# 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.