

Le Tourisme Ivoirien Face à la Montée de l'Intelligence Artificielle : Opportunité ou Danger ?

Kouassi Noguès KOUASSI

Docteur, Enseignant-chercheur
Université Polytechnique de San Pédro (Côte d'Ivoire)
kouassi.nogues@usp.edu.ci

Résumé

Le tourisme n'est pas en marge de la profonde transformation des secteurs économiques à l'échelle internationale comme résultat de l'évolution rapide de l'intelligence artificielle (IA). En Côte d'Ivoire, pays en pleine croissance économique où le tourisme est perçu comme un levier stratégique de développement, la montée de l'IA suscite des interrogations sur ses impacts potentiels. Cet article examine les enjeux liés à l'intégration de l'IA dans le secteur touristique ivoirien à travers une double lecture. D'un côté, les opportunités qu'elle pourrait offrir en matière d'optimisation de services, de promotion et d'analyse de données ; de l'autre, les risques socio-économiques et éthiques qu'elle pourrait engendrer, notamment en termes d'exclusion numérique, de perte d'emplois et de déshumanisation des interactions. À partir d'une revue de la littérature et de l'analyse du contexte ivoirien, l'article propose des pistes pour une intégration responsable et inclusive de l'IA dans le tourisme national.

Mots-clés : Innovation touristique, Intelligence artificielle, Côte d'Ivoire, Opportunité, Risque

Abstract

Tourism is not on the sidelines of the profound transformation of economic sectors on an international scale as a result of the rapid development of artificial intelligence (AI). In Côte d'Ivoire, a country undergoing rapid economic growth where tourism is seen as a strategic lever for development, the rise of AI is raising questions about its potential impact. This article examines the issues involved in integrating AI into the tourism sector in Côte d'Ivoire from two angles. On the one hand, the opportunities it could offer in terms of optimising services, promotion and data analysis; on the other, the socio-economic and ethical risks it could engender, particularly in terms of digital exclusion, job losses and the dehumanisation of interactions. Based on a review of the literature and an analysis of the ivoirian context, the article suggests ways of integrating AI responsibly and inclusively into national tourism.

Keywords: Tourism innovation , Artificial intelligence, Côte d'Ivoire, Opportunity, Risk

1°. Introduction

Ces dernières années, de nombreux pays ont opté pour le tourisme en tant que secteur économique clé pour contribuer à la diversification de leurs systèmes de production et ainsi, à leur développement socio-économique (*Rodríguez Correa et. al. 2023*). L'incorporation du numérique et particulièrement de l'Intelligence Artificielle dans la société moderne a occasionné une révolution dans le secteur touristique et permis d'accorder une attention accrue au tourisme intelligent. L'expérience du client étant essentielle dans l'industrie touristique, les avancées technologiques dans le domaine du tourisme intelligent ont permis d'obtenir des informations sur les clients et de faire des prédictions plus précises sur les besoins des consommateurs (Solakis et al., 2022). Ainsi donc, l'intelligence artificielle, les robots et l'automatisation sont devenus objet d'intérêt dans l'industrie des voyages et des loisirs, car ils peuvent améliorer la qualité et l'efficacité de différents processus en étant capables de synthétiser simultanément différentes idées (Zsarnoczky, 2017).

L'industrie du tourisme est confrontée à ce que l'on pourrait appeler la quatrième révolution industrielle, menée par l'intelligence artificielle (IA) et une série de technologies qui accompagnent son développement (Moreno-Izquierdo, et. al. 2022). Objet d'une attention particulière ces dernières années dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie (Knani, et. al. 2022), l'IA contribue à une énorme transformation du secteur.

Par ailleurs, Elisa Sousa, et. al. (2024), dans une étude qui a analysé les bases de données scientifiques de « Scopus », « Web of science » et « Science Direct » sur la période 1990- 2022 révèlent que les possibilités d'application de l'IA dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie sont nombreuses. Celles-ci vont de la messagerie et l'utilisation de robots pour la prestation de services, aux Chatbots, aux outils de veille stratégique, à la réalité virtuelle en passant par la possibilité d'optimiser le temps d'analyse de grandes bases de données.

Il ressort de ce qui précède que l'intelligence artificielle a transformé, à l'image d'autres secteurs d'activité, et continuera de

transformer le tourisme. Désormais, les méthodes purement traditionnelles laissent place à l'utilisation de machine dont la réaction s'apparente à l'intelligence humaine. Par ailleurs, de l'émergence du commerce électronique (E-commerce) à la disponibilité de grandes bases de données ; avec la mondialisation des marchés et l'intégration du numérique dans presque tous les domaines de la société moderne, en passant par les nouvelles préférences d'une demande de plus en plus exigeante en termes de personnalisation de l'offre (*Moreno. et. al. 2018*), l'évolution du secteur du tourisme est liée à la consolidation d'une économie numérique comme l'un des principaux piliers de développement (*Más Fernando et. al. 2020*).

Bien que s'agissant d'une thématique plus ou moins récente, les études sur l'implication de L'IA dans le tourisme se sont multipliées ces dernières années ; ce qui témoigne d'une réelle volonté des chercheurs d'explorer l'influence de l'IA dans le secteur du tourisme. Les applications émergentes de l'IA dans le tourisme se concentrent principalement sur l'optimisation opérationnelle, la prise de décision informée et éclairée, l'amélioration de l'expérience client et l'utilisation de technologies robotiques dans les environnements touristiques.

Pour ce qui est de l'évolution de l'activité touristique sur le continent africain, les statistiques tant de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OM, aujourd'hui ONU-Tourisme) que de *Jumia Travel*, au cours des dernières années démontrent qu'il s'agit d'un secteur en plein essor. Riche par sa diversité culturelle et sa biodiversité, le tourisme représente un important pilier de développement économique du continent. En outre, la majorité des pays africain a opté pour le tourisme comme l'un des moyens les plus sûrs pour diversifier leur système productif. L'exemple de la Côte d'Ivoire qui est traité de façon particulière dans ce travail est remarquable.

En effet, depuis la fin de la crise post-électorale 2010-2011, les autorités ivoiriennes, à travers les Plans Nationaux de Développement (PND) ont présenté le tourisme comme un secteur prioritaire à développer pour accompagner les segments de production traditionnels chapeautés par l'agriculture et dominés par le binôme café-cacao. Ainsi donc, le pays a adopté une politique touristique dénommée Vision 2015 (2012-2015) avec pour objectif d'attirer 500.000 touristes internationaux par an, et que, le tourisme apporte, à

échéance, une contribution de 2% au PIB national (Kouassi, 2022). Fort heureusement, pour la période 2015, le tourisme a apporté 5,16% au PIB (Mintour-Loisirs/DPAP, 2019). Partant de ce que nous pouvons qualifier d'exploit, il a été élaboré un nouveau plan stratégique (2018-2025) dénommé « Sublime Côte d'Ivoire » avec des objectifs ambitieux de faire du tourisme le troisième pilier de l'économie ivoirienne en positionnant la Côte d'Ivoire dans le Top 5 des destinations touristique africaines et co-leader africain du tourisme d'affaires avec l'arrivée de quatre millions de touristes internationaux, une contribution de entre 7 et 8% PIB et environ six cent mille emplois créés (Ministère du tourisme et des loisirs, 2018).

Grâce aux efforts consentis des secteurs public-privés, en 2019, avant la pandémie à coronavirus, le tourisme ivoirien a apporté 7,3% au PIB avec une arrivée internationale estimée à plus de deux millions de touristes.

Élan freiné par la pandémie, aujourd'hui, des efforts sont encore en train d'être faits pour redonner vie au tourisme ivoirien et repartir à la conquête de nouveaux touristes. Cependant, face à l'évolution rapide des nouvelles technologies, notamment l'Intelligence Artificielle (IA), la digitalisation, et les outils de réalité augmentée, des défis spécifiques tels que l'intégration de ces innovations tout en préservant l'identité unique du pays, les infrastructures technologiques, les compétences, la régulation et la sensibilisation aux impacts de l'IA, la protection des données, etc. se posent. Par ailleurs, Haiech (2020, 913) ne dit pas autre chose lorsqu'il affirme que *"L'intelligence artificielle est une expression fourre-tout, qui suscite autant d'espoirs que de craintes"*. Face à cette réalité et aux nombreux défis de son application, l'arrivée de l'IA pose la question suivante : l'IA est-elle une opportunité pour améliorer l'industrie touristique ivoirienne, ou bien présente-t-elle des dangers potentiels pour le développement touristique local ? Ce travail prétend examiner les moyens par lesquels la Côte d'Ivoire peut utiliser la modernité technologique pour renforcer son industrie touristique tout en respectant et en valorisant ses cultures locales, ses traditions et ses ressources naturelles, afin de comprendre si cette technologie représente pour elle un avantage compétitif ou plutôt un frein au développement de l'industrie touristique.

2°. Comprendre l'IA et son application au secteur touristique

L'utilisation et l'influence des nouvelles technologies dans différents secteurs de la société ont conduit au développement de l'intelligence artificielle (IA), qui désigne principalement des systèmes informatiques conçus pour effectuer des tâches qui sont normalement réalisées par des humains, telles que le raisonnement, la prise de décision et la résolution de problèmes (Flores Abrego et. al. 2024). L'IA est donc plus qu'une simple application créée par un langage informatique ; elle comprend un ensemble de techniques et de langages qui lui permettent de fournir des réponses selon l'action qui lui est demandée. Partant de là, que peut-on et doit-on entendre par Intelligence Artificielle ?

Vouloir définir L'IA est une tâche compliquée car il s'agit d'un sujet complexe. Sa définition tient compte de différents paradigmes et différentes approches. Dans la littérature existante, des auteurs comme Shirai & Tsujii (1982), Marvin Minsky (1990), Nils Nilsson (2001), Russell (2003) et John McCarthy (2007) ont apporté des précisions sur la compréhension de l'intelligence artificielle. L'analyse de leurs travaux montre qu'il s'agit d'une thématique très dynamique qui évolue en fonction de la société humaine.

Récemment, (Rouhiainen, 2018, 17) a défini l'IA comme étant *« La capacité des ordinateurs à effectuer des activités qui requièrent normalement l'intelligence humaine... Il s'agirait donc de la capacité des machines à utiliser des algorithmes, à apprendre à partir de données et à utiliser ce qu'elles ont appris pour prendre des décisions, tout comme le ferait un être humain. Toutefois, contrairement aux humains, les dispositifs basés sur l'IA n'ont pas besoin de se reposer et peuvent analyser de grandes quantités d'informations à la fois »*.

L'IA est donc un système consistant à mettre en œuvre des techniques visant à permettre aux machines d'imiter d'une certaine façon l'intelligence réelle. En définitive, l'IA regroupe un ensemble de technologies permettant aux machines de simuler l'intelligence humaine grâce à des algorithmes d'apprentissage automatique, la robotique, la reconnaissance vocale et faciale, ainsi que l'analyse de données avancées. Compte tenu des grands volumes de données et de

la nécessité d'améliorer l'expérience des utilisateurs, l'IA s'est positionnée comme une technologie clé pour optimiser les processus, prédire les comportements et personnaliser les services dans de nombreux secteurs.

Traversa (2024) explique que, à mesure que ces technologies évoluent, leur intégration dans l'industrie du tourisme promet des expériences de voyage plus personnalisées, plus efficaces, plus sûres et plus satisfaisantes. Knani et al. (2022) abondent dans le même sens et estiment que l'adoption de l'IA a permis de créer de la valeur et d'enrichir l'expérience des touristes avant, pendant et après le voyage.

Cela permet, non seulement aux touristes d'optimiser leurs temps et de vivre des expériences inoubliables, mais, donne aussi aux marques de tourisme un avantage concurrentiel important dans la gestion des destinations. L'IA peut par exemple prédire les annulations d'hôtels, améliorer la sécurité dans les aéroports et optimiser la gestion des ressources humaines (A. Malik et al., 2023) ; l'IA est également capable de prédire les coûts et de modéliser la demande dans les services de transport, d'estimer le temps de trajet et les zones de congestion en temps réel, etc. (Mullo-Romero et. Al. 2024). En résumé, l'application de l'IA au secteur du tourisme permet :

- ✓ **L'amélioration de l'expérience client** : grâce aux *Chatbots*, assistants virtuels et recommandations personnalisées disponibles 7/7 et 24h/24.
- ✓ **La gestion et l'optimisation des services** : Réservation intelligente, analyse des flux touristiques, tarification dynamique.
- ✓ **La promotion et le marketing** : Publicités ciblées, réalité augmentée pour découvrir des destinations.
- ✓ **L'automatisation des tâches** : Check-in automatique, gestion des bagages, robots dans l'hôtellerie.
- ✓ **Prise de décision plus efficace** : grâce aux *Insights* sur le comportement et les préférences des touristes :

De ce qui précède, il ressort que l'intelligence artificielle (IA) représente une nouvelle opportunité dans différents domaines et secteurs de production ; et offre à l'industrie touristique de nouvelles

opportunités et possibilités de conquérir de nouveaux marchés (Flores Abrego, 2024).

3°. Méthodologie

Afin d'atteindre notre objectif de recherche, nous avons opté pour une approche méthodologique mixte, qui combine la collecte et l'analyse de données quantitatives et qualitatives. Cette démarche nous semble adéquate en ce sens qu'elle nous permet, d'une part, de mesurer le niveau d'intégration de l'IA dans le secteur touristique ivoirien tout en faisant ressortir les obstacles rencontrés. D'autre part, de cerner les perceptions et les représentations des acteurs face à la montée de l'IA, ainsi que les opportunités, les craintes et les enjeux de son implémentation dans le secteur touristique ivoirien. Nous avons fondé notre étude sur une analyse documentaire enrichie d'entretiens semi-directifs avec des acteurs du tourisme et des experts en technologie. La recherche documentaire a été menée sur la base de sources académiques, institutionnelles et professionnelles. Nous avons consulté des articles scientifiques des bases de données telles que *ScienceDirect*, *Cairn*, *JSTOR*, *Google Scholar*. Nous avons consulté également des ouvrages de références sur le tourisme, l'IA et l'innovation technologique. Enfin, nous avons eu recours à des rapports d'institutions nationales et internationales, telles que le Ministère du Tourisme et des Loisirs (Côte d'Ivoire), la Banque Mondiale, l'OMT (ONU-Tourisme), etc.

Les entretiens se sont réalisés auprès de professionnels du tourisme, d'enseignants-chercheurs du Département de Tourisme, Espace et Société de l'Université Polytechnique de San Pédro, et de certains cadres de l'administration touristique locale. Nous avons finalement fait des visites de sites au cours desquelles nous avons interrogé touristes, gérants de plages et d'espaces événementiel, etc. L'analyse des données s'est faite d'une part, par une analyse thématique inductive des entretiens. Celle-ci a permis de faire émerger les perceptions et représentations des communautés quant à l'IA et son intégration dans le tourisme ivoirien. D'autre part, par une analyse comparative entre les discours institutionnels et les données de terrain ; le but étant de faire une analyse rigoureuse et renforcer la validité des résultats.

L'approche théorique quant à elle se fonde sur la théorie de la diffusion de l'innovation proposée en 1962 par Everett Rogers. Cette théorie de Rogers explique comment une innovation technologique est adoptée et évolue dans une société ou un secteur donné. Elle met en lumière les facteurs qui influencent l'acceptabilité, l'adoption et l'évolution d'une innovation technologique dans un cadre social donné. Cette théorie nous paraît appropriée pour analyser l'adoption de l'IA dans le secteur touristique ivoirien encore dominé par un modèle de gestion traditionnel. Elle nous permet entre autres, d'apercevoir le niveau d'adoption des technologies liées à l'IA dans les entreprises touristiques ivoiriennes, d'identifier les leviers de développement et les limites liés à une transition numérique dans le secteur du tourisme afin de comprendre si l'IA est perçue comme une opportunité ou un danger pour l'évolution du tourisme ivoirien.

4°. Résultats

4.1°. *Opportunités de l'IA pour le tourisme ivoirien*

Le Sommet ministériel du WTM avec ONU Tourisme et le WTTC tenu le Mercredi 6 novembre 2024 à Londres a révélé ceci :

Alors que les habitudes de voyage et les attentes des consommateurs dans le monde ne cessent d'évoluer, on a de plus en plus besoin de solutions innovantes capables de révolutionner notre manière de vivre des expériences et nos interactions avec les destinations. L'IA et les technologies émergentes apparaissent comme des catalyseurs de changement, offrant des possibilités inédites de réinventer le panorama touristique. [...]. En termes d'optimisation des flux de visiteurs, d'atténuation des impacts sur l'environnement, de préservation du patrimoine culturel et d'encouragement de la participation communautaire, l'IA ouvre de nouveaux horizons pour le tourisme durable¹.

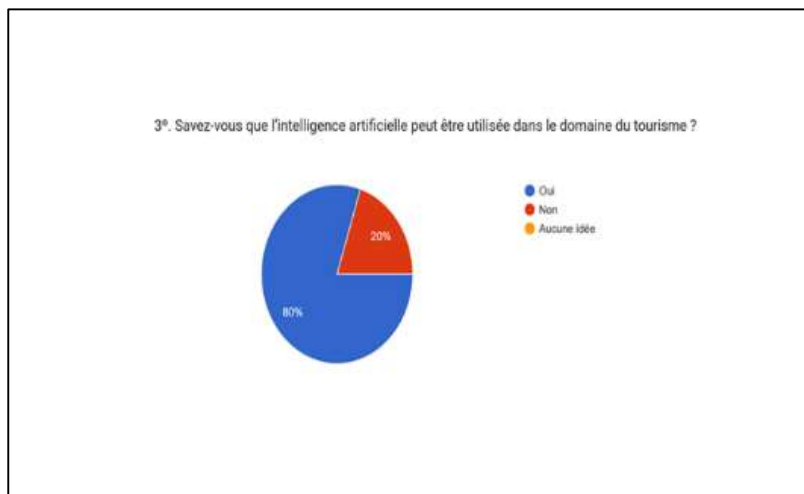
¹ <https://www.unwto.org/fr/events/sommet-ministeriel-du-wtm-les-bienfaits-de-l-ia-pour-le-tourisme>

Au regard des conclusions de ce sommet, l'on retient que l'adoption de l'IA dans le secteur du tourisme est une véritable révolution technologique reflétant une prise de conscience collective des potentialités offertes par les nouvelles technologies en matière de tourisme. Ce changement ou encore cette nouvelle tendance dans le quotidien professionnel s'explique par le désir d'optimisation et d'efficacité des professionnels du secteur qui perçoivent cela comme une façon de transformer leurs processus opérationnels, avec comme avantage majeur le gain de temps.

En ce qui concerne la Côte d'Ivoire, la vision de l'Etat étant de positionner le pays comme 5^e destination touristique africaine en créant des emplois et en multipliant l'apport du tourisme dans le PIB national, une transition technologique est un réel atout. Des efforts ont été faits dans ce sens. En effet, en 2024, le pays a adopté une stratégie nationale de l'Intelligence Artificielle avec pour objectif de positionner la Côte d'Ivoire comme un leader régional dans l'adoption et l'intégration de l'intelligence artificielle, en garantissant une transformation inclusive et durable des secteurs clés pour améliorer la qualité de vie des citoyens. En Octobre de la même année, des start-uppers et agents de l'administration touristique ivoirienne ont été formés à l'intégration de l'IA au tourisme. En Avril 2025, le Ministère du Tourisme et des Loisirs a formé soixante-quinze (75) hauts responsables à l'Intelligence Artificielle dans le but de moderniser l'administration touristique ivoirienne. Ces efforts ont permis aux professionnels du secteur de se familiariser, plus ou moins avec l'IA.

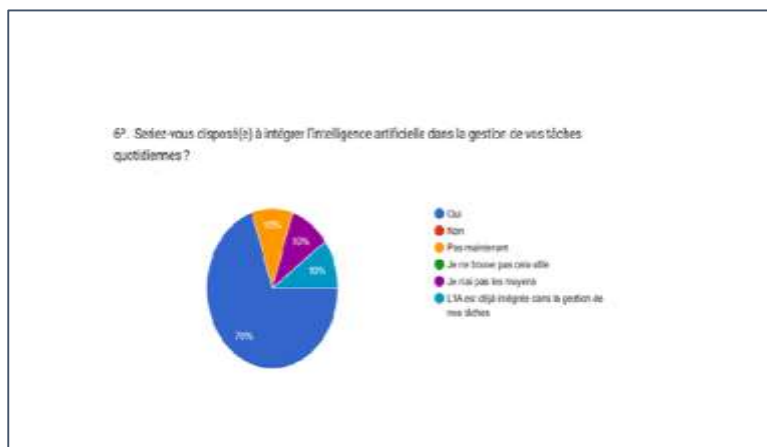
Par ailleurs, les personnes enquêtées lors de cette étude affirment avoir déjà entendu parler de l'intelligence artificielle. Tel qu'indiquent les figures 1 et 2, 80 de ces personnes reconnaît que l'IA peut être utilisée dans le domaine du tourisme et 70% se dit disposée à intégrer des solutions IA dans la gestion de leurs tâches quotidiennes.

Figure 1 : Savez-vous que l'IA peut être utilisée dans le tourisme ?



Source : Élaboration propre à partir des enquêtes réalisées entre Novembre 2023 et Mars 2025

Figure 2 : Avis sur l'intégration de l'IA aux tâches quotidiennes



Source : Élaboration propre à partir des enquêtes réalisées entre Novembre 2023 et Mars 2025

Les données présentées dans ces graphiques montrent les premiers résultats des efforts consentis pour intégrer la technologie au tourisme en Côte d'Ivoire. D'ailleurs, à la question de savoir si l'IA est utile et a des avantages pour le tourisme ivoirien, les réponses sont variées, mais convergent toutes dans le même sens : *Elle est utile pour une meilleure visibilité. Ce qui est donc un avantage concurrentiel.* Le tableau 1 nous montre de façon pratique les opportunités que représente l'IA pour le tourisme ivoirien.

Tableau 1 : Avantages que l'IA pourrait apporter au tourisme ivoirien

Opportunités	Bénéfices
Amélioration de la promotion et de l'attractivité touristique de la destination Côte d'Ivoire	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Publicités ciblées grâce à l'analyse des données en ligne des voyageurs ✓ Utilisation de la technologie pour promouvoir les sites ivoiriens auprès des touristes étrangers avant leur arrivée en Côte d'Ivoire ✓ Traduction automatique en plusieurs langues pour faciliter l'accès à l'information ✓ Création d'expériences personnalisées
Optimisation des services touristiques	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestion optimale du transport des touristes grâce à des applications intelligentes ✓ Réduction du temps d'attente grâce aux solutions intelligentes de réservation ✓ Personnalisation des offres à partir de l'analyse des données de préférences des touristes laissées en ligne ✓ Contrôle des flux pour éviter la massification au niveau de certains sites.
Sécurité	Des technologies telles que la <i>blockchain</i> pour vérifier les informations, la reconnaissance faciale et la collecte de données biométriques sont essentielles pour renforcer la sécurité dans les destinations, les hôtels, les aéroports ainsi que des touristes eux-mêmes.
Développement économique et compétitivité	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Digitalisation du secteur pour attirer plus d'investisseurs ✓ Renforcement du positionnement et de la visibilité de la destination Côte d'Ivoire sur les grands marchés émetteurs

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encouragement de l'entrepreneuriat local dans le secteur de l'E-tourisme ✓ Accroissement de la fréquentation touristique grâce à l'innovation technologique.
Création d'emplois	Bien que l'IA automatise certaines tâches, elle peut créer de nouveaux emplois dans le domaine de la technologie et du E-tourisme. Par exemple : Créateur de contenus <i>Travel</i> , Responsable Marketing digital du tourisme, Chef de projet E-tourisme, la maintenance des systèmes, le développement de logiciels, la gestion de données, etc.
Promotion du tourisme durable	L'IA peut être utilisée pour sensibiliser les professionnels, les touristes et les populations locales sur la protection de l'environnement et ainsi promouvoir un tourisme plus durable. Elle peut permettre d'identifier les zones sensibles, et ainsi protéger l'environnement.

Source : Élaboration propre basée sur Adrián Más et. al. 2020.

L'intelligence artificielle appliquée au secteur touristique fait référence à l'utilisation de technologies avancées pour automatiser et optimiser les processus dans l'industrie du tourisme. Au-delà de l'analyse de grands volumes de données, ces technologies permettent aux entreprises touristiques de prendre des décisions intelligentes et de personnaliser les expériences des voyageurs, le tout dans le but d'améliorer leur efficacité afin de satisfaire les touristes qui sont de plus en plus exigeants. L'analyse du tableau 1 révèle que l'adoption de l'IA dans l'industrie touristique ivoirienne pourrait être un avantage compétitif en ce sens qu'elle permet d'améliorer la promotion et l'attractivité de la destination Côte d'Ivoire, d'optimiser les services touristiques, d'améliorer la sécurité tout en aidant au développement économique, à la création d'emplois et en ayant une part active dans la promotion du tourisme durable.

Il est clair que, vu sous cet angle, l'IA est une réelle opportunité de développement du tourisme ivoirien. A cela, nous nous

accordons avec Adrián Más et. al. (2020) pour dire que l'adoption de l'IA différenciera substantiellement notre tourisme des autres destinations concurrentes en améliorant les expériences des touristes, ainsi que la position concurrentielle de la Côte d'Ivoire.

S'il est vrai que l'IA est un moyen de développement du tourisme ivoirien grâce aux diverses opportunités qu'elle offre ; il n'en demeure cependant pas moins que son adoption fait face à des défis majeurs.

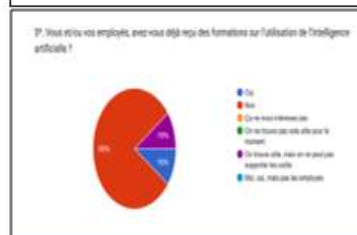
4.2°. Principaux risques et défis liés à l'intégration de l'IA au secteur touristique ivoirien

La révolution numérique représente un véritable changement de paradigme par rapport aux mécanismes traditionnels du secteur touristique. À ce jour, la littérature disponible montre clairement que la digitalisation de façon générale et l'IA en particulier offrent de nombreux avantages aux secteurs qui arrivent à s'adapter correctement à cette nouvelle tendance. Toutefois, sa mise en œuvre dans l'industrie touristique se heurte à des défis majeurs. Tel que reconnu par (Bulchand-Gidumal, 2020 et Heidt, 2024), la personnalisation de l'offre touristique pilotée par l'IA nécessite un traitement minutieux des données personnelles. Ce qui suscite des inquiétudes tant au niveau du respect de la vie privée et à la protection des données qu'au niveau des disparités dans l'accès aux nouvelles technologies étant donné que de nombreuses petites et moyennes entreprises touristiques ne disposent pas des ressources nécessaires pour mettre en œuvre efficacement des solutions d'IA. À cela il faut ajouter que les questions éthiques et morales (Abrego, et. al. 2024), la cybersécurité et la dépendance technologique sont entre autres, autant de préoccupations auxquelles l'industrie doit faire face.

En Côte d'Ivoire, la question de la formation et de compétences des ressources humaines demeure l'une des principales préoccupations. Les résultats de nos enquêtes, représentés dans les figures 3 et 4 corroborent notre affirmation. En effet, seulement 10% des personnes interrogées affirment avoir reçu une formation axée sur l'utilisation de l'IA, là où 80% dit n'avoir jamais reçu de formation quant à l'utilisation de l'IA. Ce qui a pour conséquence directe le manque de ressources humaines qualifiées pour une intégration efficace de l'IA dans le tourisme ivoirien. La figure 4 montre que 70%

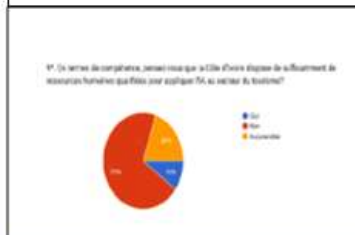
des personnes enquêtées affirment que la Côte d'Ivoire ne dispose, pour l'instant, pas de ressources humaines compétentes pour faire du tourisme et de l'IA un duo gagnant.

Figure 3 : La question de la formation sur l'IA et le tourisme



Source : Élaboration propre à partir des enquêtes réalisées entre Novembre 2023 et Mars 2025

Figure 4 : manque de ressources humaines qualifiées en IA et tourisme



Source : Élaboration propre à partir des enquêtes réalisées entre Novembre 2023 et Mars 2025

Au-delà de ces 2 défis majeurs, il en existe de nombreux autres, qui, si l'on n'y prend garde, constitueront un frein à l'implémentation de l'IA dans l'industrie touristique ivoirienne (voir tableau 2).

Tableau 2 : Risques et défis liés à l'intégration de l'IA au tourisme ivoirien

PRINCIPAUX RISQUES ET DÉFIS	EXPLICATION
Problèmes d'accessibilité	L'implémentation de l'IA nécessite une connectivité internet illimitée et fiable, ce qui reste pour l'heure un défi à relever dans certaines zones reculées, pourtant disposant d'énormes potentialités touristiques. Également, le coût élevé des solutions IA, de la maintenance et de l'actualisation des technologies constitue un frein à son adoption par les PME touristiques locales.
Impact sur l'emploi et la main d'œuvre locale	L'automatisation des services touristiques peut entraîner un remplacement de certains emplois traditionnels. Ce qui pourrait provoquer une

	réduction de la main d'œuvre ou créer un besoin de formation ou encore de reconversion pour certains employés du secteur.
Uniformisation et perte d'authenticité culturelle	La standardisation des services et la réduction d'interactions humaines peuvent réduire l'authenticité de l'expérience ivoirienne.
Risques liés à la protection des données et la cybersécurité	La collecte et le stockage de grands volumes de données personnes des touristes rend les entreprises touristiques vulnérables face aux cyberattaques.
Risque de dépendance à la technologie	La dépendance aux infrastructures numériques peut exposer les entreprises touristiques à des problèmes informatiques et techniques

Source : Élaboration propre.

Si bien l'engouement autour de l'adoption de l'IA dans les secteurs d'activités socioéconomiques n'est plus à démontré ces dernières années du fait des avantages que celle-ci procure, il n'en demeure pas moins que son adoption fait face à de nombreux défis. Une étude réalisée par Sun et Medaglia (2019) sur les défis de l'IA dans l'administration publique a identifié sept (7) principaux défis à savoir : les défis économiques, les défis sociaux, les défis éthiques, les défis politiques et légaux, les défis organisationnels, les défis relatifs aux données et les défis relatifs à la technologie. En ce qui concerne l'IA dans le tourisme ivoirien, le tableau 2 fait la synthèse des principaux risques et défis auxquels le secteur doit faire face. Ainsi donc, comment arriver à une intégration optimale de l'IA dans l'industrie touristique ivoirienne ?

4.3° Recommandation pour une intégration optimale de l'IA dans le tourisme ivoirien

Comme c'est le cas dans tous les secteurs d'activités économiques, l'adoption de l'IA est une réelle opportunité pour le tourisme ivoirien, mais en même temps, interpelle sur de nombreux défis auxquels doit faire face le secteur. Lesquels défis peuvent représenter une occasion d'innovation et de croissance pour le secteur touristique ivoirien. Le tableau 3 nous propose une série de solution pour une meilleure intégration de l'IA dans le secteur touristique ivoirien.

Tableau 3 : Proposition de solutions pour une intégration optimale de l'IA dans le tourisme ivoirien

Solution proposée	Explication
Mise en place d'une stratégie nationale pour le tourisme intelligent	Une intégration optimale de l'IA dans le tourisme ivoirien passe nécessairement par une étroite collaboration entre le ministère du Tourisme et des Loisirs et celui de la Transition Numérique et de la Digitalisation. Il s'agira pour ces 2 entités de mettre en place un cadre stratégique clair et de définir une feuille de route pour un "tourisme intelligent" qui intègre les enjeux liés à la transformation numérique, à la formation, à l'accès aux données, etc.
Investissement dans la transition numérique et la formation pour le renforcement des compétences	Pour que l'IA bénéficie au tourisme ivoirien, il faut développer un écosystème de compétences adapté. Cela implique la mise en place de formations en intelligence artificielle et en digitalisation pour les acteurs du tourisme. Également, il faut introduire des modules de formation en IA, big data et marketing digital dans les instituts de formation touristique. En plus de cela, il faut créer un cadre de partenariats université-entreprises pour former les jeunes à des métiers émergents tels que: analystes de données touristiques, développeurs d'applications mobiles, designers, etc. Enfin, il faut développer des solutions comme des assistants de traduction, les plateformes de storytelling ou des applications de réalité augmentée pour valoriser la culture ivoirienne tout en enrichissant l'expérience du visiteur.
Politique de régulation et de protection des données	Il faut créer un cadre légal et réglementaire pour encadrer l'usage de l'IA dans le tourisme. Il faut également réglementer la cohabitation entre technologie et main-d'œuvre humaine afin de préserver des emplois.
Modernisation des infrastructures numériques	Le succès de l'IA repose aussi sur des infrastructures solides : connectivité Internet, couverture mobile, énergie stable. Ces infrastructures étant la colonne vertébrale du tourisme intelligent, l'État et les opérateurs privés doivent investir dans l'accès internet haut débit dans les zones touristiques. Il faut aussi mettre en place un système de digitalisation des sites patrimoniaux (visites virtuelles, billetterie électronique, QR codes), etc.

Préservation du caractère humain et de l'authenticité	L'intégration de l'IA dans le tourisme doit préserver l'authenticité de l'expérience touristique ivoirienne, basée sur l'accueil, la culture et les interactions humaines. Il ne s'agit pas de remplacer l'humain, mais de renforcer son action tout en considérant le caractère complémentaire de l'IA et de l'action humaine. L'IA doit être pensée comme un outil d'assistance pour les acteurs du tourisme, et non comme une substitution.
Développement de solutions IA adaptées aux réalités locales.	L'objectif étant de passer d'une logique de consommation passive de technologies étrangères à une production locale de solutions technologiques, les solutions IA doivent mettre au centre la culture et l'hospitalité ivoirienne plutôt que de les remplacer

Source : Élaboration propre

5°. Conclusion

Le débat autour de l'IA et son impact sur l'industrie touristique est plus que jamais d'actualité. Alors que pour certains, il s'agit d'une véritable révolution à laquelle ne peut se soustraire le secteur touristique, d'autres y voient une réalité à appréhender avec assez de réserves. Notre étude a questionné l'intégration des technologies numériques en général et de l'IA en particulier au secteur touristique ivoirien afin de comprendre si cela représente une opportunité comme l'on laisse croire, ou alors si cette transition numérique est plutôt un frein, en tenant compte du contexte local.

Notre étude révèle une dynamique ambivalente marquée à la fois par des opportunités stratégiques et des défis structurels. L'utilisation croissante de l'IA dans le secteur touristique mondial transforme profondément les modes de production, de diffusion et de consommation des services touristiques. Cette mutation technologique constitue une opportunité de modernisation, de diversification de l'offre et de professionnalisation du secteur touristique ivoirien, notamment à travers la gestion intelligente des flux touristiques, l'optimisation des services touristiques, ou encore l'amélioration de l'attractivité de la destination Côte d'Ivoire.

Toutefois, cette transition numérique n'est pas sans risques. Parmi les plus visibles, figurent l'exclusion technologique de certains acteurs locaux, la dépendance technologique, la perte d'authenticité des expériences culturelles ou encore la cybercriminalité.

Cela dit, la globalisation des marchés et les nouvelles tendances de touristes de plus en plus exigeants, imposent la transition numérique dans les entreprises touristiques ivoiriennes. À ce niveau, nous nous accordons avec Lanquar (2023) qui explique que l'avenir du tourisme dépendra de notre capacité à saisir au mieux les opportunités que nous offre l'IA.

Ainsi, à la question de savoir si l'IA représente-t-elle une opportunité ou un danger pour le secteur touristique ivoirien, nous répondons que l'avenir du tourisme ivoirien dépendra de sa capacité à intégrer l'intelligence artificielle de manière optimale en tenant compte des réalités locales.

En définitive, si bien l'étude attire l'attention sur les potentiels dangers liés à l'IA, elle met en évidence l'importance stratégique de cette technologie pour le développement touristique en Côte d'Ivoire, tout en soulignant ses implications sociales et éthiques. En adoptant une approche critique et contextualisée, nous nous inscrivons dans une logique de recherche-action visant à promouvoir un tourisme durable, équitable et résilient avec pour finalité la satisfaction des touristes et l'amélioration des conditions de vies des populations locales.

6°. Références bibliographiques

BULCHAND-GIDUMAL jacques, 2020, « *Impact of Artificial Intelligence in Travel, Tourism, and Hospitality* », In: *Handbook of e-Tourism*, Xiang, Z., Fuchs, M., Gretzel, U., Höpken, W. (eds)., pp. 1943-1962, Springer

FLORES ABREGO Francisco, GUADARRAMA ATRIZCO Víctor Hugo et FRAGOSO MANZO Dora Lidia, 2024, «Redefiniendo el Viaje: El papel emergente de la inteligencia artificial en el turismo», in Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca, N° Especial, pp.100-111

GUERRERO-RODRÍGUEZ Rafael et DÍAZ PACHECO Ángel, 2024, «Una agenda de investigación actualizada sobre la

relación entre la IA y el turismo», in Dimensiones turísticas, Vol. 8, pp. 121-138

HAIECH Jacques, 2020, « Parcourir l’histoire de l’intelligence artificielle, pour mieux la définir et la comprendre », in Med Sci (Paris), Vol.36 N°10, pp. 919-923

HEIDT Amanda, 2024, « Intellectual property and data privacy: The hidden risks of AI », Nature

KNANI Mouna, ECHCHAKOUI Said et LADHARI Riadh, 2022, « Artificial intelligence in tourism and hospitality: Bibliometric analysis and research agenda », in International Journal of Hospitality Management.

KOUASSI Noguès, 2022, Bases para potenciar el turismo urbano de la capital económica de Costa de Marfil : Abidjan, Thèse de Doctorat unique en Géographie, Option Géographie du Tourisme, Université de Grenade (Espagne)

LANQUAR Robert, 2023, « Tourisme, créativité et intelligence artificielle », in Marché et organisations, N°47, pp. 185-203

Más Ferrando Adrián, Ramón Rodríguez Ana et Aranda Cuéllar Patricia, 2020, «La revolución digital en el sector turístico. Oportunidad para el turismo en España», in Ekonomiaz, N°98, pp. 228-251

MORENO-IZQUIERDO Luis, MÁF-FERRANDO Adrián et SUÁREZ-TOSTADO Marta, 2022, «Reinvención del turismo en clave de inteligencia artificial. Buscando un modelo sostenible y competitivo para el siglo XXI», in Apuntes Fedea, N°19, pp. 1-16

MULLO-ROMERO Esther, VÁSQUEZ-FARFÁN Narcisa et CHÁVEZ-ESCOBAR Hamilton, 2024, «Inteligencia Artificial Aplicada al Sector Turístico: Evolución y Tendencias de Investigación», In Polo del conocimiento, Vol.9, N°11, pp. 857-883

REPUBLIQUE DE CÔTE D’IVOIRE, Ministère du Tourisme et des Loisirs (2018). « Sublime Côte d’Ivoire » Stratégie touristique ivoirienne 2025. <https://www.citrade.net/file/document/a007a6a0-0733-4cd9-9ec0-ca508a697cd9.pdf>

RÉPUBLIQUE DE CÔTE D’Ivoire, Mintour-Loisirs/DPAP, 2019, « Le tourisme en chiffres. Le bulletin d’information sur les statistiques du Tourisme en Côte d’Ivoire – année 2019 », Ministère du Tourisme et des Loisirs.

RODRÍGUEZ CORREA Paula, VALENCIA-ARIAS Alejandro, GARCÉS-GIRALDO Luis, CASTAÑEDA RODRÍGUEZ Lorena, MORENO LÓPEZ Gustavo et BENJUMEA-ARIAS Martha, 2023, «Tendencias en el uso de inteligencia artificial en el sector del turismo», in *Journal of Tourism & Development*, N°40, pp. 81-92

SOLAKIS Konstantinos, KATSONI Vicky, MAHMOUD Ali et GRIGORIOU Nicholas, 2022, « Factors affecting value co-creation through artificial intelligence in tourism: a general literature review », in *Journal of Tourism Futures*, Vol.10, N° 1, pp. 116-130

SOUSA Ana Elisa, PAIS Sónia et VIANA Ana Sofia, 2024, « Applications of Artificial Intelligence in Tourism and Hospitality: A Systematic Literature Review » In: *Management, Tourism and Smart Technologies. ICMTT 2023. Lecture Notes in Networks and Systems*, Montenegro, C., Rocha, Á., Cueva Lovelle, J.M. (eds), Springer

SUN Tara et MEDAGLIA Rony, 2019, « Mapping the challenges of Artificial Intelligence in the public sector: Evidence from public healthcare », in *Government Information Quarterly*, Vol.36, N°2, pp. 368-383

TRAVERSA Fabrizio, 2024, « Artificial Intelligence in Tourism », in *Reference Module in Social Sciences*.

ZSARNOCZKY Martin, 2017, « How does artificial intelligence affect the tourism industry? », in *Vadyba, Journal of Management*, Vol.31, N°2, pp. 85-90