| FICHE DE SYNTHÈSE CONCEPTS NOUVELLES TENDANCES DE CHAÎNES HÔTELIÈRES (MISE À JOUR NOVEMBRE 2026) | | | |
|---|---|---|---|
| **Nom du concept** | **Création ou groupe** | **Mots-clés** | **Clientèle** |
| 25h twenty five hours hotels | Kai HOLLMANN, Stephan GERHARD, Ardi GOLDMAN (2003 - Allemagne)<br><br>2016 : entrée d'**Acco**r au capital (30%)<br>17 hôtels au 31/10/25- 6 pays (Allemagne – Autriche – France et Suisse) et 4 en développement (Sydney – Le Caire…) | **Hôtel boutique et design 4***<br><br>Divertissement, surprise et amusement<br>Luxe et design à prix très doux<br>Charme, personnalité, unique<br><br>À partir de 119 € | Milléniaux, voyageurs créatifs, urbains à la recherche d'expériences immersives. |
| canopy by Hilton™ | Création : 2014 (lancement du premier hôtel en 2016)<br><br>Près de 50 hôtels ouverts dans 15 pays (juillet 2026).<br>45 hôtels en développement | Marque lifestyle "upscale" : immersion locale, design inspiré du quartier, bars/restaurants inspirés, ambiance "neighborhood hangout".<br><br>À partir de 119 € | Voyageurs premium, urbains, personnes cherchant une expérience boutique + locale mais avec la fiabilité d'un grand groupe. |
| citizen M hotels | <u>Créateur:</u><br>Rattan Chadha, fondateur de la marque de mode internationale Mexx, et Mickael LEVIE<br><br><u>Designer:</u><br>Jean PROUVE, Ray EAMES =Groupe Mobilier VITRA<br><br>37 hôtels (juin 2026) dans plus de 20 villes (Europe et USA) ; 2026 : ouverture de Washington D.C. Georgetown (juin, 1er hôtel sous Marriott Bonvoy), Londres Olympia attendu fin 2026<br>Annoncé en avril 2025 et finalisé le 24 juillet 2025 (355 M$) : racheté par **le groupe Marriott** ; Another Star (ex-citizenM) continue de posséder et d'exploiter les hôtels sous franchise Marriott Bonvoy | **Hôtel boutique Galerie d'art**<br>citizenM a été lancé en 2008 avec un objectif : secouer l'industrie hôtelière traditionnelle et stérile. pour créer un hôtel destiné aux grands voyageurs d'aujourd'hui, leur offrant tout ce dont ils ont besoin et rien d'autre. Cela signifie des emplacements centraux dans les villes les plus excitantes du monde, mais à un prix abordable. Il ne s'agit pas seulement d'un endroit où dormir, mais aussi d'un endroit où travailler, se détendre et se divertir, comme à la maison. Un endroit doté d'une connexion Wi-Fi gratuite ultrarapide, de technologies qui facilitent la vie et d'oeuvres d'art de renommée mondiale qui ne sont pas des oeuvres d'art hôtelières. Une chambre avec un lit XL ultraconfortable pour s'endormir et une puissante douche à effet de pluie pour se réveiller<br>De 90€ à 320€ | Clientèle Business Jeune<br><br>PAS ADAPTE A LA CLIENTÈLE FAMILIALE!! |
| | Emmanuel PETIT, Paul DUBRULE et Gérard PELISSON<br>**Chaîne indépendante française**<br>-<br>Studio JANREJI (déco) et architectes locaux<br>12 hôtels au 31 Octobre 2025 + 3 en construction | concept d'hôtellerie atypique, qui combine ce qu'un hôtel économique et une auberge de jeunesse tendance esprit lifestyle et écoresponsable<br>Espace de co-working, cuisine participative, brunch et happy hour, les établissements se veulent des lieux de vie où chacun trouve sa place, voisins comme voyageurs de passage. | Voyageurs solo, duos, familles, groupes<br>Consommateurs éco-responsables |

| | | | |
|---|---|---|---|
| eklo hotels | | De 18 à 65 € (dortoir ou chambre individuelle) | |
| GENERATOR | 1995 - Louise et Kingsley Duffy (GB)<br><br>**Chaîne indépendante**<br>Racheté en 2017 par Queensgate Investments (fonds britannique).<br>Mai 2025 : l'activité européenne est cédée à Brookfield (776 M€)<br><br>15 hostels en Europe (10 pays, capitales européennes), désormais détenus par Brookfield ; Queensgate conserve les sites américains (Miami, Washington DC) | Generator, c'est bien plus qu'une simple auberge ou un boutique-hôtel. Ces établissements proposent des chambres de luxe à des tarifs tout à fait abordables avec des nombreux événements sociaux pour les voyageurs et les locaux des villes européennes les plus tendance<br><br>Chambres privées ou dortoirs<br>Espaces branchés<br>Localisations centre-ville<br>Design, technologie et innovation<br>Valeurs : style, société et sécurité<br><br>à partir de 18 Euros | Millénials<br>Génération Y<br>Famille |
| GOLDEN TULIP | Créée en 1962 aux Pays Bas, rachetée par le Groupe Louvre Hotel et désormais **Jing Jiang Hotels** en 2015.<br><br>160 dans 40 pays au 31 Octobre 2025 | **Hôtels 4***<br>Repositionnement<br>L'esprit « playful » (ludique)<br>Bar à savon<br>Échanges et les rencontres<br>Réseaux sociaux<br>Partenariats<br>Lobby<br>ouvert et multifonctionnel<br><br>De 90€ à 430€ | Jeune<br>Affaire<br>Connectée<br>Veut vivre une expérience |
| JO&JOE | **Marque du groupe Accor**<br><br>9 Open Houses au 31 Octobre 2025, 1 ouverture prévue en 2026 | **Auberge de jeunesse**<br>Open house<br>Locations privées<br>Décoration unique<br>Meubles pratiques, efficaces<br>Très large variété d'équipements et de technologies<br>Grand nombre d'activité<br>Rencontres<br>Comme à la maison<br>De 30 à 330 euros selon le nombre de lit ou la capacité du dortoir. | Millénials<br>Génération Y<br>"Townsters"<br>"Solo socials"<br>"Small Tribes"<br>"Love birds" |
| **Locke** | **Création / Groupe :** 2016.<br>Marque lifestyle du groupe edyn (CEO : Stephen McCall), financé notamment par Blackstone et KSL | Aparthotel lifestyle et design : studios avec cuisine équipée, coin salon et espace de travail.<br>Séjours courts ou prolongés (modèle | Voyageurs d'affaires et de loisirs, séjours prolongés, clientèle internationale. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Capital.<br>**Nombre d'établissements :** 16 au Royaume-Uni et en Europe (Londres, Cambridge, Manchester, Édimbourg, Dublin…).<br>**En France :** Le Jardin de Verre by Locke (Quartier latin, Paris 5e, environ 360 studios), première implantation d'edyn en France. | hybride hôtel / résidence).<br>Bar, restaurant, coworking et salles de réunion ; reconversion de bâtiments historiques (hôtel particulier à Paris).<br>Marque sœur du groupe : Cove (appartements). | |
| MAMA SHELTER | **Marque du groupe Accor**<br><br>Serge TRIGANO<br>Cyril AOUIZERATE en 2008.<br><br>Philippe Starck décorateur<br><br>21 établissements sur 10 pays au 31 Octobre 2025. | **Hôtel 3***un lieu de refuge dans une variété de villes et de quartiers attrayants. Chacun d'entre eux reflète son environnement unique tout en offrant le confort, des espaces dynamiques où se détendre, travailler, manger, se rencontrer et se retrouver. literie 5*, produits de toilette bio solides, plats fait-maison préparés avec soin et films gratuits, y compris les films classés X, sont la norme !<br>De 89 à 300€ | Loisir<br>Millenials<br>Affaires<br>Connecté<br>Vivre expérience |
| MOB HOTEL — OF — THE PEOPLE | MOB, pour Maïmonide of Brooklyn est né en 2011 dans le quartier populaire de Boerum Hill, 525 Atlantic Avenue, NYC.<br>Crée par Cyril AOUIZERATE<br><br>4 hôtels et 3 en développement au 31 0ctobre 2025 (Bordeaux ouverture 2026 Washington et Los Angeles ouverture 2027) | MOB Hôtel est un groupe hôtelier français né d'une vision alternative de l'hospitalité. Alliant artisanat, culture et engagement social, MOB Hôtel et MOB House proposent bien plus qu'un hébergement : un lieu de vie, de rencontre et de création, profondément ancré dans son environnement. Avec une programmation événementielle riche, une attention particulière au bien-être des équipes et un engagement écologique sans compromis<br><br>De 71 à 190 € | 55 % d'affaires<br>45 % touristique,<br>Familles,<br>Globe-trotters |
| moxy HOTELS | **Groupe MARRIOTT**<br><br>Créée en 2014<br><br>Environ 186 hôtels au 31 Octobre 2025 situés aux USA, en Europe et en Asie. | Concept « boutique-hôtel avec un design original et des prix abordables.<br>lobbies animés articulés autour d'une expérience bar,<br>des chambres au confort premium,<br>un self-service « grab and go » disponible 24/7,<br>une technologie de pointe et le Wi-Fi gratuit<br>De 95 à 170 euros | Pour les jeunes voyageurs modernes<br>Millenials |
| nH HOTELS | Créé en1978 par<br>Antonio CATALAN DIAZ et achetée en 2018 par le groupe **Minor Hotels** (Groupe Thaïlandais).<br><br>360 hôtels présents sur 29 pays. | **Hôtel 3*et 4*Premium**<br>Culture : expositions itinérantes<br>Soutien aux écrivains débutants<br>Ecomeeting<br>Digitalisation check-in et check-out<br><br>À partir de 100 € | Réunions affaires |

| | | | |
|---|---|---|---|
| OKKO HOTELS | Olivier DEVYS<br>Paul DUBRULE<br><br>**Chaîne indépendante française créée en 2009 (1er hôtel à Nantes en 2014)**<br><br>Patrick NORGUET (Architecte et Designer d'Intérieur)<br><br>15 hôtels au 31 Octobre 2025 | **Hôtels urbains** 4* en France<br>Lifestyle à la décoration contemporaine, des Clubs où il fait bon vivre, un accueil de qualité, le tout à des prix justes. Snacking, boissons chaudes et fraiches, aperitivo, presse, espace forme et sauna sont inclus dans le prix de la chambre.<br>Le slogan de la marque : offrir une expérience 4 étoiles sans aucun nuage.<br>De 100 à 220€ | Individuelle de court-séjour affaire et loisirs<br>Jeune |
| the hoxton | **Création / Groupe : Ennismore (Accor).** En 2006<br>Nombre d'hôtels : 18. Nov. 2026 : Accor annonce le rachat des parts des actionnaires minoritaires d'Ennismore (≈ 1,6 Md€) ; 100 % Accor d'ici janvier 2028. | Hôtels lifestyle ancrés dans le quartier, ambiance "open house", design soigné, programmation culturelle.<br>À partir de 220 € | Type de clientèle : Voyageurs lifestyle, créatifs, amateurs de design. |
| **The Social Hub** | **Création / Groupe :** The Social Hub (ex-The Student Hotel), groupe néerlandais fondé par Charlie MacGregor ; certifié B Corp.<br>**Nombre d'hôtels :** une vingtaine de hubs dans 18 à 19 villes européennes (Amsterdam, Barcelone, Paris, Florence, Rome, Porto, Toulouse…).<br>**Développement :** Lisbonne et Turin prévus ; projet de 580 lits à Édimbourg (dossier déposé en octobre 2026). | Hôtellerie hybride : hôtel + résidence étudiante + séjours longs + coworking sous un même toit.<br>Communauté, rooftop, piscine, bar et événements ouverts au quartier.<br>Revenus diversifiés : étudiants, professionnels en mission, clientèle hôtelière, locaux.<br>Exemple : Porto, hôtel 4* de 310 chambres dont 39 appartements. | Étudiants, professionnels en séjour long, voyageurs d'affaires et de loisirs, digital nomads, habitants du quartier. |
| TRIBE | **Marque du groupe Accor**<br><br>Nombre d'hôtels : 20+.<br>38 en développement pour 2026 - 2027 | Détail du concept : Hôtels design, urbains, "haut de gamme accessible". Espaces sociaux (Social Hub), style minimaliste et contemporain...<br><br>À partir de 100 € | clientèle : Voyageurs modernes, jeunes pros, city-breakers |
| VOCO AN IHG HOTEL | **Intercontinental Hotel Group**<br><br>Lancée en 2018, voco compte 158 établissements ouverts dans le monde (30/09/2026) et 126 en projet. En Europe, le réseau a franchi en novembre 2026 le cap des 50 hôtels ouverts, avec 26 en cours de développement<br>En latin, voco signifie "inviter" et "réunir" | Hôtels 4* au style décontracté et au personnel accueillant<br>style contemporain,<br>éthique écologique<br>literie douillette,<br>des articles de toilette de luxe<br>connexion Wi-Fi haut débit<br>De 163 à 270 Euros | Clientèle individuelle affaire et loisirs.<br>Familles |

| | | | |
|---|---|---|---|
| W HOTELS | **Groupe Marriott**<br><br>65 hôtels présents sur 30 pays.<br><br>45 hôtels en construction et en développement.<br><br>W Hotels propose des hôtels lifestyle de luxe dans plus de 50 destinations à travers le mond | **Hôtel boutique et résidence de luxe 5 étoiles**<br>1er hôtel en 2008 à New-York<br>Les hôtels W Hotels Worldwide s'articulent autour de quatre concepts clés. La musique, puisque la marque possède son propre label, "W Records". La marque met également l'accent sur la forme physique en proposant des séances de sport intenses et une cuisine saine et variée. Côté design, les hôtels W n'hésitent pas à puiser leur inspiration localement pour leur décoration. Enfin, côté mode, de nombreuses boutiques de créateurs locaux où dénicher des tenues uniques et avant-gardistes sont présentes dans les lobbys.De 100€ à 10 000€ | Public<br>adulte et branché à fort pouvoir d'achat |
| YOOMA urban lodge | Daniel BUREN<br>Ora ITO<br>Pierre BECKERICH<br><br>1 établissement ouvert en 2016 | Esprit de rencontre et de partage<br>Connectivité<br>Décorations design, tendance<br>Proximité dans Paris<br>Enregistrement par téléphone, robot ou réception<br>Soucieux de l'environnement et de valeurs d'optimisme, de positivisme et d'ouverture d'esprit.<br>Yooma est un espace de création artistique, culturel et design.<br>De 135 à 260 € selon le type de chambre | Clientèle :<br>Affaire<br>Jeune<br>Famille |
| **YOTEL** | **Création / Groupe :** 2007 à Londres ; actionnaire majoritaire Al-Bahar (Koweït, plus de 95 % depuis avril 2025). Trois marques : YOTEL (centre-ville), YOTELPAD (long séjour), YOTELAIR (aéroports).<br>**Nombre d'hôtels :** 24 (octobre 2026). Objectif : 100 hôtels ouverts et signés d'ici 2031.<br>**Distribution :** mars 2026, accord de franchise exclusif avec Hilton (« Select by Hilton »).<br>**Ouvertures :** Bangkok (oct. 2026), Kuala Lumpur (début 2027), Athènes (2027), Belfast (2028). En France : YOTELAIR Paris-Charles-de-Gaulle. | Cabines compactes inspirées du voyage en première classe ; SmartBed ajustable.<br>Technologie omniprésente (robots dans plusieurs hôtels).<br>Espaces communs : coworking, fitness, lieux de rencontre.<br>Lifestyle abordable : forte optimisation de l'espace et du taux d'occupation. | Voyageurs urbains connectés, voyageurs d'affaires, passagers en transit (YOTELAIR), séjours courts. |
| **Zoku** | **Création / Groupe :** 2016 à Amsterdam, par Hans Meyer (cofondateur de citizenM) et Marc Jongerius ; groupe | « Home-office hybrid » : le Zoku Loft (environ 25 m²) est organisé autour d'une grande table de cuisine plutôt que du lit.<br>Espaces sociaux, coworking (WorkZoku), | Nomades numériques, professionnels en séjour prolongé, |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | néerlandais, B Corp depuis 2018.<br>**Nombre d'établissements :** 4 adresses connues : Amsterdam, Vienne, Copenhague et Paris (ouvert en avril 2023, 109 lofts). | rooftop, restaurant, salle de sport.<br>Community Manager sur place ; dîners communautaires pour les séjours de 14 nuits et plus.<br>Concept à faible besoin en personnel ; séjours d'une nuit à plusieurs mois. | voyageurs d'affaires, touristes, locaux (membres du coworking). |

## Pour résumer…

| Marque | Groupe | Positionnement | Clientèle cible | Nombre d'hôtels |
|---|---|---|---|---|
| 25hours | Accor | Lifestyle arty | Milléniaux créatifs | 17 |
| Canopy by Hilton | Hilton | Lifestyle premium local | Premium / boutique lovers | ≈ 50 |
| CitizenM | Marriott (depuis 2025) | Affordable luxury | Voyageurs connectés | 37 |
| Eklo | Indépendant | Éco & durable | Familles, budget, jeunes | 12 |
| Generator | Brookfield (Europe) | Hostel design | Backpackers | 15 |
| Golden Tulip | Louvre Hotels (Jin Jiang) | Hôtel 4* lifestyle ludique | Jeunes actifs connectés | 160 |
| Jo&Joe | Accor | Open House hybride | Jeunes voyageurs | 9 |
| Locke | edyn | Aparthotel lifestyle design | Séjours courts et longs | 16 |
| Mama Shelter | Accor | Fun & convivial | Jeunes urbains | 21 |
| MOB Hotel | Indépendant | Artisanat, culture & engagement social | Affaires, familles, globe-trotters | 4 |
| Moxy | Marriott | Lifestyle économique | Jeunes loisirs | 186 |
| NH Hotels | Minor Hotels | Milieu/haut de gamme | Business & city-break | 360 |
| Okko | Indépendant | 4* tout compris | Business & couples urbains | 15 |
| The Hoxton | Ennismore / Accor | Lifestyle de quartier | Voyageurs lifestyle | 18 |
| The Social Hub | The Social Hub (B Corp) | Hybride : hôtel, étudiants, coworking | Étudiants, pros, voyageurs | ≈ 20 |
| Tribe | Accor | Haut de gamme accessible | Modernes / jeunes pros | 20+ |
| Voco | IHG | Upscale boutique | Premium loisirs/business | 50 (Europe) |
| W Hotels | Marriott | Luxe festif | Premium & nightlife | 71 |
| Yooma | Indépendant | Familles & groupes | Familles/gros groupes | 1 |
| YOTEL | YOTEL (franchise Hilton) | Cabines smart & tech, abordable | Voyageurs urbains connectés | 24 |
| Zoku | Zoku (B Corp) | Home-office hybride | Nomades, séjours longs | 4 |

## Définitions des différents concepts d'établissements hôteliers :

| | |
|---|---|
| **Un hôtel lifestyle** | C'est un hôtel qui combine design, ambiance, F&B attractif et animations pour créer un lieu de vie tendance, conçu pour devenir une expérience globale plutôt qu'un simple hébergement. |
| **Un hôtel boutique** | C'est un hôtel à taille humaine, au design unique, centré sur l'expérience personnalisée et une ambiance intime qui le distingue des chaînes traditionnelles. |
| **Un hôtel hybride** | C'est un établissement multi-concept, qui mélange différents types d'hébergements et propose des espaces de vie polyvalents (travail, restauration, socialisation), devenant un lieu moderne, flexible et attractif pour plusieurs clientèles. |
| **Un hôtel bureau** | C'est un hôtel où l'objectif principal est de proposer un hébergement efficace, souvent avec petit déjeuner, mais sans service de restauration complet. C'est un modèle simple, rentable et adapté aux séjours courts |
| **Un hostel** | C'est un hébergement collectif où les voyageurs partagent une chambre (souvent équipée de lits superposés), et profitent d'espaces communs comme une cuisine, un salon ou un bar. L'ambiance est généralement conviviale, sociale et pensée pour encourager les rencontres entre voyageurs. |
| **Un resort** | C'est un complexe hôtelier complet, généralement situé dans un cadre attractif, offrant une large gamme de services et d'activités, faisant de l'établissement une destination touristique à part entière. |

## Pour aller plus loin…

### Définition d'un hostel

Un **hostel** est un **établissement d'hébergement économique**, très proche de l'auberge de jeunesse, proposant principalement des **dortoirs partagés** ainsi que, selon les établissements, des **chambres privées**.
C'est la version **internationale et moderne** de l'auberge de jeunesse.

**Caractéristiques principales**

- **Dortoirs** (4 à 12 lits en général) + parfois **chambres privées**.
- **Tarifs bas**, idéal pour les voyageurs à petit budget.
- **Ambiance sociale**, esprit backpacker.
- **Espaces communs** : cuisine, coworking, terrasse, bar, salle de jeux…
- **Public varié** : routards, étudiants, voyageurs solo, digital nomads.
- **Services simplifiés** : casiers, Wi-Fi, linge, infos voyage.

## Quelle est la définition d'un « hôtel lifestyle » ?

Un **hôtel lifestyle** est un établissement hôtelier qui mise avant tout sur **l'expérience**, l'**ambiance** et l'**identité de marque**, plutôt que sur un simple niveau de standing ou un nombre d'étoiles.
Voici les éléments clés qui définissent un hôtel lifestyle :

**1. Une identité forte et cohérente**
L'hôtel est conçu autour d'un **concept** : design contemporain, atmosphère unique, storytelling, univers artistique, musical ou culturel. Tout est pensé pour transmettre une personnalité reconnaissable.

**2. Un design soigné, moderne et instagrammable**
Architecture, décoration, mobilier : le style est un élément central. Les espaces sont souvent **conviviaux, modulables, inspirés des codes urbains**.

**3. Une expérience sociale et communautaire**
Les hôtels lifestyle favorisent les interactions :

- lobby vivant
- espaces coworking
- bar signature
- rooftop
- animations (DJ sets, brunchs, ateliers…)
- événements culturels

Ils veulent être un **lieu de vie**, pas seulement un lieu où l'on dort.

**4. Une offre F&B innovante**
Street food, mixologie, brunchs, produits locaux, ambiance festive : le food & drinks fait partie du **positionnement**, comme dans les hostels ou les boutique-hôtels modernes.

**5. Un service décontracté mais professionnel**
Les équipes adoptent un **service plus informel**, authentique et personnalisé, en rupture avec l'hôtellerie traditionnelle luxueuse ou trop codifiée.

**6. Une orientation client "nouvelle génération"**
Ils ciblent surtout :

- voyageurs urbains
- millennials / Gen Z
- digital nomads
- clientèle locale à la recherche d'expériences

**7. Une dimension digitale forte**
Check-in digital, réseaux sociaux, playlists, applications, expériences connectées.

## Quelle est la définition d'un « hôtel boutique » ?

Un **hôtel boutique** est un petit établissement hôtelier de caractère, qui mise sur la **personnalité**, le **design** et la **relation personnalisée** plutôt que sur la taille ou le standing traditionnel.
Voici les éléments fondamentaux qui définissent un hôtel boutique :

**1. Petite capacité**
Généralement entre **10 et 100 chambres**.
Cette petite échelle permet une atmosphère intime et un service très personnalisé.

**2. Forte identité et singularité**
Chaque hôtel boutique possède une **âme**, une **histoire**, un **concept**.
Le design est souvent signé par un architecte ou un décorateur, avec des éléments uniques, parfois artistiques ou locaux.

**3. Service attentif et personnalisé**
Le rapport humain est essentiel :

- accueil sur mesure
- interactions authentiques
- expérience client individualisée

Les équipes connaissent souvent les habitudes des clients réguliers.

**4. Ambiance intime et chaleureuse**
Atmosphère cosy, raffinée, souvent pensée comme une **maison de caractère** ou un **lieu exclusif**.

**5. Emplacement recherché**
Souvent situés dans :

- des quartiers historiques
- des centres-villes dynamiques
- des lieux atypiques (bâtiments rénovés, demeures anciennes…)

**6. Créativité dans l'offre**
Offre F&B, amenities, décoration, expériences : tout est pensé de façon originale.
L'objectif est de se distinguer des grandes chaînes standardisées.

**7. Indépendance ou petite structure**
Les hôtels boutique sont souvent **indépendants** ou appartiennent à de **petites collections**, même si certaines grandes marques créent aujourd'hui leurs propres concepts "boutique".

## Quelle est la définition d'un hôtel hybride ?

Un **hôtel hybride** est un établissement qui **combine plusieurs concepts d'hébergement ou d'usages dans un même lieu**, afin d'attirer une clientèle plus large et de s'adapter aux nouvelles manières de voyager, de travailler et de consommer.
Voici les éléments clés qui définissent un hôtel hybride :

**1. Combinaison de plusieurs types d'hébergements**
Un hôtel hybride peut proposer simultanément :

- chambres classiques d'hôtel
- dortoirs type hostel
- studios ou appart-hôtel
- espaces privatifs modulables

Le client choisit son niveau d'intimité et de budget.

**2. Lieu de vie multifonction**
En plus de l'hébergement, l'établissement offre des **espaces polyvalents**, par exemple :

- coworking / coliving
- bar, café, restaurant
- rooftop, club, espaces événementiels
- zones de détente ou loisirs
- concept store ou boutique intégrée

L'hôtel devient **un hub urbain** où l'on peut dormir, travailler, manger, socialiser.

**3. Clientèles multiples**
Le modèle hybride attire :

- voyageurs d'affaires modernes
- digital nomads
- backpackers haut de gamme
- locaux en quête d'espaces de travail ou de convivialité
- groupes, étudiants, jeunes actifs

**4. Flexibilité des usages**
Un même espace peut changer de fonction selon l'heure :
café le matin → coworking la journée → bar le soir → scène musicale la nuit.

**5. Positionnement moderne & lifestyle**
Design contemporain, ambiance sociale, animations, technologie intégrée (check-in digital, application client).

**6. Optimisation économique**
Ce modèle permet :

- de maximiser l'occupation
- de diversifier les revenus (hébergement, F&B, coworking, événementiel)
- d'attirer une clientèle plus large que l'hôtellerie traditionnelle

## Quelle est la définition d'un hôtel bureau ?

Un **hôtel bureau** (ou **hôtel "room only"**) est un établissement hôtelier dont l'activité se concentre essentiellement sur la **location de chambres**, **sans service de restauration traditionnel** (pas de restaurant, pas de room service complet).
Voici les caractéristiques principales :

**1. Activité centrée sur l'hébergement**

L'hôtel vend principalement :

- la **chambre**,
- le **petit déjeuner** (souvent le seul service F&B proposé).

**2. Absence de restauration classique**

Pas de service midi/soir.
Au maximum :

- petit déjeuner,
- snacking,
- corner boissons,
- partenariats avec restaurants voisins.

**3. Structure opérationnelle simplifiée**

Moins de personnel → coûts maîtrisés.
Organisation plus légère : accueil, nettoyage, maintenance.

**4. Positionnement économique ou milieu de gamme**

Les hôtels bureau se situent généralement :

- en **gamme économique**,
- ou en **milieu de gamme** (2★ à 3★).
  Mais on peut aussi en trouver dans le standard supérieur.

**5. Clientèle variée mais orientée vers des séjours courts**

Très apprécié des :

- voyageurs d'affaires
- personnes en transit
- voyageurs cherchant un bon rapport qualité/prix
- courts séjours urbains

**6. Emplacement stratégique**

Souvent en centre-ville, zones d'affaires, gares, aéroports.

## Quelle est la définition d'un resort ?

Un **resort** (ou **complexe hôtelier**) est un établissement touristique de grande taille offrant **un ensemble complet de services, d'activités et d'expériences**, permettant aux clients de **tout faire sur place** sans avoir besoin de sortir du domaine.

### 1. Un domaine vaste et autonome

Un resort s'étend généralement sur une **grande superficie**, souvent dans un cadre naturel remarquable :

- bord de mer
- montagne
- campagne
- zone tropicale

L'idée est de proposer un **environnement complet et immersif**.

### 2. Large palette de services intégrés

Contrairement à un hôtel classique, un resort rassemble sur un même site :

- plusieurs restaurants & bars
- piscines (parfois multiples)
- spa, bien-être, fitness
- animations
- loisirs sportifs
- boutiques
- clubs enfants
- salles événementielles (MICE)

### 3. Offre d'hébergement variée

Chambres, suites, bungalows, villas, lodges…
Parfois même des hébergements indépendants au sein du domaine.

### 4. Un modèle "tout-en-un" ou "destination en soi"

Le resort est conçu pour être une **destination complète**, où les clients peuvent :
se restaurer, se divertir, pratiquer des activités, se détendre…
Le séjour peut être **all inclusive** (tout compris), mais ce n'est pas obligatoire.

### 5. Clientèle de loisirs

Principalement :

- familles
- couples
- groupes
- voyageurs recherchant repos ou activités
- séjours vacances

### 6. Infrastructure d'animations et d'activités

Sports nautiques, golf, tennis, spectacles, excursions, etc.
La dimension **expérientielle** est au cœur du concept.

## Les grandes tendances à retenir

En comparant les concepts de cette fiche, cinq évolutions de fond se dégagent.

**1. L'hybridation des usages**
The Social Hub (hôtel, résidence étudiante, séjours longs et coworking), Zoku (« home-office hybrid ») et Locke (aparthotel lifestyle) vendent un lieu de vie plus qu'une chambre. En France, Accor et Aken Écosystèmes ont annoncé en mai 2026 un partenariat pour au moins dix « hypercampus » sous la marque JO&JOE : un hôtel ouvert toute l'année et des logements étudiants convertibles en hébergement touristique pendant les vacances. L'intérêt économique est de diversifier les revenus et de stabiliser l'occupation.

**2. La consolidation et la franchise**
Les marques indépendantes s'adossent à de grands groupes : citizenM rachetée par Marriott (2025), activité européenne de Generator rachetée par Brookfield (2025), Ennismore bientôt détenue à 100 % par Accor (annonce de novembre 2026), YOTEL qui confie sa distribution à Hilton (mars 2026). Okko, de son côté, s'ouvre à la franchise pour accélérer en France. L'enjeu est l'accès au financement et aux canaux de distribution.

**3. La technologie et l'exploitation allégée**
Check-in digital (citizenM), robots (YOTEL), équipes réduites (Zoku) et hôtels « bureau » : l'automatisation des tâches courantes permet de maîtriser les coûts tout en réinvestissant dans l'accueil et l'animation.

**4. L'engagement et l'impact**
Plusieurs concepts font de la responsabilité un argument de marque : certification B Corp pour Zoku et The Social Hub, démarche écologique d'Eklo. La RSE devient un critère de choix pour la clientèle jeune.

**5. De l'hôtel design à l'hôtel communauté**
Le lifestyle ne se résume plus à la décoration : lobby vivant, community manager, dîners partagés, coworking ouvert aux habitants du quartier. Le client vient autant pour l'ambiance et les rencontres que pour la chambre.