

TripAdvisor e TheFork: l'impatto sui ristoranti italiani è di 2 miliardi di euro

L'impatto TripAdvisor e TheFork sui ristoranti italiani è di 2 miliardi di euro. Generati 15.500 posti di lavoro diretti e indiretti

TripAdvisor e TheFork hanno contribuito a generare quasi 7,2 miliardi di euro nel 2018 nei ristoranti, che rappresentano più di 320 milioni di pasti addizionali. A dirlo lo "Studio dell'impatto economico di TripAdvisor e TheFork sul mercato della ristorazione 2019" realizzato in partnership con Strategy&, parte del network PwC, in sei mercati (Stati Uniti, Regno Unito, Italia, Francia, Spagna e Paesi Bassi)

All'Italia – dice l'analisi – vanno ascritti 2 miliardi di euro, che corrispondono a 80 milioni di pasti addizionali, e 15.500 posti di lavoro diretti e indiretti sui 60.000 posti creati nei Paesi presi in esame.

Il mercato di riferimento

Lo studio ha evidenziato che il mercato globale della ristorazione ha raggiunto quota 1.4 trilioni di euro nel 2018 e che il suo tasso annuo di crescita dovrebbe accelerare dal 2,9% (2010-2018) al 4,7% (2018-2022). Nello specifico, il mercato della ristorazione in Italia ha raggiunto nello stesso anno 52 miliardi di euro, con un'accelerazione prevista dello 0,6% ogni anno dal 2018 al 2022.

"Le dimensioni e l'accelerazione dell'industria globale della ristorazione sono molto incoraggianti per i ristoratori in Italia e non solo" ha commentato Pierre Péladeau, Partner di Strategy&. "È anche chiaro che TripAdvisor e TheFork impattano economicamente in maniera sostanziale e positiva su questa industria in diversi modi, dal portare ricavi incrementali ai business della ristorazione al supportare posti di lavoro a livello locale".

"L'industria della ristorazione sta attraversando un importante periodo di digitalizzazione dato che i consumatori vogliono sempre più comparare online i ristoranti e prenotare facilmente un tavolo dal proprio dispositivo mobile" afferma Bertrand Jelensperger, senior vice president TripAdvisor Restaurants & CEO TheFork. "Crediamo che le maggiori opportunità di marketing digitale per i

ristoranti siano ancora da sfruttare dal momento che se da un lato l'80% dei clienti cerca informazioni online prima di prenotare, dall'altro i ristoranti dedicano ancora poco tempo e investimenti limitati al marketing online".

Per accedere allo studio completo di Strategy& cliccare [qui](#).