L'impatto di TripAdvisor in Italia: 2,3 miliardi di spesa turistica diretta e 14,1 miliardi di spesa "influenzata"

Ieri, nel corso di un evento a Roma, **TripAdvisor** ha presentato i dati per l'Italia dello studio commissionato a Oxford Economics sul "Contributo Economico Globale di TripAdvisor". Dal report risulta che i contenuti del portale hanno influenzato nel 2014 circa 22,4 milioni di viaggi e di questi una discreta parte è stata effettuata in Italia: oltre 600mila. Inoltre ammonta a **48 miliardi la spesa turistica generata direttamente da Tripadvisor** di cui 2,3 miliardi in Italia. Se invece consideriamo la spesa turistica in cui Tripadvisor ha solo influenzato il processo di prenotazione arriviamo alla cifra di 350 miliardi, pari al 10% della spesa turistica mondiale, di cui **14,1 miliardi in Italia**. Numeri importanti che potete vedere riassunti nella seguente tabella:
tripimpatto
Se da una parte lo studio condotto da **Oxford Economics** evidenzia che i viaggiatori che hanno utilizzato TripAdvisor durante la pianificazione del proprio viaggio hanno effettuato una **spesa media giornaliera** inferiore rispetto alle medie di settore, dall'altra questa riduzione viene compensata dall'aumento del numero e della durata dei viaggi che gli stessi viaggiatori hanno effettuato. Ciò significa che il risparmio giornaliero generato dalla comparazione di prezzi differenti ha aiutato il viaggiatore medio a prolungare i propri viaggi e, di conseguenza, a spendere di più durante il soggiorno nella destinazione.
La portavoce di Tripadvisor in Italia, **Valentina Quattro**, fa notare come il portale "Sta avendo un duplice effetto sulla spesa di viaggio. Da un lato i visitatori stanno risparmiando sulla spesa giornaliera utilizzando il sito per trovare offerte migliori e, dall'altro, la sicurezza che acquisiscono leggendo le recensioni porta a una crescita del numero dei viaggi e della loro durata"
Altri dati interessanti dello studio riguardano i posti di lavoro creati dall'indotto di Tripadvisor in Italia, pari a circa 47mila e il numero di pernottamenti turistici in Italia in cui Tripadvisor è stato un fattore di scelta per una quota di 61,1 milioni.
All'evento di presentazione erano presenti due ospiti d'eccezione come il direttore generale turismo del Mibact, **Francesco Palumbo** e il direttore di BTO, Giancarlo Carniani.

Per Palumbo “La ricerca testimonia l’importanza della brand reputation nel percorso decisionale del viaggiatore. Questo porta TripAdvisor a dotarsi di strumenti conoscitivi avanzati per orientare le scelte imprenditoriali e a diventare un interlocutore nella raccolta di dati che consentono di discutere e orientare più in generale anche gli indirizzi strategici e di governance del turismo. Quest’ultimo aspetto è particolarmente rilevante nell’ambito del percorso partecipato di costruzione del Piano Strategico del Turismo 2016 che è di prossima approvazione”.
“Da tempo sostengo come il modello di business di TripAdvisor sia uno dei più intelligenti nati dalla new economy del turismo” ha aggiunto **Giancarlo Carniani** “Ha dato a ogni singola struttura la possibilità di competere allo stesso modo aprendo di fatto un mercato nuovo che prima non esisteva, e questi dati dimostrano la sua importanza. È innegabile inoltre come il tema della reputazione sia diventato centrale non soltanto per le strutture ricettive ma anche per destinazioni, ristoranti e musei”.