

L'EHL dévoile les 5 tendances qui redéfiniront l'hospitality à l'horizon 2026

Agents IA, leadership centré sur l'humain, alimentation durable et high-tech, expériences immersives et hospitality régénérative... Au travers de son rapport *Insights - Hospitality Outlook 2026*, l'EHL ne se contente pas de prédire le changement, le Groupe met le secteur au défi d'évoluer.



© 2025 EHL, All rights reserved

Lausanne, le 27 novembre 2025 – À l'heure où les voyages et le tourisme représentent plus de 10 % du PIB mondial et des centaines de millions d'emplois, le secteur se trouve à un tournant. Accélération technologique, nouvelles attentes des clients, enjeux de bien-être au travail et urgence climatique : la pression s'intensifie, mais les opportunités n'ont jamais été aussi nombreuses.

Pour aider les décideurs à se repérer dans cette transformation, l'EHL publie son nouveau rapport sur les tendances du secteur en 2026. Basé sur des recherches académiques, des études de cas et les perspectives d'un large réseau de dirigeants internationaux, cette enquête identifie cinq grandes tendances qui vont façonner l'hôtellerie sur les prochaines années. Plus qu'un simple état des lieux, ce rapport trace une feuille de route pour un secteur plus innovant, plus humain et à impact positif.

Chiffres clés Hospitality 2026

- Le marché mondial de l'hôtellerie représente **4,9 trilliards de dollars** en 2024 (1)
- Les experts anticipent une croissance annuelle estimée du marché de **5,3%**. D'ici à 2029,

cela devrait ainsi porter le marché mondial de l'hôtellerie à **plus de 7 trilliards de dollars** (2)
→ Le voyage et le tourisme contribuent à hauteur de **10,3% au PIB mondial** (3)
→ Le secteur de l'hôtellerie emploie environ **371 millions de personnes** à travers le monde (4)
→ D'ici 2032, l'hôtellerie devrait représenter **1 emploi sur 8 à l'international** grâce à la création de 89 millions nouveaux postes. (5)

Tendance #1 / Agents IA : stimuler l'innovation, le bien-être et des expériences clients personnalisées

Chatbots, conciergeries virtuelles, systèmes de recommandation, robots de service... Les agents IA s'installent aujourd'hui durablement dans l'hospitality. Ce sont ainsi 6 professionnels de l'hôtellerie sur 10 qui estiment que l'intelligence artificielle a déjà un impact fort sur l'ensemble du secteur - ou en aura un dans tous les cas d'ici la fin 2026 (6). Côté voyageurs, plus de la moitié déclarent déjà utiliser aujourd'hui des outils basés sur l'IA pour planifier leurs séjours (7).

Sur le terrain, l'IA démontre déjà son utilité : de nombreux dirigeants du secteur observent qu'elle permet de réduire certaines charges opérationnelles, d'accélérer les prises de décision et d'améliorer la personnalisation des interactions clients. Dans l'hospitality, ces systèmes IA autonomes transforment la prestation de services, mais leur impact le plus déterminant est ailleurs : **ils libèrent du temps pour les interactions humaines**, cœur même du métier. En automatisant les tâches fonctionnelles (check-in, maintenance prédictive, allocation des chambres, planification housekeeping...) l'IA redéfinit le rôle des équipes, qui peuvent se consacrer pleinement à l'accueil, à l'accompagnement et à l'expérience client.

*"Concrètement, l'IA peut optimiser des processus comme le yield management ou la prévision de la demande, mais certainement pas remplacer les équipes", souligne **Ian Millar, Senior Lecturer à l'EHL et expert des technologies hôtelières**. "L'enjeu est de compléter les compétences humaines – en leur donnant de meilleurs outils, de meilleures informations, plus de soutien. L'efficacité ne progresse vraiment que si l'intégration est fiable, la formation solide et la priorité donnée aux besoins des personnes."*

Dans cette logique, les agents IA agissent comme des alliés silencieux : ils anticipent les besoins, ajustent les tarifs, prévoient les pannes ou accélèrent des micro-décisions opérationnelles. Plutôt que d'annoncer la fin des métiers de l'hôtellerie, ils ouvrent la voie à une hospitalité augmentée, où la technologie renforce le bien-être des équipes, la qualité de service et la personnalisation.

Tendance #2 / L'avenir de l'alimentation : de la durabilité dans la restauration aux innovations technologiques dans la production alimentaire

L'assiette est devenue un espace stratégique de transformation. Entre quête de sens, enjeux de santé, impératifs environnementaux et innovations technologiques, l'alimentation reflète désormais la manière dont les sociétés évoluent. Au sens large, les consommateurs exigent aujourd'hui **plus de transparence** (traçabilité, origine, impact environnemental) mais aussi des **pratiques plus vertueuses** (réduction du gaspillage, circularité, produits moins transformés,

sourcing local...). Les attentes se déplacent ainsi vers une alimentation plus authentique, plus fonctionnelle et plus naturelle.

La restauration, au contact quotidien de millions de consommateurs, occupe une place stratégique dans cette transition. Une étude récente menée en Suisse par l'EHL démontre que les restaurants, hôtels, traiteurs et cafés peuvent accélérer la transformation des systèmes alimentaires : réduction du gaspillage, énergie mieux maîtrisée, sourcing responsable et pratiques circulaires (8). Parallèlement, les travaux de l'EHL Institute of Nutrition R&D soulignent que l'innovation ne touche pas seulement l'assiette, mais aussi la transformation des produits — grâce à des techniques de cuisson de précision, à la fermentation, à la diminution des additifs ou encore à la blockchain pour renforcer la traçabilité. Ensemble, ces avancées positionnent le secteur de la restauration comme l'un des leviers les plus puissants pour une alimentation plus durable, plus transparente et plus technologique.

“Nos résultats montrent que les innovations durables réduisent l'impact environnemental tout en renforçant la compétitivité. Pour passer du pilote à la pratique quotidienne, trois leviers sont essentiels : des financements accessibles pour moderniser les cuisines, des règles d'achats qui récompensent les réductions de déchets et d'énergie, et des accords fournisseurs qui facilitent la reprise et le partage de données”, explique le **Dr Carlos Martin-Rios, Associate Professor à l'EHL.**

Tendance #3 / Une nouvelle ère de leadership centré sur l'humain comme avenir du travail

Une mutation profonde du leadership s'opère aujourd'hui : alors que le secteur fait face à des tensions persistantes en matière de recrutement, l'attractivité des employeurs ne repose plus uniquement sur la rémunération ou les conditions de travail, mais de plus en plus **sur la qualité du management**. Les organisations les plus performantes investissent ainsi dans un leadership fondé sur l'empathie, la transparence, l'intelligence émotionnelle et le développement des compétences, rompant avec les structures verticales qui dominaient historiquement l'hospitality.

Ce changement répond à une réalité clairement identifiée : les équipes managées selon une approche centrée sur l'humain sont plus engagées, plus créatives et plus fidèles sur le long terme. Alors que le secteur devrait employer **près de 460 millions de personnes dans la prochaine décennie** (9), les attentes des jeunes talents — notamment la génération Z — en matière de sens, de reconnaissance et de développement doivent être pleinement intégrées pour renforcer l'attractivité des employeurs.

“Les jeunes professionnels attendent des structures plus horizontales, davantage d'interactions et une véritable culture du feedback”, analyse le **Dr Stefano Borzillo, Associate Professor à l'EHL.** *“Les directions reconnaissent désormais la nécessité de sortir des modèles rigides pour attirer et retenir les talents.”*

Les systèmes de développement des talents augmentés par l'IA (anticipations de besoins en compétences, dispositifs de formation personnalisée, analyse en temps réel du climat social...) deviennent des atouts essentiels, à condition d'être conçus comme des outils de soutien et non de contrôle. Le leadership centré sur l'humain ne concerne plus seulement les nouvelles générations : il est aujourd'hui un pilier de performance organisationnelle, un vecteur de santé mentale au travail et un avantage concurrentiel décisif.

Tendance #4 / L'hôtellerie à la tête de l'économie des expériences immersives

Les voyageurs ne cherchent plus seulement un lit confortable, mais des expériences qui ont du sens, qui engagent, qui transforment. Dans ce contexte, l'hôtellerie se retrouve propulsée au cœur d'une nouvelle dynamique : celle des expériences immersives. Les voyageurs ne veulent plus observer : ils veulent participer, apprendre, ressentir. Les hôtels répondent avec des expériences coconstruites, authentiques et multisensorielles : ateliers participatifs, parcours culturels avec les communautés locales, rituels bien-être, storytelling immersif, collaborations avec des marques de design ou de luxe, etc.

*"Nous passons de l'expérience passive à des formes d'engagement où les clients co créent activement leur séjour", explique la **Dr Valentina Clergue, Assistant Professor à l'EHL en marketing et stratégie de marque**. "C'est cette immersion qui génère une connexion émotionnelle durable."*

La technologie — réalité augmentée, VR, projection mapping, dispositifs interactifs — accélère l'essor des expériences immersives, en permettant de scénariser un séjour et de solliciter plusieurs sens à la fois. Mais malgré ces avancées, **l'humain demeure le véritable vecteur d'émotion** : ce sont l'accueil, l'attention, la médiation et la créativité des équipes qui donnent sens aux dispositifs. L'hôtellerie devient ainsi un véritable architecte d'expériences, et non plus un simple fournisseur de services.

Tendance #5 / De la durabilité à l'hospitalité régénérative : intégrer les personnes, les lieux et la planète

Si la durabilité a longtemps guidé les stratégies du secteur, une nouvelle dynamique émerge aujourd'hui : **il n'est plus question que de réduire son impact, mais de générer un impact positif**. C'est le fondement de l'hospitalité régénérative, une approche qui dépasse la logique du "net zéro" pour adopter une vision nette positive où l'on restaure davantage que l'on ne prélève.

L'hospitalité régénérative repose sur une vision beaucoup plus large du rôle des établissements : elle considère chaque hôtel comme un acteur actif de son environnement social, culturel et naturel, capable d'influencer positivement l'écosystème dans lequel il s'inscrit. Restaurer la biodiversité, revitaliser les sols, renforcer les communautés locales, préserver les savoir-faire, favoriser des partenariats durables... autant de leviers qui s'inscrivent dans une logique de contribution active.

*"Les hôtels ne sont pas des entités isolées. Ils sont enracinés dans un territoire et un écosystème humain", souligne le **Dr Alessandro Inversini, professeur à l'EHL et spécialiste de communication***

digitale, transformation numérique et économie régénérative. *"La régénération consiste à rendre cette connexion visible, tangible et positive pour tous."*

Pour accompagner cette transition, l'EHL Hospitality Business School et l'université suisse HES-SO Valais ont développé le guide *"Regenerative Hospitality Canva"* (10) - une méthodologie permettant aux professionnels d'identifier leurs leviers locaux et de structurer une stratégie net-positive. Déjà testé auprès d'acteurs suisses comme le Geneva Marriott, le Hilton Geneva, le Six Senses Crans-Montana ou l'Hôtel des Horlogers, ce cadre montre que la régénération est applicable à tous les types d'établissements, quelle que soit leur taille.

Ces cinq tendances dessinent un futur où l'hospitalité sera à la fois plus technologique, plus humaine et plus responsable. **Le rapport EHL Insights : Hospitality Outlook 2026 est déjà [disponible en téléchargement](#)**. Il s'adresse aux acteurs de l'hôtellerie, de la restauration, du tourisme, ainsi qu'aux investisseurs, éducateurs et innovateurs souhaitant rester en avance sur les transformations du secteur.

(1), (2) Source : Hospitality Global Market Report 2024

(3), (4), (5) et (9) Source : WTTC (World Travel & Tourism Council)

(6) Canary Technologies "[AI in Hospitality](#)" (2025)

(7) Skift US Travel Tracker "[U.S. Traveler Trends 2025](#)" (Juin 2025)

(8) EHL - [Sustainability Transitions in the Swiss Foodservice: Re-imagining foodservice for a world never imagined](#) (STRest) (Mars 2025)

(10) EHL Hospitality Business School x HES-SO Valais - [Regenerative Hospitality Canva - A Playbook to Navigate Regenerative Transformation for Hospitality Businesses](#) (Septembre 2025)

A propos de l'EHL :

L'EHL – initialement fondée sous le nom d'École hôtelière de Lausanne – est un groupe d'enseignement en management hôtelier et business, reconnu comme le leader mondial dans le domaine de l'hospitalité. L'EHL accueille une communauté étudiante de 4 000 personnes, représentant plus de 120 nationalités, réparties sur trois campus en Suisse et à Singapour.

Notre approche holistique de l'éducation, emblématique du système suisse, allie harmonieusement rigueur académique, expérience pratique et un engagement fort en faveur des relations humaines. À l'EHL, nous éduquons cœurs, mains et esprits. Au sein de nos deux institutions, nous formons des leaders confiants, polyvalents et résilients à des carrières dans l'hospitalité et les secteurs axés sur l'expérience client :

- **L'EHL Hospitality Business School**, accréditée par AACSB et NECHE, propose des programmes de niveau bachelor, master et des formations pour cadres expérimentés, délivrant des insights pratiques en leadership, stratégie et opérations.
- **L'EHL School of Practical Arts**, spécialisée dans les formations professionnelles en hôtellerie et restauration, en profitant notamment du savoir-faire de 6 Meilleurs Ouvriers de France et d'un restaurant d'application primé et étoilé au Michelin.

Depuis plus de 130 ans, l'EHL s'engage dans l'innovation en faveur de l'industrie de l'hospitalité et des services, en mettant l'accent sur l'intelligence émotionnelle et une compréhension approfondie des enjeux économiques et managériaux. À l'EHL, l'enseignement va bien au-delà du savoir – c'est une expérience transformatrice, partagée par une communauté de 30'000 Alumni passionnés, qui redéfinissent l'excellence quel que soit leur parcours.

www.ehlgroup.com

