



TENDANCES FOOD 2026 PAR THEFORK : L'ÉVEIL DES SENS, NOUVELLE SCÈNE D'EXPRESSION CULINAIRE

**TheFork revient sur l'une des tendances majeures
qui façonnent la restauration en 2026 : l'éveil des sens.**

La gastronomie ne se contente plus de nourrir : elle raconte, surprend, transporte. Les restaurants réinventent leurs codes pour créer des expériences où le visuel et le sonore deviennent aussi essentiels que le goût. Dans le cadre des Tendances Food 2026 dévoilées en fin d'année dernière, **TheFork** - l'application numéro un pour réserver au restaurant et le logiciel de gestion pour la restauration avec **TheFork Manager** - décrypte cette évolution portée par une clientèle en quête d'émotions, de singularité et de mémorabilité.

Le plaisir du visuel : quand l'esthétique devient un langage culinaire

En 2026, l'assiette n'est plus seulement un support : c'est une scène. Les chefs explorent les couleurs, les textures et les compositions comme un peintre jouerait avec sa palette. L'objectif : provoquer une réaction immédiate, presque instinctive, avant même la première bouchée.

Cette esthétique nouvelle, parfois brute, parfois volontairement provocatrice, cherche à bousculer les codes et à créer un dialogue entre le plat et le convive. Le visuel devient un vecteur d'émotions, un déclencheur de curiosité, un marqueur identitaire.

Des restaurants qui incarnent cette tendance :

- *Epicentre* (Nice)
 - *Casa Verde* (Monistrol)
 - *Aliro* (Montpellier)
 - *Brutal* (Lyon)
 - *Jip* (Paris)
- 



La musique : le nouveau pilier stratégique de l'expérience culinaire

Longtemps reléguée au rang de simple fond sonore, la musique devient en 2026 un élément structurant de l'expérience de restauration. Elle influence l'ambiance, la perception gustative, la mémorisation... et même le taux de remplissage. À travers une étude menée conjointement avec Influenson - spécialiste du marketing et de la création musicale, TheFork fait état d'une tendance qui s'inscrit durablement dans les attentes et les comportements des consommateurs.

Les chiffres sont sans appel :

- +79% de recherches Google pour "Hi-Fi Restaurant" en 2025 ⁽¹⁾
- 70% des clients considèrent la musique comme un critère important dans le choix d'un restaurant ⁽²⁾
- 86% estiment qu'elle rend l'expérience plus mémorable ⁽³⁾
- 73% associent bonne musique et bonne nourriture ⁽²⁾

Pourquoi cette montée en puissance ?

Parce que la musique est devenue un marqueur culturel.

Après l'ère des playlists génériques, les clients recherchent une curation experte, cohérente, incarnée. Dans un monde saturé d'images, l'ouïe devient un terrain d'expression différenciant, capable de transformer un restaurant en destination.

Les tendances qui redéfinissent l'expérience sonore

• Le restaurant Hi-Fi : l'audiophilie s'invite à table

À Paris, le bar-restaurant audiophile [Listener](#) propose une expérience hybride qui mêle coffee shop, bar à vin, salle d'écoute et sieste musicale. À mi-chemin entre le listening bar et le restaurant traditionnel, l'adresse se démarque par une acoustique et une qualité d'écoute exceptionnelle.

• Les restaurants festifs : un engouement qui se confirme

À l'heure où les consommateurs recherchent bien plus qu'un simple repas, les restaurants festifs s'imposent comme de véritables destinations expérientielles. On ne vient plus seulement dîner, mais vivre un moment où gastronomie, musique et ambiance se répondent. Des adresses comme [Bel Canto](#), [Aux Trois Maillets](#), ou [Mamamia Paris](#) incarnent cette évolution : une programmation musicale pensée en cohérence avec l'identité du lieu, une atmosphère immersive et une énergie qui transforment le repas en expérience mémorable.



• La thématique musicale assumée : quand le son devient concept

Chez [Disco Burger](#) (Paris), la musique n'est pas un décor : elle est le cœur du concept. Boules à facettes, playlists disco, burgers en forme de vinyle... tout est pensé pour créer une expérience cohérente et mémorable. 82% des clients estiment que le type de musique révèle l'identité du lieu : un atout stratégique⁽²⁾.

• L'immersion totale : le son comme décor vivant

Chez [Wonderwoods](#) by Ephemera (Val d'Europe), l'expérience est multisensorielle : sons spatialisés, projections féeriques, ambiance évolutive... Le son devient un décor, un environnement, un voyage.

Sources : (1) NellyRodi (2025) - Étude tendances restauration / (2) BMI & NRG (2022) - Enquête nationale consommateurs / (3) BMI & NRG (2016) - Importance of Music Study



À PROPOS DE THEFORK

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.

CONTACTS MÉDIAS