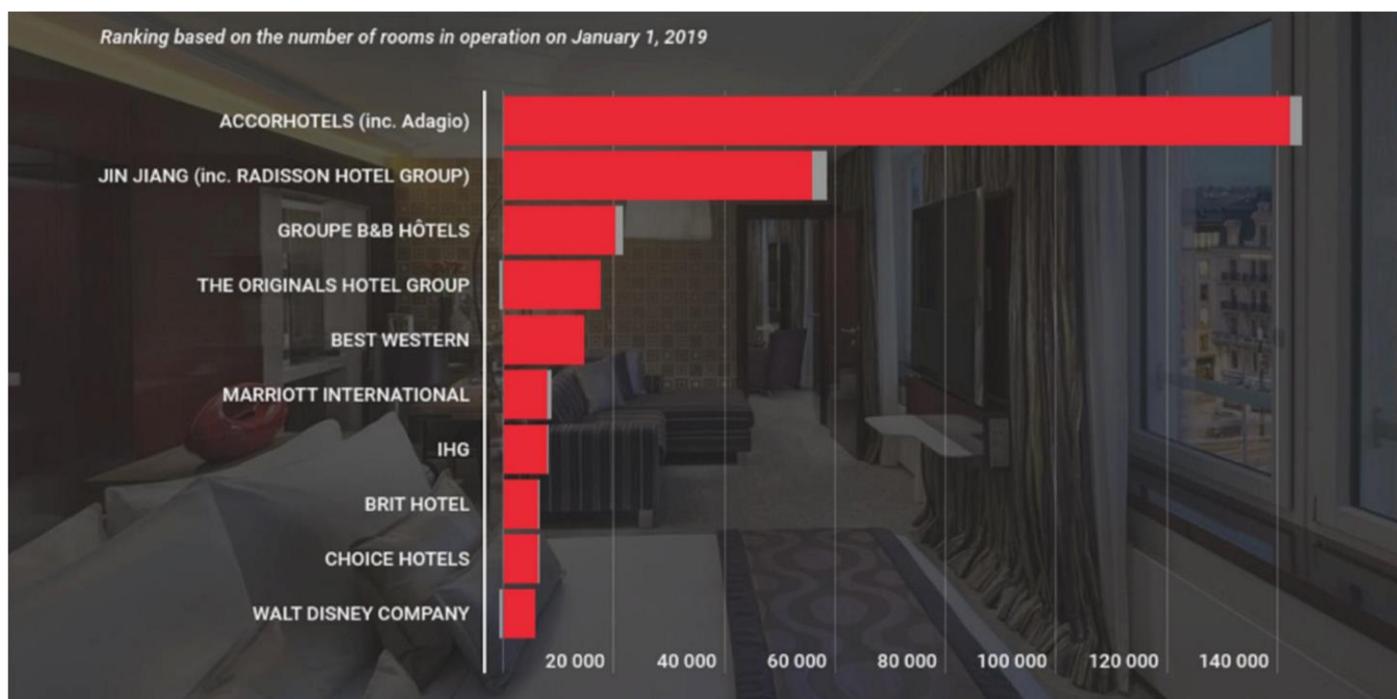


Top 10 des groupes hôteliers en France, la lame de fond est à peine visible en surface

il y a 4 jours



[AJOUTER \(/fr/flag/flag/favoris/25349?destination=/fr/hotel-ranking/top-10-des-groupes-hoteliers-en-france-la-lame-de-fond-est-peine-visible-en-surface&token=almq6tcFRJd3tk_LnPWZILJXU7UUJQKqBWQG7w_K6k8\)](#)



Arrivée de nouvelles marques pour certains, fortes ambitions de développement affichées pour d'autres, rachat pour le numéro deux... les groupes hôteliers ne sont pas restés inactifs en 2018 sans réel impact sur leur position dans le classement de l'offre française.

AccorHotels reste le leader incontesté de l'offre en France. A lui seul, il totalise prêt de 50% de l'offre du top 10 sur le territoire. La légère croissance de son parc est portée par le segment économique avec la mégabrand ibis, qui a récemment été partiellement repensée pour ibis rouge, le timide reprise du développement F1 qui avait perdu en parc en 2017 – 27,4% en 2017.



France

Pays

L'intégration d'un nouvel acteur au sein du parc Adagio, Hipark, porte également la croissance du groupe.

Jin Jiang totalise 58550 chambres et doit la croissance de son parc à l'acquisition de Radisson Hotel Group.

(<https://hospitality-on.com/fr/france>)

Le développement de ses marques core (Campanile, Première Classe) est en

[Voir la fiche destination](#)

retrait, le groupe affiche une stagnation à +0,3% de croissance organique contre +2,7% en 2017.

Le français B&B ferme la marche du podium avec une progression d'offre de +6,3% en progression par rapport à 2017 (+4,0%). Il a ouvert 14 établissements en France dont 4 en Île-de-France, 2 à Marseille, 2 à Bordeaux et 2 en montagne (Saint-Jean de Maurienne et Annemasse Saint Cergues).

Avec 16845 chambres, The Originals reste au pied du podium malgré une perte nette de 571 chambres. La refonte totale de la marque (anciennement SEH) annoncée en novembre 2018 avec le lancement de 6 déclinaisons traduisent une volonté du groupe de moderniser leur image. Le français pâtit de la restructuration de l'offre avec une baisse des établissements familiaux de petite capacité en province, cœur de l'offre The Originals, Human Hotels & Resorts.

Best Western repart sur une tendance positive. Après une stagnation du parc à -0.3% en 2017 liée à la restructuration et à la montée en gamme de l'offre, l'année 2018 signe le retour de la croissance +1,2% pour l'américain. Les marques Sure (marque de conversion) et Aiden (lifestyle) ont été lancées en 2018 en France avec une première ouverture Aiden en avril 2019 à Compiègne. Le groupe annonce la signature de 30 établissements pour la France en 2018, année record et vise 39 nouvelles entrées au portefeuille pour 2019.

En 6^{ème} position, Marriott International signe une belle progression de parc à +9,5%, la plus forte de ce classement. 2018 fut l'année de l'arrivée de nouvelles marques sur le territoire français, l'enseigne dédiée aux millennials Moxy débarque à Paris Bastille avec une autre ouverture prévue en 2019 sur la zone aéroportuaire de Charles de Gaulle. Résidence Inn arrive également dans l'hexagone à Toulouse Blagnac. A noter l'ouverture du Courtyard Paris Gare de Lyon et du Luxury Collection Hotel de Berri dans la capitale.

Le numéro trois européen InterContinental Hotel Group apparaît en 7^{ème} position de ce top 20. Ce sont les marques Holiday Inn et Holiday Inn Express qui tirent la croissance avec +6,1% pour ces enseignes le reste du parc étant parfaitement stable. +3,8% de croissance de parc donc pour le britannique avec notamment les ouvertures du Holiday Inn Express CDG Airport (305 chambres) et Holiday Inn Strasbourg Nord (66 chambres).

Brit Hotel poursuit son développement solide après une croissance de +17,8% en 2017, l'année 2018 se conclut sur un développement de +7,2% de chambres et amène le groupe français en 8^{ème} place de ce classement devant l'américain Choice Hotels qui poursuit sa croissance +6,3%.

Dernière place de ce top 10, Walt Disney Company dont le parc régresse avec la fermeture de l'Hôtel New-York pour rénovation et changement de branding pour Marvel.