



Les Français et l'hôtellerie en 2026 : ce que révèle l'enquête B&B HOTELS x Toluna Harris Interactive

Lâcher-prise, budget maîtrisé, moment sacré du petit-déjeuner et éco-responsabilité

Paris, le 20 juillet 2026 – Qu'attendent vraiment les Français d'un séjour à l'hôtel en 2026 ? Une étude inédite menée par Toluna Harris Interactive pour B&B HOTELS auprès de 1 022 personnes dresse un portrait inattendu : entre pragmatisme budgétaire et quête de déconnexion, les Français réinventent leur rapport à l'hôtellerie.

Le "lâcher-prise" : principale motivation des Français

Pour **87 % des Français**, passer une nuit à l'hôtel est avant tout une parenthèse dans le quotidien et un booster de sérénité pour réduire le stress (85 %).

La nouvelle tendance ? S'offrir du temps calme.

- **58 %** des sondés plébiscitent l'hôtel pour une raison évidente : « *ne se soucier de rien* ».
- **45 %** savourent le plaisir coupable d'oublier totalement les corvées ménagères.

Plus qu'un lit douillet, on y cherche le calme (**53 %**) et une autorisation décomplexée à la gourmandise, **61 %** des Français profitant de leur séjour pour s'offrir des repas bien plus copieux qu'à la maison.

Retrouvailles en tribu : l'hôtel, nouveau créateur de liens

Si l'hôtel fait du bien au moral, il est aussi le théâtre de moments partagés précieux. On y vient pour se déconnecter du reste du monde, mais pour mieux se reconnecter aux siens : avec **ses enfants (61 %)** ou **sa bande de copains (61 %)**.

Des vacances : Oui... mais pas à n'importe quel prix !

Pas question de faire une croix sur le plaisir des vacances, les français font seulement des choix différents avant de réserver leur refuge idéal. L'étude révèle un arbitrage pragmatique : pour **76%** des sondés, **le combo « juste prix » et « hygiène irréprochable » s'impose comme le prérequis absolu** d'un séjour à l'hôtel, devant le design de la chambre (68%) ou la localisation (55%).

« L'hôtel n'est plus seulement un lieu où l'on dort, c'est un espace où l'on respire. En 2026, l'expérience hôtelière se réinvente autour du bien-être de la liberté retrouvée et d'un prix juste », souligne Valerio Duchini, CEO Western Europe de B&B HOTELS.



Le triptyque de l'hôtel lifestyle en 2026

L'étude dessine les contours de l'hôtel idéal de demain, si le juste prix sera toujours essentiel, il devra aussi être à la croisée des engagements éco-responsables et des petits plaisirs de la vie :

- **Le réveil gourmand et local** : le petit-déjeuner à l'hôtel reste un rituel sacré, synonyme de détente pour 92 % des Français. Mais en 2026, il se veut éthique : 84% des voyageurs privilégient les circuits courts, le made in France et les produits de nos régions.
- **La conscience "Green"** : le voyage responsable est ancré dans les mœurs. 82 % des Français se disent prêts à poser leurs valises dans un établissement engagé pour la planète.
- **Le hub de quartier** : l'hôtel abolit les frontières. 78 % des sondés valident l'hybridation des espaces, imaginant volontiers les cafétérias se muer en espaces de coworking vibrants hors des heures de repas. Un lieu de vie ouvert, tout simplement.

B&B HOTELS, la réponse concrète aux nouvelles attentes des voyageurs

Pour répondre à ces aspirations, B&B HOTELS s'impose comme l'allié incontournable des vacanciers. Avec un réseau de plus de 450 hôtels en France, majoritairement implantés sur les grands axes routiers, l'enseigne offre des escales stratégiques pour couper la fatigue des trajets et affronter sereinement les traditionnels bouchons estivaux. Conçus pour les tribus, les établissements proposent des chambres climatisées pouvant accueillir jusqu'à 6 personnes, équipées d'une literie de qualité pour un sommeil véritablement réparateur. Cette approche évite aux familles de multiplier les réservations et garantit le meilleur prix, leur permettant de préserver leur pouvoir d'achat pour ce qui compte vraiment : profiter pleinement une fois arrivés à destination. L'enseigne prouve également qu'il est possible de concilier budget serré et voyage responsable, d'une part grâce à sa certification en développement durable délivrée par l'organisme indépendant SOCOTEC, et d'autre part en proposant un réveil gourmand autour de petits-déjeuners valorisant les produits de nos régions en circuits courts.

Source : Enquête réalisée en ligne du 8 au 13 avril 2026 par Toluna Harris Interactive pour B&B HOTELS. Échantillon de 1 022 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille d'agglomération).

* * * * *



Fondé à Brest en 1990, B&B HOTELS est l'une des chaînes hôtelières économiques les plus importantes d'Europe. Le groupe dispose d'un réseau de plus de 900 hôtels répartis dans 19 pays, en Europe, au Brésil et aux Etats-Unis, dont la moitié en France. B&B HOTELS connaît une croissance exponentielle, son réseau ayant doublé de taille depuis 2019.

Positionné sur le segment value-for-money, B&B HOTELS a pour mission d'offrir à ses clients une expérience de qualité au meilleur prix. Empathie, intégrité, inclusion, simplicité et entrepreneuriat sont les valeurs fondatrices de l'entreprise.

B&B HOTELS est également activement engagé en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises. Pour répondre aux attentes des consommateurs et donner de la crédibilité et de la transparence à ses actions visant à avoir un impact social et environnemental positif, B&B HOTELS est désormais certifié en matière de développement durable par l'organisme indépendant SOCOTEC.

Goldman Sachs est l'actionnaire majoritaire depuis 2019.

Plus d'informations sur bbhotels.com.