Oxford Economics misura l'influenza di Tripadvisor sul mercato dei viaggi

TripAdvisor ha rivelato i risultati dello studio “Misurazione dell’Economia Mondiale dei Viaggi”, condotto da Oxford Economics in partnership con TripAdvisor per esaminare le dimensioni dell’economia globale dei viaggi e il contributo di TripAdvisor a essa. Lo studio ha rilevato che l’industria dei viaggi ha raggiunto una spesa di più di $5.29 trilioni nel 2017, con la spesa turistica internazionale in crescita negli ultimi 8 anni consecutivi.

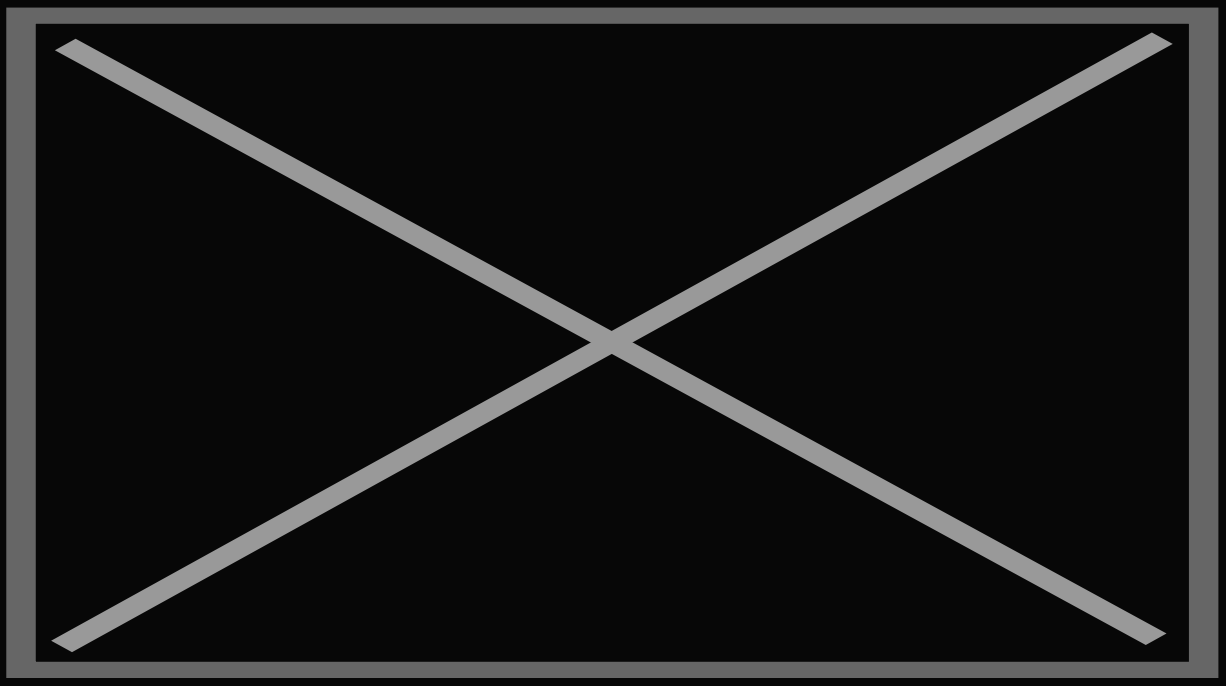
Comparando i dati di crescita dell’economia mondiale con i trend di TripAdvisor lo studio ha anche mostrato che TripAdvisor ha avuto un’enorme influenza stimata in $546 miliardi nel 2017.

Globalmente, il famoso sito di viaggi avrebbe influenzato più di 433 milioni di viaggi l’anno scorso, di cui 13.5 milioni solo in Italia

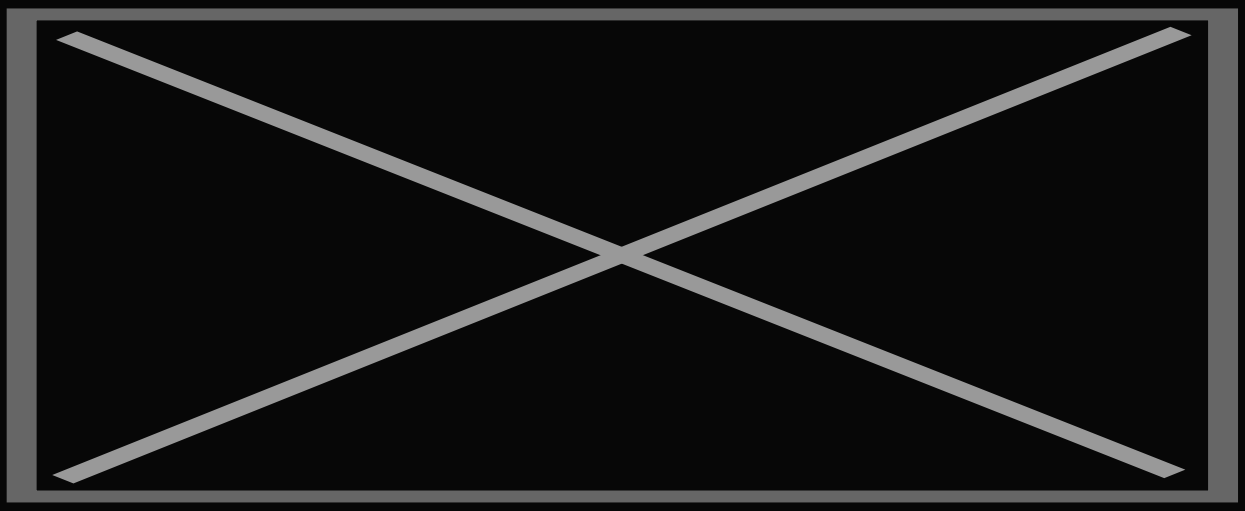
TripAdvisor aumenta la sua influenza sulle decisioni di viaggio

Negli ultimi 10 anni, secondo Oxford Economics, la spesa di viaggio influenzata dai siti TripAdvisor ha superato la crescita della spesa totale di viaggi e turismo: la spesa influenzata da TripAdvisor è cresciuta a un tasso medio annuale del 7.4% nell’ultimo decennio mentre la spesa turistica totale è cresciuta in media del 3%. Anche quando la spesa totale è crollata del 5.3% a causa della recessione globale del 2009, la spesa influenzata da TripAdvisor ha performato meglio del trend generale.

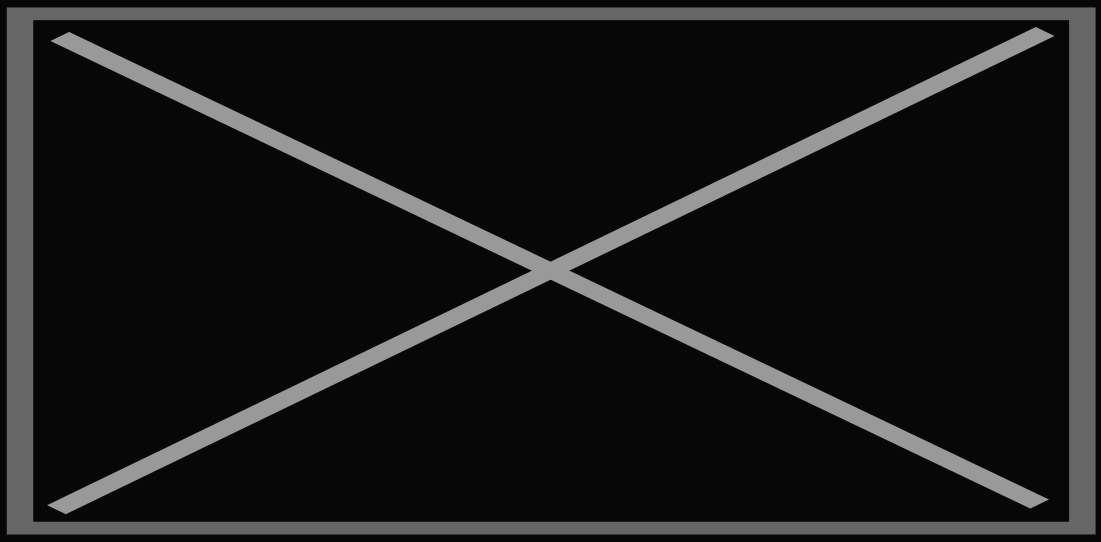
L’influenza di TripAdvisor è anche cresciuta in tutte le regioni globali nell’ultimo decennio, con notevoli miglioramenti in destinazioni turistiche in via di sviluppo così come in mercati già maturi. Infatti Oxford Economics ha applicato analisi sofisticate per provare che TripAdvisor ha generato più viaggi (“viaggi addizionali”), che è più evidente attraverso l’aumento delle notti dei visitatori e della spesa rispetto agli arrivi.



Anche in Italia c’è stato un aumento dell’influenza di TripAdvisor: dal 2010 al 2017 la quota di arrivi influenzati da TripAdvisor è cresciuta dal 14.2% al 17.9%, supportando potenzialmente la crescita di alcune rotte chiave, specialmente da UK e US, che contano per una larga parte delle recensioni relative allo share di arrivi da questi paesi.



Share di arrivi in Italia VS share di recensioni TripAdvisor



L’Economia globale dei viaggi è in salute e in crescita

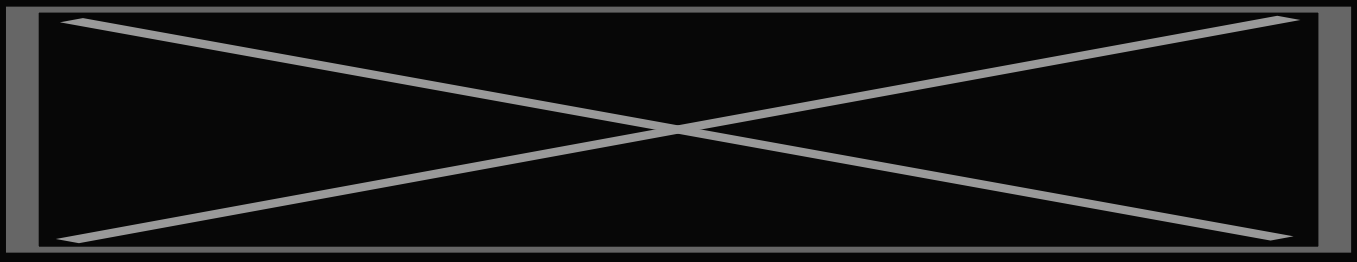
Lo studio “Misurazione dell’Economia Mondiale dei Viaggi” di Oxford Economics dipinge un quadro di una economia dei viaggi sana e in crescita, con il maggiore aumento della spesa di viaggio negli ultimi anni registrata in APAC, Medio Oriente e America Latina.

Con $3.9 trilioni all’anno, la spesa del turismo domestico conta per circa tre quarti della spesa turistica globale mentre la spesa internazionale ha raggiunto quota $1.4 trilioni nel 2017.

In Italia il mercato domestico conta per il 77% della spesa totale mentre Germania (21.9%) e US (10.2%) detengono la quota maggiore della spesa internazionale; Francia, Cina, Emirati Arabi Uniti e UK sono altri mercati importanti per il Bel Paese.

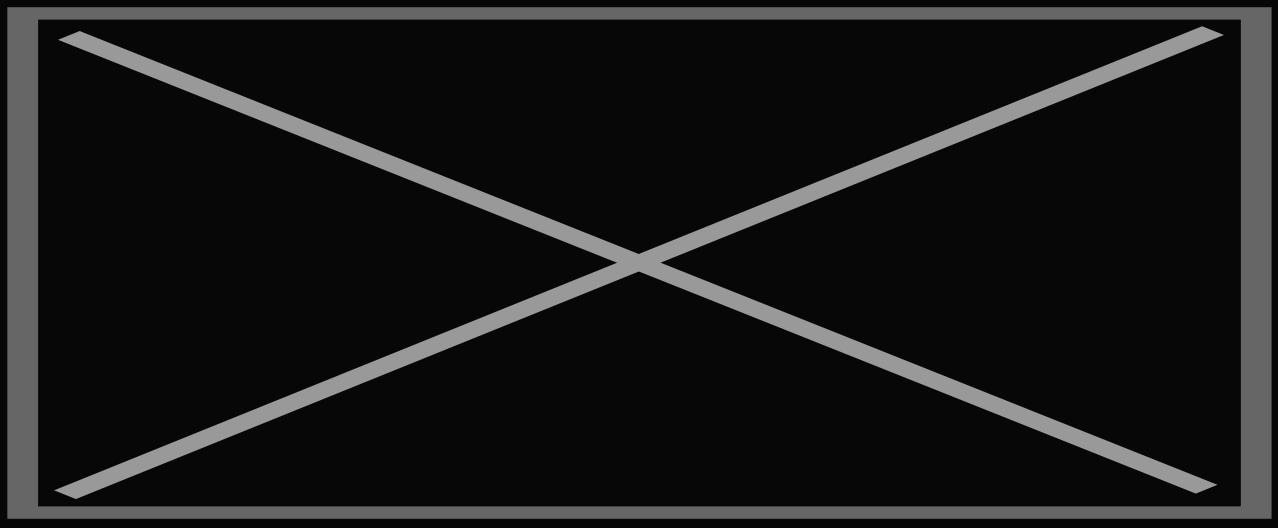
I principali settori del turismo

Guardando ai settori in cui l’economia dei viaggi è suddivisa a livello mondiale, emergono alcune conclusioni importanti tra cui il fatto che una parte (20%) della spesa totale dei viaggiatori sia destinata alla vendita al dettaglio.



I mercati con la maggiore crescita

Negli ultimi 10 anni mentre l’economia dei viaggi in Nord America è cresciuta del 25%, i mercati della regione Asia-Pacifico sono cresciuti del 130%. All’opposto, le destinazioni dell’Europa Occidentale non hanno visto sostanziali incrementi nello stesso lasso di tempo.



Altri trend chiave dell’industria

La crescita turistica è stata maggiore rispetto alla crescita globale del PIL

Circa la metà di tutti i viaggi internazionali sono verso destinazioni europee mentre le destinazioni nella regione Asia-Pacifico stanno conquistando una maggiore quota di viaggi

I viaggi internazionali sono stimati in crescita dato l’aumento del potere di acquisto delle famiglie nei grandi mercati emergenti, con un sempre maggior numero di famiglie in grado di fare viaggi internazionali

Quasi 1 impiegato su 10 a livello globale è supportato da attività