

DÉCRYPTAGE

Immersion, exosquelette et carte personnalisée : le restaurant en 2030 🦾

L'intelligence artificielle comme les progrès de la robotique donneront de nouvelles pistes aux établissements de demain, selon le prochain Salon EquipHotel. En attendant, les restaurants vont devoir faire passer les hausses de prix auprès de Français prêts, à 62 %, à réduire à leur fréquentation.



Un restaurant immersif, Ephemera, a déjà ouvert à Paris sur le thème du fond des mers. (Ephemera)

Par **Clotilde Briard**

Publié le 13 oct. 2022 à 10:00 | Mis à jour le 13 oct. 2022 à 10:05

A quoi ressembleront les restaurants en 2030 ? Ils pourront, par exemple, intégrer des hologrammes chargés de vous diriger à votre table, des robots apportant aux cuisiniers les produits sortis des garde-manger ou des exosquelettes capables d'aider

le personnel sur les lourdes charges, si l'on en croit les pistes que le Salon EquipHotel entend bien esquisser du 6 au 10 novembre à la porte de Versailles, à Paris, dans un espace prospectif. De quoi aider à résoudre des problèmes de personnel, même si les humains resteront au coeur de l'accueil des clients.

Dans une partie des établissements, l'expérience sera revisitée. « Nous irons encore plus au restaurant comme on va au théâtre », estime Marc Grandmougin, président de Resto France Expert. Il imagine des lieux dans lesquels les projections au sol et sur les murs permettraient des changements permanents. « Les univers varieraient d'un jour à l'autre. Des amis pourraient se retrouver au même endroit à quelques jours d'intervalle dans des ambiances complètement différentes », ajoute-t-il. Aujourd'hui, un premier restaurant immersif, Ephemera, à Paris, a ouvert sur le thème du fond des mers. Mais le décor ne change pas.

Prévoir la fréquentation

L'intelligence artificielle devrait également monter en puissance. Elle peut permettre aux dirigeants des établissements d'avoir une meilleure idée un ou deux jours à l'avance de la fréquentation à venir à partir d'une analyse globale de ce qui se passe hors du restaurant. De quoi ajuster les approvisionnements. La carte pourrait aussi s'adapter aux besoins liés à la santé, via les montres connectées notamment, au-delà des allergènes déjà bien pris en compte actuellement. Tout continuerait à y figurer sur un menu électronique pour ne pas priver le client de son droit de choisir, mais les plats les plus adaptés seraient surlignés.

En attendant ces possibles évolutions dans le futur, et **après un été plutôt euphorique** en termes de fréquentation, les restaurants, comme les hôtels, vont déjà devoir faire face, à court terme, cette année à la nouvelle donne liée à l'inflation. Nicolas Nouchi, directeur des études de **CHD Expert**, prévoit que l'imputation des augmentations de prix se fera progressivement sur la carte avec une accélération en 2023. Mais si des solutions plus abordables seront mises en place, il estime que la tendance à la « premiumisation » de l'offre se poursuivra en partie pour permettre de justifier les tarifs. « Les Français restent prêts à payer 3 euros de plus pour avoir de l'avocat dans leur burger », illustre-t-il.

LIRE AUSSI :

- **Thierry Marx veut représenter les restaurateurs et les hôteliers**

Car les Français veulent encore se faire plaisir malgré le contexte économique. Certes, 62 % d'entre eux prévoient de réduire leur fréquence de consommation, selon une étude menée par CHD Expert pour EquipHotel. Mais ils continueront à sortir et voyager. Et un sur quatre ne compte pas changer ses habitudes. Les 13 % restants réduiront leur panier moyen, mais continueront à aller au même rythme manger hors de chez eux. Il va falloir en tout cas justifier les hausses à venir. 93 % des clients semblent prêts à accepter des augmentations à condition d'obtenir une transparence complète sur le sujet.

A chaque génération aussi ses bonnes clés d'entrée. L'offre d'« happy hour » est un critère important pour un quart des moins de 25 ans qui veulent aussi pouvoir commander et payer à table avec leur téléphone. La même proportion plébiscite les bornes de commandes contre seulement 12 % dans l'ensemble de la population.

Clotilde Briard