

TheFork dresse le bilan annuel 2024 du secteur de la restauration, à la dynamique contrastée, et annonce des perspectives ambitieuses et solides pour 2025

Paris, le 28 janvier 2025 - Malgré un été en demi-teinte, la fin d'année a marqué un retour en force pour le secteur, avec une augmentation de +30% des réservations durant Noël par rapport à l'année précédente. Évolution du ticket moyen, cuisines en vogue, périodes clés de l'année : TheFork, leader européen de la réservation de restaurants en ligne, dévoile les chiffres et tendances clés du secteur en 2024.

Parmi les principales conclusions du bilan annuel de TheFork :

Tendances de réservation : quelles périodes se détachent sur l'année ?

- Si pour tous le Blue Monday est le 3ème lundi du mois de janvier, pour les restaurateurs, c'est le 1er lundi de l'année qui compte le moins de réservations en 2024 : ayant déjà noté cette même tendance sur l'année précédente, TheFork a baptisé ce jour le **"Blue Monday des restos"**.
- Sans surprise, c'est la **Saint-Valentin** qui reste un moment phare pour les restaurateurs. Le 14 février atteint le record de réservations en 2024, avec en moyenne deux fois plus de réservations qu'un jour classique.
- **Les Jeux** ont profondément marqué la dynamique estivale du secteur. Après une baisse des réservations internationales de -16% à -30% avant la cérémonie d'ouverture par rapport à l'été 2023, le lancement des Jeux a inversé la tendance. Paris a enregistré une hausse de +25% des réservations de touristes étrangers lors des deux semaines de compétition. À l'échelle nationale, l'afflux de visiteurs internationaux a également stimulé l'activité, avec une augmentation de +11% post-cérémonie d'ouverture.
- **Fêtes de fin d'année : une forte croissance des réservations sur TheFork**
TheFork observe une nette augmentation des réservations pour les fêtes de fin d'année. Celles pour Noël ont bondi de +30% par rapport à 2023, tandis que celles pour le Nouvel An affichent une hausse de +16%. Bien que le ticket moyen ait enregistré une légère baisse de 5% sur cette période, le nombre de personnes à table a progressé de +6%. Les Français sont donc sortis plus nombreux, générant davantage de clients pour les restaurateurs, même si les dépenses par convive ont été un peu plus modérées par rapport à l'année précédente. Sachant que le volume de réservations est un facteur clé de succès pour les restaurateurs, cette dynamique de fin d'année a largement contribué à revitaliser le secteur.

Signe que les Français restent fidèles à ces moments clés, les mois de **février** et **décembre** enregistrent une augmentation notable des réservations avec **prépaiement**. Cet outil, efficace pour limiter les no-shows, permet aux restaurateurs de mieux se protéger contre les tables laissées vides pendant ces périodes de forte affluence. Ainsi, le secteur s'arme davantage pour optimiser ses capacités et garantir une meilleure gestion des services durant ces mois stratégiques.

Les Tops Villes :

Paris en tête chez les touristes, Nice et Strasbourg ont le vent en poupe pendant les fêtes de fin d'année !

En 2024, 3 villes se sont distinguées : Paris, sans surprise, notamment auprès des touristes ; elle concentre 41% de leurs réservations, mais elle affiche aussi une croissance globale des réservations de +7% entre Noël et le jour de l'An vs 2023. Strasbourg et Nice avec respectivement une hausse de +6% et près de 9% de réservation se détachent également.

Les préférences culinaires

La **cuisine française** reste en tête du classement, suivie par la cuisine italienne et japonaise.

En tendance émergente, on note une hausse des réservations pour les **cuisines péruviennes** (23%) et **colombienne** (41%). Et la **cuisine caribéenne** fait une belle percée avec 36% de hausse des réservations comparativement à 2023. A surveiller également, une tendance soulignée par TheFork dans [son guide des tendances food pour 2025](#) mené en association avec NellyRodi : les réservations dans les pizzerias américaines sont en croissance, confirmant la tendance actuelle des «slice pizza» popularisée par les États-Unis.



Habitudes et comportements

- **Sortir seul au restaurant : une tendance en hausse**

Fait marquant en 2024, alors que le nombre de personnes par réservation est de 2,80 sur l'année, on note une augmentation de 18% de réservations pour une seule personne. Sortir seul devient une habitude qui bouscule les préjugés, et c'est tant mieux ! Cela ouvre de nouvelles perspectives pour les restaurateurs et les offres au restaurant.

- **L'anniversaire : une occasion qui se célèbre au restaurant**

On relève que pour les célébrations, la sortie au restaurant est plébiscitée : ainsi, la recherche pour des tables de la sélection "anniversaire" croît de 20% par rapport à 2023 ;

- **Le dîner le moment clé des sorties**

Le dîner quant à lui est toujours le repas le plus réservé, comptant pour 70% des réservations ;

- **Le restaurant : un plaisir de dernière minute**

En ce qui concerne l'anticipation des réservations, +63% sont effectuées moins de 24h à l'avance, et même 16% des réservations sont faites 1h avant le repas, renforçant la notion de spontanéité dans les sorties au restaurant. Cette tendance marquée de spontanéité n'a pas connu d'évolution avec les Jeux, période pendant laquelle l'anticipation des réservations est restée stable.

- **Les promotions, pratiquées par plus d'un restaurant sur trois sur TheFork**

Entre fin décembre 2023 et fin décembre 2024, une hausse de près de 40% des restaurants qui proposent une offre à -50% a été remarquée. Au global, tous marchés confondus, sur cette même période, TheFork a ainsi permis de servir 71 millions de couverts pour 2,1 milliards d'euros générés et dépensés dans les restaurants, stimulant ainsi le marché de la restauration et permettant une économie de 178 millions pour les gourmets, rendant les sorties au restaurant plus accessibles et plus agréables.

Une dynamique positive qui tend à se confirmer

La dynamique positive du secteur en fin d'année 2024 devrait se poursuivre.

Malgré une habitude de réservation en dernière minute, TheFork enregistre déjà une hausse de +65% des réservations pour la Saint-Valentin 2025. Cet événement avait déjà enregistré le plus fort niveau de réservations en 2024, et 2025 pourrait être une année record des réservations pour cette période.

Afin d'anticiper des périodes post Saint-Valentin qui pourraient être plus creuses pour les restaurateurs, TheFork lance la première édition de son Festival de l'année, dès le 15 février et jusqu'au 06 avril. Le Festival permet d'enregistrer en moyenne jusqu'à 3 fois plus de clients et d'augmenter sa marge par 2,5. Levier puissant de remplissage pour les restaurants, cet événement s'annonce encore comme l'évènement de la restauration attendu des gourmets et des restaurateurs pour booster leur activité.

Etre la plateforme de référence auprès des français ET des restaurateurs :**TheFork poursuit des ambitions fortes en s'appuyant sur une stratégie d'innovations soutenue**

2025 se poursuit sur la lancée structurante de solutions pour soutenir les restaurateurs, et notamment la mesure anti-show qui, lancée fin 2024 par TheFork, pourra renforcer ses premiers résultats encourageants. En effet, un mois seulement après son lancement, TheFork notait déjà une baisse de 10% du no-show en France. Concrètement, ces 10% représentent 1650€ de gain moyen par restaurant pour un établissement qui ferait 500 000€ de chiffres d'affaires, soit un gain potentiel de 25 millions d'euros pour l'ensemble des restaurants partenaires TheFork.

En 2025, la plateforme prévoit un déploiement d'innovations majeures avec un objectif clair : proposer des solutions concrètes, performantes et adaptées, pour accompagner les restaurateurs dans leur développement, tout en enrichissant l'expérience des utilisateurs sur la plateforme.

Pour les restaurateurs, côté innovations, TheFork annonce une nouvelle logique de déploiement, avec un lancement saisonnier d'innovations inédit, dédié à TheFork Manager. Cet hiver 2025, sept nouvelles fonctionnalités sont annoncées.

Deux d'entre elles sont destinées à optimiser les avis pour booster la visibilité et la notoriété des restaurateurs ; le partage des avis et l'intégration Instagram.

Cinq autres intègrent directement TheFork Manager : le "Plan de salle interactif" est désormais accessible via l'application mobile et les "Notifications instantanées" sont optimisées. Inédites sur le marché, les fonctionnalités "Quick Actions" et "Service à venir" permettent aux restaurateurs d'améliorer la qualité de leur service.

Enfin, la fonctionnalité la plus attendue : l'outil prédictif de détection de no-show aide les restaurateurs à minimiser les perturbations, améliorer la planification des services et prendre des décisions plus éclairées pour améliorer le taux d'occupation global et réduire les pertes de revenus.

Pour la communauté de gourmets, TheFork promet une approche personnalisée pour les utilisateurs de l'application qui retrouveront des recommandations de tables sur-mesure, adaptées à leurs préférences et habitudes.





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.

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

