



DATA APPEAL STUDIO - VISITPIEMONTE

Destinazione Piemonte: sentiment analysis e dati per potenziare il turismo e superare i competitor

CHI SIAMO

VISITPIEMONTE

VisitPiemonte - DMO Piemonte scrl è la società **in house** della Regione Piemonte e di Unioncamere Piemonte, che si occupa della valorizzazione turistica e agroalimentare del territorio.

All'interno della società, opera anche l'**Osservatorio Turistico della Regione Piemonte**, che ha il compito di analizzare lo stato dell'arte dell'offerta turistica e l'andamento e l'evoluzione dei flussi turistici, attraverso la raccolta, l'analisi e l'interpretazione dei dati.

Nel 2020, l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte attivo in

VisitPiemonte dà vita anche all'**Osservatorio delle Langhe, Monferrato e Roero** (Osservatorio LMR), grazie a una partnership siglata con Unioncamere Piemonte, Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, Ente Turismo Langhe Monferrato Roero e Banca d'Alba.

Uno strumento dedicato alla preziosa filiera turistica e agroalimentare di quest'area, con l'obiettivo di monitorare gli effetti di uno degli eventi enogastronomici più rilevanti nel panorama internazionale: **la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba**.

LA SEDE

Via Antonio Bertola 34, Torino

PRODOTTI UTILIZZATI

Data Appeal Studio

AUTORI

- Cristina Bergonzo, Responsabile Osservatorio Turistico della Regione Piemonte
- Matteo Curcio, Sentiment Analyst Osservatorio Turistico della Regione Piemonte

LE SFIDE

Mettere il turista al centro per pianificare la crescita della destinazione in modo efficace

La storia dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte inizia nel 2006, in concomitanza con un evento che avrebbe trasformato il volto del turismo piemontese per sempre: le **Olimpiadi Invernali di Torino 2006**.

Da allora il Piemonte ha conosciuto una crescita importante in termini di flussi turistici: **a distanza di 10 anni, gli arrivi erano aumentati di oltre il 43% e i pernottamenti di oltre il 23%**. Un trend positivo che si è arrestato solo nel 2020 per lo scoppio della pandemia.



Il turista è diventato il centro del nostro modello di analisi.”



Negli anni le evoluzioni socio-economiche e culturali del turismo ci hanno spinto a mettere il turista sempre più al centro delle nostre strategie: **d'altronde tutto ruota intorno al visitatore**, non solo protagonista del viaggio, ma anche soggetto attivo nella creazione dell'immagine della destinazione stessa con i suoi commenti, i suoi articoli e le sue recensioni online.



Ma se da un lato le statistiche su arrivi e presenze in crescita ci spingevano a proseguire con gli investimenti nel settore, dall'altro non avevamo altri **indicatori "qualitativi"** per orientare opportunamente le nostre scelte: in primis il sentiment dei turisti.

Sentivamo l'urgenza di indagare in dettaglio il livello di soddisfazione dei viaggiatori con l'analisi delle loro "tracce digitali": **come ci percepiscono le persone, anche in base alla loro provenienza? Perché scelgono di soggiornare in Piemonte?**

LE SFIDE

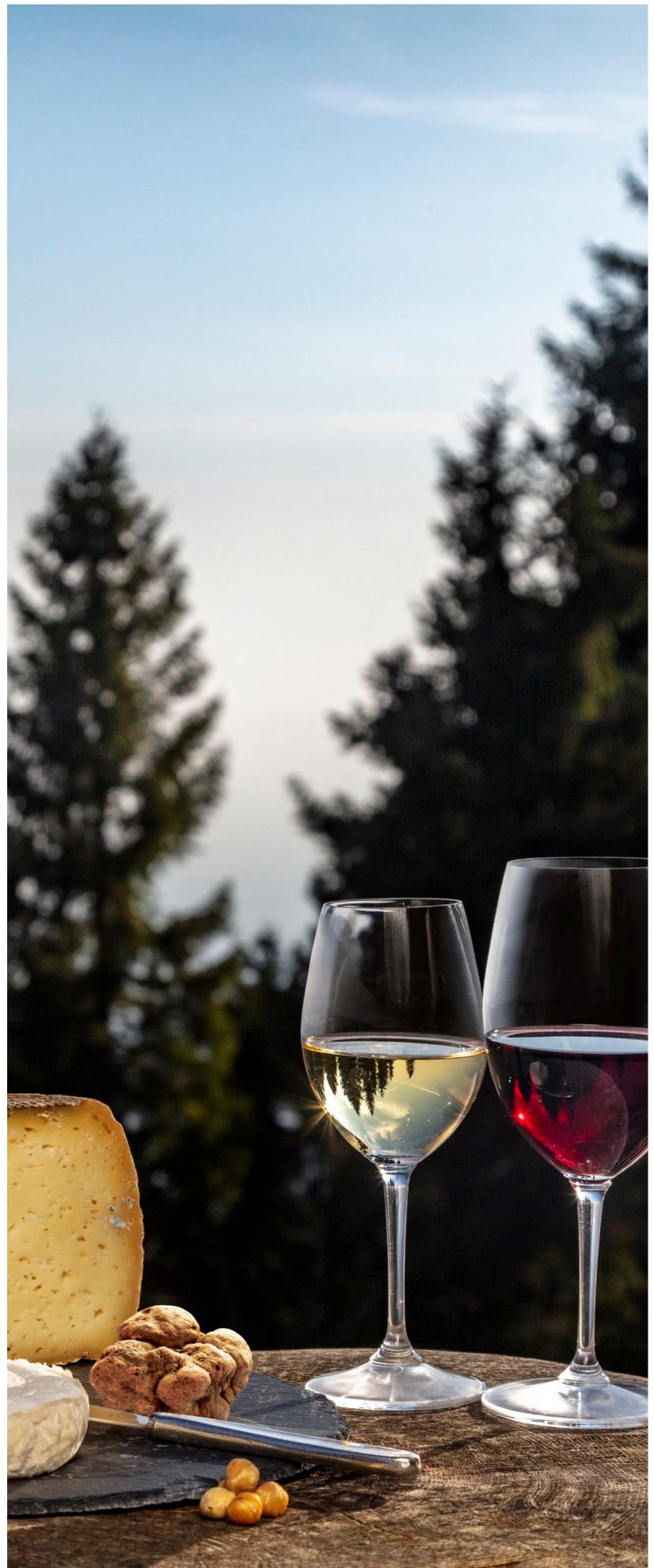
Avere un quadro chiaro del sentiment dei turisti e fare benchmark con altre destinazioni

Per capire la reale percezione che i turisti avevano del Piemonte, cominciammo a condurre indagini sul campo, che presto, purtroppo, si rivelarono poco efficienti, perché comportavano un dispendio troppo alto di tempo e di risorse e ci permettevano di rilevare solo il sentiment per macrotemi o di avere giudizi complessivi sul soggiorno.

Non potevamo scendere nel dettaglio, monitorare in modo sistematico i risultati e fare confronti o sviluppare analisi di benchmark rispetto ad altre destinazioni di nostro interesse.



Avevamo bisogno di uno strumento per individuare i nostri punti di forza e quelli di debolezza, su cui intervenire in linea con le evoluzioni del mercato.”



Crediti Gianni Oliva Photography per VisitPiemonte

I RISULTATI

Sentiment Analysis: il tassello mancante per l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte

Nel 2020 abbiamo deciso di adottare la piattaforma di analisi territoriale Data Appeal Studio, uno strumento dall'interfaccia fresca e di facile utilizzo che ci sembrava in linea con le nostre necessità di DMO: **analizzare l'offerta e la domanda in tempo reale e programmare di conseguenza la nostra promozione e i nostri investimenti.**

L'analisi rigorosa della destinazione ci ha permesso di avere più chiaro quale fosse il modo in cui i turisti vedono e sperimentano il territorio, in ogni sua sfaccettatura: **qual è il sentiment del Piemonte a livello regionale, a livello di singole Agenzie Turistiche Locali, ma anche in base alla tipologia di vacanza.**



L'adozione dello strumento è stato elemento di innovazione che ha suscitato interesse sia nel gruppo di lavoro sia agli occhi degli stakeholder con cui condividiamo i risultati.”



Il **Sentiment Score** - l'indicatore sul livello di soddisfazione dei visitatori - era il dato mancante che ci serviva per completare il nuovo cruscotto di indicatori dell'Osservatorio Turistico della Regione

Piemonte, strumento di analisi territoriale progettato per indirizzare le azioni di sostegno al turismo, soprattutto in questo momento di grande difficoltà causato dalla pandemia.

Dati in crescita nel 2020

Grazie ai nuovi dati abbiamo potuto fare investimenti e pianificare azioni mirate a sostegno del nostro turismo, che nel 2020 hanno già dato i loro frutti. Le analisi rivelano che i territori delle Langhe Monferrato Roero e del Cuneese hanno registrato il sentiment più alto della regione: rispettivamente 89,9/100 (+0,4%) e 89,2/100 (+0,3%) in crescita rispetto al 2019.

La soddisfazione sui servizi ricettivi del Piemonte supera persino il livello medio nazionale. Le recensioni degli utenti italiani sono state maggiori rispetto a quelle estere, ma il sentiment di quest'ultimi è risultato più positivo (88,1/100 vs. 86,6/100).



I RISULTATI

Puntare sul benchmarking per diventare più competitivi

Per fare scelte più oculate in termini di investimenti marketing e di posizionamento, per noi sono molto rilevanti le **analisi di benchmark territoriali, che ci permettono di fare confronti** sia tra varie destinazioni all'interno della regione Piemonte, sia tra il Piemonte e altre destinazioni affini.

In base ai risultati possiamo davvero mettere in evidenza le **peculiarità** su cui puntare nelle strategie promozionali e progettare azioni di cross-selling di prodotti e partnership locali e regionali per essere più competitivi a livello globale.



I RISULTATI

Il caso dell'Osservatorio Langhe Monferrato Roero: individuare i punti di forza rispetto ai competitor

Data Appeal Studio e le informazioni che ci ha fornito ci sono stati utili anche nell'ambito di partnership tra pubblico e privato, per sostenere e promuovere lo sviluppo economico di specifiche aree piemontesi e della loro imprenditoria locale.

Ne è un perfetto esempio **l'Osservatorio Langhe Monferrato Roero**, nato per analizzare gli effetti e le implicazioni turistiche di un evento enogastronomico tra i più importanti al

mondo: la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba.

I dati più interessanti, prima sconosciuti agli operatori, sono emersi dai confronti fra il prodotto turistico delle Langhe Monferrato Roero e quello di altri territori simili per vocazione enogastronomica; **Brunello, Chianti, Franciacorta – benchmark nazionale – e Borgogna – benchmark internazionale.**

PERIODO

01/01/21 - 31/07/21

PERIODO A CONFRONTO

01/01/21 - 31/07/21

AREE

Langhe Monf.to Roero

AREE A CONFRONTO

Z. Borgogna

😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LANGHE MONFTO ROERO VS Z. BORGOGNA



90,6 /100 vs. 85,7 /100

ANDAMENTO





Crediti VisitPiemonte-GettyImages

Guardando alle recensioni sulla rete, le Langhe Monferrato Roero hanno raccolto **un sentiment molto maggiore in particolare rispetto alla Borgogna**, in ogni comparto della filiera turistica:

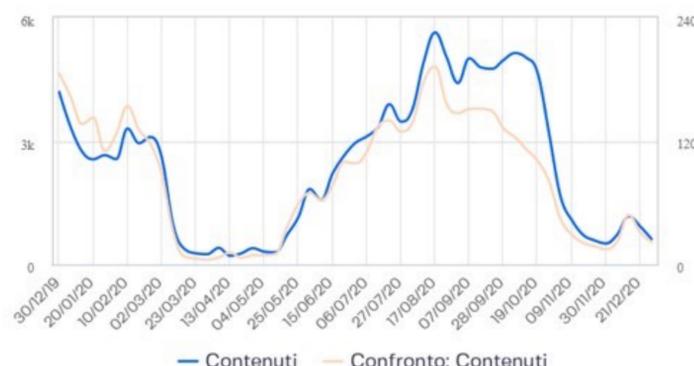
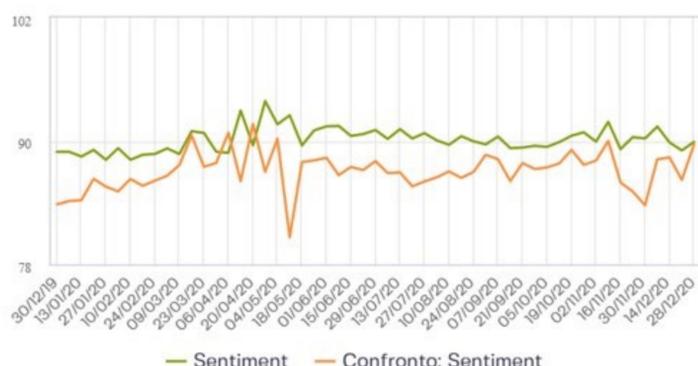
- **Ricettività:** 93,6/100 vs 86,2/100;
- **Ristorazione:** 90,1/100 vs 84,2/100;
- **Attrazioni:** 90,5/100 vs 89,6/100;
- **Complessivo:** 90,9/100 vs 85,6/100.

Questi dati sono la testimonianza di quanto il nostro territorio sia competitivo e del valore della nostra offerta enogastronomica. Non a caso **il Piemonte è stato insignito del primo premio Italia Destinazione Digitale come Regione con la Migliore Offerta Enogastronomica** in base all'analisi del sentiment dei contenuti online a livello nazionale.

PERIODO 01/01/20 - 31/12/20	AREE Langhe Monf.to Roero
PERIODO A CONFRONTO 01/01/20 - 31/12/20	AREE A CONFRONTO Z. Franciacorta

ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DEI CONTENUTI

129,0k vs. **44,9k** **30,7** vs. **58,8**
 Contenuti **Contenuti per POI**





Analizzare la filiera delle cantine

Il turismo enogastronomico del Piemonte genera un indotto di grande portata per la regione, dunque è fondamentale che venga monitorato e analizzato con costanza: da questo punto di vista Data Appeal Studio è stato uno strumento prezioso.

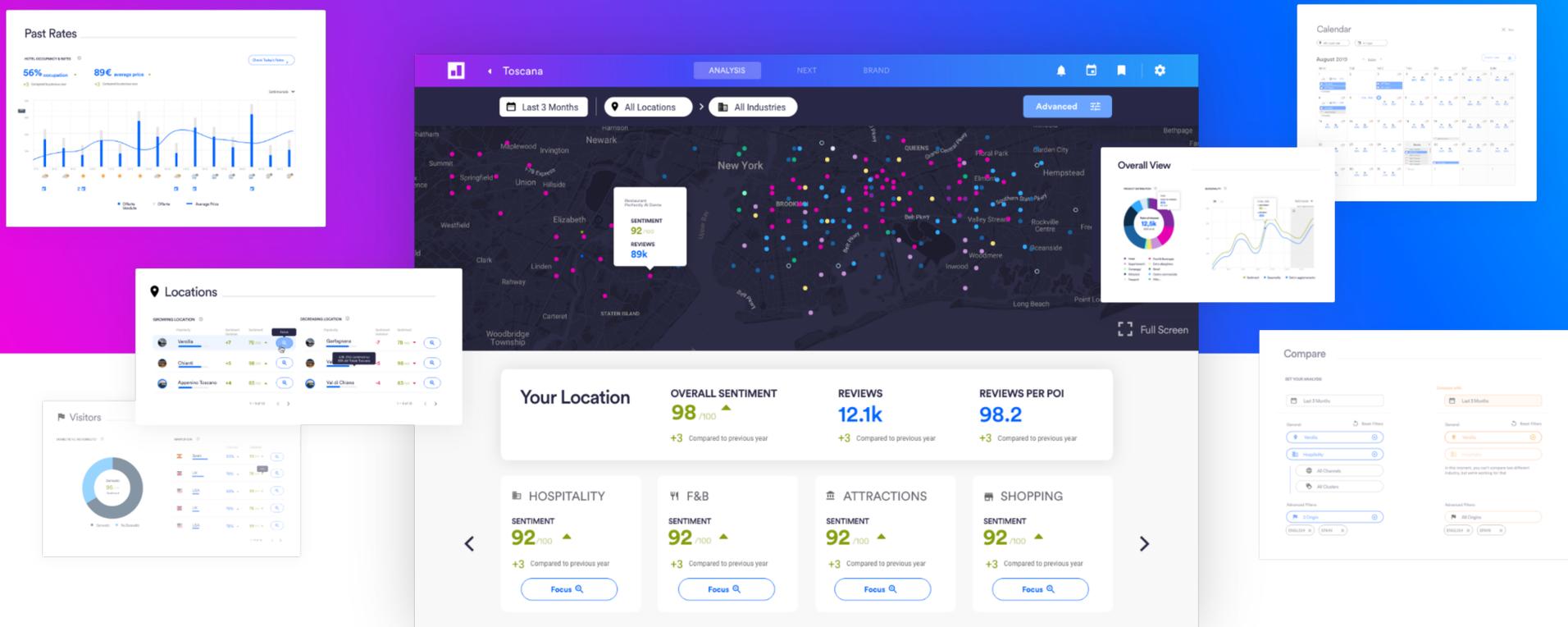
La piattaforma infatti ci permette di prendere in esame ogni comparto della filiera turistica (alloggi, ristorazione, attrazioni), ma anche di

scendere nel dettaglio delle componenti dei vari comparti.

Fra le attrazioni, ad esempio, siamo riusciti per la prima volta a tenere traccia delle performance della filiera delle cantine. Si tratta di uno degli aspetti di maggior richiamo per il turismo enogastronomico del Piemonte e ci teniamo ad approfondirlo soprattutto in vista della Conferenza Mondiale del Turismo del Vino, che si terrà ad Alba nel settembre 2022.



Scopri Data Appeal Studio Human Experience Intelligence



LA PIATTAFORMA INTELLIGENTE

Data Appeal Studio è la prima piattaforma di data intelligence per destinazioni e DMO che raccoglie e **analizza in tempo reale tutti i dati** – qualitativi e quantitativi – in merito a **qualsiasi luogo** di tuo interesse: da una singola strada a un intero Paese.

Informazioni a 360 gradi, affidabili e puntuali, per sapere sempre cosa accade nel mercato, cosa pensano e come si comportano i viaggiatori. **Confronta le tue performance con quelle dei competitor** e individua quali sono le reali opportunità di crescita per la tua destinazione.

[Prova Data Appeal Studio](#)

Funzionalità principali



Analisi

Tutti gli indicatori a portata di mano.



Previsione

Orienta le tue strategie con i nostri indici di monitoraggio proprietari.



Confronto

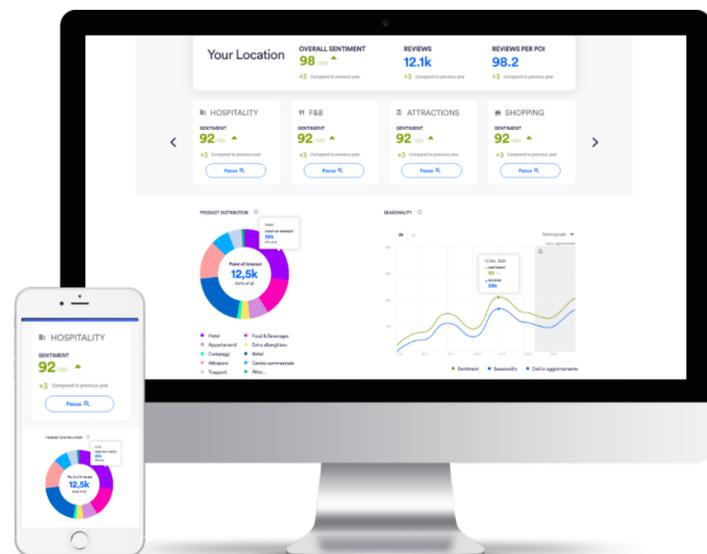
Confronti temporali e con i concorrenti.



Brand Monitoring

Imposta campagne di marketing efficaci.

I vantaggi di Data Appeal Studio



ARRICCHISCI LE TUE FONTI

Arricchisci le tue fonti dati proprietarie e di terze parti con i dati più aderenti alla reputazione e all'esperienza della domanda attuale e potenziale.

CONOSCI I TUOI VISITATORI

Comprendi e definisci in maniera semplice e dettagliata la tipologia, la provenienza e i comportamenti dei tuoi visitatori, reali e potenziali.

GESTISCI IL RISCHIO

Gestisci il rischio di situazioni complesse o inattese per le quali il tempo e il dettaglio sono elementi fondamentali.

[Richiedi una Demo](#)



www.datappeal.io