



Paris, le 11 février 2020

LAFOURCHETTE DEVIENT THEFORK

Le leader mondial de la réservation de restaurants en ligne en Europe, en Amérique Latine et en Australie poursuit sa stratégie de développement international et étend sa marque globale [TheFork](#) aux marchés français et suisse.

Aujourd'hui présente dans 22 pays, la start-up made in France créée en 2007, devenue un acteur mondial incontournable de la réservation en ligne de restaurants poursuit son internationalisation, et devient [TheFork](#) en France et en Suisse.

Une évolution du nom, mais pas de sa mission qui reste inchangée depuis 13 ans : faciliter de façon inédite la mise en relation entre le restaurant et le client, en digitalisant le cahier de réservation, et permettre aux utilisateurs de réserver le bon restaurant, pour chaque occasion.

UNE MARQUE GLOBALE PUISSANTE

« Le changement du nom de LaFourchette en [TheFork](#) est la suite logique de l'évolution de notre marque. En 2019 nous avons intégré 10 nouveaux pays, cette forte croissance internationale nécessite d'uniformiser la marque sur tous nos territoires. La marque unique [TheFork](#), facilement prononçable et intelligible pour tous, permet au consommateur de mieux nous identifier partout dans le monde, et d'être son compagnon de voyage en proposant une offre internationale de plus de 80 000 restaurants et la possibilité de réserver facilement où que l'on se trouve. Elle offre aussi aux restaurateurs l'opportunité d'accroître leur trafic et leurs réservations en étant visibles auprès d'une clientèle internationale, une audience puissante de plus de 29 millions de visiteurs par mois. » explique Bertrand Jelensperger, Senior Vice-Président de Tripadvisor Restaurants et co-fondateur de [TheFork](#).

Depuis sa création, la plateforme opère sous différentes marques :

- « LaFourchette » en France & en Suisse
- « ElTenedor » en Espagne
- « Bookatable » au Royaume-Uni, en Allemagne, Autriche, Finlande et Norvège

La traduction anglo-saxonne « [TheFork](#) » apparaît à mesure que la plateforme se développe à travers le monde. Aujourd'hui 14 pays opèrent sous la marque « [TheFork](#) ». Demain, l'ensemble des pays du Groupe, France, Suisse & Espagne inclus, feront rayonner « [TheFork](#) » d'une seule et même voix.

Cette évolution résulte de la **nécessité d'avoir une marque forte et unique sur tous ces marchés**. Depuis sa création, l'entreprise s'est largement développée à l'international, à la faveur d'une stratégie de croissance à long terme portée par la croissance organique de l'entreprise, mais également par des acquisitions stratégiques d'acteurs majeurs du secteur.

Cette croissance externe a été initiée en 2014 via différents rachats :

- « Restopolis » en Italie
- « Best Tables » au Portugal et au Brésil
- « Dimmi » en Australie
- « lens » aux Pays-Bas

Elle se poursuit depuis avec le rachat de « Restorando » en 2019 (implanté dans 7 pays d'Amérique du Sud) et plus récemment celui de « Bookatable » (présent au Royaume-Uni, en Allemagne et Autriche), permettant à la marque de renforcer sa présence européenne.

UNE APPLICATION AUJOURD'HUI INCONTOURNABLE DANS LE MONDE ENTIER, POUR LES UTILISATEURS ET LES RESTAURATEURS

Téléchargée plus de 22 millions de fois, l'application [TheFork](#) est le partenaire privilégié de toutes les sorties au restaurant. Bien plus qu'un site de réservation de restaurants, [TheFork](#) est aujourd'hui un véritable guide gastronomique et communautaire, qui permet de trouver facilement un restaurant, de vérifier ses disponibilités en temps réel, d'y réserver une table en quelques clics et de recevoir instantanément une confirmation de réservation, 24h/24. Les utilisateurs peuvent ainsi choisir parmi une sélection de plus de 80 000 restaurants partenaires, avec ou sans offre spéciale. Pour faire leur choix, ils peuvent également consulter les avis déposés par une communauté active de plusieurs millions de foodies.

[TheFork](#) est également le partenaire privilégié des restaurateurs ; avec le logiciel de gestion TheFork Manager, les restaurateurs peuvent gérer leurs réservations et optimiser leurs résultats, en misant notamment sur la flexibilité des réservations, les offres spéciales et la gestion des profils clients. Par ailleurs, le logiciel leur permet également de lutter contre le phénomène du no show et de bénéficier des partenariats stratégiques noués avec les plus grands acteurs du digital (Facebook, Instagram, Google...).

THEFORK EN QUELQUES CHIFFRES

- [TheFork](#) est présente dans **22 pays**.
- [TheFork](#) collabore avec **80 000 restaurants** à travers le monde.
- L'application [TheFork](#) a été **téléchargée plus de 22 millions de fois**.
- En 2019, **1 réservation sur 10** en France a été réalisée par un gourmet **non résident en France**.
- Parmi ces gourmets venus d'ailleurs, **1 sur 4 venait d'Amérique du Nord**.
- En 2019, grâce à LaFourchette, la France a eu le plaisir d'accueillir 1 gourmet en provenance de **Wallis et Futuna**, il aura fait **16 161 kms** pour découvrir la gastronomie française.



A PROPOS DE LAFOURCHETTE

LaFourchette, une société de Tripadvisor, est le leader de la réservation de restaurants en ligne. LaFourchette connecte les restaurants à leurs convives avec un réseau de plus de 8000 restaurants dans le monde et 29 millions de visites par mois.

Grâce à LaFourchette (site et application), ainsi que Tripadvisor, les utilisateurs peuvent facilement sélectionner un restaurant en fonction de critères de préférence (tels que la localisation, le type de cuisine, le type de restaurant et le prix moyen), consulter les avis des utilisateurs, vérifier la disponibilité en temps réel et instantanément réserver en ligne. Du côté des restaurants, LaFourchette leur fournit une solution logicielle, LaFourchette Manager, qui permet aux restaurateurs d'optimiser la gestion de leurs réservations, de rationaliser les opérations et, finalement, d'améliorer le service et les revenus, selon les principes du Yield Management, jouant ainsi sur la variabilité des prix, pratique utilisée avec succès dans les industries du voyage et de l'hôtellerie.

La plate-forme opère sous la marque «LaFourchette» en France et en Suisse, «ElTenedor» en Espagne, «TheFork» en Italie, aux Pays-Bas, Belgique, Portugal, Suède, Danemark, Australie, Argentine, Brésil, Chili, Colombie, Mexique, Pérou et Uruguay. Elle opère également en anglais sous la marque «TheFork.com». En 2019, LaFourchette acquiert Bookatable et s'étend sur 5 nouveaux marchés : le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Autriche, la Finlande et la Norvège.



A PROPOS DE TRIPADVISOR

Tripadvisor est la plus grande plateforme de voyage au monde*, qui aide 463 millions de voyageurs chaque mois** à faire de chaque voyage leur meilleur voyage. Les voyageurs du monde entier utilisent le site et l'application Tripadvisor pour consulter plus de 859 millions d'avis et opinions sur 8,6 millions d'hébergements, restaurants, expériences, compagnies aériennes et croisières. Qu'il s'agisse de l'organisation d'un voyage ou pendant le voyage lui-même, les voyageurs consultent Tripadvisor pour comparer les tarifs avantageux des hôtels, vols et croisières, réserver des attractions et des excursions populaires et réserver une table dans de grands restaurants. Tripadvisor, le meilleur compagnon de voyage, est disponible dans 49 marchés et 28 langues.

Les filiales et sociétés affiliées de Tripadvisor, Inc. (NASDAQ:TRIP), gèrent et exploitent un portefeuille de sites Internet et d'entreprises regroupant les marques de médias de voyage suivantes :

www.airfarewatchdog.com , www.bokun.io , www.bookingbuddy.com , www.cruisecritic.com ,
www.familyvacationcritic.com , www.flipkey.com , www.thefork.com (including
www.lafourchette.com et www.bookatable.co.uk) , www.holidaylettings.co.uk ,
www.holidaywatchdog.com , www.housetrip.com , www.jetsetter.com , www.niumba.com ,
www.onetime.com , www.oyster.com , www.seatguru.com , www.singleplatform.com ,
www.smartertravel.com , www.tingo.com , www.vacationhomerentals.com and
www.viator.com.

**Source : Jumpshot for Tripadvisor Sites, worldwide, Novembre 2019

**Source : données Tripadvisor, moyenne des visiteurs uniques par mois pendant la haute saison, Q3 2019