



TheFork innove et lance trois projets majeurs afin de libérer tout le potentiel des restaurateurs et de rendre la gastronomie toujours plus accessible !

TheFork devient le premier acteur à démocratiser et à personnaliser l'analyse de la performance d'un restaurant, afin de permettre à chaque établissement de générer plus de chiffre d'affaires et de rentabilité.

En parallèle, TheFork dévoile sa nouvelle identité de marque dont l'objectif est de rassembler davantage les restaurateurs et les foodies. Bien que la marque évolue, elle garde la volonté de rendre accessible la gastronomie et organise pour l'occasion un déjeuner inédit au sein du restaurant doublement étoilé Marsan par Hélène Darroze.

Paris, le 22 juin 2023

Créée en 2007, TheFork, plateforme pionnière et leader de la réservation de restaurants en Europe, a révolutionné le secteur par la digitalisation en ayant toujours pour ambition de mettre le meilleur de la technologie au service de la croissance de l'industrie.

Revenue management : l'outil qui libère tout le potentiel des restaurateurs.

TheFork est fier de dévoiler son nouvel outil "Revenue Management", une solution d'analyse de la donnée qui permet aux restaurateurs d'optimiser leur activité et leur performance en générant plus de rentabilité. S'appuyant sur l'expertise acquise depuis 16 ans en tant que pionnier du Yield Management dans le secteur de la restauration, à une époque où il était principalement utilisé dans les secteurs hôteliers et aériens, TheFork a su exploiter le pouvoir des offres spéciales pour augmenter les taux d'occupation des restaurants et, in fine leur rentabilité.

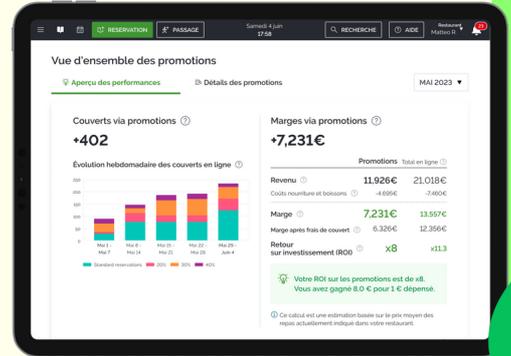
L'impact direct des offres spéciales sur l'activité

Selon une analyse de données internes de TheFork, les offres spéciales ont un impact plus que significatif sur l'activité d'un restaurant et ont su prouver leur efficacité depuis plusieurs années. En moyenne, un restaurant qui propose une réduction de 50%, voit son **nombre de convives multiplié par 5(a)**, et, en conséquence, connaît une croissance de ses **revenus en ligne, en moyenne multipliés par 3.9(b)**. L'analyse révèle que même en appliquant des réductions, **les restaurants multiplient leur marge globale par 3.1(c)**.





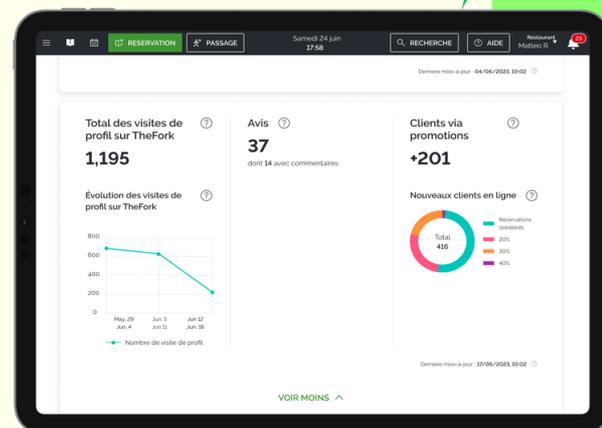
Aujourd'hui TheFork va encore plus loin dans le yield management avec l'outil Revenue Management, confirmant son rôle de partenaire N°1 des restaurateurs et même d'allié de leur succès. Cette nouvelle fonctionnalité, intégrée à son logiciel de gestion pour les restaurateurs, TheFork Manager, est basée sur l'analyse des données de TheFork. Elle permet aux restaurateurs de comprendre de manière simple l'impact des offres spéciales sur leur activité afin de prendre les décisions basées sur ces données et ainsi de maximiser leur rentabilité. Elle les aide à évaluer la valeur commerciale incrémentale, telle que l'effet sur les marges, le nombre de réservations, le nombre de clients par réservation, ainsi que l'augmentation de la visibilité, la réputation en ligne... grâce à des mesures fiables telles que les visites sur leur page, les avis vérifiés de clients, l'acquisition de nouveaux clients...



Nous sommes ravis de dévoiler notre dernière fonctionnalité qui révolutionne la gestion des revenus pour les restaurateurs et qui marquera, nous l'espérons, une étape importante dans la digitalisation du secteur. Nous pensons que cette fonctionnalité ouvre une nouvelle ère pour les restaurateurs. Nous mettons la puissance de l'analyse des données au bout de leurs doigts. Notre expertise et nos outils de pointe pour analyser la donnée nous permettent d'offrir cette solution aux restaurateurs afin de maximiser réellement leur rentabilité, en mettant l'accent non plus sur l'augmentation du nombre de clients, mais sur la génération de revenus les plus élevés avec le meilleur retour sur investissement.

Nous sommes fiers de constater qu'en moyenne au global, chaque euro dépensé par les restaurants est multiplié par 5(d). Et ce n'est que le début. Nous restons déterminés à fournir des solutions qui propulsent le secteur vers l'avant et qui permettent aux restaurants de prospérer dans l'ère du digital en ayant les meilleurs outils pour développer facilement et efficacement leur activité", explique Almir Ambeskovic, PDG de TheFork.

Conçu comme un outil agile, et pour permettre aux restaurants d'accélérer leur croissance grâce à des analyses de données toujours plus poussées, le Revenue Management a pour ambition d'évoluer vers un modèle **prédictif**. L'objectif est d'offrir aux restaurants un outil basé sur des recommandations leur permettant de prévoir leur activité dans le temps, leurs revenus mais également leur marge. Ils pourront anticiper la demande et affiner en toute autonomie leur propre stratégie de yield management grâce à la donnée fournie. Ils pourront par exemple adopter une stratégie de tarification dynamique, personnalisée, basée sur les fluctuations de la demande, qu'elle soit forte ou faible. En optimisant constamment les taux d'occupation, les restaurants peuvent donc atteindre une rentabilité maximale.

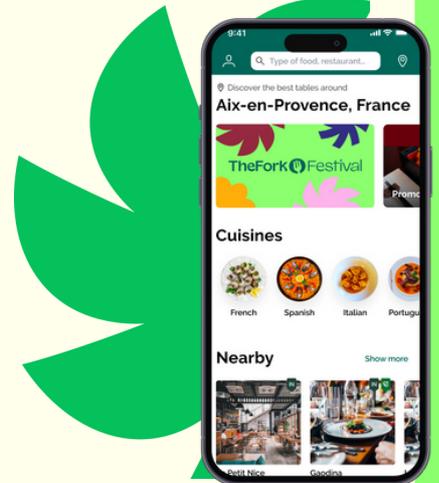




Une nouvelle identité pour inciter davantage les individus à sortir au resto !

Aujourd'hui, bien que ce chiffre tend à baisser, plus de 8 personnes sur 10 réservent encore un restaurant par téléphone** ce qui représente de nombreux défis pour les restaurants et les convives : *impossibilité de réserver en dehors des heures d'ouverture, barrière de la langue pour les touristes, interruption des services, difficulté à joindre l'établissement donc perte de réservations potentielles*. D'autant que 52% des réservations sont faites quand le restaurant est fermé.***

L'ambition de TheFork avec cette nouvelle identité est d'insuffler une nouvelle énergie afin que la réservation en ligne devienne le réflexe pour sortir au restaurant. Cette évolution vient renforcer la mission de TheFork qui est de connecter toujours plus les restaurateurs à leurs clients et de permettre à chacun de vivre des expériences gastronomiques inoubliables.



"Chez TheFork, nous sommes convaincus que les meilleurs moments de la vie se partagent autour de la table. Cela a toujours été le cas. Cette forte conviction est le moteur de tout ce que nous faisons et c'est la racine de notre nouvelle identité de marque. Forts de cette conviction, nous nous sommes donnés pour mission de rassembler les gens dans ce monde de plus en plus numérisé, en nourrissant le corps, l'esprit et l'âme, et en défendant le secteur de la restauration que nous aimons tant et que nous voulons protéger. Avec notre nouvelle identité visuelle audacieuse et contemporaine, nous souhaitons renforcer le lien émotionnel entre nos communautés de convives, de restaurateurs et de forkies (employés)", explique Jose Noguer, CMO de TheFork.

Développée en partenariat avec l'agence Design Studio, la nouvelle identité de marque redéfinit, traduit et incarne pleinement ce qu'est TheFork : une marque dynamique, pleine de saveurs et de personnalité, reflétant le rythme et l'authenticité de la vie et le plaisir de partager un bon repas. Le symbole emblématique de TheFork, la célèbre fourchette, reste au cœur de l'identité, inspirant l'ensemble de la nouvelle image de marque : du graphisme aux illustrations. Les trois dents de la fourchette représentant chacune un des 3 piliers de la mission de TheFork : **Rassembler - Nourrir le corps, le cœur et l'esprit - Défendre la restauration**

La marque conserve également le vert comme couleur principale, mais fait peau neuve en se parant d'un nouveau vert très rafraîchissant, associé à des tonalités de vert et soutenues par une palette de couleurs complémentaire gourmande (telles que le rose grenade, le bleu myrtille...). Toutes ces nouvelles couleurs sont inspirées de la nature, d'ingrédients frais que les restaurants savent sublimer pour ravir les convives.

Le nouveau logo et la nouvelle identité visuelle feront leur apparition dans le monde entier à partir du 22 juin. Ce lancement sera soutenu en France par une campagne 360 comprenant un spot télévisé, une campagne d'affichage dans certaines des plus grandes villes de France, une campagne digitale... afin d'inciter les français à sortir au restaurant pendant l'été, suivie d'un déploiement complet d'ici la fin de l'année 2023.



Les images ne sont présentées qu'à titre d'illustration. Les données affichées ne sont pas réelles".

**Étude interne menée par TheFork sur la base des données de près de 9000 restaurants dans 12 pays de janvier 2019 à mars 2023.

Les multiplicateurs sont calculés sur la base d'une comparaison au sein d'un même restaurant entre deux mois consécutifs : un mois avec une offre spéciale de 50% activée et un mois sans. Les multiplicateurs au niveau mondial sont calculés en utilisant les médianes de tous les restaurants dans le périmètre ci-dessus (= restaurants avec deux mois consécutifs de données).

(a) Données internes - nombre de convives

(b) Les revenus en ligne sont calculés sur la base du nombre de convives x l'addition moyenne déclarée par le restaurant.

(c) La marge est calculée sur le montant des recettes en ligne* (= après application des remises potentielles) générées par le restaurant après déduction des frais de nourriture et de boisson (estimés à 30 % de l'addition moyenne déclarée par les restaurants sans promotions).

(d) La définition du ROI est un multiple qui illustre la marge qu'un restaurant recevra pour chaque euro dépensé en frais de commission TheFork. Méthode de calcul : marge** / frais de TheFork.

** Étude réalisée par Kantar et Flyresearch pour TheFork, auprès d'un échantillon de 2 500 répondants en France, en Italie, au Royaume-Uni, en Espagne et au Portugal, en avril 2023.

À PROPOS DE THEFORK

TheFork, une société de Tripadvisor®, est le leader de la réservation de restaurants en ligne en Europe & Australie. Défenseur de la gastronomie et du secteur de la restauration, TheFork connecte restaurateurs et gourmets grâce à ses outils digitaux de pointe. Avec une communauté de près de 55 000 restaurants partenaires à travers 12 pays, et près de 40 millions de téléchargements de l'application et plus de 20 millions d'avis vérifiés, TheFork est l'application incontournable pour tous les foodies qui souhaitent vivre des expériences inoubliables au restaurant. Avec TheFork, les foodies peuvent facilement trouver un restaurant selon leurs envies, vérifier la disponibilité en temps réel, réserver directement en ligne 24/7 tout en profitant d'offres exclusives et payer leur addition au restaurant directement depuis l'application.

TheFork permet également aux restaurateurs de développer de façon pérenne leur activité, grâce à son logiciel de gestion de restaurant tout-en-un, TheFork Manager. Celui-ci leur permet de centraliser toutes leurs réservations 24/7, de maximiser leur taux d'occupation, de lutter efficacement contre les no-shows, d'engager le dialogue avec leurs clients et d'augmenter leur visibilité en se connectant à la plus large et la plus fidèle communauté de gourmets.

À 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 d'un milliard 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 de Tripadvisor, Inc. (Nasdaq : TRIP), possèdent et exploitent un portefeuille de marques et d'entreprises de médias de voyage, opérant sous divers sites web et applications.

* Source: SimilarWeb, utilisateurs uniques dédoublés mensuellement,, March 2023

** Source: Fichiers internes de Tripadvisor