

**L'intégration réussie des robots de service nécessite une  
transparence envers rôle réel des robots, des technologies adaptées  
à la configuration des hôtels et le maintien du contact humain**

## Auteurs

Quentin Sellier, PhD (ExperiSens), Andréane Morin-Simard (ExperiSens), Laëtitia Matrat (ExperiSens) et Émilie Boutet-Fauteux (ITHQ)

Partenaires : Oscar Robotique et l'Association Hôtellerie du Québec

ExperiSens

Enseignement  
supérieur  
Québec

ITHQ

### 1. Contexte et problématique

- L'industrie hôtelière fait face à un manque de main-d'œuvre récurrent
- Les personnes employées subissent une lourdeur physique (charges lourdes, tâches répétitives, etc.)
- Les attentes des clients envers leurs expériences évoluent sans cesse

### 2. Objectifs

- Étudier les facteurs d'acceptabilité par les employés et les clients
- Faciliter et améliorer les conditions de travail
- Analyser l'impact de l'appellation « Conçu et fabriqué au Québec »

### 3. Méthodologie

#### Phase 1 - Exploratoire

- Entrevues avec 10 gestionnaires/employés dans 8 hôtels (analyses thématiques avec NVivo)
- Questionnaires auprès de plus de 130 clients (statistiques descriptives avec SPSS)

#### Phase 2 - Expérimentations

Collecte de données avec un robot dans 3 hôtels partenaires (hôtel de l'ITHQ, hôtel Monville, hôtel Delta de Sherbrooke) :

- 13 retours d'expérience écrits
- 5 entrevues
- 10 jours d'observation
- Analyses thématiques avec NVivo

#### Phase 3 - Itération et expérimentations

Amélioration du robot utilisé et collecte de données dans les 3 mêmes hôtels partenaires afin d'observer si ces changements ont un impact (*phase en cours*)

### 4. Résultats

#### Attentes initiales (Phase 1)

- **Tâches** plébiscitées : Nettoyage, transport de charges lourdes, service aux chambres
- **Freins** anticipés : Crainte pour la sécurité d'emploi, enjeux d'obstacles physiques et de maintien du contact humain

#### Expérience client (Phases 1 et 2)

- **Réception** : Globalement positive, avec de la curiosité et de l'enthousiasme. L'indifférence ou la réticence initiale est souvent dissipée par l'intervention du personnel. Les femmes jugent plus positivement l'utilité du robot.
- **Apparence** : Les clients désirent une apparence amicale non humanoïde du robot
- **Frictions** : Barrière linguistique (instructions en français uniquement) et difficultés ergonomiques (par exemple pas le réflexe d'appuyer sur l'écran facial)
- **Confiance** : Le public se sent globalement à l'aise et compétent pour interagir avec un robot de service, même au sein de la clientèle plus âgée. Ce sentiment est accentué chez les personnes ayant déjà eu des interactions antérieures avec des robots

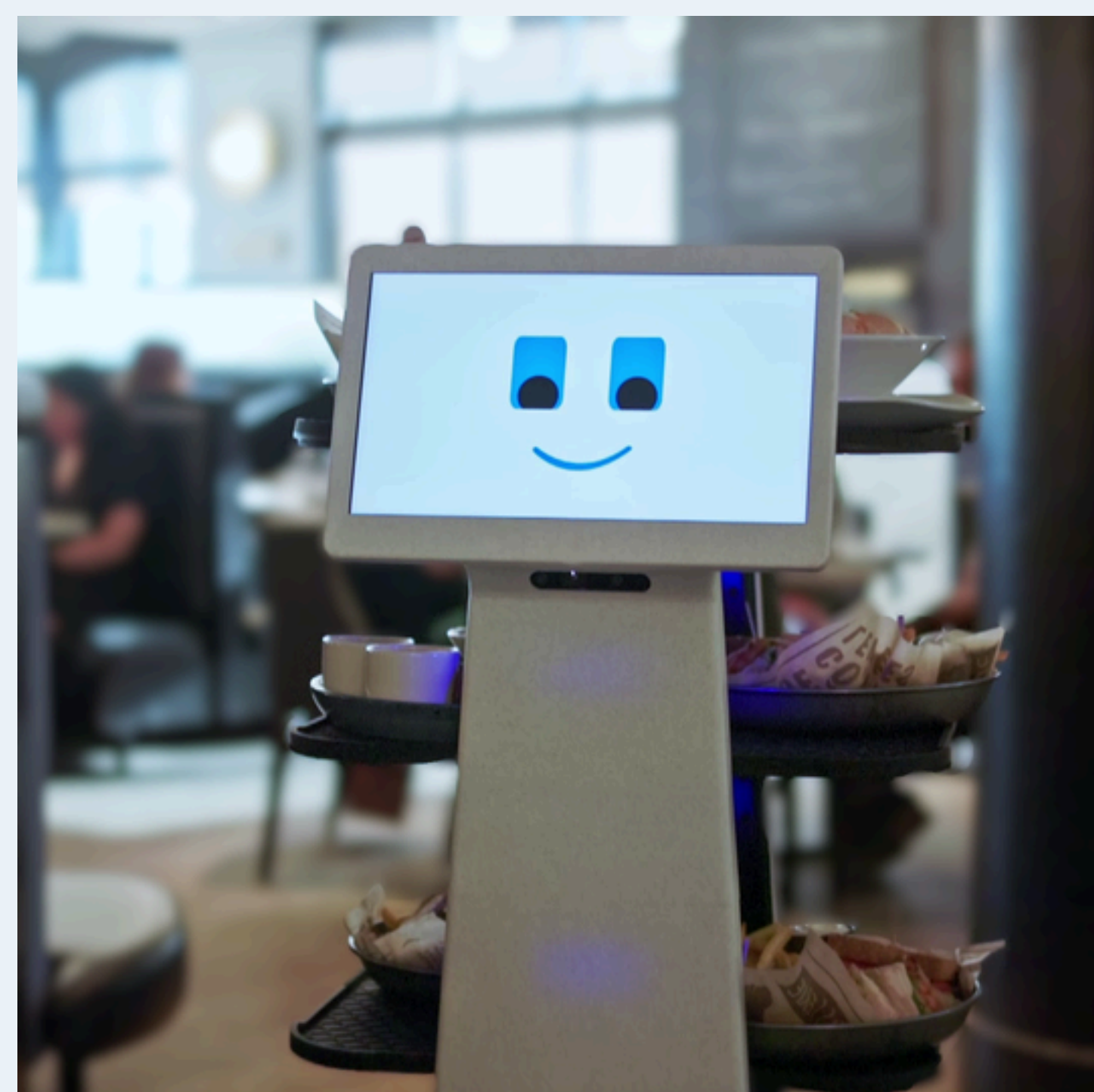
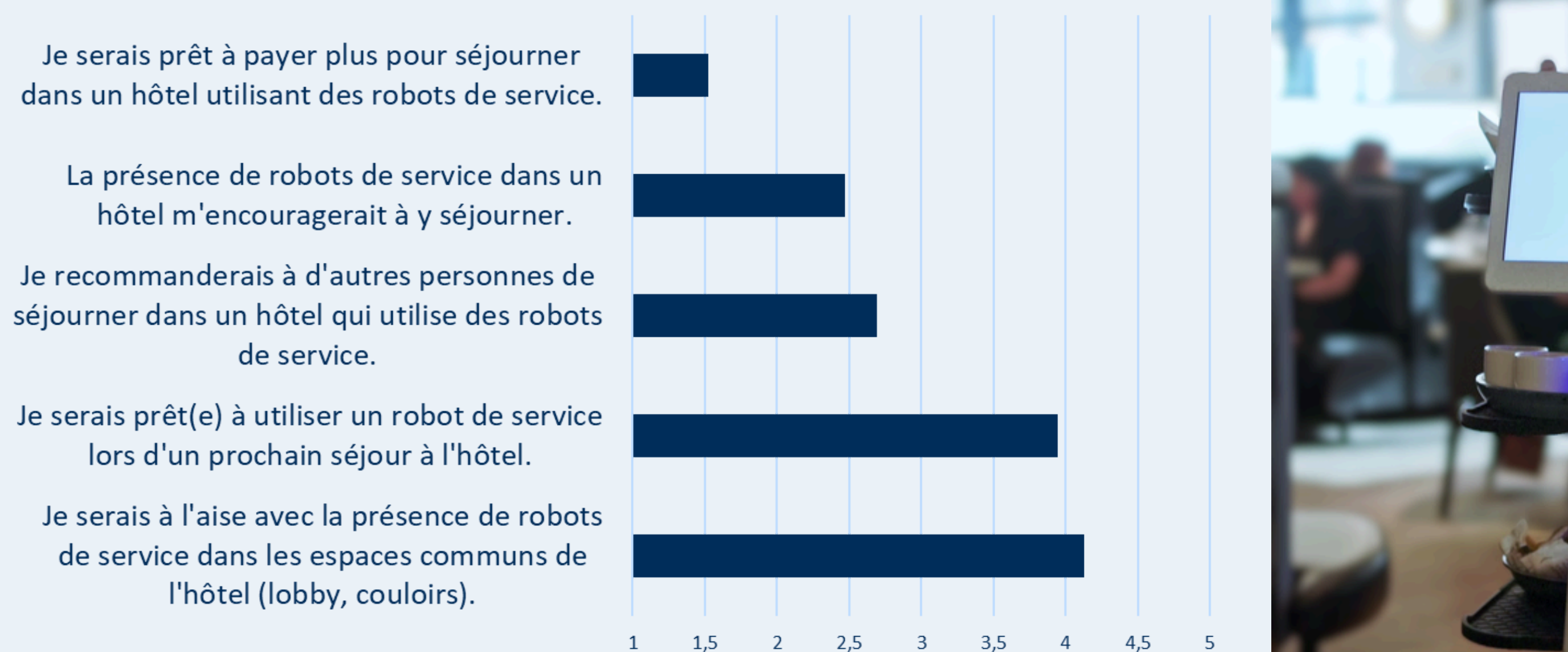
#### Expérience employé (Phases 1 et 2)

- **Utilité perçue** : Mitigée à l'hôtel de l'ITHQ, élevée à l'hôtel Monville, potentiellement dû au fait que les employés de l'hôtel Monville ont une plus grande expertise avec la robotique et ont eu plus de temps pour s'adapter
- **Défis** techniques : Lenteur du robot, navigation complexe en sortie d'ascenseur, capteurs obstrués et erreurs de géolocalisation ralentissant les opérations
- **Points forts** observés : Utile pour le transport de charges lourdes (ex: draps, livraisons), avec une fluidité appréciée par certains, et peu d'inquiétude quant à l'impact sur l'emploi

#### L'effet « Fait au Québec »

- En **théorie** (Phase 1), l'appellation génère fierté et bonne image de l'hôtel qui l'utilise, bien qu'il y ait des réserves sur le coût
- En **pratique** (Phase 2), l'impact mesuré de l'appellation est positif. Par contre l'absence de l'appellation n'est pas pénalisante. Lors de l'expérimentation, cela a été utile comme argument pour le personnel face aux réticences d'adoption initiale

Perception des clients sur l'usage et la présence de robots de service



### 5. Discussion

- La lenteur et le manque d'autonomie des robots atténuent parfois les gains de productivité, obligeant les employés à adapter leurs méthodes de travail
- La communication et la gestion des attentes sont cruciales, comme l'illustre la meilleure acceptabilité au Monville due à un temps d'adaptation plus long

#### Conclusion et retombées

- ✓ Le robot ne doit pas remplacer le contact humain, mais agir comme soutien logistique (par exemple la robotisation du chariot d'entretien)
- ✓ L'intégration nécessite un temps d'ajustements, une communication transparente, et une cartographie irréprochable des lieux pour être viable
- ✓ Prochaine étape (Phase 3) : une itération du robot et une nouvelle comparaison



LinkedIn