

Atelier IA Essentials

en partenariat avec Digitourism et Verbier Tourisme

Utiliser l'IA générative en tant qu'hôtelier et/ou restaurateur

HERE I AM!

Noëlie Berthod-Brand

spécialiste et formatrice en
marketing digital et IA
cappuccino addict



noelieberthod.ch



Téléchargez dès maintenant les supports de cours

Allez sur

my.ritzy.ch/110669

Ou scannez ce QR code



44 %

des voyageurs européens et américains utilisent l'IA pour réserver et planifier leurs voyages (contre 27 % en 2024).

(source: Rapport «Now next '24» de Omio)

13,38

milliards de \$, c'est la valeur du marché mondial de l'IA appliquée au tourisme attendue d'ici 2030.

(source: MarketsandMarkets - 2025)

1 md

d'utilisateurs-trices actifs/actives hebdomadaires, c'est ce que compte à ce jour ChatGPT.

(source: OpenAI)

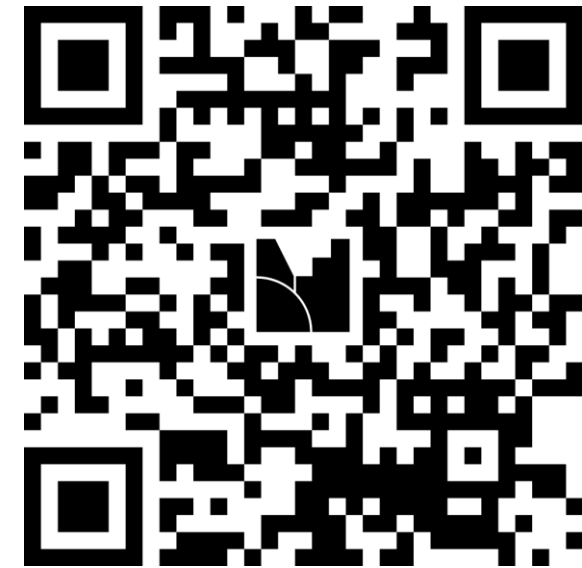
Objectifs de cet atelier

1. Comprendre ce qu'est l'intelligence artificielle et son impact pour vous hôteliers/restaurateurs
2. Apprendre à utiliser correctement un agent conversationnel
3. Tester la réalisation de quelques tâches avec l'IA
4. Identifier quelques pistes concrètes d'utilisation
5. Aborder les limites de cette technologie...



Commençons par un mini sondage

Allez sur
menti.com
puis entrez le code
2515 8421



Ou scannez ce QR code



Utiliser
l'intelligence
artificielle

Qu'est-ce que l'IA générative ?

ritzy*

Weiterbildung
Formation continue



A votre avis,
qu'est-ce
que cette
machine ?



L'émergence de l'IA

1 Explosion des **puissances de calcul**

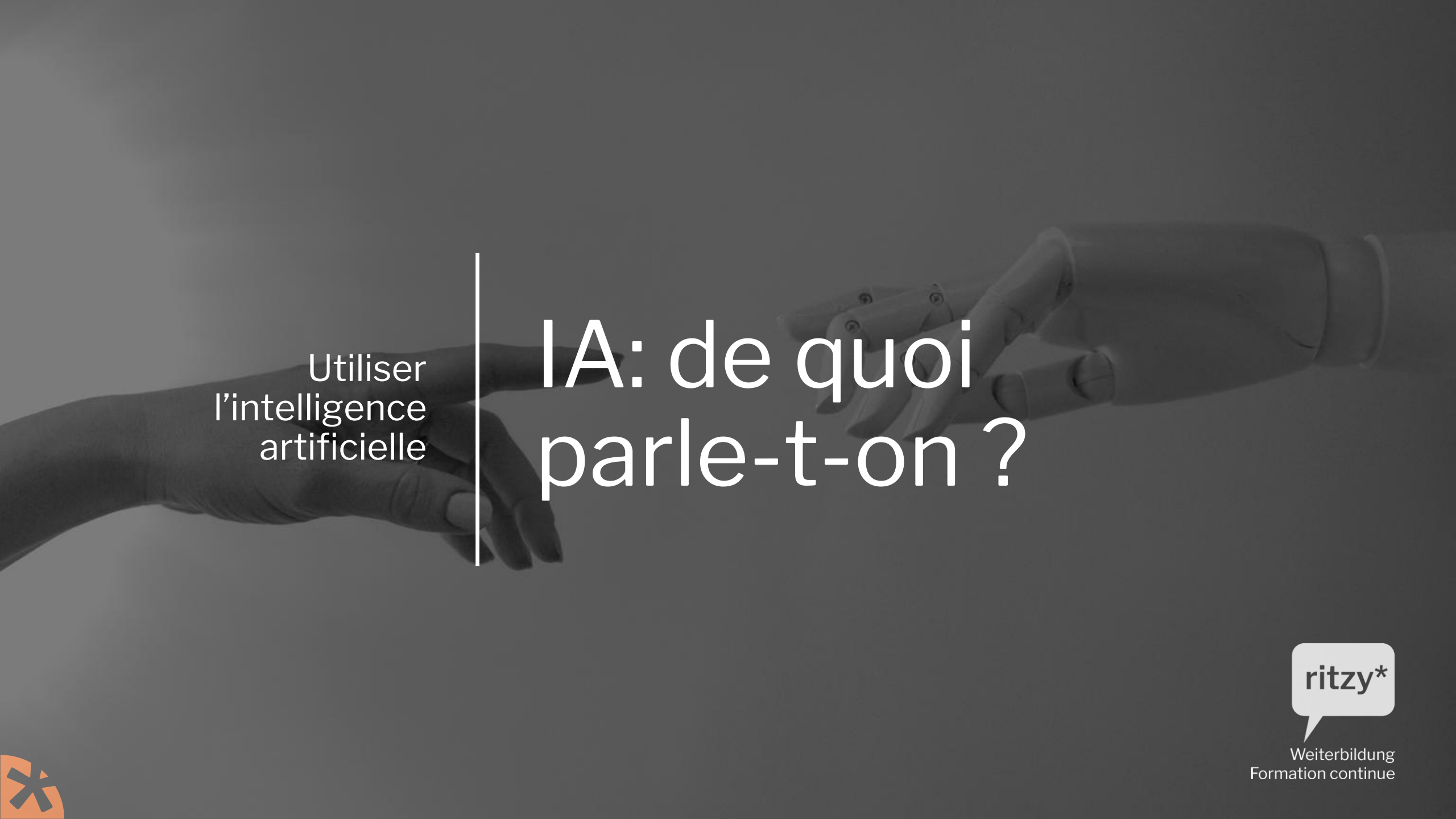
2 Explosion des **capacités de stockage** (Big Data)

3 Développement exponentiel des **connexions en réseau**

4 Traitement automatique du **langage naturel**



Emergence des transformeurs génératifs auto-entraînés ou **IA générative** autrement dit: **GPT**



Utiliser
l'intelligence
artificielle

IA: de quoi parle-t-on ?

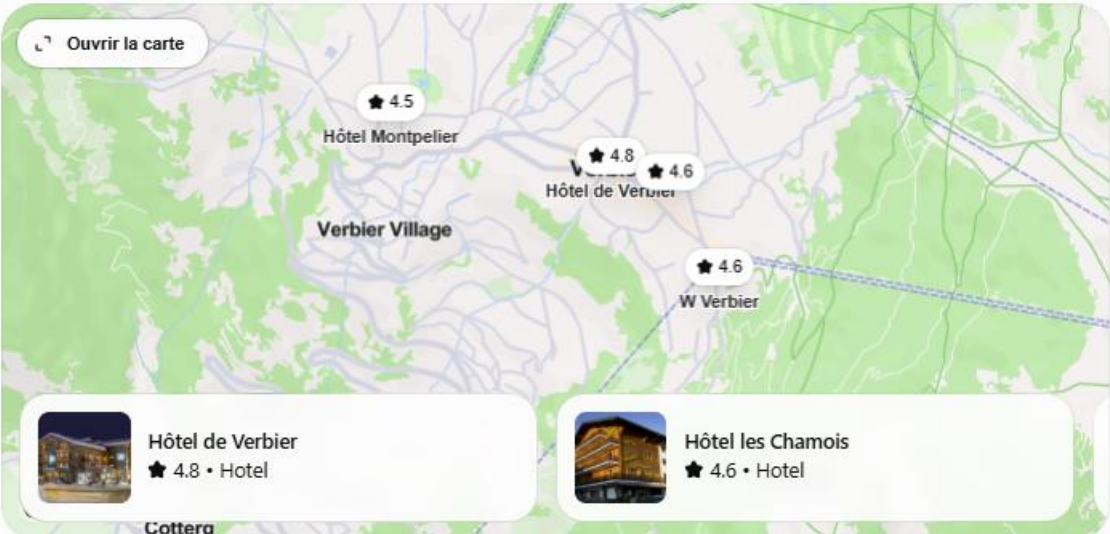
ritzy*

Weiterbildung
Formation continue



L'IA généralive, c'est ça :

Je cherche un hôtel kids friendly pour un week-end en famille cet automne à Verbier et qui propose la recharge pour les vélos électriques



The map shows Verbier Village with several hotels marked: Hôtel Montpellier (4.5), Hôtel de Verbier (4.8), and W Verbier (4.6). Below the map, two hotel cards are displayed: Hôtel de Verbier (4.8 • Hotel) and Hôtel les Chamois (4.6 • Hotel). A button 'Ouvrir la carte' is in the top left, and 'Donner votre avis' is in the bottom right.

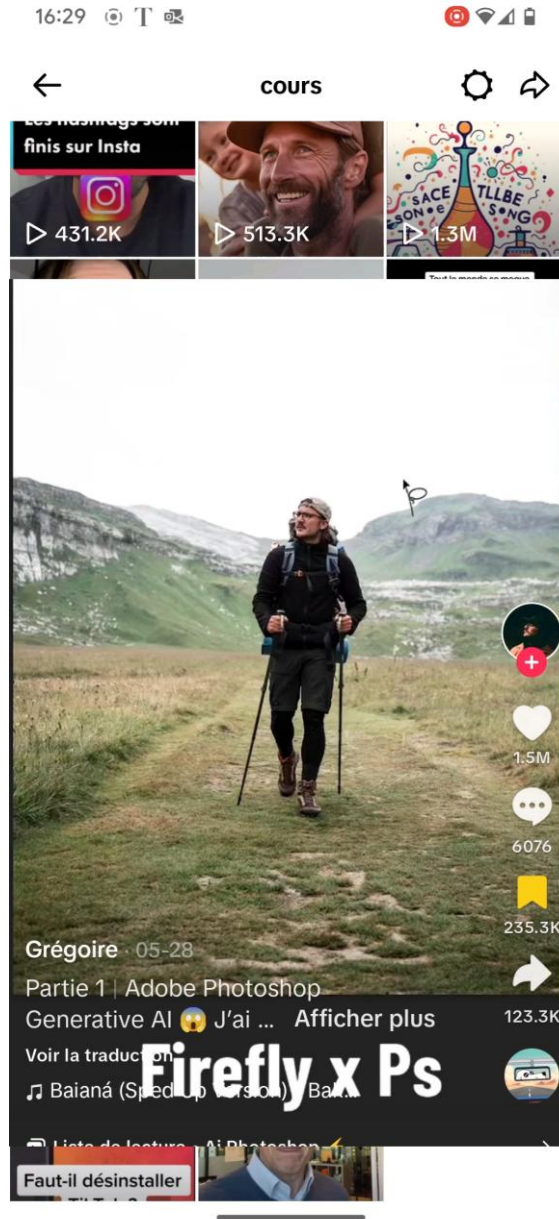
Noémie, pour un week-end d'automne en famille à Verbier avec des vélos électriques, je privilégierais ces options :

👉 **Mon premier choix : Hôtel de Verbier**
★ 4.8 • Hotel
🌐 Site web • 📍 Directions • ☎ 027 564 40 00



The three photos show the interior of Hôtel de Verbier: a bright room with a red sofa and large windows, a modern lounge area with a fireplace, and a bicycle storage room with several bikes parked.

C'est aussi ça :



Et ça :



ritzy*

Weiterbildung
Formation continue

Ou encore ça :



ça :



Une étude menée par 22 diffuseurs publics internationaux d'information* pointe que **45% des réponses produites par des assistants comme ChatGPT, Copilot et Gemini concernant l'actualité contiennent des erreurs majeures** ou des distorsions.

* Etude internationale menée par la BBC et l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER) sur l'intégrité des actualités dans les assistants d'IA – 1^{er} semestre 2025

Utiliser
l'intelligence
artificielle

Comment les clients utilisent l'IA pour choisir un établissement?

ritzy*

Weiterbildung
Formation continue

Qu'est-ce qui caractérise le **comportement de recherche** des (futurs) clients **avec l'IA** ?

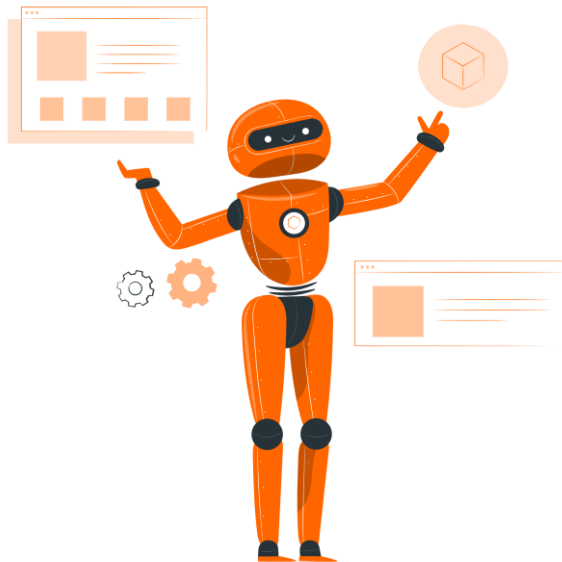
1. Requêtes **intentionnelles** en langage naturel, longues et contextualisées
2. Attente de **recommandation**, pas de résultat
3. Confiance déléguée à l'IA
4. Comportement de plus en plus **vocal** et mobile

Exemples concrets de requêtes dans un moteur de réponse:

- « Je cherche un hôtel romantique à Champéry avec spa et vue montagnes. »
- « Quels hôtels kids-friendly avec parking gratuit à 2h de Genève ? »

A vous
de jouer !

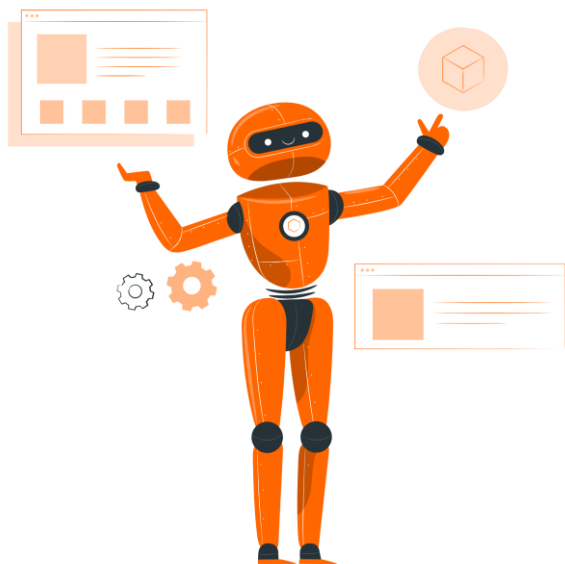
Comment mon établissement apparaît dans les moteurs de réponse ?



- Objectifs : mettez-vous dans la peau de clients qui recherchent un produit/service que vous vendez et testez différentes requêtes dans des moteurs de réponse.
- Organisation : individuelle
- Durée : 15 minutes

A vous
de jouer !

Comment mon établissement apparaît dans les moteurs de réponse ?



Quelques suggestions d'éléments à observer:

- ☐ L'entreprise apparaît-elle ?
- ☐ Les informations sont-elles exactes (attention aux avis !)
- ☐ La description est-elle adaptée / à votre avantage ?
- ☐ Et les concurrents ?



Utiliser
l'intelligence
artificielle

Domaines d'application pour les hôtels- restaurants

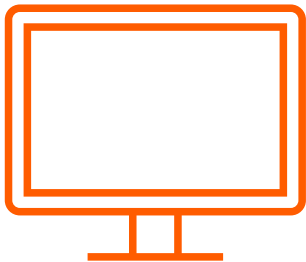
ritzy*

Weiterbildung
Formation continue



Quelques idées d'application possibles pour les hôtels-restaurants

Administration



- ☐ Rédiger des offres commerciales
- ☐ Prendre des PV
- ☐ Répondre aux avis Google
- ☐ Benchmark de la concurrence locale
- ☐ Analyse des coûts d'exploitation

Exemple: répondre aux commentaires

Je suis réceptionniste à l'hôtel Ibis à Lyon. Voici un commentaire posté sur notre fiche Google:
Bien situé mais froid la première nuit, il n'y avait que une couette assez fine. et rien d'autres à part des oreillers.
J'avais réservé une chambre avec 2 lits simples, c'était le cas mais ils étaient collés et avec une seule grande couette, ça ne va pas... Heureusement que mon collègue n'a pas dormi à l'hôtel finalement...
beaucoup de bruit dès 6h du matin.
Aide-moi à y répondre de manière cordiale et professionnelle mais sans donner l'impression d'une réponse générique.



Bonjour,

Je vous remercie d'avoir pris le temps de partager votre expérience au sein de notre hôtel. Vos retours nous sont précieux pour améliorer la qualité de nos services.

Je suis navrée de lire que votre séjour n'a pas été pleinement satisfaisant. Concernant la température de la chambre et la couette, nous disposons de couvertures supplémentaires à la réception, disponibles sur simple demande. Je regrette que vous ayez manqué de confort durant cette première nuit.

Pour ce qui est de la configuration des lits, vous avez tout à fait raison : une réservation pour deux lits simples implique deux couettes distinctes, même si les lits sont rapprochés. C'est un oubli de notre part lors de la préparation de votre chambre, et je vous présente nos excuses pour ce désagrément, qui aurait en effet été très gênant si votre collègue avait été présent.

Enfin, je prends note de votre remarque concernant les nuisances sonores dès 6 heures du matin. Nous allons sensibiliser nos équipes afin de veiller au calme dans les couloirs en début de matinée.

Nous espérons avoir l'opportunité de vous accueillir à nouveau à Lyon pour vous offrir une expérience bien plus sereine et chaleureuse.

Bien cordialement,

[Votre prénom / La réception]
Hôtel Ibis Lyon

Quelques idées d'application possibles pour les hôtels-restaurants

Marketing



- ☐ Retouche photos
- ☐ Création de contenu pour les réseaux sociaux
- ☐ Stratégie publicitaire
- ☐ FAQ pour le site web
- ☐ Création de flyers

Exemple : retoucher ses photos



Cette photo de chambre d'hôtel est trop aseptisée. Ajoute un peu de vie



Exemple : Elaborer une stratégie pub sur les réseaux sociaux

Mon entreprise est un hôtel familial à Verbier qui est particulièrement kids friendly (toboggan dans les chambres familiales, bar à bonbons, salle de jeux, menus enfants, etc.). Nous souhaitons lancer une campagne publicitaire sur Instagram dans l'objectif d'augmenter les réservations pendant l'inter-saison (mai-juin). Notre budget est de 1000 CHF. Elabore une stratégie pour cette campagne en fournissant le texte, les images, le format, le ciblage, l'optimisation et autres détails utiles. Résultat sous forme de tableau.

Campagne Instagram — Hôtel familial Verbier · Inter-saison mai-juin

Budget total : 1 000 CHF · Objectif : augmentation des réservations en inter-saison

Budget total : 1 000 CHF

Publicités : 750 CHF (75%)

Production créative : 150 CHF (15%)

Optimisation / tampon : 100 CHF (10%)

CALENDRIER ET PHASAGE

Phase	Période	Budget	Objectif	Format prioritaire
Phase 1 — Notoriété	1-15 avril	200 CHF	Créer la découverte auprès de nouvelles audiences	Reels Stories
Phase 2 — Considération	16 avril - 15 mai	350 CHF	Engager les audiences chaudes, générer des clics	Carrousel Reel
Phase 3 — Conversion	16 mai - 15 juin	200 CHF	Transformer l'intérêt en réservations directes	Image unique Stories swipe-up

FORMATS PUBLICITAIRES ET CONTENUS RECOMMANDÉS

Format	Ratio	Texte / Accroche	Visuel recommandé	CTA
Reels 15-30s	9:16 vertical	«Verbier sans la foule — vos enfants adorent, vous aussi.» Montrer le toboggan, le bar à bonbons, une chambre familiale lumineuse. Rythme dynamique, musique positive (droits via Meta).	Vidéo UGC-style ou montage maison, lumière naturelle, enfants en train de jouer	«Réserver maintenant»
Carrousel 3-5 slides	1:1 ou 4:5	Slide 1 : «5 raisons d'amener les enfants à Verbier en mai» · Slide 2 : Toboggan · Slide 3 : Bar à bonbons · Slide 4 : Menu enfant · Slide 5 : Prix inter-saison	Photos lifestyle qualité, fond cohérent, palette douce et chaleureuse	«Voir les disponibilités»
Image unique	4:5 ou 1:1	«Offre mai-juin : -15% sur les chambres familiales. Valable jusqu'au [date].» Urgence visible, logo hôtel discret, prix en évidence.	Chambre familiale bien rangée, lumière dorée, jouets d'enfants intégrés naturellement	«Profiter de l'offre»
Stories	9:16 vertical	Poll interactif : «Vos enfants préfèrent la montagne ou la mer en printemps ?» · Compte à rebours avant l'inter-saison · Témoignage famille client	Template Stories branded, stickers interactifs Meta	Swipe-up «Réserver»

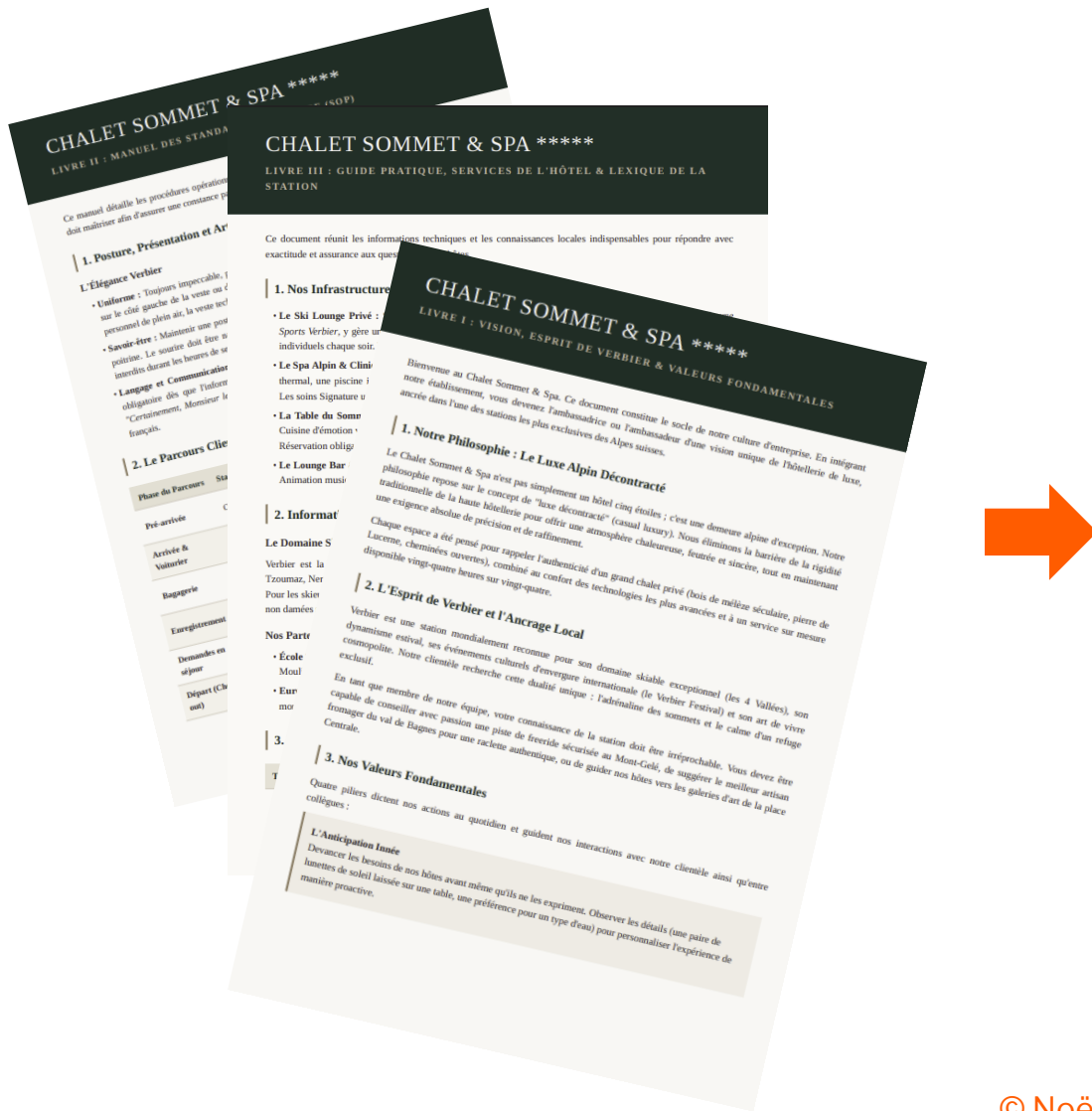
Quelques idées d'application possibles pour les hôtels-restaurants

Ressources humaines



- ☐ Rédiger des offres d'emploi
- ☐ Reformuler des consignes simples en français clair
- ☐ Traduire en diverses langues
- ☐ Créer un guide d'intégration

Exemple: créer un guide d'intégration



Guide d'intégration - Chalet Sommet & Spa

+ Créer un notebook

Discussion

Personnaliser

Guide d'intégration - Chalet Sommet & Spa

4 sources · 22 juin 2026

Ces documents présentent le **Chalet Sommet & Spa**, un établissement hôtelier de prestige situé à **Verbier**, ainsi que les richesses de sa région alpine. Les manuels internes définissent une philosophie de **luxe décontracté**, mettant l'accent sur une **hospitalité personnalisée**, la discrétion et des standards de service rigoureux. Le guide pratique répertorie des infrastructures exclusives telles qu'un **spa thermal**, un restaurant étoilé et un salon de ski privé avec services techniques. En parallèle, les informations touristiques soulignent l'attractivité de la station, célèbre pour son

Commencez à écrire... 4 sources →

Studio > Appli

Quiz Chalet

Afficher 4 sources

1/10

Quelle est la philosophie centrale de l'accueil au Chalet Sommet & Spa ?

- A. Le minimalisme montagnard
- B. Le formalisme traditionnel
- C. Le luxe alpin décontracté

Suivante

Bon contenu Mauvais contenu

Quelques idées d'application possibles pour les hôtels-restaurants

Organisation interne



- ☐ Création de check-lists
- ☐ Organisation des plannings
- ☐ Standardisation de procédures
- ☐ Création d'une charte de qualité interne

Exemple: créer une grille de contrôle qualité pour les chambres

1

Comporte-toi comme une gouvernante en hôtellerie de luxe. Pour le compte d'un établissement 5 étoiles à Verbier, crée une grille de contrôle qualité pour superviser le travail des femmes/valets de chambre.



A	B	C	D
Grille de contrôle qualité – Chambres & Suites (100 points)			
Établissement 5 étoiles – Verbier Supervision femmes/valets de chambre			
Catégorie	Critères de contrôle	Points max.	Score obtenu
Entrée & première impression	Porte propre, absence de traces, numéro de chambre impeccable	2	2
Entrée & première impression	Sol de l'entrée parfaitement propre	2	1
Entrée & première impression	Éclairage fonctionnel et ambiance accueillante	2	1
Entrée & première impression	Absence d'odeurs désagréables	4	3
Sous-total	Entrée & première impression	10	7
Lit & linge	Lit conforme aux standards de l'hôtel	5	
Lit & linge	Draps impeccables, sans tache ni pli excessif	5	
Lit & linge	Oreillers correctement positionnés	2	
Lit & linge	Couverture/plaid parfaitement présentés	3	
Lit & linge	Contrôle visuel sous le lit	2	
Sous-total	Lit & linge	17	0
Salle de bain	Lavabo impeccable	3	
Salle de bain	Robinetterie brillante sans traces de calcaire	3	
Salle de bain	Douche/baignoire parfaitement nettoyée	4	
Salle de bain	WC désinfecté et sans traces	4	
Salle de bain	Miroirs sans traces	3	
Salle de bain	Sol propre et sec	2	
Salle de bain	Produits d'accueil complets et alignés	3	
Salle de bain	Serviettes pliées selon standard	3	
Sous-total	Salle de bain	25	0
Chambre & mobilier	Poussière absente sur toutes les surfaces	5	
Chambre & mobilier	Tables de nuit impeccables	2	

2

Reprends exactement tous ces éléments dans un fichier Excel, en incluant un calcul automatique de la moyenne



Grille de contrôle qualité – Chambres & Suites (100 points)		
Catégorie	Critères de contrôle	Points
1. Entrée & première impression	Porte propre, absence de traces, numéro de chambre impeccable	2
	Sol de l'entrée parfaitement propre	2
	Éclairage fonctionnel et ambiance accueillante	2
	Absence d'odeurs désagréables	4
Sous-total		10
2. Lit & linge	Lit conforme aux standards de l'hôtel	5
	Draps impeccables, sans tache ni pli excessif	5
	Oreillers correctement positionnés	2
	Couverture/plaid parfaitement présentés	3
	Contrôle visuel sous le lit	2
Sous-total		17
3. Salle de bain	Lavabo impeccable	3
	Robinetterie brillante sans traces de calcaire	3



Utiliser
l'intelligence
artificielle

Bonnes pratiques

ritzy*

Weiterbildung
Formation continue

Rédiger un bon prompt

Pensez
REACTOR:

Rôle
Environnement
Action
Contrainte
Tonalité
Objectif
Résultat

Utiliser
l'intelligence
artificielle

Et les outils?

ritzy*

Weiterbildung
Formation continue

Outils d'IA intéressants pour les hôtels-restaurants

Agents conversationnels: les « couteaux suisses »



peut couvrir 60–70 %
des usages utiles pour
vous

Alternatives

- Gemini
- Mistral
- Claude
- Perplexity
- EurlA (Infomaniak)

Outils d'IA intéressants pour les hôtels-restaurants

Copilot: un outil déjà intégré à vos outils du quotidien



- Résumé de mails
- Rédaction de mails
- Amélioration un document
- Analyse de données
- Génération des formules
- Transformation d'un texte en tableau

Outils d'IA intéressants pour les hôtels-restaurants

Canva: pour créer des supports de communication facilement

Canva



- Créer une offre promotionnelle
- Retoucher des photos
- Créer un flyer
- Créer des posts pour les réseaux sociaux
- Générer des visuels avant/après

Alternatives

Adobe Express
Playground

Outils d'IA intéressants pour les hôtels-restaurants

Fireflies: pour la retranscription « speech-to-text »



- Prendre les PV de séances
- Mémo vocaux rapides
- Dictier un brief avant le service et le transmettre par écrit

Alternatives

Plaud.ai
Suisse Notes
Otter.ai
Noota

Utiliser
l'intelligence
artificielle

Créer un flyer à l'aide de l'IA générative

ritzy*

Weiterbildung
Formation continue

Exemple

Prompt:

En utilisant la photo jointe, crée un flyer pour annoncer la soirée escape game organisée au Grand Hôtel & Kurhaus à Arolla du 30.10 au 2.11, de 18 à 22h, à l'occasion de Halloween. Style flat design détaillé.



Créez **un flyer** à l'aide de l'IA



- Objectif: créer un flyer prêt à être diffuser pour une offre en lien avec votre entreprise
- Résultat: envoyez votre plus belle réalisation à **hello@noelieberthod.ch**, pour la partager avec le groupe.
- Durée: 15 min
- Organisation: groupes de 2
- Matériel: l'outil d'IA générative de votre choix

Utiliser
l'intelligence
artificielle dans le
tourisme



Les limites

ritzy*

Weiterbildung
Formation continue



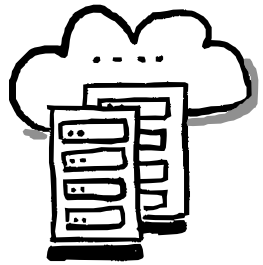
Quelques limites de l'IA générative (aujourd'hui)

1. Qualité et fiabilité
2. Uniformisation
3. Dépendance technologique
4. Propriété intellectuelle
5. Transparence et de confiance
6. Cadre légal aléatoire

Limites de l'IA générative : impact écologique

ritzy*

Weiterbildung
Formation continue



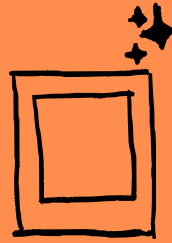
0,5%
de la consommation
électrique mondiale

1
requête

10
recherches



= G

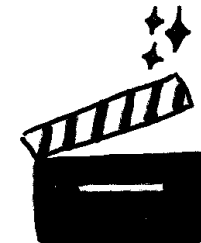


1
image HD
générée avec
l'IA

=

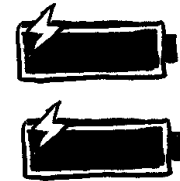


1
recharge complète
d'un téléphone
portable



1
vidéo de 6 sec.
générée avec
l'IA

=



2
recharges complètes
d'un ordinateur
portable

Limites de l'IA générative



Mon post LinkedIn
(si je me faisais
confiance)



Mon post LinkedIn
(après avoir demandé
à Chat GPT 1x)



Mon post LinkedIn
(après avoir demandé
à Chat GPT 10x)

Quelques ressources complémentaires:

- **Podcast** du Temps «IA qu'à m'expliquer»: letemps.ch/podcasts/ia-qu-a-m-expliquer
- **Article** «Intelligence artificielle : le vrai coût environnemental de la course à l'IA »: bonpote.com/intelligence-artificielle-le-vrai-cout-environnemental-de-la-course-a-lia
- **Site « ActuaIA »**: <https://www.actuia.com/>

Pour aller **plus loin**, la formation « IA Avancé »:



DE 9H À 12H

Plus d'info





Weiterbildung
Formation continue

Merci d'être là !

Noëlie Berthod-Brand
hello@noelieberthod.ch
+41 76 453 39 29

Toutes les
formations ritzy ici

