

2026- E.H.L. Cinq tendances en hôtellerie

Adoption progressive des agents IA, innovations technologiques dans la production alimentaire, management basé sur l'humain, expériences immersives et hôtellerie régénérative seront les grandes tendances pour l'année à venir dans la profession, prédit l'école hôtelière suisse dans son rapport Insights - Hospitality Outlook 2026.

Chaque année, l'EHL (anciennement École hôtelière de Lausanne) met ses enseignants-chercheurs à contribution pour imaginer les grandes tendances qui façonnent l'hôtellerie dans les mois à venir. Alors que le secteur du tourisme représente 10,3 % du PIB mondial mais est confronté à de fortes pressions technologiques et managériales, à une demande client en constante évolution, et à l'urgence climatique, l'EHL souhaite ainsi donner aux hôteliers une feuille de route pour "*un secteur plus innovant, plus humain et à impact positif*". Cinq grandes tendances ont été identifiées pour 2026.

• 1. Agents IA : stimuler l'innovation, le bien-être et des expériences clients

personnalisées Chatbots, conciergeries virtuelles, recommandations personnalisées : 6 professionnels de l'hôtellerie sur 10 estiment que l'IA a déjà, ou aura en 2026, un impact fort sur le secteur, et plus de la moitié des voyageurs l'utilisent pour planifier leur séjour. Si elle libère les salariés des tâches opérationnelles chronophages, facilite le yield management et la prévision de la demande, elle ne "*peut certainement pas remplacer les équipes*", souligne Ian Millar, expert des technologies hôtelières. Les agents IA font figure "d'alliés silencieux", permettant "d'améliorer le bien être des équipes, la qualité de service, et la personnalisation".

• 2. L'avenir de l'alimentation : de la durabilité dans la restauration aux innovations technologiques dans la production alimentaire

Face à des clients soucieux de transparence et de traçabilité, la restauration a un rôle à jouer dans la transformation du modèle alimentaire, en réduisant le gaspillage, en maîtrisant mieux la consommation d'énergie, et en privilégiant un sourcing responsable et des pratiques circulaires. De plus, les dernières avancées observées dans la transformation des produits - cuisson de précision, fermentation, diminution des additifs... - vont dans le sens "*d'une alimentation plus durable, plus transparente et plus technologique*", assure l'EHL.

• 3. Une nouvelle ère de leadership centré sur l'humain

Dans un contexte de tensions persistantes en matière de recrutement, les employeurs sont désormais évalués en fonction de la qualité du leadership, et pas uniquement sur la rémunération et les conditions de travail. Un management mettant en avant les notions d'empathie, de transparence, d'intelligence émotionnelle et de développement des compétences permet aux équipes d'être "*plus engagées, plus créatives et plus fidèles sur le long terme*" et constitue un "*pilier de performance organisationnelle et un avantage concurrentiel décisif.*" "*Les jeunes professionnels attendent des structures plus horizontales, davantage d'interactions et une véritable culture du feedback. Les directions reconnaissent désormais la nécessité de sortir des modèles rigides pour attirer et retenir les talents*", analyse le docteur **Stefano Borzillo**, professeur associé à l'EHL.

4 • L'hôtellerie à la tête de l'économie des expériences immersives

Les voyageurs souhaitant désormais "*participer, apprendre, ressentir*" plus qu'observer, l'hôtellerie se doit de proposer des expériences, "*Co construites, authentiques et multisensorielles*" : ateliers participatifs, parcours culturels, rituels bien-être, collaborations avec des marques de design

ou de luxe. “*C'est cette immersion qui génère une connexion émotionnelle durable*” explique la docteure **Valentina Clergue**, professeure assistante en marketing et stratégie de marque. Toutefois, “*ce sont l'accueil, l'attention, la médiation et la créativité des équipes qui donnent sens aux dispositifs*”, rappelle l’EH et transforment les hôtels en “véritables architectes d’expériences”. **5. De la durabilité à l’hôtellerie régénérative : intégrer les personnes, les lieux et la planète**

Le secteur est en train de passer d'une stratégie de réduction des impacts négatifs à une dynamique privilégiant la création d'effets positifs sur l'environnement, “*où l'on restaure davantage que l'on ne prélève*”. Cette hôtellerie régénérative participe à “*restaurer la biodiversité, revitaliser les sols, renforcer les communautés locales, préserver les savoir-faire, favoriser des partenariats durables...*”, proposant ainsi une nouvelle vision de la durabilité dans le secteur.

Cf. publié le 28 novembre 2025