I ristoratori italiani puntano sul mobile: il sondaggio di TripAdvisor

online-res-18-a9bfc537

TripAdvisor ha annunciato oggi i risultati del Sondaggio sul settore dell'ospitalità, un'indagine volta a comprendere le problematiche, le sfide e le opportunità che impattano sul settore dell'ospitalità. Il report si basa su un'indagine che ha coinvolto 2.395 proprietari di business dell'ospitalità intervistati attraverso TripAdvisor in Europa e negli Stati Uniti ed è stata condotta dall'agenzia di ricerca indipendente Ipsos per conto di TripAdvisor. Lo studio vuole proporre una fotografia della prospettiva dei proprietari di business sui fattori che impattano sulle loro attività e sulle aree principali su cui intendono concentrarsi e investire nel 2018 e oltre.

Le condizioni economiche rimangono un fattore di preoccupazione per i business dell'ospitalità in Europa, con il 43% degli intervistati che ha dichiarato che l'economia sta avendo un impatto negativo sulla loro attività. In Italia questa quota è pari al 44%, ma i business italiani sono allo stesso tempo più propensi a percepire positivamente l'economia globale rispetto alla media europea (26% VS 19%). Gli altri due fattori principali che preoccupano i business italiani sono i disastri naturali (42%) e il terrorismo (32%). Questi fattori accomunano sia i proprietari di hotel sia quelli di ristoranti, ma quando si tratta invece di sharing economy la preoccupazione per le due tipologie di proprietari cambia sensibilmente: la metà degli albergatori italiani la percepisce come una minaccia (50%) mentre per i ristoratori la quota si attesta al 21%. È interessante notare che la percentuale di business nazionali preoccupati per i risultati delle elezioni italiane del 2018 è molto bassa: solo il 10%.

Per quanto riguarda l'online, i business italiani sembrano consapevoli della sua importanza, ancor più dei colleghi europei: il 96% darà priorità alla reputazione online (93% in Europa), il 77% si concentrerà sulle prenotazioni online (74% in Europa) e il 94% si focalizzerà sulle recensioni online relative alla propria struttura (92% in Europa). Oltre a svelare le principali preoccupazioni dei business nel 2018 individuate in una lista che ne indicava 8, il report ha anche evidenziato le principali aree su cui i professionisti dell'ospitalità intendono concentrarsi nei prossimi due anni selezionate da una lista di

dodici problematiche che il settore sta affrontando.

RISTORANTI

Oltre la metà dei proprietari di ristoranti (56%) si sta focalizzando sulle prenotazioni online nel 2018 e questa percentuale è persino maggiore in Italia (61%). Oltre tre quarti (76% a livello mondiale e 82% in Italia) si sforzerà di migliorare la propria presenza mobile dato il crescente numero di clienti che cercano ristoranti in mobilità. Il 47% dei ristoratori italiani sta investendo nel servizio clienti, dato superiore alla media europea che è pari al 39%.

"L'indagine di TripAdvisor dimostra anzitutto che la ristorazione è una componente fondamentale del settore dell'ospitalità a livello mondiale. Per l'Italia poi si tratta del servizio in grado di fare la differenza nella competizione turistica. In questo contesto il web è lo strumento che accorcia le distanze permettendo alle nostre imprese di entrare in contatto con milioni di potenziali clienti generando occasioni di consumo e quindi valore" ha dichiarato **Aldo Cursano**, Vice Presidente Vicario di FIPE. *"I risultati che emergono dallo studio sono la testimonianza della 'coscienza digitale' acquisita dalla ristorazione italiana anche grazie al lavoro che come Fipe abbiamo fatto in questi ultimi anni per accompagnare i nostri imprenditori verso il cambiamento generato dall'economia 4.0. Dunque l'innovazione come opportunità e non come minaccia per essere protagonisti e per rispondere ai bisogni e ai comportamenti del consumatore digital".*

"Il Report sul settore dell'ospitalità mostra che i ristoratori italiani sono sempre più attenti a come raggiungere i giusti clienti" ha dichiarato **Bertrand Jelensperger**, TripAdvisor's VP of Restaurants. *"Il 71% dei ristoratori intervistati (87% in Italia) ha dichiarato che quest'anno si concentrerà sul lavorare con i giusti servizi di marketing online, dimostrando l'importanza di avere una solida presenza online".*

TripAdvisor ha recentemente lanciato TripAdvisor Ads per i ristoranti, che offre ai ristoratori la possibilità di promuovere il loro ristorante a milioni di potenziali clienti portando traffico alla loro pagina su TripAdvisor attraverso placement sponsorizzati.

TRIPADVISOR

TripAdvisor raccoglie un giudizio positivo da parte della maggior parte dei business italiani che hanno preso parte all'indagine con circa tre quarti (74%) dei rispondenti che lo ha definito essenziale o utile per loro. I business italiani sono più propensi a percepire l'utilità dei feedback dei clienti attraverso TripAdvisor rispetto agli altri paesi europei (67% VS 57%). Allo stesso modo è superiore rispetto alla media europea la percentuale di business Italiani che ritiene che TripAdvisor dia le stesse opportunità a tutti i business a prescindere dalle loro dimensioni (50% VS 39%) e che sia uno strumento utile a

promuovere la propria attività gratuitamente in tutto il mondo (68% VS 63%). Gli Italiani sono inoltre più propensi a utilizzare la piattaforma con il 51% dei proprietari che utilizza regolarmente il centro gestione (rispetto alla media europea del 42%) e solo il 14% che ritiene dispendioso in termini di tempo gestire i contenuti su TripAdvisor (in Europa è il 31%).

Metodologia

Ipsos ha intervistato 2.395 rispondenti (462 in Italia) tra gennaio e febbraio 2018 con una serie di domande sul loro business attraverso un sondaggio online. Il campione è composto da proprietari di ristoranti, alloggi e attrazione registrati su TripAdvisor. Sono stati coinvolti nello studio sei mercati a livello mondiale con rispondenti provenienti da Italia, Francia, Germania, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti. I partecipanti hanno selezionato la tipologia di business che secondo loro corrispondeva maggiormente alla loro descrizione.

I proprietari di business dell’ospitalità includono proprietari di hotel, ristoranti e attrazioni.