

Dossier de presse

TheFork

TENDANCES FOOD 2026



THEFORK DÉVOILE LES GRANDES TENDANCES 2026 : CHANGEMENTS MAJEURS & EXPÉRIENCES NOVATRICES AU MENU

TheFork, principale plateforme de réservation en ligne de restaurants et leader des logiciels de gestion pour la restauration avec **TheFork Manager** dévoile les grandes tendances qui marqueront le secteur de la restauration en 2026. Grâce à une analyse conjointement menée avec **NellyRodi**, l'agence pionnière de la prospective et des tendances de consommation, **TheFork** conjugue ses données propriétaires à une étude menée par le cabinet pour détecter les signaux faibles et décrypter les attentes des convives lors de leur sortie au restaurant.

Une industrie marquée par de profondes mutations

En 2025, les phénomènes qui impactent le secteur de la restauration et de la gastronomie se sont cristallisés. Aujourd'hui, l'industrie de la gastronomie fascine mais suscite de réels débats et réflexions autour de son évolution : mise en place d'une taxe lapin pour encadrer le no-show, prolongation de l'utilisation des titres restaurants en grande distribution, pour-parler sur les taux de TVA appliqués en défaveur de la restauration populaire, ou encore création d'un numerus clausus pour plafonner le nombre de restaurants créés chaque année.

Si Gouvernement, syndicats et professionnels poursuivent leurs échanges pour trouver un terrain d'entente sur ces enjeux majeurs, les comportements des clients dressent quant à eux un bilan encourageant pour l'année 2025 marquée par d'importants changements qui redéfinissent l'avenir de la gastronomie.



Esthétisme et expérience : la gastronomie érigée au rang d'art (de vivre)



Cette année, les restaurants et leurs convives ont contribué à l'esthétisation croissante de l'alimentation et de la gastronomie. Assiettes photogéniques, collaborations avec d'autres secteurs (beauté, mode), décors et designs transgressifs ou immersifs : plus que jamais, nous consommons avec les yeux avant de faire appel au goût. L'ambiance et le storytelling sont progressivement devenus aussi cruciaux que l'expérience culinaire elle-même.

Glorification des légendes de la gastronomie

Si les nouveaux établissements continuent d'attirer l'attention, l'aura des grands Chefs et de leurs étoiles continuent d'attirer comme des aimants. Ce pouvoir d'attraction donne naissance à des formats qui mettent en scène les figures emblématiques de la gastronomie et les remettent sous les feux de la rampe. Collaboration, documentaires, films biographiques, livres : la restauration et la gastronomie nourrissent l'imaginaire avec un savant mélange d'excellence et de prestige, qui confèrent un pouvoir inégalé aux Chefs émérites.



Saturation et transformation du secteur

En France comme en Europe, le secteur de la restauration arrive à saturation : l'augmentation du nombre d'ouvertures se combine à la multiplication des cessations d'activités, à l'heure où les professionnels peinent à rentabiliser leur business.

Pour renouer avec la croissance, les restaurateurs doivent repenser leurs modèles, entre agilité, créativité et pragmatisme pour continuer de tirer leur épingle du jeu.

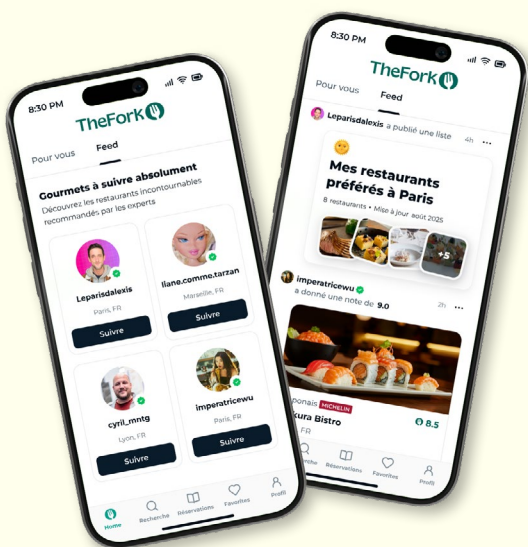
LES TENDANCES QUI MARQUERONT L'ANNÉE 2026

PILIER 1 - INNOVATION & TECHNOLOGIE

Social Discovery : la prescription fait foi

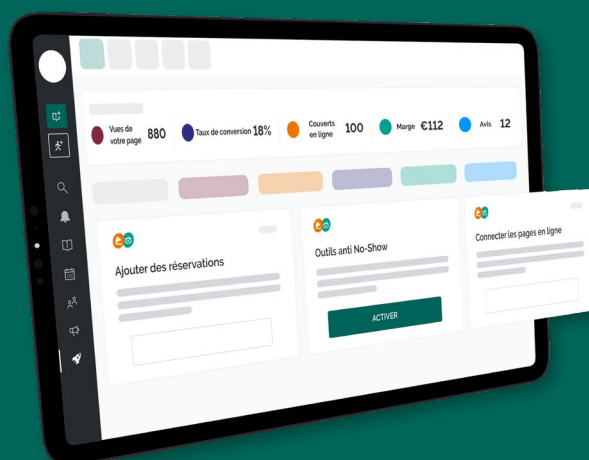
Véritables terrains de jeu pour la gastronomie, les réseaux sociaux ont dépassé depuis longtemps le simple statut de fil d'actualités partagées entre proches. Aujourd'hui, les algorithmes propulsent les contenus et les font vivre au-delà de nos cercles et frontières.

Avec l'introduction d'une nouvelle fonctionnalité **Social**, **TheFork** incarne ce renouveau en devenant le premier réseau social de la restauration. Plus qu'une application pour réserver une table ou payer son addition, **TheFork** connecte la plus grande communauté de gourmets au monde pour leur permettre de découvrir de nouvelles adresses et partager leurs coups de cœur. Parce qu'un utilisateur qui se connecte et échange avec son cercle réalise 25% de réservations supplémentaires par rapport à la moyenne. Une tendance qui repose sur trois points : la confiance envers son entourage (75%), les recommandations de créateurs de contenus (20%) ou la combinaison des deux (6%). Le système de recommandations digitales s'impose comme un moteur clé de découverte et de décision, faisant de la restauration en 2026 un univers où la gastronomie et les interactions sociales se combinent pour séduire une clientèle toujours plus exigeante.



Intelligence artificielle : la restauration entre dans une nouvelle ère

Lointain sont les jours où les outils numériques étaient synonymes d'interfaces austères et de fonctionnalités indéchiffrables. En 2026, les professionnels se saisissent des enjeux digitaux car en coulisse, c'est l'IA qui mène la danse. Chefs d'orchestre en cuisine et en salle comme derrière le système de caisse, les restaurateurs s'arment des dernières technologies pour améliorer leur rentabilité, lutter contre le no-show ou encore renouer avec la croissance.



Avec sa solution logicielle **TheFork Manager**, **TheFork** offre le meilleur de l'IA aux professionnels pour leur permettre de piloter sereinement leurs établissements et se concentrer sur l'essentiel. Analyse avancée des données clients, prédiction des no-show, prise de réservation par le biais d'un assistant : autant d'avancées qui renforcent significativement l'efficacité opérationnelle des restaurants partenaires de **TheFork**. En 2025, le taux moyen de no-show pour les réservations passées via l'application a baissé de près de 20%, confirmant l'impact positif de l'intégration de l'IA dans les fonctionnalités destinées aux professionnels.

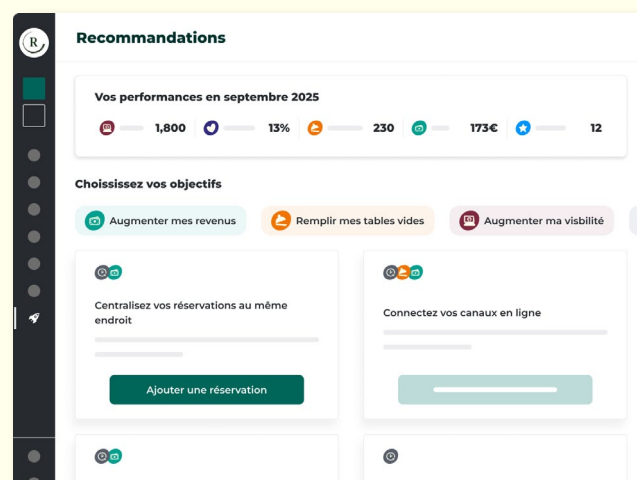
Selon les études NellyRodi, l'IA dans la restauration s'étend aussi à des applications comme l'optimisation du stock et des achats, la segmentation et l'analyse des flux, la veille concurrentielle et le support à la fixation dynamique des prix.

Le technologie pour simplifier l'expérience

En 2026, la technologie se positionne comme un assistant personnel qui simplifie l'organisation et l'efficacité des expériences culinaires. Les recherches via l'IA connaissent un essor remarquable, passant de 3% à 30% en quelques mois, et devraient atteindre 60% à 70% à court terme. L'adoption de cette technologie est claire : rendre le choix et la réservation plus simples, plus fluides et plus fiables.

Sur l'application **TheFork**, les recherches sont boostées à l'IA pour permettre de formuler des requêtes intuitives et spécifiques afin de recevoir des résultats personnalisés basés sur les avis de la communauté, les menus, ou encore les photos de l'établissement.

L'IA sur **TheFork** ne profite pas uniquement aux utilisateurs, puisqu'elle soutient également les restaurateurs avec sa solution **TheFork Manager**. Cet outil regroupe le meilleur des fonctions opérationnelles alimentées par l'IA : synthèse automatique des avis, gestion intelligente des rappels ou encore blocage des réservations à risque. Cette technologie sert un objectif affirmé : faciliter le client avec des paramètres qui le comprennent.



LES TENDANCES QUI MARQUERONT L'ANNÉE 2026

PILIER 2 - CULINARITÉ & EXPÉRIENTIEL

Redéfinition du rôle social du restaurant

Les restaurants ne sont plus uniquement un lieu de gastronomie, ils sont devenus le rendez-vous hybride où le divertissement rencontre les expériences immersives, sensorielles mais aussi sociales. En 2026, les repas au restaurant s'imposent comme un vecteur favorisant la sociabilité, où les gens partagent bien plus qu'un simple repas. Ils représentent une zone de confort avec ses proches où nous ne nous contentons plus simplement de manger, mais où nous partageons un moment unique qui recharge les batteries tant sociales que culinaires.



Nouvelles attentes et comportements émergents

Si la gastronomie évolue, le changement s'opère également chez les clients qui accordent plus d'importance au lieu. Ce phénomène se traduit par la quête d'expériences culinaires à travers le palais, mais aussi le corps et l'esprit.

Les aficionados des sorties au restaurant ajustent leur manière de consommer notamment dû au contexte inflationniste, et appréhendent la sortie au restaurant différemment en s'y rendant plus rarement et en arbitrant sur le montant de la dépense. Défenseur du pouvoir d'aller au restaurant, **TheFork** intègre à son panel de leviers marketing des offres spéciales, applicables par le restaurateur sur un service ou lors d'occasions spéciales. Un moyen de conversion fort puisque sur une période d'un an, les réservations profitant de ces offres ont augmenté via **TheFork**, passant de 44% à 49%. Autre phénomène, le "solo dining" gagne en popularité notamment grâce aux réseaux sociaux, avec de plus en plus de consommateurs qui se réservent des moments pour eux-mêmes, avec une hausse de 16% entre janvier et octobre 2025, représentant désormais 5% du total des réservations.

Les consommateurs n'attendent plus seulement de leur repas qu'il soit bon, mais souhaitent vivre une expérience à part entière afin de transformer la sortie au restaurant en un véritable souvenir mémorable où nous nous éveillons culinairement et culturellement.



À table pour 2026 !

En 2026, la scène culinaire se réinvente avec audace et créativité pour des expériences toujours plus immersives et sensorielles. Assiettes saturées, cuisines inspirées, décors immersifs, ingrédients star : voici ce qui nous attend lors des futures sorties au restaurant !

Éveil des sens

La gastronomie va se jouer sur les couleurs, les textures et les compositions pour surprendre et captiver tous les sens et jouer avec les papilles du consommateur.

Exemples : Epicentre (Nice) nommé aux TheFork Awards avec Mastercard en 2025, Casa Verde (Monistrol) nommé aux TheFork Awards avec Mastercard en 2025 et Aliro (Montpellier).



Le plaisir du visuel

L'esthétique brute et volontairement provocatrice s'impose également pour éveiller les émotions et réflexions et ainsi procurer du plaisir rien qu'au visuel.

Exemples : Brutal (Lyon) nommé aux TheFork Awards avec Mastercard en 2025 et Jip (Paris).

La glace dans tous ses états

La glace gastronomique sort du dessert traditionnel pour devenir un véritable terrain d'expérimentation et provoquer une expérience glacée en pleine bouche.

Exemple : Restaurant Georgette (Paris), où les glaces sont préparées à partir d'ingrédients surprenants comme l'oseille, la coriandre ou le citron confit. Elles sont servies non seulement en dessert mais aussi en accompagnement de plats comme les poireaux fumés ou le tartare de thon, créant des accords inédits et raffinés.





Ha Noi 1988 Sao Vang

Paris

Retour à l'authenticité

Tout en restant continuellement dans l'innovation, les chefs célèbrent aussi le retour à l'authenticité, revisitant le patrimoine culinaire et les recettes ancestrales dans des lieux historiques pour offrir des adresses rassurantes qui procurent du réconfort.

Exemple : Phebe (Paris) conjugue patrimoine et précision contemporaine pour réinventer des classiques français comme la terrine de "Chez La Vieille" aux pleurotes, servie avec des condiments frais, dans un cadre belle époque pour offrir une authenticité rassurante.

Graine de star

Le café s'impose comme l'ingrédient star de nouvelles créations, entre accords originaux, rituels d'infusion et plats inspirés de techniques internationales

Exemples : Hanoi 1988 (Paris) où le café est préparé selon le rituel vietnamien, avec des spécialités comme le cà phê sữa đá ou le café au yaourt, offrant une expérience unique à chaque dégustation. Bacha Coffee (Paris) est une adresse dédiée à la dégustation de cafés rares, préparés à la minute. Son menu généreux propose des accords subtils entre cafés, plats salés ou sucrés, offrant une véritable expérience sensorielle.



Bistrot Phébé - Chez La Vieille

Paris



Anona

Paris

Cuisine vivante

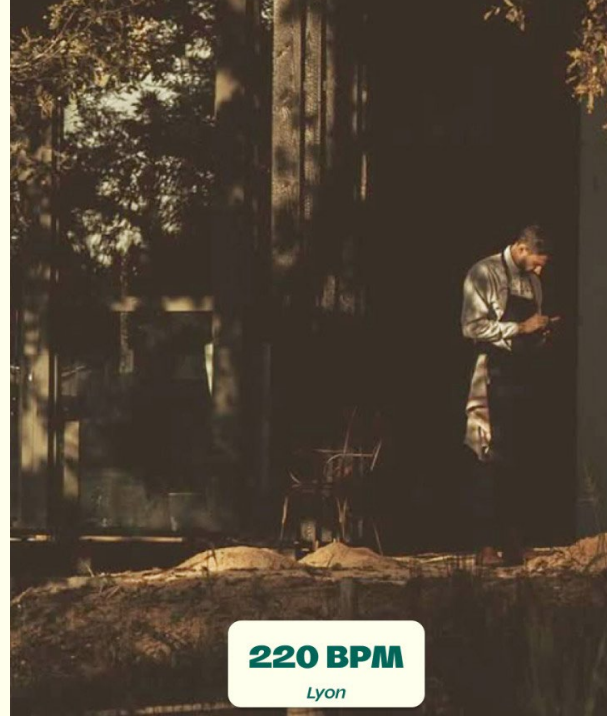
La saisonnalité guide le renouvellement des cartes, révélant les micro-variations de la nature tandis que la cuisine vitalité et longévité privilégie fermentation, protéines végétales et équilibre nutritionnel pour le bien-être.

Exemples : Anona (Paris) où la cuisine durable et gastronomique du chef Thibaut Spiwack (finaliste Top Chef) est fondée sur la micro-saisonnalité, les circuits courts et la réduction du gaspillage. Son menu est évolutif selon la disponibilité des produits. Café 52 (Paris) privilégie une micro-saisonnalité, en adaptant sa carte en fonction des produits locaux et de saison et issus de filières courtes.

Une expression au-delà des murs

En 2026, le restaurant sort de ses murs pour devenir une expérience nomade et contextuelle. Les clients dînent dans un train en mouvement, s'assoient dans une salle de cinéma, découvrent un menu temporaire dans un site patrimonial. Ces formats brouillent les frontières entre le repas et le spectacle, entre le repas et l'expérience culturelle. L'idée n'est plus seulement de « manger à l'extérieur », mais de vivre un repas qui tire sa signification du lieu où il se déroule.

Exemple : 220 BPM (Lyon), Jérémy Galvan fait du dîner un « spectacle contextuel » : du point de rendez-vous Place Bellecour jusqu'à une maison secrète en pleine forêt des Monts du Lyonnais, chaque service devient une immersion sensorielle où la performance culinaire se nourrit du lieu, du décor et de l'émotion.



Lieux fédérateurs

Les restaurants ne sont plus un simple lieu de restauration, ils sont devenus un réel spot de divertissement et de rencontres. La sortie au restaurant est aujourd'hui une expérience sociale à part entière : formats conviviaux, interactifs ou encore axés sur la communauté.

Exemple : Jean Covillault, ancien de Top Chef est un chef engagé dans les concepts de restaurants éphémères comme La Belle Tablée (Villette-d'Anthon). Il réinvente la convivialité avec des banquets collaboratifs autour de la cuisine anti-gaspi ou festive.

Élévation culturelle au-delà de l'expérience

Les recherches Google pour « Dining Stage » ont explosé de **+800 %** par rapport à l'année dernière (NellyRodi, 2025), signe que les dîners immersifs évoluent. En 2026, l'expérience gastronomique dépasse le simple spectacle : chefs, artistes et scénographes unissent leurs talents pour transformer le repas en **véritable langage culturel**, mêlant patrimoine, émotions et savoirs. Les convives ne viennent plus seulement pour être divertis, mais pour **vivre un moment significatif**, où lumière, sons, gestes et récits font de chaque plat une expérience éducative et sensorielle. La gastronomie devient ainsi un **voyage émotionnel et intellectuel**, qui nourrit à la fois le corps et l'esprit.

Exemple : Rencontre (Paris), propose un menu dégustation qui change tous les trois mois, où chaque plat est associé à une œuvre d'art, transformant le dîner en une expérience culturelle immersive qui mêle gastronomie et création artistique.





À PROPOS DE THE FORK

TheFork, une société de Tripadvisor®, est le leader de la réservation de restaurants en ligne en Europe. 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 11 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.

CONTACTS MÉDIAS