

# Comment l'Intelligence artificielle va révolutionner l'hôtellerie-restauration

## UNE ÉTUDE EXCLUSIVE FOOD SERVICE VISION ET FOOD HOTEL TECH

**Consommateurs et professionnels anticipent à l'unanimité un déploiement rapide de l'IA dans la filière.**

**Les principales applications vont concerner le back-office, la communication, le marketing et la relation client.**

**L'IA ne provoquera pas de réduction d'effectifs ni de baisse des prix dans les restaurants et les hôtels.**

L'intelligence artificielle va significativement modifier le paysage de l'hôtellerie-restauration selon les Français : c'est le principal enseignement d'une étude menée conjointement par Food Service Vision et Food Hotel Tech. La société d'intelligence économique de la filière du food service et le salon de référence sur les innovations dédiées aux professionnels de l'hôtellerie et de la restauration ont scruté les attentes des Français et des professionnels face au déploiement de l'intelligence artificielle dans ces deux secteurs.

### Intelligence artificielle en restauration : de fortes attentes des clients

Les Français sont nombreux à avoir entendu parler de l'intelligence artificielle (87 %). Un Français sur trois a déjà testé un logiciel de IA mais seulement 12 % dans le cadre d'une sortie au restaurant ou à l'hôtel.

71 % des Français estiment que l'intelligence artificielle se déploiera de façon significative au cours des deux prochaines années, et 27 % d'entre eux pensent que le secteur de la restauration l'utilise déjà. Une bonne estimation, puisque 28 % des professionnels interrogés déclarent utiliser l'IA aujourd'hui dans leurs métiers.

Pour 45 % des Français interrogés, le développement de l'usage de l'IA en restauration suscite de l'intérêt, une proportion encore plus élevée chez les 18-24 ans et surtout chez les 25-34 ans.

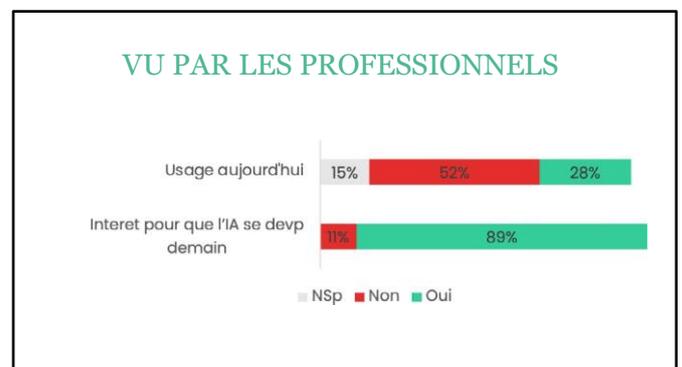
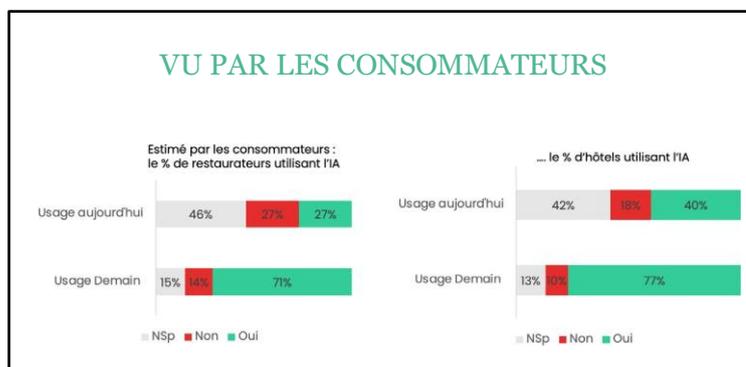
L'intérêt est encore plus fort chez les professionnels : 89 % sont intéressés par l'utilisation de l'IA dans les 2 années à venir.

Pour la gestion quotidienne des restaurants, les clients identifient comme avantage à l'usage de l'IA, une réduction du gaspillage alimentaire et des déchets, une réponse plus rapide aux avis clients et une amélioration des recettes. Selon les professionnels, l'IA sera surtout utile pour la prévision de leurs activités (fréquentation, CA...), la gestion des plannings et la gestion des avis clients.

### Améliorer l'expérience client

Dans quels domaines l'usage de l'IA semble le plus convaincant ? Ils privilégient cinq services dans lesquels l'IA pourrait améliorer l'expérience client :

- La recommandation de restaurant adaptée à leurs contraintes de budgets et à leurs goûts (67 %) ;
- Une alerte pour choisir le restaurant où il y a le moins d'attente (61 %) ;
- Le choix d'un restaurant via un chatbot intelligent (58 %) ;
- Des suggestions d'accompagnements (légumes, sauces...) ou de boissons qui se marient bien avec le plat choisi (55 %) ;
- Une aide pour choisir un restaurant grâce aux notes laissées par leurs amis sur les réseaux sociaux (2 %).



## Non aux robots-serveurs et aux robots-nettoyeurs

Il existe des domaines dans lesquels l'usage de l'IA devra encore convaincre les clients et les restaurateurs.

Un robot à commande vocale et digitale pour le service des plats et boissons en salle, et le nettoyage des tables, détériorerait l'expérience au restaurant pour plus d'un tiers des Français (39,%) et plus de la moitié des professionnels (52,%) .

La compatibilité entre « fait maison » , « convivialité » et intelligence artificielle divise les clients et les professionnels. Pour 6 Français sur 10, l'intelligence artificielle serait difficilement compatible avec la pratique du « fait maison » et la notion de « convivialité » À l'inverse, les professionnels estiment que ces notions ne sont pas incompatibles (66 % pour le fait maison et 56 % pour la convivialité).

## Un remède à l'inflation ?

60 % des Français pense que l'usage de l'IA va permettre aux professionnels de faire des économies. Mais seulement une partie des consommateurs estiment que cette économie sera répercutée par les restaurateurs et hôteliers dans les prix des menus et des chambres (42 % pour la restauration et 47 % pour l'hôtellerie).

Les professionnels sont moins convaincus. De leur point de vue, l'impact de l'utilisation de l'IA sur la baisse sur les prix finaux (menus et chambres) resterait très faible, puisque seuls 17 % des répondants l'envisageraient.

## Hôtellerie : conciergerie virtuelle et service personnalisé

Les Français sont encore plus nombreux (77 %) à envisager un déploiement de l'intelligence artificielle dans l'hôtellerie au cours des deux prochaines années.

Les Français identifient en priorité cinq services dans lesquels l'IA pourrait améliorer l'expérience client dans un hôtel :

- Une conciergerie virtuelle disponible 24h/24 (68 %) ;

## LES PROFESSIONNELS PRIVILÉGIENT LES USAGES POUR LE BACK-OFFICE

Si plus de 9 professionnels sur 10 utilisent déjà largement des solutions digitales, seuls 28 % d'entre eux ont déployé des applications d'intelligence artificielle. Mais les attentes des professionnels sont élevées : 40 % d'entre eux se déclarent « très intéressés » par l'intégration de l'IA à leurs activités. Pour l'essentiel, les fonctions de back-office sont les plus aptes à cette transformation, comme la gestion de la maintenance et des réservations ou l'entretien des chambres dans l'hôtellerie et la gestion des stocks ou la réduction du gaspillage dans la restauration.

Mais les professionnels entrevoient aussi le bénéfice de l'intelligence artificielle dans la relation client : création de contenus pour les réseaux sociaux, gestion des avis, communications... Les bénéfices essentiels attendus de l'intelligence artificielle sont d'abord le gain de temps (pour 80 % des personnes interrogées), devant les gains d'argent (41 %) et l'amélioration de la satisfaction client (39 %). Aujourd'hui, la majorité des utilisateurs de solution IA se sentent bien accompagnés sur ce sujet et la réduction de la taille des équipes, en lien avec l'utilisation de l'intelligence artificielle, n'est envisagée que par très peu de professionnels (18 %).

Au total, cette étude révèle les attentes les plus manifestes des clients de l'hôtellerie-restauration quant au déploiement de l'intelligence artificielle. Avec l'appui de Food Service Vision, Food Hôtel Tech entend jouer son rôle d'accompagnateur des restaurateurs et des hôteliers dans la maîtrise des technologies qui transforment leur métier. Un rôle précieux à l'heure de la révolution annoncée de l'intelligence artificielle.

- Un paiement facilité en ligne (63 %) ;
- Une aide pour choisir un hôtel via une messagerie chatbot qui prendrait en compte leurs goûts, leurs préférences et leurs critères de choix (62 %) ;
- Un service personnalisé (61 %) ;
- Une réservation simplifiée via un assistant vocal (59 %).

Les Français estiment que l'intelligence artificielle permettra aux opérateurs de réaliser des économies dans l'hôtellerie : ils sont 7 sur 10 dans ce cas, même si moins de la moitié d'entre eux anticipe une baisse du prix des chambres grâce à l'IA...

### MÉTHODOLOGIE :

L'enquête auprès des consommateurs a porté sur 1 010 Français fréquentant des établissements de restauration au moins 1 fois tous les 3 mois et/ou ayant dormi dans un hôtel au cours des 6 derniers mois. L'enquête auprès des professionnels a été conduite, en novembre 2023, auprès de 103 professionnels de la restauration et de l'hôtellerie visiteurs du salon Food Hotel Tech.