



Etude Afnic sur la présence en ligne : Comment les restaurateurs ont fait du numérique un allié

[Ecoutez ici](#) la version audio de ce communiqué

L'Afnic a réalisé, en partenariat avec MV2, une enquête auprès de 1 009 restaurateurs et restauratrices afin d'évaluer leur présence en ligne. Ses résultats confirment que les TPE et PME du secteur ont pris la mesure du numérique et s'en servent comme outil business avec une certaine dextérité.

Montigny-le-Bretonneux, le 20 octobre 2022 – L'Afnic, l'association en charge des noms de domaine en .fr, a interrogé 1 009 restaurateurs et restauratrices sur leurs pratiques numériques. Comment sont-ils présents sur Internet ? Comment s'en servent-ils ? Il en ressort que les restaurateurs manient bien les outils numériques et en font un amplificateur d'activité.

Les restaurateurs ont tout compris à la présence en ligne

Il n'y a pas que les stars de la cuisine qui sont sur Internet ! En effet, 96% des restaurateurs interrogés par l'Afnic possèdent une présence en ligne professionnelle.

- **75% ont un site dédié**
- 60% se sont référencés sur des plateformes spécialisées ou annuaires en ligne (The Fork, Tripadvisor, Yelp, etc.)
- 86% sont présents sur au moins un réseau social (Instagram, Facebook, etc.)

Une présence qui n'est pas issue de la crise sanitaire. Ils ne sont que 11% à avoir franchi le pas de la présence en ligne à ce moment-là.

L'étude dresse le portrait des restaurateurs qui font un mix entre site internet, réseaux sociaux et plateformes.

Pour faire connaître leur activité, ils sont 85% à être présents sur Facebook, 49% sur Instagram, 12% sur Twitter.

Preuve de leur maîtrise, **85% d'entre eux articulent leur site internet et leurs réseaux sociaux, c'est à dire qu'ils les connectent**. Un dispositif plus « intégré » que la moyenne des TPE/PME françaises (qui sont à 75% à faire ce lien).

Les restaurateurs français qui ont leur propre site internet (75% des répondants) sont **58% à avoir adopté le .fr**, 38% à avoir choisi le .com. L'extension « .fr » est donc mise à l'honneur (vs 40% de part marché auprès des petites entreprises françaises). Loïc Damilaville, responsable des études à l'Afnic, commente : « *Peu onéreuse et fiable, elle fait partie du mix « agile » des restaurateurs.* »



Ils font coïncider les attentes des clients et leur organisation

Internet est un facilitateur. Interrogés sur les contenus qu'ils délivrent, ils sont **75% à communiquer sur leurs horaires, 66% sur le type de prestations**. Des informations simples mais essentielles pour optimiser aussi leurs jours d'ouvertures, leur gestion des stocks, du personnel, etc. Loïc Damilaville commente : « *La spécificité de leur métier, cuisiner, recevoir, ne se transforme pas du fait de l'addition d'outils numériques ; mais en délivrant des informations essentielles en ligne, ils multiplient les chances d'expérience client réussie et optimisent leurs investissements. Ils indiquent leur jour d'ouverture, la présence d'un menu végan ou sans gluten, la possibilité de privatiser pour un événement.* »

Et de conclure : « *Les restaurateurs illustrent le bon usage du numérique, amplificateur de business pour des TPE/PME dont ce n'est pas du tout le cœur de métier ; face à de nouveaux défis, ceux du recrutement en particulier, il y a fort à parier qu'ils sauront trouver des appuis dans le numérique.* ».

L'Afnic amplifie ses actions en faveur de la transformation numérique des TPE/PME, à travers sa plateforme [Réussir en .fr](#) où les entrepreneurs obtiennent un diagnostic gratuit de leur présence en ligne et des conseils, ou encore les ateliers [Foliweb](#), qui ont attiré plus de 20 000 participants l'an dernier. Elle est partenaire de l'initiative France Num pour la transformation numérique des TPE PME qui est pilotée par la Direction générale des entreprises. Cette étude vient compléter le baromètre France Num 2022 qui permet de comparer les résultats par secteur d'activité.

Pour en savoir plus : [lien](#)

Méthodologie :

L'Afnic, l'association en charge des noms de domaine en .fr, avec MV2 a interrogé en ligne 1 009 restaurateurs/ restauratrices en juillet-août 2022.

À propos de l'Afnic

L'Afnic est l'Association Française pour le Nommage Internet en Coopération. Elle est l'office d'enregistrement désigné par l'État pour la gestion des noms de domaine en .fr. Elle gère également les extensions ultramarines .re (Île de la Réunion), .pm (Saint-Pierre et Miquelon), .tf (Terres australes et antarctiques françaises), .wf (Wallis et Futuna) et .yt (Mayotte).

Outre la gestion des extensions françaises de l'internet, le rôle de l'Afnic s'inscrit dans une mission d'intérêt général plus large, qui consiste à contribuer au quotidien, grâce aux efforts de ses équipes et de ses membres, à un internet sûr et stable, ouvert aux innovations et où la communauté internet française joue un rôle de premier plan. Ainsi, l'Afnic, association à but non lucratif, s'engage à verser annuellement 11 % de son Chiffre d'Affaires lié aux activités du .fr à des actions d'intérêt général, en affectant notamment 1,3 million d'Euros chaque année à la Fondation Afnic pour la Solidarité numérique.

L'Afnic est également l'opérateur technique de registre d'entreprises et collectivités ayant choisi d'avoir leur propre extension, telle que .paris, .bzh, .alsace, .corsica, .mma, .ovh, .leclerc ou .snfc.

Fondée en 1997 et basée à Saint-Quentin-en-Yvelines, l'Afnic compte aujourd'hui 80 collaborateurs.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.afnic.fr