



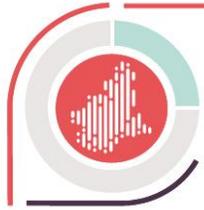
OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Piemonte

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021

Torino, 16 febbraio 2022





Perimetro di analisi

PARAMETRI E DIMENSIONI DI ANALISI*: punti di interesse e recensioni on-line unitamente al *sentiment* del prodotto turistico delle **ATL (Alexala, Biella Valsesia Vercelli, Cuneese, Distretto Laghi, Langhe Monferrato Roero, Novara e Turismo Torino e Provincia)**.

In particolare, per gli indicatori dei **punti di Interesse (POI)** e dei **contenuti monitorati**:

- quadro **generale complessivo**;
- focus dettagliato relativo alla **ricettività**, alla **ristorazione** ed alle **attrazioni** nel quale si prendono in considerazione le **Componenti dell'offerta**, i **Visitatori**, le **Tipologie di viaggio**, i **Canali** ed i **Cluster & Topic**;
- per ogni comparto, **sentiment analysis** relativamente all'area oggetto di confronto.

Lo studio si riferisce al seguente intervallo di tempo:

- **01/01/2021 – 31/12/2021 (Anno 2021)**.

* **Nota metodologica**: eventuali differenze fra i dati di **punti di interesse** e **contenuti monitorati** pubblicati relativamente ad anni precedenti sono riconducibili ad **aggiornamenti** relativi alla **mappatura dei canali digitali** e **ampliamenti del perimetro di analisi**.

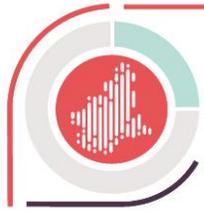


Alexala

Complessivo

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Alexala

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

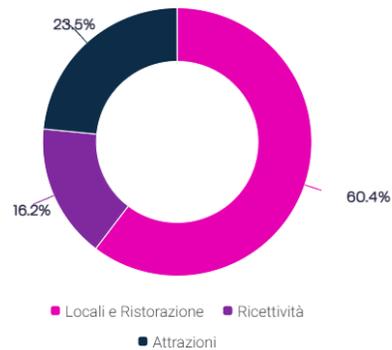
AREE
Alexala

Panoramica

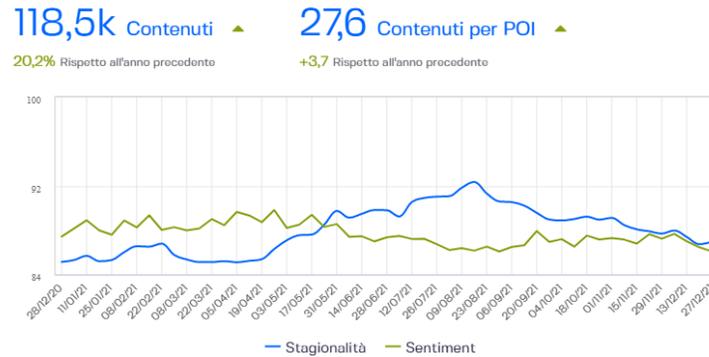
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



DATA APPEAL
STUDIO

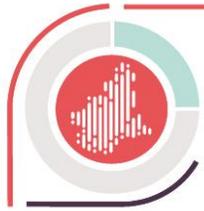
www.datappeal.io



DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

- Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.300 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 60,4%**;
 - **Attrazioni: 23,5%**;
 - **Ricettività: 16,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **118.500** (+20,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

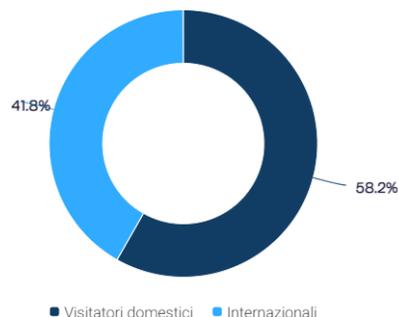


Visitatori: Alexala

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **58,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **10,2%**.

COMPLESSIVO

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **87,6/100** vs **86,2/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **41,8%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

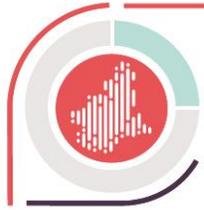
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	58,2% ▾	86,2/100 ▾
Francia	10,2% ▴	86,7/100 ▾
Svizzera	8,2% ▴	87,7/100 ▾
Germania	6,2% ▴	87,9/100 ▾
Paesi Bassi	3,5% ▴	88,1/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Alexala

COMPLESSIVO

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Alexala

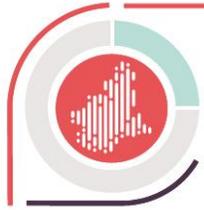
	Contenuti	Sentiment
 Coppie	49,0% ▲	87,9/100 ▼
 Famiglie	26,4% ▲	87,6/100 ▼
 Singolo	13,0% ▼	86,9/100 ▲
 Amici/Gruppo	10,8% ▼	87,2/100 ▼
 Viaggio di lavoro	0,8% ▼	78,9/100 ▼

Il **49%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **26,4%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **87,9/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **87,6/100**, e gli **amici/gruppi**, con **87,2/100**.

 DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Sentiment Analysis: Alexala

COMPLESSIVO

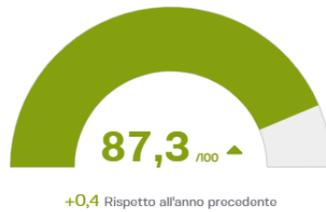
PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT ALEXALA



87,2_{/100} Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Alexala (+0,4** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **87,3/100** vs **87,2/100**.

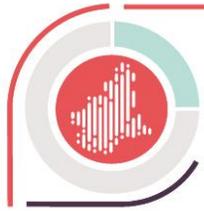


Alexala

Ricettività

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Alexala

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

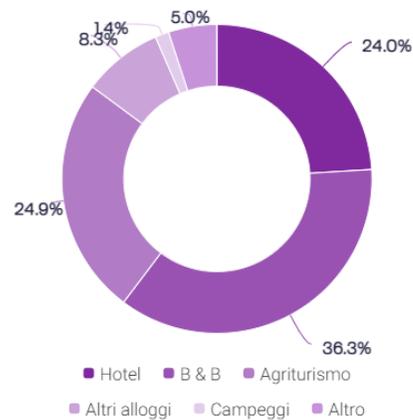
COMPARTI
Ricettività

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

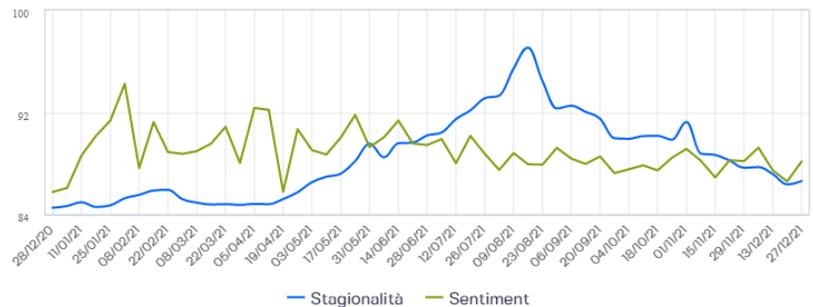
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



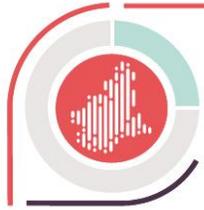
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

21,8k Contenuti ▲ **31,4** Contenuti per POI ▲
37,8% Rispetto all'anno precedente +7,8 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **695 punti di interesse**:
 - **B&B: 36,3%**;
 - **Agriturismi: 24,9%**;
 - **Hotel: 24%**;
 - **Altri alloggi: 8,3%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 5%**;
 - **Campeggi: 1,4%**.

- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **21.800 (+37,8%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



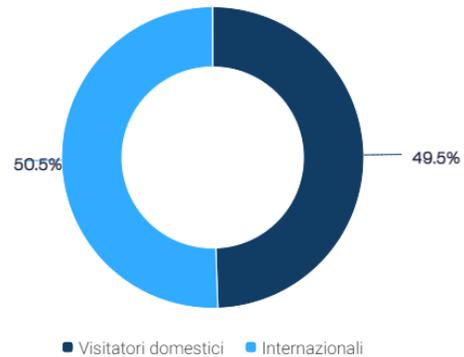
Visitatori: Alexala

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **49,5%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **12,5%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

RICETTIVITÀ

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **87,8/100** vs **87,3/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere vale il 50,5%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Ricettività

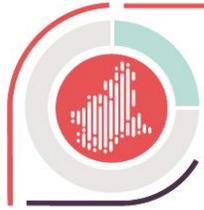
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	49,5% ▾	87,3/100 ▲
Francia	12,5% ▲	87,0/100 ▾
Svizzera	9,8%	88,0/100 ▾
Germania	7,6% ▲	88,0/100 ▾
Paesi Bassi	4,1% ▲	88,4/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Alexala

RICETTIVITÀ

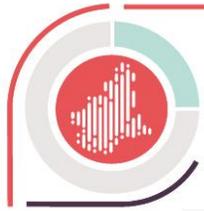
PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/21 - 31/12/21	Alexala	Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	48,9% ▲	87,9/100 ▼
Famiglie	26,6% ▲	87,9/100 ▼
Singolo	13,1% ▼	86,9/100 ▲
Amici/Gruppo	10,6% ▼	87,3/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,8% ▼	79,6/100 ▼

Il **48,9%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **26,6%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie** e le **famiglie**, con un indice di **87,9/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **87,3/100**.

DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con



Canali: Alexala

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Ricettività

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	55,4% ▲	8,6/10	87,6/100 ▼
Google	37,9% ▼	9,0/10 ▲	90,5/100 ▲
TripAdvisor	4,6% ▼	8,6/10	86,7/100 ▲
Hotels.com	1,0%	8,8/10 ▲	88,5/100 ▲
Facebook	0,6% ▼		96,3/100 ▲

SOCIAL

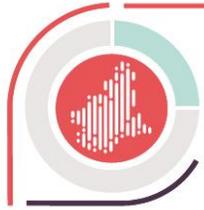
	Post
Facebook	65,1% ▼
Twitter	34,4% ▲
Youtube	0,5% ▲
Instagram	
Pinterest	

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **55,4%**; segue **Google**, con il **37,9%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **65,1%**; segue **Twitter**, con il **34,4%**.

DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con





Cluster & Topic: Alexala

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Ricettività

Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Ristorazione	22,5% ▲	90,8 ₁₀₀ ▲	+0,7
Staff	21,5% ▲	96,0 ₁₀₀ ▲	+0,5
Atmosfera	18,4% ▲	90,0 ₁₀₀ ▼	-0,3
Camera	14,8% ▲	81,1 ₁₀₀ ▲	+0,5
Pulizia	5,5%	93,7 ₁₀₀ ▲	+2,0

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **22,5%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **21,5%** e l'**atmosfera**, con il **18,4%**;
- Il tema della **piscina** presenta un **numero maggiore** di **contenuti con giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori **contenuti positivi**.

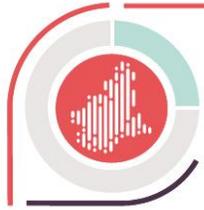
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Sentiment Analysis: Alexala

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Ricettività

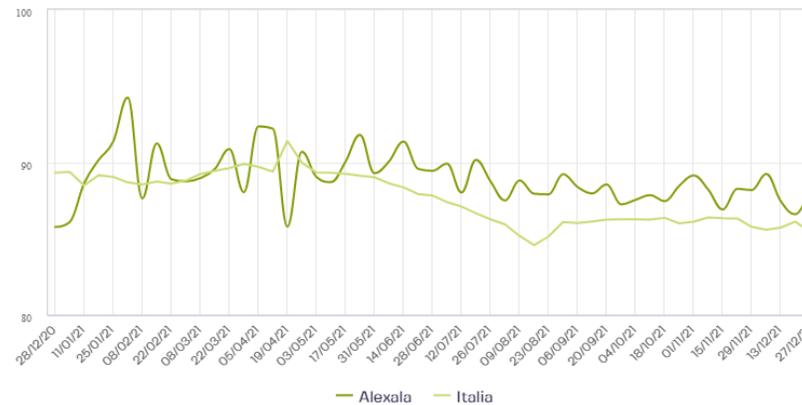
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT ALEXALA



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Alexala** (stesso valore in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **88,7/100** vs **86,5/100**.

DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



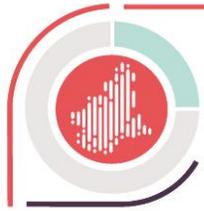


Alexala

Ristorazione

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Alexala

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

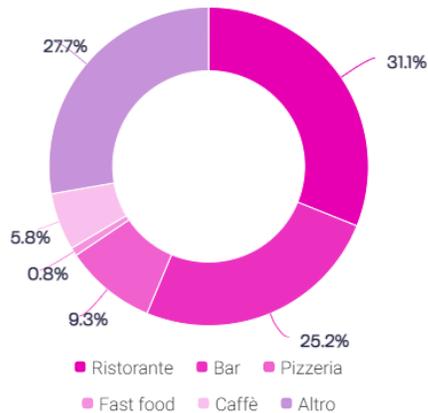
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

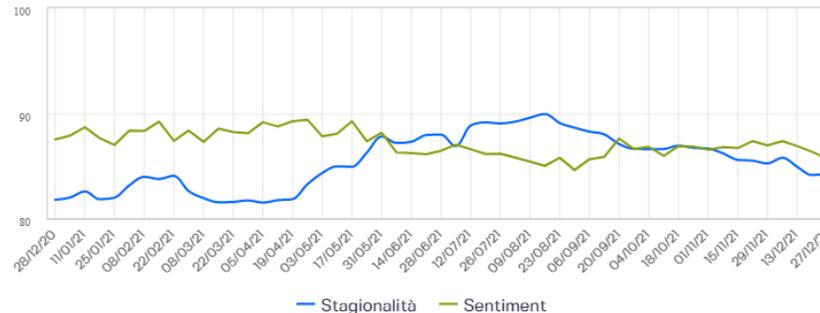
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



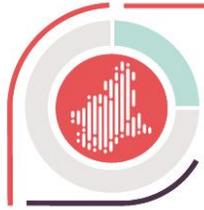
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

85,4k Contenuti ▲ 32,9 Contenuti per POI ▲

15,9% Rispetto all'anno precedente +4,1 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.600 punti di interesse**:
 - **Ristoranti: 31,1%**;
 - **Altre tipologie ristoratrici: 27,7%**;
 - **Bar: 25,2%**;
 - **Pizzerie: 9,3%**;
 - **Caffè: 5,8%**;
 - **Fast food: 0,8%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **85.400 (+15,9%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



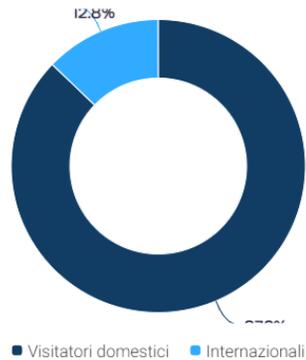
Visitatori: Alexala

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



L'**87,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **3,1%**.

RISTORAZIONE

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **84,9/100** vs **84,1/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **12,8%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

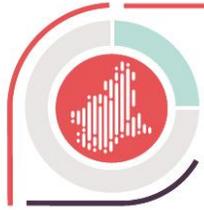
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	87,2% ▾	84,1/100 ▾
Svizzera	3,1% ▲	84,7/100 ▾
Francia	2,5% ▲	81,5/100 ▾
Germania	1,5% ▲	86,1/100 ▾
Paesi Bassi	1,2% ▲	84,7/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Alexala

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Alexala

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	48,6% ▲	87,8/100 ▼
 Famiglie	23,4% ▼	80,4/100 ▼
 Amici/Gruppo	15,8% ▼	87,0/100 ▼
 Singolo	12,0% ▼	86,1/100 ▼
 Viaggio di lavoro	0,2% ▼	10,0/100 ▼

Il **48,6%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **23,4%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **87,8/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **87/100**, e i **single**, con **86,1/100**.

 **DATA APPEAL**
STUDIO

www.datappeal.io





PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

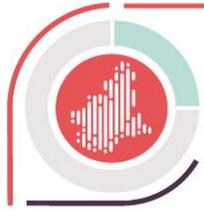
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	90,0% ▲	8,6/10 ▲	86,9/100 ▲
TripAdvisor	6,3% ▼	8,2/10	83,4/100 ▼
TheFork	1,9% ▼	9,0/10 ▼	91,1/100 ▼
Facebook	1,1% ▼	8,3/10	83,2/100 ▼
Booking.com	0,7% ▲	8,3/10 ▼	84,9/100 ▼

SOCIAL

	Post
Facebook	90,9% ▲
Twitter	7,7% ▼
Youtube	1,3% ▲
Pinterest	0,2%
Instagram	0,1% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Google, 90%**; segue **TripAdvisor**, con il **6,3%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **90,9%**; segue **Twitter**, con il **7,7%**.



Cluster & Topic: Alexala

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Locali e Ristorazione

RISTORAZIONE

Cluster & Topic

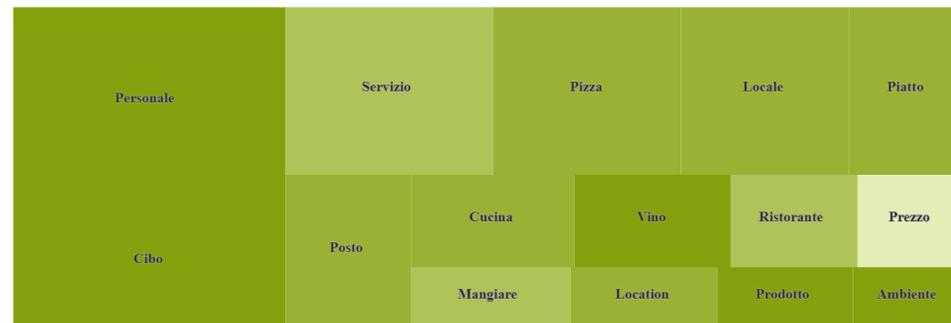
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

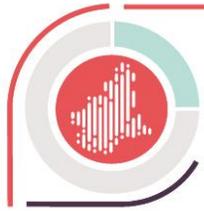
CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Atmosfera	30,6% ▾	91,2 _{/100} ▲	+0,1
Accoglienza	23,7% ▾	92,7 _{/100} ▾	-0,1
Qualità del cibo	23,5% ▾	88,5 _{/100} ▾	-0,8
Posizione	9,2% ▲	93,0 _{/100} ▲	+0,4
Estetica	4,7% ▾	85,7 _{/100} ▾	-0,1

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **30,6%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **23,7%** e la **qualità del cibo**, con il **23,5%**;
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; il **personale** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Alexala

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Locali e Ristorazione

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT ALEXALA



86,8 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Alexala** (+0,3 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'Italia: **86,7/100** vs **86,8/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



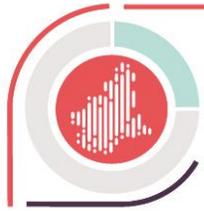


Alexala

Attrazioni

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Alexala

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

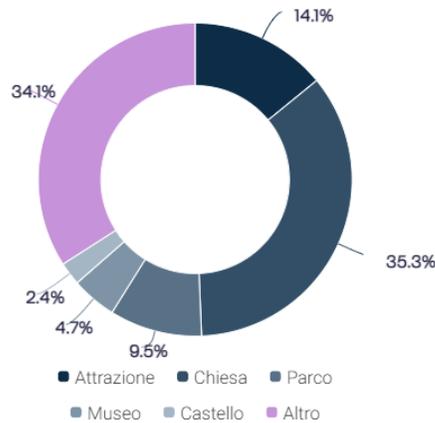
COMPARTI
Attrazioni

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

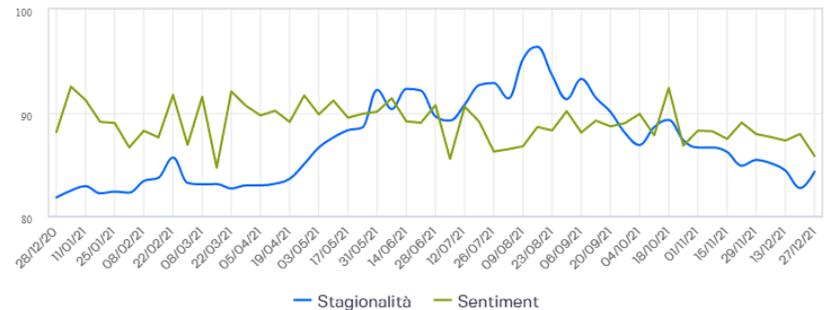
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



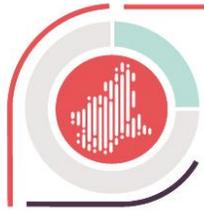
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

11,3k Contenuti ▲
25,1% Rispetto all'anno precedente

11,2 Contenuti per POI ▲
+1,3 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.000 punti di interesse**:
 - **Chiese: 35,3%**;
 - **Altre tipologie attrattive: 34,1%**;
 - **Attrazioni: 14,1%**;
 - **Parchi: 9,5%**;
 - **Musei: 4,7%**;
 - **Castelli: 2,4%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **11.300** (+25,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Alexala

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **61%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **9,8%**.

ATTRAZIONI

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **89,5/100** vs **87,3/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **39%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Attrazioni

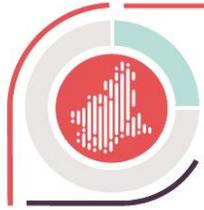
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	61,0% ▾	87,3/100 ▲
Svizzera	9,8% ▾	90,7/100 ▲
Francia	6,5% ▲	97,5/100 ▲
Paesi Bassi	5,7% ▲	92,1/100 ▲
Belgio	3,3% ▲	89,0/100 ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





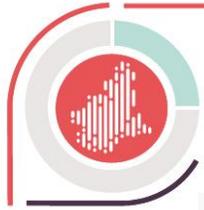
Tipologie di viaggio: Alexala

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/21 - 31/12/21	Alexala	Attrazioni

	Contenuti	Sentiment
Coppie	69,4% ▲	89,1/100 ▲
Famiglie	19,4% ▲	91,4/100 ▲
Amici/Gruppo	6,1% ▼	69,6/100 ▼
Singolo	5,1% ▲	89,3/100 ▼
Viaggio di lavoro		

Il **69,4%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **19,4%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **91,4/100** e, a seguire, fra i **single**, con **89,3/100**, e le **coppie**, con **89,1/100**.



Canali: Alexala

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Attrazioni

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Reconsioni	Rating	Sentiment
Google	97,4% ▲	8,9/10 ▲	89,1/100 ▲
Facebook	1,3% ▼	8,9/10 ▼	64,6/100 ▼
Booking.com	0,6%	8,9/10 ▼	91,8/100 ▲
TripAdvisor	0,6% ▼	7,9/10 ▲	82,3/100 ▲
Hotels.com	0,0%	10,0/10	100,0/100

SOCIAL

	Post
Twitter	75,1% ▲
Pinterest	12,8% ▼
Facebook	6,6% ▼
Youtube	5,5% ▲
Instagram	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **97,4%**; segue **Facebook**, con l'**1,3%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **75,1%**; segue **Pinterest**, con il **12,8%**.

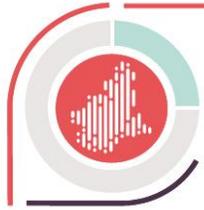
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Cluster & Topic: Alexala

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Attrazioni

ATTRAZIONI

Cluster & Topic

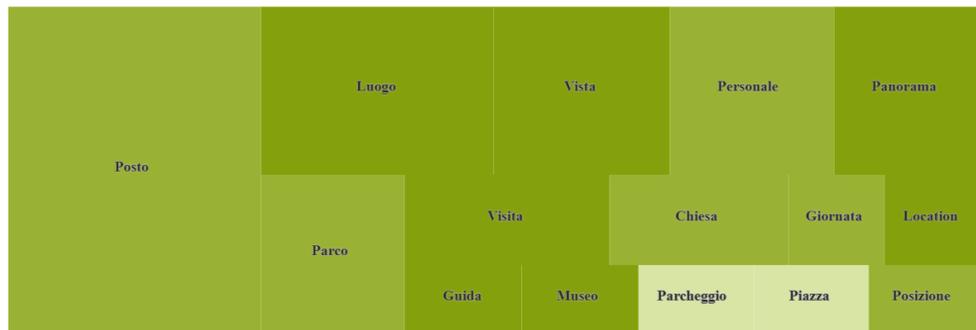
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Posizione	33,0%	93,8 _{/100} ▲	+0,3
Spazi	28,0% ▲	86,1 _{/100} ▲	+2,7
Atmosfera	18,3% ▼	94,0 _{/100} ▲	+1,4
Accoglienza	10,3% ▼	93,7 _{/100} ▲	+1,9
Ristorazione	2,7% ▼	88,4 _{/100} ▲	+2,7

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **33%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **28%** e l'**atmosfera**, con il **18,3%**;
- Il tema della **piazza** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **guida** e la **location** hanno i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Alexala

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Alexala

COMPARTI
Attrazioni

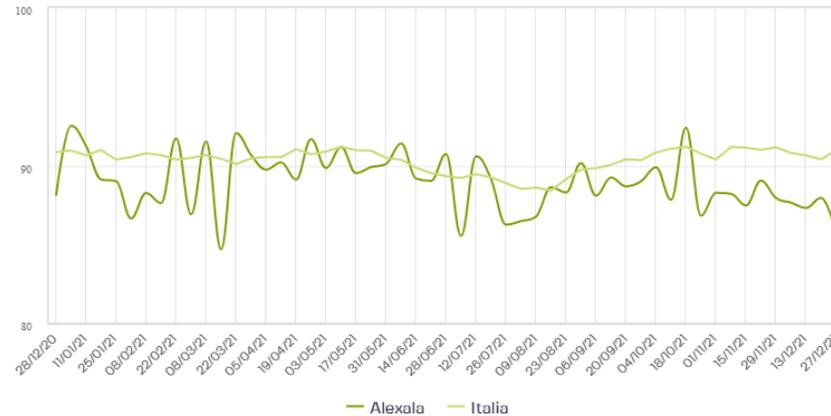
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT ALEXALA



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Alexala** (+1 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'Italia: **88,9/100** vs **89,9/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



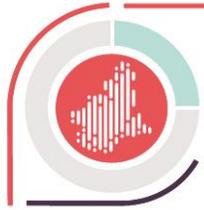


Biella Valsesia Vercelli

Complessivo

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Biella Valsesia Vercelli

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

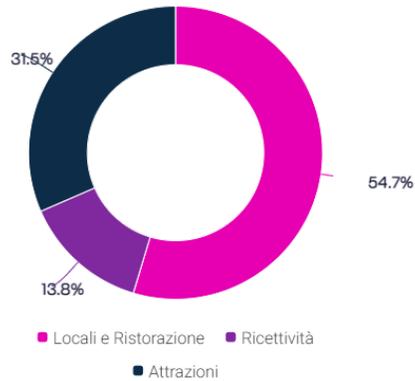
AREE
Biella Vercelli

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

82,5k Contenuti ▲
11,4% Rispetto all'anno precedente

23,6 Contenuti per POI ▲
+1,4 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **3.500 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 54,7%**;
 - **Attrazioni: 31,5%**;
 - **Ricettività: 13,8%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **82.500 (+11,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

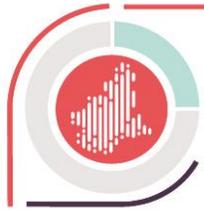
Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL STUDIO

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Visitatori: Biella Valsesia Vercelli

COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/21 - 31/12/21 AREE Biella Vercelli

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Il **76,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **5,4%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano, 86,5/100** vs **86/100** del mercato estero. La **quota di recensioni estere vale il 23,7%** del totale.

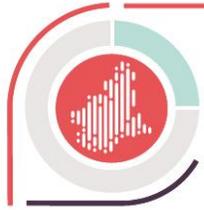
PERIODO 01/01/21 - 31/12/21 AREE Biella Vercelli

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	76,3% ▼	86,5 _{/100} ▲
Svizzera	5,4% ▲	83,5 _{/100} ▼
Francia	5,1% ▲	86,3 _{/100} ▲
Germania	3,8% ▲	86,2 _{/100} ▼
Paesi Bassi	2,3% ▲	87,8 _{/100} ▲

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con DATA APPEAL STUDIO



Tipologie di viaggio: Biella Valsesia Vercelli

COMPLESSIVO

PERIODO

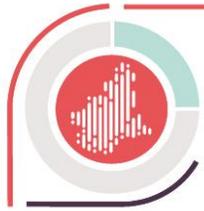
01/01/21 - 31/12/21

AREE

Biella Vercelli

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	46,5% ▲	87,7/100 ▼
 Famiglie	21,9% ▼	87,8/100 ▼
 Singolo	18,7% ▼	87,7/100 ▲
 Amici/Gruppo	11,8% ▼	86,9/100 ▼
 Viaggio di lavoro	1,2% ▼	84,1/100 ▼

Il **46,5%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **21,9%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **87,8/100** e, a seguire, fra le **coppie** e i **single**, con **87,7/100**.



Sentiment Analysis: Biella Valsesia Vercelli

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

😊 SENTIMENT

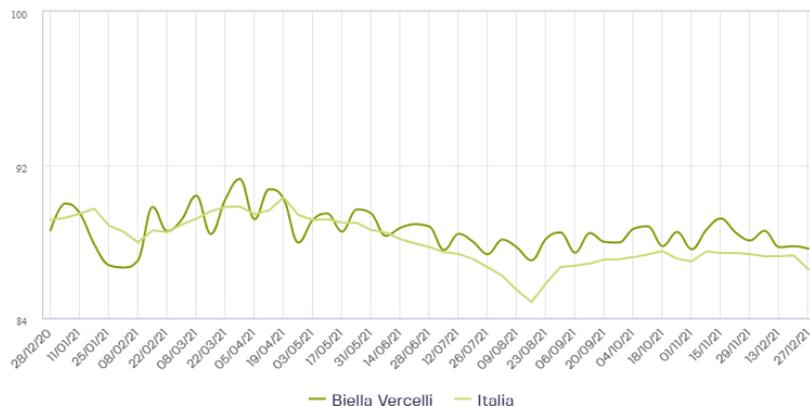
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT BIELLA VERCELLI



87,2 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Biella Valsesia Vercelli (+0,7** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **88,3/100 vs 87,2/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



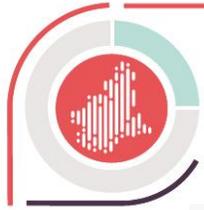


Biella Valsesia Vercelli

Ricettività

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Biella Valsesia Vercelli

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

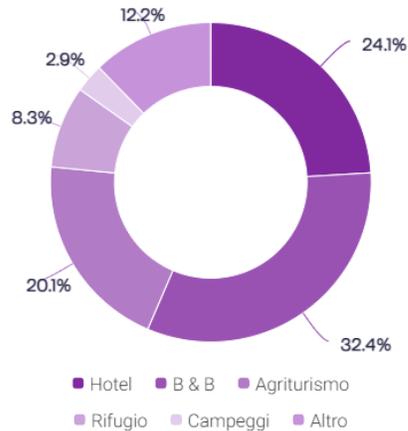
COMPARTI
Ricettività

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

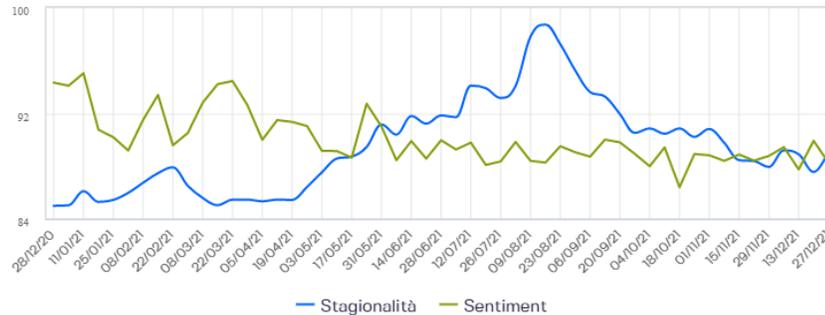
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

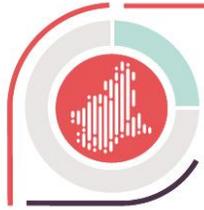


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

13,6k Contenuti ▲ **28,1** Contenuti per POI ▲
22,7% Rispetto all'anno precedente +3,1 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **482 punti di interesse**:
 - **B&B: 32,4%**;
 - **Hotel: 24,1%**;
 - **Agriturismi: 20,1%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 12,2%**;
 - **Rifugi: 8,3%**;
 - **Campeggi: 2,9%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **13.600 (+22,7%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Biella Valsesia Vercelli

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **88/100** vs **86,1/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **27,8%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Ricettività

MERCATI

Mercato	Contenuti	Sentiment
Italia	72,3% ▾	88,0/100 ▲
Svizzera	6,4% ▲	83,2/100 ▾
Francia	5,9% ▲	86,7/100 ▲
Germania	4,7% ▲	86,3/100 ▾
Paesi Bassi	2,8% ▲	88,3/100 ▲



www.datappeal.io

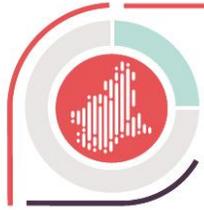


Il **72,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **6,4%**.



www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Biella Valsesia Vercelli

RICETTIVITÀ

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Biella Vercelli

COMPARTI

Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	46,6% ▲	87,9/100
Famiglie	22,0% ▼	88,1/100 ▼
Singolo	18,8% ▼	87,7/100 ▲
Amici/Gruppo	11,4% ▼	87,2/100 ▲
Viaggio di lavoro	1,3% ▼	84,4/100 ▼

Il **46,6%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **22%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **88,1/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **87,9/100**, e i **single**, con **87,7/100**.

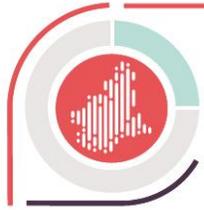
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datapeal.io





Canali: Biella Valsesia Vercelli

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Ricettività

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Reconsioni	Rating	Sentiment
Google	47,2% ▾	9,1/10 ▲	91,2/100 ▲
Booking.com	45,8% ▲	8,7/10	87,5/100 ▲
TripAdvisor	4,5% ▾	8,7/10 ▾	87,5/100 ▾
Expedia	0,8% ▲	9,7/10 ▲	95,9/100 ▲
TheFork	0,5% ▾	8,6/10 ▾	85,2/100 ▾

SOCIAL

	Post
Facebook	59,3% ▾
Twitter	35,8% ▲
Youtube	4,1% ▲
Instagram	0,7% ▾
Pinterest	0,1%

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **47,2%**; segue **Booking**, con il **45,8%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **59,3%**; segue **Twitter**, con il **35,8%**.

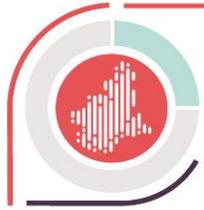
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Cluster & Topic: Biella Valsesia Vercelli

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Ricettività

Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Ristorazione	22,9% ▲	91,2 _{/100} ▲	+0,9
Staff	22,2% ▼	94,9 _{/100} ▼	-0,6
Atmosfera	16,3% ▼	89,9 _{/100} ▲	+0,8
Camera	15,6% ▲	82,9 _{/100} ▼	-0,7
Pulizia	6,1% ▼	92,0 _{/100} ▼	-0,7

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **22,9%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **22,2%** e l'**atmosfera**, con il **16,3%**;
- Il tema del **bagno** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; il **proprietario** ha i maggiori **contenuti positivi**.

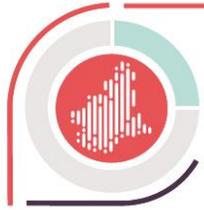
DATA APPEAL STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Sentiment Analysis: Biella Valsesia Vercelli

RICETTIVITÀ

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Biella Vercelli

COMPARTI

Ricettività

😊 SENTIMENT

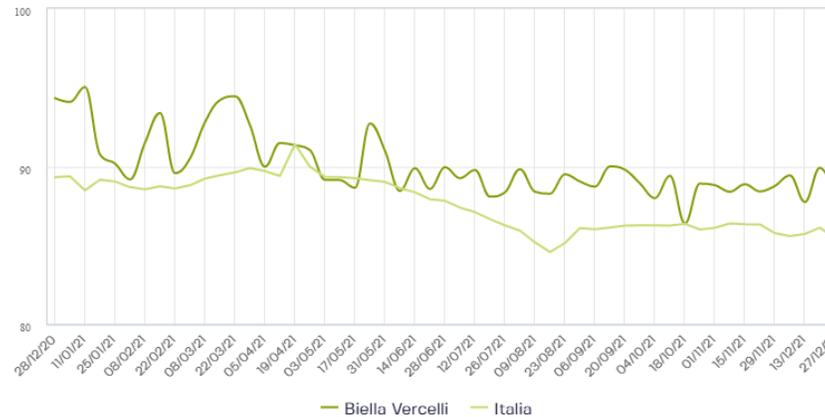
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT BIELLA VERCELLI



86,5/100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Biella Valsesia Vercelli (+0,4** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **89,3/100 vs 86,5/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



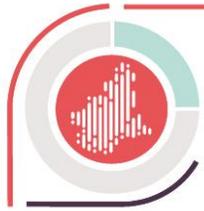


Biella Valsesia Vercelli

Ristorazione

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Biella Valsesia Vercelli

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

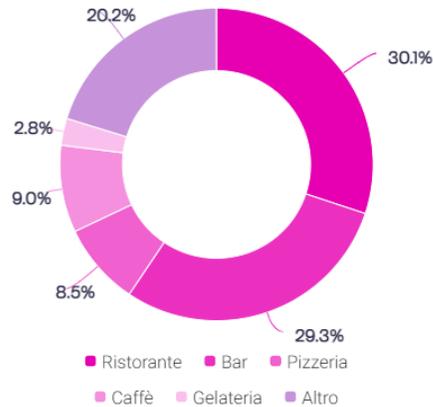
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

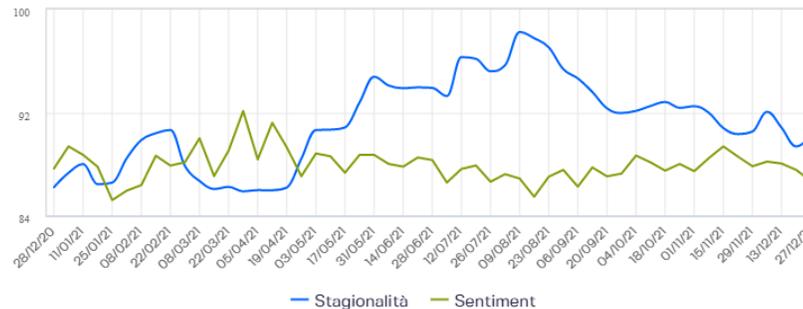
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

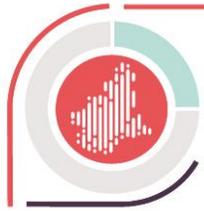


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

56,8k Contenuti ▲ 29,8 Contenuti per POI ▲
 10,4% Rispetto all'anno precedente ▲ +2,3 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.900 punti di interesse**:
 - **Ristoranti: 30,1%**;
 - **Bar: 29,3%**;
 - **Altre tipologie ristoratrici: 20,2%**;
 - **Caffè: 9%**;
 - **Pizzerie: 8,5%**;
 - **Gelaterie: 2,8%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **56.800 (+10,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Biella Valsesia Vercelli

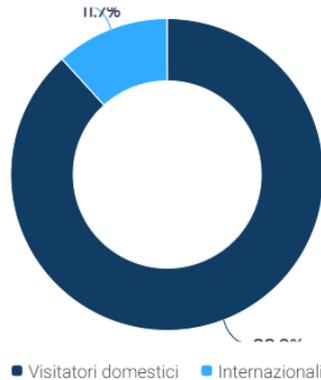
RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



L'**88,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **2,6%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **84,8/100** vs **82,9/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale l'**11,7%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

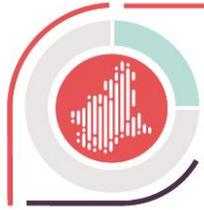
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	88,3% ▼	82,9/100 ▼
Francia	2,6% ▲	83,6/100 ▼
Svizzera	2,5% ▲	84,2/100 ▼
Germania	1,3% ▲	86,4/100 ▼
Regno Unito	0,9% ▲	84,6/100 ▼

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Biella Valsesia Vercelli

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Biella Vercelli

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

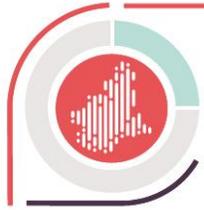
	Contenuti	Sentiment
Coppie	42,9% ▲	85,1/100 ▼
Singolo	22,0% ▼	87,6/100 ▲
Famiglie	19,6% ▼	80,9/100 ▼
Amici/Gruppo	14,0% ▲	82,4/100 ▼
Viaggio di lavoro	1,5% ▼	79,6/100 ▼

Il **42,9%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **22%** dai **single**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **87,6/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **85,1/100**, e gli **amici/gruppi**, con **82,4/100**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datapeel.io





Canali: Biella Valsesia Vercelli

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

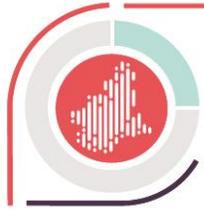
PIATTAFORME

	Reconsioni	Rating	Sentiment
Google	91,4% ▲	8,7/10 ▲	88,2/100 ▲
TripAdvisor	5,4% ▼	8,1/10 ▼	82,0/100 ▼
Facebook	1,3% ▼	🔍	69,3/100 ▼
TheFork	1,0% ▼	9,0/10	91,5/100 ▲
Booking.com	0,8% ▲	8,2/10 ▼	85,0/100 ▼

SOCIAL

	Post
Facebook	50,8% ▼
Twitter	46,8% ▲
Instagram	1,8% ▼
Youtube	0,5% ▼
Pinterest	0,0% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **91,4%**; segue **TripAdvisor**, con il **5,4%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **50,8%**; segue **Twitter**, con il **46,8%**.



Cluster & Topic: Biella Valsesia Vercelli

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Cluster & Topic

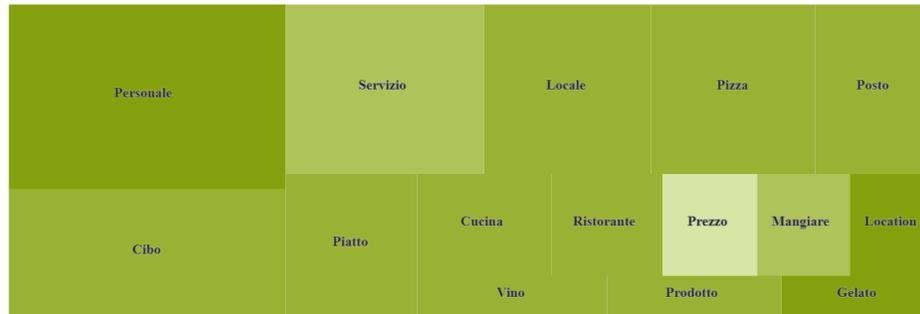
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Atmosfera	30,9% ▾	91,3/100 ▲	+0,5
Accoglienza	23,7% ▲	91,8/100 ▾	-0,4
Qualità del cibo	23,4% ▾	89,8/100 ▲	+0,5
Posizione	9,8% ▲	93,6/100 ▲	+0,2
Estetica	4,3% ▾	85,0/100 ▾	+0,0

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **30,9%** dei contenuti; segue l'accoglienza con il **23,7%** e la qualità del cibo, con il **23,4%**;
- Il tema del prezzo presenta un numero maggiore di contenuti con giudizio negativo; la location ha i maggiori contenuti positivi.

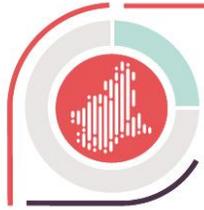
Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Sentiment Analysis: Biella Valsesia Vercelli

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Locali e Ristorazione

SENTIMENT

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

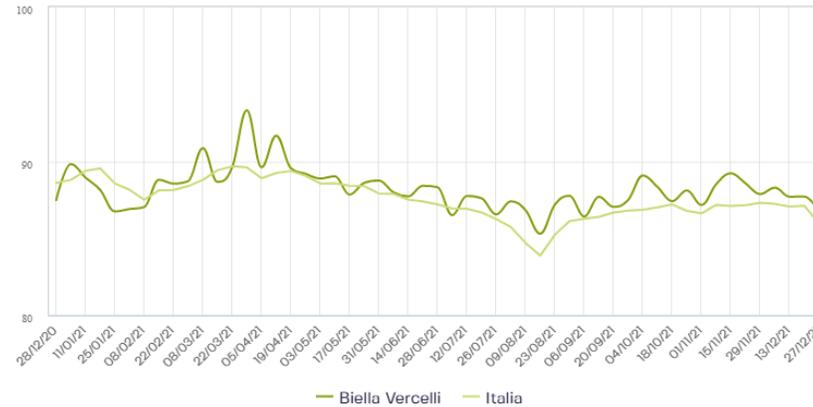
SENTIMENT BIELLA VERCELLI



+0,9 Rispetto all'anno precedente

86,8 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Biella Valsesia Vercelli (+0,9** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **87,8/100 vs 86,8/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL STUDIO

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io



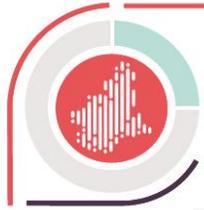


Biella Valsesia Vercelli

Attrazioni

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Biella Valsesia Vercelli

ATTRAZIONI

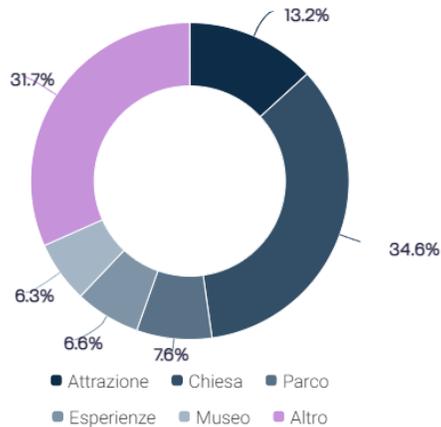
PERIODO: 01/01/21 - 31/12/21
 AREE: Biella Vercelli
 COMPARTI: Attrazioni

Panoramica

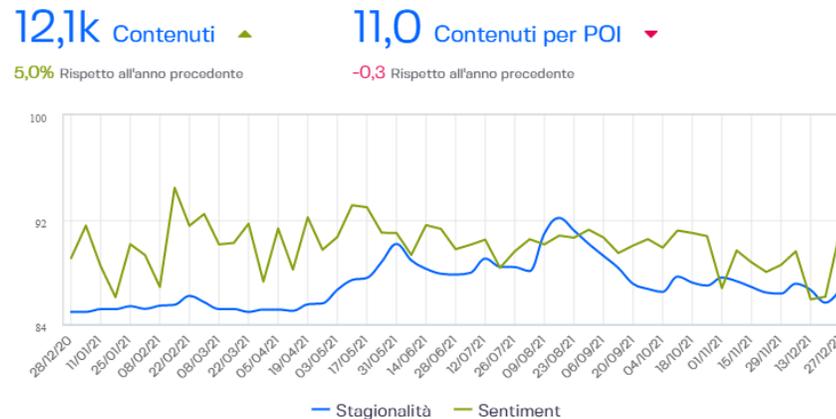
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

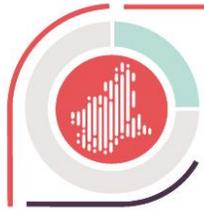
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.100 punti di interesse**:
 - Chiese: **34,6%**;
 - Altre tipologie attrattive: **31,7%**;
 - Attrazioni: **13,2%**;
 - Parchi: **7,6%**;
 - Esperienze: **6,6%**;
 - Musei: **6,3%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **12.100 (+5%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Biella Valsesia Vercelli

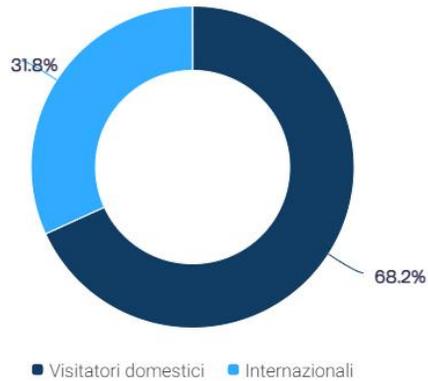
ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **86,9/100** vs **86,7/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **31,8%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Attrazioni

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	68,2% ▼	86,9/100 ▼
Svizzera	8,8% ▲	88,2/100 ▼
Francia	8,8% ▲	87,0/100 ▲
Germania	6,9% ▲	82,6/100 ▼
Paesi Bassi	1,8% ▲	92,5/100 ▲



www.datappeal.io

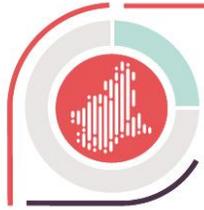


Il **68,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** e la **Francia** con l'**8,8%**.



www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Biella Valsesia Vercelli

ATTRAZIONI

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Biella Vercelli

COMPARTI

Attrazioni

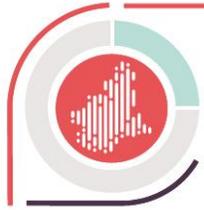
	Contenuti	Sentiment
 Coppie	50,0% ▲	86,3/100 ▼
 Famiglie	23,5% ▼	91,0/100 ▲
 Amici/Gruppo	18,5% ▼	87,0/100 ▼
 Singolo	8,0% ▲	90,1/100 ▼

Il **50%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **23,5%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **91/100** e, a seguire, fra i **single**, con **90,1/100**, e gli **amici/gruppi**, con **87/100**.

 **DATA APPEAL**
STUDIO

www.datappeal.io





Canali: Biella Valsesia Vercelli

ATTRAZIONI

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Biella Vercelli

COMPARTI

Attrazioni

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

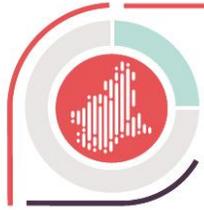
PIATTAFORME

	Reconsioni	Rating	Sentiment
Google	97,3% ▲	9,0/10 ▲	90,3/100 ▲
Booking.com	1,5% ▲	8,5/10 ▲	87,5/100 ▼
Facebook	0,8% ▼		88,9/100 ▼
TripAdvisor	0,4% ▼	8,4/10 ▼	84,5/100 ▼

SOCIAL

	Post
Twitter	74,0% ▼
Youtube	13,8% ▲
Facebook	12,1% ▼
Pinterest	0,1%
Instagram	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **97,3%**; segue **Booking**, con l'**1,5%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **74%**; segue **Youtube**, con il **13,8%**.



Cluster & Topic: Biella Valsesia Vercelli

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/21 - 31/12/21
AREE: Biella Vercelli
COMPARTI: Attrazioni

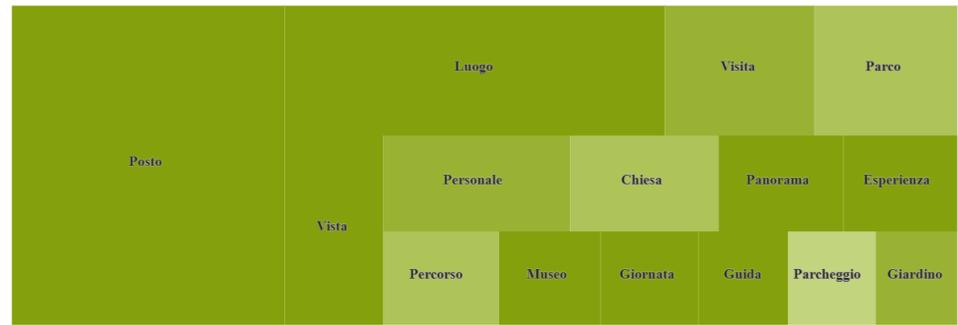
Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?
Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Posizione	35,4% ▾	96,2/100 ▲	+1,2
Spazi	26,4% ▲	86,4/100 ▾	-0,8
Atmosfera	19,2% ▲	91,1/100 ▾	-1,4
Accoglienza	7,6% ▲	91,6/100 ▾	-0,9
Ristorazione	2,6% ▾	89,8/100 ▾	-0,3

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **35,4%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **26,4%** e l'**atmosfera**, con il **19,2%**;
- Il tema del **parcheggio** presenta un **numero maggiore di contenuti con giudizio negativo**; la **guida** ha i maggiori **contenuti positivi**.

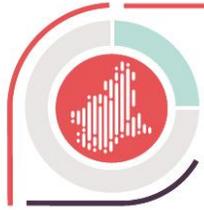
DATA APPEAL STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Sentiment Analysis: Biella Valsesia Vercelli

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Attrazioni

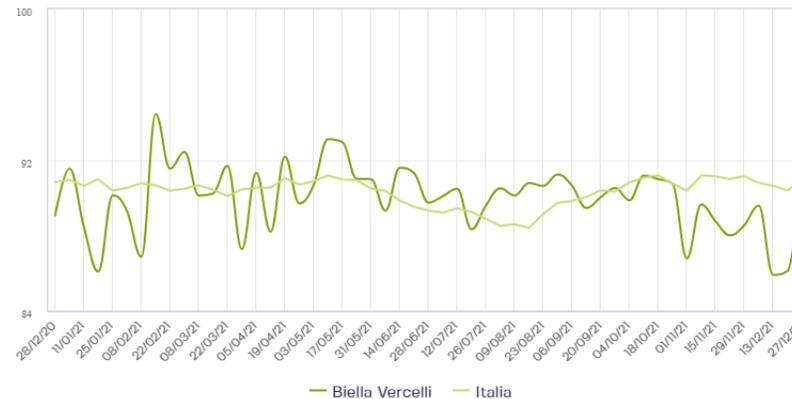
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT BIELLA VERCELLI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Biella Valsesia Vercelli (+0,2** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia: 90,2/100 vs 89,9/100**.

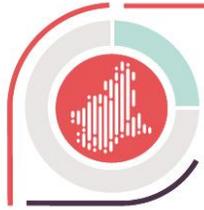


Cuneese

Complessivo

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Cuneese

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

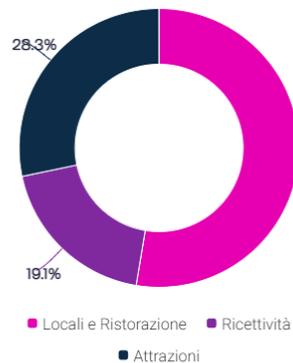
AREE
Cuneese

Panoramica

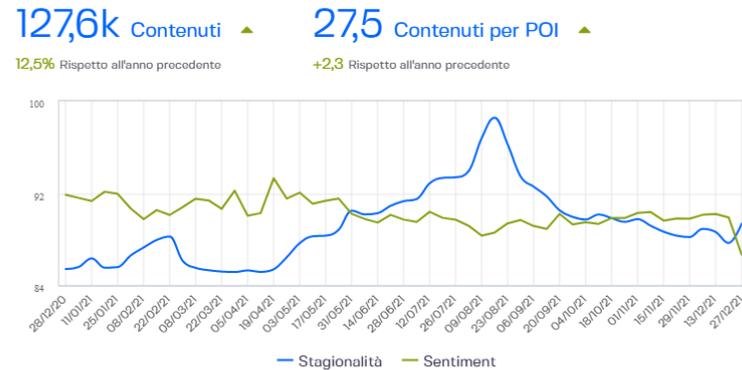
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.600 punti di interesse**:
 - Ristorazione: 52,6%**;
 - Attrazioni: 28,3%**;
 - Ricettività: 19,1%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **127.600** (+12,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

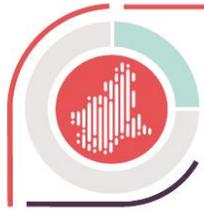
DATA APPEAL STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Visitatori: Cuneese

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPLESSIVO

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **89,6/100** vs **88,3/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **27,6%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	72,4% ▾	88,3/100 ▲
Francia	10,6% ▾	90,2/100 ▲
Germania	5,1% ▲	88,4/100 ▾
Svizzera	3,2% ▲	88,6/100 ▾
Paesi Bassi	2,0% ▲	87,7/100 ▾

Il **72,4%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **10,6%**.

DATA APPEAL STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL STUDIO

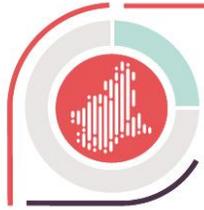
www.datappeal.io



DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Cuneese

COMPLESSIVO

PERIODO

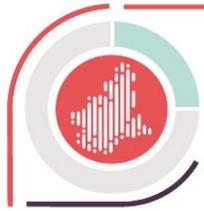
01/01/21 - 31/12/21

AREE

Cuneese

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	51,2% ▲	90,1/100 ▼
 Famiglie	19,1% ▼	89,5/100 ▲
 Singolo	14,5% ▼	88,4/100 ▼
 Amici/Gruppo	13,7% ▲	89,1/100 ▲
 Viaggio di lavoro	1,5% ▲	91,3/100 ▲

Il **51,2%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **19,1%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con un indice di **91,3/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **90,1/100**, e le **famiglie**, con **89,5/100**.



Sentiment Analysis: Cuneese

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

😊 SENTIMENT

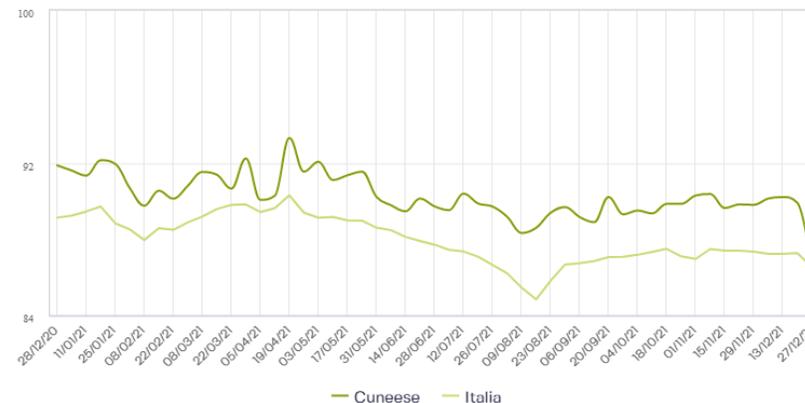
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT CUNEESE



87,2 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Cuneese** (+0,9 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **89,9/100** vs **87,2/100**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





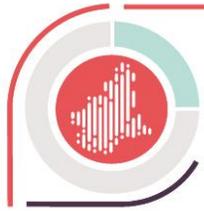
Cuneese

Ricettività

Anno 2021

01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Cuneese

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

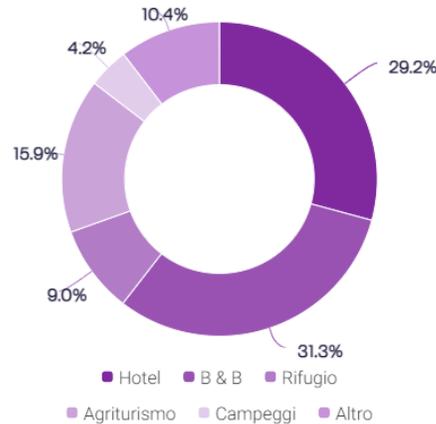
COMPARTI
Ricettività

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

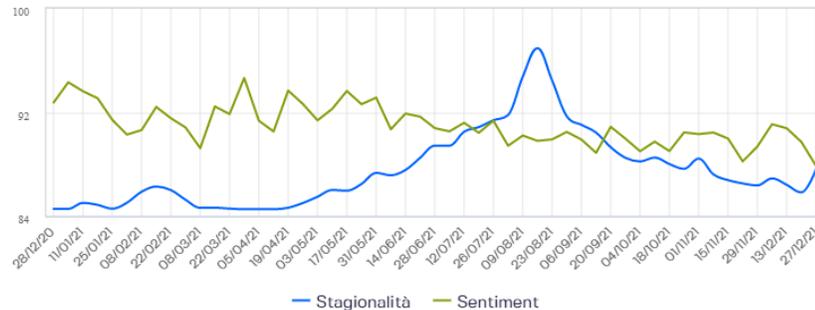
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



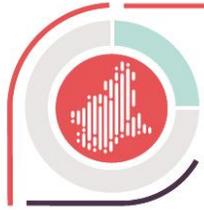
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

27,7k Contenuti ▲ **31,3** Contenuti per POI ▲
 16,7% Rispetto all'anno precedente ▲ +3,7 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **886 punti di interesse**:
 - **B&B: 31,3%**;
 - **Hotel: 29,2%**;
 - **Agriturismi: 15,9%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 10,4%**;
 - **Rifugi: 9%**;
 - **Campeggi: 4,2%**.

- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **27.700 (+16,7%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Cuneese

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

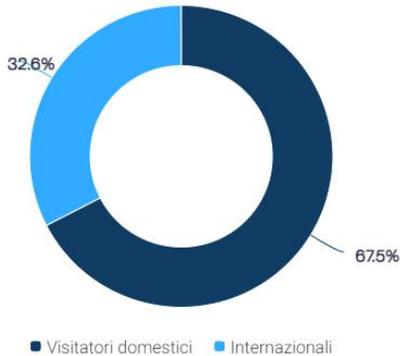
AREE
Cuneese

COMPARTI
Ricettività

RICETTIVITÀ

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **89,8/100** vs **89,3/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **32,6%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io



Il **67,5%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **12,5%**.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Ricettività

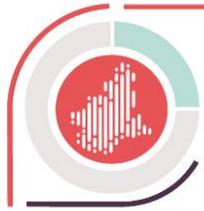
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	67,5% ▾	89,3/100
Francia	12,5% ▾	90,4/100 ▲
Germania	6,2% ▲	88,5/100 ▾
Svizzera	3,8% ▲	88,8/100 ▾
Paesi Bassi	2,3% ▲	88,1/100 ▾

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Cuneese

RICETTIVITÀ

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Cuneese

COMPARTI

Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	51,6% ▲	90,2/100 ▼
Famiglie	19,0% ▼	89,5/100 ▲
Singolo	14,7% ▼	88,4/100 ▼
Amici/Gruppo	13,1% ▲	89,5/100 ▲
Viaggio di lavoro	1,6% ▲	91,2/100 ▲

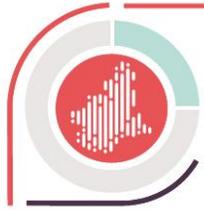
Il **51,6%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **19%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con un indice di **91,2/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **90,2/100**, le **famiglie** e gli **amici/gruppi**, con **89,5/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con DATA APPEAL STUDIO



www.datappeal.io





Canali: Cuneese

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Ricettività

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	50,2% ▾	9,1/10 ▲	91,5/100 ▲
Booking.com	43,0% ▲	8,8/10	89,5/100 ▾
TripAdvisor	5,1% ▾	8,8/10	88,6/100
Hotels.com	0,6%	9,0/10 ▲	89,8/100 ▲
Facebook	0,5% ▾		95,1/100 ▾

SOCIAL

	Post
Facebook	79,4% ▾
Twitter	15,1% ▲
Youtube	4,9% ▲
Instagram	0,6% ▾

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **50,2%**; segue **Booking**, con il **43%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **79,4%**; segue **Twitter**, con il **15,1%**.

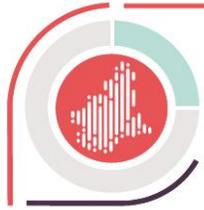
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Cluster & Topic: Cuneese

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/21 - 31/12/21
AREE: Cuneese
COMPARTI: Ricettività

Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?
Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

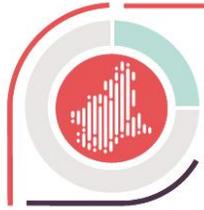
	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Ristorazione	23,8% -	92,8 ₁₀₀ -	+0,7
Staff	23,6% -	96,9 ₁₀₀	-
Atmosfera	16,6% -	91,3 ₁₀₀ -	+0,1
Camera	14,4% -	84,6 ₁₀₀ -	+0,7
Pulizia	6,4% -	95,2 ₁₀₀ -	-0,5

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con DATA APPEAL STUDIO

- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **23,8%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **23,6%** e l'**atmosfera**, con il **16,6%**;
- Il tema del **bagno** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Cuneese

RICETTIVITÀ

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Cuneese

COMPARTI

Ricettività

😊 SENTIMENT

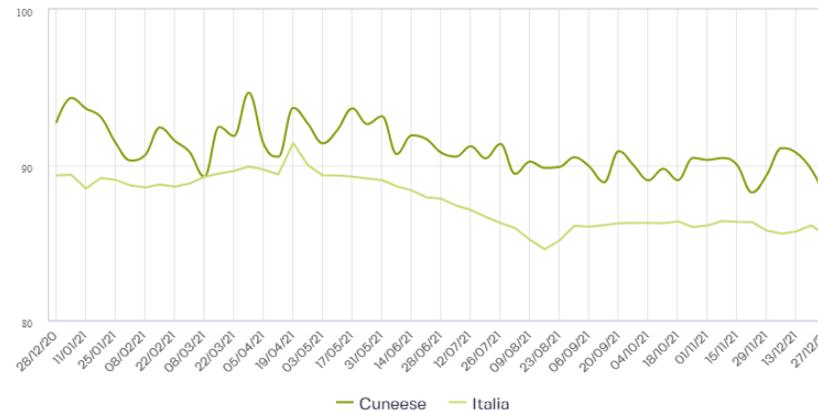
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT CUNEESE



86,5 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Cuneese** (+0,3 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **90,5/100** vs **86,5/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



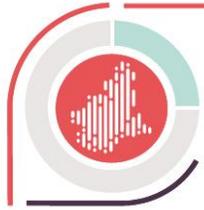


Cuneese

Ristorazione

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Cuneese

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

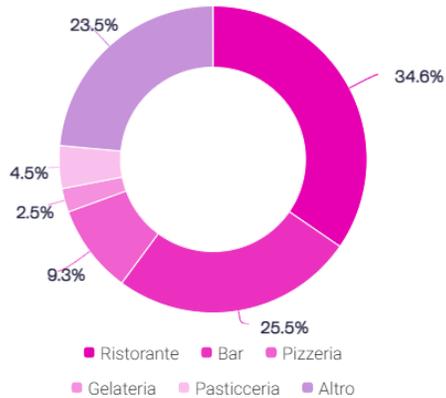
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

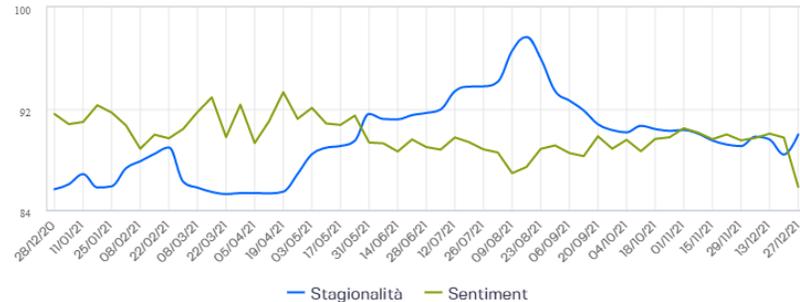
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

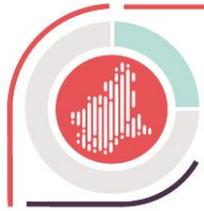


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

82,9k Contenuti ▲ **33,9** Contenuti per POI ▲
 9,9% Rispetto all'anno precedente ▲ +2,7 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.400 punti di interesse**:
 - **Ristoranti: 34,6%**;
 - **Bar: 25,5%**;
 - **Altre tipologie ristoratrici: 23,5%**;
 - **Pizzerie: 9,3%**;
 - **Pasticcerie: 4,5%**;
 - **Gelaterie: 2,5%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **82.900 (+9,9%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



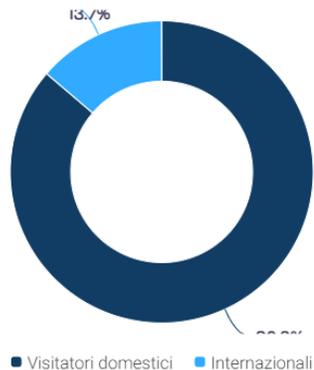
Visitatori: Cuneese

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



L'**86,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **5,3%**.

RISTORAZIONE

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **88,2/100** vs **86,3/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **13,7%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

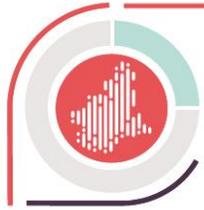
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	86,3% ▾	86,3/100 ▲
Francia	5,3% ▾	89,0/100 ▲
Germania	2,0% ▲	87,9/100 ▲
Svizzera	1,7% ▲	87,7/100 ▲
Paesi Bassi	0,9% ▲	85,1/100 ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Cuneese

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Cuneese

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

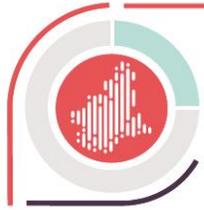
	Contenuti	Sentiment
 Coppie	47,3% ▼	89,2/100 ▲
 Famiglie	20,0% ▼	88,8/100 ▲
 Amici/Gruppo	19,0% ▲	86,8/100 ▲
 Singolo	13,1% ▲	88,6/100 ▲
 Viaggio di lavoro	0,7%	95,5/100 ▲

Il **47,3%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **20%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con un indice di **95,5/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **89,2/100**, e le **famiglie**, con **88,8/100**.

 **DATA APPEAL**
STUDIO

www.datappeal.io





Canali: Cuneese

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	88,4% ▲	8,9/10 ▲	89,7/100 ▲
TripAdvisor	6,7% ▼	8,4/10 ▲	85,1/100 ▲
TheFork	2,6% ▲	9,2/10 ▲	92,7/100 ▲
Booking.com	1,4% ▼	8,6/10	88,5/100 ▲
Facebook	0,8% ▼		82,5/100 ▼

SOCIAL

	Post
Facebook	71,8% ▼
Twitter	26,7% ▲
Youtube	1,2% ▲
Pinterest	0,2% ▲
Instagram	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **88,4%**; segue **TripAdvisor**, con il **6,7%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **71,8%**; segue **Twitter**, con il **26,7%**.

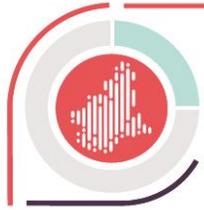
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con



www.datappeal.io





Cluster & Topic: Cuneese

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

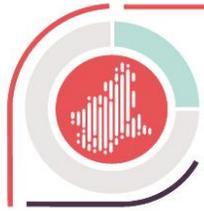
CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Atmosfera	31,4% ▲	92,7/100 ▲	+0,9
Accoglienza	24,1% ▲	93,8/100 ▲	+0,6
Qualità del cibo	23,1% ▲	90,4/100 ▲	+0,5
Posizione	8,9% ▲	93,8/100 ▼	-0,2
Estetica	4,3% ▼	87,4/100 ▲	+1,7

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **31,4%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **24,1%** e la **qualità del cibo**, con il **23,1%**;
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; il **personale** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Cuneese

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

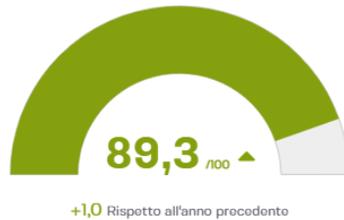
AREE
Cuneese

COMPARTI
Locali e Ristorazione

😊 SENTIMENT

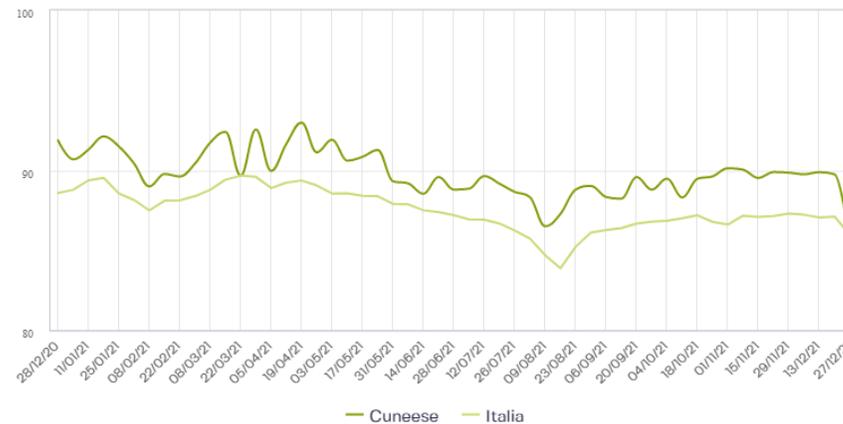
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT CUNEESE



86,8 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Cuneese** (+1 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **89,3/100** vs **86,8/100**.

DATA APPEAL STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL STUDIO

www.datapeal.io



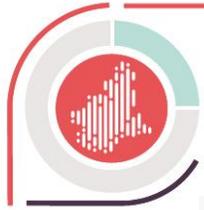


Cuneese

Attrazioni

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Cuneese

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Attrazioni

ATTRAZIONI

Panoramica

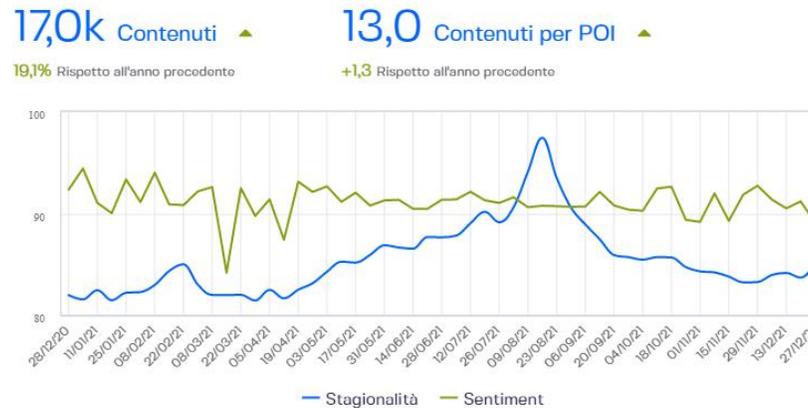
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

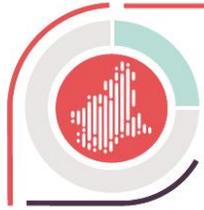
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.300 punti di interesse**:
 - **Altre tipologie attrattive: 35,1%**;
 - **Chiese: 24,3%**;
 - **Attrazioni: 17,8%**;
 - **Esperienze: 9,3%**;
 - **Parchi: 8,3%**;
 - **Paesaggistica: 5,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **17.000** (+19,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



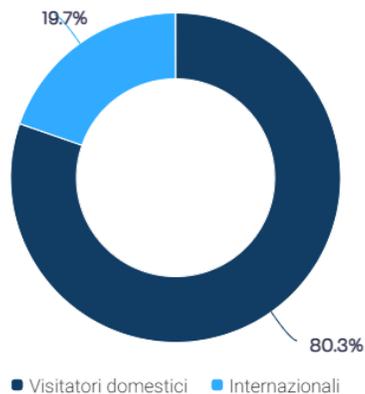
Visitatori: Cuneese

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



L'**80,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue il **Belgio** con l'**8,2%**.

ATTRAZIONI

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **88,2/100** vs **79,5/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **19,7%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Attrazioni

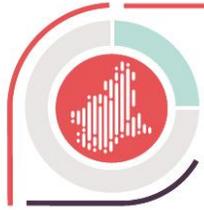
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	80,3% ▲	88,2/100 ▼
Belgio	8,2% ▲	76,0/100 ▼
Francia	4,9% ▼	80,0/100 ▼
Germania	3,3% ▲	97,0/100 ▼
Paesi Bassi	3,3% ▲	70,0/100 ▼

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





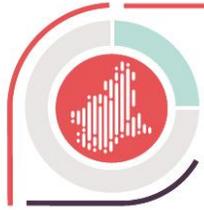
Tipologie di viaggio: Cuneese

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/21 - 31/12/21	Cuneese	Attrazioni

	Contenuti	Sentiment
Coppie	60,6% ▲	89,1/100 ▼
Amici/Gruppo	24,2% ▲	86,3/100 ▼
Famiglie	12,1% ▼	89,4/100 ▼
Singolo	3,0% ▼	100,0/100 ▲

Il **60,6%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **24,2%** dagli **amici/gruppi**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **100/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **89,4/100**, e le **coppie**, con **89,1/100**.



PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Attrazioni

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

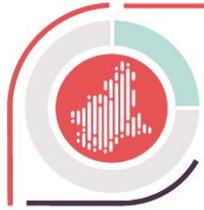
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	98,5% ▲	9,1/10 ▲	91,2/100 ▲
Facebook	1,0% ▼	8,4/10 ▼	84,3/100 ▼
TripAdvisor	0,4% ▼	8,8/10 ▼	90,1/100 ▲
Booking.com	0,1% ▲	8,4/10 ▼	82,9/100 ▼

SOCIAL

	Post
Twitter	92,2% ▲
Facebook	4,5% ▼
Youtube	2,9% ▲
Pinterest	0,4% ▼
Instagram	0,0%

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **98,5%**; segue **Facebook**, con l'**1%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **92,2%**; segue **Facebook**, con il **4,5%**.



Cluster & Topic: Cuneese

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Attrazioni

ATTRAZIONI

Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

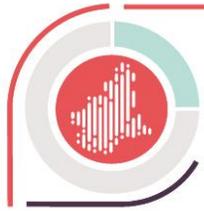
CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Posizione	31,6% ▾	96,0 ₁₀₀ ▲	+1,5
Spazi	29,8% ▾	89,8 ₁₀₀ ▲	+1,4
Atmosfera	18,9%	93,3 ₁₀₀ ▾	-0,9
Accoglienza	9,4% ▲	91,0 ₁₀₀ ▾	-0,7
Servizi	3,7%	85,3 ₁₀₀ ▲	+1,8

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **31,6%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **29,8%** e l'**atmosfera**, con il **18,9%**;
- Il tema della **strada** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **piazza** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Cuneese

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

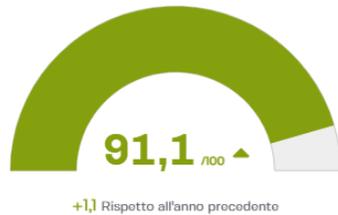
AREE
Cuneese

COMPARTI
Attrazioni

😊 SENTIMENT

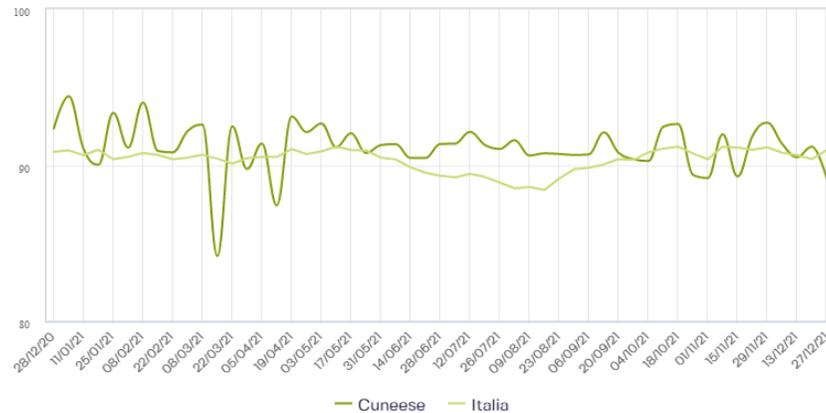
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT CUNESE



89,9 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Cuneese** (+1,1 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **91,1/100** vs **89,9/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



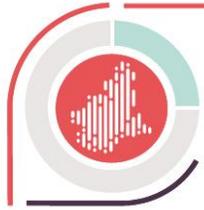


Distretto Laghi

Complessivo

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Distretto Laghi

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

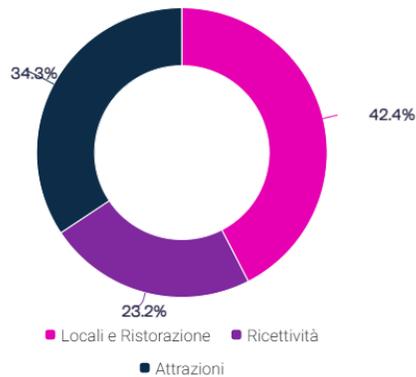
AREE
Distretto Laghi

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

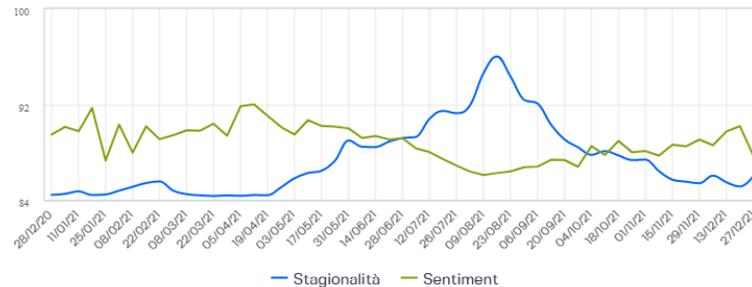
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

132,6k Contenuti ▲ **37,8** Contenuti per POI ▲
 19,9% Rispetto all'anno precedente ▲ +4,9 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **3.500 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 42,4%**;
 - **Attrazioni: 34,3%**;
 - **Ricettività: 23,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **132.600** (+19,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

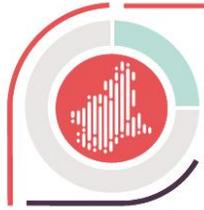
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Visitatori: Distretto Laghi

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **40,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **22,4%**.

COMPLESSIVO

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **85,6/100** vs **85/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere vale il 59,5%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

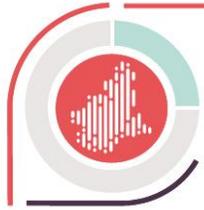
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	40,6% ▼	85,6/100 ▲
Germania	22,4% ▲	84,9/100 ▼
Svizzera	12,1% ▼	84,9/100 ▼
Francia	9,9% ▲	85,1/100 ▼
Paesi Bassi	5,4% ▲	83,7/100 ▼

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Distretto Laghi

COMPLESSIVO

PERIODO

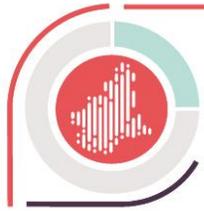
01/01/21 - 31/12/21

AREE

Distretto Laghi

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	60,7% ▲	85,5/100 ▼
 Famiglie	21,9% ▼	85,0/100 ▼
 Amici/Gruppo	10,4%	85,4/100 ▲
 Singolo	6,8% ▼	86,1/100 ▲
 Viaggio di lavoro	0,2%	84,1/100 ▲

Il **60,7%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **21,9%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **86,1/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **85,5/100**, e gli **amici/gruppi**, con **85,4/100**.



Sentiment Analysis: Distretto Laghi

COMPLESSIVO

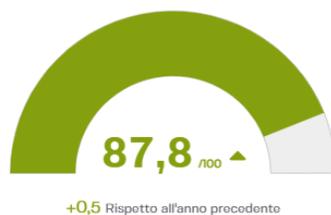
PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

😊 SENTIMENT

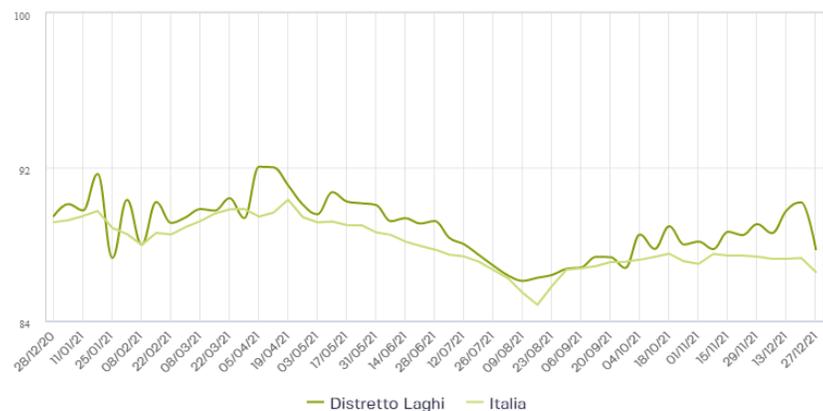
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT DISTRETTO LAGHI



87,2 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Distretto Laghi (+0,5** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia: 87,8/100 vs 87,2/100.**

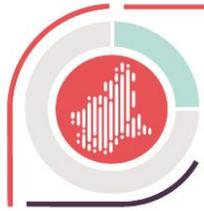


Distretto Laghi

Ricettività

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Distretto Laghi

RICETTIVITÀ

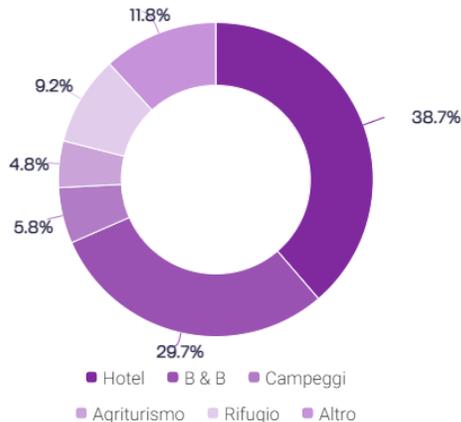
PERIODO 01/01/21 - 31/12/21
AREE Distretto Laghi
COMPARTI Ricettività

Panoramica

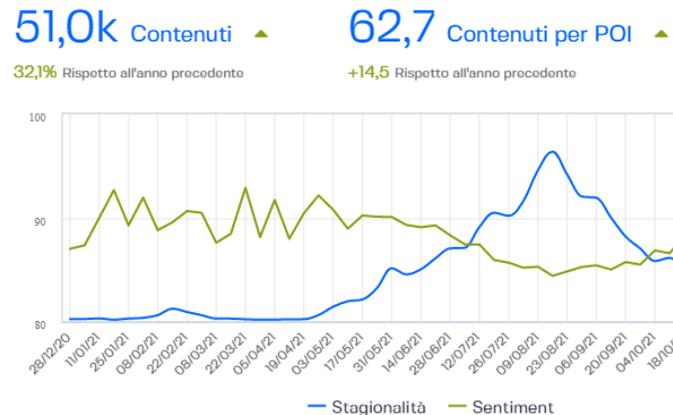
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

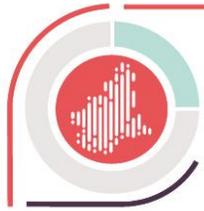


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **814 punti di interesse**:
 - **Hotel: 38,7%**;
 - **B&B: 29,7%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 11,8%**;
 - **Rifugi: 9,2%**;
 - **Campeggi: 5,8%**;
 - **Agriturismi: 4,8%**.

- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **51.000 (+32,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



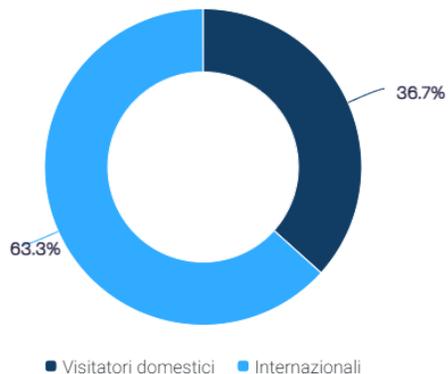
Visitatori: Distretto Laghi

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **36,7%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **24,5%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

RICETTIVITÀ

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **85,7/100** vs **85,2/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **63,3%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Ricettività

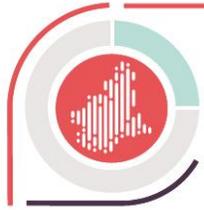
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	36,7% ▾	85,7/100 ▲
Germania	24,5% ▲	85,1/100 ▾
Svizzera	12,7% ▾	85,0/100 ▾
Francia	10,4% ▲	85,2/100 ▾
Paesi Bassi	5,7% ▲	83,7/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Distretto Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

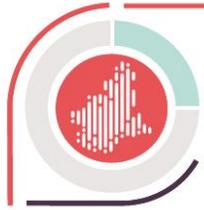
Distretto Laghi

COMPARTI

Ricettività

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	60,3% ▲	85,5/100 ▼
 Famiglie	22,1% ▼	85,0/100 ▼
 Amici/Gruppo	10,5% ▲	85,3/100 ▲
 Singolo	6,9% ▼	86,1/100 ▲
 Viaggio di lavoro	0,2%	85,6/100 ▲

Il **60,3%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **22,1%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **86,1/100** e, a seguire, fra coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con **85,6/100**, e le **coppie**, con **85,5/100**.



Canali: Distretto Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Ricettività

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	65,7% ▲	8,4/10	85,4/100 ▼
Google	28,7% ▼	8,9/10 ▲	89,7/100 ▲
TripAdvisor	3,9% ▼	8,4/10	84,9/100 ▲
Hotels.com	0,8%	8,7/10 ▼	86,5/100 ▼
HolidayCheck	0,4% ▲	8,7/10 ▲	85,6/100 ▼

SOCIAL

	Post
Facebook	69,2% ▲
Twitter	23,5% ▼
Youtube	6,0% ▲
Instagram	0,8% ▼
Pinterest	0,5% ▲

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **65,7%**; segue **Google**, con il **28,7%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **69,2%**; segue **Twitter**, con il **23,5%**.

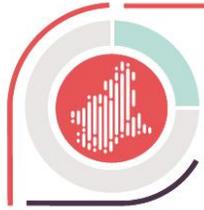
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Cluster & Topic: Distretto Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Ricettività

Cluster & Topic

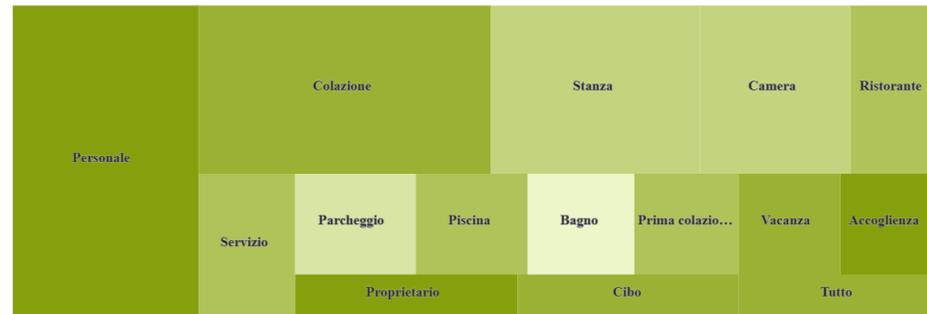
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Ristorazione	20,3% ▲	87,9/100 ▲	+0,4
Staff	19,2% ▲	94,6/100 ▲	+0,7
Atmosfera	17,9% ▲	88,0/100 ▲	+0,7
Camera	17,2% ▲	73,6/100 ▼	-1,4
Pulizia	3,8% ▼	89,8/100 ▼	-0,6

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **20,3%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **19,2%** e l'**atmosfera**, con il **17,9%**;
- Il tema del **bagno** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; il **proprietario** ha i maggiori **contenuti positivi**.

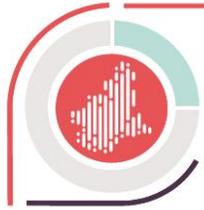
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Sentiment Analysis: Distretto Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Ricettività

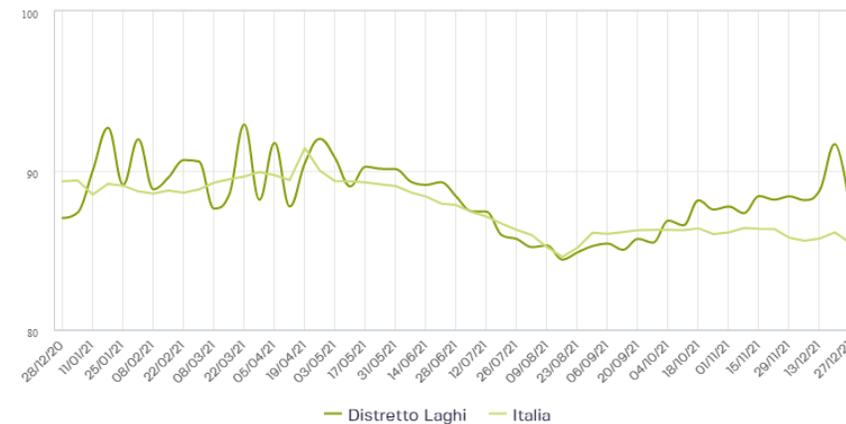
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT DISTRETTO LAGHI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Distretto Laghi** (stesso valore in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **86,6/100** vs **86,5/100**.



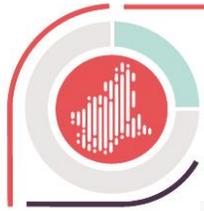
Distretto Laghi

Ristorazione

Anno 2021

01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Distretto Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

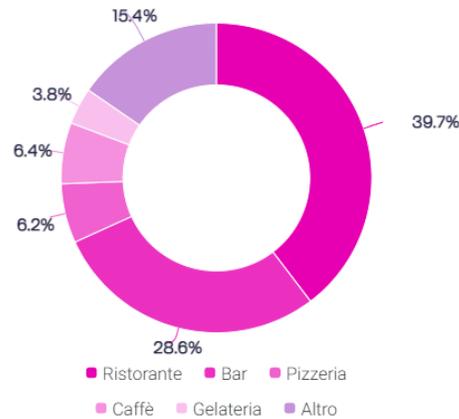
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

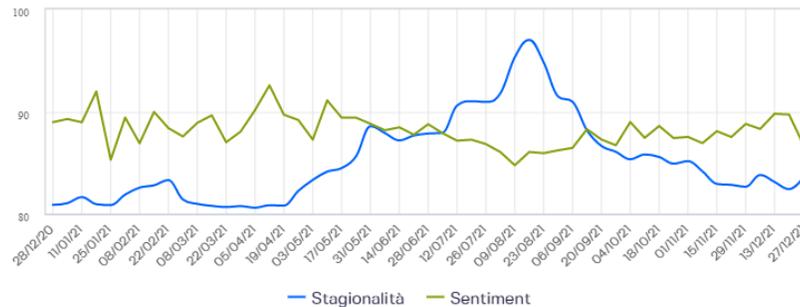
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

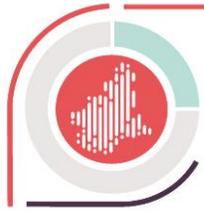


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

61,8k Contenuti ▲ **41,5** Contenuti per POI ▲
 13,8% Rispetto all'anno precedente +3,9 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.500 punti di interesse**:
 - **Ristoranti: 39,7%**;
 - **Bar: 28,6%**;
 - **Altre tipologie ristoratrici: 15,4%**;
 - **Caffè: 6,4%**;
 - **Pizzerie: 6,2%**;
 - **Gelaterie: 3,8%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **61.800 (+13,8%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



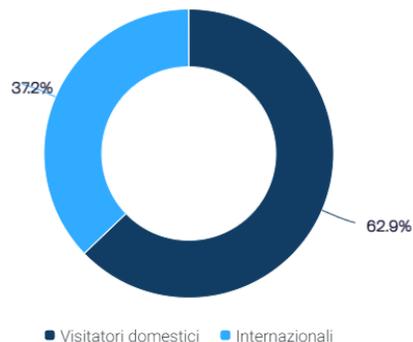
Visitatori: Distretto Laghi

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **62,9%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **10,4%**.

RISTORAZIONE

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **85/100** vs **83,4/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **37,2%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

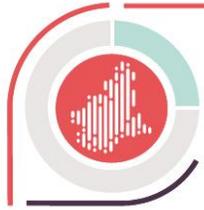
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	62,9% ▾	85,0/100 ▲
Germania	10,4% ▲	82,5/100 ▾
Svizzera	8,5% ▾	83,6/100 ▾
Francia	7,4% ▲	83,4/100 ▾
Paesi Bassi	3,9% ▲	84,5/100 ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Distretto Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Distretto Laghi

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

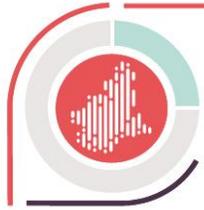
	Contenuti	Sentiment
 Coppie	67,7% ▲	85,7/100 ▼
 Famiglie	19,0% ▲	85,8/100 ▲
 Amici/Gruppo	8,0% ▼	85,8/100 ▼
 Singolo	5,0% ▼	86,0/100 ▲
 Viaggio di lavoro	0,4% ▼	68,2/100 ▼

Il **67,7%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **19%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **86/100** e, a seguire, fra le **famiglie** e gli **amici/gruppi**, con **85,8/100**.

 DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Canali: Distretto Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	84,2% ▲	8,7/10 ▲	88,1/100 ▲
TripAdvisor	10,7% ▼	8,1/10 ▲	82,6/100 ▲
Booking.com	2,8% ▲	8,4/10 ▼	85,9/100 ▼
TheFork	1,3% ▼	9,0/10 ▲	90,6/100 ▲
Facebook	0,9% ▼	🔍	78,8/100 ▼

SOCIAL

	Post
Facebook	97,4% ▲
Youtube	1,9% ▲
Twitter	0,5% ▲
Instagram	0,2% ▼
Pinterest	🔍

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **84,2%**; segue **TripAdvisor**, con il **10,7%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **97,4%**; segue **Youtube**, con il **1,9%**.



Cluster & Topic: Distretto Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Cluster & Topic

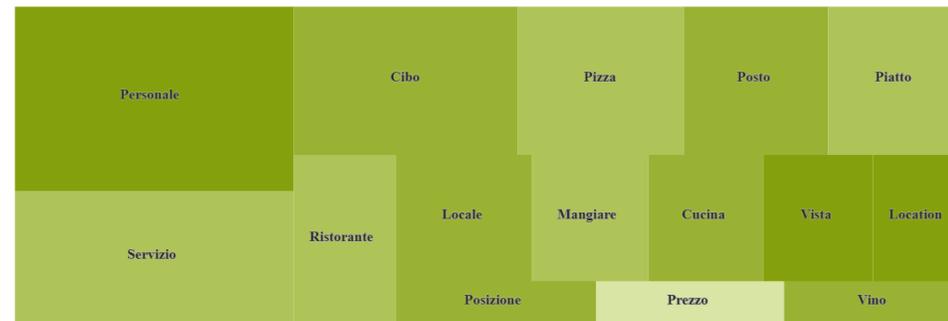
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

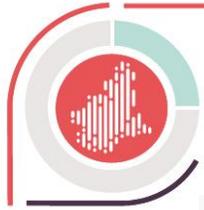
CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Atmosfera	29,4% ▲	89,5/100 ▲	+0,1
Accoglienza	24,5% ▲	91,8/100 ▲	+0,2
Qualità del cibo	20,3% ▼	87,1/100 ▲	+0,2
Posizione	13,3% ▲	94,0/100 ▲	+0,4
Estetica	5,7% ▼	86,2/100 ▲	+1,4

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **29,4%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **24,5%** e la **qualità del cibo**, con il **20,3%**;
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **location** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Distretto Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Locali e Ristorazione

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT DISTRETTO LAGHI



86,8 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Distretto Laghi (+0,8** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **87,3/100 vs 86,8/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



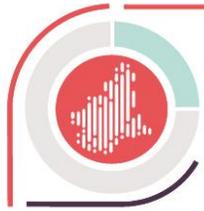


Distretto Laghi

Attrazioni

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Distretto Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/21 - 31/12/21
AREE: Distretto Laghi
COMPARTI: Attrazioni

Panoramica

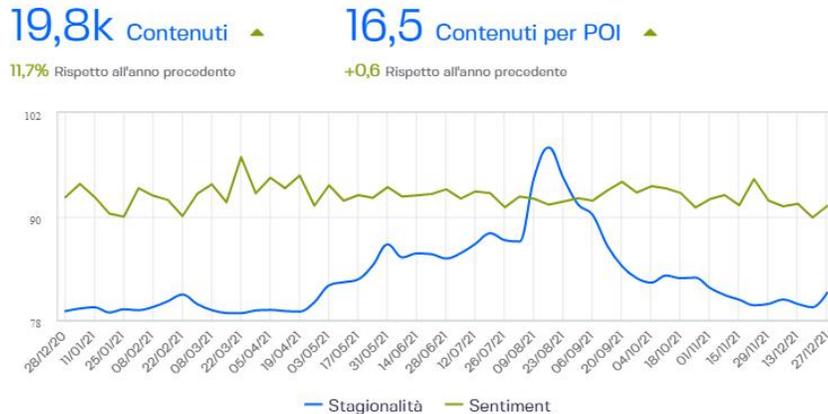
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

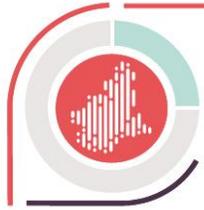


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.200 punti di interesse**:
 - **Altre tipologie attrattive: 52,5%**;
 - **Attrazioni: 20,3%**;
 - **Esperienze: 13,9%**;
 - **Parchi: 7,5%**;
 - **Paesaggistica: 4%**;
 - **Giardini pubblici: 1,9%**.

- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **19.800 (+11,7%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



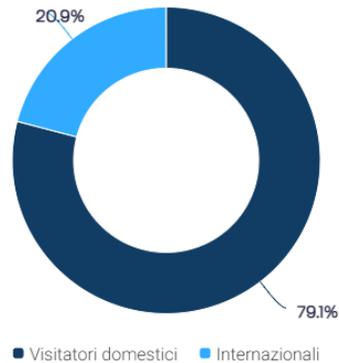
Visitatori: Distretto Laghi

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **79,1%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **9%**.

ATTRAZIONI

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **91,2/100** vs **89,9/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **20,9%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Attrazioni

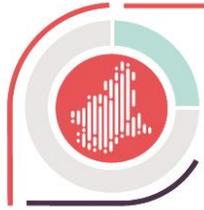
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	79,1% ▲	89,9/100 ▲
Germania	9,0% ▲	93,9/100 ▲
Francia	4,5% ▼	91,2/100 ▲
Svizzera	4,5% ▲	86,7/100 ▼
Belgio	1,5%	100,0/100 ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





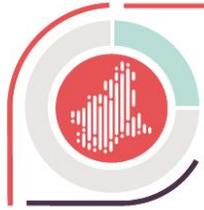
Tipologie di viaggio: Distretto Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/21 - 31/12/21	Distretto Laghi	Attrazioni

	Contenuti	Sentiment
Coppie	55,3% ▲	91,9/100 ▲
Famiglie	23,4% ▼	85,8/100 ▲
Amici/Gruppo	19,2% ▼	95,6/100 ▲
Singolo	2,1% ▲	100,0/100 ▲

Il **55,3%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **23,4%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **100/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **95,6/100**, e le **coppie**, con **91,9/100**.



Canali: Distretto Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Attrazioni

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

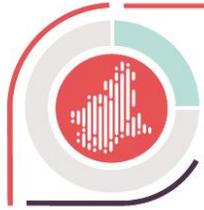
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	99,2% ▲	9,2/10 ▲	92,3/100 ▲
TripAdvisor	0,5% ▼	9,0/10 ▲	90,9/100 ▲
Facebook	0,3% ▼		94,9/100 ▼

SOCIAL

	Post
Twitter	80,2% ▼
Youtube	11,5% ▲
Facebook	8,3% ▼
Pinterest	0,0% ▼
Instagram	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **99,2%**; segue **TripAdvisor**, con lo **0,5%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con l'**80,2%**; segue **Youtube**, con l'**11,5%**.



Cluster & Topic: Distretto Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Attrazioni

Cluster & Topic

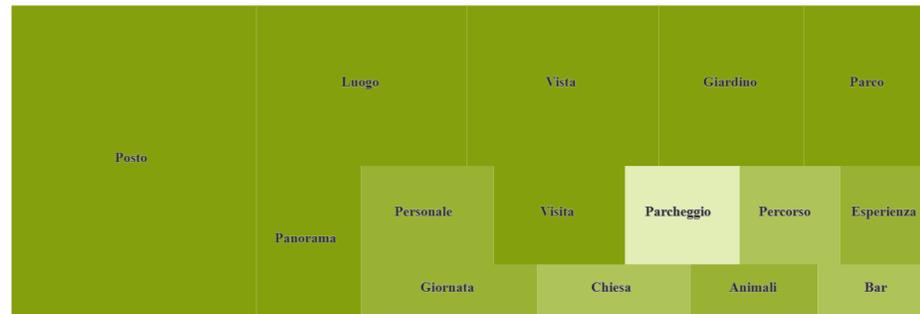
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

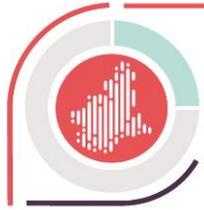
CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Posizione	36,6% ▲	95,2/100 ▲	+0,5
Spazi	25,6% ▲	89,6/100 ▲	+1,7
Atmosfera	17,7% ▼	94,2/100 ▲	+6,4
Accoglienza	5,4% ▼	93,3/100 ▼	-0,5
Servizi	4,8% ▼	89,3/100 ▲	+4,4

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **36,6%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **25,6%** e l'**atmosfera**, con il **17,7%**;
- Il tema del **parking** presenta un **numero maggiore di contenuti con giudizio negativo**; la **visita** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Distretto Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Attrazioni

😊 SENTIMENT

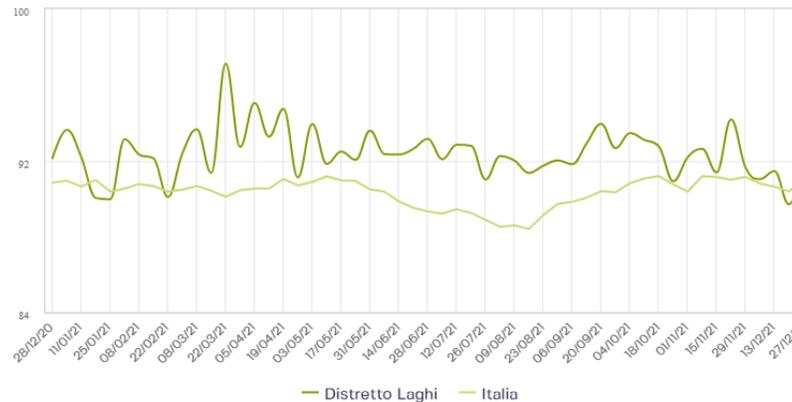
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT DISTRETTO LAGHI



89,9 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Distretto Laghi (+1,4** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia: 92,3/100 vs 89,9/100.**

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



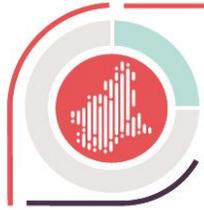


Langhe Monferrato Roero

Complessivo

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Langhe Monferrato Roero

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

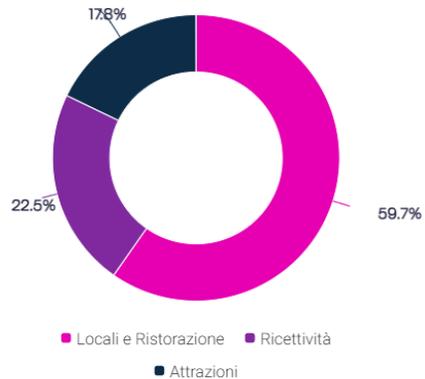
AREE
Langhe Monf.to Roero

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

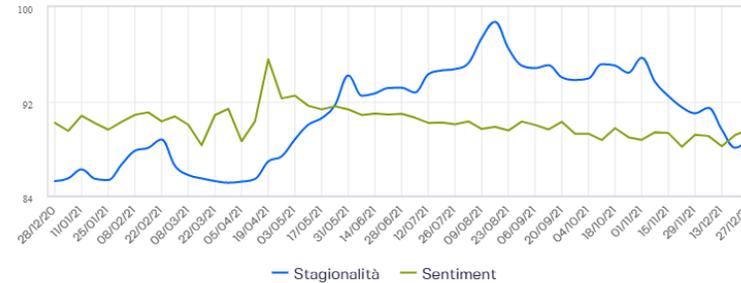
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

169,5k Contenuti ▲ **30,7** Contenuti per POI ▲
33,6% Rispetto all'anno precedente +6,4 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **5.500 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 59,7%**;
 - **Ricettività: 22,5%**;
 - **Attrazioni: 17,8%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **169.500** (+33,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

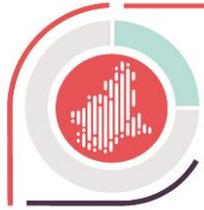
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Visitatori: Langhe Monferrato Roero

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to
Roero

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Il **64,9%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **10,2%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **90.9/100** vs **89,9/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **35,1%** del totale.

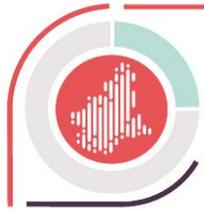
PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to
Roero

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	64,9% ▾	89,9/100 ▾
Svizzera	10,2% ▴	90,4/100 ▾
Francia	5,5% ▴	89,8/100 ▾
Germania	4,8% ▴	91,0/100 ▾
Paesi Bassi	4,0% ▴	92,0/100 ▾

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io



Tipologie di viaggio: Langhe Monferrato Roero

COMPLESSIVO

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Langhe Monf.to
Roero

	Contenuti	Sentiment
Coppie	62,4% ▲	91,4/100 ▼
Famiglie	16,3% ▲	91,3/100 ▼
Amici/Gruppo	14,4% ▲	90,3/100 ▼
Singolo	6,4% ▼	90,7/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,5% ▼	88,0/100 ▼

Il **62,4%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **16,3%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **91,4/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **91,3/100**, e i **single**, con **90,7/100**.

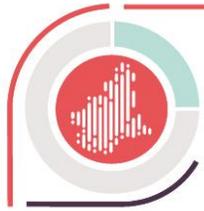
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Sentiment Analysis: Langhe Monferrato Roero

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to Roero

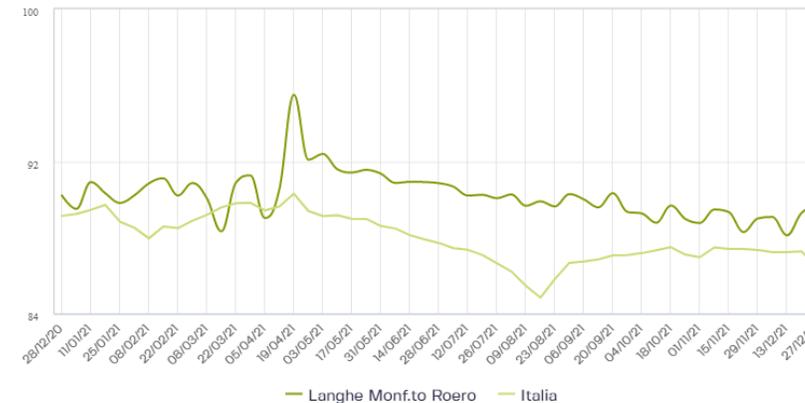
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT LANGHE MONFOTO ROERO



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero** (+0,4 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia: 90,1/100 vs 87,2/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



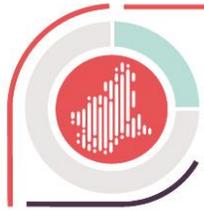


Langhe Monferrato Roero

Ricettività

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to Roero

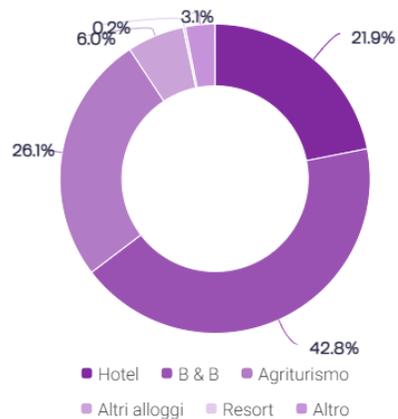
COMPARTI
Ricettività

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

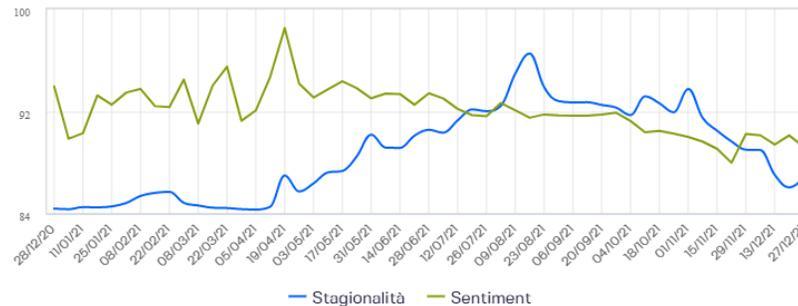
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



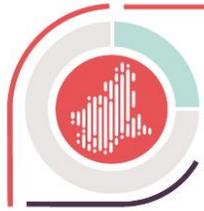
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

47,2k Contenuti ▲
56,0% Rispetto all'anno precedente

38,0 Contenuti per POI ▲
+12,1 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.200 punti di interesse**:
 - **B&B: 42,8%**;
 - **Agriturismi: 26,1%**;
 - **Hotel: 21,9%**;
 - **Altri alloggi: 6%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 3,1%**;
 - **Resort: 0,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **47.200 (+56%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI
Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Il **60,9%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con l'**11,3%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **91,3/100** vs **91/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **39,1%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to
Roero

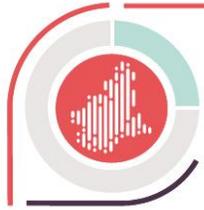
COMPARTI
Ricettività

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	60,9% ▾	91,0/100 ▾
Svizzera	11,3% ▾	90,7/100 ▾
Francia	6,1% ▲	90,3/100 ▾
Germania	5,4% ▲	91,3/100 ▾
Paesi Bassi	4,7% ▲	92,2/100 ▾

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con DATA APPEAL STUDIO



Tipologie di viaggio: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO 01/01/21 - 31/12/21	AREE Langhe Monf.to Roero	COMPARTI Ricettività
---------------------------------------	--	--------------------------------

	Contenuti	Sentiment
Coppie 	62,1% ▲	91,5/100 ▼
Famiglie 	16,4% ▲	91,4/100 ▼
Amici/Gruppo 	14,5% ▲	90,3/100 ▼
Singolo 	6,4% ▼	90,6/100 ▼
Viaggio di lavoro 	0,6% ▼	88,6/100 ▲

Il **62,1%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **16,4%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **91,5/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **91,4/100**, e i **single**, con **90,6/100**.

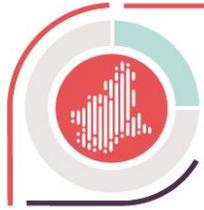
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con



www.datappeal.io





Canali: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Ricettività

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	58,7% ▲	8,9/10	91,2/100 ▼
Google	31,5% ▼	9,2/10	92,5/100
TripAdvisor	5,7% ▼	8,9/10 ▼	89,9/100 ▼
Facebook	1,6% ▼		97,9/100 ▲
TheFork	1,2% ▲	9,2/10	93,6/100 ▼

SOCIAL

	Post
Facebook	58,3% ▼
Pinterest	30,5% ▲
Twitter	9,4% ▲
Youtube	0,9% ▲
Instagram	0,9% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **58,7%**; segue **Google**, con il **31,5%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **58,3%**; segue **Pinterest**, con il **30,5%**.

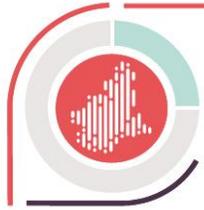
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Cluster & Topic: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Ricettività

Cluster & Topic

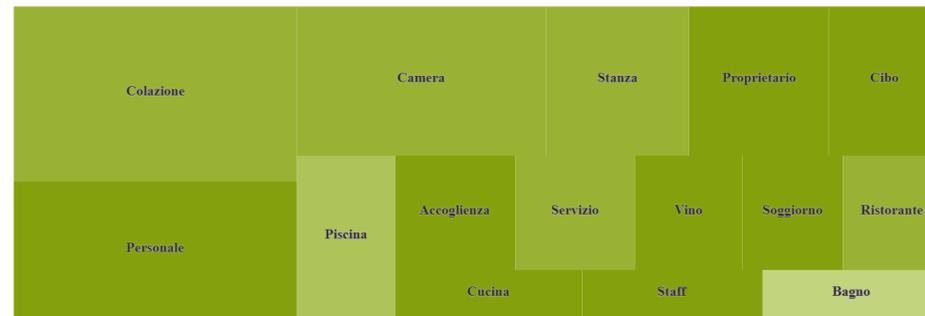
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Ristorazione	22,5% ▲	93,4 ₁₀₀ ▲	+0,2
Staff	21,8% ▲	96,5 ₁₀₀ ▼	-0,2
Atmosfera	17,9% ▲	92,4 ₁₀₀ ▼	-0,6
Camera	15,9% ▲	84,7 ₁₀₀ ▲	+0,1
Pulizia	6,1% ▼	95,5 ₁₀₀ ▼	-0,4

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

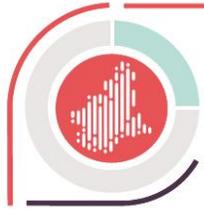


DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **22,5%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **21,8%** e l'**atmosfera**, con il **17,9%**;
- Il tema del **bagno** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; il **proprietario** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Ricettività

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT LANGHE MONFETO ROERO



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero** (-**0,4** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia: 91,6/100 vs 86,5/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



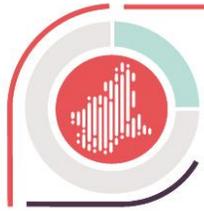


Langhe Monferrato Roero

Ristorazione

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to Roero

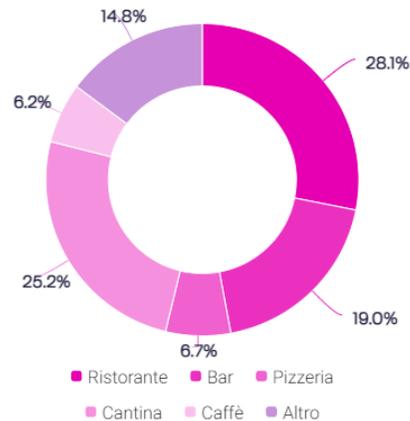
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

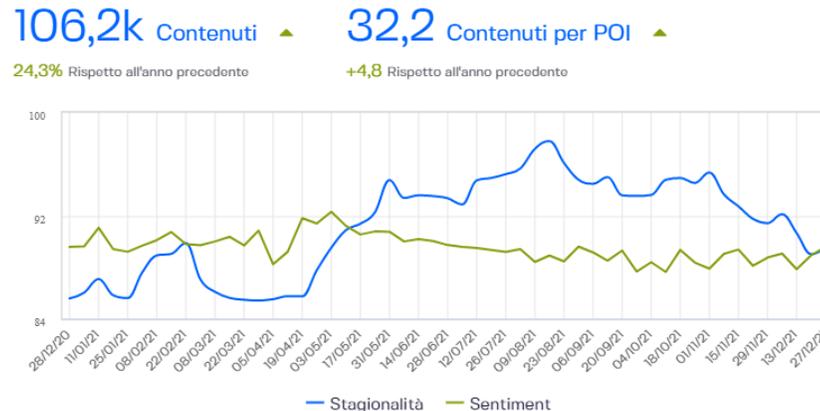
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

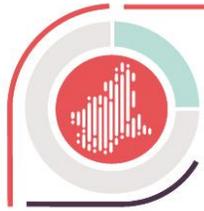
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **3.300 punti di interesse**:
 - **Ristoranti: 28,1%**;
 - **Cantine: 25,2%**;
 - **Bar: 19%**;
 - **Altre tipologie ristoratrici: 14,8%**;
 - **Pizzerie: 6,7%**;
 - **Caffè: 6,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **106.200 (+24,3%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **88,7/100** vs **87,1/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere vale il 23,5%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	76,5% ▾	87,1/100
Svizzera	7,1% ▲	89,2/100 ▲
Francia	3,6% ▲	87,3/100 ▾
Germania	3,2% ▲	89,8/100 ▾
Paesi Bassi	2,0% ▲	90,8/100 ▾

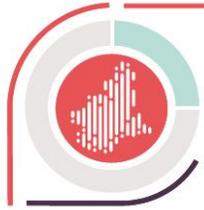
DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Il **76,5%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **7,1%**.

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

DATA APPEAL STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con



Tipologie di viaggio: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

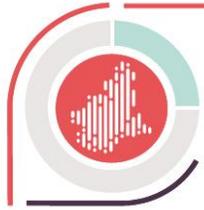
	Contenuti	Sentiment
Coppie	64,5% ▲	91,2/100 ▼
Famiglie	15,4% ▲	90,4/100 ▼
Amici/Gruppo	13,4% ▼	90,3/100 ▲
Singolo	6,6% ▼	91,4/100 ▲
Viaggio di lavoro	0,2% ▼	72,9/100 ▼

Il **64,5%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **15,4%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **91,4/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **91,2/100**, e le **famiglie**, con **90,4/100**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Canali: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

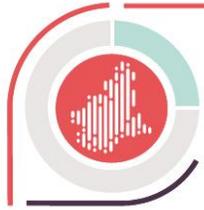
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	83,8% ▲	8,9/10 ▲	89,7/100 ▲
TripAdvisor	9,7% ▼	8,4/10 ▼	85,2/100 ▼
Booking.com	2,9% ▲	8,8/10 ▼	90,9/100 ▼
TheFork	2,6% ▼	9,1/10 ▼	92,0/100 ▼
Facebook	0,8% ▼		80,6/100 ▼

SOCIAL

	Post
Facebook	71,9% ▲
Twitter	24,1% ▼
Youtube	3,8% ▲
Pinterest	0,2% ▲
Instagram	0,1% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **83,8%**; segue **TripAdvisor**, con il **9,7%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **71,9%**; segue **Twitter**, con il **24,1%**.



Cluster & Topic: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Cluster & Topic

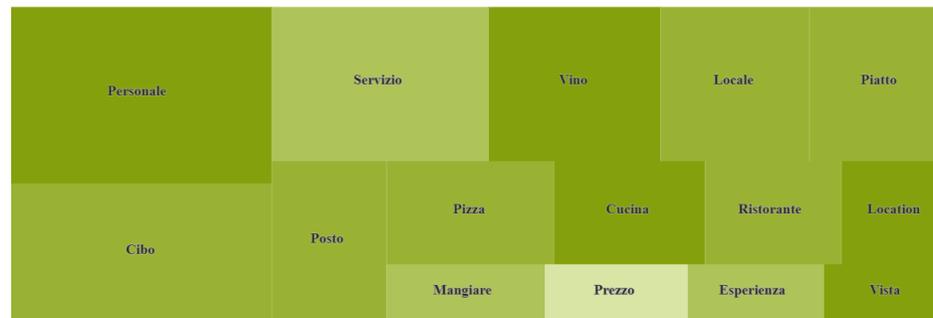
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Atmosfera	31,3% ▲	91,4 ₁₀₀ ▼	-0,1
Accoglienza	23,3% ▲	93,2 ₁₀₀	-
Qualità del cibo	21,2% ▼	90,0 ₁₀₀	-
Posizione	11,0% ▲	94,7 ₁₀₀	-
Estetica	5,3% ▼	87,0 ₁₀₀ ▲	+0,7

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

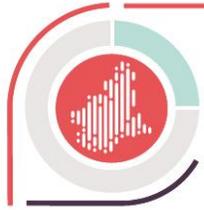


DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **31,3%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **23,3%** e la **qualità del cibo**, con il **21,2%**;
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **location** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

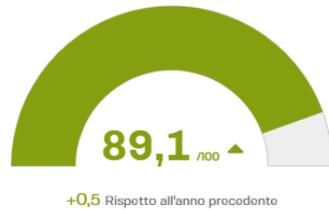
AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Locali e Ristorazione

😊 SENTIMENT

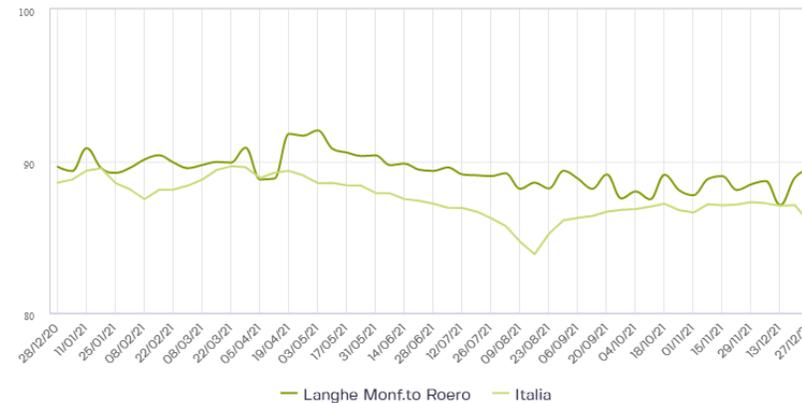
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LANGHE MONFETO ROERO



86,8 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero** (+0,5 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia: 89,1/100 vs 86,8/100.**

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



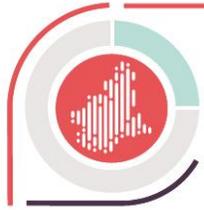


Langhe Monferrato Roero

Attrazioni

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Langhe Monferrato Roero

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to Roero

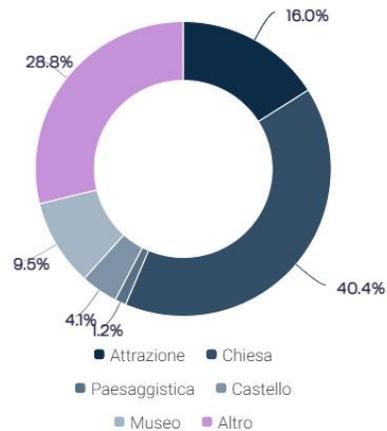
COMPARTI
Attrazioni

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

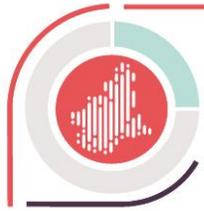
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **986 punti di interesse**:
 - Chiese: **40,4%**;
 - Altre tipologie attrattive: **28,8%**;
 - Attrazioni: **16%**;
 - Musei: **9,5%**;
 - Castelli: **4,1%**;
 - Paesaggistica: **1,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **16.100 (+44%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Langhe Monferrato Roero

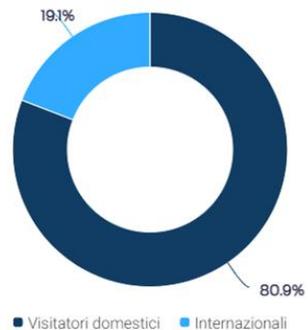
ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **89/100** vs **81,7/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere vale il 19,1%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI
Attrazioni

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	80,9% ▼	89,0/100 ▲
Germania	5,9% ▲	73,8/100 ▼
Paesi Bassi	2,9% ▲	100,0/100 ▲
Svizzera	1,5% ▲	70,0/100 ▼
Portogallo	1,5% ▲	80,0/100

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



L'**80,9%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **5,9%**.

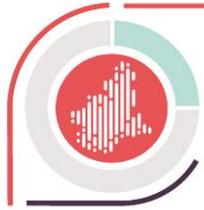
DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO



Tipologie di viaggio: Langhe Monferrato Roero

ATTRAZIONI

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI

Attrazioni

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	52,0% ▲	84,7/100 ▼
 Famiglie	24,0% ▲	80,5/100 ▼
 Amici/Gruppo	16,0% ▼	77,8/100 ▼
 Singolo	8,0% ▼	95,0/100 ▲
 Viaggio di lavoro		

Il **52%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **24%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **95/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **84,7/100**, e le **famiglie**, con **80,5/100**.

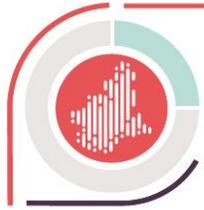
Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

 DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Canali: Langhe Monferrato Roero

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Attrazioni

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

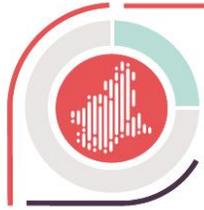
PIATTAFORME

	Reconsioni	Rating	Sentiment
Google	96,7% ▲	9,0/10 ▲	90,0/100 ▲
Facebook	2,7% ▼	🔍	91,6/100 ▲
TripAdvisor	0,6% ▼	8,4/10 ▲	85,8/100 ▲
Yelp	🔍	🔍	🔍

SOCIAL

	Post
Twitter	45,9% ▼
Facebook	23,7% ▲
Youtube	20,3% ▲
Pinterest	10,0% ▼
Instagram	🔍

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **96,7%**; segue **Facebook**, con il **2,7%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **45,9%**; segue **Facebook**, con il **23,7%**.



Cluster & Topic: Langhe Monferrato Roero

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/21 - 31/12/21
 AREE: Langhe Monf.to Roero
 COMPARTI: Attrazioni

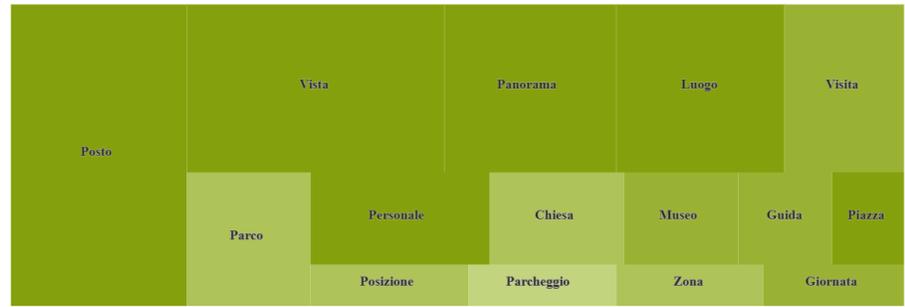
Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?
 Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Posizione	35,1% ▲	94,8 ₁₀₀₀ ▲	+0,2
Spazi	28,8% ▼	87,0 ₁₀₀₀ ▼	-0,7
Atmosfera	20,8% ▼	93,8 ₁₀₀₀ ▼	-0,6
Accoglienza	5,6% ▲	94,1 ₁₀₀₀ ▲	+1,9
Host	2,6% ▲	100,0 ₁₀₀₀	-

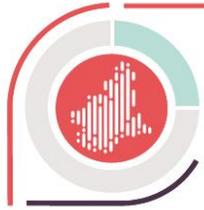
ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **35,1%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **28,8%** e l'**atmosfera**, con il **20,8%**;
- Il tema del **parking** presenta un **numero maggiore di contenuti con giudizio negativo**; il **personale** ha i maggiori **contenuti positivi**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con DATA APPEAL STUDIO





Sentiment Analysis: Langhe Monferrato Roero

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Attrazioni

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT LANGHE MONFTO ROERO



89,9 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero** (+1 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **identico** all'**Italia: 89,9/100**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



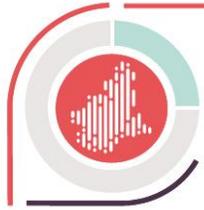


Novara

Complessivo

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Novara

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

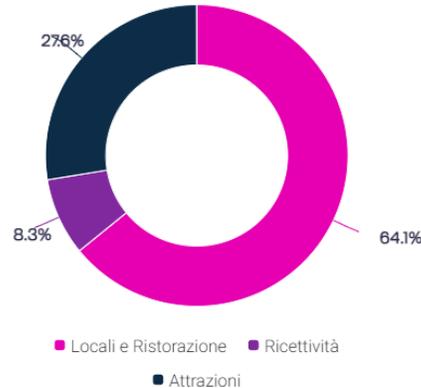
AREE
Novara

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

95,8k Contenuti ▲ **34,7** Contenuti per POI ▲

14,1% Rispetto all'anno precedente +2,4 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.800 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 64,1%**;
 - **Attrazioni: 27,6%**;
 - **Ricettività: 8,3%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **95.800** (+14,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

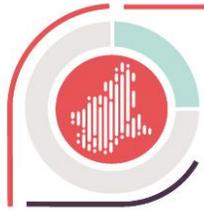
Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL STUDIO

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io



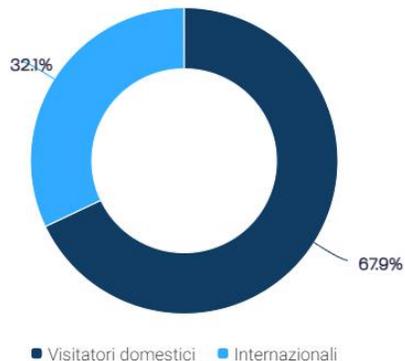


Visitatori: Novara

COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/21 - 31/12/21 AREE Novara

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Il **67,9%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con l'**8,5%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **83,6/100** vs **83,4/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **32,1%** del totale.

PERIODO 01/01/21 - 31/12/21 AREE Novara

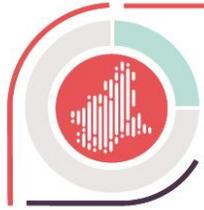
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	67,9% ▾	83,6/100 ▲
Germania	8,5% ▲	82,9/100 ▲
Francia	6,0% ▲	84,5/100 ▾
Svizzera	5,5% ▲	82,5/100 ▾
Paesi Bassi	2,9% ▲	81,9/100 ▾

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

DATA APPEAL STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con



Tipologie di viaggio: Novara

COMPLESSIVO

PERIODO

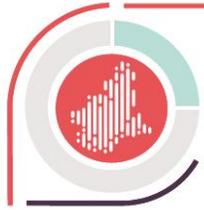
01/01/21 - 31/12/21

AREE

Novara

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	47,1% ▲	84,0/100 ▼
 Famiglie	24,5%	85,0/100
 Singolo	17,5% ▼	82,9/100 ▲
 Amici/Gruppo	9,4% ▼	83,3/100 ▼
 Viaggio di lavoro	1,4% ▼	74,6/100 ▼

Il **47,1%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **24,5%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **85/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **84/100**, e gli **amici/gruppi**, con **83,3/100**.



Sentiment Analysis: Novara

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

😊 SENTIMENT

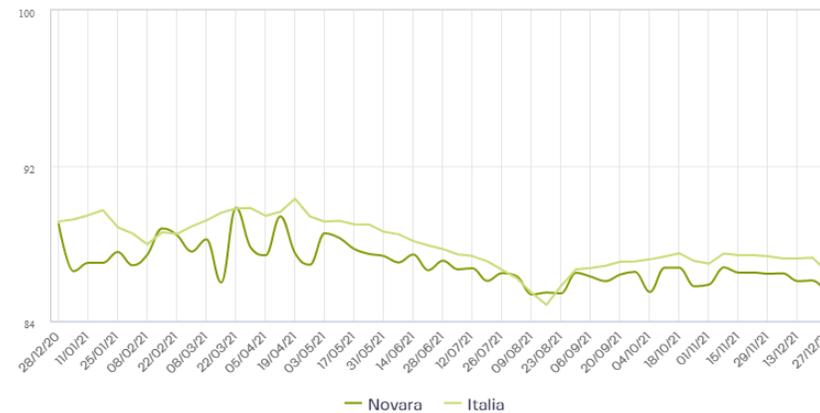
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT NOVARA



87,2 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Novara** (+0,5 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'Italia: **86,7/100** vs **87,2/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



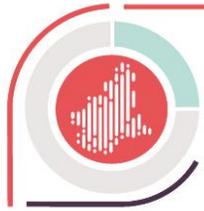


Novara

Ricettività

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Novara

RICETTIVITÀ

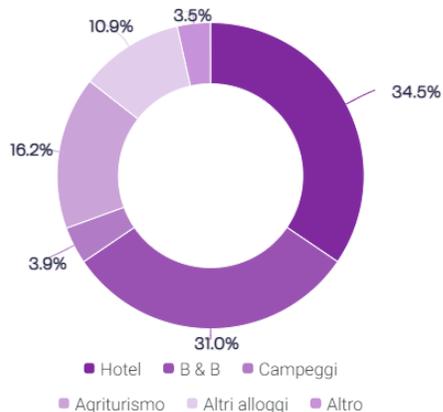
PERIODO 01/01/21 - 31/12/21	AREE Novara	COMPARTI Ricettività
---------------------------------------	-----------------------	--------------------------------

Panoramica

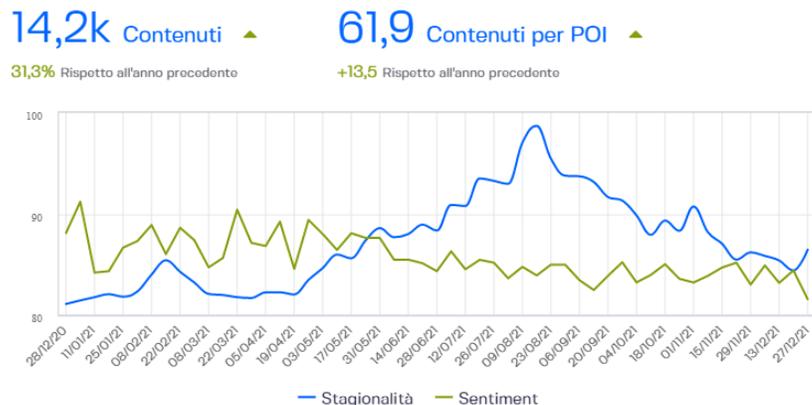
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

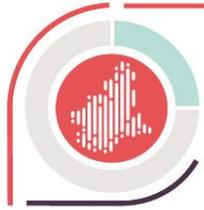
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **229 punti di interesse**:
 - Hotel: **34,5%**;
 - B&B: **31%**;
 - Agriturismi: **16,2%**;
 - Altri alloggi: **10,9%**;
 - Campeggi: **3,9%**;
 - Altre tipologie ricettive: **3,5%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **14.200 (+31,3%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Novara

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



www.datappeal.io



Il **59,9%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **10,9%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

RICETTIVITÀ

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **84,2/100** vs **83,4/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **40,1%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

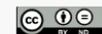
COMPARTI
Ricettività

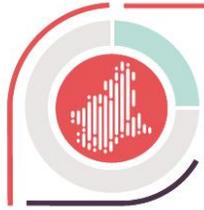
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	59,9% ▼	84,2 ₁₀₀ ▲
Germania	10,9% ▲	82,6 ₁₀₀ ▲
Francia	7,5% ▲	84,8 ₁₀₀ ▼
Svizzera	6,7% ▼	82,5 ₁₀₀ ▼
Paesi Bassi	3,5% ▲	81,7 ₁₀₀ ▼



www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Novara

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/21 - 31/12/21	Novara	Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	47,1% ▲	84,0/100 ▼
Famiglie	24,5%	85,0/100 ▲
Singolo	17,6% ▼	82,8/100
Amici/Gruppo	9,4% ▼	83,2/100
Viaggio di lavoro	1,4% ▼	74,4/100 ▼

Il **47,1%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **24,5%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **85/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **84/100**, e gli **amici/gruppi**, con **83,2/100**.

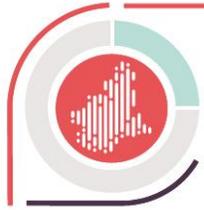
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con



www.datappeal.io





Canali: Novara

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Ricettività

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

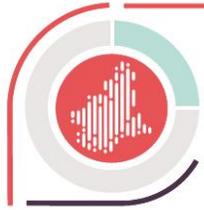
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	62,3% ▲	8,2/10	83,9/100 ▼
Google	32,8% ▼	8,7/10	87,4/100 ▲
TripAdvisor	2,5% ▼	8,1/10 ▼	82,7/100 ▼
Hotels.com	1,1% ▼	8,3/10 ▼	83,2/100 ▼
Expedia	0,4% ▼	8,0/10 ▼	80,8/100 ▼

SOCIAL

	Post
Facebook	95,3% ▲
Youtube	3,9% ▲
Twitter	0,8% ▼
Instagram	

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **62,3%**; segue **Google**, con il **32,8%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **95,3%**; segue **Youtube**, con il **3,9%**.



Cluster & Topic: Novara

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Ricettività

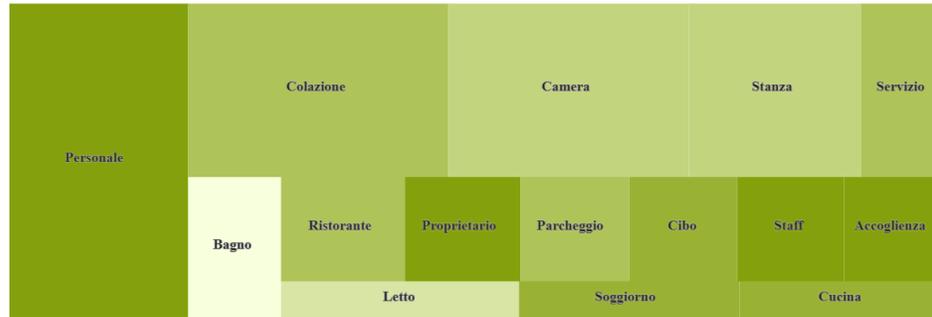
Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?
Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Staff	18,4% ▲	94,6 ₁₀₀ ▼	-0,5
Ristorazione	18,0% ▼	86,9 ₁₀₀ ▼	-1,1
Camera	17,4% ▲	74,2 ₁₀₀ ▼	-1,9
Atmosfera	14,5% ▲	83,9 ₁₀₀ ▼	-2,1
Pulizia	6,1% ▼	88,4 ₁₀₀ ▼	-0,7

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è lo **staff**, con il **18,4%** dei contenuti; segue la **ristorazione** con il **18%** e la **camera**, con il **17,4%**;
- Il tema del **bagno** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori **contenuti positivi**.

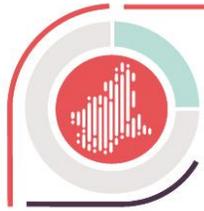
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Sentiment Analysis: Novara

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Ricettività

😊 SENTIMENT

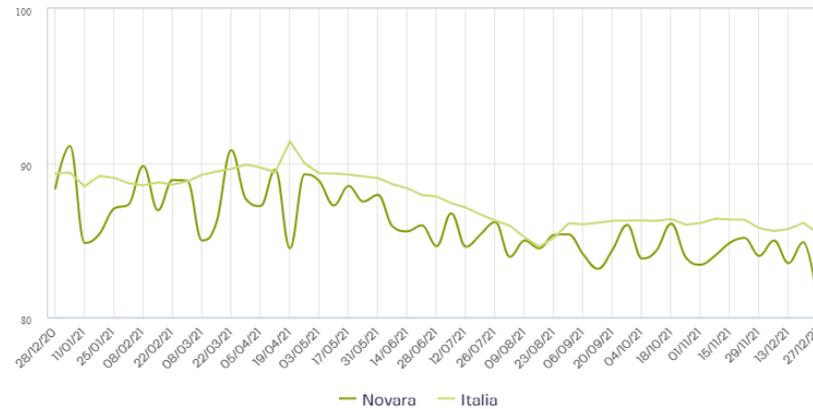
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT NOVARA



86,5 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Novara** (-0,3 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **85,4/100** vs **86,5/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



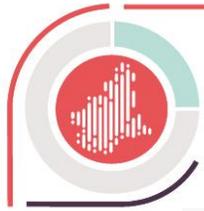


Novara

Ristorazione

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Novara

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

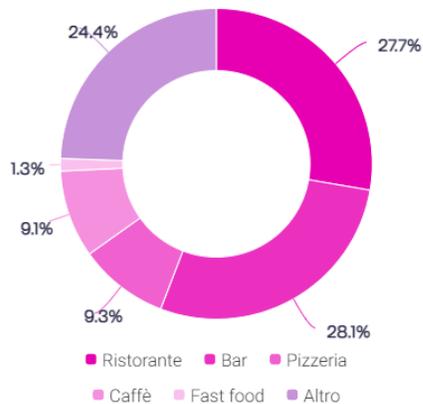
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

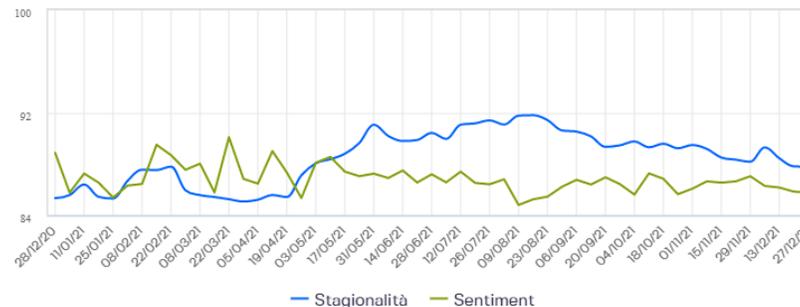
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

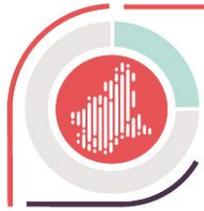


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

70,4k Contenuti ▲ **39,8** Contenuti per POI ▲
 8,7% Rispetto all'anno precedente ▲ +3,1 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.800 punti di interesse**:
 - **Bar: 28,1%**;
 - **Ristoranti: 27,7%**;
 - **Altre tipologie ristoratrici: 24,4%**;
 - **Pizzerie: 9,3%**;
 - **Caffè: 9,1%**;
 - **Fast food: 1,3%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **70.400 (+8,7%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



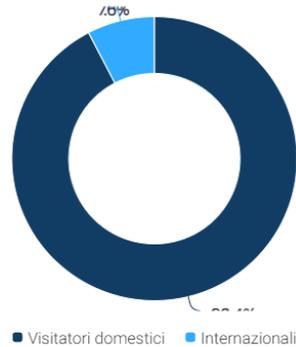
Visitatori: Novara

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **92,4%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con l'**1,8%**.

RISTORAZIONE

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **83/100** vs **82,3/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **7,6%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

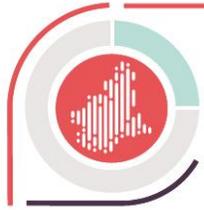
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	92,4% ▾	82,3/100 ▾
Svizzera	1,8% ▲	82,9/100 ▲
Francia	1,5% ▲	80,9/100 ▾
Germania	1,3% ▲	89,9/100 ▲
Paesi Bassi	0,9%	83,6/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





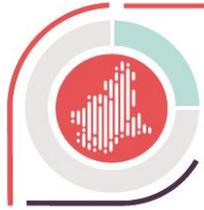
Tipologie di viaggio: Novara

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/21 - 31/12/21	AREE Novara	COMPARTI Locali e Ristorazione
--------------------------------	----------------	--------------------------------------

	Contenuti	Sentiment
Coppie	49,0% ▲	86,4/100 ▲
Famiglie	26,5% ▲	83,5/100 ▼
Amici/Gruppo	14,3% ▼	92,2/100 ▼
Singolo	8,2% ▲	96,3/100 ▲
Viaggio di lavoro	2,0% ▼	90,0/100 ▼

Il **49%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **26,5%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **96,3/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **92,2/100**, e coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con **90/100**.



Canali: Novara

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Novara

COMPARTI

Locali e Ristorazione

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	89,7% ▲	8,7/10 ▲	87,2/100 ▲
TripAdvisor	6,8% ▼	8,1/10	81,9/100 ▼
Facebook	1,7% ▼		68,6/100 ▼
TheFork	1,6% ▼	9,0/10 ▲	90,6/100 ▼
Justeat	0,1% ▲	8,2/10	81,4/100

SOCIAL

	Post
Facebook	80,5% ▲
Twitter	16,1% ▲
Youtube	3,3% ▲
Instagram	0,1% ▼
Pinterest	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **89,7%**; segue **TripAdvisor**, con il **6,8%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con l'**80,5%**; segue **Twitter**, con il **16,1%**.

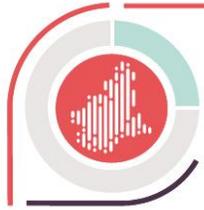
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Cluster & Topic: Novara

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Locali e Ristorazione

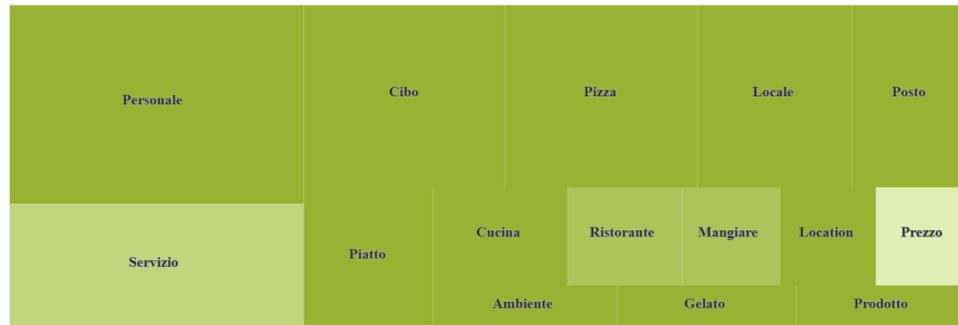
Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?
Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

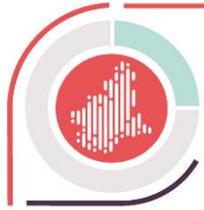
CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Atmosfera	29,5% ▲	89,8/100 ▼	-0,2
Qualità del cibo	24,5% ▼	87,8/100 ▼	-0,4
Accoglienza	24,5% ▲	91,1/100 ▼	-0,3
Posizione	9,7% ▲	92,1/100 ▲	+0,2
Estetica	4,4% ▼	85,4/100 ▲	+0,8

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **29,5%** dei contenuti; seguono la **qualità del cibo** e l'**accoglienza**, con il **24,5%**;
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **location** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Novara

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Locali e Ristorazione

😊 SENTIMENT

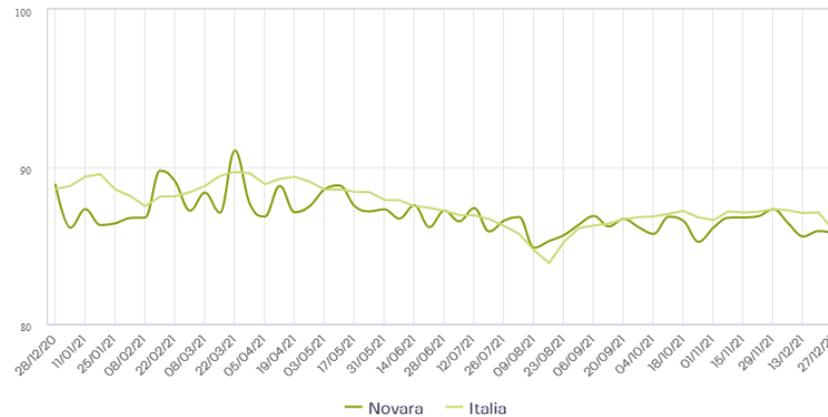
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT NOVARA



86,8 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Novara** (+0,5 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'Italia: **86,7/100** vs **86,8/100**.

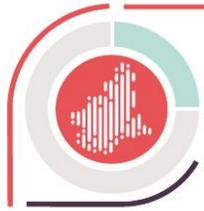


Novara

Attrazioni

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Novara

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

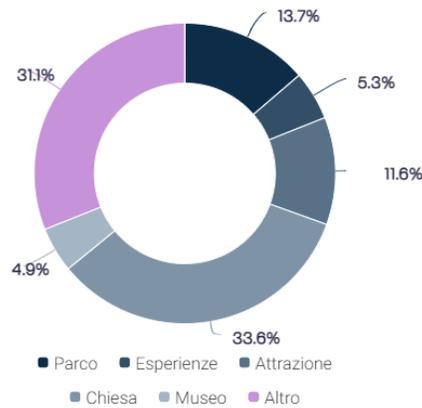
COMPARTI
Attrazioni

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



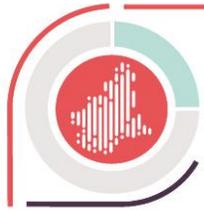
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

11,2k Contenuti ▲ **14,8** Contenuti per POI ▲
 33,1% Rispetto all'anno precedente ▲ +0,9 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **760 punti di interesse**:
 - **Chiese: 33,6%**;
 - **Altre tipologie attrattive: 31,1%**;
 - **Parchi: 13,7%**;
 - **Attrazioni: 11,6%**;
 - **Esperienze: 5,3%**;
 - **Musei: 4,9%**.

- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **11.200 (+33,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



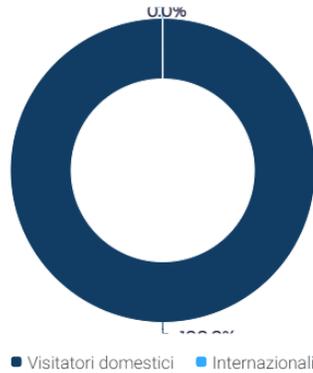
Visitatori: Novara

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **100%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

ATTRAZIONI

Il **sentiment** complessivo risulta essere **86,2/100** per il **mercato italiano**.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Attrazioni

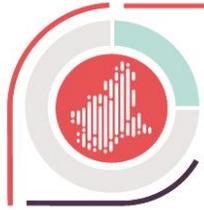
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	100,0% ▲	86,2/100 ▼
Oman		

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Novara

ATTRAZIONI

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Novara

COMPARTI

Attrazioni

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	57,1% ▾	97,5/100 ▲
 Singolo	28,6% ▲	90,0/100 ▲
 Famiglie	14,3% ▾	100,0/100 ▲
 Amici/Gruppo		

Il **57,1%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **28,6%** dai **single**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **100/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **97,5/100**, e i **single**, con **90/100**.

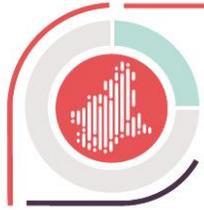
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datapeal.io





Canali: Novara

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Attrazioni

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Reconsioni	Rating	Sentiment
Google	99,2% ▲	8,8/10 ▲	88,3/100 ▲
Facebook	0,6% ▼		96,1/100 ▲
TripAdvisor	0,2% ▼	8,2/10 ▼	88,7/100 ▼

SOCIAL

	Post
Twitter	79,2% ▼
Facebook	12,6% ▼
Youtube	8,1% ▲
Instagram	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **99,2%**; segue **Facebook**, con lo **0,6%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **79,2%**; segue **Facebook**, con il **12,6%**.

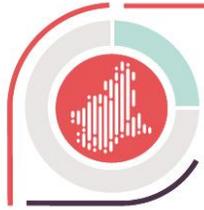
Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Cluster & Topic: Novara

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Novara

COMPARTI
Attrazioni

Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Posizione	32,3% ▲	95,2/100 ▲	+0,8
Spazi	30,6% ▼	88,1/100 ▼	-2,3
Atmosfera	18,8% ▼	90,7/100 ▼	-0,4
Accoglienza	7,7% ▼	82,4/100 ▼	-1,9
Ristorazione	2,9% ▲	89,6/100 ▲	+5,0

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

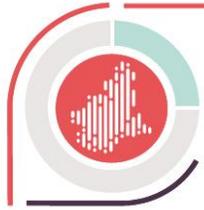


DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **32,3%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **30,6%** e l'**atmosfera**, con il **18,8%**;
- Il tema dell'**orario** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **vista** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Novara

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

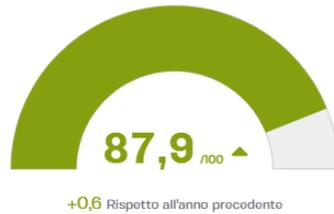
AREE
Novara

COMPARTI
Attrazioni

😊 SENTIMENT

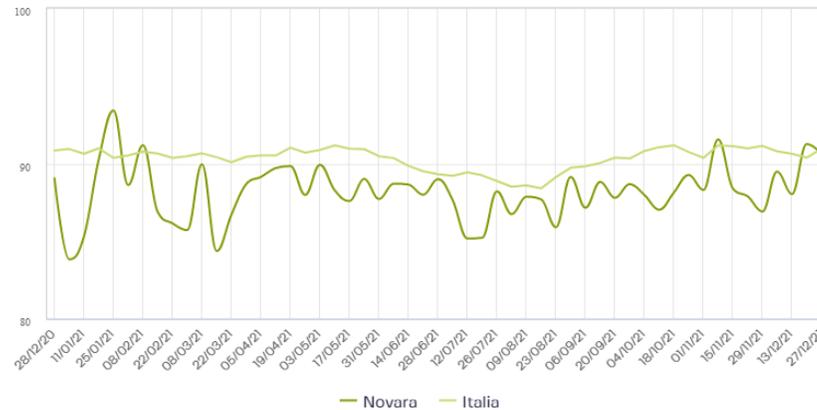
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT NOVARA



89,9 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Novara** (+0,6 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'Italia: **87,9/100** vs **89,9/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





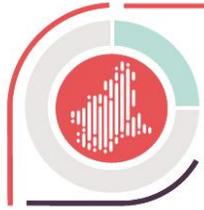
Turismo Torino e Provincia

Complessivo

Anno 2021

01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Turismo Torino e Provincia

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

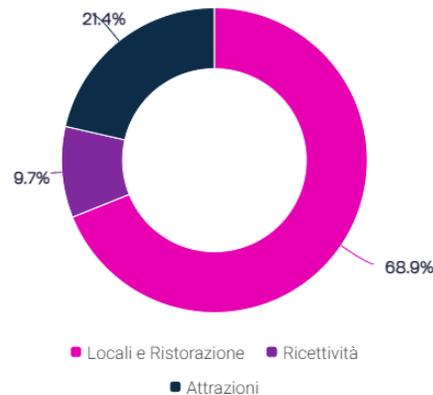
AREE
Torino TP

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

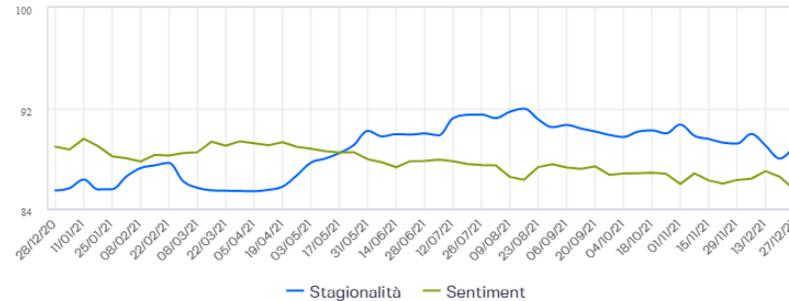
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

730,3k Contenuti ▲ **40,8** Contenuti per POI ▲
 13,3% Rispetto all'anno precedente +3,5 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **17.900 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 68,9%**;
 - **Attrazioni: 21,4%**;
 - **Ricettività: 9,7%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **730.300** (+13,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

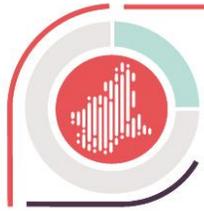
Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





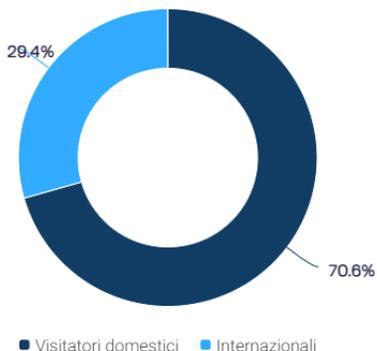
Visitatori: Turismo Torino e Provincia

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **85,4/100** vs **83,7/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere vale il 29,4%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	70,6% ▼	83,7/100 ▼
Francia	10,2% ▲	85,4/100 ▼
Svizzera	3,9% ▲	85,5/100 ▼
Germania	3,0% ▲	85,5/100 ▼
Paesi Bassi	1,9% ▲	85,7/100 ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io

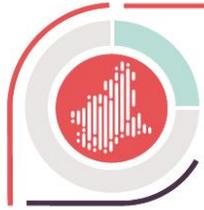


Il **70,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **10,2%**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Turismo Torino e Provincia

COMPLESSIVO

PERIODO

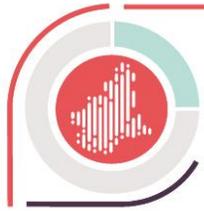
01/01/21 - 31/12/21

AREE

Torino TP

	Contenuti	Sentiment
Coppie	43,2% ▲	85,1/100 ▼
Famiglie	24,9% ▲	84,7/100 ▼
Singolo	19,6% ▼	84,8/100 ▼
Amici/Gruppo	11,2% ▼	84,5/100 ▼
Viaggio di lavoro	1,2% ▼	82,9/100 ▼

Il **43,2%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **24,9%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **85,1/100** e, a seguire, fra i **single**, con **84,8/100**, e le **famiglie**, con **84,7/100**.



Sentiment Analysis: Turismo Torino e Provincia

COMPLESSIVO

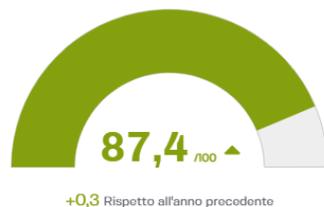
PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

😊 SENTIMENT

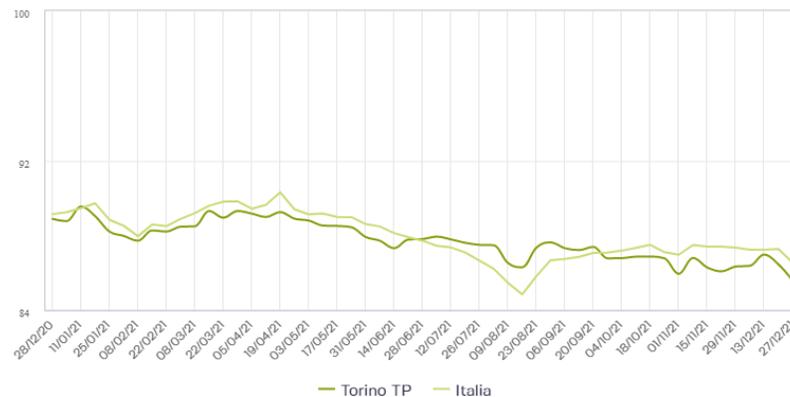
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT TORINO TP



87,2 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Turismo Torino e Provincia** (+0,3 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **87,4/100** vs **87,2/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





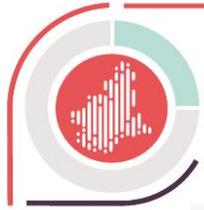
Turismo Torino e Provincia

Ricettività

Anno 2021

01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

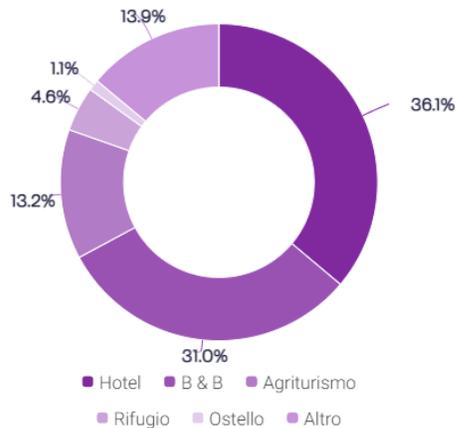
PERIODO: 01/01/21 - 31/12/21
 AREE: Torino TP
 COMPARTI: Ricettività

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

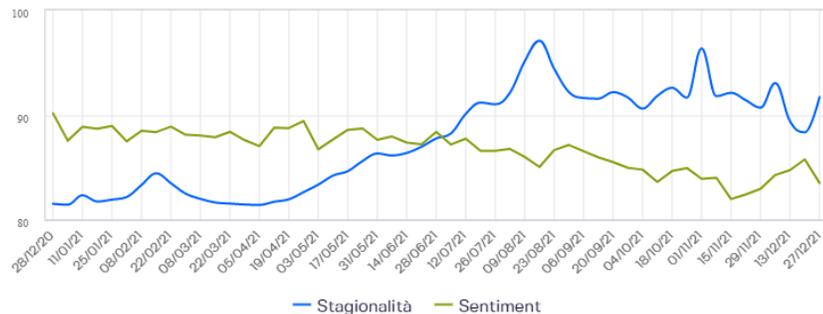
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

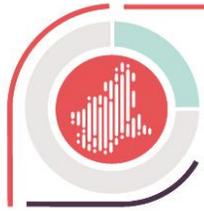
118,4k Contenuti ▲
 68,5 Contenuti per POI ▲
 33,0% Rispetto all'anno precedente +18,3 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.700 punti di interesse**:
 - **Hotel: 36,1%**;
 - **B&B: 31%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 13,9%**;
 - **Agriturismi: 13,2%**;
 - **Rifugi: 4,6%**;
 - **Ostelli: 1,1%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **118.400 (+33%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL STUDIO



Visitatori: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/21 - 31/12/21
 AREE: Torino TP
 COMPARTI: Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io

Il **65,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **12,1%**.

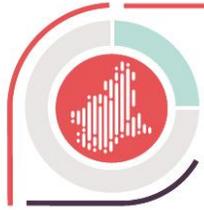
Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **85,4/100** vs **84,4/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **34,8%** del totale.

PERIODO: 01/01/21 - 31/12/21
 AREE: Torino TP
 COMPARTI: Ricettività

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	65,2% ▲	84,4/100 ▼
Francia	12,1% ▲	85,3/100 ▼
Svizzera	4,7% ▼	85,6/100 ▼
Germania	3,6% ▲	85,5/100 ▼
Paesi Bassi	2,3% ▲	85,6/100 ▲

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io



Tipologie di viaggio: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

Torino TP

COMPARTI

Ricettività

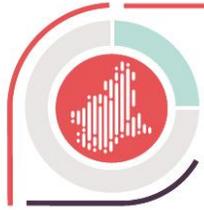
	Contenuti	Sentiment
Coppie	43,2% ▲	85,0/100 ▼
Famiglie	24,9% ▲	84,7/100 ▼
Singolo	19,6% ▼	84,8/100 ▼
Amici/Gruppo	11,1% ▼	84,5/100 ▼
Viaggio di lavoro	1,2% ▼	83,1/100 ▼

Il **43,2%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **24,9%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **85/100** e, a seguire, fra i **single**, con **84,8/100**, e le **famiglie**, con **84,7/100**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Canali: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Ricettività

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	67,3% ▲	8,3/10 ▼	84,7/100 ▼
Google	26,6% ▼	8,8/10 ▲	88,3/100 ▲
TripAdvisor	3,3% ▼	8,5/10	85,7/100 ▼
Hotels.com	1,4% ▼	8,8/10	88,2/100 ▲
Expedia	0,5% ▼	8,8/10 ▲	88,7/100 ▲

SOCIAL

	Post
Facebook	45,1% ▲
Twitter	40,0% ▼
Pinterest	11,7% ▲
Youtube	1,7% ▲
Instagram	1,5% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **67,3%**; segue **Google**, con il **26,6%**. Tra i social primeggia **Facebook**, con il **45,1%**; segue **Twitter**, con il **40%**.

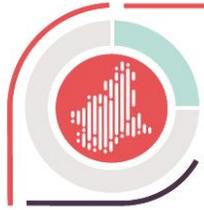
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Cluster & Topic: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Ricettività

Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Staff	22,4% ▲	94,4 ₁₀₀ ▼	-0,1
Camera	21,4% ▲	75,5 ₁₀₀ ▼	-0,6
Ristorazione	18,6% ▼	85,9 ₁₀₀ ▼	-1,3
Atmosfera	15,1% ▼	84,4 ₁₀₀ ▼	-0,9
Pulizia	5,9%	88,2 ₁₀₀ ▼	-3,0

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è lo **staff**, con il **22,4%** dei contenuti; segue la **camera** con il **21,4%** e la **ristorazione**, con il **18,6%**;
- Il tema del **bagno** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori **contenuti positivi**.

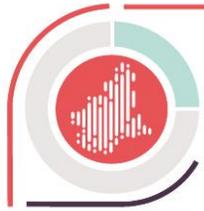
DATA APPEAL
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Sentiment Analysis: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Ricettività

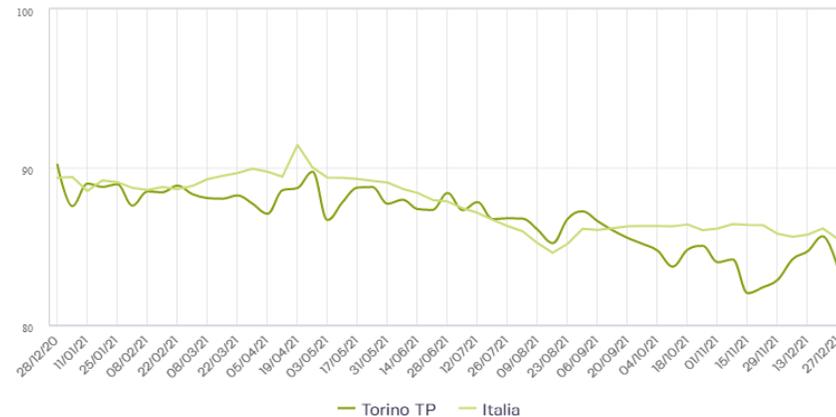
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT TORINO TP



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Turismo Torino e Provincia** (-0,6 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'Italia: **85,9/100** vs **86,5/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



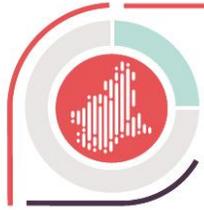


Turismo Torino e Provincia

Ristorazione

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Turismo Torino e Provincia

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

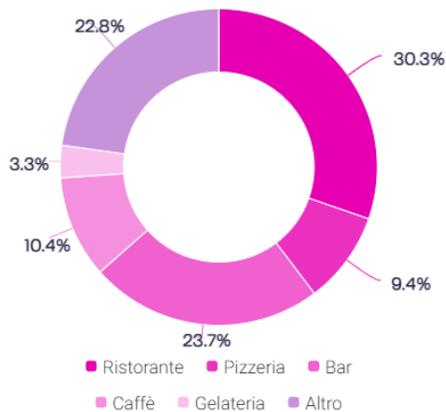
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

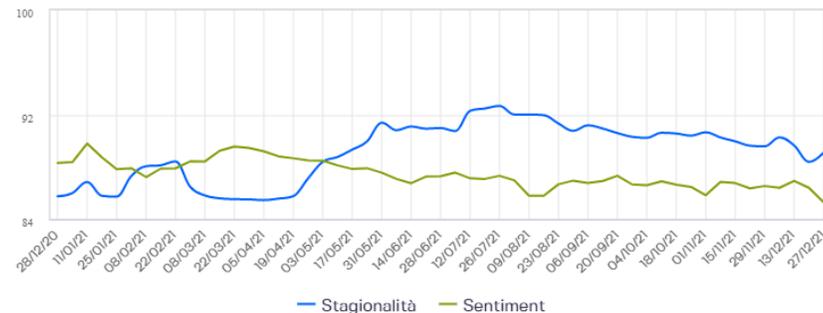


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

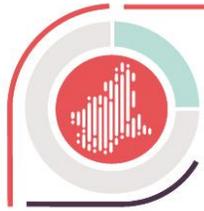
506,5k Contenuti ▲ 41,1 Contenuti per POI ▲

8,8% Rispetto all'anno precedente

+2,7 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **12.300 punti di interesse**:
 - **Ristoranti: 30,3%**;
 - **Bar: 23,7%**;
 - **Altre tipologie ristoratrici: 22,8%**;
 - **Caffè: 10,4%**;
 - **Pizzerie: 9,4%**;
 - **Gelaterie: 3,3%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **506.500 (+8,8%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Turismo Torino e Provincia

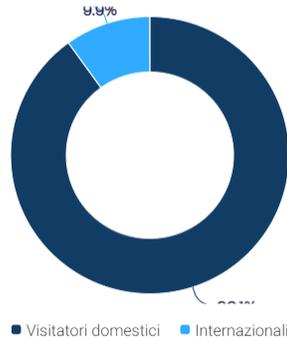
RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Locali e Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Il **90,1%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **3,4%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **84,5/100** vs **82/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **9,9%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Locali e Ristorazione

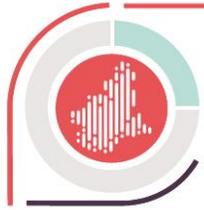
MERCATI

Mercato	Contenuti	Sentiment
Italia	90,1% ▾	82,0/100 ▾
Francia	3,4% ▲	85,8/100 ▾
Svizzera	1,1% ▲	83,8/100 ▾
Germania	0,9% ▲	84,2/100 ▾
Belgio	0,6% ▲	86,7/100 ▲

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

DATA APPEAL STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con



Tipologie di viaggio: Turismo Torino e Provincia

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

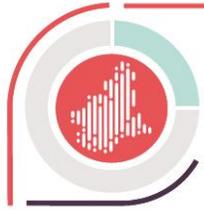
Torino TP

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	42,8% ▲	86,0/100 ▲
 Famiglie	23,9% ▲	86,0/100 ▲
 Singolo	18,8% ▲	85,9/100 ▲
 Amici/Gruppo	13,5% ▼	83,7/100 ▼
 Viaggio di lavoro	1,1% ▼	77,4/100 ▼

Il **42,8%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **23,9%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie** e le **famiglie**, con un indice di **86/100** e, a seguire, fra i **single**, con **85,9/100**.



Canali: Turismo Torino e Provincia

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

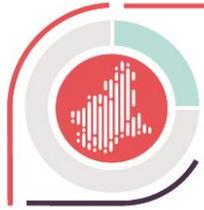
PIATTAFORME

	Reconsioni	Rating	Sentiment
Google	87,8% ▲	8,7/10 ▲	87,4/100 ▲
TripAdvisor	6,5% ▼	8,1/10 ▼	81,7/100 ▼
TheFork	4,2% ▼	9,0/10 ▲	90,6/100 ▲
Facebook	0,9% ▼		83,0/100 ▼
Booking.com	0,5% ▲	8,4/10	85,8/100

SOCIAL

	Post
Twitter	57,8% ▲
Facebook	39,8% ▼
Youtube	1,9% ▲
Pinterest	0,5% ▲
Instagram	0,0% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **87,8%**; segue **TripAdvisor**, con il **6,5%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **57,8%**; segue **Facebook**, con il **39,8%**.



Cluster & Topic: Turismo Torino e Provincia

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Cluster & Topic

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

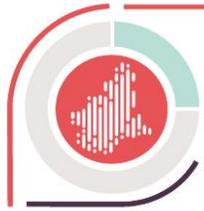
CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Atmosfera	30,7% ▼	90,0/100 ▲	+0,1
Accoglienza	24,7% ▲	91,9/100 ▼	-0,4
Qualità del cibo	24,6% ▼	87,9/100 ▼	-0,5
Posizione	8,0% ▲	91,5/100 ▲	+0,4
Estetica	4,4% ▼	83,3/100	-

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **30,7%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **24,7%** e la **qualità del cibo**, con il **24,6%**;
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; il **personale** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Turismo Torino e Provincia

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Locali e Ristorazione

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT TORINO TP



86,8 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Turismo Torino e Provincia** (+0,5 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **87,1/100** vs **86,8/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



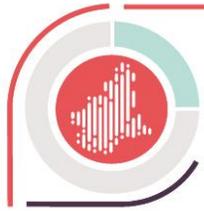


Turismo Torino e Provincia

Attrazioni

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Turismo Torino e Provincia

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

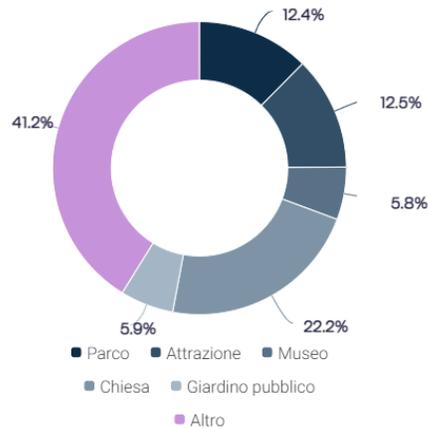
COMPARTI
Attrazioni

Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

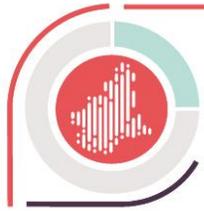
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **3.800 punti di interesse**:
- Altre tipologie attrattive: **41,2%**;
- Chiese: **22,2%**;
- Attrazioni: **12,5%**;
- Parchi: **12,4%**;
- Giardini pubblici: **5,9%**;
- Musei: **5,8%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **105.400 (+17,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Turismo Torino e Provincia

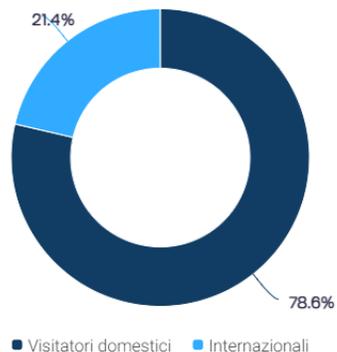
ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **89,8/100** vs **87,7/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **21,4%** del totale.

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Attrazioni

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	78,6% ▲	87,7/100 ▼
Francia	4,9% ▼	88,5/100 ▼
Germania	2,6% ▲	87,7/100 ▼
Svizzera	2,6% ▲	86,5/100 ▼
Belgio	2,4% ▲	86,2/100 ▼

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io

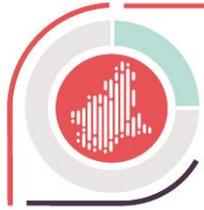


Il **78,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **4,9%**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Turismo Torino e Provincia

ATTRAZIONI

PERIODO

01/01/21 - 31/12/21

AREE

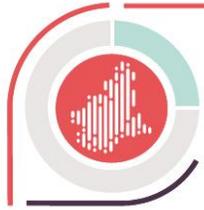
Torino TP

COMPARTI

Attrazioni

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	43,0% ▲	85,3/100 ▼
 Famiglie	30,3% ▼	85,4/100 ▼
 Amici/Gruppo	19,4% ▼	83,0/100 ▼
 Singolo	6,7% ▼	75,9/100 ▼
 Viaggio di lavoro	0,6% ▼	88,8/100 ▼

Il **43%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **30,3%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con un indice di **88,8/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **85,4/100**, e le **coppie**, con **85,3/100**.



Canali: Turismo Torino e Provincia

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Attrazioni

Canali

Quali sono le piattaforme e i social network più utilizzati? E su quale canale sei più apprezzato?

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

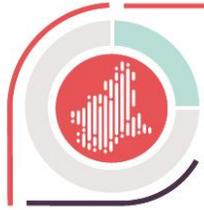
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	98,6% ▲	9,0/10 ▲	90,6/100 ▲
Facebook	0,7% ▼	🔍	81,1/100 ▼
TripAdvisor	0,7% ▼	8,7/10 ▼	87,2/100 ▼
Foursquare	0,0%	🔍	66,7/100
Booking.com	🔍	🔍	🔍

SOCIAL

	Post
Twitter	82,5% ▲
Facebook	12,8% ▼
Youtube	4,6% ▲
Pinterest	0,0% ▼
Instagram	0,0% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **98,6%**; seguono **Facebook** e **TripAdvisor**, con lo **0,7%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con l'**82,5%**; segue **Facebook**, con il **12,8%**.



Cluster & Topic: Turismo Torino e Provincia

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Attrazioni

Cluster & Topic

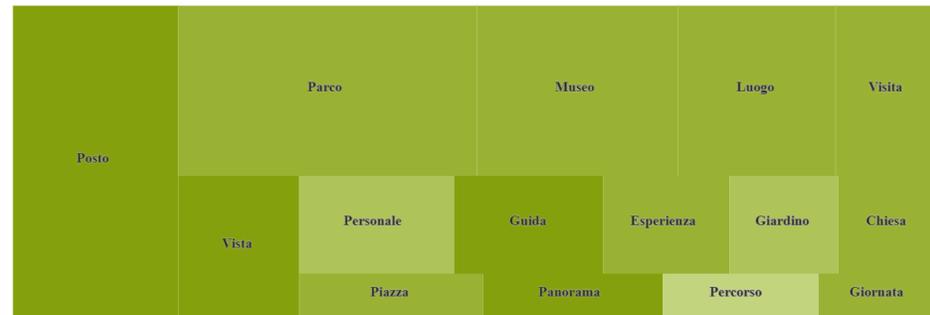
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Spazi	33,3% ▲	88,8 ₁₀₀ ▲	+0,3
Atmosfera	24,3% ▼	92,9 ₁₀₀ ▼	-0,2
Posizione	23,7% ▼	94,2 ₁₀₀ ▲	+0,3
Accoglienza	9,2% ▲	88,9 ₁₀₀ ▲	+0,7
Servizi	3,2% ▼	76,8 ₁₀₀ ▼	-7,6

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso sono gli **spazi**, con il **33,3%** dei contenuti; segue l'**atmosfera** con il **24,3%** e la **posizione**, con il **23,7%**;
- Il tema del **percorso** presenta un **numero maggiore di contenuti con giudizio negativo**; la **guida** ha i maggiori **contenuti positivi**.

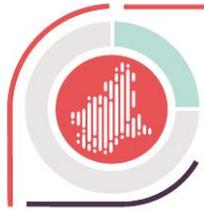
DATA APPEAL STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Sentiment Analysis: Turismo Torino e Provincia

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Attrazioni

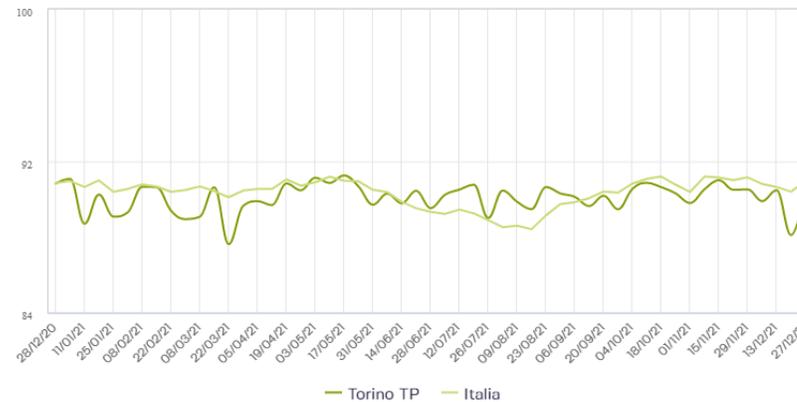
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT TORINO TP



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Turismo Torino e Provincia** (+0,6 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia: 90,1/100 vs 89,9/100**.

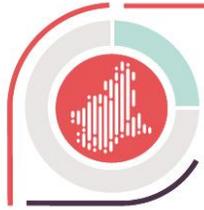


ATL Piemonte

Executive Summary

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021



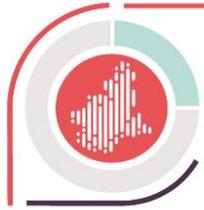


Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

COMPLESSIVO

ATL	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Alexala	4.300	118.500 (+20,2%)
Biella Valsesia Vercelli	3.500	82.500 (+11,4%)
Cuneese	4.600	127.600 (+12,5%)
Distretto Laghi	3.500	132.600 (+19,9%)
Langhe Monferrato Roero	5.500	169.500 (+33,6%)
Novara	2.800	95.800 (+14,1%)
Turismo Torino e Provincia	17.900	730.300 (+13,3%)

- **Turismo Torino e Provincia** è l'**ATL** che possiede il numero più alto di **Punti di interesse** monitorati: **17.900**; seguono le **Langhe Monferrato Roero** con **5.500**;
- Sempre **Turismo Torino e Provincia**, è l'**ATL** che registra il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **730.300**; seguono le **Langhe Monferrato Roero** con **169.500**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una forte crescita dei **contenuti monitorati** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con le **Langhe Monferrato Roero** che detengono la leadership: **+33,6%**.

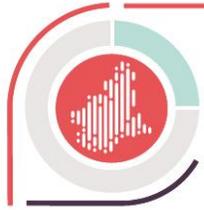


Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

RICETTIVITÀ

ATL	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Alexala	695	21.800 (+37,8%)
Biella Valsesia Vercelli	482	13.600 (+22,7%)
Cuneese	886	27.700 (+16,7%)
Distretto Laghi	814	51.000 (+32,1%)
Langhe Monferrato Roero	1.200	47.200 (+56%)
Novara	229	14.200 (+31,3%)
Turismo Torino e Provincia	1.700	118.400 (+33%)

- **Turismo Torino e Provincia** è l'**ATL** che possiede il numero più alto di **Punti di interesse** monitorati: **1.700**; seguono le **Langhe Monferrato Roero** con **1.200**;
- Sempre **Turismo Torino e Provincia**, è l'**ATL** che registra il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **118.400**; segue il **Distretto Laghi** con **51.000**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una forte crescita dei **contenuti monitorati** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con le **Langhe Monferrato Roero** che detengono la leadership: **+56%**.

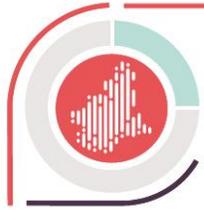


Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

RISTORAZIONE

ATL	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Alexala	2.600	85.400 (+15,9%)
Biella Valsesia Vercelli	1.900	56.800 (+10,4%)
Cuneese	2.400	82.900 (+9,9%)
Distretto Laghi	1.500	61.800 (+13,8%)
Langhe Monferrato Roero	3.300	106.200 (+24,3%)
Novara	1.800	70.400 (+8,7%)
Turismo Torino e Provincia	12.300	506.500 (+8,8%)

- **Turismo Torino e Provincia** è l'**ATL** che possiede il numero più alto di **Punti di interesse** monitorati: **12.300**; seguono le **Langhe Monferrato Roero** con **3.300**;
- Sempre **Turismo Torino e Provincia**, è l'**ATL** che registra il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **506.500**; seguono le **Langhe Monferrato Roero** con **106.200**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una forte crescita dei **contenuti monitorati** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con le **Langhe Monferrato Roero** che detengono la leadership: **+24,3%**.

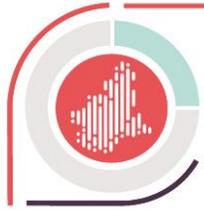


Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

ATTRAZIONI

ATL	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Alexala	1.000	11.300 (+25,1%)
Biella Valsesia Vercelli	1.100	12.100 (+5%)
Cuneese	1.300	17.000 (+19,1%)
Distretto Laghi	1.200	19.800 (+11,7%)
Langhe Monferrato Roero	986	16.100 (+44%)
Novara	760	11.200 (+33,1%)
Turismo Torino e Provincia	3.800	105.400 (+17,1%)

- **Turismo Torino e Provincia** è l'**ATL** che possiede il numero più alto di **Punti di interesse** monitorati: **3.800**; segue il **Cuneese** con **1.300**;
- Sempre **Turismo Torino e Provincia**, è l'**ATL** che registra il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **105.400**; segue il **Distretto Laghi** con **19.800**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una forte crescita dei **contenuti monitorati** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con le **Langhe Monferrato Roero** che detengono la leadership: **+44%**.

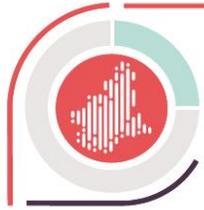


Sentiment Analysis

COMPLESSIVO

ATL	Sentiment Analysis ATL	Sentiment Analysis Italia
Alexala	87,3/100 (+0,4)	87,2/100
Biella Valsesia Vercelli	88,3/100 (+0,7)	87,2/100
Cuneese	89,9/100 (+0,9)	87,2/100
Distretto Laghi	87,8/100 (+0,5)	87,2/100
Langhe Monferrato Roero	90,1/100 (+0,4)	87,2/100
Novara	86,7/100 (+0,5)	87,2/100
Turismo Torino e Provincia	87,4/100 (+0,3)	87,2/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto agli altri territori: **90,1/100**; segue il **Cuneese** con **89,9/100**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con il **Cuneese** che detiene la leadership: **+0,9**;
- Tutte le **ATL** rilevano un valore del **sentiment** superiore all'**Italia**, ad eccezione di **Novara**: **86,7/100** vs **87,2/100**.

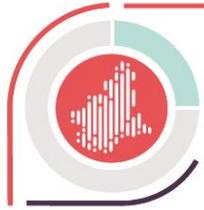


Sentiment Analysis

RICETTIVITÀ

ATL	Sentiment Analysis ATL	Sentiment Analysis Italia
Alexala	88,7/100 (=)	86,5/100
Biella Valsesia Vercelli	89,3/100 (+0,4)	86,5/100
Cuneese	90,5/100 (+0,3)	86,5/100
Distretto Laghi	86,6/100 (=)	86,5/100
Langhe Monferrato Roero	91,6/100 (-0,4)	86,5/100
Novara	85,4/100 (-0,3)	86,5/100
Turismo Torino e Provincia	85,9/100 (-0,6)	86,5/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto agli altri territori: **91,6/100**; segue il **Cuneese** con **90,5/100**;
- Le **Langhe Monferrato Roero**, **Novara** e **Turismo Torino e Provincia** hanno registrato un calo rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente: rispettivamente, **-0,4**, **-0,3** e **-0,6**;
- Tutte le **ATL** rilevano un valore del **sentiment** superiore all'**Italia**, ad eccezione di **Novara** e **Turismo Torino e Provincia**: rispettivamente, **85,4/100** e **85,9/100** vs **86,5/100**.

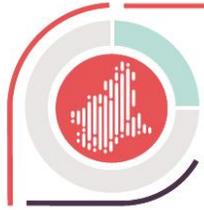


Sentiment Analysis

RISTORAZIONE

ATL	Sentiment Analysis ATL	Sentiment Analysis Italia
Alexala	86,7/100 (+0,3)	86,8/100
Biella Valsesia Vercelli	87,8/100 (+0,9)	86,8/100
Cuneese	89,3/100 (+1)	86,8/100
Distretto Laghi	87,3/100 (+0,8)	86,8/100
Langhe Monferrato Roero	89,1/100 (+0,5)	86,8/100
Novara	86,7/100 (+0,5)	86,8/100
Turismo Torino e Provincia	87,1/100 (+0,5)	86,8/100

- Il **Cuneese**, **89,3/100**, e le **Langhe Monferrato Roero**, **89,1/100**, rilevano un parametro maggiore rispetto agli altri territori;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con il **Cuneese** che detiene la leadership: **+1**;
- Tutte le **ATL** rilevano un valore del **sentiment** superiore all'**Italia**, ad eccezione di **Alexala** e **Novara**: entrambe a **86,7/100** vs **86,8/100**.

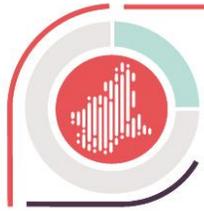


Sentiment Analysis

ATTRAZIONI

ATL	Sentiment Analysis ATL	Sentiment Analysis Italia
Alexala	88,9/100 (+1)	89,9/100
Biella Valsesia Vercelli	90,2/100 (+0,2)	89,9/100
Cuneese	91,1/100 (+1,1)	89,9/100
Distretto Laghi	92,3/100 (+1,4)	89,9/100
Langhe Monferrato Roero	89,9/100 (+1)	89,9/100
Novara	87,9/100 (+0,6)	89,9/100
Turismo Torino e Provincia	90,1/100 (+0,6)	89,9/100

- Il **Distretto Laghi** rileva un parametro maggiore rispetto agli altri territori: **92,3/100**; segue il **Cuneese** con **91,1/100**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con il **Distretto Laghi** che detiene la leadership: **+1,4**;
- Tutte le **ATL** rilevano un valore del **sentiment** superiore all'**Italia**, ad eccezione delle **Langhe Monferrato Roero** (**uguale** rispetto al dato nazionale), di **Alexala** e di **Novara**: rispettivamente, **88,9/100** e **87,9/100** vs **89,9/100**.



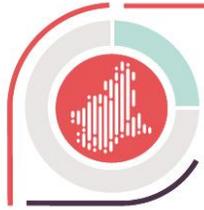
Visitatori

Comparto	Alexala			Biella Valsesia Vercelli			Cuneese			Distretto Laghi		
	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero
Ricettività	49,5%	50,5%	Francia (12,5%)	72,3%	27,8%	Svizzera (6,4%)	67,5%	32,6%	Francia (12,5%)	36,7%	63,3%	Germania (24,5%)
Ristorazione	87,2%	12,8%	Svizzera (3,1%)	88,3%	11,7%	Francia (2,6%)	86,3%	13,7%	Francia (5,3%)	62,9%	37,2%	Germania (10,4%)
Attrazioni	61%	39%	Francia (9,8%)	68,2%	31,8%	Svizzera - Francia (8,8%)	80,3%	19,7%	Belgio (8,2%)	79,1%	20,9%	Germania (9%)
Complessivo	58,2%	41,8%	Francia (10,2%)	76,3%	23,7%	Svizzera (5,4%)	72,4%	27,6%	Francia (10,6%)	40,6%	59,5%	Germania (22,4%)

Comparto	Langhe Monferrato Roero			Novara			Turismo Torino e Provincia		
	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero
Ricettività	60,9%	39,1%	Svizzera (11,3%)	59,9%	40,1%	Germania (10,9%)	65,2%	34,8%	Francia (12,1%)
Ristorazione	76,5%	23,5%	Svizzera (7,1%)	92,4%	7,6%	Svizzera (1,8%)	90,1%	9,9%	Francia (3,4%)
Attrazioni	80,9%	19,1%	Germania (5,9%)	100%	0%	0%	78,6%	21,4%	Francia (4,9%)
Complessivo	64,9%	35,1%	Svizzera (10,2%)	67,9%	32,1%	Germania (8,5%)	70,6%	29,4%	Francia (10,2%)

- Il valore più alto di **visitatori italiani** è rilevato nelle **attrazioni a Novara: 100%**;
- Per quanto ne concerne i **turisti stranieri**, detiene la leadership il **Distretto Laghi** nella **ricettività: 63,3%**;

- La **Germania** è il paese estero in cui rileva la percentuale più alta di **visitatori stranieri: 24,5%** relativo al comparto **ricettivo** nel **Distretto Laghi**.



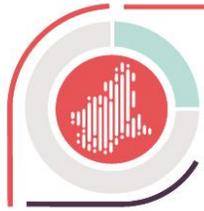
Tipologie di viaggio

Comparto	Alexala	Biella Valsesia Vercelli	Cuneese	Distretto Laghi
Ricettività	Coppie (48,9%) - Famiglie (26,6%)	Coppie (46,6%) - Famiglie (22%)	Coppie (51,6%) - Famiglie (19%)	Coppie (60,3%) - Famiglie (22,1%)
Ristorazione	Coppie (48,6%) - Famiglie (23,4%)	Coppie (42,9%) - Single (22%)	Coppie (47,3%) - Famiglie (20%)	Coppie (67,7%) - Famiglie (19%)
Attrazioni	Coppie (69,4%) - Famiglie (19,4%)	Coppie (50%) - Famiglie (23,5%)	Coppie (60,6%) - Amici/Gruppi (24,2%)	Coppie (55,3%) - Famiglie (23,4%)
Complessivo	Coppie (49%) - Famiglie (26,4%)	Coppie (46,5%) - Famiglie (21,9%)	Coppie (51,2%) - Famiglie (19,1%)	Coppie (60,7%) - Famiglie (21,9%)

- Le recensioni sono redatte principalmente da **coppie** e **famiglie**;

- Tra le **coppie**, in **Alexala**, spicca il **69,4%** registrato nelle **attrazioni**;
- Nel comparto **attrattivo**, si evidenzia il **30,3%** di recensioni redatte dalle **famiglie** in **Turismo Torino e Provincia**.

Comparto	Langhe Monferrato Roero	Novara	Turismo Torino e Provincia
Ricettività	Coppie (62,1%) - Famiglie (16,4%)	Coppie (47,1%) - Famiglie (24,5%)	Coppie (43,2%) - Famiglie (24,9%)
Ristorazione	Coppie (64,5%) - Famiglie (15,4%)	Coppie (49%) - Famiglie (26,5%)	Coppie (42,8%) - Famiglie (23,9%)
Attrazioni	Coppie (52%) - Famiglie (24%)	Coppie (57,1%) - Single (28,6%)	Coppie (43%) - Famiglie (30,3%)
Complessivo	Coppie (62,4%) - Famiglie (16,3%)	Coppie (47,1%) - Famiglie (24,5%)	Coppie (43,2%) - Famiglie (24,9%)

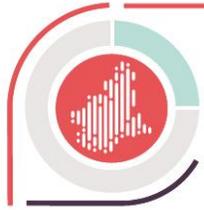


Canali

I canali maggiormente utilizzati sono **Booking** e **Google** e **TripAdvisor**; mentre tra i **social** emergono **Facebook** e **Twitter**.

Comparto	Alexala		Biella Valsesia Vercelli		Cuneese		Distretto Laghi	
	Canali	Social	Canali	Social	Canali	Social	Canali	Social
Ricettività	Booking - Google	Facebook - Twitter	Google - Booking	Facebook - Twitter	Google - Booking	Facebook - Twitter	Booking - Google	Facebook - Twitter
Ristorazione	Google - TripAdvisor	Facebook - Twitter	Google - TripAdvisor	Facebook - Twitter	Google - TripAdvisor	Facebook - Twitter	Google - TripAdvisor	Facebook - Youtube
Attrazioni	Google - Facebook	Twitter - Pinterest	Google - Booking	Twitter - Youtube	Google - Facebook	Twitter - Facebook	Google - TripAdvisor	Twitter - Youtube

Comparto	Langhe Monferrato Roero		Novara		Turismo Torino e Provincia	
	Canali	Social	Canali	Social	Canali	Social
Ricettività	Booking - Google	Facebook - Pinterest	Booking - Google	Facebook - Youtube	Booking - Google	Facebook - Twitter
Ristorazione	Google - TripAdvisor	Facebook - Twitter	Google - TripAdvisor	Facebook - Twitter	Google - TripAdvisor	Twitter - Facebook
Attrazioni	Google - Facebook	Twitter - Facebook	Google - Facebook	Twitter - Facebook	Google - Facebook/TripAdvisor	Twitter - Facebook



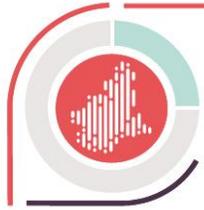
Cluster & Topic (1)

Comparto	Alexala	Biella Valsesia Vercelli	Cuneese	Distretto Laghi
Ricettività	Ristorazione - Staff	Ristorazione - Staff	Ristorazione - Staff	Ristorazione - Staff
Ristorazione	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza
Attrazioni	Posizione - Spazi	Posizione - Spazi	Posizione - Spazi	Posizione - Spazi

In tutti i **comparti** variano gli **argomenti più discussi**:

- **Ristorazione** e **staff** nella **ricettività**;
- **Atmosfera** e **accoglienza** nella **ristorazione**;
- **Posizione** e **spazi** nelle **attrazioni**.

Comparto	Langhe Monferrato Roero	Novara	Turismo Torino e Provincia
Ricettività	Ristorazione - Staff	Staff - Ristorazione	Staff - Camera
Ristorazione	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Qualità del cibo/Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza
Attrazioni	Posizione - Spazi	Posizione - Spazi	Spazi - Atmosfera



Cluster & Topic (2)

Comparto	Alexala		Biella Valsesia Vercelli		Cuneese		Distretto Laghi	
	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo
Ricettività	Staff	Piscina	Proprietario	Bagno	Staff	Bagno	Proprietario	Bagno
Ristorazione	Personale	Prezzo	Location	Prezzo	Personale	Prezzo	Location	Prezzo
Attrazioni	Guida - Location	Piazza	Guida	Parcheggio	Piazza	Strada	Visita	Parcheggio

- La **location**, lo **staff**, il **proprietario** e il **personale** sono gli argomenti che contengono più **giudizi positivi**;
- Il **bagno**, il **prezzo** e il **parcheggio** ne rilevano più **negativi**.

Comparto	Langhe Monferrato Roero		Novara		Turismo Torino e Provincia	
	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo
Ricettività	Proprietario	Bagno	Staff	Bagno	Staff	Bagno
Ristorazione	Location	Prezzo	Location	Prezzo	Personale	Prezzo
Attrazioni	Personale	Parcheggio	Vista	Orario	Guida	Percorso

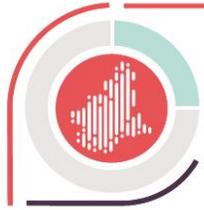


ATL Piemonte

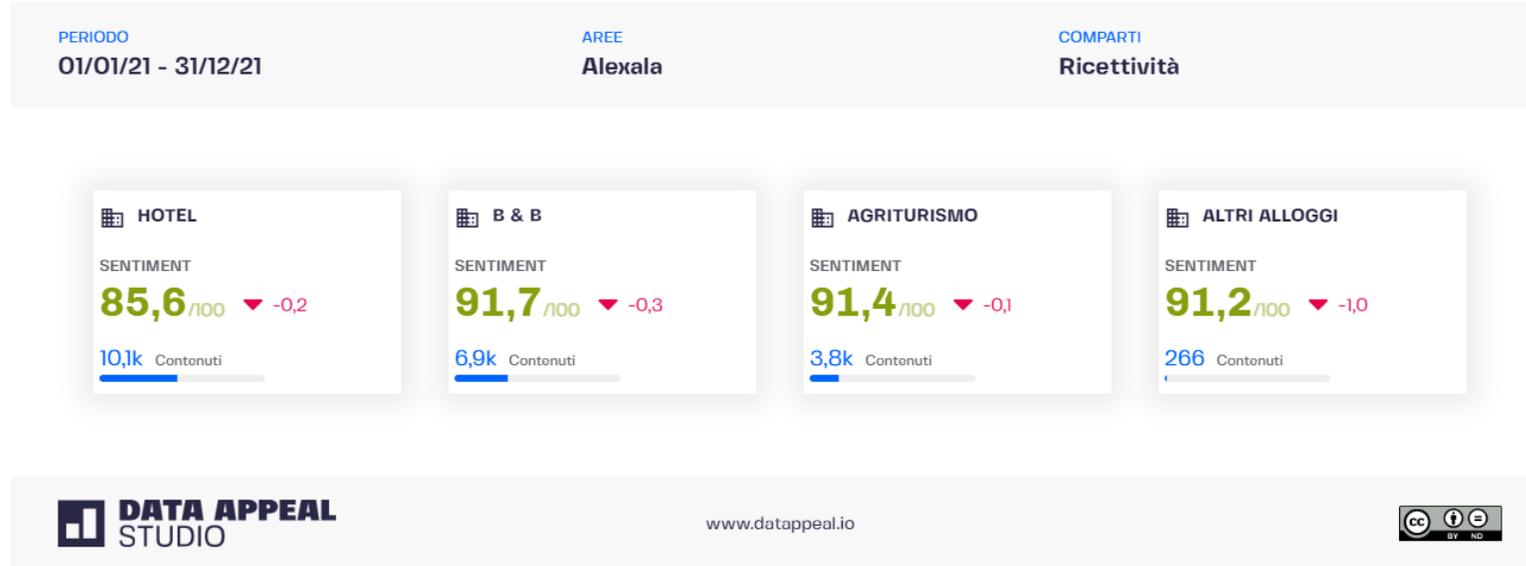
Focus Tipologie Ricettive

Anno 2021
01/01/2021 – 31/12/2021

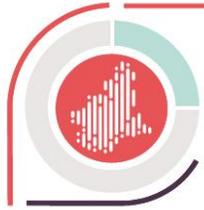




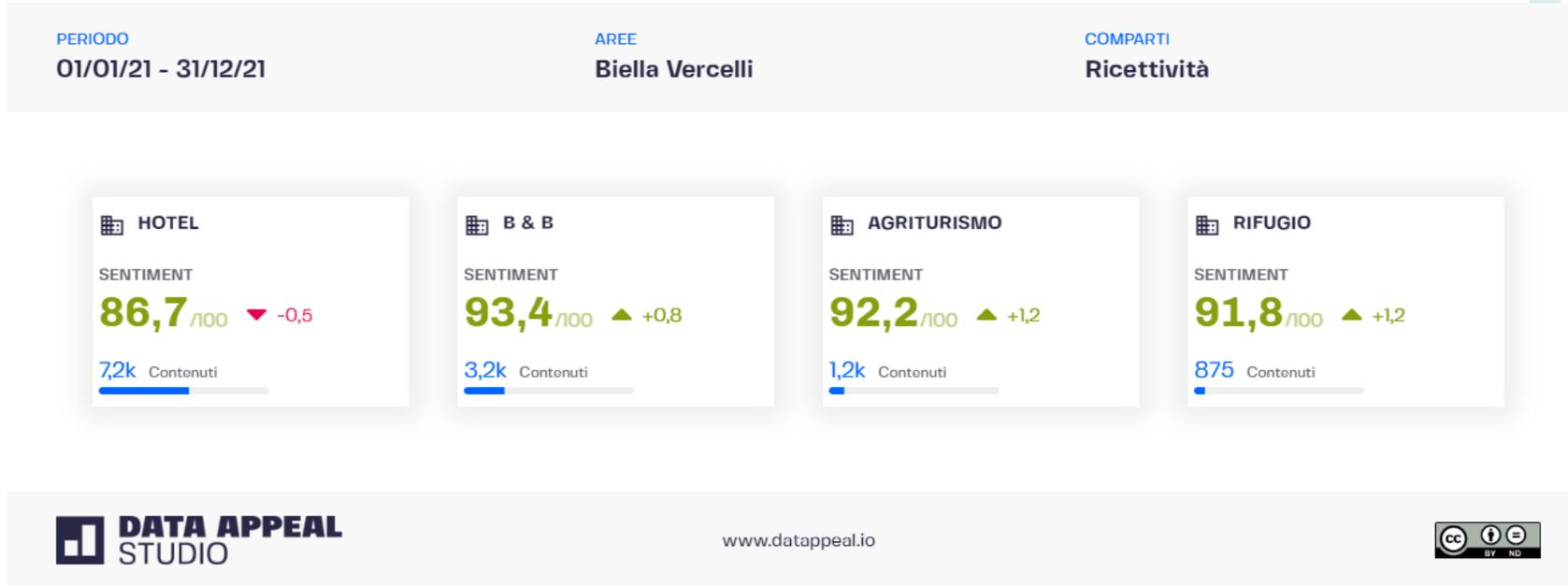
Tipologie ricettive: Alexala



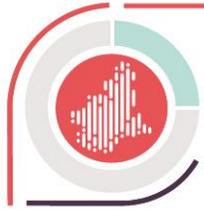
- Il valore del **sentiment** delle **strutture ricettive** di **Alexala** è **inferiore** rispetto all'anno precedente, con il calo maggiore che si registra negli **altri alloggi: 91,2/100 (-1)**.



Tipologie ricettive: Biella Valsesia Vercelli



- Il valore del **sentiment** delle **strutture ricettive** di **Biella Valsesia Vercelli** è **superiore** (ad eccezione degli hotel) rispetto all'anno precedente, con la crescita maggiore che si registra negli **agriturismi**, **92,2/100 (+1,2)**, e nei **rifugi**, **91,8/100 (+1,2)**.



Tipologie ricettive: Cuneese

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Cuneese

COMPARTI
Ricettività

HOTEL

SENTIMENT

88,9/100 ▲ +0,4

12,4k Contenuti

B & B

SENTIMENT

92,3/100 ▼ -0,2

7,5k Contenuti

RIFUGIO

SENTIMENT

90,4/100 ▲ +0,1

3,3k Contenuti

AGRITURISMO

SENTIMENT

92,9/100 ▼ -0,2

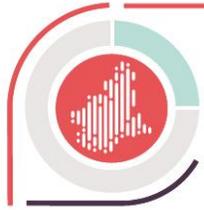
2,8k Contenuti

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



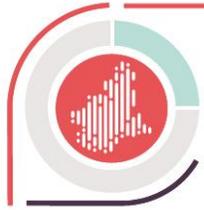
- Il valore del **sentiment** delle **strutture ricettive** del **Cuneese** è **superiore** (ad eccezione dei B&B e degli agriturismi) rispetto all'anno precedente, con la crescita maggiore che si registra negli **hotel, 88,9/100 (+0,4)**.



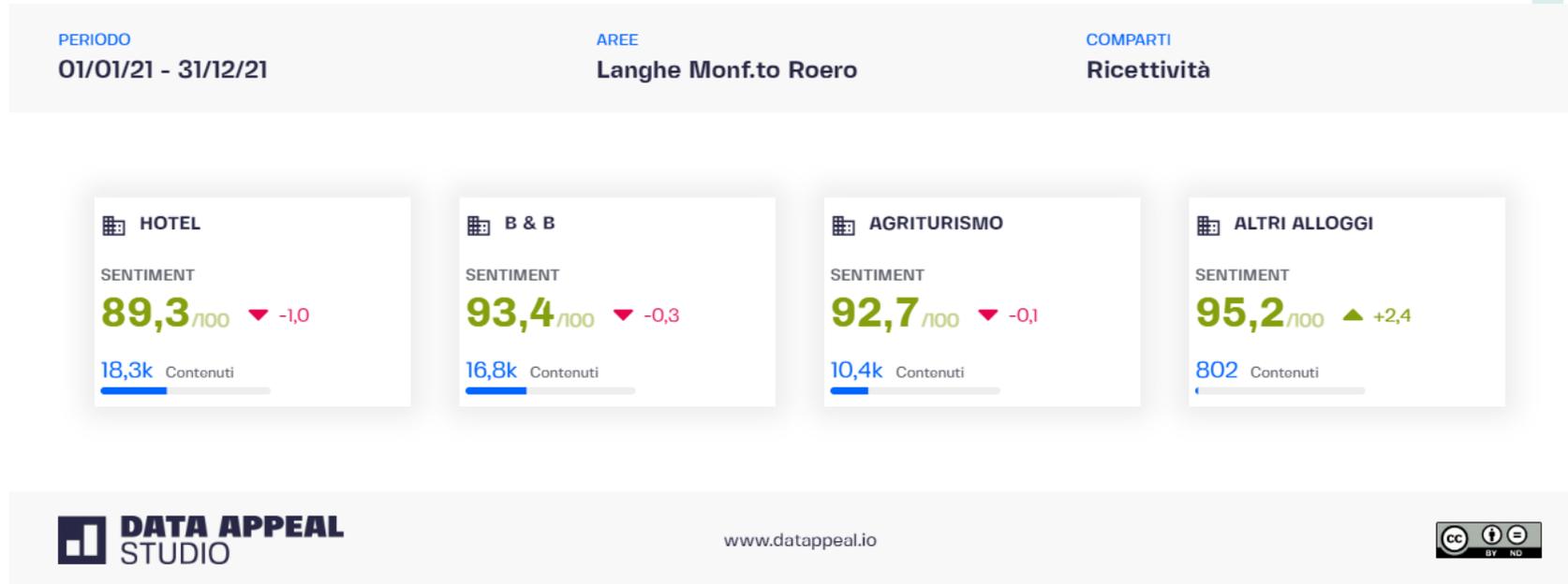
Tipologie ricettive: Distretto Laghi



- Il valore del **sentiment** delle **strutture ricettive** del **Distretto Laghi** è **superiore** (ad eccezione degli hotel e dei campeggi) rispetto all'anno precedente, con la crescita maggiore che si registra nei **rifugi**, **89,9/100 (+0,7)**.



Tipologie ricettive: Langhe Monferrato Roero



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

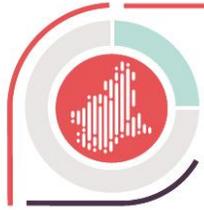
DATA APPEAL
STUDIO

DATA APPEAL
STUDIO

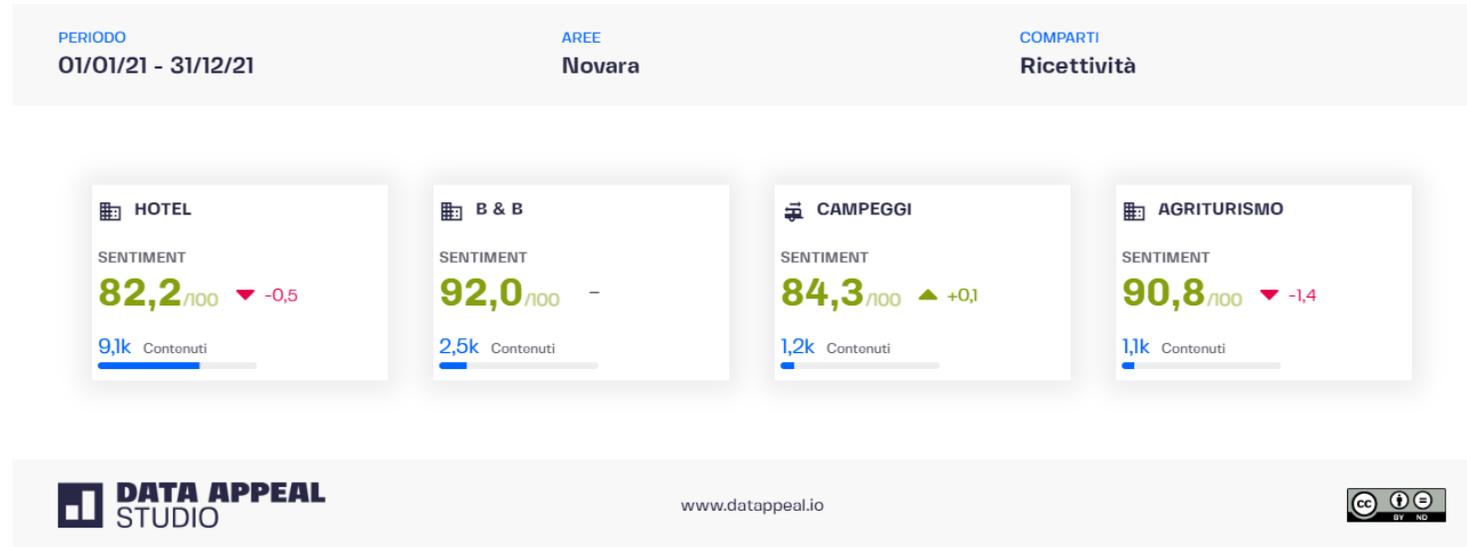
www.datappeal.io



- Il valore del *sentiment* delle **strutture ricettive** delle **Langhe Monferrato Roero** sono **inferiori** (ad eccezione degli altri alloggi) rispetto all'anno precedente, con il calo maggiore che si registra negli **hotel: 89,3/100 (-1)**.



Tipologie ricettive: Novara

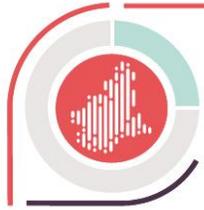


DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



- Il valore del **sentiment** delle **strutture ricettive** di **Novara** è **superiore** rispetto all'anno precedente nei **campeggi**, **84,3/100 (+0,1)**, mentre è **inferiore** negli **hotel**, **82,2/100 (-0,5)** e negli **agriturismi**, **90,8/100 (-1,4)**.

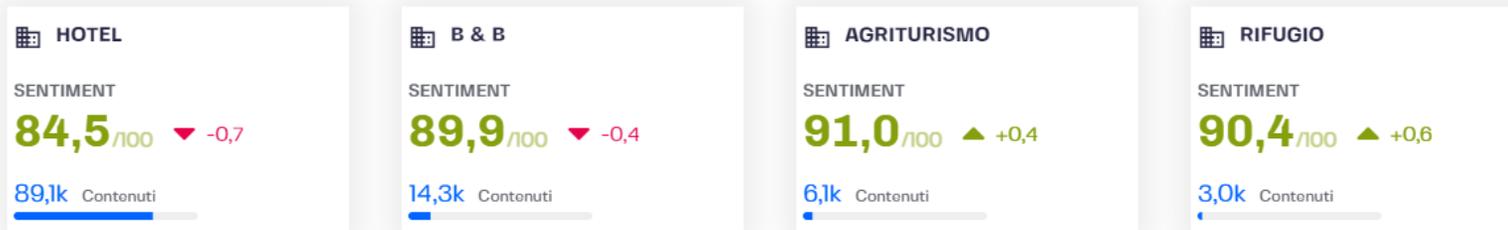


Tipologie ricettive: Turismo Torino e Provincia

PERIODO
01/01/21 - 31/12/21

AREE
Torino TP

COMPARTI
Ricettività



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



- Il valore del **sentiment** delle **strutture ricettive** di **Turismo Torino e Provincia** è **superiore** rispetto all'anno precedente negli **agriturismi**, **91/100 (+0,4)**, e nei **rifugi**, **90,4/100 (+0,6)**, mentre è **inferiore** negli **hotel**, **84,5/100 (-0,7)** e nei **B&B**, **89,9/100 (-0,4)**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE



REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

VisitPiemonte

Regional Marketing and Promotion
Via Bertola 34 | 10122 Torino | Italy

www.visitpiemonte.org
www.visitpiemonte-dmo.org

P.IVA 09693360019