Dossier de presse - Sept 2026

EQUIPHOTEL
PARIS

HÔTELLERIE 2026 :
Décrypter les attentes des voyageurs pour mieux adapter l'offre hôtelière

EQUIPHOTEL dévoile les résultats de son étude réalisée par Coach Omnium auprès de 603 clients d'hôtels français et internationaux

La réservation directe regagne du terrain, le digital progresse sans remplacer l'accueil humain, les attentes liées à la chambre restent centrées sur les fondamentaux et le wellness s'installe comme un marqueur de l'hôtellerie haut de gamme : l'étude réalisée par Coach Omnium pour EquipHotel révèle les tendances actuelles et les évolutions dans le rapport des voyageurs à l'hôtel en 2026.

À l'heure où l'hôtellerie se transforme sous l'effet de la digitalisation et cherche à se moderniser, quels repères comptent encore vraiment pour les voyageurs et lesquels ont évolué ?

Comprendre les évolutions de l'hospitalité dans le temps

Pour le mesurer, EquipHotel a confié à Coach Omnium une étude quali-quantitative menée en face-à-face auprès de 603 voyageurs français et internationaux séjournant au minimum une fois par an dans un hôtel en France. Réalisée entre février et mars 2026, elle couvre toutes les générations, les différentes gammes d'établissements ainsi que les séjours privés et professionnels.

Cette nouvelle enquête s'inscrit dans la continuité des études réalisées par Coach Omnium tous les cinq ans en moyenne, les deux dernières ayant été menées en 2017 et 2022.. Cette mise en perspective permet de mesurer concrètement l'évolution des comportements et des attentes des voyageurs au fil des années.

Une lecture qui prend tout son sens pour EquipHotel, dont l'édition 2026, placée sous le thème « L'Hospitalité plurielle », réunira du 2 au 5 novembre à Paris Porte de Versailles les professionnels, les innovations et les savoir-faire qui accompagnent les transformations du secteur.

Les principaux résultats de l'étude

Les étoiles perdent de leur influence dans le choix de l'hôtel
Le classement par étoiles pèse de moins en moins dans les critères de choix d'un hôtel. Seuls 8 % des voyageurs déclarent aujourd'hui en tenir compte contre **14 %** en 2017 et **16 %** en 2022. Les critères qui guident prioritairement leur choix restent la localisation, le prix et l'e-réputation. Les notes et avis laissés en ligne par les autres voyageurs prennent notamment une place croissante : ils comptent aujourd'hui pour **44 %** des clients interrogés, contre **35 %** en 2017. À l'inverse, les programmes de fidélité comme les labels et engagements environnementaux ne sont cités que par **1 %** des voyageurs parmi leurs critères de choix.

Dans le même temps, les plateformes occupent une place prépondérante dans la phase de recherche : **70 %** des voyageurs les utilisent pour rechercher un hôtel. **66 %** des clients y réservent encore leur hôtel, une proportion qui n'a toutefois pas progressé depuis 2022.

Parallèlement, de nouveaux usages émergent : **5 %** des voyageurs utilisent désormais une intelligence artificielle ou un réseau social dans leur recherche d'hôtel.

La réservation directe regagne du terrain
Si les plateformes restent très présentes dans le parcours de recherche, **42 %** des voyageurs finalisent désormais leur réservation directement auprès de l'hôtel contre **30 %** en 2017. Une progression que Coach Omnium rapproche notamment de la professionnalisation des hôteliers sur le digital, avec des sites plus valorisants et des moteurs de réservation plus ergonomiques, fluides et sécurisants.

Le digital progresse sans remplacer l'accueil humain
Applications, bornes automatiques, check-in dématérialisé… Si la technologie s'est installée dans le parcours client, elle n'a pas remplacé le besoin de contact. **58 %** des voyageurs préfèrent que leur procédure d'accueil soit réalisée par un ou une réceptionniste. Une attente qui traverse les générations et les différentes catégories d'hôtels. Parmi ceux qui réservent directement auprès de l'hôtel, **44 %** le font encore par téléphone. L'arrivée à l'hôtel reste par ailleurs un moment déterminant en matière d'hospitalité : **28 %** des voyageurs citent spontanément l'accueil et/ou un personnel agréable comme première source de contentement à leur arrivée. Le numérique apparaît ainsi davantage comme un outil destiné à simplifier et fluidifier l'organisation et la gestion de l'hôtel. En matière d'accueil client, la présence humaine reste toutefois essentielle.





Dans la chambre, retour aux fondamentaux et à l'intimité

Malgré l'évolution des concepts et des aménagements, les priorités restent très concrètes : **60 %** des voyageurs sont sensibles à la propreté de leur chambre et 49 % à la qualité de la literie, deux premiers éléments essentiels qui ressortent spontanément. Le wifi est jugé important par **96 %** et la présence d'une prise de courant à la tête du lit est considérée comme très importante par **73 %.**

L'étude met également en évidence un décalage avec certains partis pris développés ces dernières années dans l'hôtellerie : **68 %** des voyageurs n'apprécient pas que la salle de bains soit ouverte sur la chambre. Autre enseignement très concret : **83 %** préfèrent la douche à la baignoire ce qui était déjà le cas en 2017 **(85 %)**. Les voyageurs semblent également prêts à faire évoluer certaines habitudes pour limiter l'impact environnemental de leur séjour **: 68 %** considèrent positivement le fait de ne pas changer les serviettes quotidiennement. Quant à l'initiative pris par certains hôteliers de ne pas faire la chambre tous les jours, pour des questions économiques ou organisationnelles plus qu'environnementales, **48 %** le perçoit plutôt positivement. Ces résultats replacent le confort, la fonctionnalité et l'intimité au centre de la réflexion sur l'aménagement des chambres.



La personnalisation au cœur des attentes des voyageurs

Au-delà de ces fondamentaux, la personnalisation reste appréciée. Près de 6 voyageurs sur 10 aiment que l'hôtelier anticipe certaines de leurs préférences dans la chambre : boissons et snacks personnalisés dans le mini-bar arrivent en tête, devant la mise à disposition de produits adaptés, une température ajustée dans la chambre ou encore le choix de l'oreiller.

Le wellness devient progressivement un marqueur du haut de gamme
Le bien-être n'est plus seulement perçu comme un service complémentaire. **82 %** des voyageurs jugent la présence d'un spa importante, voire indispensable, dans l'hôtellerie haut de gamme contre **18 %** dans l'hôtellerie de milieu de gamme.

Plus significatif encore, **34 %** des clients de l'hôtellerie haut de gamme (4 étoiles) considèrent désormais la présence d'un spa comme indispensable, contre **21 %** en 2022. Plus d'un client d'hôtel haut de gamme sur trois fait du spa un service essentiel à son séjour.

Cette progression se retrouve également dans les pratiques : parmi les voyageurs fréquentant des hôtels équipés d'un spa, **15 %** déclarent réserver souvent des massages ou des soins contre seulement **2 %** en 2022.

La piscine ou le bassin arrive en tête des équipements préférés et est cité par **75 %** des personnes interrogées. Par ailleurs **41 %** accordent de l'importance à l'engagement environnemental du spa.

Au petit-déjeuner, le fait maison et le bio gagnent du terrain
Le petit-déjeuner conserve une place privilégiée dans le séjour : **59 %** des voyageurs le prennent systématiquement à l'hôtel et **33 %** parfois. Le prix reste la première raison invoquée par ceux qui choisissent de ne pas le prendre sur place. Mais c'est surtout dans son contenu que les évolutions sont particulièrement marquées. **91 %** montrent aujourd'hui un intérêt pour les produits faits maison soit une progression de **23 %** par rapport à 2022 ; **72 %** pour les produits bio, en hausse de **35 %** et **48 %** pour les produits sans gluten ou sans lactose soit une progression de **93 %**.

Au-delà du repas lui-même, le petit-déjeuner demeure une prestation fortement différenciante pour l'hôtel, notamment par sa capacité à proposer des produits faits maison, locaux ou adaptés aux nouvelles habitudes alimentaires.



Le bar s'affirme de plus en plus comme un lieu de vie
Le lobby n'est plus seulement un espace de passage : **53 %** des voyageurs déclarent y passer du temps dont **13 %** souvent et **40 %** parfois. Et parmi les services qu'ils apprécient ou souhaitent y trouver, le bar arrive en première position avec **32 %**, devant les boissons soft en accès libre et les snacks.

EQUIPHOTEL 2026 : les réponses aux besoins de la clientèle hôtelière



Du 2 au 5 novembre 2026 à Paris Expo Porte de Versailles, EquipHotel fera écho aux grandes évolutions mises en lumière par l'étude Coach Omnium. Près de 1 100 exposants seront réunis autour des quatre grands univers du salon, Tech & Services, Wellbeing, Design et Foodservice, pour présenter les solutions, innovations et savoir-faire qui accompagnent les transformations de l'hôtellerie et de la restauration.

Ces nouvelles attentes dessinent autant de défis pour les professionnels : préserver l'humain dans un parcours de plus en plus digitalisé, repenser la chambre autour du confort et de l'intimité, personnaliser davantage le séjour, faire du bien-être une composante de l'expérience ou encore transformer les espaces communs en véritables lieux de vie. EquipHotel 2026 mettra en lumière les solutions développées pour y répondre.

Préserver l'intimité : Exclusive Collection repense la chambre

L'étude le montre : malgré l'évolution des concepts hôteliers, les voyageurs restent attachés aux fondamentaux de la chambre et expriment notamment un véritable besoin d'intimité. EquipHotel en proposera une interprétation à travers Exclusive Collection, espace de 1 000 m² réalisé en partenariat avec le Réseau Excellence des Entreprises du Patrimoine Vivant (EPV) et l'Ameublement français.

Au cœur de cet espace, l'exposition « Do not disturb, éloge de l'intime » donnera carte blanche à quatre talents pour imaginer quatre histoires et autant de manières de réinterpréter la chambre. Le Studio de design W&I avec Jean-Michel Wilmotte, Paul Emilieu, Maison A & G et Mathilde de l'Ecotais feront dialoguer architecture intérieure, matières, lumière, savoir-faire et expérience sensorielle.

Chambre immersive, refuge où le silence devient luxe, salle de bains conçue comme un espace intime de retour à l'origine… ces scénographies exploreront de nouvelles manières de concilier design, émotion, confort et préservation de l'intimité.

Concilier digital et humain : la tech comme facilitateur
Si les outils digitaux occupent une place croissante dans le parcours client, ils ne remplacent pas le besoin de contact et d'attention. L'enjeu n'est donc plus d'opposer technologie et humain mais de trouver le bon équilibre entre les deux, la technologie pour optimiser la gestion hôtelière et l'humain pour améliorer le relationnel et l'expérience client.

EquipHotel est le salon majeur pour les technologies et services hôteliers en France. Il rassemble plus de 200 exposants internationaux et une cinquantaine de start ups sur plus de 6 000 m² d'exposition dans le hall 7.3.





Dans cet univers Tech & Services, EquipHotel propose des solutions liées à l'intelligence artificielle, des outils de gestion, de vente et réservation hôtelière, encaissement, robotique, smart building et entertainment. Des technologies conçues pour fluidifier les opérations, gagner du temps, personnaliser les services, créer de la valeur client et permettre aux équipes de se recentrer sur la relation client.

Cette réflexion prendra une dimension internationale avec :

- **Le lancement de HITEC Paris,** organisé le 5 novembre dans le cadre d'EquipHotel, en partenariat avec Hospitality Financial and Technology Professionals (HFTP). Experts internationaux, dirigeants et fournisseurs de solutions technologiques se retrouveront autour des grands enjeux de l'innovation et de la transformation numérique du secteur.

- **Le Commercial Strategy Forum Paris,** organisé le jeudi 5 novembre avec HSMAI Europe (Hospitality Sales and Marketing Association International). Cette journée réunira dirigeants, leaders commerciaux et experts de l'hôtellerie pour un programme dédié à l'avenir de la stratégie commerciale : ventes, marketing, optimisation des revenus, distribution, technologie et leadership.









Faire du lobby un lieu de vie : l'Atelier Rouge réinvente le bar hôtelier
EquipHotel donnera une traduction grandeur nature à cette évolution avec L'Atelier Rouge, nouveau bar signature de 400 m² imaginé par Paris Society Consulting et Saguez & Dash, agence internationale de Design.

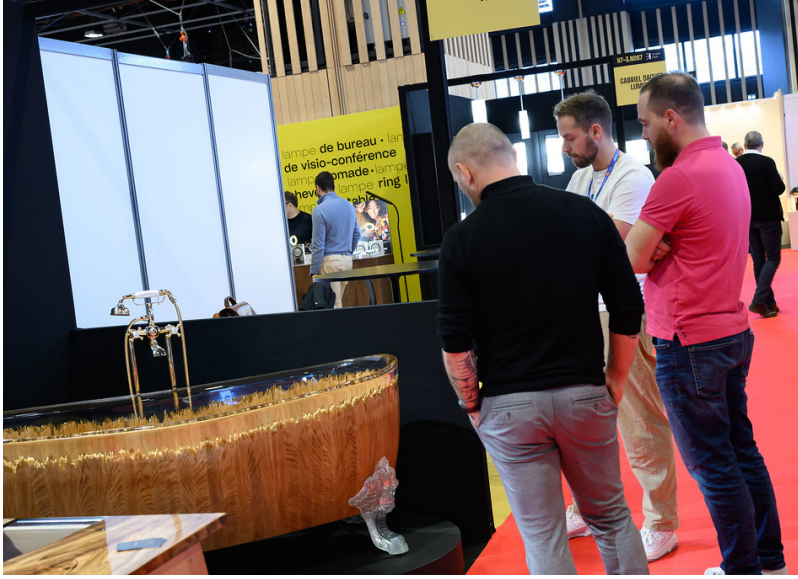
L'expérience se déploiera en trois temps : un couloir sensoriel, un laboratoire ouvert sur les gestes et les techniques puis un bar à l'atmosphère tamisée. Cocktails, mocktails et boissons chaudes proposés par des chefs et barmen de Paris Society permettront d'explorer un bar hôtelier qui ne se limite plus à servir une boisson mais devient un lieu d'expérience, de transmission, de convivialité et de découverte.

Le petit-déjeuner et la restauration au cœur des nouvelles expériences hôtelières
Le petit-déjeuner reste un moment important du séjour mais l'étude révèle certaines évolutions : davantage de fait maison, de produits locaux, de bio et d'alternatives adaptées aux nouvelles habitudes alimentaires. Des nouvelles envies qui concerne plus largement l'ensemble de l'offre de restauration hôtelière.

L'univers Foodservice d'EquipHotel se recentre sur l'hôtellerie et accueille plus de 200 exposants internationaux proposant des nouvelles solutions pour repenser la restauration à l'hôtel, du petit-déjeuner au snacking, en passant par les offres courtes proposées dans les bars, les espaces de coworking, spa, chambre ou encore les espaces extérieur. Un espace « food market » de plus de 50 jeunes sociétés innovantes sera dédié aux nouvelles offres de snacking F&B adapté à l'hôtellerie.

Le Concours du meilleur petit-déjeuner, Trophée spécial hôtellerie, organisé avec Les Tables & Auberges de France le mercredi 4 novembre, viendra mettre en lumière les nouvelles manières de valoriser ce temps fort du séjour.





Le bien-être, nouvelle dimension de l'expérience hôtelière
EquipHotel place le wellness au cœur du salon avec un pavillon entier dédié qui mettra en avant un univers qui dépasse désormais largement le spa traditionnel.

16 000 m² dédié au sommeil, récupération, fitness, nutrition, soin, design sensoriel mais aussi de nouvelles approches du « mieux vieillir » qui dessineront une vision plus globale du wellness. Biohacking, cryothérapie, tests épigénétiques ou encore caissons hyperbares illustreront notamment l'émergence de nouvelles offres autour de la longévité.

Tables rondes d'experts internationaux et keynotes permettront parallèlement d'aborder les techniques de soins mais aussi les modèles économiques, les concepts et les ressources humaines nécessaires pour faire du bien-être un véritable levier de développement pour l'hôtelier.

Personnaliser pour mieux répondre aux besoins des voyageurs
La personnalisation ressort également de l'étude comme une attente forte. Elle ne concerne plus seulement les attentions proposées en chambre : elle suppose de pouvoir adapter l'expérience aux usages, aux envies et aux différents profils de voyageurs.

Familles, voyageurs accompagnés de leurs animaux, personnes à mobilité réduite ou clients en quête de nouveaux services trouveront ainsi des réponses auprès des exposants. Mon Lit Cabane, Omy et Welcome Family présenteront des solutions pour les familles ; La Niche Rebelle et Laren Hotels Cosmetics pour les établissements pet-friendly ; Le Cintre Français et Steamery pour les services en chambre ; La Playlist pour l'identité sonore ou encore Eclipso pour les expériences immersives en réalité virtuelle.

La Senses Room prolongera cette réflexion autour d'une hospitalité inclusive. Conçue cette année sous la direction artistique de l'architecte d'intérieur Christine Borella, cette chambre de 65 m² destinée aux personnes à mobilité réduite associera accessibilité, domotique, design et bien-être pour dépasser la seule réponse réglementaire et penser une véritable expérience de séjour.

EQUIPHOTEL, laboratoire de l'hospitalité de demain

Design, technologie, restauration, bien-être, personnalisation et inclusion : les attentes mises en lumière par l'étude Coach Omnium trouvent ainsi leur prolongement dans les différents univers d'EquipHotel 2026.

Pendant quatre jours, exposants, experts et professionnels confronteront innovations, solutions et visions pour accompagner un secteur en pleine transformation et construire une hospitalité à la hauteur d'attentes toujours plus plurielles.



À propos de Coach Omnium

Fondé en 1991, Coach Omnium est un des premiers cabinets spécialisés dans le conseil stratégique et les études marketing & économiques pour l'hôtellerie, le tourisme d'affaires (MICE) et les spas.

Études de marché et de faisabilité, analyses et accompagnements de projets et stratégies de territoires, sondages et études de clientèles, études de notoriété et d'image, audits d'exploitation, business plans… font partie de ses domaines de prédilection. Parallèlement, Coach Omnium œuvre activement à tracer les visions et évolutions du secteur et consacre chaque année une partie de son chiffre d'affaires en Recherche & Développement, notamment dans l'étude des attentes et comportements d'achat des clientèles touristiques, hôtelières et d'affaires. Ces analyses sont offertes aux lecteurs sur son site Internet :
https://coachomnium.com/dossier-etude/

À propos d'EquipHotel

Le salon EquipHotel est un événement organisé par RX France, leader dans l'organisation de salons professionnels. EquipHotel Paris est le rendez-vous BtoB référence du secteur de l'Hospitality tous les deux ans à Paris. L'événement rassemble plus de 1200 entreprises exposantes, à 30% étrangères, à travers 4 grands univers : Tech&Services, Wellbeing, Design et Foodservice. Cette offre unique est la plus complète des salons internationaux de l'hôtellerie-restauration. Elle présente les sociétés françaises et internationales leaders sur leur secteur comme les jeunes entreprises innovantes qui imaginent les expériences dans l'hôtel et le restaurant de demain. La manifestation attire 80 000 décideurs du CHR : chefs, restaurateurs, hôteliers, architectes, décorateurs, investisseurs, cafetiers, brasseurs, gestionnaires de collectivités, bureaux d'étude, installateurs. Pendant 4 jours, ces professionnels ont l'opportunité de rencontrer de nouveaux fournisseurs et de découvrir leurs nouveautés.

EquipHotel est également le hub des tendances et des innovations de l'Hospitality : conférences, masterclass, espaces d'inspiration mis en scène par les meilleurs architectes et experts…

EquipHotel du 2 au 5 novembre 2026
www.equiphotel.com 4

A propos de RX

RX est au service du développement des entreprises, des collectivités et des individus. Nous associons à la force des événements en face à face, les données et les produits digitaux qui permettent d'aider nos clients à comprendre les marchés, à rechercher des produits et à effectuer des transactions avec plus de 400 événements présents dans 22 pays et 43 secteurs d'activité. RX France organise des événements en face-à-face, digitaux ou hybrides, leaders sur une quinzaine de marchés différents. Parmi les salons emblématiques de RX France et incontournables sur le plan national et international, figurent MIPIM, MAPIC, Batimat, Pollutec, EquipHotel, SITL, IFTM Top Resa, MIPCOM, MIPTV, Paris Photo, Maison&Objet* et bien d'autres… Nos événements se déroulent en France, à Hong Kong, en Italie, au Mexique et aux États-Unis. La volonté de RX est d'avoir un impact positif sur la société et de créer un environnement de travail inclusif pour tous nos collaborateurs. RX fait partie de RELX, leader mondial d'outils d'analyse et de décision basés sur l'information et les données pour des clients professionnels. ***www.rxglobal.com***

* organisé par la SAFI, filiale de RX France et Ateliers d'Art de France

Contacts Presse

Agence presse Pascale Venot

Emma Galizzi
emmagalizzi@pascalevenot.fr
06 30 89 19 07

Nathalie Arnal
nathalie@pascalevenot.fr
06 07 01 48 24