



## **TheFork lance la nouvelle édition de son Festival pour attirer toujours plus de convives dans les restaurants et soutenir le secteur face à l'inflation.**

**Du 21 avril au 5 juin, plus de 1500 restaurateurs partenaires TheFork, participeront à cet événement en proposant à leurs clients 50% de réduction et ce, partout en France. L'occasion pour les convives de se faire plaisir et pour les restaurateurs de potentiellement tripler<sup>1</sup> le nombre de leurs réservations, comme l'a démontré la précédente édition du Festival TheFork.**

**En parallèle, afin de répondre au mieux aux besoins des restaurants et des utilisateurs face à l'inflation actuelle, TheFork a mené une étude sur l'impact de la hausse des prix sur les comportements des consommateurs et l'activité des restaurants.**

*Paris - le 20 avril 2022*

Malgré la levée des restrictions sanitaires ces derniers mois, les restaurateurs, qui ont été impactés par la pandémie de Covid-19, sont à nouveau confrontés à une situation qui pèse sur leur activité : l'envolée des coûts des matières premières et de l'énergie.

C'est dans ce contexte que TheFork lance son Festival. L'objectif est de permettre aux restaurateurs d'augmenter leur visibilité, de développer leur clientèle et in fine d'augmenter le niveau de leurs réservations grâce aux offres spéciales, levier promotionnel qui incite fortement les convives à sortir davantage au restaurant.

---

<sup>1</sup> Étude interne menée par TheFork en France - Moyenne observée dans les restaurants participants, qui ont activé une offre spéciale de -50% pendant le Festival TheFork (octobre 2021).

## Un évènement pour maximiser la fréquentation des restaurants

Le premier trimestre de l'année 2022 est marqué par une inflation en France.

**91% des restaurateurs<sup>2</sup> ont d'ailleurs déjà constaté l'impact de l'inflation sur leur activité et plus de 68% ont ou comptent modifier leur menu en raison de l'augmentation des prix de certains produits.**

Le Festival TheFork a ainsi pour objectif de soutenir le secteur en attirant toujours plus de clients dans les restaurants afin de maintenir la dynamique positive du début d'année malgré le contexte difficile.

En effet, entre janvier et mars 2022, les taux de réservation se rapprochent progressivement des niveaux de 2019 (-3% entre janvier et mars 2022 vs 2019), voire dépassent certaines semaines, comme la semaine de la Saint-Valentin qui enregistre +11% des réservations vs la même période trois ans auparavant<sup>3</sup>.

Certaines villes continuent même leur progression, comme Marseille qui enregistre de très bons scores avec une progression de +44% au premier trimestre 2022 comparé à celui de 2019 suivi par Bordeaux qui enregistre une progression de +11%. A noter, Marseille, Bordeaux et Strasbourg sont les 3 villes qui voient la plus forte progression des réservations depuis la fin du pass vaccinal.

Malgré une généralisation du télétravail, les réservations au déjeuner progressent comparé à la période pré-covid. Cet effet s'est accentué avec la levée des restrictions sanitaires, puisque la part des réservations au déjeuner a progressé de 2 points depuis la suppression du pass vaccinal à la mi-mars, passant ainsi de 33 à 35%.

Le Festival TheFork est devenu au fur et à mesure des années, un événement incontournable et attendu par le secteur. Il a d'ailleurs prouvé son efficacité à plusieurs reprises par le passé. Ainsi selon les données analysées par TheFork :

- Les restaurants participants reçoivent en moyenne 3,5 fois plus de clients<sup>4</sup>
- Ils enregistrent 2,4 fois plus de réservations que les restaurants non participants<sup>5</sup>
- La dernière édition du Festival TheFork avait permis d'amener plus de 2,2 millions de convives supplémentaires au restaurant<sup>6</sup>.\*\*\*\*\*
- 74% des restaurants ayant participé à la précédente édition avaient déjà participé à au moins une autre édition avant.

D'après **Damien Rodière, Directeur Général TheFork Europe de l'Ouest,**

*“Depuis son lancement, le Festival TheFork apporte une solution efficace à la problématique des “tables vides” dans les restaurants, tout en offrant l'opportunité à nos utilisateurs de se faire plaisir à moindre coût. Dans un contexte où l'inflation touche autant les consommateurs que les restaurateurs, cette opération est d'autant plus importante. Nous sommes fiers de participer à notre échelle, à l'atteinte des performances de nos restaurateurs partenaires, en incitant les convives à se rendre dans leurs restaurants. Pour l'occasion, nous avons investi dans une campagne marketing inédite afin d'encourager la croissance du secteur et de pérenniser leur activité. Nous sommes aussi heureux de permettre à nos utilisateurs de découvrir de nouvelles adresses, de sortir plus souvent au restaurant*

---

<sup>2</sup> Données internes TheFork - Période étudiée Janvier-Mars 2022 comparé à Janvier-Mars 2019.

<sup>3</sup> Étude interne menée par TheFork en France en Avril 2022 auprès de 321 restaurants partenaires

<sup>4</sup> Étude interne menée par TheFork en France - Moyenne observée dans les restaurants participants, qui ont activé une offre spéciale de -50% pendant le Festival TheFork (octobre 2021).

<sup>5</sup> Étude interne menée par TheFork en France - Moyenne observée entre les restaurants participants ayant activé une offre spéciale de -50% et les restaurants non participants pendant le Festival TheFork (octobre 2021)

<sup>6</sup> Étude interne menée par TheFork dans l'ensemble des pays ayant participé au Festival TheFork en octobre 2021.

*avec leurs proches. L'objectif de TheFork a toujours été de mettre en relation les restaurateurs avec leurs convives. Le Festival TheFork en est l'exemple parfait."*

TheFork fut l'un des premiers acteurs à introduire la pratique du yield management il y a 15 ans -politique de prix dynamique où les tarifs sont réduits pendant les heures creuses - dans l'industrie de la restauration afin d'offrir aux restaurants une réponse efficace à leurs problématiques de remplissage.

Cette pratique déjà largement utilisée dans le domaine des transports aériens mais aussi dans celui de l'hôtellerie, permet aux restaurateurs d'optimiser le taux de remplissage de leur établissement, un élément essentiel pour en assurer la rentabilité, dans un univers où une table vide lors d'un service représente un coût incompressible toujours plus important. En proposant des réductions aux consommateurs afin de fréquenter les restaurants, le Festival TheFork donne ainsi aux restaurateurs la possibilité de bénéficier d'une affluence plus élevée sur la période, d'augmenter leur niveau de réservations et ainsi d'amortir les coûts fixes sur un volume plus important.

### **L'événement pour sortir plus souvent au restaurant !**

Le Festival TheFork a aussi vocation à permettre aux convives de continuer de fréquenter les restaurants, malgré le contexte économique, pour bénéficier de ces moments de convivialité qui nous sont chers. En effet, les utilisateurs sont aussi affectés par les hausses de coûts. Selon l'étude TheFork<sup>7</sup>, plus de **82% d'entre eux ont déjà constaté l'impact sur leur budget.**

Dans ces conditions, les activités comme les sorties et les loisirs, sont les premières touchées, avec une répercussion immédiate sur le budget alloué à ces sorties (54% des utilisateurs TheFork ont l'intention de le réduire), alloué aussi aux vacances d'été à venir (près de 44% ont également prévu de le réduire). La fréquence des sorties au restaurant se voit également impactée. (43% pensent y aller moins souvent).

Le Festival TheFork est un événement gastronomique unique dans 12 pays qui offre pendant plus de 6 semaines, 50% de réduction dans des milliers de restaurants permettant aux utilisateurs de sortir plus souvent et de découvrir de nouvelles tables. Au total, plus 1 500 restaurants sont ainsi à découvrir à des prix plus accessibles ; l'occasion de vivre de nouvelles expériences gastronomiques dans toute la France !

Le Guide MICHELIN, partenaire de TheFork depuis 2019, propose également aux établissements de sa sélection de participer au Festival TheFork en proposant les " **INSTANTS MICHELIN**", une sélection unique d'expériences gastronomiques hors du commun.

Cet événement s'inscrit dans la continuité du partenariat qui **réunit la volonté des deux acteurs d'offrir aux utilisateurs du monde entier le meilleur de leurs offres : trouver des conseils dignes de confiance et réserver facilement des expériences gastronomiques mémorables.**

Avec les "INSTANTS MICHELIN", les amateurs des meilleures tables pourront ainsi vivre des expériences gastronomiques inédites du 21 avril au 5 juin 2022.

En effet, les restaurants recommandés par le Guide MICHELIN participants au Festival TheFork proposeront différentes offres privilégiées afin de combler les utilisateurs : jusqu'à moins 25% sur un menu existant ou une attention spéciale en plus d'un menu existant (apéritif, coupe de Champagne offerte, plats supplémentaires, visite des cuisines, livre dédié du Chef...), pour un moment inédit, inoubliable et hors du temps !

Ces menus exclusifs seront réservables sur l'application et le site [TheFork.fr](https://thefork.fr) ainsi que le site [guide.michelin.com](https://guide.michelin.com).

---

<sup>7</sup> Étude interne menée par TheFork en France en Avril 2022 auprès de 831 utilisateurs

## **A propos de TheFork**

TheFork, une société de Tripadvisor®, est le leader de la réservation de restaurants en ligne en Europe & Australie. La mission de TheFork est de connecter les restaurants à leurs convives grâce à un réseau de près de 60 000 restaurants à travers 12 pays. Avec 20 millions d'avis, 20 millions de visites mensuelles et 30 millions de téléchargements de son application, TheFork est devenu le geste indispensable et malin pour réserver une table.

Grâce à TheFork (site et application), ainsi que Tripadvisor, les utilisateurs peuvent facilement sélectionner un restaurant en fonction de critères de préférence (tels que la localisation, le type de cuisine, le type de restaurant et le prix moyen), consulter les avis des utilisateurs, vérifier la disponibilité en temps réel et réserver directement en ligne 24/7.

Du côté des restaurants, TheFork leur fournit une solution logicielle, TheFork Manager, qui permet aux restaurateurs d'optimiser la gestion de leurs réservations, de rationaliser les opérations et, finalement, d'améliorer le service et les revenus.

## **A propos de Tripadvisor**

Tripadvisor est la plus grande plateforme de voyage au monde\*, qui aide des centaines de millions de voyageurs chaque mois\*\* à faire de chaque voyage leur meilleur voyage, de la planification à la réservation jusqu'à chaque étape de leur voyage. Les voyageurs du monde entier utilisent le site et l'application Tripadvisor pour découvrir où séjourner, quoi faire et où manger en se basant sur les conseils de ceux qui y sont déjà allés. Avec plus de 934 millions d'avis et d'opinions sur presque 8 millions d'entreprises, les voyageurs se tournent vers Tripadvisor pour trouver des offres d'hébergement, réserver des expériences, activités, pour réserver de délicieux restaurants et découvrir les meilleurs endroits à proximité.

En tant que véritable guide de voyage, disponible dans 43 marchés et en 22 langues, Tripadvisor facilite et simplifie l'organisation, quel que soit le type de voyage souhaité.

Les filiales et sociétés affiliées de TripAdvisor, Inc. (NASDAQ: TRIP), gèrent et exploitent un portefeuille de marques et d'entreprises de voyages en ligne, opérant sous divers sites web et applications, comprenant : [www.bokun.io](http://www.bokun.io), [www.cruisecritic.com](http://www.cruisecritic.com), [www.flipkey.com](http://www.flipkey.com), [www.thefork.com](http://www.thefork.com), [www.helloreco.com](http://www.helloreco.com), [www.holidaylettings.co.uk](http://www.holidaylettings.co.uk), [www.housetrip.com](http://www.housetrip.com), [www.jetsetter.com](http://www.jetsetter.com), [www.niumba.com](http://www.niumba.com), [www.seatguru.com](http://www.seatguru.com), [www.singleplatform.com](http://www.singleplatform.com), [www.vacationhomerentals.com](http://www.vacationhomerentals.com), and [www.viator.com](http://www.viator.com)