

Afin de soutenir la reprise de l'industrie, [LaFourchette](#) déploie des fonctionnalités visant à faciliter la réouverture des restaurants et à les aider à intégrer les nouvelles normes post-Covid-19.

Genève, le 8 mai 2020,

Après plus de 8 semaines de fermeture, le 11 mai, les restaurants pourront rouvrir leurs portes au public. Une étude réalisée auprès des utilisateurs de [LaFourchette](#) révèle que les Suisses sont impatients de pouvoir à nouveau fréquenter les restaurants : 60% prévoient une sortie au restaurant dès le mois de mai. C'est un signal fort et encourageant pour les restaurants, qui attendaient avec impatience la réouverture, et pour l'ensemble du secteur de la restauration, durement touché par l'arrêt de l'activité.

Dès l'annonce du Conseil Fédéral le 29 avril dernier, LaFourchette a rouvert les réservations sur son application et son site, pour accompagner les restaurants et répondre à la forte motivation des utilisateurs, impatients de revenir dans leurs restaurants de quartier préférés.

Soutenir, accélérer et sécuriser la réouverture des restaurants grâce à la technologie de pointe de LaFourchette

"Un des plus grands défis de cette réouverture sera pour les restaurants de gérer la distanciation sociale. C'est en effet un véritable risque financier pour eux, puisque leurs coûts fixes demeureront mais qu'ils auront moins de clients dans les restaurants. Un moyen très efficace d'adapter l'industrie à ce nouveau monde sera le développement des "happy hours" et des "late hours" : 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". Explications de Rémy Bitoun, Directeur LaFourchette Suisse

Par ailleurs, dès aujourd'hui, LaFourchette déploie des fonctionnalités pour aider les restaurants à intégrer les normes post-Covid19 et les communiquer à leurs clients, soucieux d'être informés. Grâce à ces fonctionnalités dédiées, les restaurants pourront se conformer aux nouvelles normes post-Covid19 pour la sécurité de leurs équipes et de leurs clients. Pour n'en citer que quelques-unes : la fonctionnalité du *plan de salle* est essentielle pour gérer la distance sociale et préparer les équipes à maximiser la disponibilité des tables, la fonctionnalité de *gestion des réservations* est essentielle pour se connecter aux clients afin de gérer les réservations et anticiper le flux de clients, ou encore la *reconfirmation par e-mail/SMS* ou l'empreinte bancaire pour lutter contre les no-show et ne pas perdre de place assise, au vu des capacités réduites.

Grâce à ces technologies et au soutien des équipes LaFourchette, les restaurants pourront accueillir leurs clients dans de bonnes conditions tout en respectant les normes imposées pour la sécurité de tous.

LaFourchette dévoile les résultats de son étude pour aider les restaurants et leurs clients à se retrouver dans de bonnes conditions

Pour soutenir les restaurateurs dans leur réouverture, LaFourchette a lancé une étude il y a quelques jours, sur un échantillon de 900 personnes en Suisse romande et Suisse alémanique, afin de donner aux restaurants les clés pour comprendre le comportement des utilisateurs post-confinement et s'adapter à leurs attentes.

Sur la base de cette enquête, 1 Suisse sur 2 déclare qu'il ira au restaurant aussi souvent qu'avant, et 6% déclarent même vouloir s'y rendre plus qu'avant. La réouverture des restaurants est attendue avec impatience : 60% d'entre eux 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 : près de 65% des Suisses estiment que leur budget n'a pas été impacté et ne prévoient pas de faire plus attention qu'auparavant à leurs dépenses au restaurant.

Pour s'assurer de rouvrir dans les meilleures conditions possibles, il est aujourd'hui essentiel que les restaurateurs rassurent leurs clients. Toutefois, on note une disparité entre les régions. Alors qu'en Suisse romande, 74% des personnes interrogées déclarent qu'il est "crucial" ou "très important" d'être informé des mesures sanitaires mises en place par les restaurants, en Suisse alémanique ce chiffre chute à 48%.

LaFourchette permet aux restaurants de continuer à générer du revenu et préserver leur trésorerie pendant leur fermeture.

Peu après la fermeture des restaurants, LaFourchette a lancé la plateforme aidonsnosrestaurants.ch, 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 de 610 000 CHF, dont 60 000 CHF en Suisse. Les Suisses ont montré une fois de plus leur générosité avec en moyenne un montant de 160 CHF par bon, soit le plus élevé parmi les 6 pays ayant déployé l'initiative.

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, www.bokun.io, www.bookingbuddy.com, www.cruisecritic.com,
www.familyvacationcritic.com, www.flipkey.com, www.thefork.com (dont 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*