



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 française créée en 2007 est devenue un acteur mondial incontournable de la réservation en ligne de restaurants.

« Le changement du nom de LaFourchette en TheFork est la suite logique de l'évolution de notre marque. [...] La marque unique TheFork, facilement prononçable et intelligible pour tous, permet au consommateur de mieux nous identifier partout dans le monde [...] et 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 [...] » explique **Bertrand Jelensperger, Senior Vice-Président de Tripadvisor Restaurants et co-fondateur de TheFork.**



Téléchargée plus de 22 millions de fois, et au-delà d'un site de réservation de restaurants, TheFork est aujourd'hui un guide gastronomique et communautaire pour trouver facilement un restaurant, vérifier ses disponibilités en temps réel, y réserver une table en quelques clics et recevoir instantanément une confirmation de réservation, 24h/24. Les utilisateurs peuvent choisir parmi une sélection de plus de 80 000 restaurants partenaires, consulter les avis déposés par les clients.

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. 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.fr