

CHR DAYS • DEAUVILLE • 28 SEPTEMBRE 2026

Qui décide de votre prix ?

Ce que l'observation de l'offre publique de 739 hôtels dit de la valeur d'un actif, et de qui la décide.

Table ronde « Transmission, reprise, investissement : l'avenir des CHR indépendants »



Jean Laherrere | Président, RMD Technologies

Étude préparée pour les CHR Days, Deauville, septembre 2026. Reproduction et diffusion interdites sans l'accord écrit de RMD Technologies.

Bonjour, je suis Jean Laherrere

Fondateur de RMD Technologies, à La Rochelle. Nous fixons des prix d'hôtels, tous les jours.



Kalio

J'ai créé Kalio pour une raison simple : **un hôtel indépendant n'a ni la taille ni l'équipe des chaînes pour décider du prix de chaque nuit.** Kalio le fait pour lui, jusqu'à 360 jours devant.

Pour cela, nous ne demandons rien aux hôtels. Nous relevons ce que tout le monde peut voir : **les prix affichés, et la qualité de l'établissement, mesurée sur plus de 130 critères constatés.**

Ce que je partage ici, c'est un autre usage de la même mesure. **Prise sur des centaines d'hôtels, elle dit ce que vaut un actif, et si son prix le reflète.** C'est une lecture patrimoniale, publiée ici pour la première fois.

La Rochelle

notre port d'attache

17

collaborateurs

RMS

notre métier

Trois endroits où nous expliquons notre métier

Le revenue management, expliqué sans jargon et sans autopromotion. Cliquez, tout est en accès libre.



LE SITE

rmd-technologies.com

Kalio, la méthode en quatre temps, et les études de valorisation d'hôtel.

[Visiter le site ›](#)

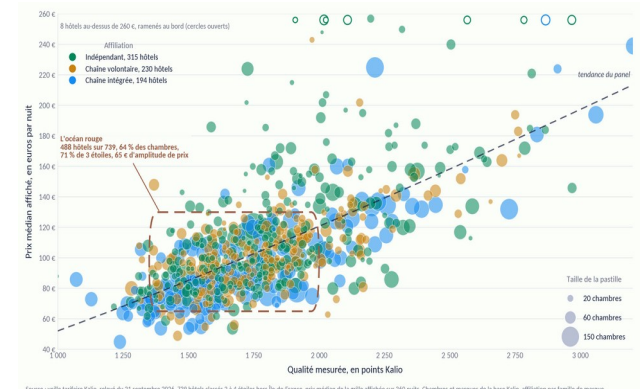


LA CHAÎNE YOUTUBE

Le métier, montré de l'intérieur

Des vidéos longues, tournées en studio, où nous expliquons ce que nous faisons et pourquoi.

[Voir la chaîne ›](#)



LE BLOG

Les indicateurs, en chiffres

Prix moyen, taux d'occupation, saisonnalité, et les cas de nos clients.

[Lire le blog ›](#)

La localisation pèse la moitié de la valeur

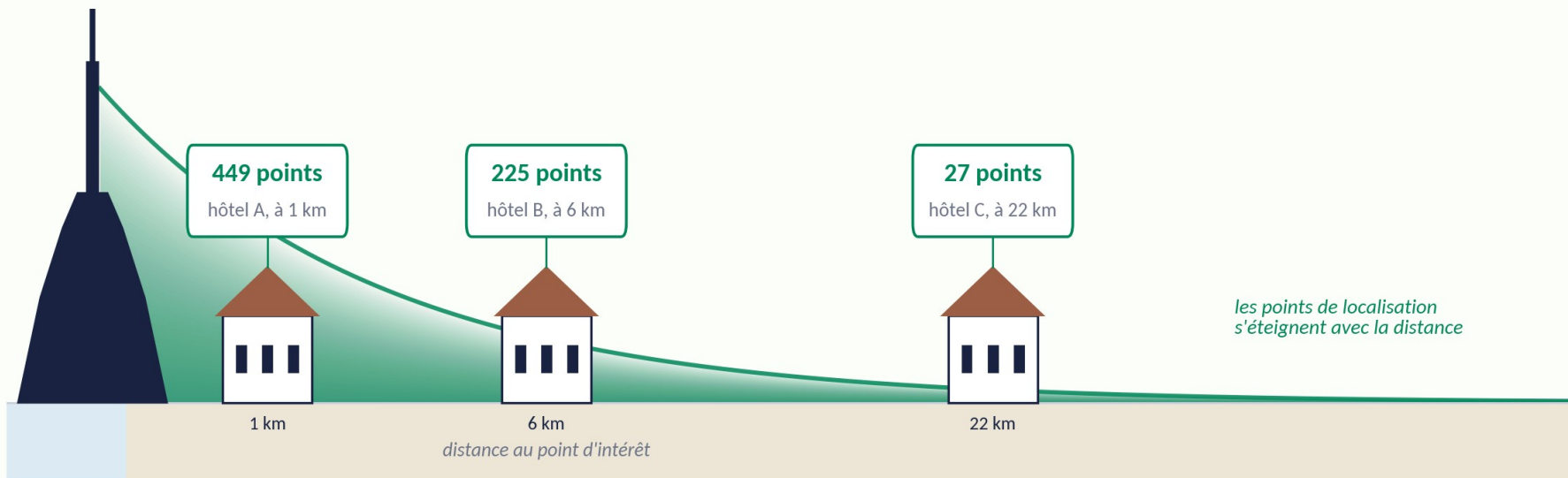
Un même barème pour tous les hôtels, plus de 130 critères constatés. Chaque point d'intérêt donne des points qui s'éteignent avec la distance, chaque aménité en ajoute ou en retire.

49 %
LOCALISATION

28 %
CHAMBRE

23 %
SERVICES

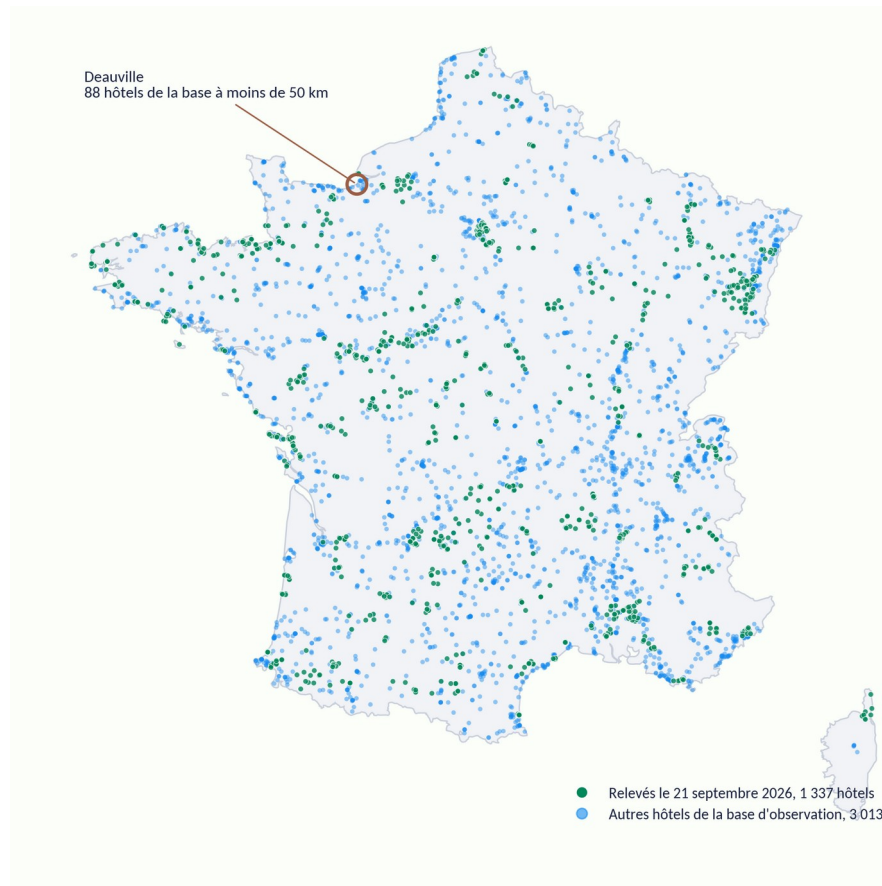
le point d'intérêt
(ici, le Mont-Saint-Michel)



Pour les aménités, même principe, en points ajoutés ou retirés : **petit-déjeuner absent -146, climatisation absente -117, terrasse +95, fitness +90, king bed +92.**

739 hôtels comparables, relevés le même jour

4 350 hôtels dans notre base d'observation. 739 comparables entre eux : 2 à 4 étoiles, hors Île-de-France, relevés le 21 septembre 2026 sur 360 nuits.



739

hôtels comparables, dans 73
départements

4 350

hôtels dans notre base
d'observation, en France
métropolitaine

POURQUOI 739

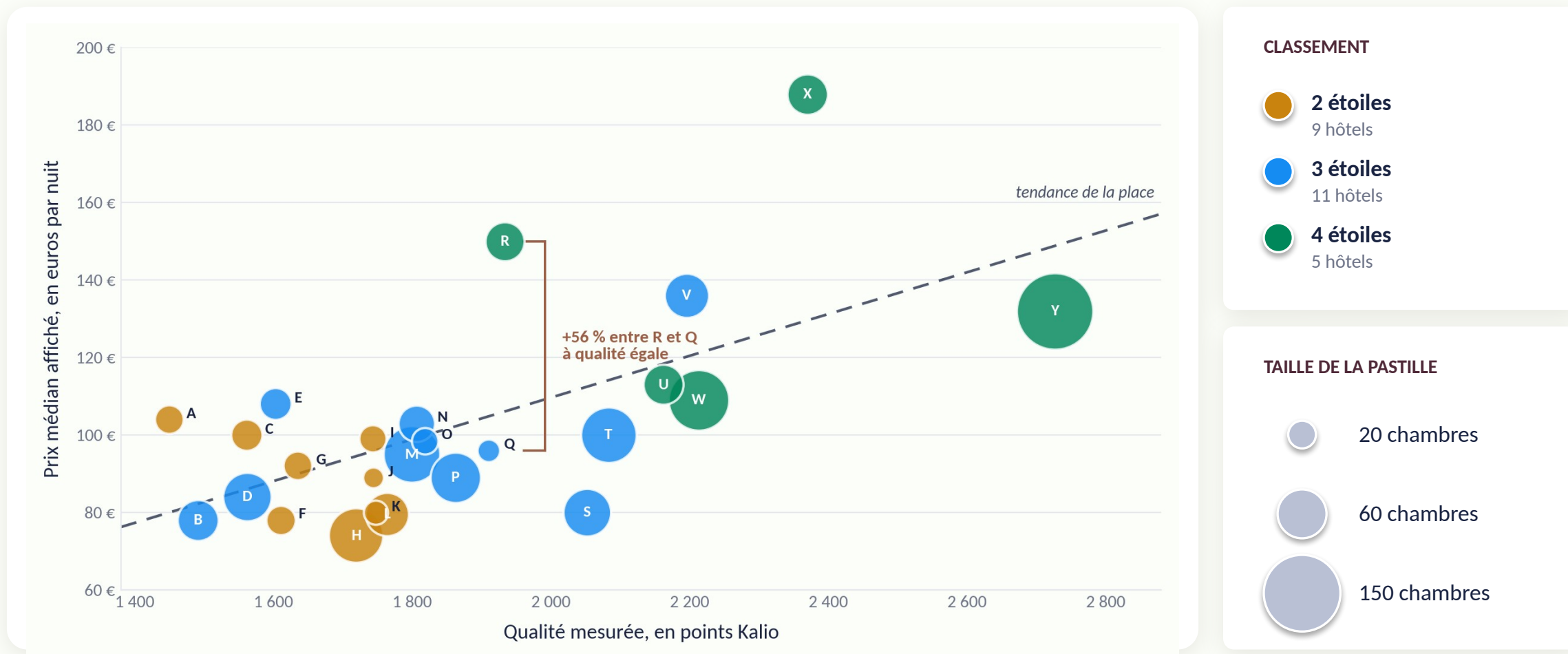
1 337 hôtels relevés le 21 septembre. On garde les classés 2 à 4 étoiles, hors Île-de-France, pour que les prix soient comparables.

Prix relevés le jour même, au moins 60 nuits ouvertes, type de place connu.

Le même modèle, réestimé sur quatre relevés du 31 août au 21 septembre, donne quatre fois le même résultat.

Même ville, même qualité, jusqu'à 56 % d'écart de prix

La Rochelle, 25 hôtels classés, prix médian affiché contre qualité mesurée, relevé du 21 septembre 2026.



Deux tiers des hôtels vivent dans un carré de 65 €

739 hôtels classés 2 à 4 étoiles hors Île-de-France, prix médian affiché contre qualité mesurée, relevé du 21 septembre 2026.



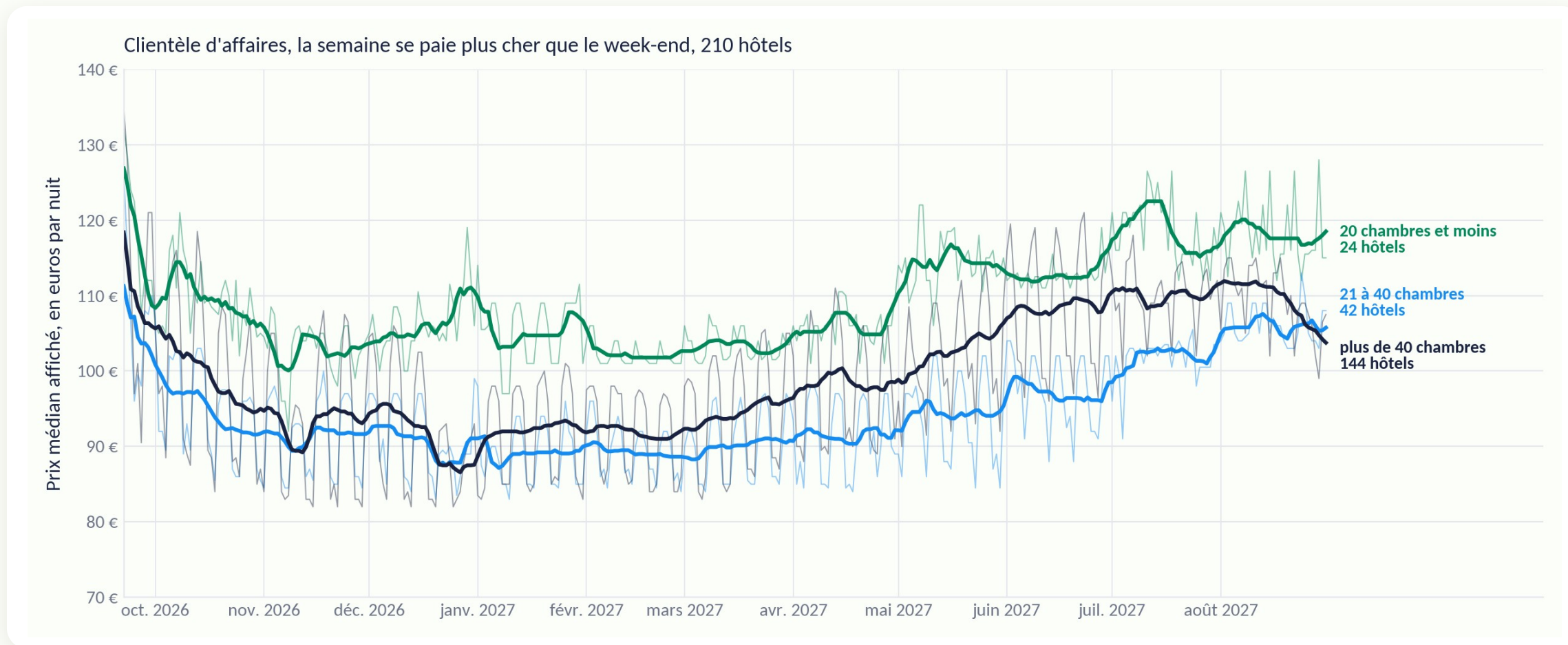
Un même point ne se paie pas au même prix selon l'étoile

Prix affiché pour 1 000 points de qualité, par classement. 739 hôtels 2 à 4 étoiles hors Île-de-France, relevé du 21 septembre 2026.



Le petit hôtel d'affaires garde son prix, le grand cède 13 %

210 hôtels dont la semaine se paie plus cher que le week-end, prix médian affiché nuit par nuit sur onze mois, par taille.



Source : données Kalio, relevé du 21 septembre 2026. Prix affiché nuit par nuit du 22 septembre 2026 au 31 août 2027, médiane du groupe à chaque date, trait épais : moyenne sur sept jours. Clientèle lue sur la grille de chaque hôtel à l'automne. Reproduction et diffusion interdites sans l'accord écrit de RMD Technologies.

En loisirs, le petit hôtel vend son samedi 30 € plus cher

179 hôtels dont le week-end se paie plus cher que la semaine, prix médian affiché nuit par nuit sur onze mois, par taille.

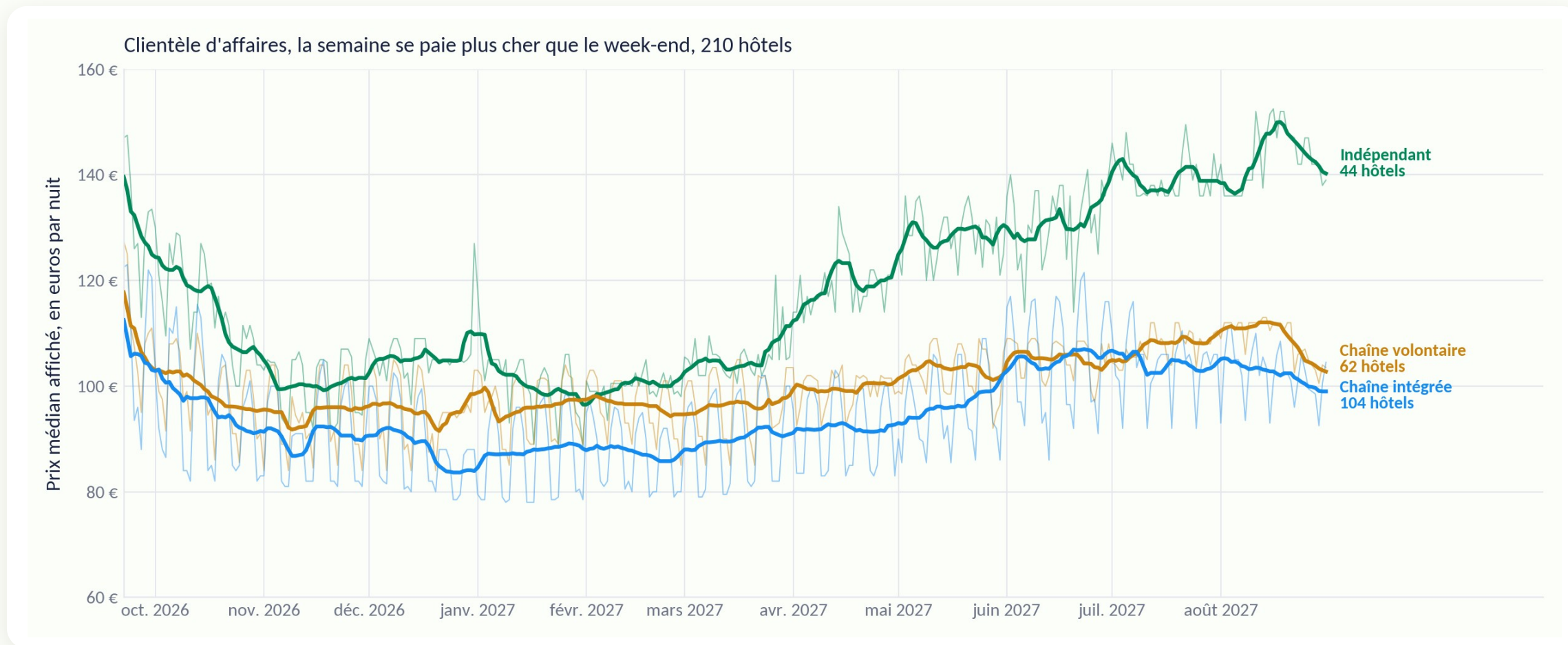
Clientèle loisirs, le week-end se paie plus cher que la semaine, 179 hôtels



Source : données Kalio, relevé du 21 septembre 2026. Prix affiché nuit par nuit du 22 septembre 2026 au 31 août 2027, médiane du groupe à chaque date, trait épais : moyenne sur sept jours. Clientèle lue sur la grille de chaque hôtel à l'automne. Reproduction et diffusion interdites sans l'accord écrit de RMD Technologies.

L'indépendant tient son week-end, la chaîne cède 11 %

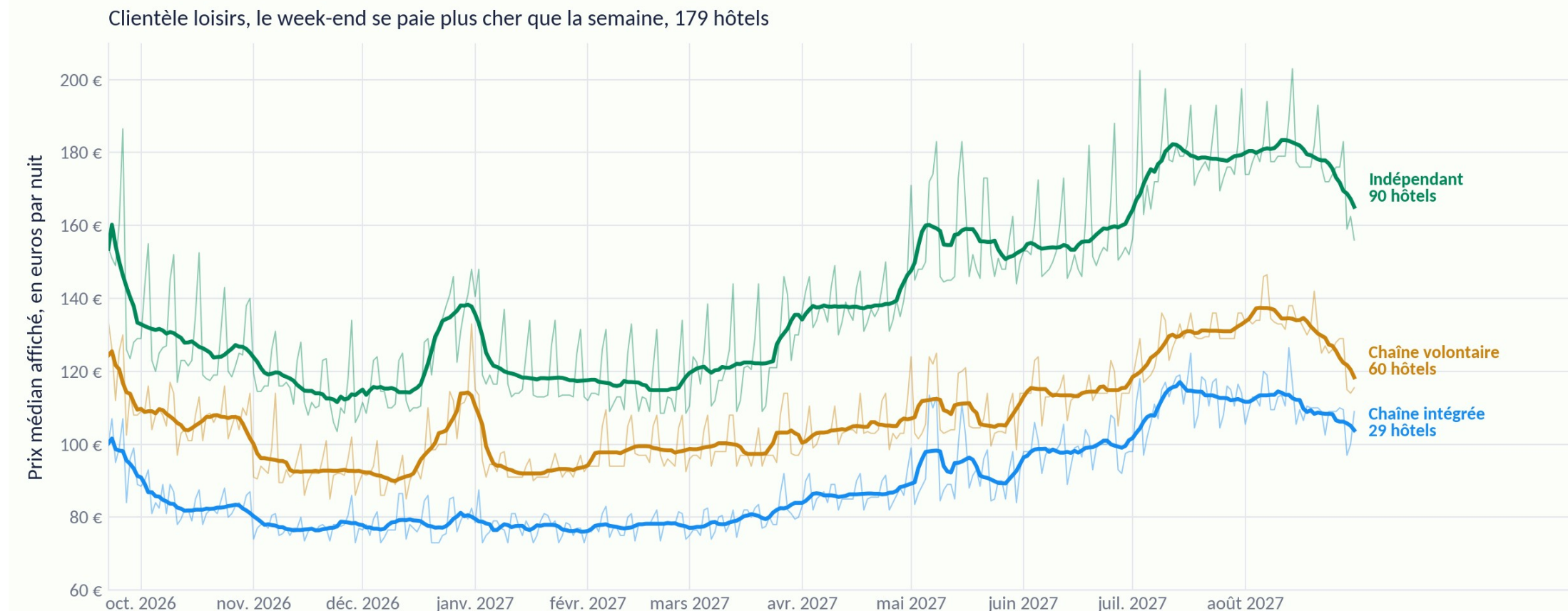
210 hôtels dont la semaine se paie plus cher que le week-end, prix médian affiché nuit par nuit sur onze mois, par affiliation.



Source : données Kalio, relevé du 21 septembre 2026. Prix affiché nuit par nuit du 22 septembre 2026 au 31 août 2027, médiane du groupe à chaque date, trait épais : moyenne sur sept jours. Clientèle lue sur la grille de chaque hôtel à l'automne. Reproduction et diffusion interdites sans l'accord écrit de RMD Technologies.

L'indépendant vend son samedi 18 % plus cher, la chaîne 8 %

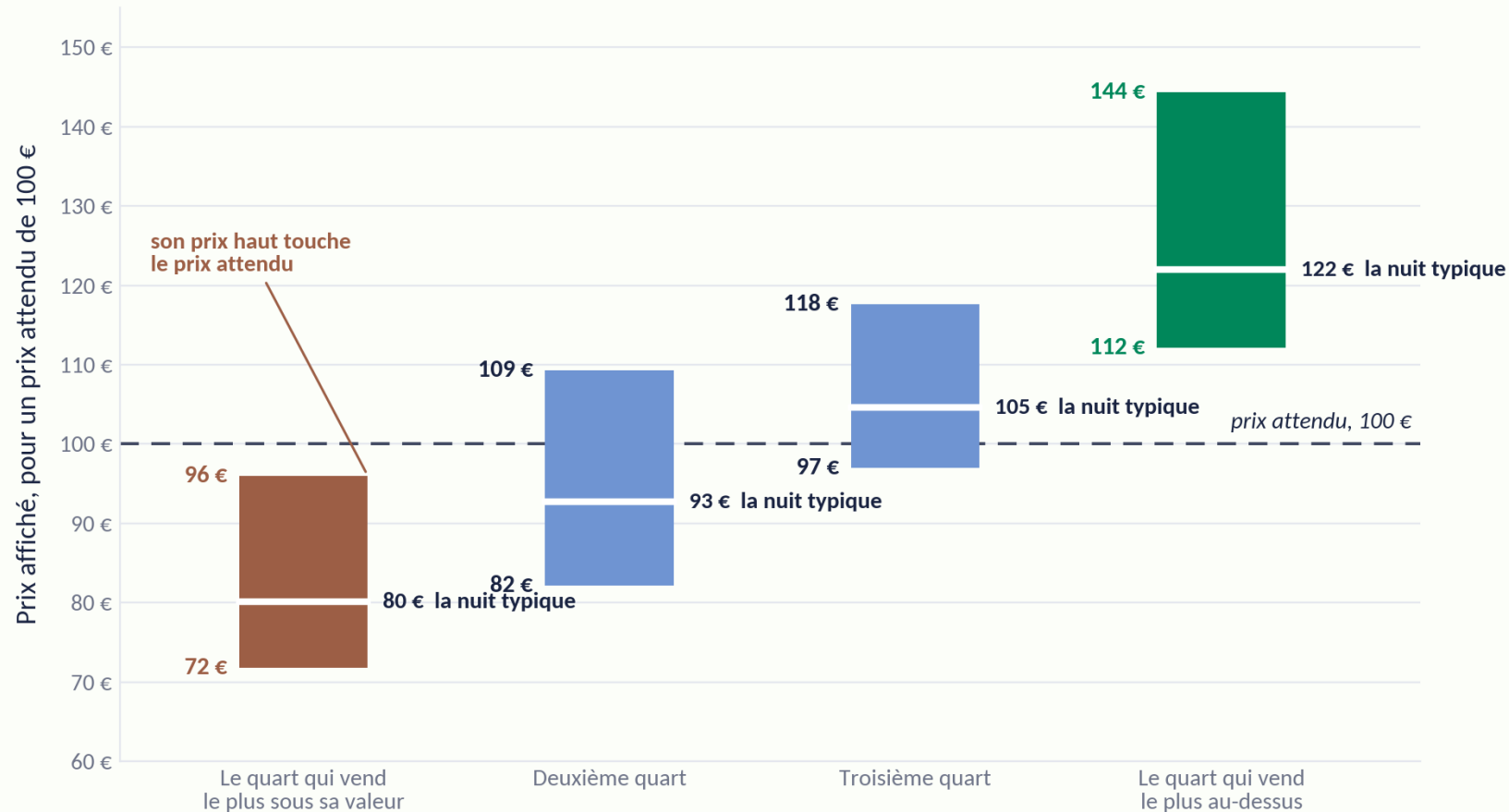
179 hôtels dont le week-end se paie plus cher que la semaine, prix médian affiché nuit par nuit sur onze mois, par affiliation.



Source : données Kalio, relevé du 21 septembre 2026. Prix affiché nuit par nuit du 22 septembre 2026 au 31 août 2027, médiane du groupe à chaque date, trait épais : moyenne sur sept jours. Clientèle lue sur la grille de chaque hôtel à l'automne. Reproduction et diffusion interdites sans l'accord écrit de RMD Technologies.

L'hôtel qui brade a le bon prix dans sa grille

Il le pratique moins de 36 nuits par an. Grille de chaque hôtel ramenée à un prix attendu de 100 €, par quart de valorisation, 739 hôtels, relevé du 21 septembre 2026.



COMMENT LIRE UNE BARRE

Le haut, le plafond

ses 36 nuits les plus chères

Le trait blanc, la nuit typique

la nuit médiane des 360

Le bas, le plancher

ses 36 nuits les moins chères

CHAQUE HÔTEL COMPARÉ À LUI-MÊME

Le quart qui brade touche **96 €** sur ses meilleures nuits, pour 100 € attendus.

Sa grille est aussi large que celle du quart du haut.

Il connaît son prix. Il ne le pratique pas.

Ce que les murs ne disent pas

Trois choses à retenir de 739 hôtels, que vous exploitiez, repreniez ou investissiez : vous êtes d'abord hôteliers.

L'INVENTAIRE

Le stock de chambres choisit la clientèle, donc le prix.

Au-delà de quarante chambres, la semaine d'affaires impose ses règles et le week-end cède 13 %. En dessous, le petit hôtel garde son prix toute l'année. La montée en charge et l'effort commercial changent de nature avec l'inventaire, le prix aussi.

-8 %

de prix quand l'inventaire double, à qualité égale

L'EMPLACEMENT

Une localisation moyenne peut se rattraper dans les murs.

L'emplacement fait la moitié du score, l'autre moitié dépend de vous. Selon le territoire et le positionnement, climatisation, petit-déjeuner, fitness et terrasse pourraient rendre les 300 à 500 points d'avance d'un front de mer. L'expérience client est le seul emplacement qui s'achète après coup.

26 €

par nuit, ce que valent ces quatre aménités au taux du marché

LE POSITIONNEMENT

La valeur est là, reste à la monétiser.

L'occupation est souvent contrainte par le territoire, et la plupart savent la piloter. Le prix, lui, se décide, et se décide peu : deux tiers des hôtels vivent dans un carré de 65 €. Dix pour cent de qualité mesurée en plus, c'est huit pour cent de prix en plus.

19 €

par chambre et par nuit dorment dans la grille de ceux qui bradent

On ne vend pas une demande, on vend le croisement d'une offre et d'une demande. Un couvert obéit aux mêmes règles qu'une nuit. Et le jour de la cession, le prix se transmet avec les murs : autant savoir ce qu'il vaut.

Deux objets distincts, un même socle de mesure

On observe avec la même règle pour tous, on pilote avec la règle de votre marché.

L'OBSERVATION

Un barème, tous les hôtels évalués de la même manière

Même règle pour tous

chaque hôtel reçoit ses points selon le même barème, quel que soit son marché

Comparable et publiable

le point vaut la même chose à Lorient et à Annecy, on peut mettre 4 350 hôtels sur une même carte

Une photo datée, répétée

relevé après relevé, le même modèle donne le même résultat : quatre relevés, quatre fois

Ce que vous voyez aujourd'hui

le prix attendu, l'écart, la semaine de l'hôtel, l'euro-point

Le baromètre. Une mesure de place, à date fixe.

L'OUTIL DE PILOTAGE

Le même socle, affiné dans le panel de chaque client

Votre marché, pas la France

le score est réévalué dans le panel de concurrents que vous avez construit

Plus granulaire

la dispersion de votre place est corrigée par récursivité, le poids de chaque critère s'ajuste à votre environnement

Plus agressif

l'écart au prix attendu devient une recommandation de prix, nuit par nuit

Ce que Kalio fait chez vous

le point de qualité devient un levier tarifaire piloté, pas un constat

Kalio RMS. Une règle par marché, tous les jours.

ET MAINTENANT



Où en est votre hôtel ?

Trente minutes avec un revenue manager RMD pour placer votre établissement sur la courbe : votre classement, votre inventaire, votre prix affiché, et ce que le marché attend.

[Prendre rendez-vous avec Jean ›](#)

meetings-eu1.hubspot.com/jean-laherrere/tarifup

Aucune donnée

à nous transmettre : tout est relevé sur l'offre publique

Plus de 800 hôtels

accompagnés par nos revenue managers

19 PMS

sur lesquels Kalio RMS tourne aujourd'hui

POUR ALLER PLUS LOIN

Le site ›

www.rmd-technologies.com

La chaîne YouTube ›

www.youtube.com/@rmd-technologies

Le blog ›

www.rmd-technologies.com/blog

Kalio RMS ›

www.kalio-rms.fr

Étude préparée pour les CHR Days, Deauville, 28 septembre 2026. Reproduction et diffusion interdites sans l'accord écrit de RMD Technologies.