



La Covid-19 a accéléré la digitalisation de la profession

Après une année 2020 complexe pour les restaurateurs, TheFork, première plateforme de réservation de restaurants en Europe, a demandé à sa communauté d'utilisateurs et de professionnels de témoigner pour définir les tendances de la restauration en 2021. L'enquête a porté sur 1140 utilisateurs et 791 restaurants en France.

Selon l'étude, les clients sont impatients de revenir au restaurant. 44% des sondés seront rassurés du maintien des protocoles sanitaires, 40% privilégieront les terrasses et 34% réserveront plus souvent en ligne. Car même si les Français ont cuisiné chez eux pendant les confinements, jouant le jeu de la vente à emporter, et livraison à domicile, c'est la sortie au restaurant qui leur manque le plus.

De toute façon la livraison à domicile est temporaire pour les professionnels car seulement 4% ont pu générer un profit, mais 75% estiment penser que cela leur

a permis de rester en contact avec leurs clients.



Damien Rodière, Directeur Général France, Italie, Belgique, Suisse chez TheFork

Pour **Damien Rodière**, Directeur Général France, Italie, Belgique, Suisse chez TheFork, « La crise sanitaire a souligné l'importance du numérique dans un contexte mondial, où les relations physiques doivent être limitées »

« La digitalisation de la restauration existe depuis des années, la crise du COVID l'a juste accélérée. »

« Nous avons pu constater au cours de ces derniers mois un développement incroyable de solutions autour de nouveaux usages tels que le paiement sans contact ou l'utilisation des QR codes pour les menus. Les outils digitaux font maintenant partie intégrante de l'expérience au restaurant et n'ont jamais été aussi ancrés dans le comportement des consommateurs. Également les phénomènes tels que le click & collect ou la livraison ont largement bénéficié de cette crise et certains restaurants continueront probablement de proposer ce type d'expérience dans la durée »

De la recherche d'informations à la réservation d'un restaurant, en passant par le partage d'expériences sur les réseaux sociaux et la rédaction d'avis, le secteur de la restauration est digitalisé à chaque étape de la chaîne : on sait par exemple que 88 % des consommateurs consultent un avis en ligne avant de choisir un restaurant.



Côté restaurateurs, 64 % d'entre eux estiment que les outils numériques les ont aidés pendant la crise et 87 % continueront à les utiliser même après la crise. La réservation en ligne (65%), le paiement en ligne (86%) et le menu en ligne (46%) sont les outils les plus plébiscités

« Si l'étude a souligné une résilience, nous avons été agréablement surpris en revanche de noter que la sortie au restaurant était l'élément qui avait le plus manqué aux Français en 2020 et cela avant même le fait de se réunir en famille ou entre amis. C'est un signal encourageant pour l'industrie »