

Intelligent Investment

# France Real Estate Market Outlook 2026

REPORT

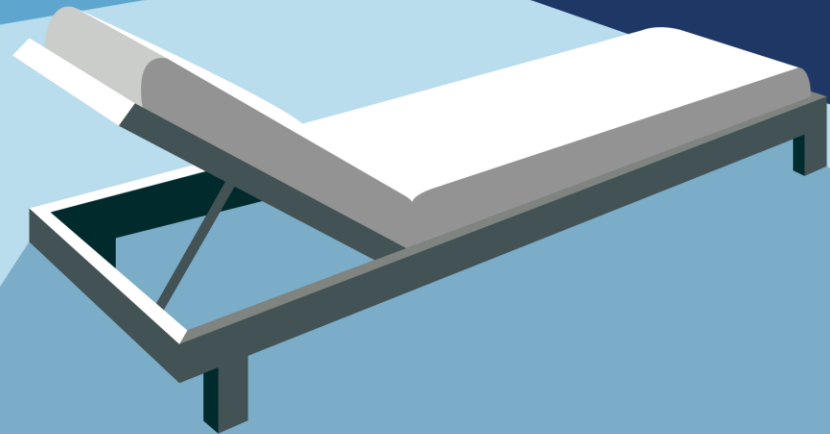
---

CBRE RESEARCH  
JANVIER 2026



09

# Hôtels



09

Hôtellerie

# Une dynamique plus modérée en 2026 après une période de croissance rapide post-Covid ?

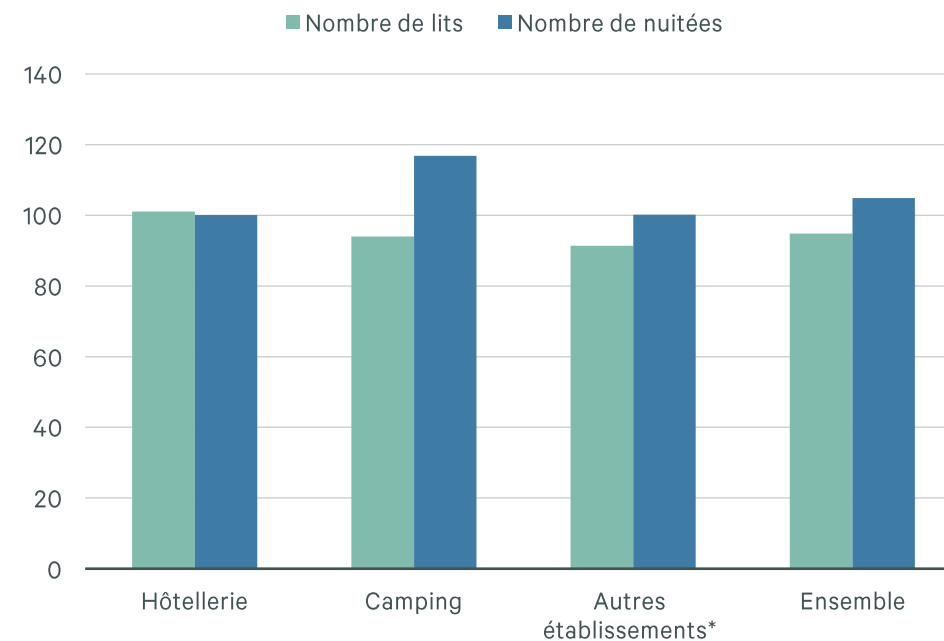
L'année 2025 aura à nouveau été un bon cru pour l'hôtellerie, tant côté opérationnel que pour les volumes investis, avec notamment un RevPAR record à l'échelle nationale et près de 2,8 Md€ transactés. Ces bons résultats devraient encourager les investisseurs spécialisés et à la recherche de diversification à être actifs à l'investissement en 2026, même si plusieurs signaux indiquent la fin de la période de reprise qui avait profité à tous les marchés et à tous les segments.

La fréquentation des différentes catégories d'hébergements touristiques collectifs devrait continuer de progresser en 2026 avec une clientèle internationale toujours plus présente. Les touristes américains sont attendus aussi nombreux dans les prochains mois qu'en 2025, séduits par des prix relativement abordables par rapport à leur marché domestique, alors que l'inflation outre-Atlantique restera plus élevée que dans l'Hexagone en 2026. L'Asie représente par ailleurs un relais de croissance, les arrivées en provenance de la Chine et du Japon notamment étant restées encore en-deçà de 2019. Leur retour pourrait toutefois être retardé au regard des perspectives économiques.

Côté offre, l'évolution du nombre total de lits devrait rester orientée à la baisse. Le développement d'une offre neuve reste relativement contenu et le parc existant tend à diminuer par le biais notamment des rénovations et de la montée en gamme de l'offre, avec des chambres plus spacieuses. La recherche d'économies d'échelle avec des établissements moins nombreux mais plus grands pour améliorer les performances opérationnelles devrait par ailleurs se poursuivre. Les dynamiques sont toutefois différentes selon les types d'hébergements touristiques avec un nombre de lits stable pour l'hôtellerie en 2025 par rapport à 2019 et plus en retrait pour les autres catégories.

Le développement relativement faible de l'offre malgré une demande en hausse soutiendra les performances opérationnelles des établissements. Ces dernières ne devraient toutefois plus connaître les croissances à 2 chiffres observées au lendemain de la pandémie et resteront certainement hétérogènes entre les différentes gammes d'hôtel, à la faveur du haut de gamme et du luxe. Les destinations secondaires pourraient également avoir atteint un plafond en termes de prix.

Visuel 8 : Evolution du nombre de lits et du nombre de nuitées par type d'hébergements touristiques en France entre 2019 et 2025\*\* (base 100 = 2019)



\*Villages vacances, résidences de tourisme et auberges de jeunesse. \*\*Novembre 2025 sur 12 mois glissants.

Source : Insee, CBRE Research, décembre 2025.

09

Hôtellerie

## Trends to Watch

- L'évolution des performances opérationnelles devrait restée très différenciée selon les segments, alors que la croissance de la clientèle internationale sera favorable au haut de gamme et au luxe. A contrario, le segment économique pourra pâtir du ralentissement économique attendu en France. En parallèle, les destinations prisées par la clientèle non-domestique et avec un profil « loisirs » devraient également tirer leur épingle du jeu.
- La modernisation de l'offre devrait se poursuivre, portée notamment par l'importance des capitaux levés à destination de l'immobilier *value-add*. La prise en compte des avis clients avant les réservations et les attentes créées par les images sur les réseaux sociaux rendent la clientèle de plus en plus exigeante quant à la qualité des chambres mais aussi des espaces communs.
- A l'image d'autres secteurs économiques, l'intelligence artificielle devrait permettre des gains de productivité dans le domaine de l'hébergement. S'ils se traduiront en réduction du personnel pour les établissements d'entrée de gamme, ils libéreront du temps humain à dédier à la clientèle côté haut-de-gamme et luxe.



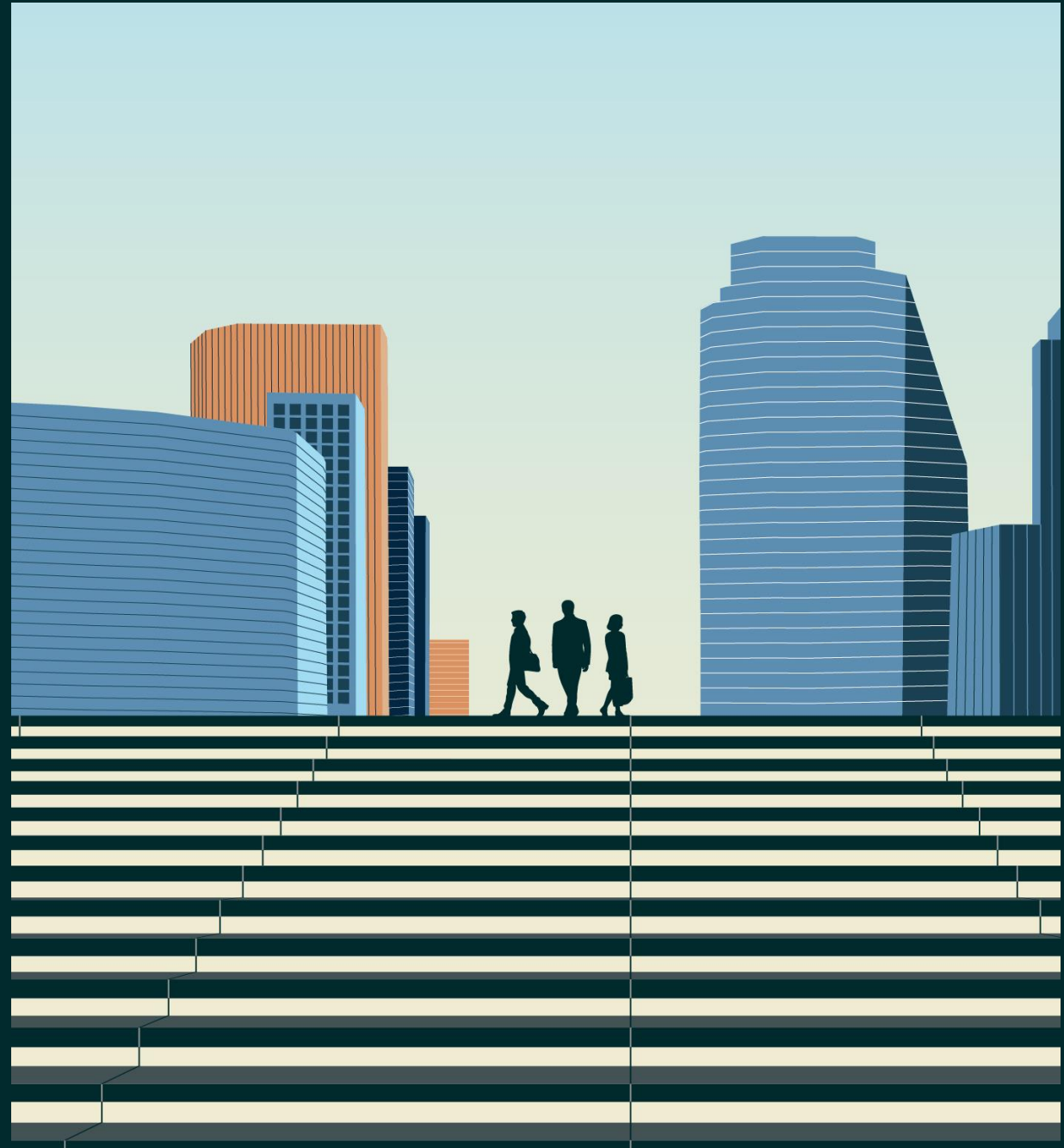
Intelligent Investment

# 2026 European Real Estate Market Outlook

REPORT

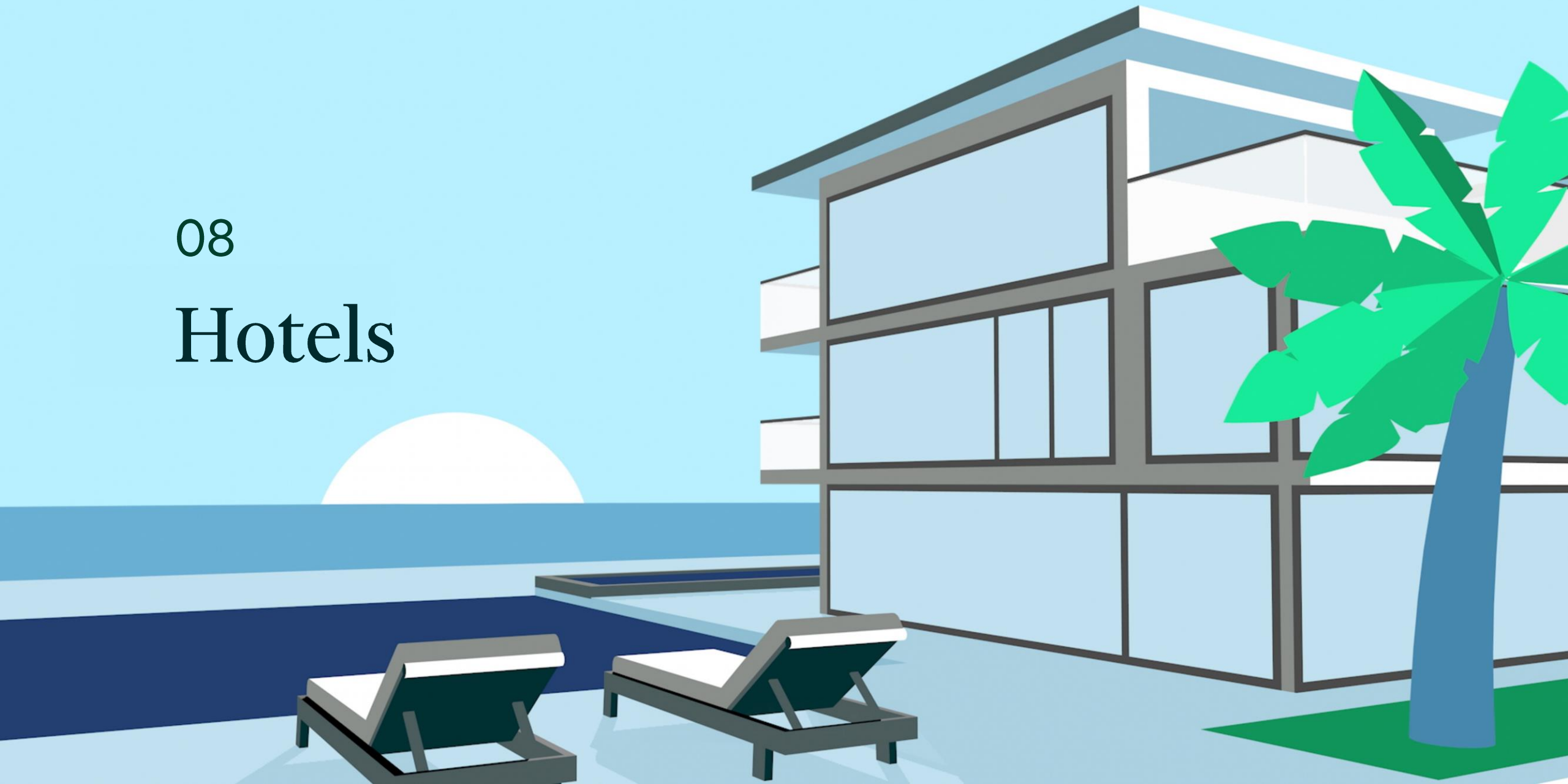
---

CBRE RESEARCH  
JANUARY 2026



08

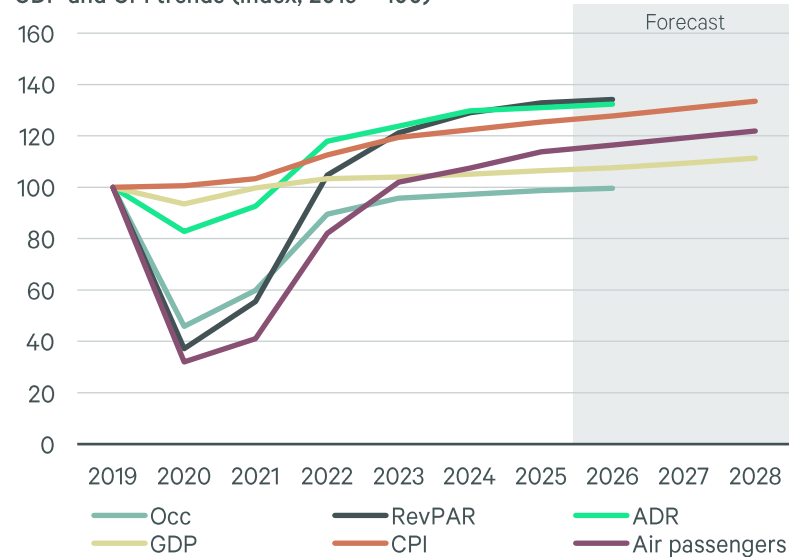
# Hotels



# Healthy demand-supply dynamic underpins a more measured growth outlook in 2026

After the double-digit growth years post-pandemic, Europe’s hotel sector should **see measured growth in performance in 2026**.

Figure 8: European hotel performance, air passenger, GDP and CPI trends (Index, 2019 = 100)



Source: Oxford Economics, International Air Transport Association, HotStats, CBRE Research

Definitions: Occ = Occupancy, RevPAR = Revenue per Available Room, ADR = Average Daily Rate.

Demand looks robust, though the sources of growth have been shifting. Post-pandemic, most of the rebound was driven by intra-European travel. This year, it will be inbound travel – supported by the continued recovery of long-haul arrivals – that will grow at the relatively faster rate of 6%. From the historically important long-haul markets, arrivals from the US should still be strong (after several robust years), but the rate of growth may ease. On the other hand, growth from China and Japan is forecast to gradually pick back up, after a slower-than-expected recovery post-pandemic.

Central to growth in inbound figures is the revival of international business travel, which is forecast to see 10% year-on-year growth in 2026. On the leisure front, domestic growth remains slightly more important: inbound travel is expected to see 5% growth, while domestic is still forecast at a robust 7%.

From a supply perspective, hotel development remains broadly disciplined across Europe.

There are differences between markets, with the UK and Portugal showing modest pipeline ratios of c. 5% to 6% of existing supply, while markets like Ireland, Romania, and Poland see ratios of 7% to 10%. Nevertheless, most of the key European markets show low projected supply over the medium-term relative to historical averages. Across Europe as a whole, the projected five-year CAGR on room-night demand and travel spend significantly outstrips the same-period projection for growth in supply.

Despite the healthy demand dynamic, hotel performance is expected to see only modest gains, with Europe-wide Revenue per Available Room (RevPAR) forecast to increase by c. 1% to 3%. Growth will stem primarily from marginal Average Daily Rate (ADR) improvements in higher-growth markets, as occupancies appear to have largely stabilised at current levels. Some CEE markets are expected to perform more strongly, benefitting from strong seasonal demand, disciplined new supply, and competitive pricing. In contrast, many Western European gateways may see more stable RevPAR levels on the basis that they have ADR levels that are already high, in an environment where, for many segments, there is growing price sensitivity among travellers.

## Trends to watch

- The composition of travel demand is set to evolve further. Leisure travel will remain the main driver, while corporate travel is expected to strengthen as business events and international meetings continue to grow beyond pre-pandemic levels. The trend towards blended travel and extended stays is likely to deepen, benefitting lifestyle-oriented hotels that can seamlessly cater to both work and leisure needs within a single product, especially in destinations that are attractive for both corporate and leisure demand.
- Hotel performance may become increasingly differentiated across destinations and segments. Location type and brand positioning will play a more decisive role in shaping outcomes. Luxury and upper-upscale properties are expected to retain stronger pricing power in key gateways such as Paris, Milan, and Madrid, whereas midscale urban hotels may continue to face pressure from elevated operating costs and tighter margins.
- Renovation activity, which peaked before the pandemic, fell sharply during COVID and remained muted through 2023–2024 amid surging inflation that affected construction costs. While renovation costs remain stubbornly high, after a period of relative under-investment, the imperative to implement renovation projects will become much stronger for many owners if competitiveness is to be maintained.
- Social media will continue to shape destination appeal, particularly among younger travellers. This audience is drawn to hotels and locations with strong visual and social currency, where design, ambience, and F&B presentation translate into shareable moments and peer recognition. For operators, understanding and leveraging this influence will become increasingly important, as strategic engagement can amplify brand visibility and accelerate the rise of emerging destinations.
- The growing use of AI platforms, which now have the ability to generate entire travel itineraries based on user prompts, represents another challenge and opportunity for the brands. They must ensure that their products are being distributed through these new channels, too, and ideally by drawing on the social media assets already in play.

