

## Quelle nouvelle réalité post-Covid 19 pour les restaurants en France ?

[LaFourchette](#) révèle une étude\* sur les attentes des restaurants et utilisateurs.

**57% des Français prévoient de retourner au restaurant dans le mois de la réouverture des établissements et 71% des restaurants veulent rouvrir dès que possible**

Paris, le 27 mai 2020,

Après plus de 9 semaines de fermeture, le Gouvernement devrait annoncer prochainement la réouverture pour les restaurants de la zone verte le 2 juin et préciser les conditions sanitaires pour ce faire.

Comment les restaurateurs et utilisateurs se préparent-ils à cette réouverture ?

[LaFourchette](#), le leader de la réservation en ligne de restaurants, a réalisé une étude visant à analyser les nouvelles attentes des utilisateurs et restaurateurs, concernant la réouverture des restaurants.

### Des utilisateurs motivés, mais soucieux des conditions

Selon l'enquête réalisée au mois de mai, près de **58% des Français déclarent qu'ils iront au restaurant aussi souvent qu'avant**, et 7% déclarent même vouloir s'y rendre plus qu'avant. Les Parisiens et les Strasbourgeois, bien que sévèrement impactés par la crise sanitaire, manifestent plus fortement leur volonté de retourner au restaurant puisque respectivement 66% et 69% d'entre eux déclarent vouloir y retourner autant ou plus qu'avant. En tête des habitants les plus frileux, les Bordelais avec malgré tout 56% des gens prêts à retourner au restaurant.

Au global, la réouverture des restaurants est donc attendue avec impatience : **57% des utilisateurs prévoient de retourner au restaurant dans le mois de la réouverture des établissements**, et 77% dans les 3 mois qui suivent.

En termes de budget, l'étude ne prévoit pas d'impact majeur : 1 Français sur 4 seulement estime que son budget a été impacté et prévoit de faire plus attention qu'auparavant à ses dépenses.

Cependant, pour s'assurer de rouvrir dans les meilleures conditions possibles, il est aujourd'hui essentiel que les restaurateurs rassurent leurs clients. En effet, 78% des personnes interrogées déclarent qu'il est « très important » ou « essentiel » d'être informé des mesures sanitaires mises en place par les restaurants. Par ailleurs, la majorité (73%) des interrogés qui souhaitent moins aller aux restaurant craignent que la convivialité de leur expérience au restaurant soit dégradée par les mesures sanitaires qui seront mises en place.

## **Des restaurants désireux de rouvrir et d'augmenter leurs revenus**

Selon l'enquête réalisée auprès des restaurateurs, **71% d'entre eux pensent rouvrir leur restaurant dès que possible** et pensent être en mesure de respecter les nouvelles mesures qu'il faudra mettre en place. En effet, **73%** des restaurateurs estiment qu'ils pourront séparer les tables d'une distance d'au moins un mètre. Pour compenser ce manque à gagner, près de 23% des restaurants estiment qu'ils devront rallonger les plages horaires.

Concernant les tarifs, 53% des restaurants souhaitent conserver les mêmes prix qu'avant la crise sanitaire ; et 60% envisagent d'introduire des offres spéciales dans leur menu.

Par ailleurs, pour répondre aux inquiétudes des utilisateurs et sécuriser leurs revenus, 41% sont intéressés par la mise en place de menus digitaux, 36% par les paiements digitaux et 28% par les outils digitaux d'optimisation.

## **Comment LaFourchette souhaite aider les restaurants pendant la réouverture ?**

Pour aider les restaurants à intégrer les normes post-Covid 19, LaFourchette propose gratuitement la version PRO de son logiciel TheFork Manager aux nouveaux inscrits, et ce jusqu'à la fin de l'année (soit plus de 400€ d'économies). Grâce à cette gratuité, les restaurants pourront exploiter de nombreuses fonctionnalités :

- la fonctionnalité du plan de salle essentielle pour gérer la distanciation sociale et préparer les équipes à maximiser la disponibilité des tables ;
- la fonctionnalité de gestion des réservations pour se connecter aux clients afin de gérer les réservations et anticiper le flux de clients,
- la reconfirmation par e-mail/SMS et l'empreinte bancaire pour lutter contre les no-show et ne pas perdre de place assise, au vu des capacités réduites.

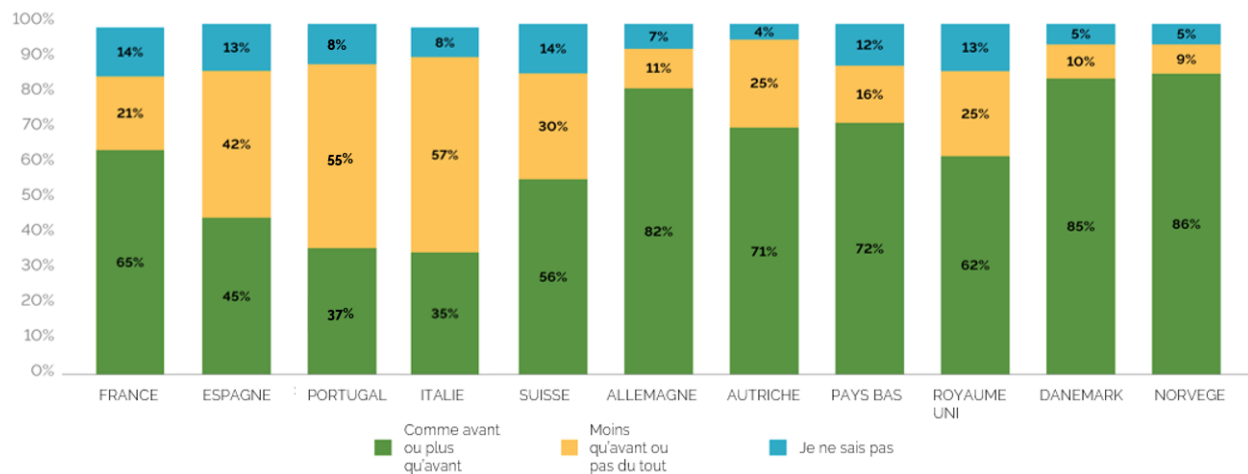
*« Notre technologie a été adaptée pour aider les restaurateurs à gérer la complexité de la rotation des tables et pour permettre aux clients de trouver facilement les tables disponibles. Nos équipes ont pour mission d'aider les restaurateurs à anticiper ces changements et à sécuriser leurs revenus »* indique Damien Rodière, Directeur Général LaFourchette France

## Quelles différences à l'international ?

Parmi les marchés dans lesquels LaFourchette est implantée, l'Italie, l'Espagne et le Portugal sont les pays les plus prudents concernant la réouverture.

Quel que soit le marché, le frein principal de retour dans les restaurants reste le risque sanitaire. Concernant le budget, seuls les Italiens et les Portugais prévoient majoritairement de dépenser moins au restaurant qu'auparavant.

### À QUELLE FRÉQUENCE PRÉVOYEZ-VOUS DE RETOURNER AU RESTAURANT À LA RÉOUVERTURE ?



## LaFourchette, au service des restaurants pendant la crise

Peu après la fermeture des restaurants, LaFourchette a lancé la plateforme [aidonsnosrestaurants.fr](https://aidonsnosrestaurants.fr), qui permet aux restaurants de proposer à leurs clients des bons prépayés pour maintenir un flux de revenus pendant la fermeture temporaire de leur établissement. L'opération a généré plus d'un million d'Euros de préventes et d'intentions d'achat.

L'entreprise a également offert gratuitement son logiciel de gestion des réservations, LaFourchette Manager, et a offert aux restaurants proposant un service de livraison/vente à emporter la possibilité de promouvoir gratuitement ce service sur le site et l'application LaFourchette.

### 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 80000 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, «EITenedor» 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](http://www.airfarewatchdog.com), [www.bokun.io](http://www.bokun.io), [www.bookingbuddy.com](http://www.bookingbuddy.com), [www.cruisecritic.com](http://www.cruisecritic.com), [www.familyvacationcritic.com](http://www.familyvacationcritic.com), [www.flipkey.com](http://www.flipkey.com), [www.thefork.com](http://www.thefork.com) (dont [www.lafourchette.com](http://www.lafourchette.com) et [www.bookatable.co.uk](http://www.bookatable.co.uk)), [www.holidaylettings.co.uk](http://www.holidaylettings.co.uk), [www.holidaywatchdog.com](http://www.holidaywatchdog.com), [www.housetrip.com](http://www.housetrip.com), [www.jetsetter.com](http://www.jetsetter.com), [www.niumba.com](http://www.niumba.com), [www.onetime.com](http://www.onetime.com), [www.oyster.com](http://www.oyster.com), [www.seatguru.com](http://www.seatguru.com), [www.singleplatform.com](http://www.singleplatform.com), [www.smartertravel.com](http://www.smartertravel.com), [www.tingo.com](http://www.tingo.com), [www.vacationhomerentals.com](http://www.vacationhomerentals.com) and [www.viator.com](http://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*

*\*Etude LaFourchette, Mai 2020, sur plus de 11500 utilisateurs à travers le monde, dont 1260 en France et 400 restaurants en France.*