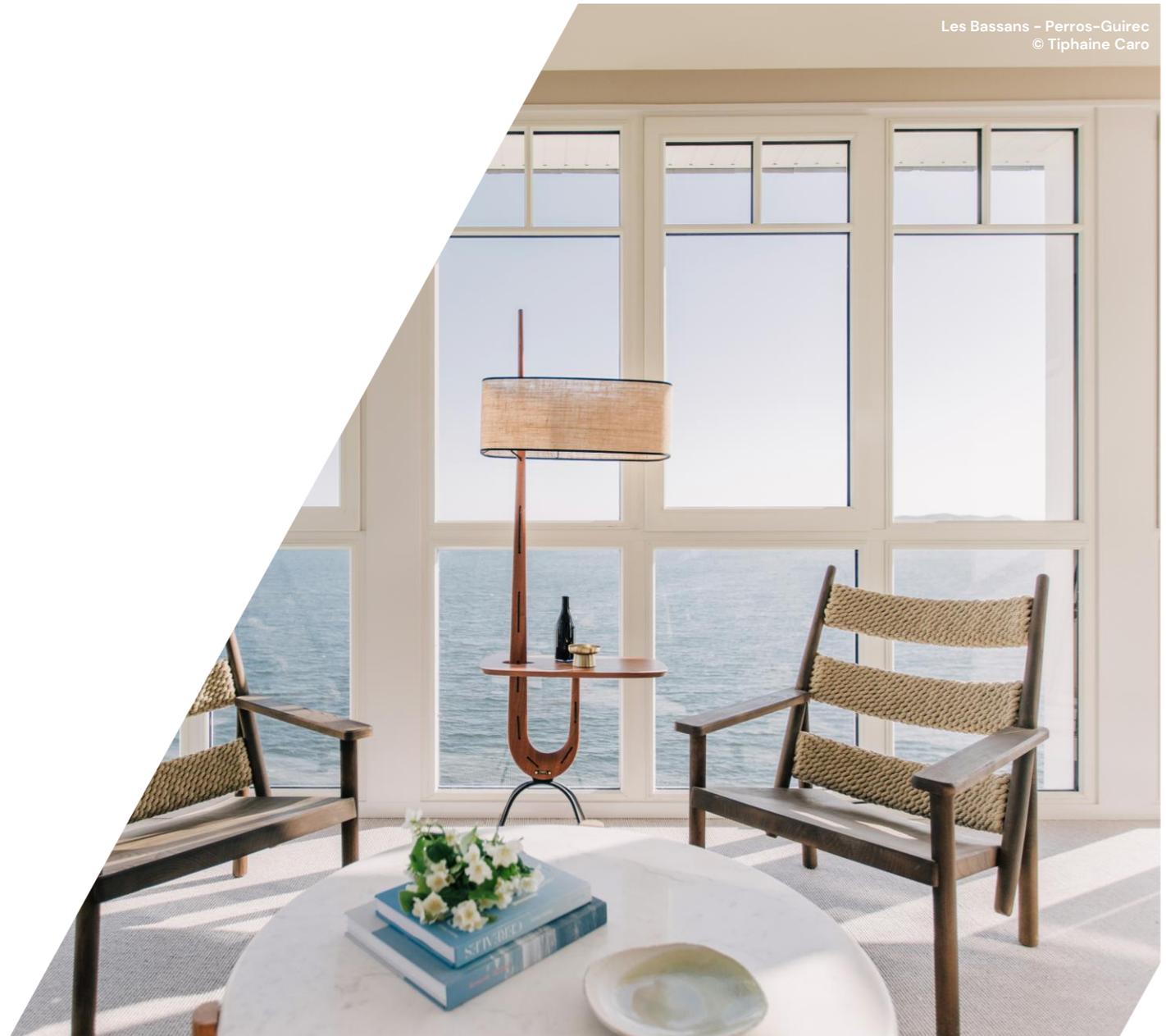
Panorama des transactions en Europe et en France

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



# + 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

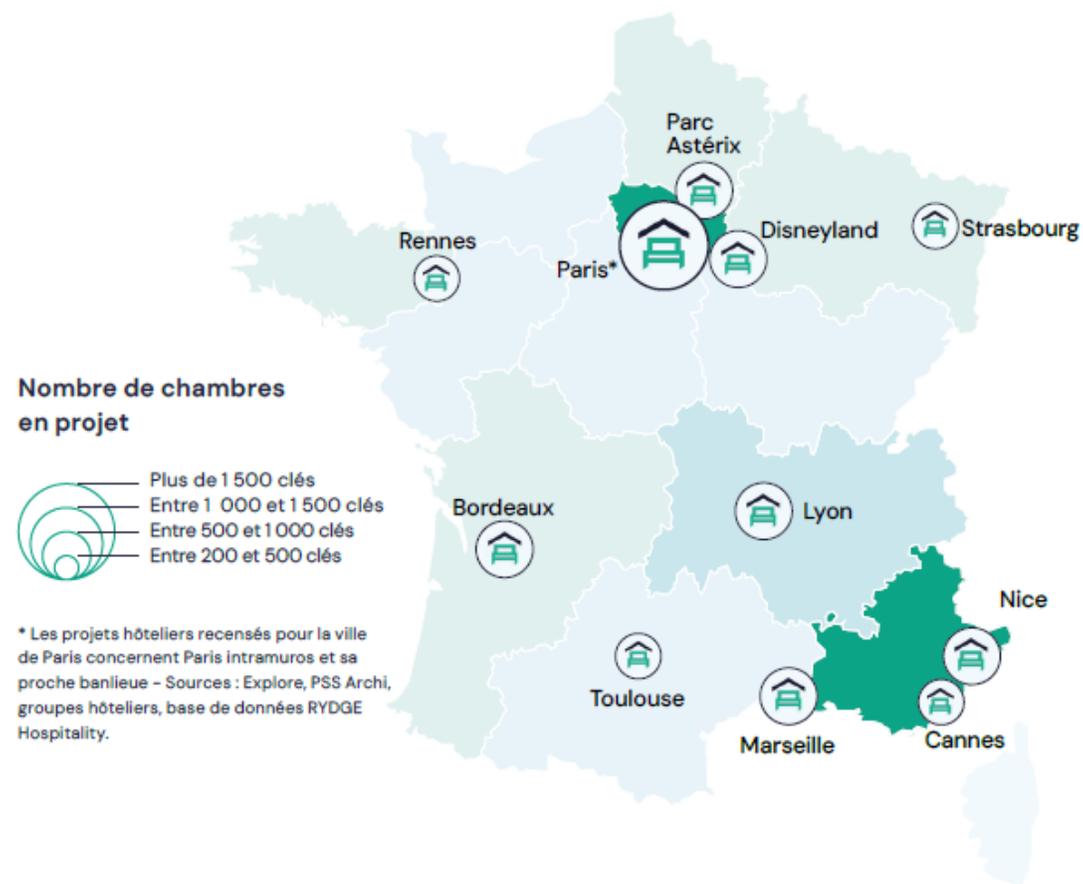
# 37%

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

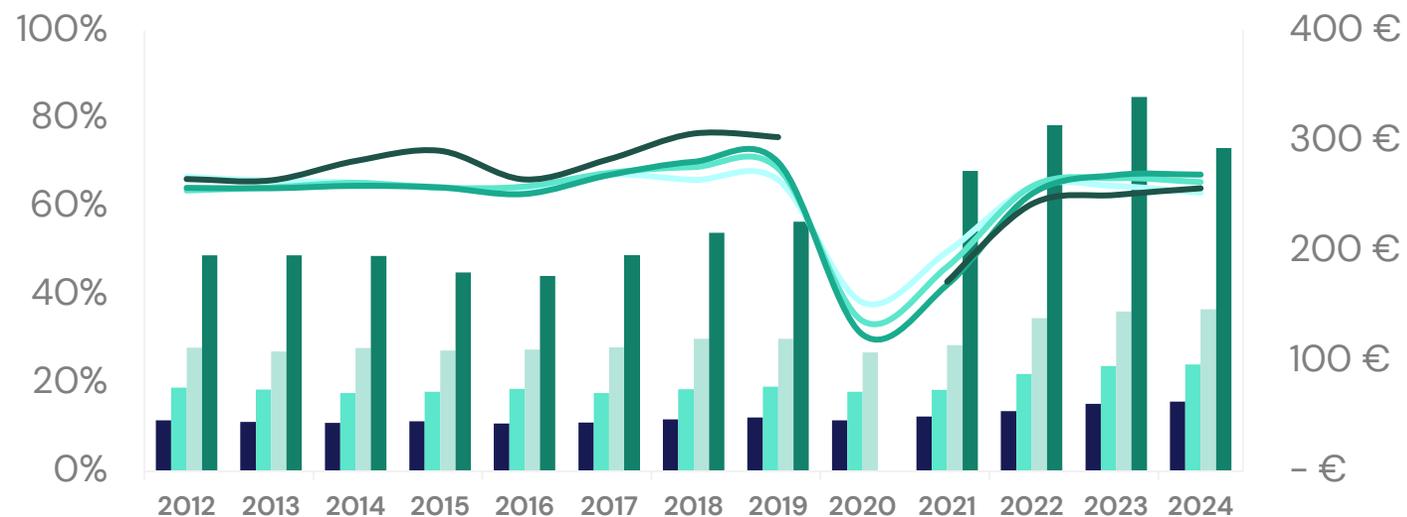


# Performances 2024 - 2025



HÔTEL DU COUVENT - NICE ©Giulio Ghirardi

# 2024 : stabilisation des performances commerciales globales



	5*	4*	3*	1/2*
Prix moyen HT 2024 vs. 2023 (%)	+0,5 %	+ 1,4 %	+ 1,7 %	+ 3,4 %
Taux d'occupation 2024 vs 2023 (pts)	+ 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)

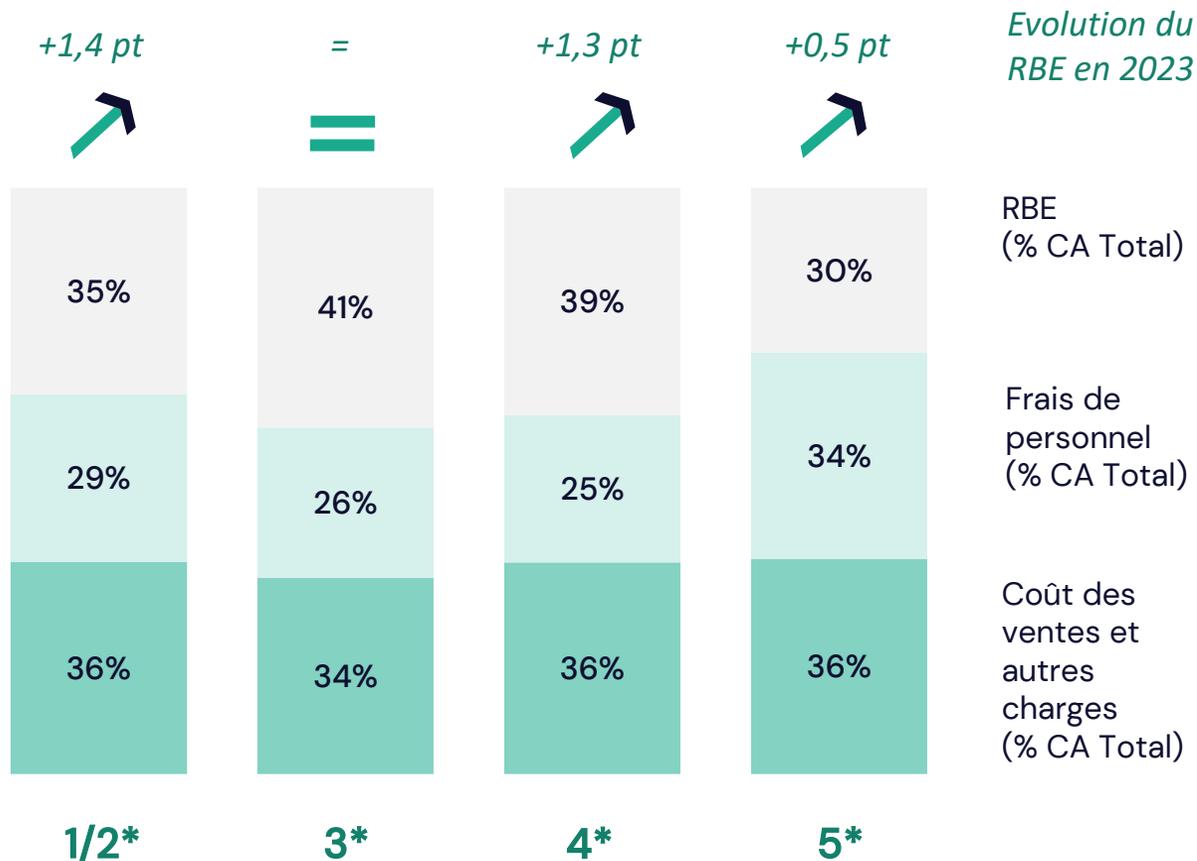
### Un été contrasté

- / 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**

Source : RYDGE Hospitality

# 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

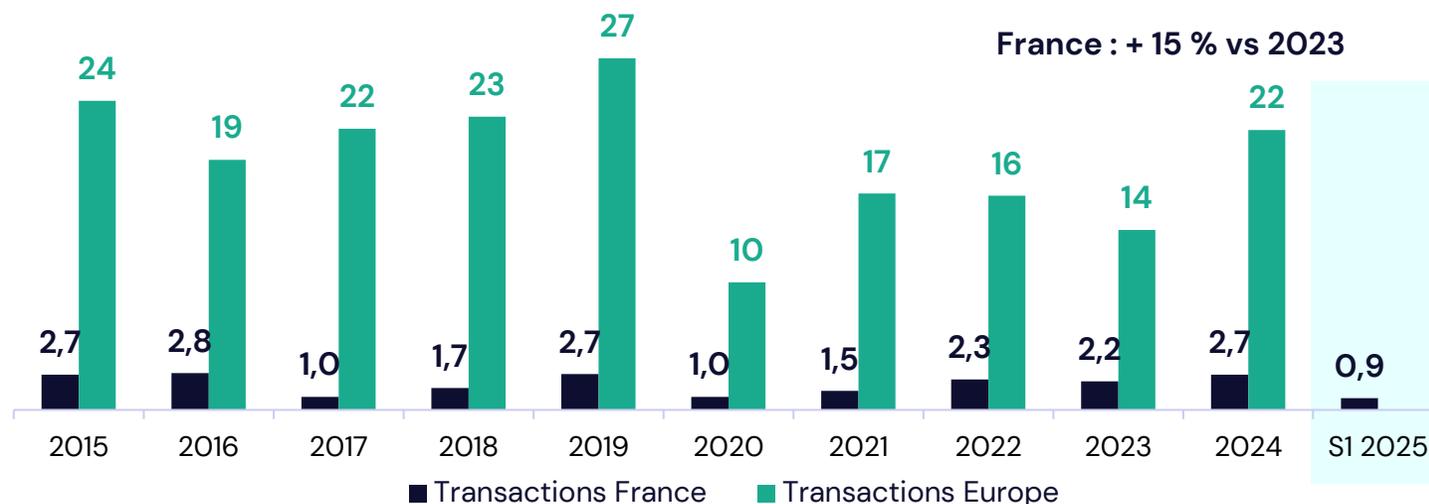
# Marché de l'investissement hôtelier français en 2024 et 2025



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 €)



## Ralentissement en 2025 : -40% en France au 1<sup>er</sup> semestre

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

### Faits marquants du 1<sup>er</sup> 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€)

# 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

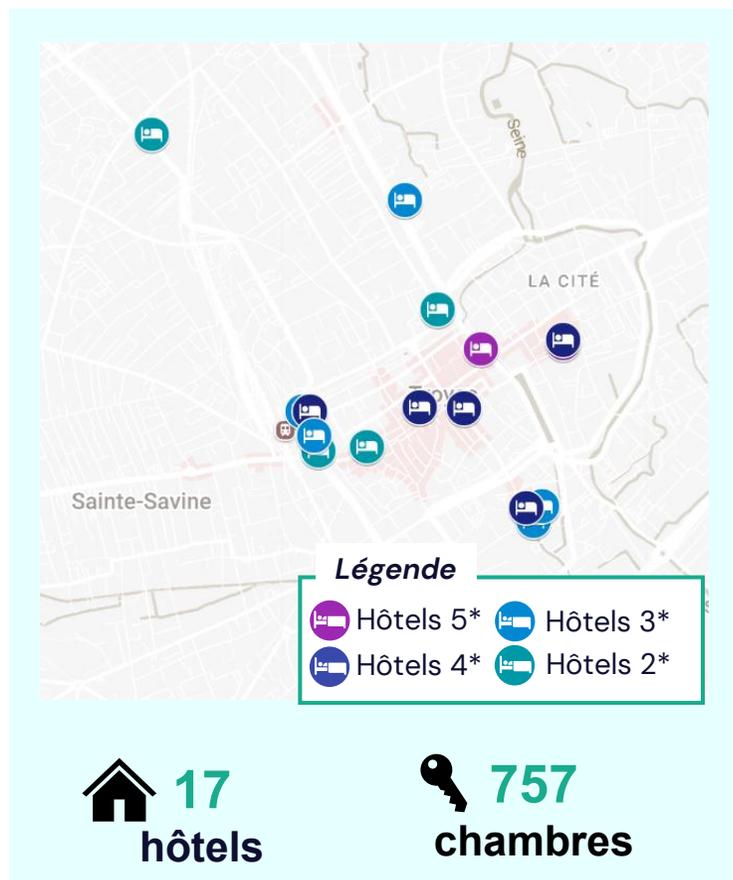


# Focus Troyes

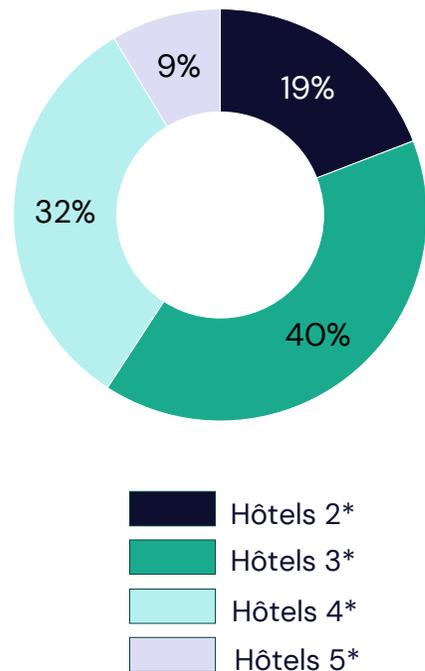


# Panorama de l'offre hôtelière à Troyes

## 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

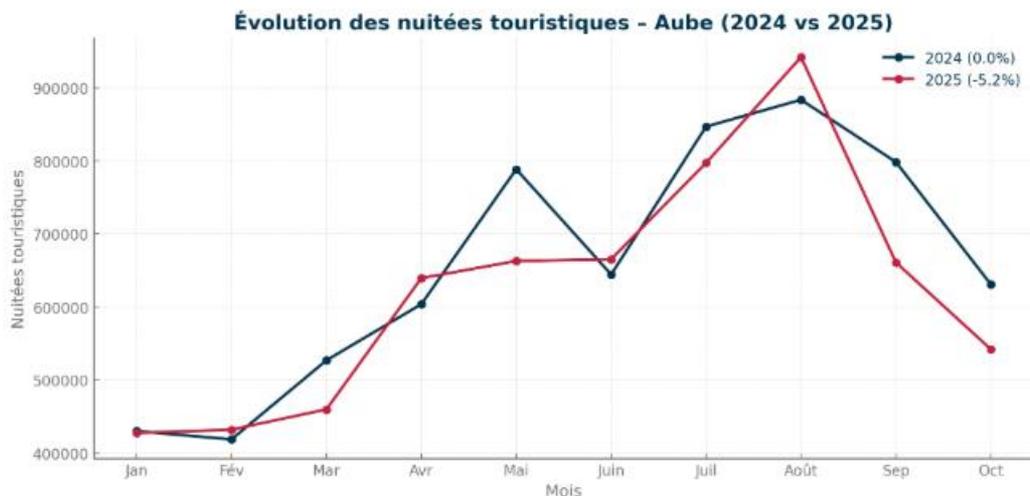


# **Bilan touristique Aube 2025**





# Nuitées Touristiques 2025



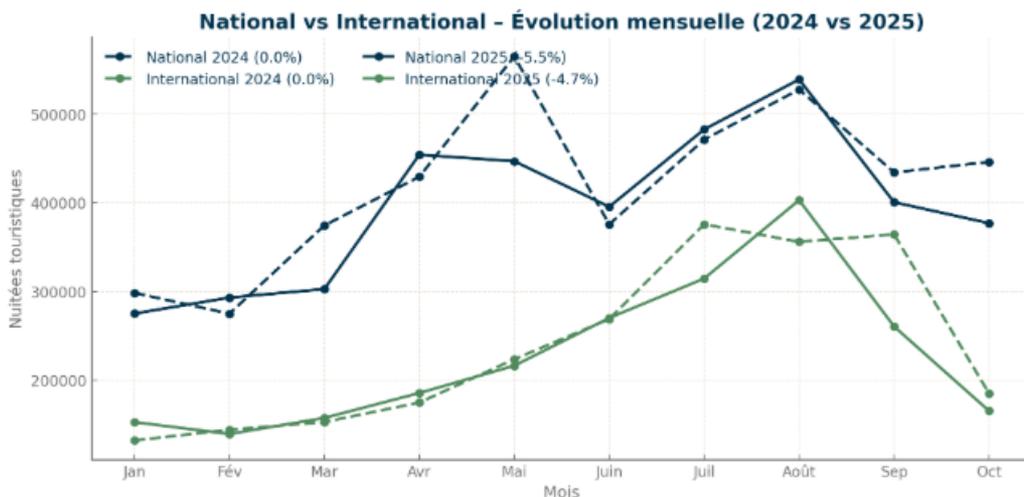
La fréquentation touristique totale recule de **-5,2 %** entre 2024 et 2025 sur la période janvier–octobre.

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



## 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

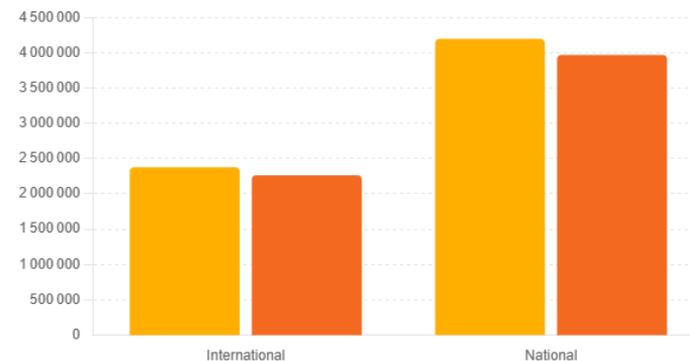
Var. relative : -4,7 %

Les **deux segments baissent**, mais :

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

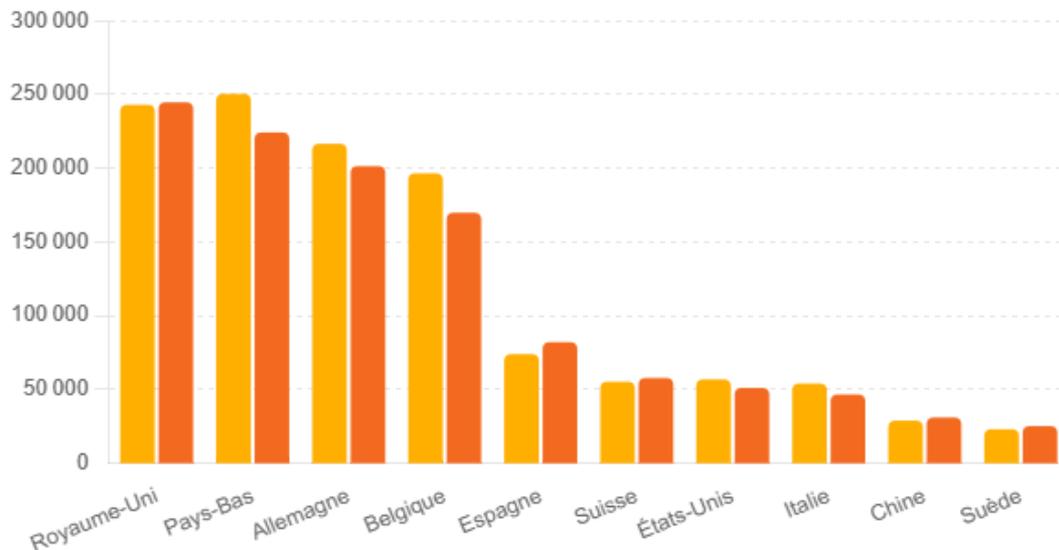
La part des nuitées internationales progresse légèrement (36,1 % → 36,3 %).

Le national reste dominant mais connaît une érosion plus marquée.





# 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 :

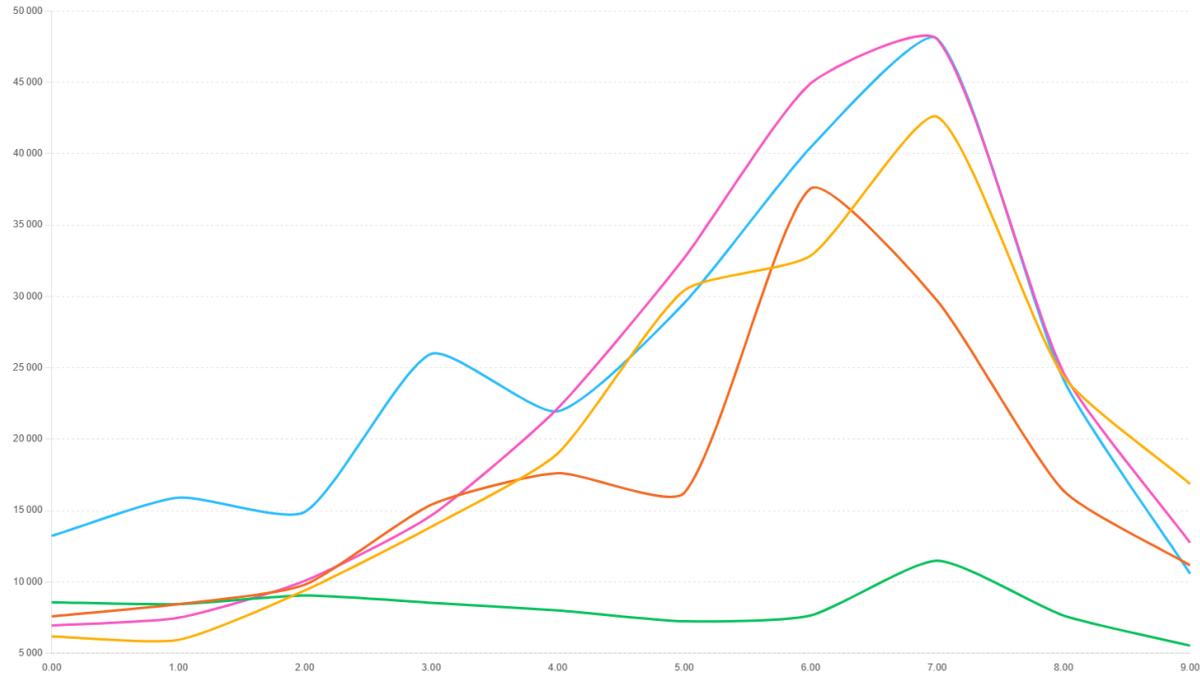
Progressions notables : **Espagne, Corée du Sud +95,9 %** (3 804 → 7 452), **Viêt Nam +50,6 %** (4 580 → 6 896), **Inde +16,8 %** (12 988 → 15 170)

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

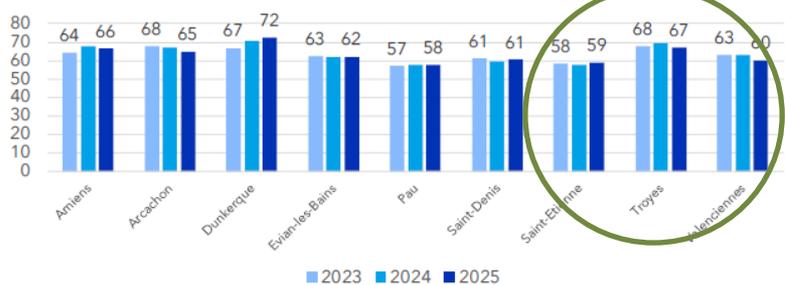
## HIT REPORT FRANCE CONGRÈS

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

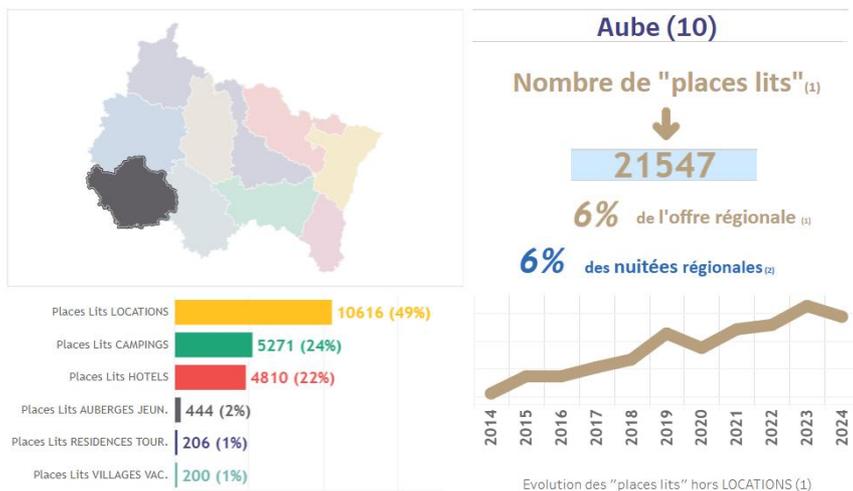


# **Les données structurelles touristiques 2025 vs 2024**

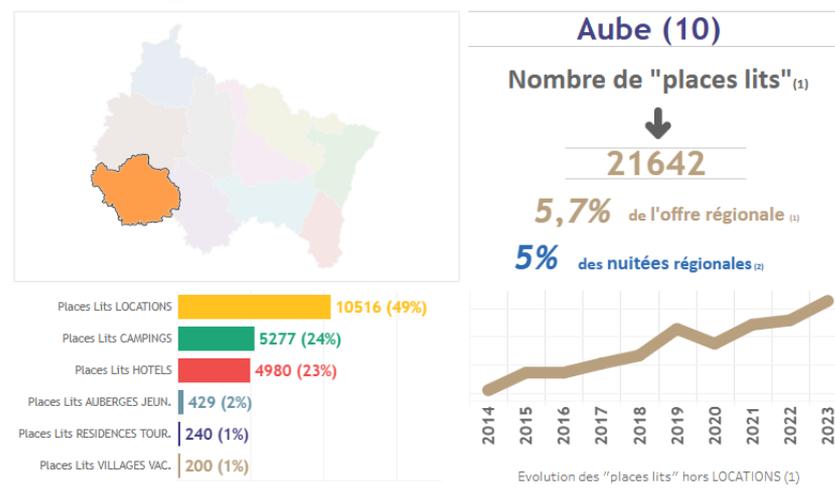


# Les données structurelles

## Nombres de lits disponibles



2025



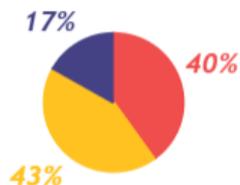
2024

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

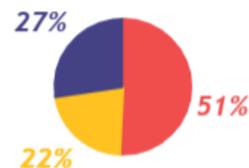


# Répartition par gamme d'hébergements touristiques

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 km<sup>2</sup>  
= densité touristique(3)

Moyenne GE  
16 lits /km<sup>2</sup>

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

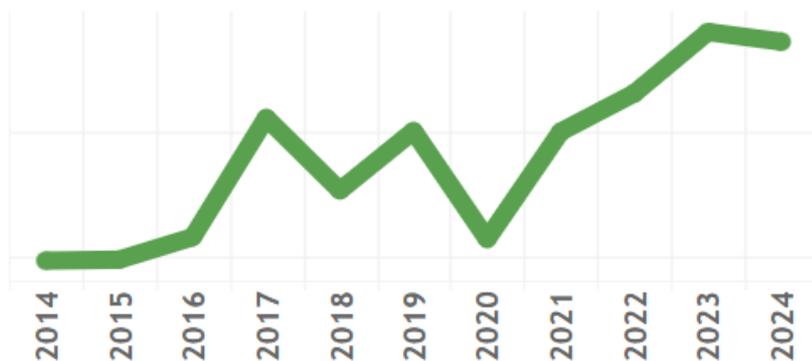
emplois salariés(5)

4,4%

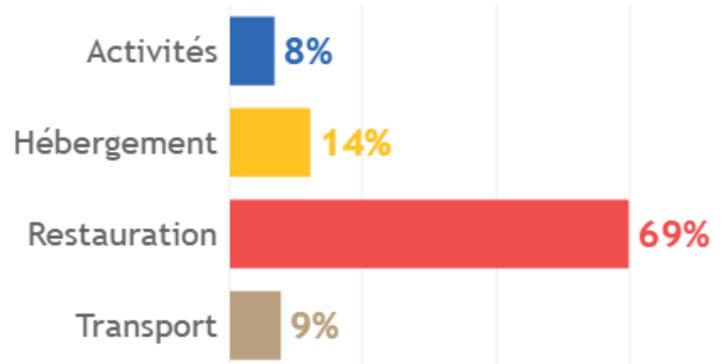
des emplois  
touristiques  
régionaux

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<sup>e</sup> 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
<b>CONGRÈS/SALONS</b>	<b>CULTURE/PATRIMOINE</b>	<b>ANIMATION/TRADITION</b>	<b>LOISIRS ET FAMILLE</b>	<b>EXPOSITIONS</b>	<b>EXPOSITIONS</b>
Fédération Française de Basketball (300pax) 09 - 11 janvier 2026 Convention BRIT Hotel – 300 pax 29 - 30 janvier	Bal vénitien - Château de La Motte-Tilly 13 & 14 février	Foire de Mars Troyes Dates à préciser	Un dimanche à la campagne Dates à préciser	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	Festival de la Photographie – 300 pax 04 - 06 juin Fin de l'exposition « Lavau, un prince celte en bord de Seine » MAM 21 juin
<b>EXPOSITIONS</b>		<b>TOURISME ET RÉSEAU</b>	<b>EXPOSITIONS</b>		<b>SPORT</b>
Exposition «Lavau, un prince celte en bord de Seine» - Musée d'art moderne 24 janvier - 21 juin		RDV du réseau Vignobles & Découvertes Dates à préciser	Exposition « Bartholdi, Champollion & le Sphinx » – Musée Camille Claudel 11 avril - 19 juillet		Triathlon des Lacs de l'Aube à Lusigny 06 juin Triathlon de Dienville 26 juin
			<b>LOISIRS</b>	<b>PATRIMOINE/CULTURE</b>	<b>MÉDIÉVAL</b>
			Ouverture Nigloland 04 avril	Ouverture du Site d'Avalleur 12 mai	Fête Médiévale Templière – Payns date à préciser
				<b>JARDINS/VINS/LOISIRS</b>	<b>ÉVÈNEMENT</b>
				Journée des Plantes à Bergères 14 mai Randonnée gourmande de Celles-sur-Ource 26 mai Champagne Party date à préciser	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
<b>EXPOSITIONS/CULTURE</b> Exposition Renoir « Victor Baroni, peintre minéral » 04 juillet - 30 août	<b>ÉCOTOURISME</b> La Route du Champagne en Fête 2026 1 & 2 août	<b>AUTOMOBILE</b> Les 48 Heures Automobiles de Troyes 11 - 13 septembre	<b>MUSIQUE</b> Nuits de Champagne 17 - 24 octobre	<b>ARTS</b> Théâtre immersif – La Motte-Tilly date à préciser	<b>NOËL</b> Marché de Noël date à préciser
<b>SPORT/NATURE</b> Trail d'Avallieur date à préciser	<b>MÉDIÉVAL</b> Fête médiévale d'Ervy-le-Châtel date à préciser	<b>MÉDIÉVAL/PATRIMOINE</b> Fête médiévale d'Avallieur 12 & 13 septembre	<b>ÉCOTOURISME</b> Vignobles en Scène 17 & 18 octobre	Fin de la Biennale « L'art est dans le pré » 09 novembre	
<b>FESTIVALS</b> Urville Festival 17 & 18 juillet		<b>MUSIQUE CLASSIQUE</b> Just Classik Festival – Troyes date à préciser	<b>PATRIMOINE/EXPOS</b> Fin de l'exposition Comtes de Champagne – Cité du Vitrail 05 octobre		
<b>CONGRÈS</b> Congrès CEA – International – 300 pax 06 - 10 juillet		<b>FESTIVALS</b> Pyrofestival 26 septembre			
		<b>CONGRÈS/FORUMS</b> 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

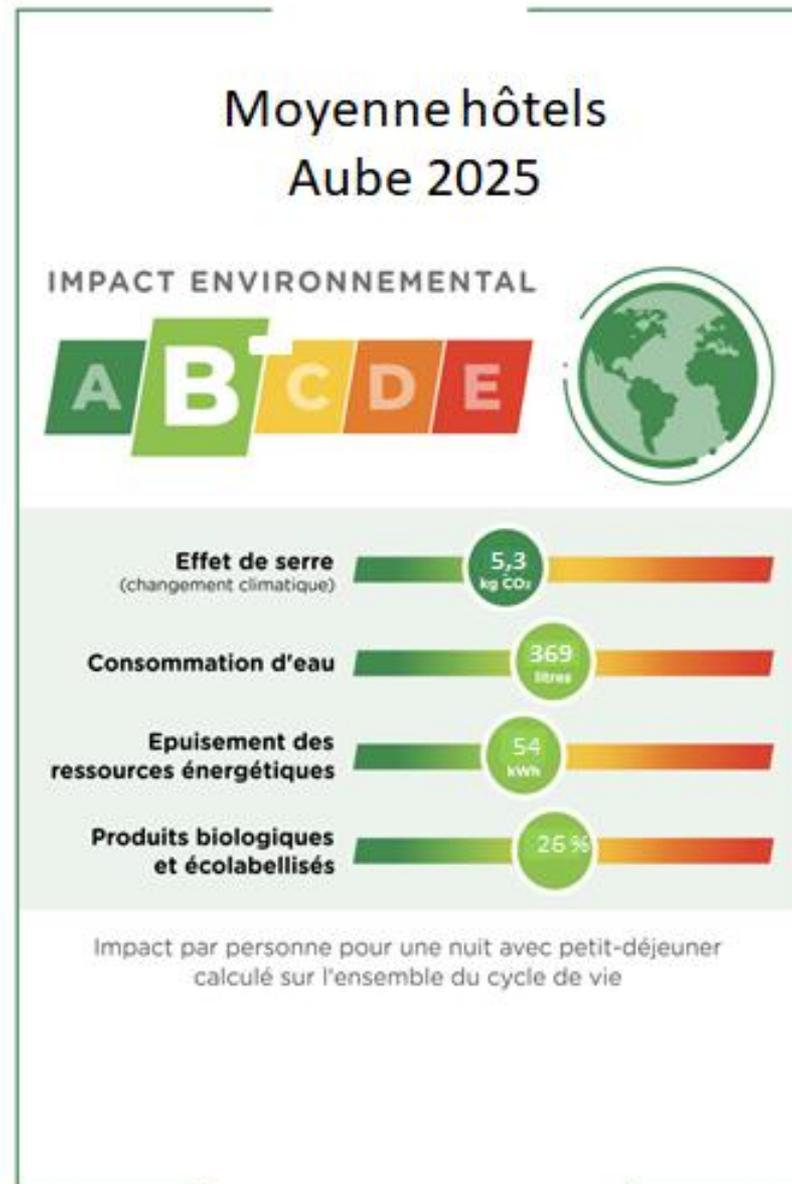
- **70 % du parc hôtelier** est désormais engagé dans l'affichage environnemental
- **Note de l'indice global :**  
Aube 2025 : 47,30 (moyenne B-) / Moyenne nationale : 45,71 (B)
- **Effet de serre (kg CO<sub>2</sub> / nuitée)**  
Aube : 5,3 kg CO<sub>2</sub> / National : 5,7 kg CO<sub>2</sub>
- **Eau 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 CO<sub>2</sub> 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.



# La Donnée de Paiement au service de la connaissance du tourisme

*Avec l'observatoire*

**scan** des  
paiements





PAYMENT SERVICES

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

Paielements 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

PAYMENT SERVICES

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

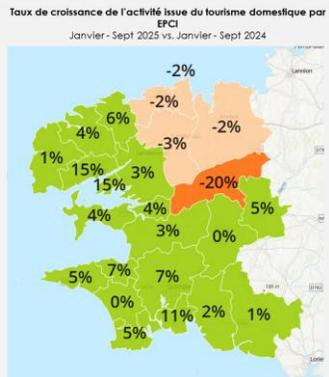
Outil d'intelligence économique au service de la connaissance territoriale.



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

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

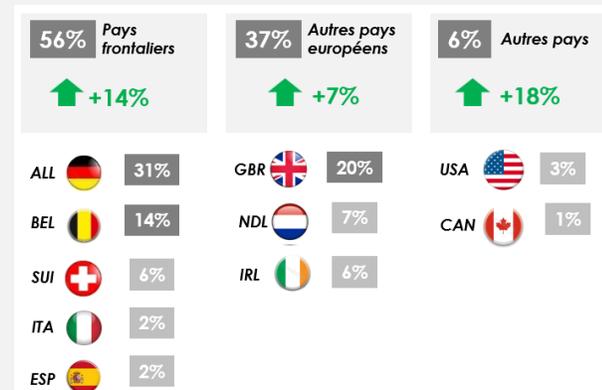
**Analyses territoriales (niveau EPCI)**



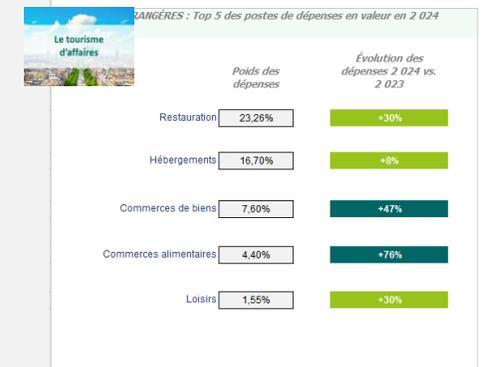
**Analyses sectorielles**



**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**



orange™

## 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 :

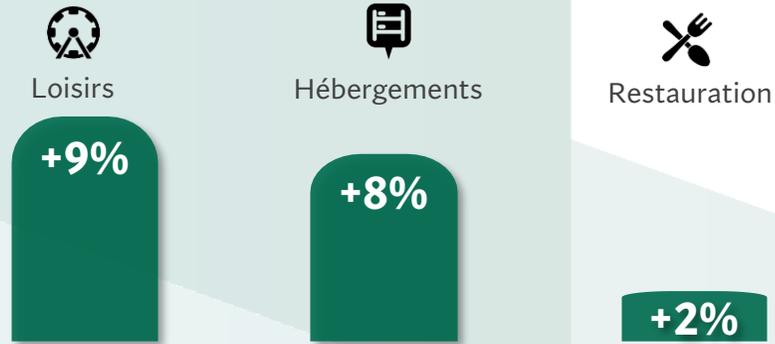
- **Objectiver l'impact économique** des évènements sur le territoire
- **Construire des business-plan d'accompagnement** des installation touristiques

# 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)

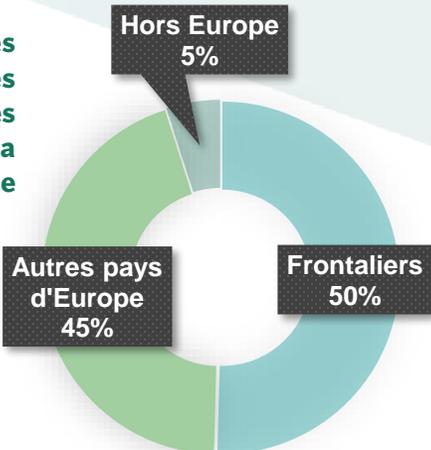


Territoire CC du Barséquanais en Champagne +11%

Période Avril – Août 2025 (vs. Même période 2024) +20%

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

Répartition des dépenses des cartes étrangères selon la provenance

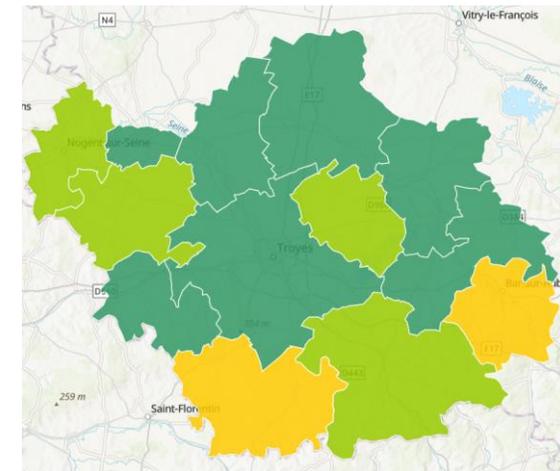


Évolution des dépenses des cartes étrangères Janvier – Octobre 2025 (vs. Même période 2024)

+11%



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

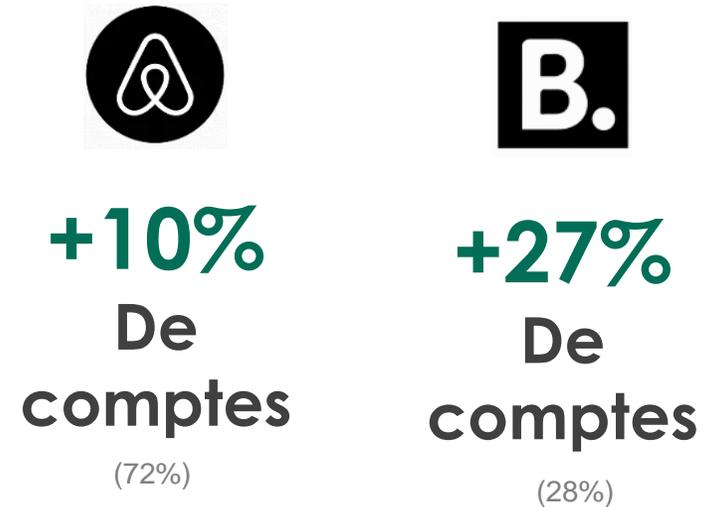
(périmètre des commerçants communs sur les 2 périodes : actifs en 2024 ET en 2025)



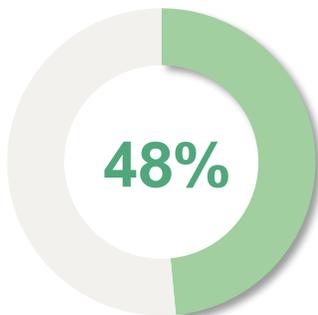
## Les comptes qui perçoivent un virement de Airbnb et Booking

Janvier – Octobre 2025 Vs. Même période 2024

(périmètre des comptes du Crédit Agricole Champagne Bourgogne)



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



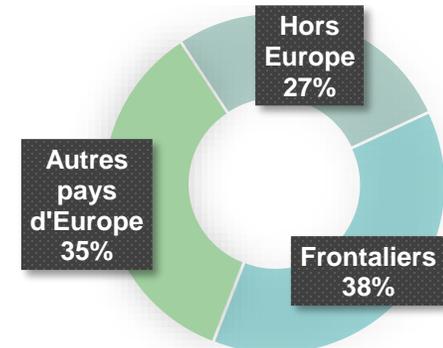
des dépenses auprès des professionnels de l'hébergement sont issues des cartes étrangères

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 !*

**Green**cast

Sustainable Tourism

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\***

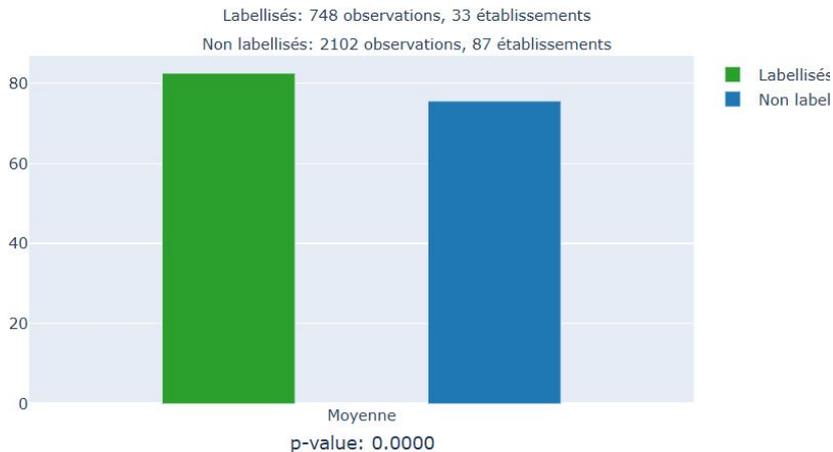
Enquête Excelia 2025

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

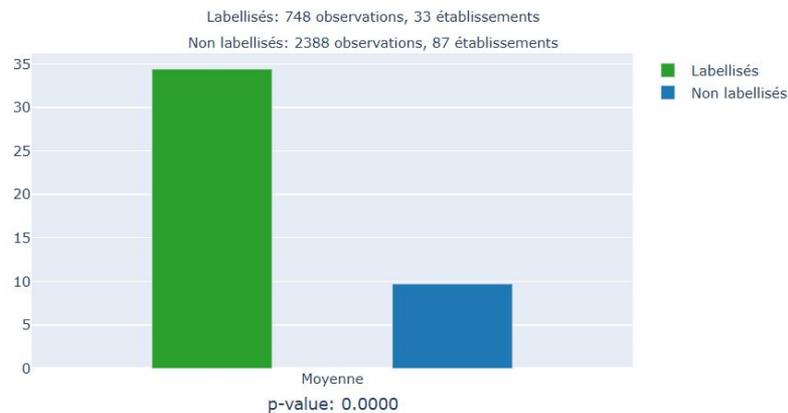
## Comparaison avant vs après labellisation



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

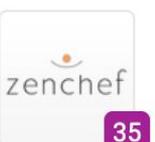
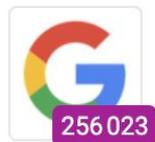


Le guide ADN Tourisme ATD recense **50 labels** pouvant intégrer des critères environnementaux tels qu'ils sont définis par GreenCAST. Certains d'entre-eux seront **progressivement ajoutés au référentiel GreenCAST**



GreenCAST analyse les contenus des avis clients sur plateformes suivantes :

## Avis voyageurs





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

le **score** GreenCAST  
Total des points cumulés pour chacune des thématiques

241 pts

**RSE**  
27 pts

**Déchets**  
14 pts

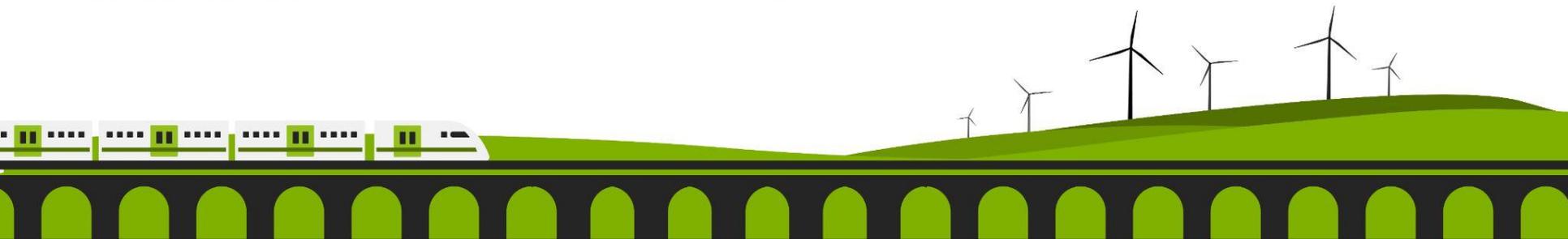
**Biodiversité**  
78 pts

**Mobilité**  
22 pts

**Énergie - CO<sub>2</sub>**  
21 pts

**Eau**  
24 pts

**Économie circulaire**  
56 pts



le score

**Green**cast  
s u s t a i n a b l e t o u r i s m

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

241 pts



**Mobilité**  
22 pts



**Énergie - CO<sub>2</sub>**  
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 ✓

Énergie 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

Égalité, 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 ✓

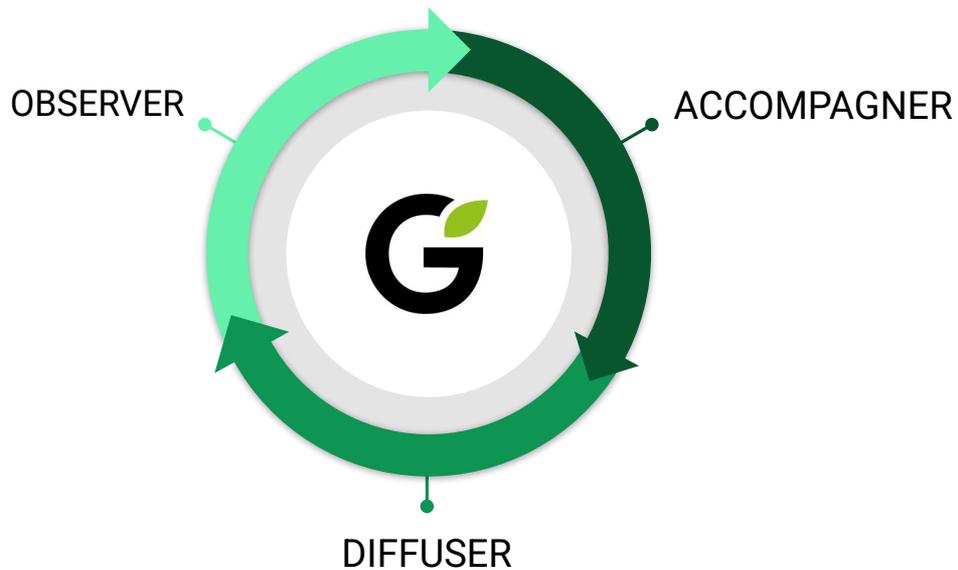
Végétalisation ✓

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



Retour

Tous les thèmes

Mobilité

Énergie CO2

Eau

Économie circulaire

RSE

Déchets

Biodiversité

Nb de points GreenCAST :



Les meilleurs GreenCAST score 55 résultats

	<b>Hôtel des jardins</b> 	<b>Mobilité 51 pts</b>   <b>Énergie CO2 21 pts</b> <b>Eau 12 pts</b>   <b>Economie circulaire 20 pts</b> <b>RSE 7 pts</b>   <b>Déchets 11 pts</b>   <b>Biodiversité 25 pts</b>	<b>Green</b> cast 145 pts
	<b>Hôtel des voyageurs</b> 	<b>Mobilité 33 pts</b>   <b>Énergie CO2 2 pts</b> <b>Eau 6 pts</b>   <b>Economie circulaire 37 pts</b> <b>RSE 20 pts</b>   <b>Déchets 7 pts</b>   <b>Biodiversité 28 pts</b>	<b>Green</b> cast 131 pts
	<b>Hôtel de la plage</b>	<b>Mobilité 56 pts</b>   <b>Énergie CO2 11 pts</b> <b>Eau 8 pts</b>   <b>Economie circulaire 24 pts</b> <b>RSE 16 pts</b>   <b>Déchets 0 pts</b>   <b>Biodiversité 15 pts</b>	<b>Green</b> cast 128 pts
	<b>Hôtel du centre</b> 	<b>Mobilité 79 pts</b>   <b>Énergie CO2 4 pts</b> <b>Eau 7 pts</b>   <b>Economie circulaire 11 pts</b>	<b>Green</b> cast 126 pts



Hôtels



Campings



Restaurants



Activités



Sélections



## ACCOMPAGNER

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



-  Hôtels
-  Campings
-  Restaurants
-  Activités
-  Sélections
- 



### Hôtel des jardins

#### Données collectées

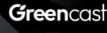
www	Site internet	SIT	Fiche SIT	 Avis positifs	 Avis négatifs	 Autres sources : 2	 acceslibre	 Labels : 2	 		
0	occurrence	52	occurrences	341	occurrences	55	occurrences	8	critères	45	critères

#### 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 à l'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.



## 145 pts

1<sup>e</sup> /140

Moyenne de la catégorie	 71 pts
Le meilleur	 152 pts
<a href="#">Hotel de la Plage</a>	

#### Thèmes

**Tous les thèmes** 11/14 145 pts

293 occurrences : www 0 SIT 52  341  55

Critères labels :  45  Critères autres sources : 8  71 pts  152 pts

**Mobilité** 51/14 51 pts

65 occurrences : www 0 SIT 3  50  12

Critères labels :  10  Critères autres sources : 2  45 pts  55 pts

**Économie circulaire** 61/14 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** 21/14 21 pts

15 occurrences : www 0 SIT 2  10  2

Critères labels :  2  Critères autres sources : 2  15 pts  43 pts

**Pédestre** 18/14 18 pts

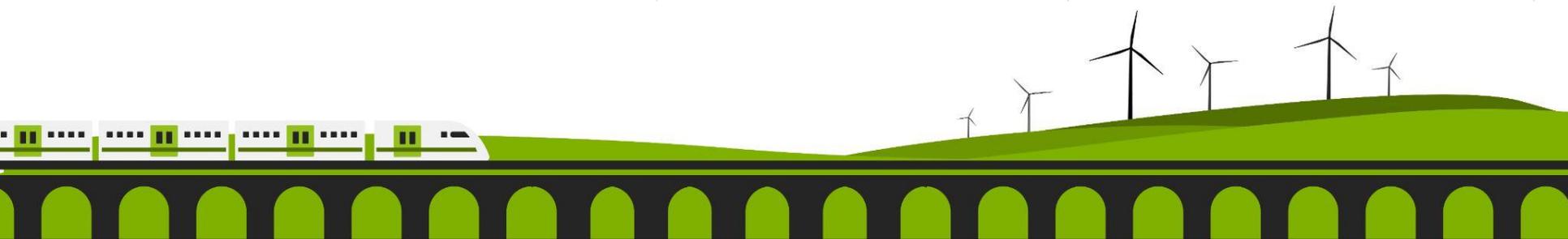
20 occurrences : www 0 SIT 1  14  3

Critères labels :  3  Critères autres sources : 3  13 pts  44 pts

**Transport collectif** 32/14 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**

Greencast
HÔTEL LE MONAL


**L'établissement est labellisé Clef Verte qui a certifié en date du 13/06/2024 la mise en place d'un suivi la consommation d'eau, de détection des fuites, d'équipements économes (machine à laver le linge, sanitaire) ainsi que de sensibilisation sur la réutilisation du linge, ainsi que de sensibilisation sur la réutilisation du linge.**

**La Clef Verte**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

**Green Globe**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

Responsabilité sociale de l'entreprise
A

	Mobilité	
	Biodiversité	
	Economie Circulaire	
	Eau	
	Déchets	
	Energie CO2	

**Responsabilité sociale de l'entreprise**

A quoi correspond ce thème ?

Description du thème Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

---

Quels champs d'action comprend ce thème ?

**Egalité, protection, inclusion**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

**Gestion durable**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

**Personnel formé aux pratiques environnementales**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

**Sensibilisation aux pratiques durables**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.



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	SIT Fiche SIT	Avis positifs	Avis négatifs
0 occurrence	1 occurrence	4 occurrences	0 occurrence

www Site internet  
0 occurrence  
Aucune donnée disponible

SIT Fiche SIT  
1 occurrence  
+ 3 pts  
0 pts 3 pts  
A disposition deux chargeurs pour voiture électrique (Tesla et Porsche) au tarif de 50 euros.

Avis positifs  
4 occurrences  
+ 5 pts  
1 pts 10 pts  
Por un monto extra pudimos parquar 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.

Avis négatifs  
0 occurrence  
Aucune donnée disponible

très réussi et agréable  
Avis de Jean  
mardi 11 octobre 2022  
Excellent 9/10  
hôtel charmant accueil de grande qualité possibilité de recharger sa voiture électrique dîner sur place excellent

0 pts 0 pts



Economie circulaire

Alimentation locale

### 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 hôtel de charme comme je le aime!

Avis de Dorothee Heurdequin

mercredi 29 janvier 2025



Excellent

10/10

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 étaiant 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 5 pts **4 pts**  
Le meilleur 12 pts **33 pts**

#### Données collectées sur le champ d'action

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

#### www Site internet

0 occurrence 0 pts

Aucune donnée disponible

#### SIT Fiche SIT

0 occurrence 0 pts

Aucune donnée disponible

#### ✔ Avis positifs

12 occurrences + 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

Aucune donnée disponible



# Greencast

**influenceurs**

Destinations engagées

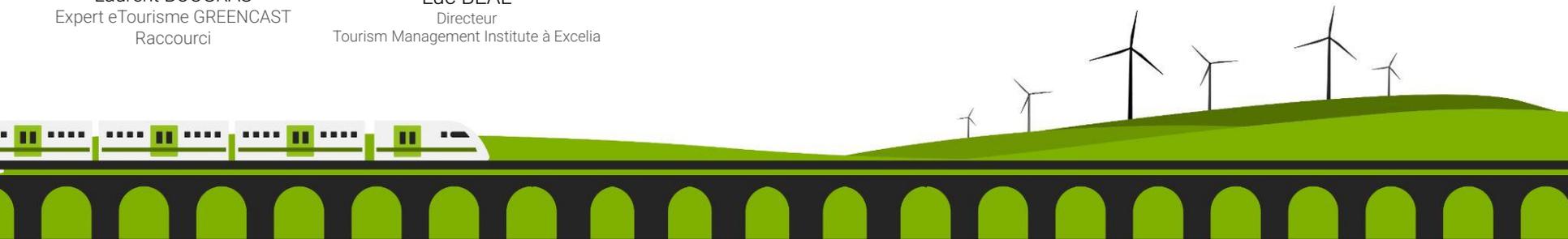
Professionnels

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



Château de Villiers-le-Mahieu - Villiers-le-Mahieu ©Marissa Curated



**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](mailto:mknispel@rydge.fr)

**Merci !**