

Lightspeed dévoile ses tendances clés pour la restauration en 2025

Des innovations technologiques aux préoccupations environnementales, en passant par une évolution des goûts et des comportements des consommateurs, Lightspeed décrypte les défis qui attendent les professionnels de la restauration ces prochains mois.

Paris, 21 janvier 2025 – Digitalisation, durabilité, expérience client immersive et hybridation des modèles économiques sont les grands axes qui devraient façonner le secteur de la restauration dans les années à venir. [Lightspeed Commerce Inc.](#) (« **Lightspeed** »), la plateforme de commerce tout-en-un qui permet aux commerçants d'offrir les meilleures expériences omnicanales, décrypte les nouveaux enjeux technologiques et attentes des consommateurs en 2025, dans un secteur toujours en pleine mutation.

L'ère de la restauration connectée et personnalisée

Depuis la crise sanitaire, la digitalisation s'est imposée comme un indispensable, notamment pour faciliter les services de commande en ligne et de livraison. Si c'est déjà un acquis pour de nombreux restaurateurs, la personnalisation et la fluidité de l'expérience utilisateur seront désormais au cœur des stratégies digitales. Alors que 70% des consommateurs attendent aujourd'hui une expérience personnalisée selon [McKinsey](#), l'intelligence artificielle (IA) et le Big Data joueront un rôle crucial pour répondre à ce défi. L'adoption croissante de l'IA devrait permettre aux restaurateurs d'anticiper les préférences et de proposer des offres sur mesure, augmentant ainsi les ventes et la satisfaction client.

L'expérience client : une immersion sensorielle et omnicanale

Les consommateurs recherchent de plus en plus des expériences immersives et inédites lors de leurs sorties aux restaurants ([Ipsos, 2024](#)). Ces attentes invitent les professionnels à se réinventer, pour proposer des concepts innovants, des décors thématiques, de la réalité augmentée ou encore des interactions en direct avec les chefs via des plateformes en lignes.

L'immersion passera également par l'omnicanalité pour garantir une expérience physique et digitale unifiée et un service de qualité aux clients. D'un point de vue gestion, l'offre de restauration devrait plus que jamais être hybride, combinant le service en salle, les repas à emporter, la livraison et la vente en ligne. Le marché de la livraison devant atteindre [9,2 milliards d'euros d'ici 2026](#), les restaurateurs devront adapter leurs opérations et davantage explorer des solutions comme les "dark kitchens".

Manger mieux et responsable : une priorité pour les consommateurs

L'alimentation végétale, les circuits courts et les produits bio continuent leur progression. Des régimes comme le flexitarisme et le végétarisme vont gagner du terrain, poussant les restaurants à diversifier leurs menus avec des alternatives végétales. La demande pour des produits locaux et de saison s'intensifie, 72% des Français étant attentifs à la provenance et à la qualité de leur alimentation selon un [rapport publié par l'AgenceBio](#). La lutte contre le gaspillage alimentaire devient également une priorité, incitant les restaurateurs à adopter des solutions innovantes comme Too Good To Go.

"Les tendances identifiées par Lightspeed soulignent l'importance de l'innovation et de l'adaptabilité pour les restaurateurs," déclare Laura Stagno, Directrice France de Lightspeed. "Adopter des outils technologiques fiables devient impératif pour faire face à ces changements et répondre aux attentes des consommateurs, qui sont de plus en plus exigeants. Une expérience de qualité et répondant à ces attentes peut ainsi devenir un véritable levier marketing pour les restaurateurs, moteur de fidélisation et d'acquisition."

À propos de Lightspeed

Propulsant les commerces qui sont le moteur de l'économie mondiale, la plateforme de commerce tout-en-un de Lightspeed aide les commerçants à innover afin de simplifier, se développer et offrir des expériences client exceptionnelles. Notre solution infonuagique transforme et unifie les opérations en ligne et physiques, les ventes multicanales, l'expansion vers de nouveaux établissements, les paiements mondiaux, les solutions financières et la connexion aux réseaux de fournisseurs.

Fondée à Montréal, au Canada, en 2005, Lightspeed est inscrite à la fois à la Bourse de New York (NYSE : LSPD) et à la Bourse de Toronto (TSX : LSPD). Avec des équipes réparties en Amérique du Nord, en Europe et en Asie-Pacifique, la société est au service des entreprises de vente au détail, de la restauration et de golf dans plus de 100 pays.

Pour plus d'informations, veuillez visiter : fr.lightspeedhq.com

Sur les médias sociaux : [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#) et [X](#) (anciennement Twitter)