



## **Près d'un tiers des voyageurs français utilisent l'IA pour réserver leurs vacances**

- Le nouveau rapport Adyen Index sur les tendances dans l'hôtellerie et les voyages révèle une forte augmentation du nombre de Français ayant utilisé l'IA pour réserver leurs vacances d'été, avec une hausse allant jusqu'à 123 % d'utilisation d'une année sur l'autre chez les 65-80 ans ;
- Les données montrent que la fraude reste un défi majeur du secteur, avec 43 % des professionnels de l'hôtellerie signalant une augmentation des tentatives de fraude aux paiements au cours de l'année écoulée ;
- La moitié (50 %) des entreprises françaises du secteur hôtelier sondées affirment que les outils de recherche basés sur l'IA vont, en 2025 et au-delà, transformer le secteur.

**Paris, le 09 septembre, 2025** : Adyen, la plateforme globale de technologie financière des grandes entreprises, a publié aujourd'hui son rapport Adyen Index sur les tendances dans l'hôtellerie et les voyages en 2025. Ce dernier met en évidence l'impact transformateur de l'IA sur le comportement des voyageurs et leurs habitudes d'achat. L'une des tendances majeures observées est l'attente croissante des consommateurs à ce que les plateformes de réservation intègrent directement des fonctionnalités de recherche et d'achat de produits.

Bien que les consommateurs adoptent de plus en plus l'IA, 68 % des professionnels de l'hôtellerie en France peinent avec la fragmentation des systèmes de paiement (en ligne et sur site), ce qui complique la rationalisation et la réconciliation de leurs opérations. Pour répondre à ces enjeux, Adyen propose une plateforme unifiée qui facilite les transactions, aussi bien pour les marchands que pour les clients, grâce à une technologie fluide et intégrée.

### **Les 45 ans et plus, moteur de l'adoption croissante l'IA**

L'intelligence artificielle transforme la manière dont les voyageurs planifient et réservent leurs voyages. Dans un sondage mené auprès de 40 000 consommateurs dans 27 pays, plus d'un tiers des sondés (35 %) affirme avoir utilisé l'IA pour découvrir des destinations, soit une augmentation de 74 % par rapport à 2024. En France, la Génération Z (63 %) et les Millennials (45 %) restent les utilisateurs les plus actifs, mais la plus forte croissance provient des plus de 60 ans (en hausse de 123 %) et de la Génération X (en hausse de 99 %).

Parmi les sondés français de plus de 60 ans sollicitant l'IA, 82 % ont déclaré utiliser cette technologie pour trouver les informations souhaitées. Les réseaux sociaux sont d'ailleurs une source de frustration pour la grande majorité des voyageurs français (63 %), découragés par le trop plein de publicités, de contenus sponsorisés et de contenus d'influenceurs. Selon eux, l'IA aide à éliminer ces interférences, permettant d'accéder plus rapidement aux informations (67 %).

*« L'intelligence artificielle est devenue de plus en plus importante auprès des clients à la recherche de leurs prochaines destinations et d'itinéraires rapides, amusants et personnalisés, surtout lors des vacances d'été », déclare **Phil Crawford**, Global Head of Hospitality chez Adyen. « Les clients utilisent de plus en plus l'IA pour fluidifier leurs voyages et, en réponse, les prestataires hôteliers cherchent à investir pour répondre à cette demande croissante. »*

### **Le secteur hôtelier adopte l'IA pour favoriser leur croissance**

Le rapport sur les tendances dans l'hôtellerie et les voyages en 2025 d'Adyen souligne les attentes croissantes des clients envers l'adoption de l'IA par les professionnels du secteur. Les établissements hôteliers français sont conscients de l'évolution des tendances, la moitié (50 %) des sondés affirmant que les outils de recherche basés sur l'IA, qui aiguillent les clients dans leur prise de décision, vont remodeler l'industrie en 2025. Environ 40 % d'entre eux estiment que l'automatisation pilotée par l'IA pour personnaliser l'expérience client transformera le secteur.

Le paiement constitue un lien essentiel entre la découverte facilitée par l'IA et l'expérience client dans son ensemble, de la réservation jusqu'au départ de l'hôtel. Phil Crawford ajoute : *« Les établissements hôteliers intègrent de plus en plus de fonctionnalités d'IA au sein de leurs plateformes afin d'offrir une expérience de paiement plus fluide aux clients. »*

### **La fraude, une préoccupation pour les clients et les professionnels de l'hôtellerie**

La fraude reste un défi opérationnel majeur, 43 % des professionnels français du secteur hôtelier interrogés ayant signalé une augmentation significative des tentatives de fraude aux paiements au cours de l'année écoulée. Adyen Uplift intègre Protect, un module de prévention de la fraude alimenté par l'IA réduisant de 86 % les cas de faux positifs et garantissant que les clients authentiques peuvent réserver sans friction inutile.

Le rapport complet de l'Index Hôtellerie et Voyage d'Adyen sera disponible le 9 septembre.

## **À propos d'Adyen**

Adyen est la plateforme technologique financière de choix pour les grandes entreprises. En fournissant des capacités de paiement de bout en bout, des informations basées sur les données et des produits financiers dans une solution globale unique, Adyen aide les entreprises à réaliser leurs ambitions plus rapidement. Avec des bureaux dans le monde entier, Adyen travaille avec des entreprises comme B&B Hôtels, Belmond, Astotel ou encore Citizen M.