



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Piemonte - Aree-Prodotto

Estate 2022
01/06/2022 - 31/08/2022

Torino, 22 settembre 2022





Perimetro di analisi

PARAMETRI E DIMENSIONI DI ANALISI: punti di interesse e recensioni on-line unitamente al *sentiment* del prodotto turistico del **Piemonte** e delle **Aree-Prodotto (Colline, Laghi, Montagne e Torino e prima cintura)**.

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

- **01/06/2022 – 31/08/2022 (Estate 2022)**.



Piemonte

Complessivo

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Piemonte

COMPLESSIVO

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

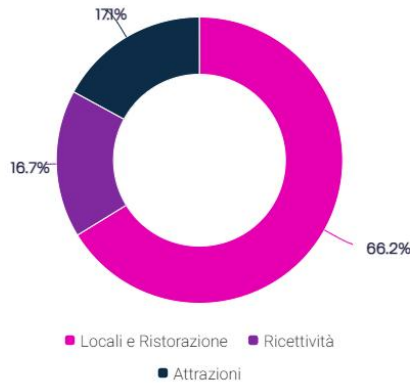
AREE
Piemonte

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

537,6k Contenuti ▼ 19,2 Contenuti per POI ▲
-5,8% Rispetto all'anno precedente ▼ +0,9 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **28.000 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 66,2%**;
 - **Attrazioni: 17,1%**;
 - **Ricettività: 16,7%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **537.600** (-5,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





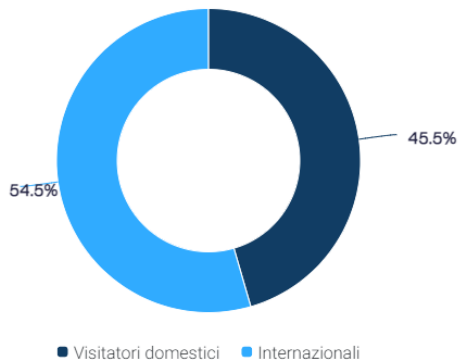
Visitatori: Piemonte

COMPLESSIVO

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **45,5%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **13,9%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **85,5/100** vs **84,3/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **54,5%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	45,5% ▾	84,3/100 ▾
Francia	13,9% ▲	85,2/100 ▾
Germania	9,4% ▲	84,7/100 ▾
Svizzera	7,4% ▲	85,0/100 ▾
Paesi Bassi	4,2% ▾	85,9/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Piemonte






COMPLESSIVO

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Piemonte

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	47,8% ▼	86,0/100 ▼
 Famiglie	29,5% ▲	84,8/100 ▼
 Amici/Gruppo	11,4% ▲	84,8/100 ▼
 Singolo	10,9% ▼	84,2/100 ▼
 Viaggio di lavoro	0,5%	80,4/100 ▼

Il **47,8%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **29,5%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **86/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi** e le **famiglie**, con **84,8/100**.



Sentiment Analysis: Piemonte

COMPLESSIVO

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Piemonte

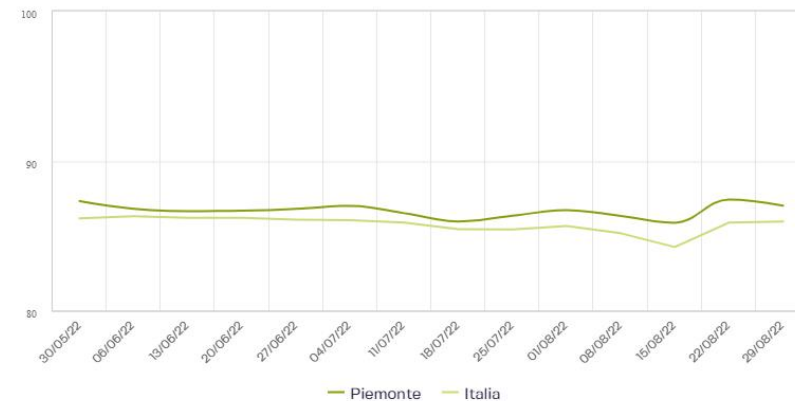
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT PIEMONTE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Piemonte** (-1,2 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **86,6/100** vs **85,7/100**.



Piemonte

Ricettività

Estate 2022

01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Piemonte

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

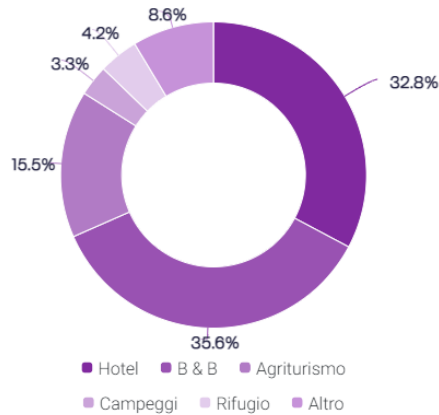
COMPARTI
Ricettività

Panoramica

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

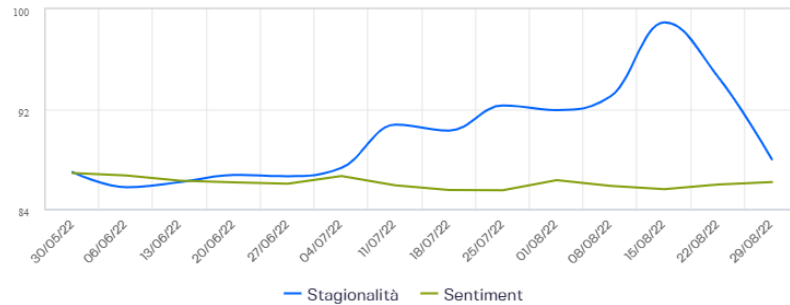
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

163,5k Contenuti ▲ **35,0** Contenuti per POI ▲
 32,4% Rispetto all'anno precedente ▲ +9,5 Rispetto all'anno precedente ▲



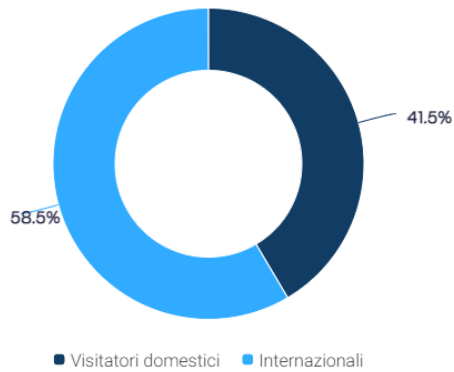
- Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.700 punti di interesse**:
 - **Hotel: 32,8%**;
 - **B&B: 35,6%**;
 - **Agriturismi: 15,5%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 8,6%**;
 - **Rifugi: 4,2%**;
 - **Campeggi: 3,3%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **163.500 (+32,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Piemonte

PERIODO 01/06/22 - 31/08/22 AREE Piemonte COMPARTI Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



www.datappeal.io



Il **41,5%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **14,8%**.

RICETTIVITÀ

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **85,4/100** vs **84,7/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **58,5%** del totale.

PERIODO 01/06/22 - 31/08/22 AREE Piemonte COMPARTI Ricettività

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	41,5% ▾	84,7/100 ▾
Francia	14,8% ▲	85,1/100 ▾
Germania	10,3% ▾	84,6/100 ▾
Svizzera	8,0% ▾	84,9/100 ▾
Paesi Bassi	4,5% ▾	85,7/100 ▾



www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Piemonte

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/06/22 - 31/08/22	Piemonte	Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	47,5% ▾	86,0/100 ▾
Famiglie	29,7% ▲	84,8/100 ▾
Amici/Gruppo	11,3% ▲	84,7/100 ▾
Singolo	11,0% ▾	84,1/100 ▾
Viaggio di lavoro	0,5%	80,6/100 ▾

Il **47,5%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **29,7%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **86/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **84,8/100**, e gli **amici/gruppi**, con **84,7/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Canali: Piemonte

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

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
Booking.com	71,0% ▲	8,5/10 ▼	85,1/100 ▼
Google	23,8% ▼	8,8/10 ▼	88,9/100 ▼
TripAdvisor	3,3% ▼	8,5/10 ▼	85,4/100 ▼
Hotels.com	0,8% ▼	8,8/10 ▼	88,1/100 ▼
Expedia	0,3%	8,8/10 ▲	88,5/100 ▲

SOCIAL

	Post
Pinterest	43,0% ▲
Twitter	33,2% ▼
Instagram	15,2% ▲
Youtube	5,1% ▲
Facebook	3,7% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **71%**; segue **Google**, con il **23,8%**. Tra i social primeggia **Pinterest**, con il **43%**; segue **Twitter**, con il **33,2%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con **DATA APPEAL STUDIO**



www.datappeal.io





Cluster & Topic: Piemonte

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

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	21,1% ▾	94,7/100 ▾	-0,7
Ristorazione	20,8% ▾	88,8/100 ▾	-0,8
Camera	18,9% ▾	76,5/100 ▾	-2,3
Atmosfera	16,5% ▾	87,7/100 ▾	-1,5
Servizi	5,0% ▾	68,8/100 ▾	-2,9

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è lo **staff**, con il **21,1%** dei contenuti; segue la **ristorazione** con il **20,8%** e la **camera**, con il **18,9%**;
- Il tema del **bagno** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; il **proprietario** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Piemonte

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

COMPARTI
Ricettività

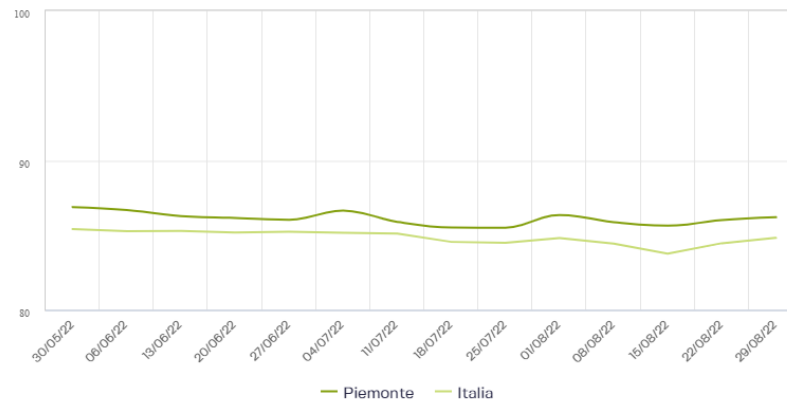
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT PIEMONTE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Piemonte** (-2,1 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **86,1/100** vs **84,8/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Piemonte

Ristorazione

Estate 2022

01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Piemonte

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

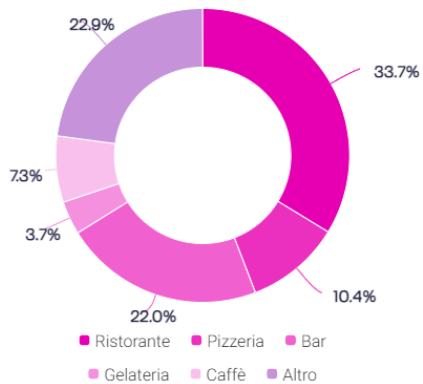
COMPARTI
Locali e Ristorazione

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.

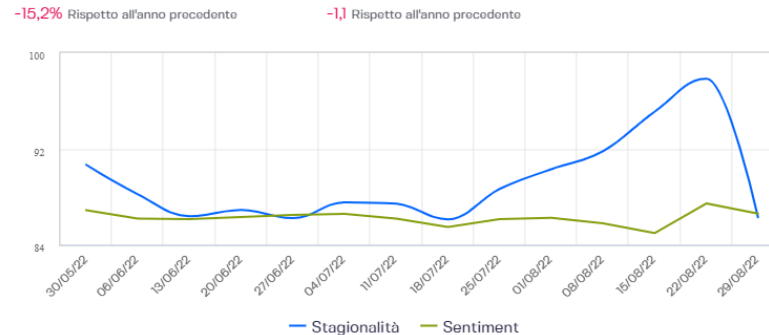
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

316,8k Contenuti -15,2% Rispetto all'anno precedente

171 Contenuti per POI -1,1 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **18.500 punti di interesse**:
 - Ristoranti: 33,7%**;
 - Altre tipologie ristoratrici: 22,9%**;
 - Bar: 22%**;
 - Pizzerie: 10,4%**;
 - Caffè: 7,3%**;
 - Gelaterie: 3,7%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **316.800 (-15,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



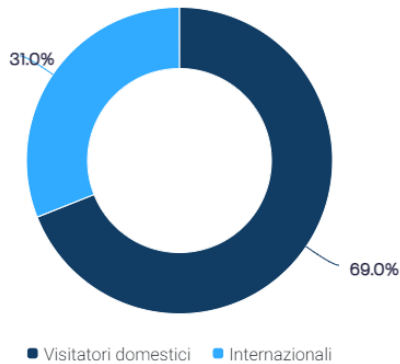
Visitatori: Piemonte

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **69%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con l'**8,3%**.

RISTORAZIONE

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **86,3/100** vs **82,5/100** del **mercato italiano**. La **quota** di **recensioni estere** vale il **31%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	69,0% ▾	82,5 ₁₀₀ ▾
Francia	8,3% ▲	86,2 ₁₀₀ ▲
Svizzera	4,6% ▲	86,0 ₁₀₀ ▲
Germania	4,5% ▲	85,0 ₁₀₀ ▾
Paesi Bassi	2,4% ▲	88,6 ₁₀₀ ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Piemonte

RISTORAZIONE

PERIODO





01/06/22 - 31/08/22

AREE

Piemonte

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	54,9% ▼	87,1/100 ▼
 Famiglie	24,8% ▲	85,8/100 ▼
 Amici/Gruppo	11,2% ▼	86,3/100 ▲
 Singolo	8,8% ▼	86,4/100 ▼
 Viaggio di lavoro	0,3%	78,3/100 ▲

Il **54,9%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **24,8%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **87,1/100** e, a seguire, fra i **single**, con **86,4/100**, e gli **amici/gruppi**, con **86,3/100**.



Canali: Piemonte

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

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	81,0% ▾	8,6/10 ▾	86,2/100 ▾
TheFork	9,4% ▲	9,0/10 ▾	90,0/100 ▾
TripAdvisor	6,9% ▾	8,0/10 ▾	81,4/100 ▾
Booking.com	2,0% ▲	8,6/10	86,6/100 ▾
Justeat	0,4% ▲	8,8/10	87,0/100 ▲

SOCIAL

	Post
Twitter	90,0% ▾
Youtube	4,1% ▲
Instagram	3,4% ▲
Pinterest	1,4% ▲
Facebook	1,1% ▾

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **81%**; segue **TheFork**, con il **9,4%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **90%**; segue **Youtube**, con il **4,1%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con **DATA APPEAL STUDIO**



www.datappeal.io





Cluster & Topic: Piemonte

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

COMPARTI
Locali e Ristorazione

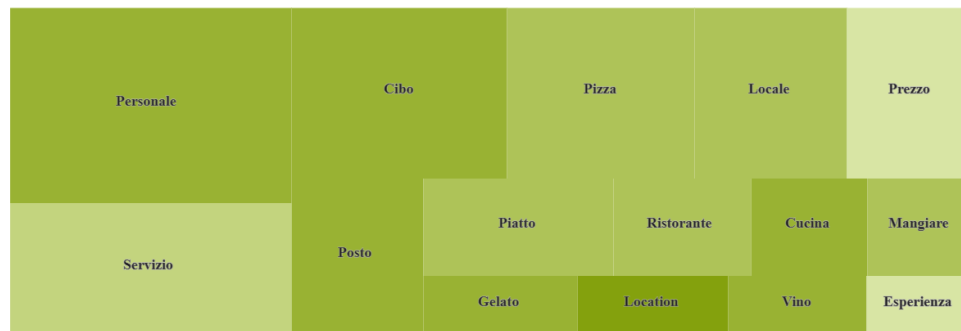
Cluster & Topic

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	29,8% ▾	89,2 ¹⁰⁰ ▾	-1,3
Accoglienza	25,0% ▾	90,7 ¹⁰⁰ ▾	-1,3
Qualità del cibo	23,5%	86,5 ¹⁰⁰ ▾	-1,7
Posizione	10,0% ▾	92,1 ¹⁰⁰ ▾	-1,1
Estetica	5,0% ▾	82,1 ¹⁰⁰ ▾	-3,0

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **29,8%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **25%** 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: Piemonte

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22
AREE: Piemonte
COMPARTI: Locali e Ristorazione

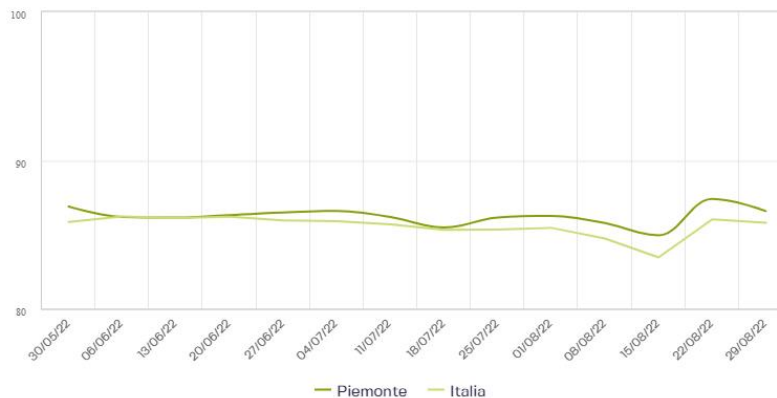
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT PIEMONTE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Piemonte** (-1,1 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **86,2/100** vs **85,5/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO



Piemonte

Attrazioni

Estate 2022

01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Piemonte

ATTRAZIONI

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

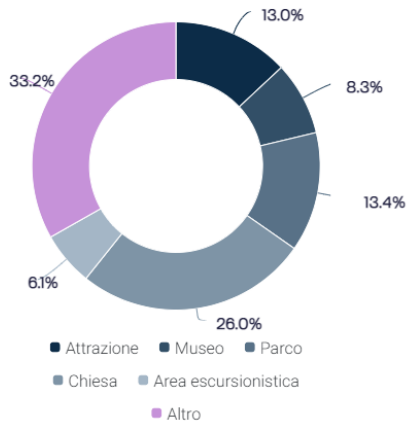
COMPARTI
Attrazioni

Panoramica

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

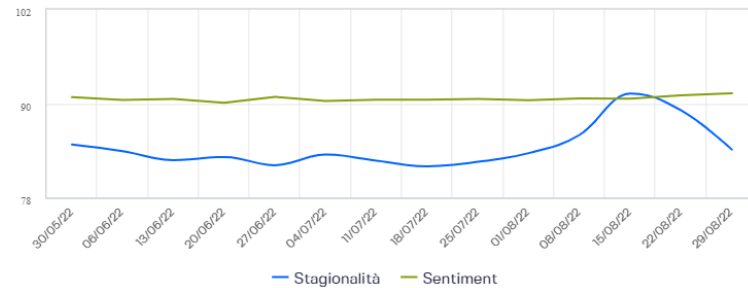
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

57,3k Contenuti ▼ 12,0 Contenuti per POI ▼
 -22,2% Rispetto all'anno precedente -0,9 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.800 punti di interesse**:
 - **Altre tipologie attrattive: 33,2%**;
 - **Chiese: 26%**;
 - **Parchi: 13,4%**;
 - **Attrazioni: 13%**;
 - **Musei: 8,3%**;
 - **Area escursionistica: 6,1%.**
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **57.300 (-22,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



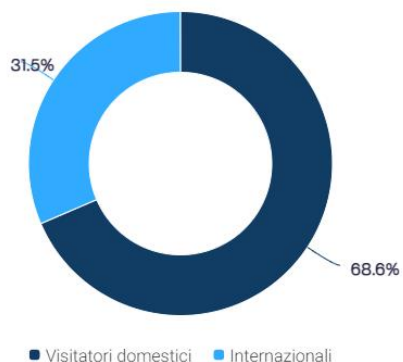
Visitatori: Piemonte

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **68,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **10,2%**.

ATTRAZIONI

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **87,4/100** vs **86/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **31,5%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

COMPARTI
Attrazioni

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	68,6% ▾	87,4/100 ▾
Francia	10,2% ▲	87,4/100 ▲
Germania	3,4% ▾	82,2/100 ▾
Paesi Bassi	2,9% ▲	83,1/100 ▾
Spagna	2,2% ▲	91,3/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Piemonte

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/06/22 - 31/08/22	Piemonte	Attrazioni
	Contenuti	Sentiment
Coppie	37,3% ▾	84,5/100 ▾
Famiglie	34,4% ▲	84,2/100 ▲
Amici/Gruppo	20,9% ▲	83,4/100 ▲
Singolo	7,1% ▲	77,5/100 ▾
Viaggio di lavoro	0,3% ▾	43,8/100 ▾

Il **37,3%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **34,4%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **84,5/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **84,2/100**, e gli **amici/gruppi**, con **83,4/100**.



Canali: Piemonte

ATTRAZIONI

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Piemonte

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	97,8% ▾	9,1/10	90,7/100 ▲
TripAdvisor	1,9% ▲	8,6/10	86,3/100 ▾
Booking.com	0,2% ▲	8,3/10 ▾	83,5/100 ▾
Facebook	0,1% ▾		98,0/100 ▲
Yelp	0,0%	6,0/10	55,0/100

SOCIAL

	Post
Twitter	79,5% ▾
Youtube	18,4% ▲
Pinterest	1,2% ▾
Instagram	0,9% ▲
Facebook	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **97,8%**; segue **TripAdvisor**, con l'**1,9%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **79,5%**; segue **Youtube**, con il **18,4%**.



Cluster & Topic: Piemonte

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22
 AREE: Piemonte
 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	29,5%	94,4/100	-0,2
Spazi	26,6%	86,2/100	-1,5
Atmosfera	23,7%	92,3/100	-0,5
Accoglienza	9,6%	89,5/100	-1,1
Servizi	3,8%	79,4/100	-2,5

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **29,5%** dei contenuti; segue gli **spazi** con il **26,6%** e l'**atmosfera**, con il **23,7%**;
- Il tema del **percorso** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **guida** hanno i maggiori **contenuti positivi**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO





Sentiment Analysis: Piemonte

ATTRAZIONI

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Piemonte

COMPARTI

Attrazioni

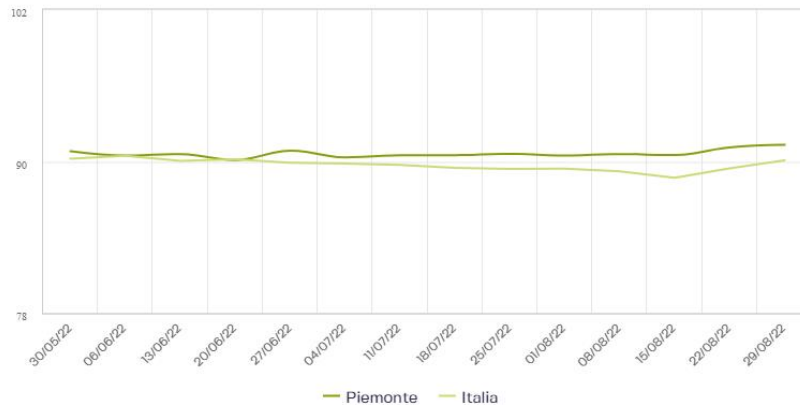
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT PIEMONTE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Piemonte (+0,2** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia: 90,6/100 vs 89,6/100.**

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Piemonte

Executive Summary

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022

Punti di interesse – Contenuti monitorati

Sentiment Analysis





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

COMPLESSIVO

	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Piemonte	28.000	537.600 (-5,8%)

Per il **Piemonte** il monitoraggio della rete si riferisce a **28.000 Punti di Interesse**, mentre i **Contenuti Monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete ammontano a **537.600 (-5,8%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

Sentiment Analysis: Piemonte - Italia

Il **sentiment** risulta essere più positivo in **Piemonte (-1,2)** rispetto all'**Italia: 86,6/100** vs **85,7/100**.

Sentiment Analysis	
Piemonte	86,6/100 (-1,2)
Italia	85,7/100



Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

RICETTIVITÀ

Punti Interesse		Contenuti Monitorati
Piemonte	4.700	163.500 (+32,4%)

Per il **Piemonte** il monitoraggio della rete si riferisce a **4.700 Punti di Interesse**, mentre i **Contenuti Monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete ammontano a **163.500 (+32,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

Sentiment Analysis: Piemonte - Italia

Il **sentiment** risulta essere più positivo in **Piemonte (-2,1)** rispetto all'**Italia: 86,1/100 vs 84,8/100**.

Sentiment Analysis	
Piemonte	86,1/100 (-2,1)
Italia	84,8/100



Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

RISTORAZIONE

Punti Interesse		Contenuti Monitorati
Piemonte	18.500	316.800 (-15,2%)

Per il **Piemonte** il monitoraggio della rete si riferisce a **18.500 Punti di Interesse**, mentre i **Contenuti Monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete ammontano a **316.800 (-15,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

Sentiment Analysis: Piemonte - Italia

Il **sentiment** risulta essere più positivo in **Piemonte (-1,1)** rispetto all'**Italia: 86,2/100 vs 85,5/100**.

Sentiment Analysis	
Piemonte	86,2/100 (-1,1)
Italia	85,5/100



Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

ATTRAZIONI

Punti Interesse		Contenuti Monitorati
Piemonte	4.800	57.300 (-22,2%)

Per il **Piemonte** il monitoraggio della rete si riferisce a **4.800 Punti di Interesse**, mentre i **Contenuti Monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete ammontano a **57.300 (-22,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

Sentiment Analysis: Piemonte - Italia

Il **sentiment** risulta essere più positivo in **Piemonte (+0,2)** rispetto all'**Italia: 90,6/100 vs 89,6/100**.

Sentiment Analysis	
Piemonte	90,6/100 (+0,2)
Italia	89,6/100



Piemonte

Executive Summary

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022

Visitatori – Tipologie di viaggio





Visitatori

Comparto	Piemonte		
	% Italia	% Estero	Paese Estero
Ricettività	41,5%	58,5%	Francia (14,8%)
Ristorazione	69%	31,0%	Francia (8,3%)
Attrazioni	68,6%	31,5%	Francia (10,2%)
Complessivo	45,5%	54,5%	Francia (13,9%)

- Nella **ristorazione**, si registra il valore più alto di **visitatori italiani: 69%**; seguono le **attrazioni, 68,6%**;
- Per quanto ne concerne i **turisti stranieri**, la percentuale maggiore si rileva nella **ricettività: 58,5%**; seguono le **attrazioni, 31,5%**;
- La **Francia** è il paese estero da cui provengono la maggior parte dei turisti stranieri, con la percentuale più alta registrata nella **ricettività: 14,8%**.

Tipologie di viaggio

- Le recensioni sono redatte principalmente da **coppie e famiglie**;
- Tra le **coppie**, spicca il **54,9%** registrato nella **ristorazione**;
- Tra le **famiglie**, il valore più alto si rileva nelle **attrazioni: 34,4%**.

Comparto	Piemonte
Ricettività	Coppie (47,5%) - Famiglie (29,7%)
Ristorazione	Coppie (54,9%) - Famiglie (24,8%)
Attrazioni	Coppie (37,3%) - Famiglie (34,4%)
Complessivo	Coppie (47,8%) - Famiglie (29,5%)



Piemonte

Executive Summary

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022

Canali – Cluster & Topic





Canali

Comparto	Piemonte	
	Canali	Social
Ricettività	Booking - Google	Pinterest - Twitter
Ristorazione	Google - TheFork	Twitter - Youtube
Attrazioni	Google - TripAdvisor	Twitter - Youtube

Il **canale** maggiormente utilizzato è **Google**, mentre tra i **social** emergono **Twitter** e **Youtube**.

Cluster & Topic

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

Comparto	Piemonte
Ricettività	Staff - Ristorazione
Ristorazione	Atmosfera - Accoglienza
Attrazioni	Posizione - Spazi

Comparto	Piemonte	
	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo
Ricettività	Proprietario	Bagno
Ristorazione	Personale	Prezzo
Attrazioni	Guida	Percorso

Così come cambiano gli argomenti che possiedono più **giudizi positivi** o **negativi**.



Are - Prodotto

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Colline

Complessivo

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Colline

COMPLESSIVO

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

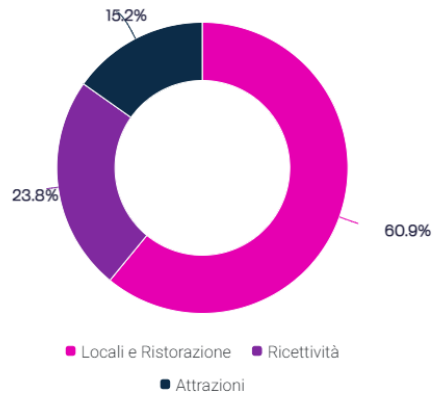
AREE
Colline

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

101,0k Contenuti ▼ 15,4 Contenuti per POI ▼
-13,6% Rispetto all'anno precedente -0,7 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **6.600 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 60,9%**;
 - **Ricettività: 23,8%**;
 - **Attrazioni: 15,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **101.000** (**-13,6%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

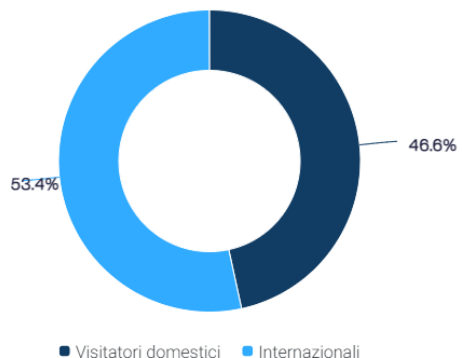
Visitatori: Colline

COMPLESSIVO

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **46,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **10,7%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **89,2/100** vs **87,9/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **53,4%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	46,6% ▾	87,9/100 ▾
Francia	10,7% ▲	88,3/100 ▾
Svizzera	9,2% ▲	89,1/100 ▾
Germania	7,0% ▲	89,1/100 ▾
Paesi Bassi	5,3% ▾	89,4/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Colline






COMPLESSIVO

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Colline

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	54,3% ▾	89,7/100 ▾
 Famiglie	27,7% ▲	88,5/100 ▾
 Amici/Gruppo	11,2% ▾	88,4/100 ▾
 Singolo	6,4% ▾	88,0/100 ▾
 Viaggio di lavoro	0,5% ▲	85,0/100 ▲

Il **54,3%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **27,7%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **89,7/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **88,5/100**, e gli **amici/gruppi**, con **88,4/100**.

 DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Sentiment Analysis: Colline

COMPLESSIVO

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Colline

😊 SENTIMENT

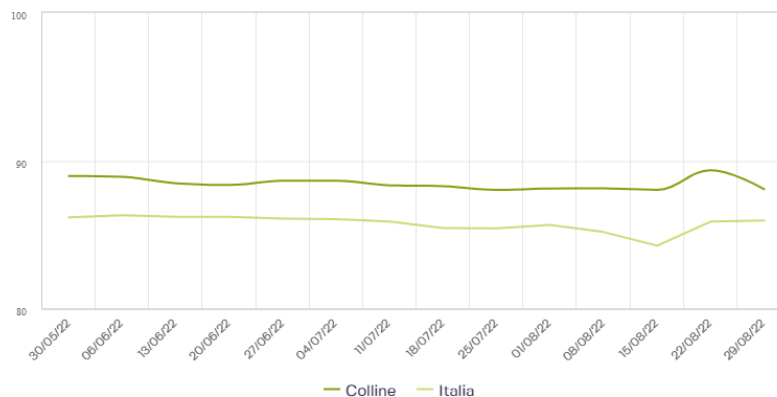
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT COLLINE



85,7 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Colline** (-0,5 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **88,5/100** vs **85,7/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Colline

Ricettività

Estate 2022

01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Colline

RICETTIVITÀ

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22

AREE: Colline

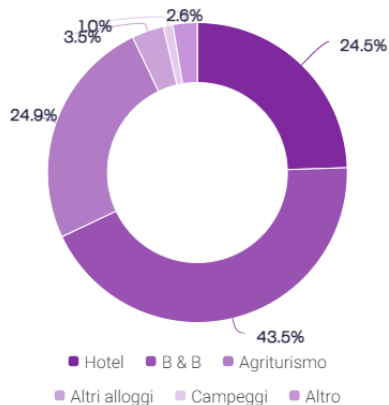
COMPARTI: Ricettività

Panoramica

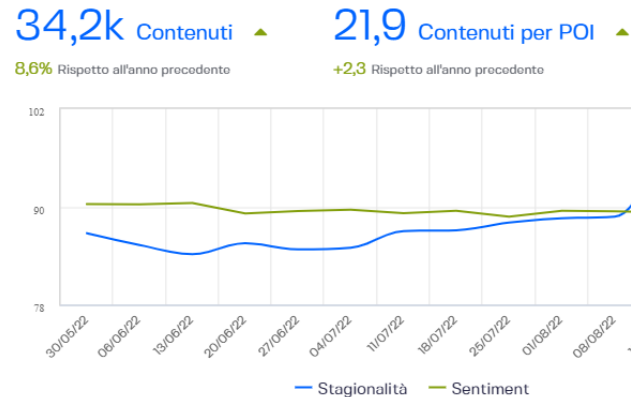
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

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 **1.600 punti di interesse**:
 - B&B: **43,5%**;
 - Agriturismi: **24,9%**;
 - Hotel: **24,5%**;
 - Altri alloggi: **3,5%**;
 - Altre tipologie ricettive: **2,6%**;
 - Campeggi: **1%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **34.200 (+8,6%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



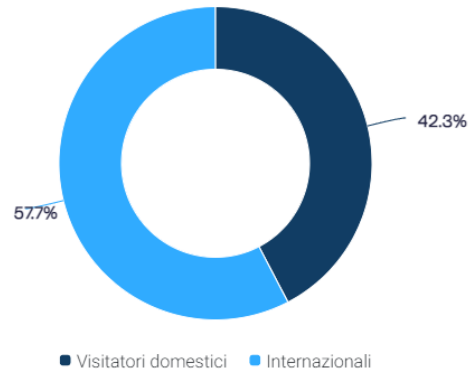
Visitatori: Colline

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

COMPARTI
Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **42,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con l'**11,6%**.

RICETTIVITÀ

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **89,3/100** vs **88,6/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **57,7%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

COMPARTI
Ricettività

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	42,3% ▾	88,6/100 ▾
Francia	11,6% ▲	88,5/100 ▾
Svizzera	9,9%	88,9/100 ▾
Germania	7,8% ▲	89,5/100 ▾
Paesi Bassi	5,6% ▾	89,4/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Colline

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/06/22 - 31/08/22	Colline	Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	54,1% ▼	89,7/100 ▼
Famiglie	28,0% ▲	88,7/100 ▼
Amici/Gruppo	11,1% ▼	88,5/100 ▼
Singolo	6,4% ▼	88,2/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,5% ▲	85,8/100 ▼

Il **54,1%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **28%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **89,7/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **88,7/100**, e gli **amici/gruppi**, con **88,5/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con **DATA APPEAL STUDIO**



www.datappeal.io





Canali: Colline

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

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
Booking.com	68,2% ▲	8,9/10	89,0/100 ▼
Google	25,9% ▼	9,1/10	91,0/100 ▼
TripAdvisor	4,2% ▼	8,9/10	89,6/100 ▼
Hotels.com	0,7% ▼	9,1/10 ▼	91,2/100 ▼
TheFork	0,4% ▲	9,5/10 ▲	94,2/100 ▼

SOCIAL

	Post
Pinterest	71,2% ▲
Twitter	20,2% ▼
Instagram	7,1% ▲
Facebook	1,0% ▼
Youtube	0,5% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **68,2%**; segue **Google**, con il **25,9%**. Tra i social primeggia **Pinterest**, con il **71,2%**; segue **Twitter**, con il **20,2%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Cluster & Topic: Colline

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22
AREE: Colline
COMPARTI: Ricettività

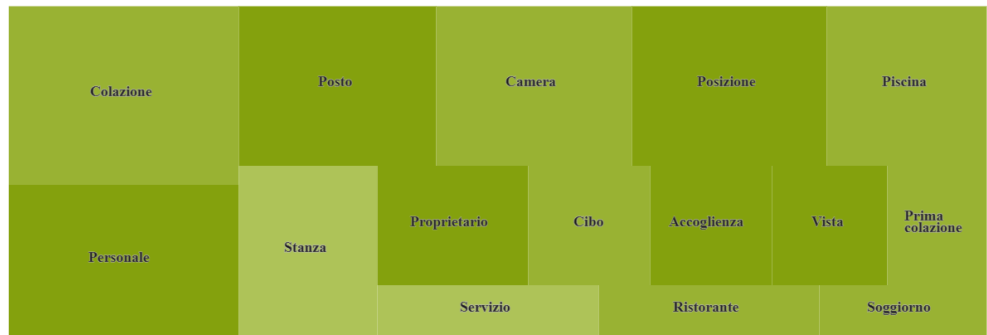
Cluster & Topic

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	22,7% ▲	91,7/100 ▼	-0,9
Staff	21,7%	96,1/100 ▼	-0,3
Atmosfera	18,3% ▲	92,2/100 ▼	-0,3
Camera	16,5% ▲	82,6/100 ▼	-1,8
Struttura	6,4% ▲	90,2/100 ▲	+0,9

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **22,7%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **21,7%** e l'**atmosfera**, con il **18,3%**;
- Il tema del **servizio** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; l'**accoglienza** ha i maggiori **contenuti positivi**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO





Sentiment Analysis: Colline

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

COMPARTI
Ricettività

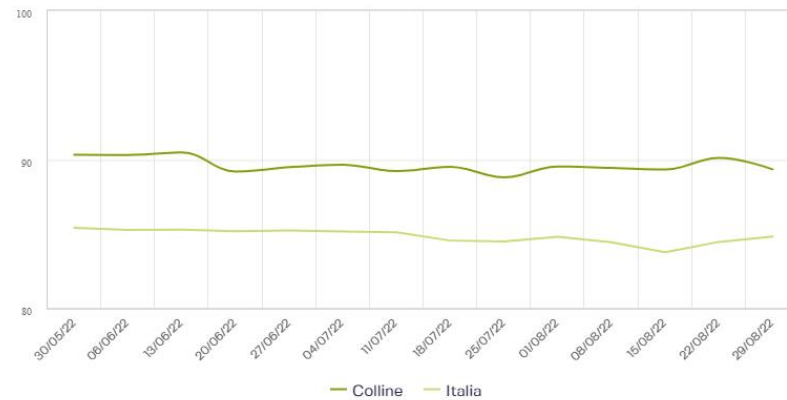
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT COLLINE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Colline** (-1,5 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **89,6/100** vs **84,8/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Colline

Ristorazione

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Colline

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

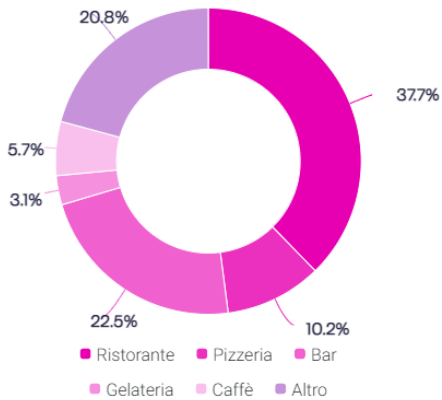
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

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

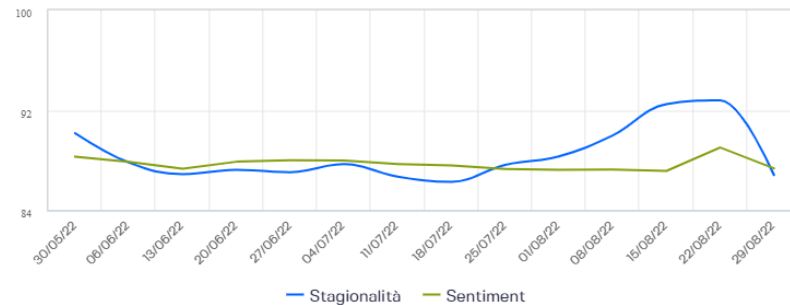
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

59,9k Contenuti ▼ 15,0 Contenuti per POI ▼
 -20,1% Rispetto all'anno precedente -1,9 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.000 punti di interesse**:
 - **Ristoranti: 37,7%**;
 - **Bar: 22,5%**;
 - **Altre tipologie ristoratrici: 20,8%**;
 - **Pizzerie: 10,2%**;
 - **Caffè: 5,7%**;
 - **Gelaterie: 3,1%**.

- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **59.900 (-20,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Colline

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **66,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **6,4%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO

RISTORAZIONE

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **88,5/100** vs **85,7/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **33,4%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	66,6% ▼	85,7/100 ▼
Francia	6,4% ▲	87,4/100 ▲
Svizzera	6,1% ▲	90,6/100 ▲
Germania	3,5% ▲	85,1/100 ▼
Paesi Bassi	3,5% ▲	89,9/100 ▼

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Colline

RISTORAZIONE

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Colline

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

	Contenuti	Sentiment
Coppie	57,4% ▾	88,7/100 ▾
Famiglie	23,9% ▲	87,0/100 ▲
Amici/Gruppo	11,3% ▾	87,1/100 ▾
Singolo	7,0% ▾	85,6/100 ▾
Viaggio di lavoro	0,4% ▲	74,9/100 ▲

Il **57,4%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **23,9%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **88,7/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **87,1/100**, e le **famiglie**, con **87/100**.



PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Colline

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	80,7% ▾	8,7/10 ▾	87,6/100 ▾
TripAdvisor	8,1% ▾	8,4/10	85,1/100 ▲
TheFork	7,5% ▲	9,1/10	91,2/100 ▾
Booking.com	3,3% ▲	8,7/10 ▾	87,5/100 ▾
Justeat	0,2% ▲	9,2/10 ▾	91,5/100 ▾

SOCIAL

	Post
Twitter	48,8% ▾
Instagram	34,2% ▲
Facebook	12,1% ▾
Youtube	5,0% ▾
Pinterest	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **80,7%**; segue **TripAdvisor**, con l'**8,1%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **48,8%**; segue **Instagram**, con il **34,2%**.



Cluster & Topic: Colline

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

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% ▲	90,8/100 ▼	-0,5
Accoglienza	24,2% ▲	92,7/100 ▼	-0,2
Qualità del cibo	21,8% ▲	88,1/100 ▼	-1,2
Posizione	11,3% ▼	93,7/100 ▼	-0,6
Estetica	5,5% ▲	84,7/100 ▼	-2,1

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **30,7%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **24,2%** e la **qualità del cibo**, con il **21,8%**;
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **vista** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Colline

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

COMPARTI
Locali e Ristorazione

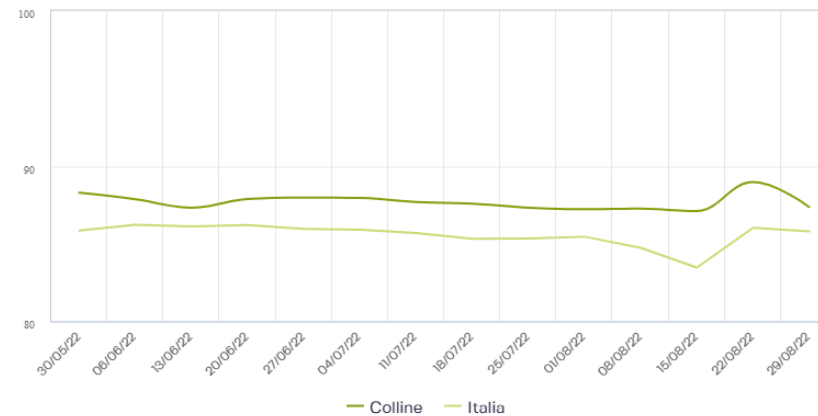
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT COLLINE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Colline** (-0,3 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **87,7/100** vs **85,5/100**.



Colline

Attrazioni

Estate 2022

01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Colline

ATTRAZIONI

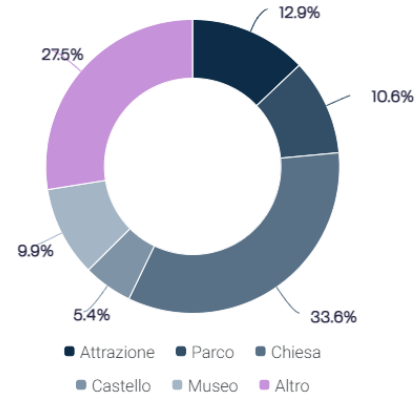
PERIODO 01/06/22 - 31/08/22	AREE Colline	COMPARTI Attrazioni
---------------------------------------	------------------------	-------------------------------

Panoramica

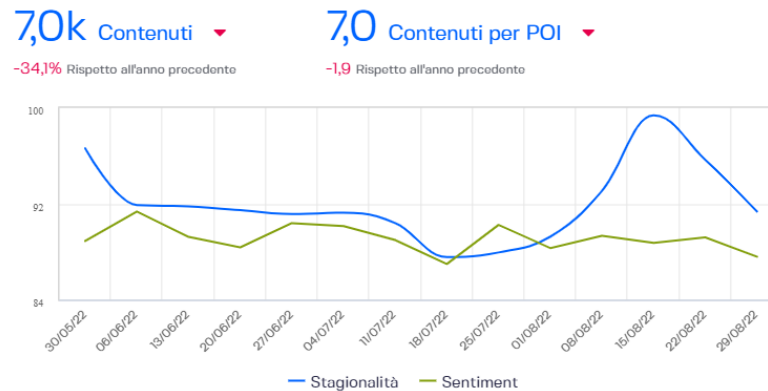
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

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 **999 punti di interesse**:
 - Chiese: **33,6%**;
 - Altre tipologie attrattive: **27,5%**;
 - Attrazioni: **12,9%**;
 - Parchi: **10,6%**;
 - Musei: **9,9%**;
 - Castelli: **5,4%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **7.000 (-34,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



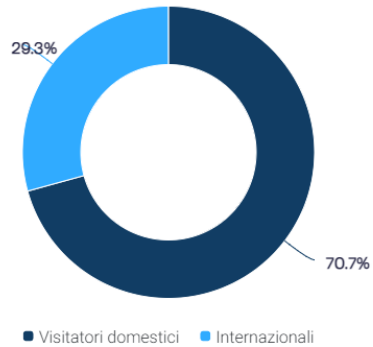
Visitatori: Colline

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **70,7%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Danimarca** con il **9,8%**.

ATTRAZIONI

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **85,6/100** vs **78,9/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **29,3%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

COMPARTI
Attrazioni

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	70,7% ▼	85,6/100 ▲
Danimarca	9,8% ▲	72,5/100 ▼
Albania	3,7% ▲	75,5/100 ▼
Portogallo	2,4% ▲	90,8/100 ▲
Stati Uniti	2,4% ▲	100,0/100 ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Colline

ATTRAZIONI

PERIODO 01/06/22 - 31/08/22	AREE Colline	COMPARTI Attrazioni
--------------------------------	-----------------	------------------------

	Contenuti	Sentiment
Famiglie	45,5% ▲	70,5/100 ▼
Coppie	36,4% ▼	88,8/100 ▲
Amici/Gruppo	13,6% ▼	79,6/100 ▼
Singolo	4,6% ▼	93,3/100 ▼
Viaggio di lavoro		

Il **45,5%** delle recensioni sono redatte dalle **famiglie**, mentre il **36,4%** dalle **coppie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **93,3/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **88,8/100**, e gli **amici/gruppi**, con **79,6/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con **DATA APPEAL STUDIO**



Canali: Colline

ATTRAZIONI

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

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	98,4% ▾	8,9/10	89,3/100 ▾
TripAdvisor	1,6% ▲	8,0/10 ▾	81,1/100 ▾
Facebook	0,1% ▾		100,0/100 ▲

SOCIAL

	Post
Twitter	66,2% ▾
Youtube	28,8% ▲
Pinterest	3,9% ▾
Instagram	1,2% ▲
Facebook	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **98,4%**; segue **TripAdvisor**, con l'**1,6%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **66,2%**; segue **Youtube**, con il **28,8%**.



Cluster & Topic: Colline

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22
AREE: Colline
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	33,7% ▾	94,0/100 ▾	-0,8
Spazi	26,4% ▾	86,2/100 ▾	-0,3
Atmosfera	21,1% ▲	93,2/100 ▾	-0,3
Accoglienza	10,4% ▲	89,8/100 ▾	-2,5
Servizi	3,1% ▲	83,3/100 ▾	-1,3

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **33,7%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **26,4%** e l'**atmosfera**, con il **21,1%**;
- Il tema del **parcheggio** presenta un **numero maggiore di contenuti con giudizio negativo**; l'**esperienza** ha i maggiori **contenuti positivi**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO





Sentiment Analysis: Colline

ATTRAZIONI

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Colline

COMPARTI
Attrazioni

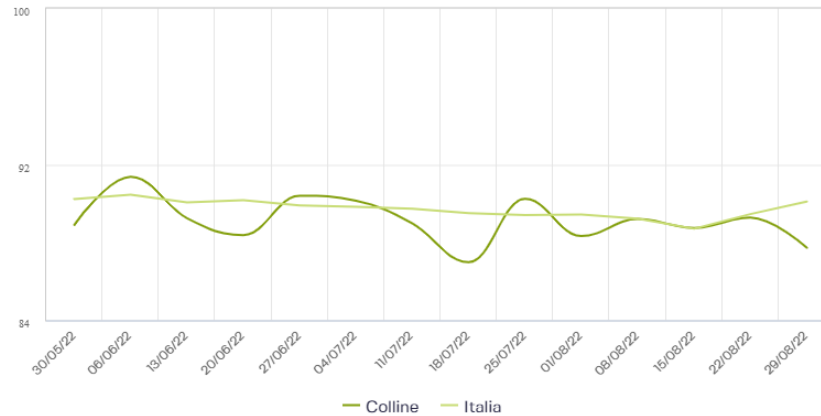
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT COLLINE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Colline** (-0,2 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'Italia: **89,1/100** vs **89,6/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO



Laghi

Complessivo

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Laghi

COMPLESSIVO

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

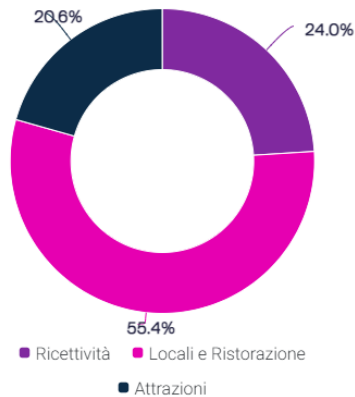
AREE
Laghi

Panoramica

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

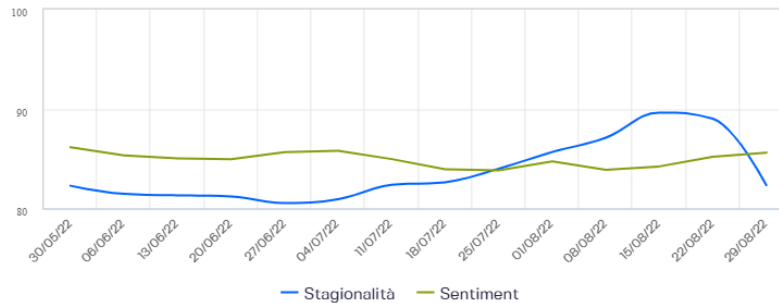
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

80,8k Contenuti ▲ **35,1** Contenuti per POI ▲
 4,4% Rispetto all'anno precedente ▲ +3,4 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.300 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 55,4%**;
 - **Ricettività: 24%**;
 - **Attrazioni: 20,6%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **80.800** (+4,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO



www.datappeal.io



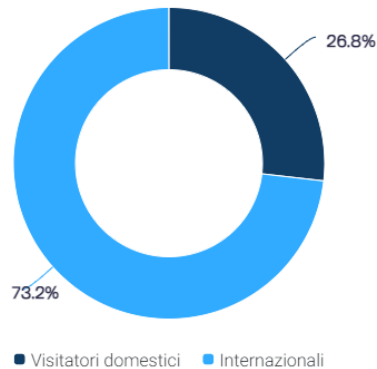


Visitatori: Laghi

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



www.datappeal.io



Il **26,8%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **20,6%**.

COMPLESSIVO

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **83,8/100** vs **82,4/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **73,2%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	26,8% ▼	82,4/100 ▼
Germania	20,6% ▼	83,4/100 ▼
Francia	15,9% ▲	83,9/100 ▼
Svizzera	12,0% ▲	82,8/100 ▼
Paesi Bassi	6,6% ▲	83,7/100 ▲



www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Laghi






COMPLESSIVO

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Laghi

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	56,3% ▾	84,2/100 ▾
 Famiglie	28,1% ▲	83,3/100 ▾
 Amici/Gruppo	9,8% ▾	83,2/100 ▾
 Singolo	5,7%	82,4/100 ▾
 Viaggio di lavoro	0,2%	73,6/100 ▾

Il **56,3%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **28,1%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **84,2/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **83,3/100**, e gli **amici/gruppi**, con **83,2/100**.



Sentiment Analysis: Laghi

COMPLESSIVO

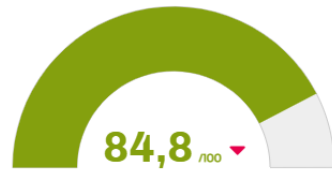
PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT LAGHI



-1,9 Rispetto all'anno precedente

85,7 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** dei **Laghi** (-1,9 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **84,8/100** vs **85,7/100**.



Laghi

Ricettività

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

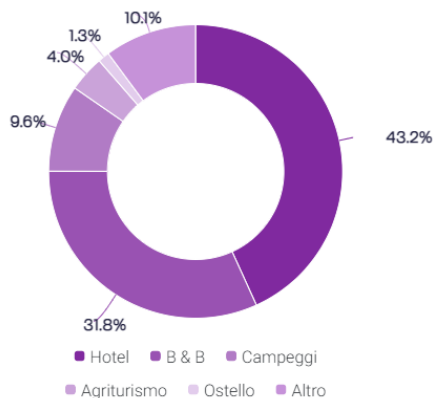
COMPARTI
Ricettività

Panoramica

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

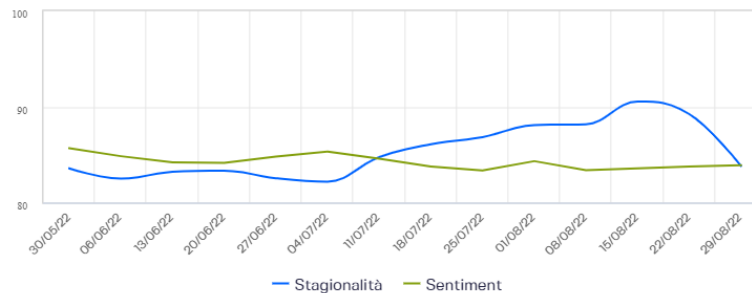
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

37,0k Contenuti ▲ **66,9** Contenuti per POI ▲
 35,4% Rispetto all'anno precedente ▲ +176 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **553 punti di interesse**:
 - **Hotel: 43,2%;**
 - **B&B: 31,8%;**
 - **Altre tipologie ricettive: 10,1%;**
 - **Campeggi: 9,6%;**
 - **Agriturismi: 4%;**
 - **Ostelli: 1,3%.**

- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **37.000 (+35,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Laghi

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Laghi

COMPARTI

Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



www.datappeal.io



Il **24,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **21,9%**.

RICETTIVITÀ

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **83,8/100** vs **83/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **75,7%** del totale.

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Laghi

COMPARTI

Ricettività

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	24,3% ▼	83,0/100 ▼
Germania	21,9% ▼	83,4/100 ▼
Francia	16,1% ▲	83,8/100 ▼
Svizzera	12,4% ▲	82,8/100 ▼
Paesi Bassi	6,9% ▲	83,5/100 ▲



www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/06/22 - 31/08/22	Laghi	Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	55,7% ▼	84,1/100 ▼
Famiglie	28,4% ▲	83,3/100 ▼
Amici/Gruppo	10,0% ▼	83,2/100 ▼
Singolo	5,7% ▼	82,3/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,2%	73,5/100 ▼

Il **55,7%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **28,4%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **84,1/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **83,3/100**, e gli **amici/gruppi**, con **83,2/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con **DATA APPEAL STUDIO**

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io



Canali: Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO 01/06/22 - 31/08/22	AREE 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

	Reconsioni	Rating	Sentiment
Booking.com	77,5% ▲	8,3/10	83,7/100 ▼
Google	18,1% ▼	8,7/10 ▼	86,8/100 ▼
TripAdvisor	2,8% ▼	8,1/10 ▼	81,7/100 ▼
Hotels.com	0,7% ▼	8,6/10 ▲	85,7/100 ▲
Expedia	0,2% ▼	8,7/10 ▲	87,6/100 ▲

SOCIAL

	Post
Instagram	68,2% ▲
Youtube	22,7% ▼
Facebook	9,1% ▼
Twitter	

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **77,5%**; segue **Google**, con il **18,1%**. Tra i social primeggia **Instagram**, con il **68,2%**; segue **Youtube**, con il **22,7%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Cluster & Topic: Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

COMPARTI
Ricettività

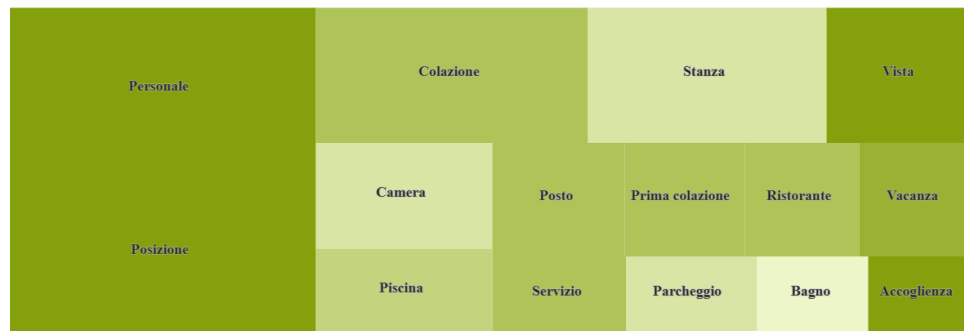
Cluster & Topic

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	19,2% ▲	86,4/100 ▼	-0,4
Staff	18,4% ▲	93,5/100 ▼	-0,9
Camera	18,3% ▲	71,4/100 ▼	-1,2
Atmosfera	17,5%	86,6/100 ▼	-1,3
Struttura	4,8% ▲	83,8/100 ▼	-4,1

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **19,2%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **18,4%** e la **camera**, con il **18,3%**;
- Il tema del **bagno** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori **contenuti positivi**.





Sentiment Analysis: Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

COMPARTI
Ricettività

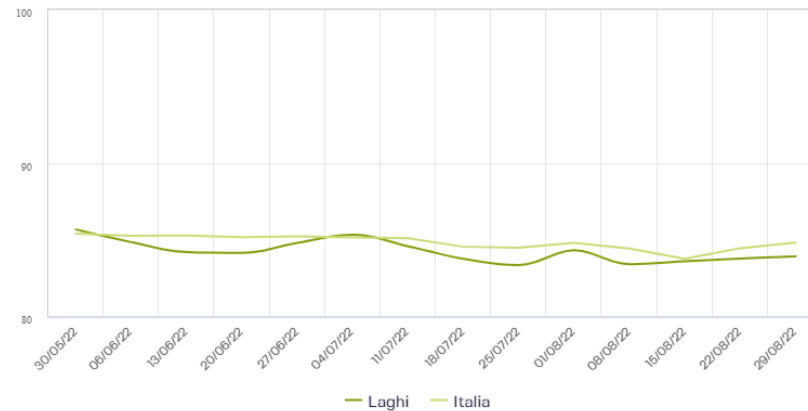
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT LAGHI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** dei **Laghi** (-1,6 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **84,2/100** vs **84,8/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con **DATA APPEAL STUDIO**

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Laghi

Ristorazione

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

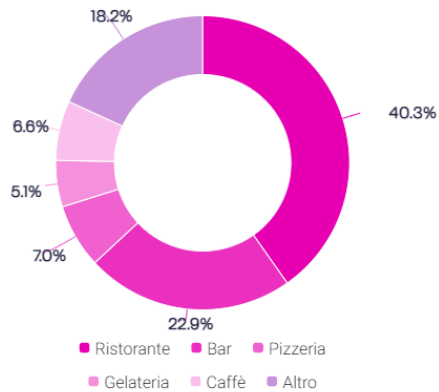
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

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

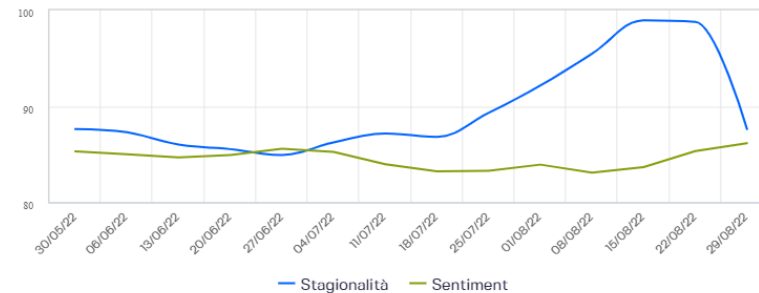
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

36,5k Contenuti ▼ 28,6 Contenuti per POI ▼
-8,3% Rispetto all'anno precedente -1,0 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.300 punti di interesse**:
 - **Ristoranti: 40,3%;**
 - **Bar: 22,9%;**
 - **Altre tipologie ristoratrici: 18,2%;**
 - **Pizzerie: 7%;**
 - **Caffè: 6,6%;**
 - **Gelaterie: 5,1%.**
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **36.500 (-8,3%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



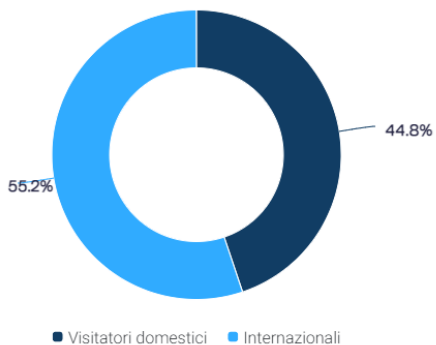
Visitatori: Laghi

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **44,8%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **14,1%**.

RISTORAZIONE

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **84/100** vs **79,6/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere vale il 55,2%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	44,8% ▾	79,6/100 ▾
Francia	14,1% ▲	84,6/100 ▲
Germania	11,8% ▲	83,7/100 ▲
Svizzera	9,2% ▲	83,1/100 ▲
Paesi Bassi	4,5% ▲	86,2/100 ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Laghi

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

	Contenuti	Sentiment
Coppie	64,7% ▼	85,8/100
Famiglie	22,6% ▲	83,5/100 ▼
Amici/Gruppo	6,2% ▼	83,3/100 ▲
Singolo	6,2% ▲	84,4/100 ▲
Viaggio di lavoro	0,2% ▼	75,6/100 ▲

Il **64,7%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **22,6%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **85,8/100** e, a seguire, fra i **single**, con **84,4/100**, e le **famiglie**, con **83,5/100**.



Canali: Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
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	78,9% ▾	8,4/10 ▾	84,6/100 ▾
TripAdvisor	10,3% ▾	7,7/10 ▾	78,2/100 ▾
TheFork	5,6% ▲	9,0/10 ▲	90,7/100 ▾
Booking.com	4,8% ▲	8,5/10 ▲	85,2/100 ▾
Facebook	0,3% ▾	🔍	92,7/100 ▾

SOCIAL

	Post
Twitter	96,5% ▲
Instagram	3,4% ▲
Facebook	0,1% ▾
Youtube	🔍

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **78,9%**; segue **TripAdvisor**, con il **10,3%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **96,5%**; segue **Instagram**, con il **3,4%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con **DATA APPEAL STUDIO**



www.datappeal.io





Cluster & Topic: Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Cluster & Topic

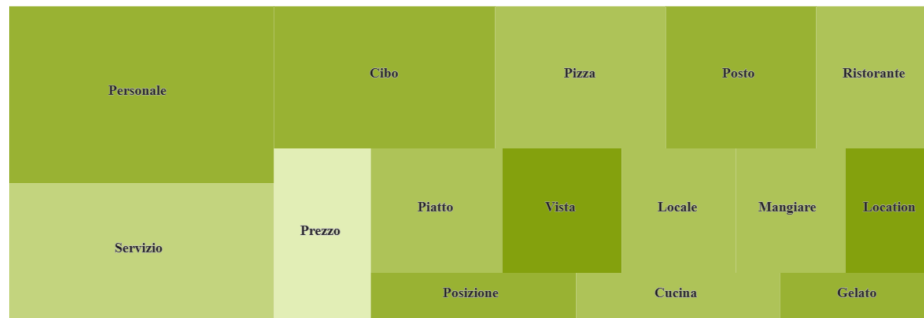
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

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

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Atmosfera	28,4% ▲	87,0 ₁₀₀ ▼	-1,9
Accoglienza	25,2% ▲	87,0 ₁₀₀ ▼	-3,4
Qualità del cibo	20,4% ▲	83,9 ₁₀₀ ▼	-1,9
Posizione	14,6% ▼	93,0 ₁₀₀ ▼	-1,1
Estetica	5,8% ▲	80,2 ₁₀₀ ▼	-4,7

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **28,4%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **25,2%** e la **qualità del cibo**, con il **20,4%**;
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **vista** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO 01/06/22 - 31/08/22	AREE Laghi	COMPARTI Locali e Ristorazione
--------------------------------	---------------	-----------------------------------

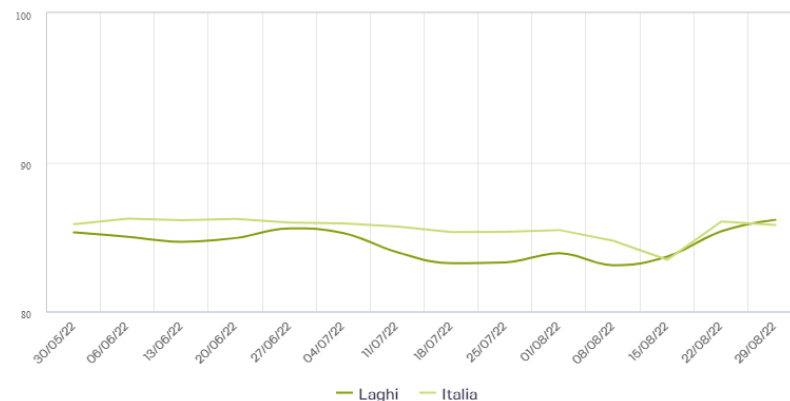
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT LAGHI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** dei **Laghi** (-2,1 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **84,4/100** vs **85,5/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO



www.datappeal.io





Laghi

Attrazioni

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

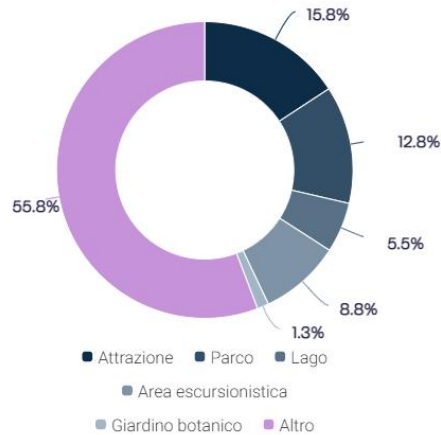
COMPARTI
Attrazioni

Panoramica

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

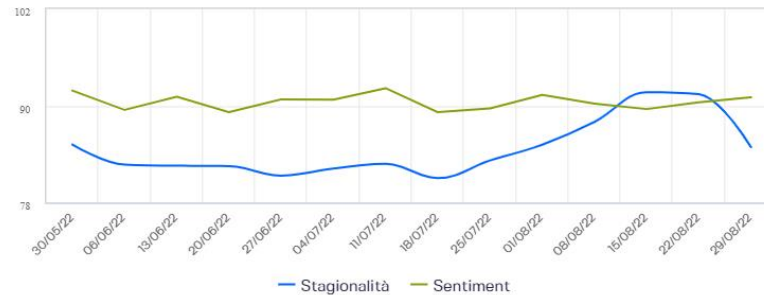
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

7,2k Contenuti ▼ 15,3 Contenuti per POI ▼
 -29,0% Rispetto all'anno precedente -3,5 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **475 punti di interesse**:
 - Altre tipologie attrattive: **55,8%**;
 - Attrazioni: **15,8%**;
 - Parchi: **12,8%**;
 - Area escursionistica: **8,8%**;
 - Laghi: **5,5%**;
 - Giardino botanico: **1,3%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **7.200 (-29%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Laghi

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

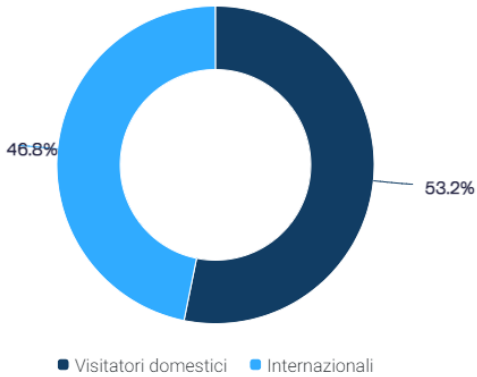
AREE

Laghi

COMPARTI

Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **53,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **21,3%**.

ATTRAZIONI

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **90,6/100** vs **84,7/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **46,8%** del totale.

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Laghi

COMPARTI

Attrazioni

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	53,2% ▾	90,6/100 ▲
Francia	21,3% ▲	86,4/100 ▲
Regno Unito	7,4% ▲	77,9/100 ▲
Germania	5,3% ▲	70,7/100 ▾
Oman	2,1% ▲	100,0/100

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/06/22 - 31/08/22	Laghi	Attrazioni

	Contenuti	Sentiment
Coppie	55,4% ▲	87,6/100 ▼
Famiglie	27,0% ▼	87,4/100 ▲
Amici/Gruppo	14,9% ▲	84,8/100 ▲
Singolo	2,7% ▲	100,0/100 ▲
Viaggio di lavoro		

Il **55,4%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **27%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **100/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **87,6/100**, e le **famiglie**, con **87,4/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con **DATA APPEAL STUDIO**



Canali: Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22 AREE: 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	98,2% ▲	9,0/10	90,5/100 ▼
TripAdvisor	1,8% ▼	8,8/10 ▲	87,4/100 ▲
Facebook			

SOCIAL

	Post
Twitter	76,0% ▼
Youtube	23,8% ▲
Instagram	0,2% ▲

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **98,2%**; segue **TripAdvisor**, con l'**1,8%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **76%**; segue **Youtube**, con il **23,8%**.



Cluster & Topic: Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22
AREE: 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	38,1% ▲	96,0 ₁₀₀ ▲	+0,3
Spazi	27,8% ▲	87,8 ₁₀₀ ▲	+0,2
Atmosfera	15,7% ▼	92,5 ₁₀₀ ▼	-1,7
Accoglienza	6,3% ▲	90,6 ₁₀₀ ▼	-3,2
Ristorazione	4,4% ▲	85,5 ₁₀₀ ▼	-1,7

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **38,1%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **27,8%** e l'**atmosfera**, con il **15,7%**;
- Il tema del **parking** presenta un **numero maggiore di contenuti** con **giudizio negativo**; il **luogo** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Laghi

COMPARTI
Attrazioni

😊 SENTIMENT

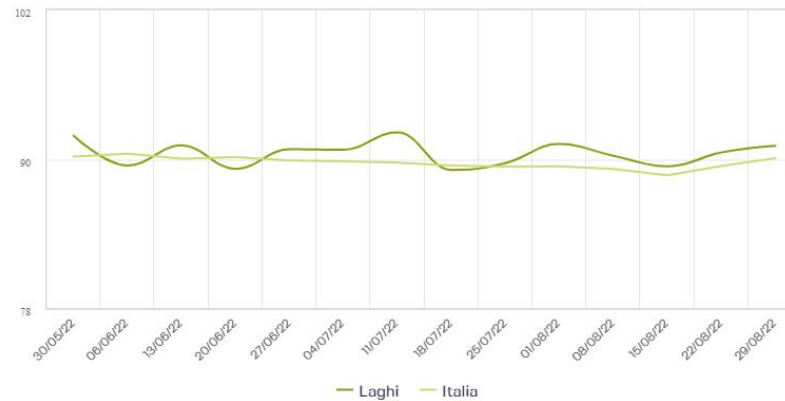
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LAGHI



89,6/100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** dei **Laghi** (-0,3 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **90,4/100** vs **89,6/100**.



Montagne

Complessivo

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Montagne

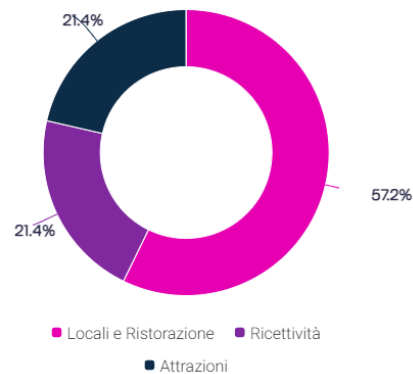
COMPLESSIVO

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22 AREE: Montagne

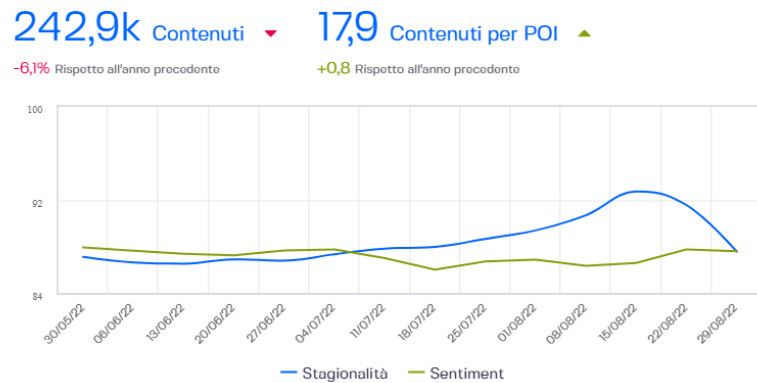
Panoramica

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 **13.600 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 57,2%**;
 - **Attrazioni: 21,4%**;
 - **Ricettività: 21,4%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **242.900** (-6,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO



www.datappeal.io





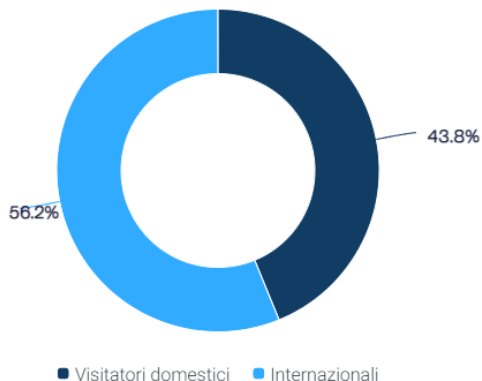
Visitatori: Montagne

COMPLESSIVO

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **43,8%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **14,3%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **85,4/100** vs **84,8/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **56,2%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	43,8% ▾	84,8/100 ▾
Francia	14,3% ▲	85,2/100 ▾
Germania	12,4% ▾	84,7/100 ▾
Svizzera	8,4% ▲	84,4/100 ▾
Paesi Bassi	4,7% ▲	85,3/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Montagne

COMPLESSIVO

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Montagne

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	50,4% ▾	86,0/100 ▾
 Famiglie	29,4% ▲	85,1/100 ▾
 Amici/Gruppo	11,3% ▾	84,8/100 ▾
 Singolo	8,6% ▾	84,9/100 ▾
 Viaggio di lavoro	0,4% ▲	79,3/100 ▾

Il **50,4%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **29,4%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **86/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **85,1/100**, e i **single**, con **84,9/100**.



Sentiment Analysis: Montagne

COMPLESSIVO

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Montagne

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT MONTAGNE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Montagne** (-1,2 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **87,1/100** vs **85,7/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Montagne

Ricettività

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Montagne

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

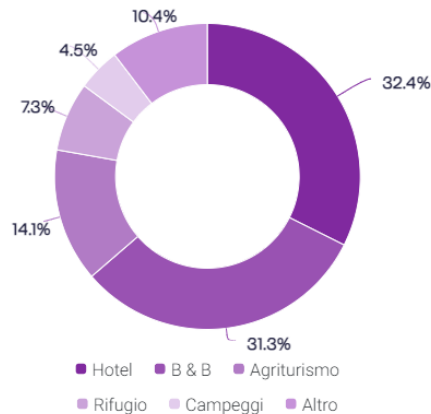
COMPARTI
Ricettività

Panoramica

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

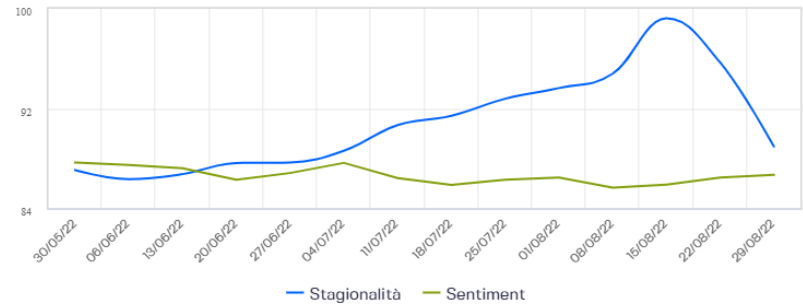
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

87,1k Contenuti ▲ **30,0** Contenuti per POI ▲
 24,6% Rispetto all'anno precedente ▲ +71 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.900 punti di interesse**:
 - **Hotel: 32,4%**;
 - **B&B: 31,3%**;
 - **Agriturismi: 14,1%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 10,4%**;
 - **Rifugi: 7,3%**;
 - **Campeggi: 4,5%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **87.100 (+24,6%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

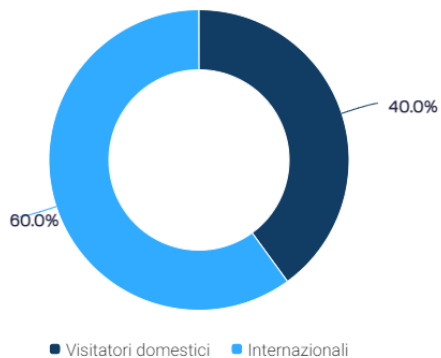


Visitatori: Montagne

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22
 AREE: Montagne
 COMPARTI: Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Il **40%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **15,1%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **85,4/100** vs **85,2/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **60%** del totale.

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22
 AREE: Montagne
 COMPARTI: Ricettività

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	40,0% ▾	85,2/100 ▾
Francia	15,1% ▲	85,1/100 ▾
Germania	13,5% ▾	84,7/100 ▾
Svizzera	8,9% ▲	84,4/100 ▾
Paesi Bassi	5,0% ▾	85,1/100 ▾

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io



Tipologie di viaggio: Montagne

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/06/22 - 31/08/22	Montagne	Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	50,1% ▼	85,9/100 ▼
Famiglie	29,7% ▲	85,1/100 ▼
Amici/Gruppo	11,2% ▼	84,7/100 ▼
Singolo	8,6% ▼	84,8/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,4% ▲	79,2/100 ▼

Il **50,1%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **29,7%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **85,9/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **85,1/100**, e i **single**, con **84,8/100**.

www.datappeal.io

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Canali: Montagne

RICETTIVITÀ

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22 AREE: Montagne 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	63,7% ▲	8,5/10	85,3/100 ▼
Google	31,1% ▼	8,9/10 ▼	89,2/100 ▼
TripAdvisor	3,8% ▼	8,3/10 ▼	84,3/100 ▼
Hotels.com	0,6% ▼	8,8/10 ▲	87,9/100 ▲
Expedia	0,2%	8,9/10 ▲	89,3/100 ▲

SOCIAL

	Post
Twitter	59,1% ▼
Instagram	24,3% ▲
Youtube	13,7% ▲
Facebook	1,7% ▼
Pinterest	1,2% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **63,7%**; segue **Google**, con il **31,1%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **59,1%**; segue **Instagram**, con il **24,3%**.



www.datappeal.io





Cluster & Topic: Montagne

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22 AREE: Montagne 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	22,1% ▲	88,9/100 ▼	-0,9
Staff	21,2% ▲	94,6/100 ▼	-0,8
Camera	17,1% ▲	76,0/100 ▼	-1,4
Atmosfera	16,8% ▼	88,1/100 ▼	-1,6
Pulizia	4,5% ▼	91,1/100 ▼	-1,4

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **22,1%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **21,2%** e la **camera**, con il **17,1%**;
- Il tema della **stanza** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; il **proprietario** ha i maggiori **contenuti positivi**.





Sentiment Analysis: Montagne

RICETTIVITÀ

PERIODO 01/06/22 - 31/08/22	AREE Montagne	COMPARTI Ricettività
---------------------------------------	-------------------------	--------------------------------

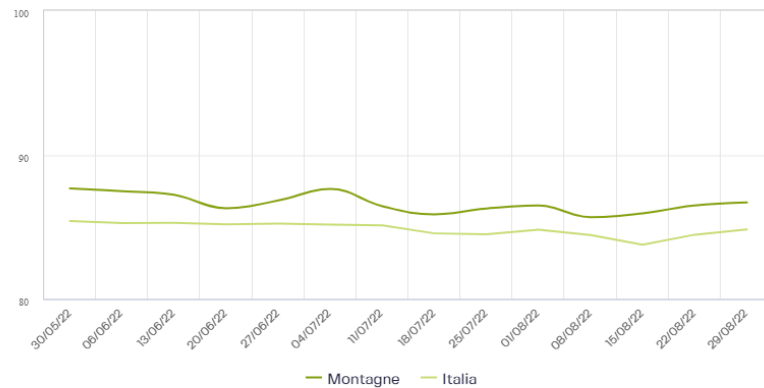
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT MONTAGNE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Montagne** (-1,7 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **86,5/100** vs **84,8/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con **DATA APPEAL STUDIO**



Montagne

Ristorazione

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Montagne

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

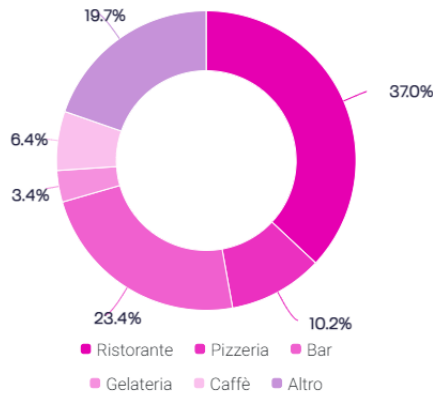
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

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

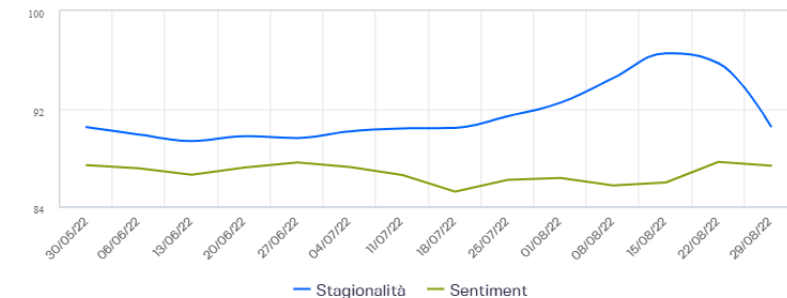
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

128,0k Contenuti ▼ **16,5** Contenuti per POI ▼
 -16,9% Rispetto all'anno precedente -1,5 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **7.800 punti di interesse**:
 - **Ristoranti: 37%**;
 - **Bar: 23,4%**;
 - **Altre tipologie ristoratrici: 19,7%**;
 - **Pizzerie: 10,2%**;
 - **Caffè: 6,4%**;
 - **Gelaterie: 3,4%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **128.000 (-16,9%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Montagne

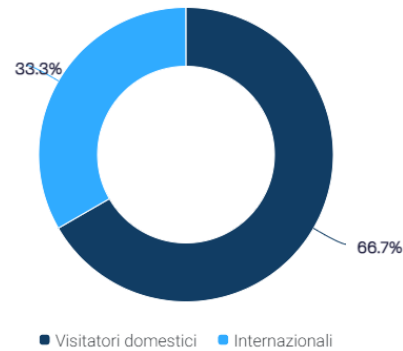
RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io

Il **66,7%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **9,9%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **85,8/100** vs **83,3/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **33,3%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	66,7% ▼	83,3/100 ▼
Francia	9,9% ▲	86,6/100 ▲
Germania	5,6% ▲	84,6/100
Svizzera	5,2% ▲	84,5/100 ▼
Paesi Bassi	2,8% ▲	87,8/100 ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Tipologie di viaggio: Montagne

RISTORAZIONE

PERIODO 01/06/22 - 31/08/22	AREE Montagne	COMPARTI Locali e Ristorazione
--------------------------------	------------------	-----------------------------------

	Contenuti	Sentiment
Coppie	56,5% ▾	86,9/100 ▾
Famiglie	23,8% ▲	85,5/100 ▾
Amici/Gruppo	11,2% ▾	86,6/100 ▾
Singolo	8,4% ▾	86,0/100 ▾
Viaggio di lavoro	0,2%	100,0/100 ▲

Il **56,5%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **23,8%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con un indice di **100/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **86,9/100**, e gli **amici/gruppi**, con **86,6/100**.



Canali: Montagne

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

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	84,5% ▾	8,6/10 ▾	86,9/100 ▾
TripAdvisor	79% ▲	8,1/10 ▾	82,0/100 ▾
TheFork	4,6% ▲	9,1/10 ▲	91,2/100 ▲
Booking.com	2,6% ▲	8,6/10	86,5/100 ▾
Justeat	0,3% ▲	8,5/10 ▾	83,8/100 ▾

SOCIAL

	Post
Twitter	94,6% ▲
Instagram	3,9% ▲
Youtube	1,1% ▾
Facebook	0,5% ▾
Pinterest	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **84,5%**; segue **TripAdvisor**, con il **7,9%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **94,6%**; segue **Instagram**, con il **3,9%**.



Cluster & Topic: Montagne

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Cluster & Topic

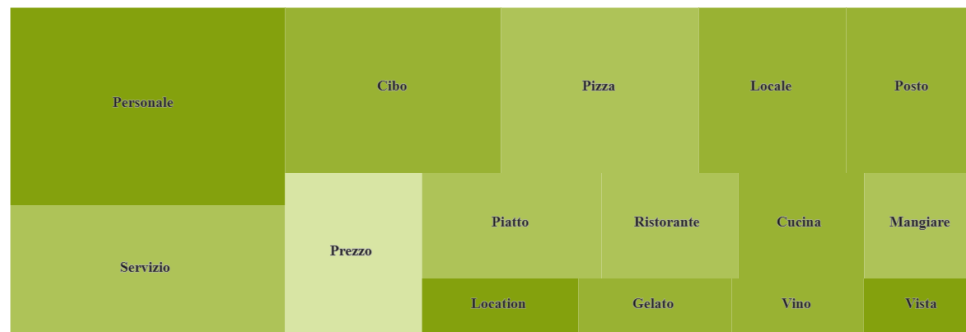
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

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

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variatione sentiment
Atmosfera	29,8% ▾	89,7 ^{noo} ▾	-1,3
Accoglienza	24,8% ▴	91,3 ^{noo} ▾	-1,2
Qualità del cibo	23,1% ▴	87,3 ^{noo} ▾	-1,6
Posizione	11,0% ▴	92,9 ^{noo} ▾	-1,0
Estetica	4,9% ▾	82,9 ^{noo} ▾	-2,9

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **29,8%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **24,8%** e la **qualità del cibo**, con il **23,1%**;
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **location** ha i maggiori **contenuti positivi**.





Sentiment Analysis: Montagne

RISTORAZIONE

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Montagne

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 MONTAGNE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Montagne** (-1,2 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **86,7/100** vs **85,5/100**.



Montagne

Attrazioni

Estate 2022

01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Montagne

ATTRAZIONI

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

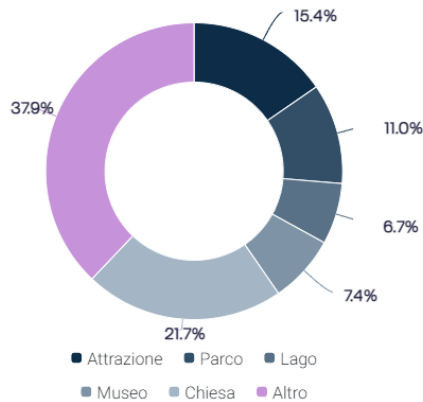
COMPARTI
Attrazioni

Panoramica

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

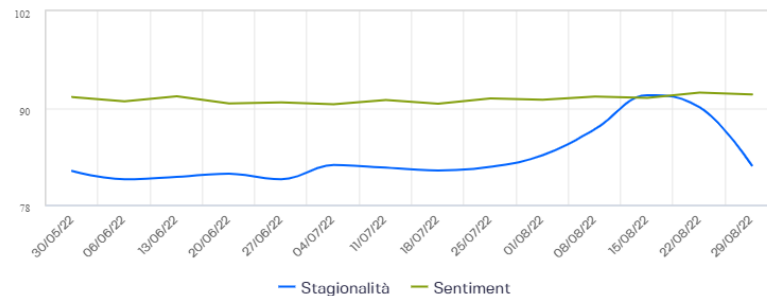
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

27,8k Contenuti ▼ **9,5** Contenuti per POI ▼
-20,0% Rispetto all'anno precedente -0,3 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.900 punti di interesse**:
 - **Altre tipologie attrattive: 37,9%**;
 - **Chiese: 21,7%**;
 - **Attrazioni: 15,4%**;
 - **Parchi: 11%**;
 - **Musei: 7,4%**;
 - **Laghi: 6,7%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **27.800 (-20%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Montagne

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **67%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **10,2%**.

ATTRAZIONI

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **86/100** vs **83,5/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **33%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

COMPARTI
Attrazioni

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	67,0% ▾	86,0 _{/100} ▾
Francia	10,2% ▴	83,7 _{/100} ▾
Svizzera	4,9% ▾	85,5 _{/100} ▾
Germania	4,7% ▴	79,8 _{/100} ▾
Paesi Bassi	2,7% ▴	76,8 _{/100} ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Montagne

ATTRAZIONI

PERIODO 01/06/22 - 31/08/22	AREE Montagne	COMPARTI Attrazioni
--------------------------------	------------------	------------------------

	Contenuti	Sentiment
Coppie	43,4% ▾	83,3/100 ▾
Famiglie	29,5% ▾	81,3/100 ▾
Amici/Gruppo	19,1% ▲	81,4/100 ▾
Singolo	7,5% ▲	84,6/100 ▾
Viaggio di lavoro	0,5% ▾	43,8/100 ▾

Il **43,4%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **29,5%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **84,6/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **83,3/100**, e gli **amici/gruppi**, con **81,4/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO



Canali: Montagne

ATTRAZIONI

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Montagne

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	97,8% ▾	9,1/10	91,3/100 ▲
TripAdvisor	1,6% ▲	8,3/10 ▾	83,7/100 ▾
Booking.com	0,5% ▲	8,3/10 ▾	84,3/100 ▾
Facebook	0,1% ▾		96,9/100 ▲
Expedia	0,0%	10,0/10	100,0/100

SOCIAL

	Post
Twitter	82,3% ▾
Youtube	15,6% ▲
Pinterest	1,3% ▾
Instagram	0,7% ▲

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **97,8%**; segue **TripAdvisor**, con l'**1,6%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con l'**82,3%**; segue **Youtube**, con il **15,6%**.



Cluster & Topic: Montagne

ATTRAZIONI

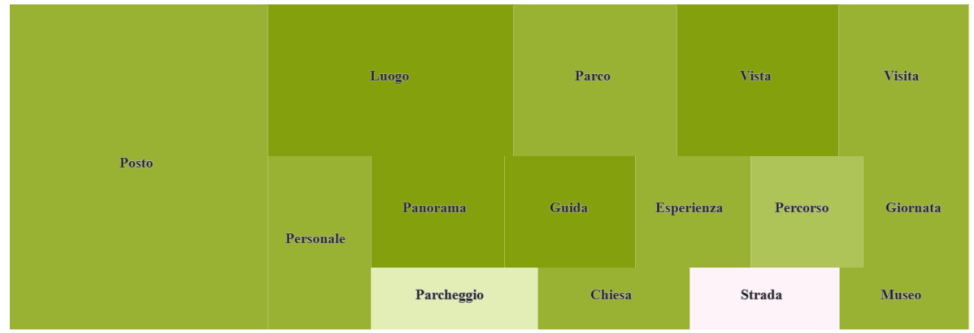
PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22
 AREE: Montagne
 COMPARTI: Attrazioni

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	36,1% ▾	94,6 ¹⁰⁰ ▲	+0,1
Spazi	24,9% ▾	85,0 ¹⁰⁰ ▾	-1,2
Atmosfera	18,4% ▲	93,0 ¹⁰⁰ ▾	-0,3
Accoglienza	9,7% ▲	93,3 ¹⁰⁰ ▲	+1,0
Servizi	3,7% ▾	81,6 ¹⁰⁰ ▾	-3,9

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **36,1%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **24,9%** e l'**atmosfera**, con il **18,4%**;
- Il tema della **strada** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **guida** ha i maggiori **contenuti positivi**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO



Sentiment Analysis: Montagne

ATTRAZIONI

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Montagne

COMPARTI
Attrazioni

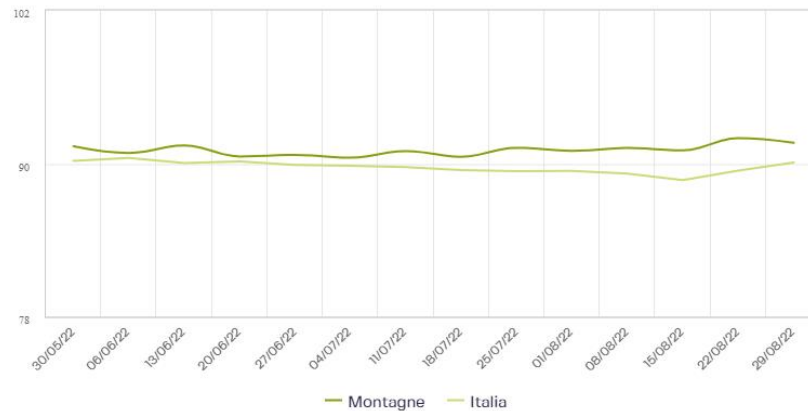
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT MONTAGNE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Montagne** (+0,2 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **91,1/100** vs **89,6/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO





Torino e prima cintura

Complessivo

Estate 2022

01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Torino e prima cintura

COMPLESSIVO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO

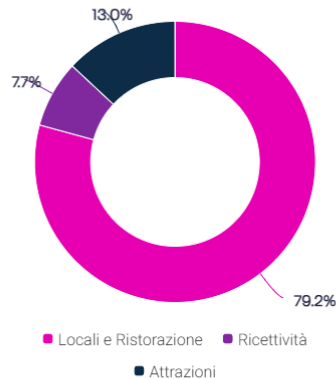
PERIODO 01/06/22 - 31/08/22 AREE Torino AM

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.

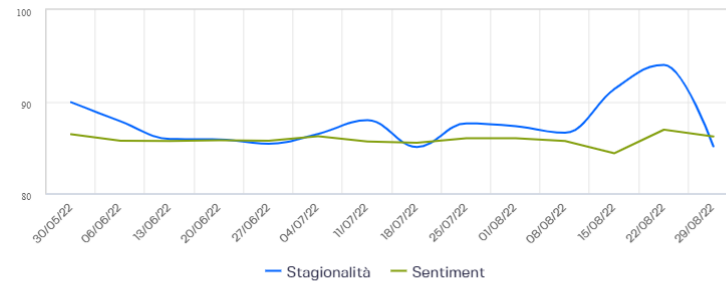
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

203,5k Contenuti ▲ 23,3 Contenuti per POI ▲

0,4% Rispetto all'anno precedente +2,4 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **8.700 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 79,2%**;
 - **Attrazioni: 13%**;
 - **Ricettività: 7,7%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **203.500** (+0,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Visitatori: Torino e prima cintura

COMPLESSIVO

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Torino AM

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO www.datappeal.io

Il **48,9%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **15,4%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **84,1/100** vs **82,3/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **51,1%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Torino AM

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	48,9% ▾	82,3/100 ▾
Francia	15,4% ▾	83,8/100 ▾
Germania	4,6% ▲	82,9/100 ▾
Spagna	4,4% ▲	82,2/100 ▾
Svizzera	4,3% ▾	83,8/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO www.datappeal.io



Tipologie di viaggio: Torino e prima cintura

COMPLESSIVO

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Torino AM

	Contenuti	Sentiment
Coppie	38,0% ▼	84,3/100 ▼
Famiglie	32,7% ▲	83,2/100 ▼
Singolo	16,8% ▼	83,0/100 ▼
Amici/Gruppo	11,9% ▲	82,8/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,6% ▼	80,3/100 ▼

Il **38%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **32,7%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **84,3/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **83,2/100**, e i **single**, con **83/100**.



Sentiment Analysis: Torino e prima cintura

COMPLESSIVO

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Torino AM

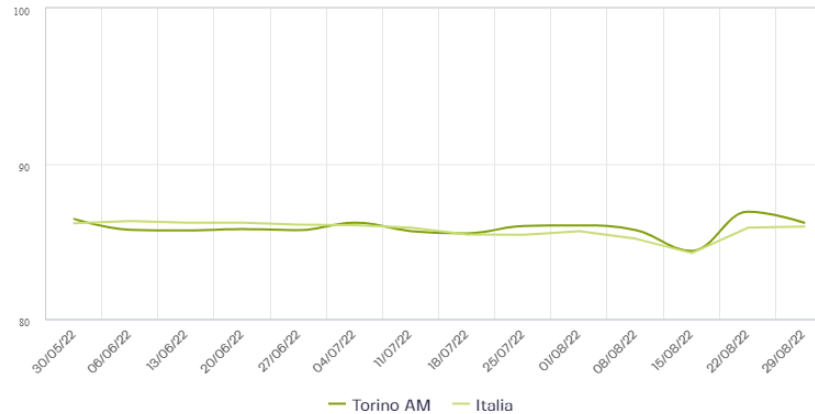
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT TORINO AM



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Torino e prima cintura (-1,3** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia: 85,8/100 vs 85,7/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO





Torino e prima cintura

Ricettività

Estate 2022

01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Torino e prima cintura

RICETTIVITÀ

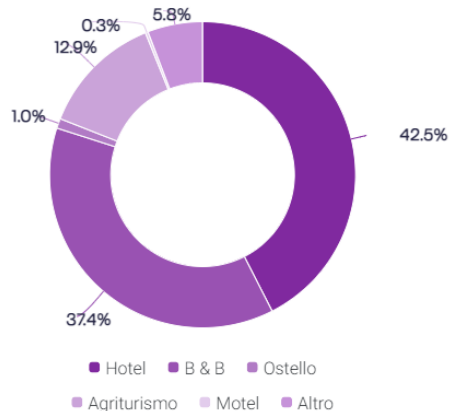
PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22
AREE: Torino AM
COMPARTI: Ricettività

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.

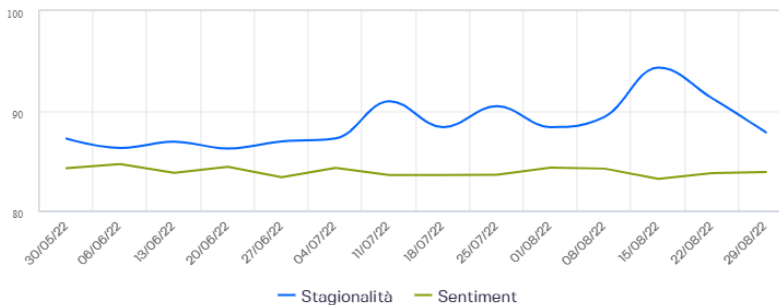
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

48,6k Contenuti ▲ 72,2 Contenuti per POI ▲

80,3% Rispetto all'anno precedente +32,3 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **673 punti di interesse**:
 - Hotel: **42,5%**;
 - B&B: **37,4%**;
 - Agriturismi: **12,9%**;
 - Altre tipologie ricettive: **5,8%**;
 - Ostelli: **1%**;
 - Motel: **0,3%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **48.600 (+80,3%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Torino e prima cintura

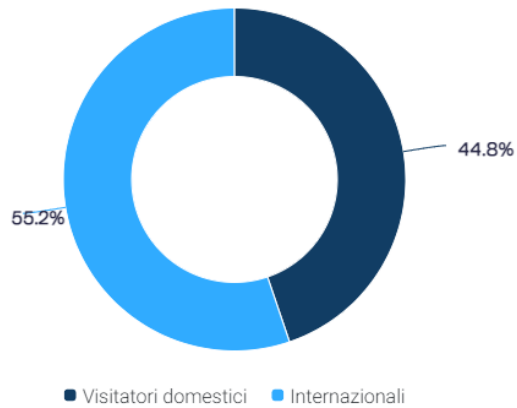
RICETTIVITÀ

PERIODO
 01/06/22 - 31/08/22

AREE
 Torino AM

COMPARTI
 Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



www.datappeal.io

Il **44,8%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **16,6%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **84/100** vs **82,6/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **55,2%** del totale.

PERIODO
 01/06/22 - 31/08/22

AREE
 Torino AM

COMPARTI
 Ricettività

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	44,8% ▼	82,6/100 ▼
Francia	16,6% ▼	83,7/100 ▼
Germania	5,0% ▲	82,7/100 ▼
Spagna	4,7% ▲	82,1/100 ▼
Svizzera	4,7% ▼	83,7/100 ▼

www.datappeal.io



Tipologie di viaggio: Torino e prima cintura

RICETTIVITÀ

PERIODO




01/06/22 - 31/08/22

AREE

Torino AM

COMPARTI

Ricettività

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	38,0% ▾	84,3/100 ▾
 Famiglie	32,6% ▲	83,1/100 ▾
 Singolo	17,0% ▾	83,0/100 ▾
 Amici/Gruppo	11,8% ▲	82,7/100 ▾
 Viaggio di lavoro	0,6% ▾	80,6/100 ▾

Il **38%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **32,6%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **84,3/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **83,1/100**, e i **single**, con **83/100**.



Canali: Torino e prima cintura

RICETTIVITÀ

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Torino AM

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	81,9% ▲	8,3/10 ▼	83,3/100 ▼
Google	12,7% ▼	8,6/10 ▼	86,6/100 ▼
TripAdvisor	2,5% ▼	8,4/10 ▼	84,7/100 ▼
Hotels.com	1,4% ▼	8,8/10 ▼	88,3/100 ▼
Expedia	0,5%	8,8/10 ▲	89,1/100 ▲

SOCIAL

	Post
Pinterest	35,3% ▲
Twitter	32,1% ▼
Instagram	21,1% ▲
Facebook	8,9% ▼
Youtube	2,7% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **81,9%**; segue **Google**, con il **12,7%**. Tra i social primeggia **Pinterest**, con il **35,3%**; segue **Twitter**, con il **32,1%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO



www.datappeal.io





Cluster & Topic: Torino e prima cintura

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Torino AM

COMPARTI
Ricettività

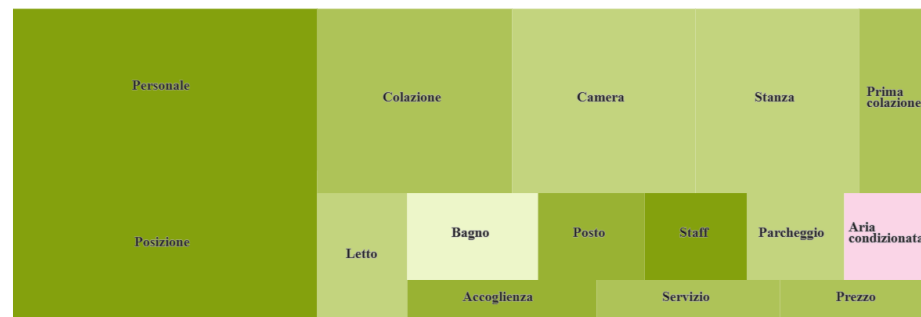
Cluster & Topic

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
Camera	23,3% ▲	75,4 ₁₀₀ ▼	-2,4
Staff	21,7% ▼	94,2 ₁₀₀ ▼	-0,1
Ristorazione	17,7% ▲	86,6 ₁₀₀ ▲	+1,9
Atmosfera	14,7% ▼	83,5 ₁₀₀ ▼	-2,0
Servizi	7,2% ▲	66,4 ₁₀₀ ▼	-3,6

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è la **camera**, con il **23,3%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **21,7%** e la **ristorazione**, con il **17,7%**;
- Il tema dell'**aria condizionata** presenta un **numero maggiore di contenuti con giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Torino e prima cintura

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Torino AM

COMPARTI
Ricettività

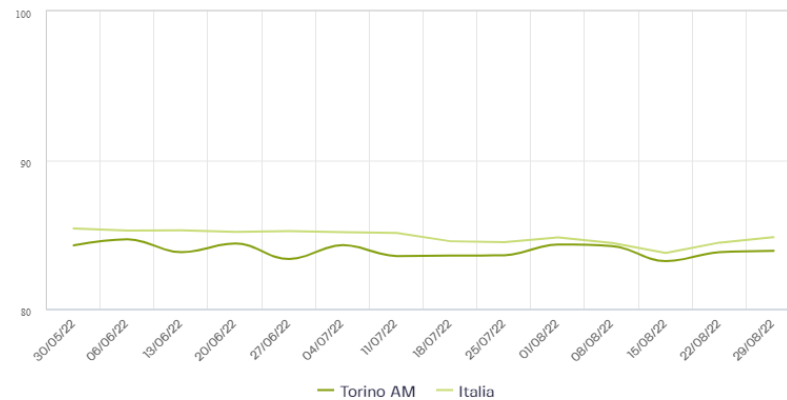
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT TORINO AM



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Torino e prima cintura (-2,3** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia: 83,9/100 vs 84,8/100**.



Torino e prima cintura

Ristorazione

Estate 2022

01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Torino e prima cintura

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Torino AM

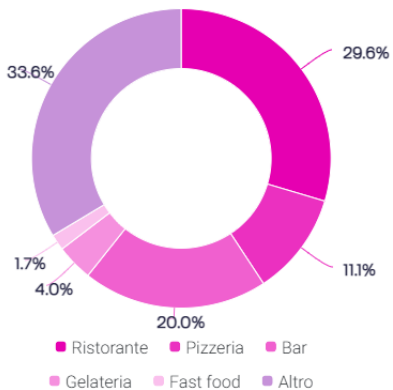
COMPARTI
Locali e Ristorazione

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.

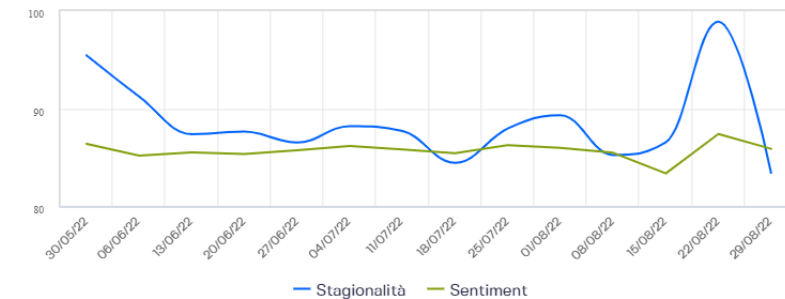
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

131,2k Contenuti ▼ 19,0 Contenuti per POI ▼

-10,2% Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **6.900 punti di interesse**:
 - **Altre tipologie ristoratrici: 33,6%**;
 - **Ristoranti: 29,6%**;
 - **Bar: 20%**;
 - **Pizzerie: 11,1%**;
 - **Gelaterie: 4%**;
 - **Fast Food: 1,7%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **131.200 (-10,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Torino e prima cintura

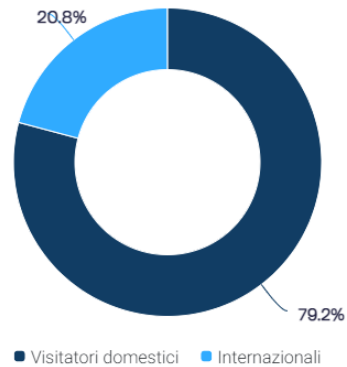
RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Torino AM

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **79,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **6,6%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **85,9/100** vs **80,7/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **20,8%** del totale.

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Torino AM

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	79,2% ▾	80,7/100 ▾
Francia	6,6% ▴	84,4/100 ▾
Regno Unito	2,3% ▴	89,4/100 ▴
Spagna	2,0% ▴	81,6/100 ▴
Germania	1,6% ▴	87,4/100 ▴

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Torino e prima cintura

RISTORAZIONE

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Torino AM

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

	Contenuti	Sentiment
Coppie	38,7% ▲	84,7/100 ▼
Famiglie	34,8% ▲	85,2/100 ▼
Singolo	13,4% ▼	85,6/100 ▲
Amici/Gruppo	12,6% ▼	85,7/100 ▲
Viaggio di lavoro	0,6% ▼	67,9/100 ▼

Il **38,7%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **34,8%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra gli **amici/gruppi**, con un indice di **85,7/100** e, a seguire, fra i **single**, con **85,6/100**, e le **famiglie**, con **85,2/100**.



Canali: Torino e prima cintura

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Torino AM

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	77,8% ▾	8,5/10 ▾	85,3/100 ▾
TheFork	15,0% ▲	8,9/10 ▾	89,4/100 ▾
TripAdvisor	5,5% ▾	8,0/10	80,8/100 ▾
Justeat	0,8% ▲	8,7/10	86,2/100 ▲
Booking.com	0,7% ▲	8,4/10 ▾	85,2/100 ▾

SOCIAL

	Post
Twitter	87,8% ▾
Youtube	6,1% ▲
Pinterest	2,6% ▲
Instagram	2,2% ▲
Facebook	1,2% ▾

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **77,8%**; segue **TheFork**, con il **15%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con l'**87,8%**; segue **Youtube**, con il **6,1%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con **DATA APPEAL STUDIO**

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Cluster & Topic: Torino e prima cintura

RISTORAZIONE

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Torino AM

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Cluster & Topic

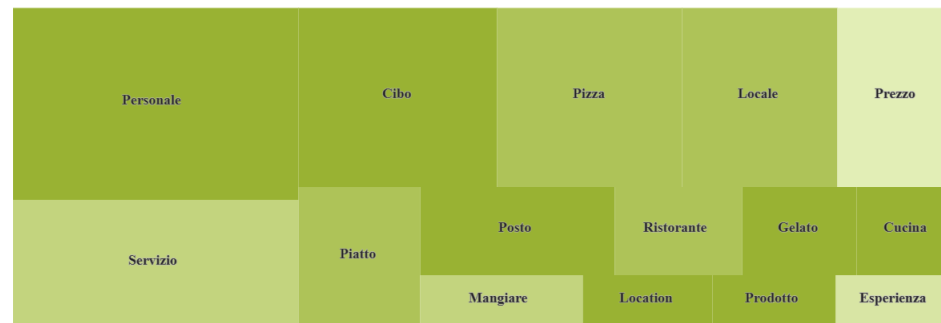
Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

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

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
Atmosfera	29,6% ▾	88,4 ¹⁰⁰ ▾	-1,3
Accoglienza	25,5% ▴	90,3 ¹⁰⁰ ▾	-1,2
Qualità del cibo	25,2% ▾	85,9 ¹⁰⁰ ▾	-1,7
Posizione	8,0%	89,8 ¹⁰⁰ ▾	-1,4
Estetica	4,7% ▴	80,6 ¹⁰⁰ ▾	-2,5

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **29,6%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **25,5%** e la **qualità del cibo**, con il **25,2%**;
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; il **personale** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Torino e prima cintura

RISTORAZIONE

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Torino AM

COMPARTI

Locali e Ristorazione

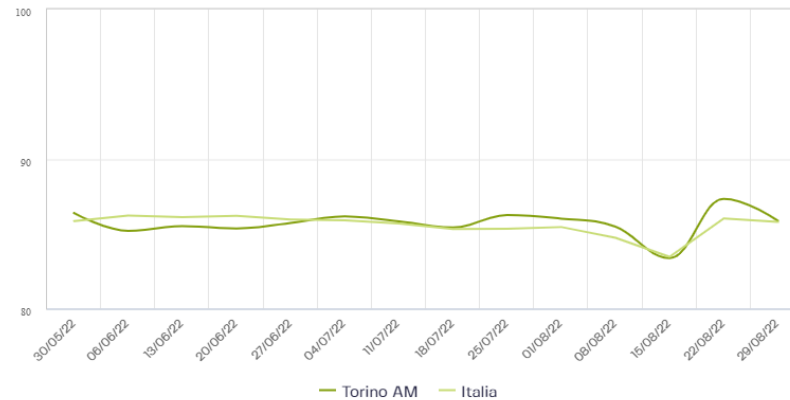
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT TORINO AM



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Torino e prima cintura (-0,9** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **85,7/100** vs **85,5/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Torino e prima cintura

Attrazioni

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Torino e prima cintura

ATTRAZIONI

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Torino AM

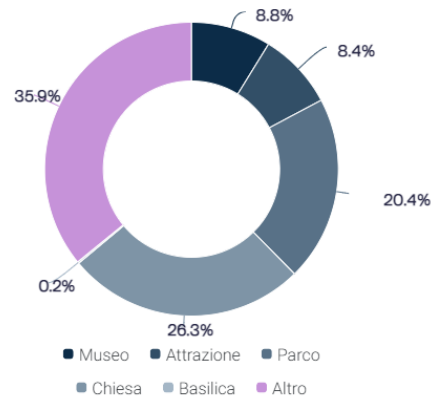
COMPARTI
Attrazioni

Panoramica

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

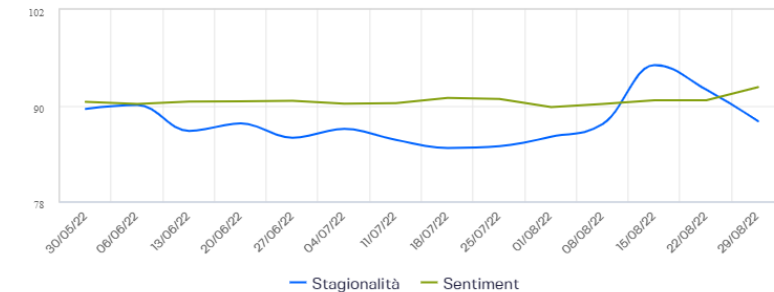
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

23,7k Contenuti ▼ **20,8** Contenuti per POI ▼
 -20,2% Rispetto all'anno precedente -1,6 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.100 punti di interesse**:
 - **Altre tipologie attrattive: 35,9%**;
 - **Chiese: 26,3%**;
 - **Parchi: 20,4%**;
 - **Musei: 8,8%**;
 - **Attrazioni: 8,4%**;
 - **Basiliche: 0,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **23.700 (-20,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

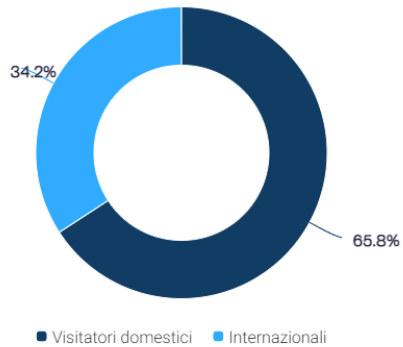


Visitatori: Torino e prima cintura

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22
 AREE: Torino AM
 COMPARTI: Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Il **65,8%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **10,2%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano, 89,1/100** vs **88,3/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere vale il 34,2%** del totale.

PERIODO: 01/06/22 - 31/08/22
 AREE: Torino AM
 COMPARTI: Attrazioni

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	65,8% ▼	89,1/100 ▲
Francia	10,2% ▲	88,1/100 ▲
Spagna	4,0% ▲	94,9/100 ▼
Paesi Bassi	3,2% ▲	94,0/100 ▲
Germania	3,0% ▼	87,0/100 ▲

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io



Tipologie di viaggio: Torino e prima cintura

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/06/22 - 31/08/22	Torino AM	Attrazioni

	Contenuti	Sentiment
Famiglie	37,6% ▲	88,5/100 ▲
Coppie	29,6% ▼	85,8/100 ▼
Amici/Gruppo	22,6% ▲	85,3/100 ▲
Singolo	9,9% ▲	68,0/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,4% ▼	77,5/100 ▼

Il **37,6%** delle recensioni sono redatte dalle **famiglie**, mentre il **29,6%** dalle **coppie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **88,5/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **85,8/100**, e gli **amici/gruppi**, con **85,3/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con **DATA APPEAL STUDIO**



Canali: Torino e prima cintura

ATTRAZIONI

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Torino AM

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	97,5% ▾	9,0/10	90,6/100 ▲
TripAdvisor	2,4% ▲	8,8/10 ▲	87,5/100 ▲
Facebook	0,1%		97,5/100 ▲
Yelp	0,0%	6,0/10	55,0/100
Foursquare			

SOCIAL

	Post
Twitter	88,3%
Youtube	11,1% ▾
Instagram	0,7% ▲
Pinterest	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **97,5%**; segue **TripAdvisor**, con il **2,4%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con l'**88,3%**; segue **Youtube**, con l'**11,1%**.



Cluster & Topic: Torino e prima cintura

ATTRAZIONI

PERIODO
01/06/22 - 31/08/22

AREE
Torino AM

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
Atmosfera	31,6% ▲	91,8 ₁₀₀ ▼	-0,7
Spazi	29,0% ▼	87,2 ₁₀₀ ▼	-2,3
Posizione	19,9% ▼	93,8 ₁₀₀ ▲	+0,1
Accoglienza	9,3% ▲	86,6 ₁₀₀ ▼	-0,3
Servizi	3,7% ▲	77,7 ₁₀₀ ▲	+5,3

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **31,6%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **29%** e la **posizione**, con il **19,9%**;
- Il tema dell'**ascensore** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **collezione** ha i maggiori **contenuti positivi**.





Sentiment Analysis: Torino e prima cintura

ATTRAZIONI

PERIODO

01/06/22 - 31/08/22

AREE

Torino AM

COMPARTI

Attrazioni

😊 SENTIMENT

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

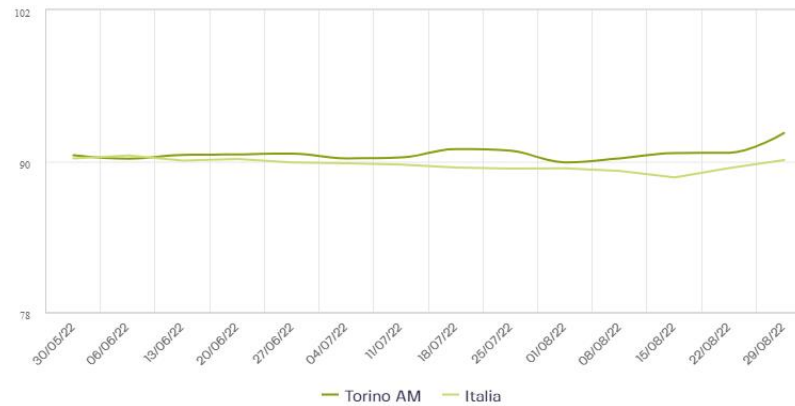
SENTIMENT TORINO AM



+0,3 Rispetto all'anno precedente

89,6 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Torino e prima cintura (+0,3** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia: 90,5/100 vs 89,6/100.**

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DATA APPEAL STUDIO

DATA APPEAL STUDIO

www.datappeal.io





Aree - Prodotto

Executive Summary

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022

Punti di interesse – Contenuti monitorati

Sentiment Analysis





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

COMPLESSIVO

Aree-Prodotto	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Colline	6.600	101.000 (-13,6%)
Laghi	2.300	80.800 (+4,4%)
Montagne	13.600	242.900 (-6,1%)
Torino e prima cintura	8.700	203.500 (+0,4%)

- Le **Montagne** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **13.600**; segue **Torino e prima cintura** con **8.700**;
- Le **Montagne** rilevano il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **242.900**; segue **Torino e prima cintura**, **203.500**;
- I **Laghi** e **Torino e prima cintura** hanno registrato una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: rispettivamente, **+4,4%** e **+0,4%**; le **Colline**, **-13,6%**, e le **Montagne**, **-6,1%**, rilevano un calo.



Sentiment Analysis

COMPLESSIVO

Aree-Prodotto	Sentiment Analysis	Italia
Colline	88,5/100 (-0,5)	85,7/100
Laghi	84,8/100 (-1,9)	85,7/100
Montagne	87,1/100 (-1,2)	85,7/100
Torino e prima cintura	85,8/100 (-1,3)	85,7/100

- Le **Colline** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto: 88,5/100**; seguono le **Montagne**, con **87,1/100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano un calo in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, con i **Laghi** che detengono la maggiore diminuzione: **-1,9**; segue **Torino e prima cintura, -1,3**;
- I valori del **sentiment** delle **Colline, 88,5/100**, delle **Montagne, 87,1/100**, e di **Torino e prima cintura, 85,8/100**, sono superiori rispetto all'**Italia, 85,7/100**; i **Laghi, 84,8/100**, sono inferiori.



Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

RICETTIVITÀ

Aree-Prodotto	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Colline	1.600	34.200 (+8,6%)
Laghi	553	37.000 (+35,4%)
Montagne	2.900	87.100 (+24,6%)
Torino e prima cintura	673	48.600 (+80,3%)

- Le **Montagne** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **2.900**; seguono le **Colline** con **1.600**;
- Le **Montagne** rilevano il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **87.100**; segue **Torino e prima cintura**, **48.600**;
- Tutte le **aree-prodotto** hanno registrato una **forte crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: **Torino e prima cintura** rileva l'aumento maggiore, **+80,3%**, seguono i **Laghi**, **+35,4%**.



Sentiment Analysis

RICETTIVITÀ

Aree-Prodotto	Sentiment Analysis	Italia
Colline	89,6/100 (-1,5)	84,8/100
Laghi	84,2/100 (-1,6)	84,8/100
Montagne	86,5/100 (-1,7)	84,8/100
Torino e prima cintura	83,9/100 (-2,3)	84,8/100

- Le **Colline** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto: 89,6/100**; seguono le **Montagne**, con **86,5/100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una diminuzione in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, con **Torino e prima cintura** che detiene la leadership: **-2,3**; seguono le **Montagne, -1,7**, e i **Laghi, -1,6**;
- I valori del **sentiment** delle **Colline, 89,6/100**, e delle **Montagne, 86,5/100**, sono superiori rispetto all'**Italia, 84,8/100**; i **Laghi, 84,2/100**, e **Torino e prima cintura, 83,9/100**, sono inferiori.



Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

RISTORAZIONE

Aree-Prodotto	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Colline	4.000	59.900 (-20,1%)
Laghi	1.300	36.500 (-8,3%)
Montagne	7.800	128.000 (-16,9%)
Torino e prima cintura	6.900	131.200 (-10,2%)

- Le **Montagne** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **7.800**; segue **Torino e prima cintura** con **6.900**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **131.200**; seguono le **Montagne**, **128.000**;
- Tutte le **aree-prodotto** hanno registrato un calo in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: le **Colline** rilevano la diminuzione maggiore, **-20,1%**, seguono le **Montagne**, **-16,9%**.



Sentiment Analysis

RISTORAZIONE

Aree-Prodotto	Sentiment Analysis	Italia
Colline	87,7/100 (-0,3)	85,5/100
Laghi	84,4/100 (-2,1)	85,5/100
Montagne	86,7/100 (-1,2)	85,5/100
Torino e prima cintura	85,7/100 (-0,9)	85,5/100

- Le **Colline** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto: 87,7/100**; seguono le **Montagne**, con **86,7/100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano un calo in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, con i **Laghi** che detengono la leadership: **-2,1**; seguono le **Montagne**, **-1,2**;
- I valori del **sentiment** delle **Colline**, **87,7/100**, delle **Montagne**, **86,7/100**, e di **Torino e prima cintura**, **85,7/100**, sono superiori rispetto all'**Italia**, **85,5/100**; i **Laghi**, **84,4/100**, sono inferiori.



Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

ATTRAZIONI

Aree-Prodotto	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Colline	999	7.000 (-34,1%)
Laghi	475	7.200 (-29%)
Montagne	2.900	27.800 (-20%)
Torino e prima cintura	1.100	23.700 (-20,2%)

- Le **Montagne** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **2.900**; segue **Torino e prima cintura** con **1.100**;
- Le **Montagne** rilevano il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **27.800**; segue **Torino e prima cintura**, **23.700**;
- Tutte le **aree-prodotto** hanno registrato un calo in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: le **Colline** rilevano la diminuzione maggiore, **-34,1%**, seguono i **Laghi**, **-29%**.



Sentiment Analysis

ATTRAZIONI

Aree-Prodotto	Sentiment Analysis	Italia
Colline	89,1/100 (-0,2)	89,6/100
Laghi	90,4/100 (-0,3)	89,6/100
Montagne	91,1/100 (+0,2)	89,6/100
Torino e prima cintura	90,5/100 (+0,3)	89,6/100

- Le **Montagne** rilevano un parametro maggiore rispetto agli altri comparti: **91,1/100**; segue **Torino e prima cintura**, con **90,5/100**;
- **Torino e prima cintura** e le **Montagne** hanno registrato una **crescita** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente: rispettivamente, **+0,3** e **+0,2**; calano, invece, i **Laghi**, **-0,3**, e le **Colline**, **-0,2**;
- I valori del *sentiment* delle **Montagne**, **91,1/100**, di **Torino e prima cintura**, **90,5/100**, e dei **Laghi**, **90,4/100**, sono superiori rispetto all'**Italia**, **89,6/100**; le **Colline**, **89,1/100**, sono inferiori.



Aree - Prodotto

Executive Summary

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022

Visitatori





Visitatori

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte



Comparto	Colline			Laghi		
	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero
Ricettività	42,3%	57,7%	Francia (11,6%)	24,3%	75,7%	Germania (21,9%)
Ristorazione	66,6%	33,4%	Francia (6,4%)	44,8%	55,2%	Francia (14,1%)
Attrazioni	70,7%	29,3%	Danimarca (9,8%)	53,2%	46,8%	Francia (21,3%)
Complessivo	46,6%	53,4%	Francia (10,7%)	26,8%	73,2%	Germania (20,6%)

- In **Torino e prima cintura**, nel comparto della **ristorazione**, si registra il valore più alto di **visitatori italiani: 79,2%**;

- Per quanto ne concerne i **turisti stranieri**, la percentuale maggiore si rileva nei **Laghi**, nel comparto **ricettivo: 75,7%**;
- La **Germania** è il paese estero in cui si registra la percentuale più alta di turisti stranieri nel comparto **ricettivo** dei **Laghi: 21,9%**.

Comparto	Montagne			Torino e prima cintura		
	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero
Ricettività	40%	60%	Francia (15,1%)	44,8%	55,2%	Francia (16,6%)
Ristorazione	66,7%	33,3%	Francia (9,9%)	79,2%	20,8%	Francia (6,6%)
Attrazioni	67%	33%	Francia (10,2%)	65,8%	34,2%	Francia (10,2%)
Complessivo	43,8%	56,2%	Francia (14,3%)	48,9%	51,1%	Francia (15,4%)



Aree - Prodotto

Executive Summary

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022

Tipologie di viaggio





Tipologie di viaggio

Comparto	Colline	Laghi	Montagne	Torino e prima cintura
Ricettività	Coppie (54,1%) - Famiglie (28%)	Coppie (55,7%) - Famiglie (28,4%)	Coppie (50,1%) - Famiglie (29,7%)	Coppie (38%) - Famiglie (32,6%)
Ristorazione	Coppie (57,4%) - Famiglie (23,9%)	Coppie (64,7%) - Famiglie (22,6%)	Coppie (56,5%) - Famiglie (23,8%)	Coppie (38,7%) - Famiglie (34,8%)
Attrazioni	Famiglie (45,5%) - Coppie (36,4%)	Coppie (55,4%) - Famiglie (27%)	Coppie (43,4%) - Famiglie (29,5%)	Famiglie (37,6%) - Coppie (29,6%)
Complessivo	Coppie (54,3%) - Famiglie (27,7%)	Coppie (56,3%) - Famiglie (28,1%)	Coppie (50,4%) - Famiglie (29,4%)	Coppie (38%) - Famiglie (32,7%)

- Le recensioni sono redatte principalmente da **coppie** e **famiglie**;
- Tra le **coppie**, spicca il **64,7%** registrato nei **Laghi** nel comparto **ristorativo**;
- Tra le **famiglie**, il valore più alto si rileva nelle **Colline** nelle **attrazioni**: **45,5%**.



Are - Prodotto

Executive Summary

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022

Canali e Social





Canali e Social

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte



Comparto	Colline		Laghi	
	Canali	Social	Canali	Social
Ricettività	Booking - Google	Pinterest - Twitter	Booking - Google	Instagram - Youtube
Ristorazione	Google - TripAdvisor	Twitter - Instagram	Google - TripAdvisor	Twitter - Instagram
Attrazioni	Google - TripAdvisor	Twitter - Youtube	Google - TripAdvisor	Twitter - Youtube

I **canali** maggiormente utilizzati sono **Google, TripAdvisor** e **Booking**, mentre tra i **social** emergono **Twitter, Instagram** e **Youtube**.

Comparto	Montagne		Torino e prima cintura	
	Canali	Social	Canali	Social
Ricettività	Booking - Google	Twitter - Instagram	Booking - Google	Pinterest - Twitter
Ristorazione	Google - TripAdvisor	Twitter - Instagram	Google - TheFork	Twitter - Youtube
Attrazioni	Google - TripAdvisor	Twitter - Youtube	Google - TripAdvisor	Twitter - Youtube



Are - Prodotto

Executive Summary

Estate 2022
01/06/2022 – 31/08/2022

Cluster & Topic





Cluster & Topic (1)

Comparto	Colline	Laghi	Montagne	Torino e prima cintura
Ricettività	Ristorazione - Staff	Ristorazione - Staff	Ristorazione - Staff	Camera - 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** ed **accoglienza** nella **ristorazione**;
- **Posizione** e **spazi** nelle **attrazioni**.



Cluster & Topic (2)

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte



Comparto	Colline		Laghi	
	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo
Ricettività	Accoglienza	Servizio	Posizione	Bagno
Ristorazione	Vista	Prezzo	Vista	Prezzo
Attrazioni	Esperienza	Parcheggio	Luogo	Parcheggio

- Il **prezzo** né contiene più **negativi**.

Comparto	Montagne		Torino e prima cintura	
	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo
Ricettività	Proprietario	Stanza	Staff	Aria condizionata
Ristorazione	Location	Prezzo	Personale	Prezzo
Attrazioni	Guida	Strada	Collezione	Ascensore

- In tutti i **comparti** variano gli argomenti che possiedono la maggior parte di **giudizi positivi**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE



REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

Visit Piemonte

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

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

P.IVA 09693360019