



**Tous au Restaurant est à la gastronomie,
ce que la Fête du Cinéma et la Fête de la Musique sont à la culture**

Alors que les Français restent profondément attachés au restaurant comme lieu de plaisir et de convivialité, leurs habitudes évoluent sous l'effet du pouvoir d'achat. C'est dans ce contexte que **Tous au Restaurant** – avec **TheFork** fait son grand retour **du 1er au 14 juin 2026**, avec une promesse simple et lisible : « Votre invité est notre invité » – un menu acheté, un menu offert.

Pourquoi ce sujet s'inscrit dans l'actualité ?

- **97% des Français considèrent toujours le restaurant comme un plaisir de la vie ;**
- **89% y voient un moment clé de vie sociale ;**
- **Mais plus de 4 Français sur 10 déclarent désormais accorder davantage d'importance au prix qu'il y a cinq ans.**

Dans un contexte de pouvoir d'achat sous tension, le restaurant reste essentiel... mais devient plus réfléchi.

Tous au Restaurant répond à une double attente très actuelle :

- Redonner accès au plaisir de sortir au restaurant – en couple, en famille ou entre amis, sans culpabilité budgétaire ;
- Soutenir une profession encore fragilisée, alors qu'environ **25 restaurants ferment chaque jour en France** et que le secteur représente plus d'un million d'emplois.

Positionnée juste avant la Coupe du Monde de football, période historiquement défavorable aux réservations, l'opération vise aussi à créer un pic de fréquentation à un moment stratégique pour les restaurateurs.

Un événement qui a déjà fait ses preuves :

- Lors de la dernière édition (2019)
 - **1 835 restaurants participants ;**
 - Près de **200 000 clients accueillis ;**
 - **15 millions de pages vues.**

Les données **TheFork** montrent qu'**un restaurant participant peut enregistrer jusqu'à 3 fois plus de couverts** qu'un établissement non participant et que **95% des clients ayant vécu une très bonne expérience déclarent vouloir revenir même sans offre.**