



CLUB BANQUES TOURISME

2^e édition - Webinaire

Financement hôtelier 2026
cap sur les risques et les opportunités dans
un contexte géopolitique sous tension

Financement hôtelier 2026 : cap sur les risques et les opportunités dans un contexte géopolitique sous tension

LE FIL ROUGE DU WEBINAIRE

Dans un monde plus incertain, l'hôtellerie reste une conviction d'investissement. Mais la performance de demain sera moins automatique : elle reposera sur la qualité de la sélection et sur la capacité collective à financer une offre française moderne, performante et compétitive.

Dans un environnement de « permacrise » — marqué par la succession de chocs monétaires, inflationnistes, géopolitiques et énergétiques — le secteur hôtelier continue de démontrer une résilience supérieure à celle de nombreuses autres classes d'actifs immobiliers.

Le contexte reste néanmoins plus complexe qu'au cours des dernières années. La remontée des taux, la volatilité des prix de l'énergie, les tensions sur les coûts et les effets de second tour de l'inflation pèsent sur les valorisations, les transactions et les performances opérationnelles. Le marché est devenu nettement plus sélectif : les écarts se creusent entre pays, gammes, établissements et opérateurs.

Pour autant, les fondamentaux de l'hôtellerie restent solides. La demande touristique demeure puissante, portée par le besoin croissant de voyager et de vivre des expériences, le dynamisme des clientèles internationales, la redirection de certains flux vers l'Europe et la force de l'événementiel. L'Espagne et l'Italie affichent des performances particulièrement dynamiques, tandis que la France reste très bien positionnée, notamment sur le haut de gamme et les destinations de loisirs.

Le principal enjeu n'est donc pas de savoir s'il faut continuer à financer l'hôtellerie, mais de **sélectionner les bons projets**. Dans un marché de plus en plus exigeant, la performance repose sur une combinaison précise : une bonne géographie, une gamme adaptée, un produit répondant aux nouveaux usages et, surtout, des investisseurs et exploitants de qualité.

Le message collectif adressé aux financeurs est clair : la France doit continuer à investir pour maintenir la compétitivité de son offre face à des pays comme l'Espagne et l'Italie, qui ont mené depuis plusieurs années des politiques ambitieuses de développement et de modernisation de leur parc.

01 Les messages clés par intervenant



SwissLife
Asset Managers

La performance ne viendra plus seulement du choix de l'hôtellerie comme classe d'actifs, mais de la capacité à sélectionner la bonne géographie, la bonne gamme et les bons acteurs.

Béatrice Guedj
Head of Research & Innovation



MKG

Le sujet n'est pas d'investir dans l'hôtellerie du passé, mais de financer la bonne offre, au bon endroit, avec les bons acteurs.

Vangelis Panayotis
Président



bpifrance

Nous sommes responsables, en tant que partenaires bancaires et investisseurs, de contribuer à constituer un parc hôtelier français performant.

Virginie Si-Hassen
Directrice des Partenariats et du Pilotage des Plans Stratégiques Tourisme



EXTENDAM
CAPITAL PARTNERS IN HOSPITALITY

Les turbulences politiques sont conjoncturelles ; la solidité des fondamentaux de l'hôtellerie, elle, reste structurelle et continue de surpasser celle de la plupart des autres classes d'actifs immobilières.

Bertrand Pullès
Co-Founder & Managing Partner

02 L'essentiel en 7 points

- 1 L'hôtellerie reste l'une des classes d'actifs immobiliers les plus **résilientes** dans un environnement de permacrise.
- 2 La **demande touristique** demeure structurellement puissante : les consommateurs continuent de placer le voyage et l'expérience au rang de priorité
- 3 Le marché devient plus **sélectif** : les écarts de performance se creusent entre pays, gammes, actifs et opérateurs.
- 4 Le **haut de gamme** et les destinations de loisirs restent les segments les plus dynamiques, tandis que l'économique et l'hôtellerie d'affaires nécessitent davantage de vigilance.
- 5 L'**Espagne** et l'**Italie** démontrent qu'une politique ambitieuse d'investissement dans l'offre produit des résultats.
- 6 La **France** dispose de tous les atouts pour rester une destination leader, mais elle doit continuer à moderniser et développer son parc.
- 7 Pour les financeurs, le mot d'ordre est la **sélectivité, pas le retrait** : un bon produit, au bon endroit, avec le bon investisseur et le bon exploitant, doit être financé.