



iatourisme

t

IA ET TOURISME LE FUTUR EST DÉJÀ LÀ!

PIERRE BELLEROSE

PRÉSIDENT
GROUPE DE TRAVAIL EN IA ET TOURISME

10 avril 2025

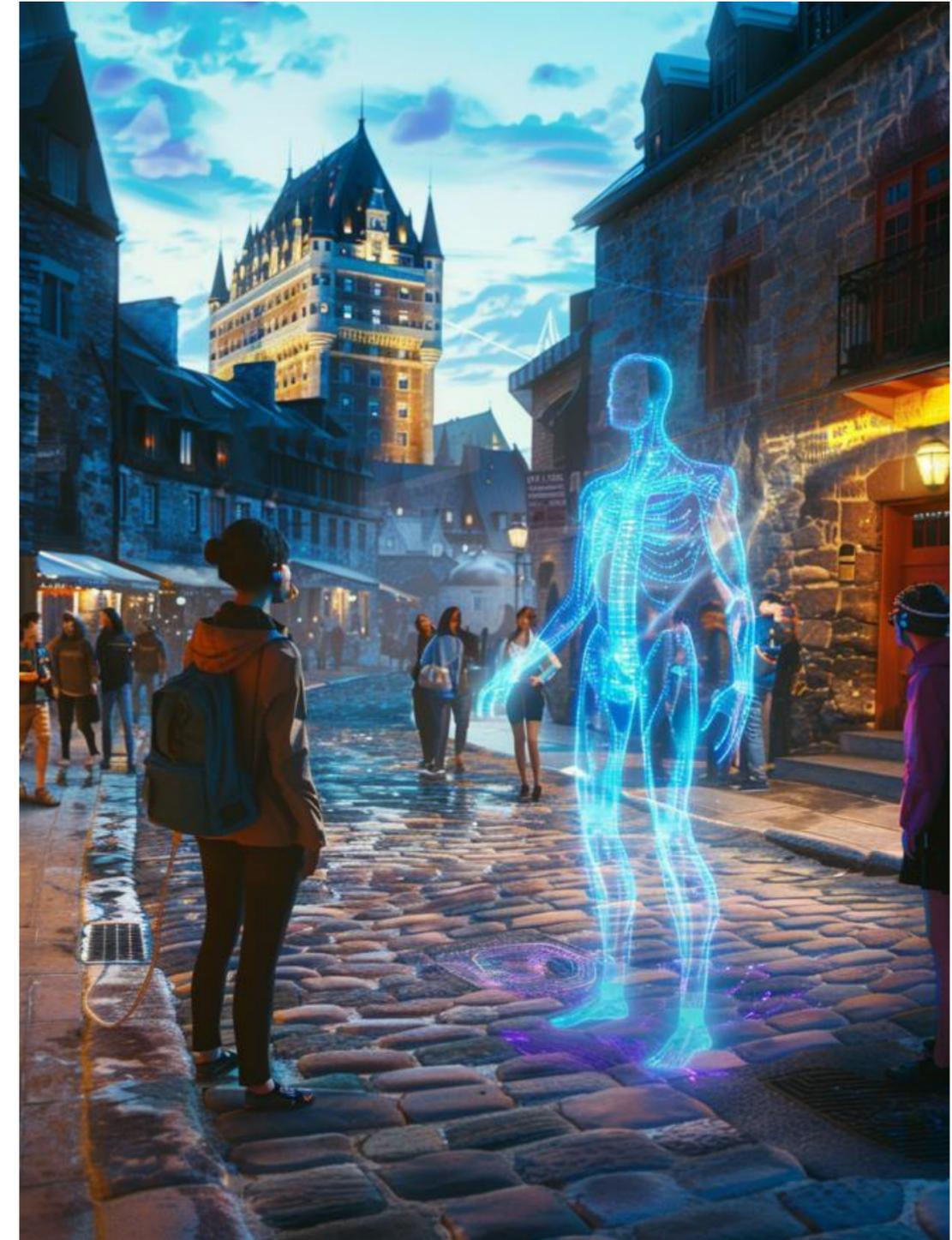


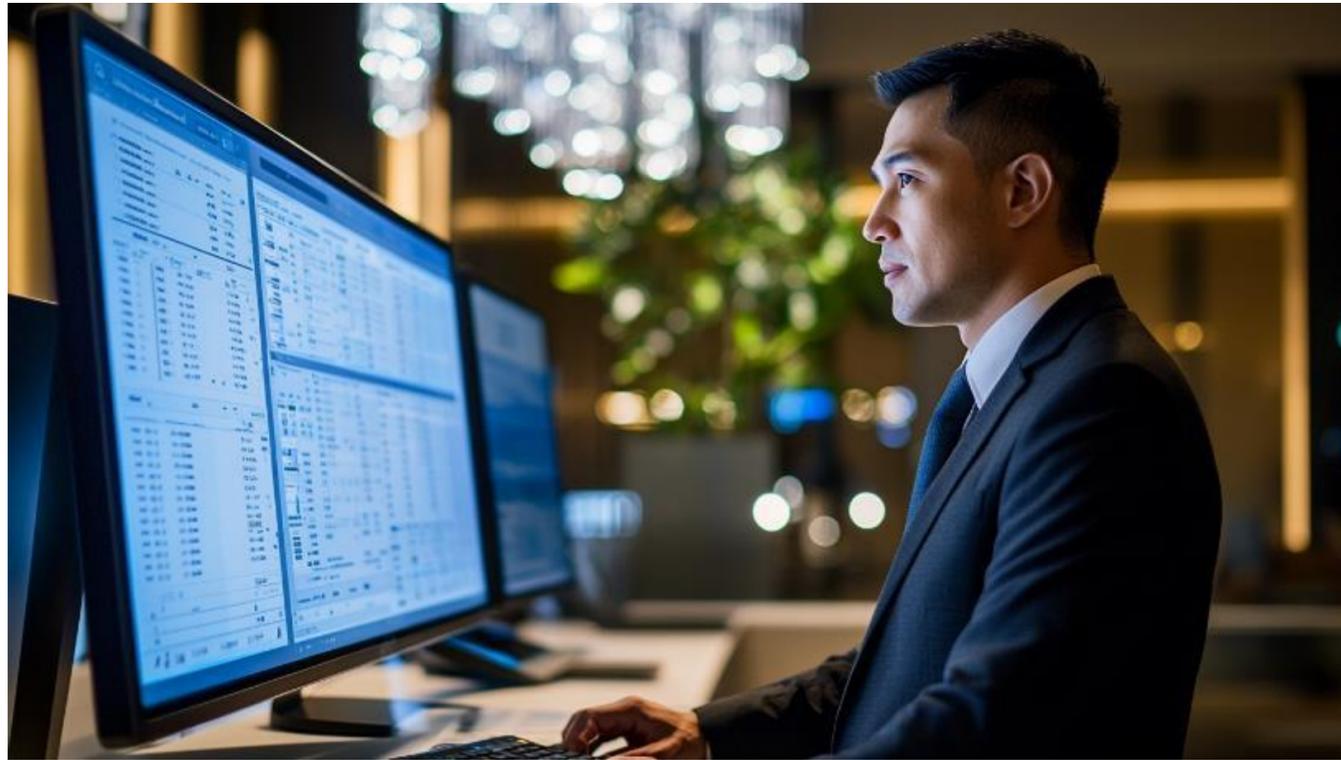
1

IA ET TOURISME

QU'EST-CE QUE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

« L'intelligence artificielle (IA) est un processus d'**imitation de l'intelligence humaine** qui repose sur la création et l'application d'**algorithmes** exécutés dans un environnement informatique dynamique. Son but est de permettre à des ordinateurs de **simuler l'intelligence humaine.** »





Analytique/Prédictive

- Prédiction de la demande touristique
- Analyse des préférences
- Optimisation des prix (Yield Management)
- Gestion des inventaires



Génération

- Génération de textes (ChatGPT, etc.)
- Chatbots conversationnels
- Création d'images et de vidéos
- Traduction de documents

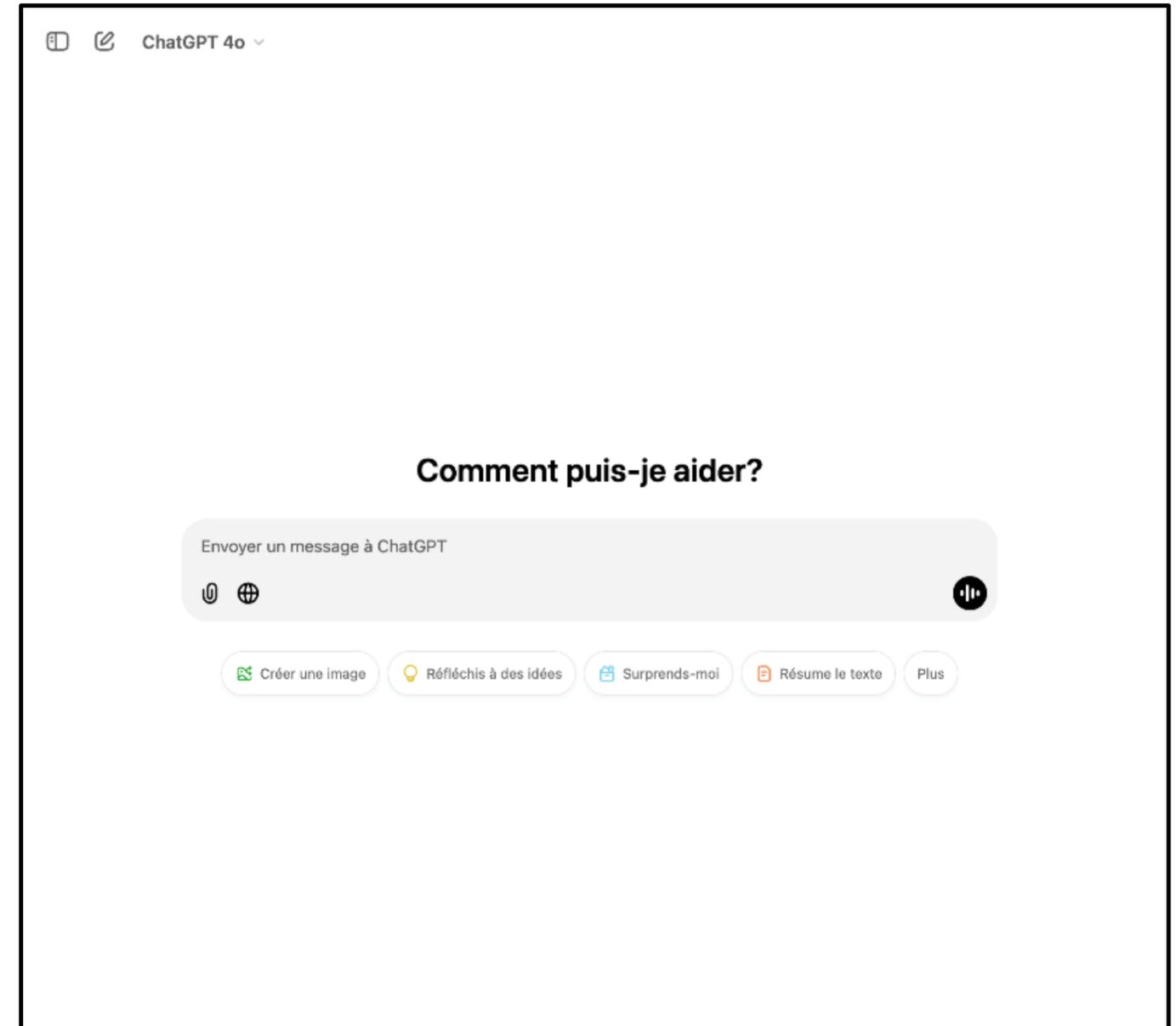
A woman with long brown hair, wearing a VR headset and a yellow backpack, is seen from behind, looking towards a futuristic cityscape. The scene is overlaid with various digital data visualizations, including charts, graphs, and icons, suggesting a theme of artificial intelligence and data analysis. The overall color palette is dominated by teal and blue tones, with yellow highlights from the digital elements and the woman's backpack.

2

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

LA DÉMOCRATISATION DE L'IA

- Novembre 2022: Sortie très médiatisée de ChatGPT.
- Sous son « capot » se trouve un grand modèle de langage (LLM).
- The Economist désignait le terme «ChatGPT» comme le mot de l'année en 2023.





- Pour 2024, ChatGPT a attiré 30 milliards de visites cumulées
- Visiteurs utilisent de plus en plus l'IA générative pour la planification de voyages
- 90 % des entreprises américaines utilisent l'IA

PAR LES ENTREPRISES

- Environ 61 % des entreprises canadiennes ont intégré l'IA dans leurs opérations en 2024
Source : Les Affaires
- Au Québec, près de 45 % des entrepreneurs touristiques prévoient utiliser l'IA en 2025, notamment pour rédiger ou traduire des textes (72 %), analyser des données (33 %) et produire des visuels (31 %) Source: AITQ

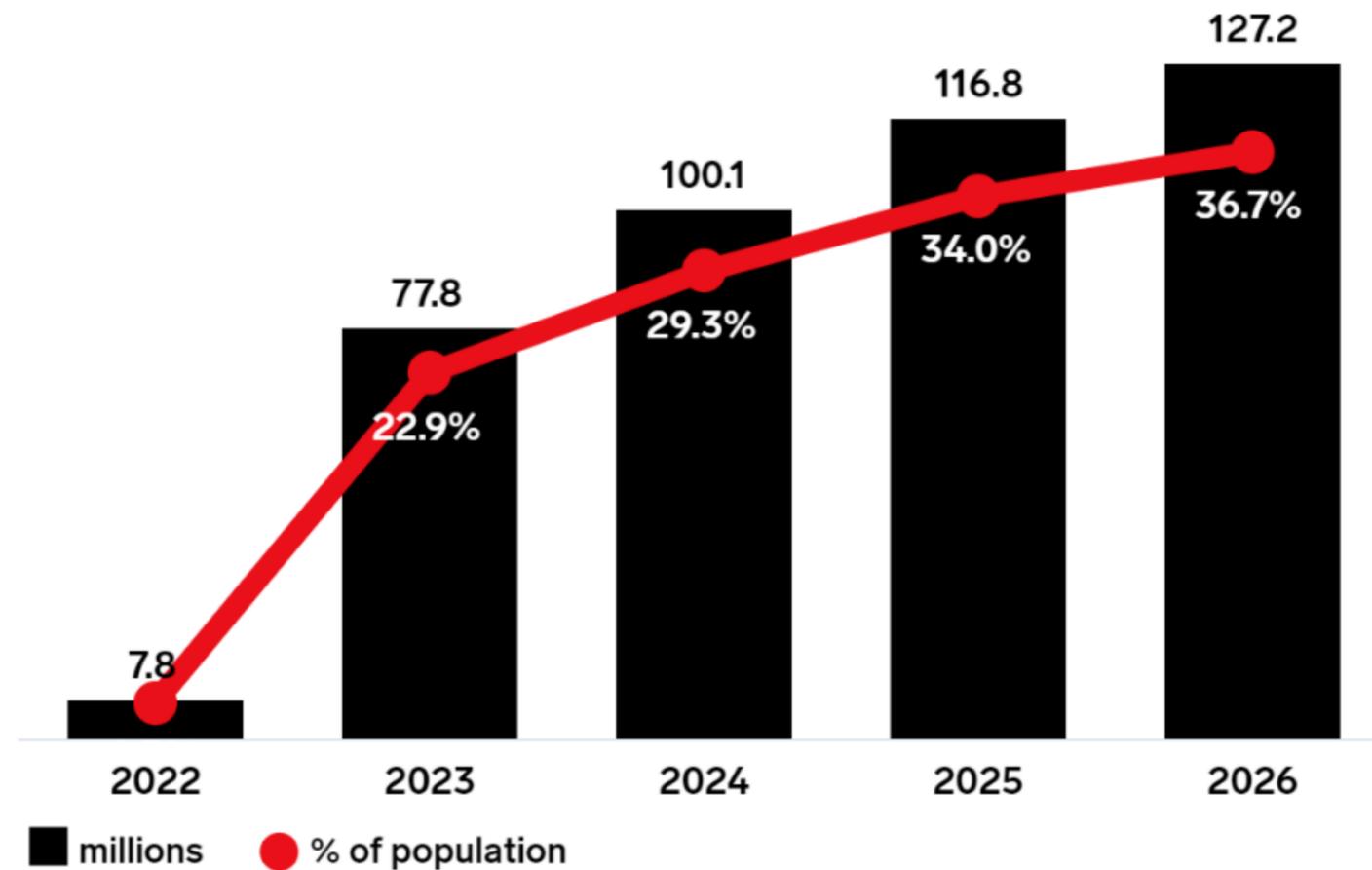
PAR LES VOYAGEURS

- En 2024, 42 % des voyageurs québécois ont utilisé une plateforme d'IA, mais seulement 10 % l'ont fait spécifiquement pour planifier un voyage
- Au Canada et aux États-Unis, 34 % des voyageurs d'agrément ont utilisé l'IA pour s'inspirer, planifier ou réserver un séjour.
- Les voyageurs utilisent l'IA pour esquisser un itinéraire (56 %), obtenir des recommandations sur des attractions et restaurants (54 %), et optimiser leur itinéraire (35 %).
 - Cependant, seuls 14 % l'ont utilisée pour réserver directement une composante de leur voyage

Source : Veille tourisme

Generative AI Users

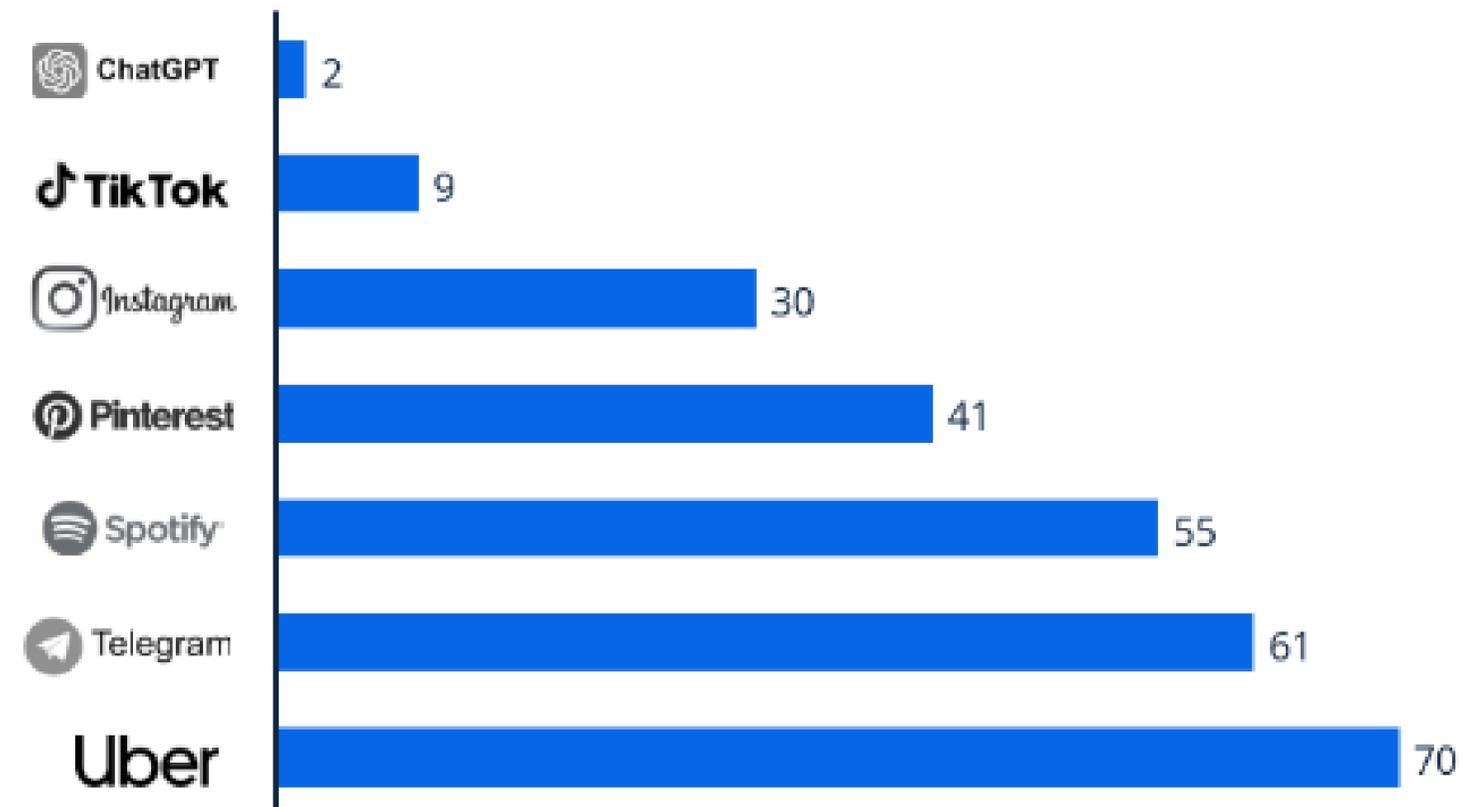
US, 2022-2026



Note: internet users of any age who enter a prompt into a generative AI system via any device at least once per month

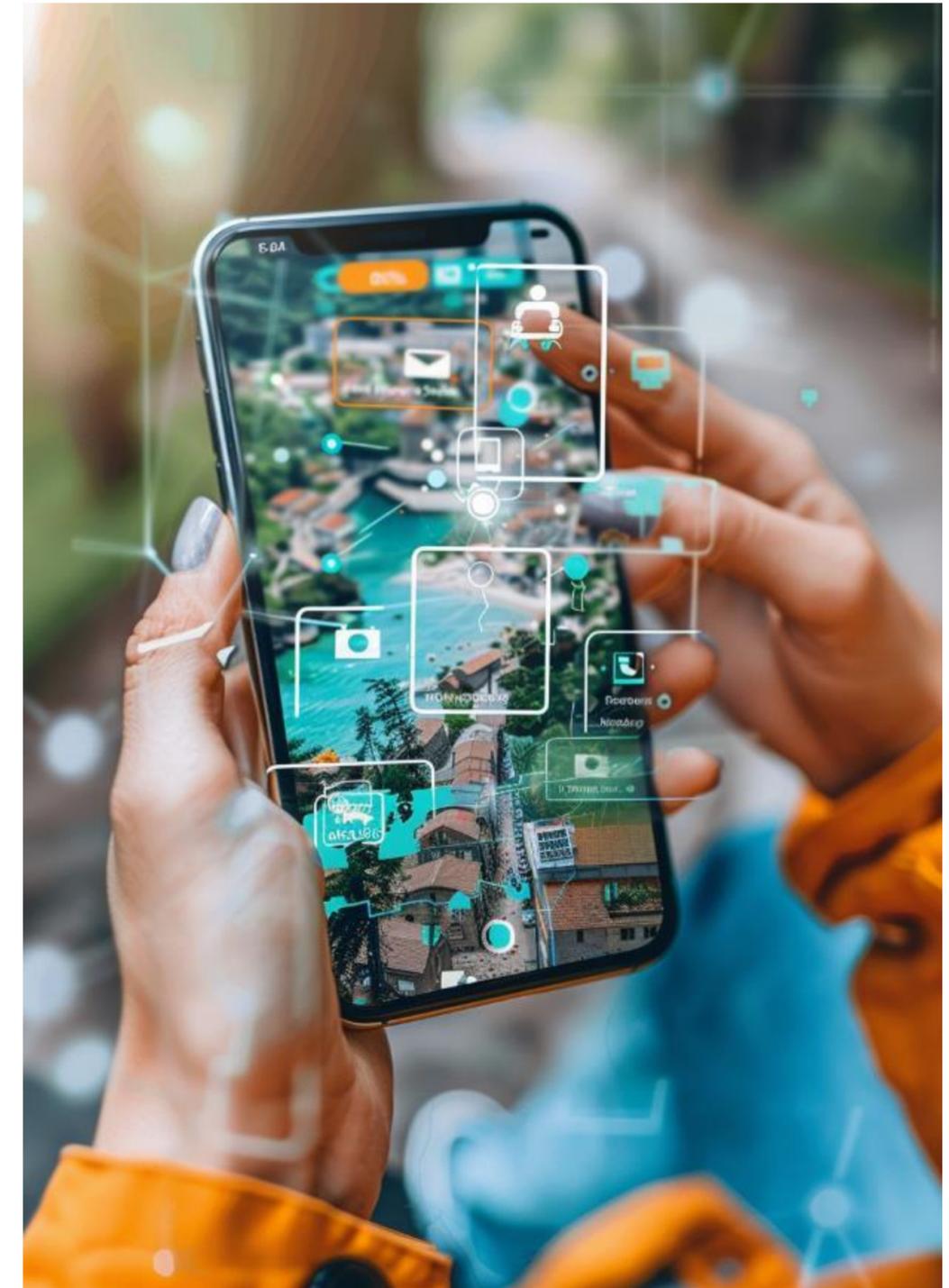
Source: EMARKETER Forecast, June 2024

Months it took selected apps to hit 100 million monthly users



Possibilités pour les entreprises touristiques sont nombreuses et se multiplient en 2024/25:

- Augmenter l'efficacité organisationnelle
- Intégrer un chatbot utilisant l'IA dans le service à la clientèle
- Écrire les premières versions de contenus (communiqués, recherche, rédaction, etc.)
- Établir des stratégies
- Évaluer en temps réel les besoins et les attentes du public en analysant les questions et les commentaires
- Traduction en temps réel pour les voyageurs internationaux.





The screenshot shows the homepage of the 'iatourisme' website. At the top left is the 'iatourisme' logo. To its right is a search bar with 'Français' and a button 'S'inscrire à l'infolettre'. Below the logo is a navigation menu with links: 'Accueil', 'À Propos', 'Outils et Ressources', 'Par où commencer', 'Blogue', and 'Contact'. The main content area features a large heading 'À Propos du Groupe de travail' and a sub-heading 'Découvrez le groupe de travail IA et tourisme et comprenez les objectifs de notre groupe visant à intégrer l'IA dans le tourisme pour renforcer la compétitivité et l'innovation.' To the right of the text are three overlapping images: a concert stage with bright lights, a woman in a brown jacket looking at a large digital display, and a group of people sitting around a table with laptops, engaged in a meeting.

iatourisme

- Fondé en mars 2024
- Beaucoup d'engouement
- 45 bénévoles enthousiastes
- But : Évangélisation de l'IA auprès de l'industrie



Pourquoi un groupe de travail IA-Tourisme?

Comme pour bien des secteurs économiques, le déploiement de l'Intelligence Artificielle (IA) en 2023 est devenu une réalité qui pose déjà de nombreuses questions aux acteurs de l'industrie touristique (et culturelle), y compris à ceux qui en suivaient le développement depuis quelques années.

Les progrès de ces technologies de IA génératives et les résultats produits par les nouveaux robots conversationnels, en particulier ceux très accessibles au public par l'intermédiaire de ChatGPT, ont franchi cette année des étapes qui signalent un changement profond et rapide dans l'évolution de cette technologie qui s'apparente à l'arrivée



- Site web et blogue
- Infolettre (+ de 2 200 abonnés)
- 1ère Tournée de 9 régions – 2024/2025
- 2e année tournée en cours
- Formation
- Podcast
- Outils (Gabarit RH / Guide de découvrabilité, Par où commencer, etc)



Inscription à l'infolettre

Inscrivez-vous à notre infolettre pour recevoir les dernières nouvelles sur l'IA et le tourisme.

Restez informé des événements et des programmes d'aide financière concernant les projets d'innovation dans le domaine.



A group of business professionals are seated around a long table in a modern office, viewed from behind. They are looking out a large window at a city skyline with several skyscrapers under a blue sky with light clouds. The scene is dimly lit, with the primary light source being the window.

4

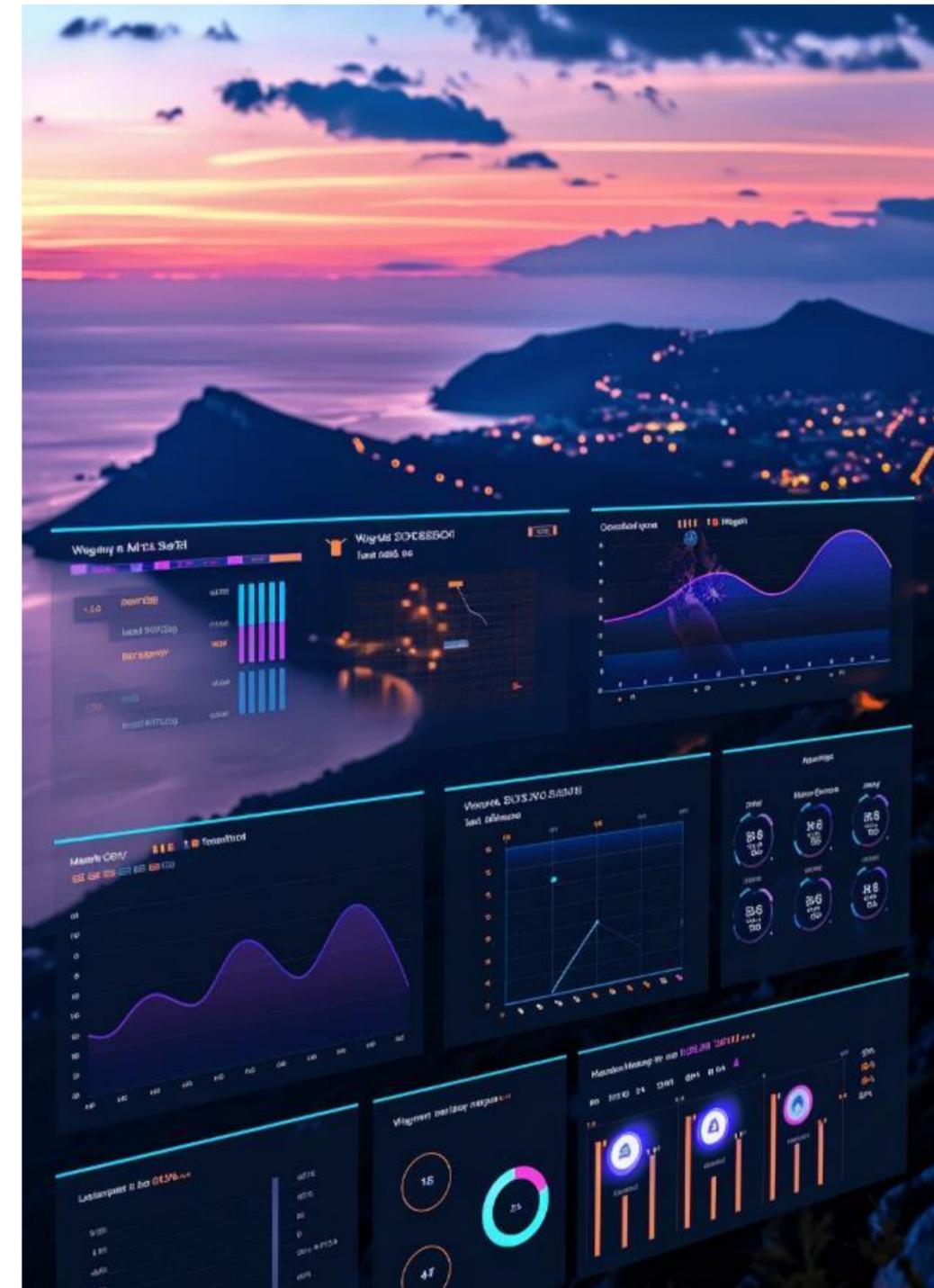
L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

SONDAGE EN IA ET TOURISME

Connaissances et intérêt pour l'IA : un besoin de formation et d'information confirmé

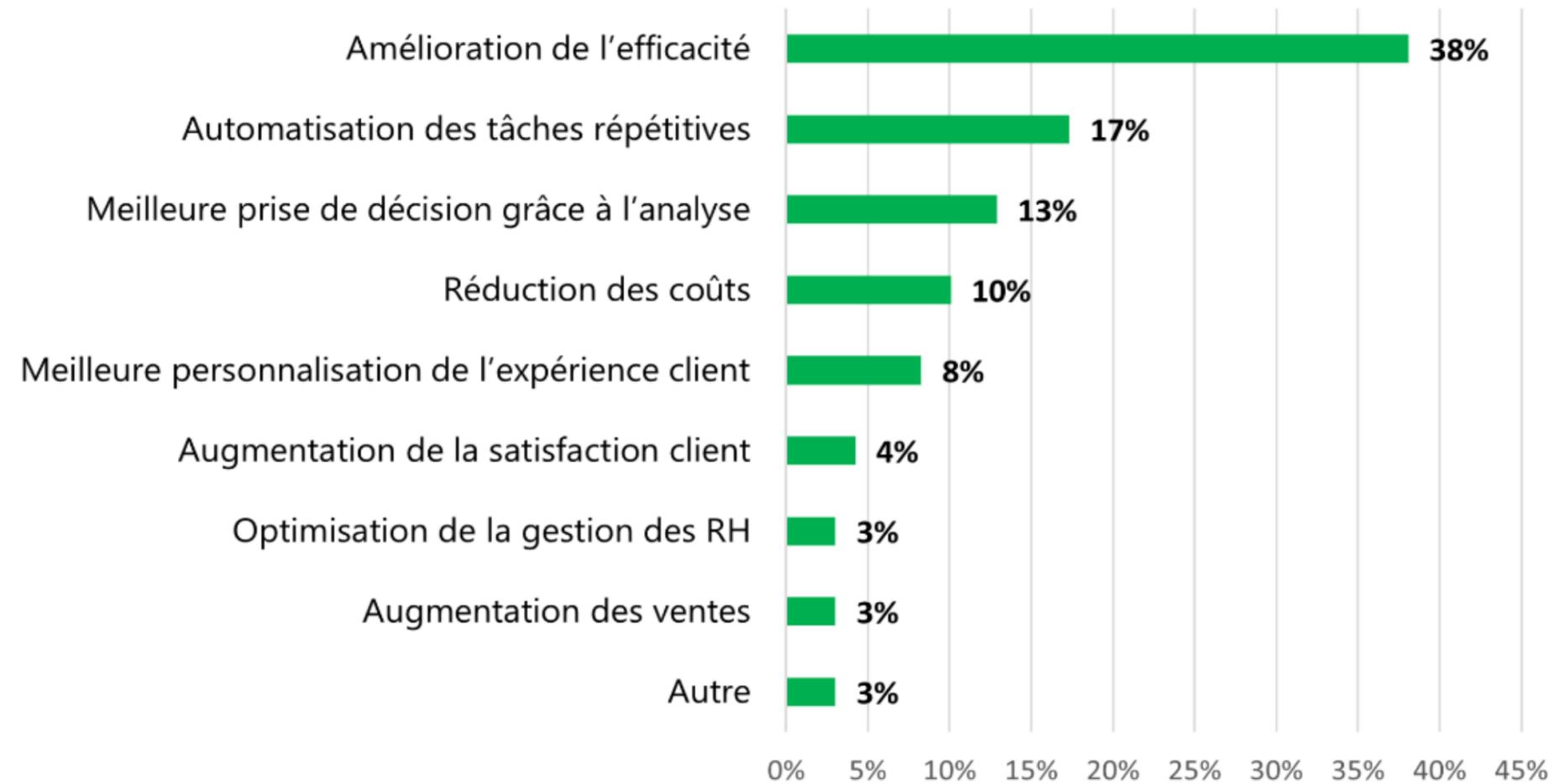
Sondage: 300 répondants (été 2024):

- **72 %** ont **très peu ou pas de connaissances** en IA
- Seulement **4 %** se considèrent comme ayant un **niveau avancé**.
- **3 grands besoins identifiés**
 1. Formation
 2. Accompagnement
 3. Comparables, bonnes pratiques





Bénéfices observés suite à l'utilisation de l'IA





Les résultats révèlent que les **principaux obstacles** à l'adoption de l'IA sont:

- préoccupations concernant la confidentialité et la sécurité des données;
- transparence;
- authenticité;
- fiabilité des réponses générées par l'IA;
- impacts environnementaux;
- Biais et discrimination;
- et si la machine prenait le contrôle ...

Des analyses récentes montrent que les IA comme ChatGPT sont moins énergivores que prévu

- la consommation d'énergie d'une interaction avec Chat serait similaire à celle d'une recherche Google ou d'un petit appareil électroménager
- les modèles gagnent en efficacité et en efficacité, grâce à plusieurs avancées

Mais cela ne signifie pas qu'il faut en abuser, au contraire. Plusieurs alternatives possibles:

✓ Utiliser le bon outil pour le bon usage : Les grands modèles de langage ne sont pas toujours nécessaires. Quelques alternatives plus légères et efficaces :

Traduction rapide → DeepL

Génération d'images → Banque d'images, création en collaboration avec un graphiste

Recherches web → Notre bon vieil ami Google ;)

Corrections et reformulations → Des outils dédiés comme Antidote

- ✓ Explorer les modèles IA hébergés localement
- ✓ Opter pour des modèles plus légers et efficaces: GPT-4o-mini, Mistral small 3

5

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

L'AVENIR DE L'IA ET LE TOURISME





Français

S'inscrire à l'infolettre

[Accueil](#)

[À Propos](#)

[Outils et Ressources](#)

[Par où commencer](#)

[Blogue](#)

[Contact](#)

10 étapes pour démarrer l'intégration de l'IA pour une entreprise touristique

1

ADOPTER UN CADRE D'UTILISATION DE L'IA

- Politique et directives sur l'utilisation de l'IA
- Pour définir
 - Comment l'utiliser
 - Cadre éthique
 - Respect données personnelles
 - Transparence
 - Responsabilité humaine
- Gouvernance et supervision

2

ÉVALUER LES BESOINS

- Définir les besoins spécifiques d'une organisation
- Optimiser les processus
- Personnalisation de l'expérience-client
- Automatiser les tâches répétitives et sans valeur ajoutée

3

UTILISER ET CRÉER DES OUTILS PERSONNALISÉS

- Création de Custom GPT (Assistant personnalisé)
- Utilisation pour se familiariser
- Tester, tester, tester

4

LEADER ET FORMATION

- Identifier un porteur de dossier à l'interne
- Formation des équipes à l'interne sur l'utilisation

Définir votre vision intégrée

Établir votre propre chemin de l'intégration de l'IA dans votre organisation

Ne pas oublier la question des RH et la gouvernance

Faire financer votre démarche