



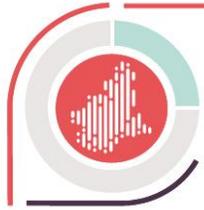
OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Piemonte

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022

Torino, 19 gennaio 2023





Perimetro di analisi

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

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

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

Lo studio si riferisce al seguente intervallo di tempo:

- **01/01/2022 – 31/12/2022 (Anno 2022)**.

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

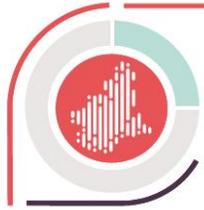


ATL Piemonte

Executive Summary

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022



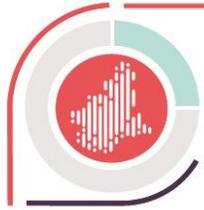


Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

COMPLESSIVO

ATL	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Alexala	4.000	126.200 (+10%)
Biella Valsesia Vercelli	3.500	89.200 (+10,3%)
Cuneese	4.700	135.200 (+7,4%)
Distretto Laghi	3.600	167.800 (+28%)
Langhe Monferrato Roero	4.900	181.700 (+9,3%)
Novara	2.600	105.600 (+12,2%)
Turismo Torino e Provincia	18.000	917.800 (+26%)

- **Turismo Torino e Provincia** è l'**ATL** che possiede il numero più alto di **Punti di interesse** monitorati: **18.000**; seguono le **Langhe Monferrato Roero** con **4.900**;
- Sempre **Turismo Torino e Provincia**, è l'**ATL** che registra il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **917.800**; seguono le **Langhe Monferrato Roero** con **181.700**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una forte crescita dei **contenuti monitorati** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con il **Distretto Laghi** che detiene la leadership: **+28%**.

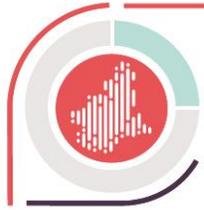


Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

RICETTIVITÀ

ATL	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Alexala	700	30.000 (+33,1%)
Biella Valsesia Vercelli	519	18.400 (+30,2%)
Cuneese	934	34.400 (+22,7%)
Distretto Laghi	888	78.400 (+51,7%)
Langhe Monferrato Roero	1.300	58.900 (+22,3%)
Novara	246	22.400 (+55,1%)
Turismo Torino e Provincia	1.800	203.900 (+73,9%)

- **Turismo Torino e Provincia** è l'**ATL** che possiede il numero più alto di **Punti di interesse** monitorati: **1.800**; seguono le **Langhe Monferrato Roero** con **1.300**;
- Sempre **Turismo Torino e Provincia**, è l'**ATL** che registra il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **203.900**; segue il **Distretto Laghi** con **78.400**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una forte crescita dei **contenuti monitorati** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con **Turismo Torino e Provincia** che detiene la leadership: **+73,9%**.

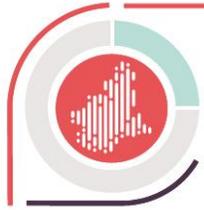


Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

RISTORAZIONE

ATL	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Alexala	2.400	87.400 (+6%)
Biella Valsesia Vercelli	1.900	59.200 (+5,4%)
Cuneese	2.500	86.100 (+6%)
Distretto Laghi	1.500	69.500 (+13,1%)
Langhe Monferrato Roero	2.600	108.700 (+5,6%)
Novara	1.700	74.900 (+7,5%)
Turismo Torino e Provincia	12.600	607.300 (+18,9%)

- **Turismo Torino e Provincia** è l'**ATL** che possiede il numero più alto di **Punti di interesse** monitorati: **12.600**; seguono le **Langhe Monferrato Roero** con **2.600**;
- Sempre **Turismo Torino e Provincia**, è l'**ATL** che registra il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **607.300**; seguono le **Langhe Monferrato Roero** con **108.700**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una forte crescita dei **contenuti monitorati** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con **Turismo Torino e Provincia** che detiene la leadership: **+18,9%**.

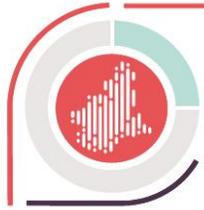


Punti di Interesse – Contenuti Monitorati

ATTRAZIONI

ATL	Punti Interesse	Contenuti Monitorati
Alexala	935	8.700 (-10,2%)
Biella Valsesia Vercelli	1.100	11.700 (+10%)
Cuneese	1.300	14.800 (-11%)
Distretto Laghi	1.200	20.000 (+10,4%)
Langhe Monferrato Roero	1.000	14.200 (-7,4%)
Novara	638	8.400 (-16,2%)
Turismo Torino e Provincia	3.600	106.500 (+6,3%)

- **Turismo Torino e Provincia** è l'**ATL** che possiede il numero più alto di **Punti di interesse** monitorati: **3.600**; segue il **Cuneese** con **1.300**;
- Sempre **Turismo Torino e Provincia**, è l'**ATL** che registra il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **106.500**; segue il **Distretto Laghi** con **20.000**;
- Il **Distretto Laghi** è l'**ATL** che ha registrato la crescita più alta dei **contenuti monitorati** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente: **+10,4%**.

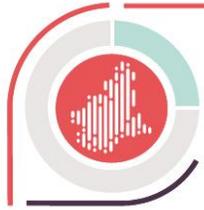


Sentiment Analysis

COMPLESSIVO

ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	86,8/100 (-0,7)	86,3/100
Biella Valsesia Vercelli	87,8/100 (-0,7)	86,3/100
Cuneese	89,2/100 (-0,7)	86,3/100
Distretto Laghi	86,4/100 (-1,4)	86,3/100
Langhe Monferrato Roero	89,5/100 (-0,5)	86,3/100
Novara	85,4/100 (-1,5)	86,3/100
Turismo Torino e Provincia	86,3/100 (-1,1)	86,3/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto agli altri territori: **89,5/100**; segue il **Cuneese** con **89,2/100**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una diminuzione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con **Novara** che detiene la leadership: **-1,5**;
- Tutte le **ATL** rilevano un valore del **sentiment** superiore all'**Italia** (**Turismo Torino e Provincia** registra lo stesso valore) ad eccezione di **Novara**: **85,4/100** vs **86,3/100**.

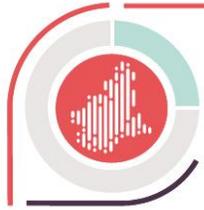


Sentiment Analysis

RICETTIVITÀ

ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	88/100 (-0,8)	84,9/100
Biella Valsesia Vercelli	88,3/100 (-1,1)	84,9/100
Cuneese	89,5/100 (-0,9)	84,9/100
Distretto Laghi	85,5/100 (-1,3)	84,9/100
Langhe Monferrato Roero	90,4/100 (-1,2)	84,9/100
Novara	82,6/100 (-2,3)	84,9/100
Turismo Torino e Provincia	83,8/100 (-2)	84,9/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto agli altri territori: **90,4/100**; segue il **Cuneese** con **89,5/100**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una diminuzione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con **Novara** che detiene la leadership: **-2,3**;
- Tutte le **ATL** rilevano un valore del **sentiment** superiore all'**Italia**, ad eccezione di **Novara** e **Turismo Torino e Provincia**: rispettivamente, **82,6/100** e **83,8/100** vs **84,9/100**.

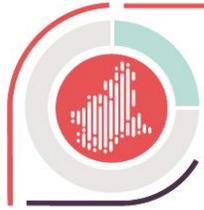


Sentiment Analysis

RISTORAZIONE

ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	86,1/100 (-0,8)	86,2/100
Biella Valsesia Vercelli	87/100 (-0,9)	86,2/100
Cuneese	88,6/100 (-0,8)	86,2/100
Distretto Laghi	85,9/100 (-1,5)	86,2/100
Langhe Monferrato Roero	88,9/100 (-0,2)	86,2/100
Novara	85,8/100 (-1,2)	86,2/100
Turismo Torino e Provincia	86,3/100 (-0,8)	86,2/100

- Le **Langhe Monferrato Roero**, **88,9/100**, rilevano un parametro maggiore rispetto agli altri territori; segue il **Cuneese** con **88,6/100**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una diminuzione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con il **Distretto Laghi** che detiene la leadership: **-1,5**;
- Tutte le **ATL** rilevano un valore del **sentiment** superiore all'**Italia**, ad eccezione di **Alexala**, **Distretto Laghi** e **Novara**: rispettivamente, **86,1/100**, **85,9/100** e **85,8/100** vs **86,2/100**.

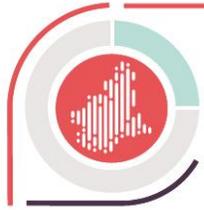


Sentiment Analysis

ATTRAZIONI

ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	89,2/100 (+0,3)	90,7/100
Biella Valsesia Vercelli	91,1/100 (+0,2)	90,7/100
Cuneese	91,6/100 (+0,1)	90,7/100
Distretto Laghi	92,1/100 (-0,1)	90,7/100
Langhe Monferrato Roero	90,1/100 (=)	90,7/100
Novara	89,6/100 (+0,7)	90,7/100
Turismo Torino e Provincia	91/100 (+0,5)	90,7/100

- Il **Distretto Laghi** rileva un parametro maggiore rispetto agli altri territori: **92,1/100**; segue il **Cuneese** con **91,6/100**;
- Tutte le **ATL** hanno registrato una crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, ad eccezione del **Distretto Laghi (-0,1)** e delle **Langhe Monferrato Roero (stesso valore)**, con **Novara** che detiene la leadership: **+0,7**;
- Tutte le **ATL** rilevano un valore del **sentiment** superiore all'**Italia**, ad eccezione di **Alexala**, delle **Langhe Monferrato Roero** e di **Novara**: rispettivamente, **89,2/100**, **90,1/100**, **89,6/100** vs **90,7/100**.



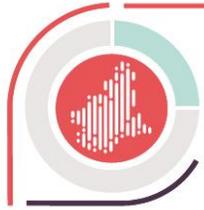
Visitatori

Comparto	Alexala			Biella Valsesia Vercelli			Cuneese			Distretto Laghi		
	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero
Ricettività	42,1%	57,9%	Francia (13,2%)	64%	36%	Svizzera (8,1%)	63,2%	36,8%	Francia (14,5%)	29,2%	70,8%	Germania (21,2%)
Ristorazione	83,6%	16,4%	Francia (3,5%)	84,6%	15,4%	Svizzera - Francia (4%)	82,5%	17,5%	Francia (6,9%)	47,2%	52,8%	Germania (12,9%)
Attrazioni	89,4%	10,6%	Germania - Svizzera (2,4%)	70,3%	29,7%	Francia (8%)	81,7%	18,3%	Francia (4,3%)	66,4%	33,6%	Francia (13,1%)
Complessivo	49,3%	50,7%	Francia (11,5%)	68,3%	31,7%	Svizzera (7,2%)	67,3%	32,7%	Francia (12,8%)	31,5%	68,5%	Germania (20,1%)

- Il valore più alto di **visitatori italiani** è rilevato nelle **attrazioni ad Alexala: 89,4%**;
- Per quanto ne concerne i **turisti stranieri**, detiene la leadership il **Distretto Laghi** nella **ricettività: 70,8%**;

Comparto	Langhe Monferrato Roero			Novara			Turismo Torino e Provincia		
	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero	% Italia	% Estero	Paese Estero
Ricettività	54,3%	45,8%	Svizzera (11,7%)	51,2%	48,8%	Germania (10,8%)	57,4%	42,6%	Francia (11,5%)
Ristorazione	70,5%	29,5%	Svizzera (7,5%)	89,2%	10,8%	Svizzera (2,5%)	83%	17%	Francia (5,1%)
Attrazioni	79,7%	20,3%	Svizzera (4,1%)	78,7%	21,3%	Francia (12,8%)	71,3%	28,7%	Francia (7,7%)
Complessivo	57,8%	42,2%	Svizzera (10,8%)	57,2%	42,8%	Germania (9,3%)	61,2%	38,8%	Francia (10,6%)

- La **Germania** è il paese estero in cui rileva la percentuale più alta di **visitatori stranieri: 21,2%** relativo al comparto **ricettivo** nel **Distretto Laghi**.



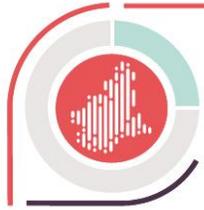
Tipologie di viaggio

Comparto	Alexala	Biella Valsesia Vercelli	Cuneese	Distretto Laghi
Ricettività	Coppie (49,8%) - Famiglie (28,6%)	Coppie (48,1%) - Famiglie (24,1%)	Coppie (49,9%) - Famiglie (23,6%)	Coppie (57,1%) - Famiglie (25,1%)
Ristorazione	Coppie (45%) - Famiglie (27%)	Coppie (39%) - Famiglie (24,6%)	Coppie (59,4%) - Famiglie (16,5%)	Coppie (63,6%) - Famiglie (22,3%)
Attrazioni	Famiglie (46%) - Coppie (28%)	Coppie (39,2%) - Famiglie (30,2%)	Coppie (38,7%) - Amici/Gruppi (29%)	Coppie (49,8%) - Famiglie (26,1%)
Complessivo	Coppie (49,5%) - Famiglie (28,6%)	Coppie (47,3%) - Famiglie (24,3%)	Coppie (50,6%) - Famiglie (23%)	Coppie (57,4%) - Famiglie (24,9%)

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

- Tra le **coppie**, nel **Distretto Laghi** e nelle **Langhe Monferrato Roero**, spicca il **63,6%** registrato nella **ristorazione**;
- Nel comparto **attrattivo**, si evidenzia il **46%** di recensioni redatte dalle **famiglie** ad **Alexala**.

Comparto	Langhe Monferrato Roero	Novara	Turismo Torino e Provincia
Ricettività	Coppie (60,1%) - Famiglie (19,7%)	Coppie (45,6%) - Famiglie (29,6%)	Coppie (41,3%) - Famiglie (28,4%)
Ristorazione	Coppie (63,6%) - Famiglie (16,3%)	Coppie (44,4%) - Famiglie (30,1%)	Coppie (43%) - Famiglie (28,3%)
Attrazioni	Coppie (50,7%) - Famiglie (28,1%)	Famiglie (58,6%) - Coppie (24,1%)	Coppie (41,2%) - Famiglie (32,1%)
Complessivo	Coppie (60,4%) - Famiglie (19,4%)	Coppie (45,6%) - Famiglie (29,7%)	Coppie (41,4%) - Famiglie (28,5%)

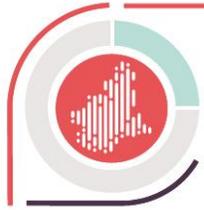


Canali

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

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

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



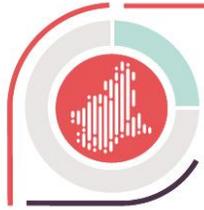
Cluster & Topic (1)

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

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

- **Ristorazione** e **staff** nella **ricettività** (con la presenza della **camera** a **Novara** e a **Turismo Torino e Provincia**);
- **Atmosfera** e **accoglienza** nella **ristorazione**;
- **Posizione** e **spazi** nelle **attrazioni** (con l'**atmosfera** presente nelle **Langhe Monferrato Roero** e a **Turismo Torino e Provincia**).

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



Cluster & Topic (2)

Comparto	Alexala		Biella Valsesia Vercelli		Cuneese		Distretto Laghi	
	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo
Ricettività	Staff	Sicurezza	Posizione	Sicurezza	Staff	Sicurezza	Staff	Internet
Ristorazione	Posizione	Sicurezza	Posizione	Sicurezza	Posizione	Sicurezza	Posizione	Sicurezza
Attrazioni	Guida - Atmosfera	Costi	Attività	Sicurezza	Posizione - Atmosfera	Costi	Posizione	Costi

- La **posizione** e lo **staff** sono gli argomenti che contengono più **giudizi positivi**;
- La **sicurezza*** ne rileva più **negativi**.

Comparto	Langhe Monferrato Roero		Novara		Turismo Torino e Provincia	
	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo
Ricettività	Staff	Check in/out	Staff	Sicurezza	Staff	Sicurezza
Ristorazione	Posizione	Sicurezza	Posizione	Costi	Accoglienza	Sicurezza
Attrazioni	Posizione	Accessibilità	Attività	Accessibilità	Posizione	Organizzazione

*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.

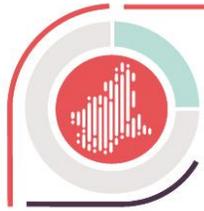


Alexala

Complessivo

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Alexala

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

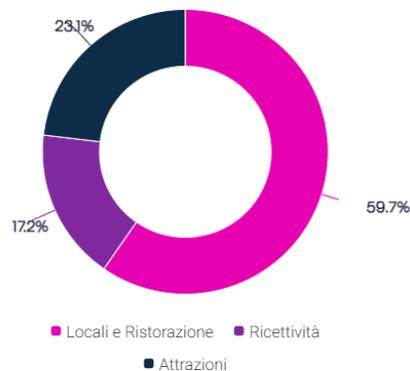
AREE
Alexala

Panoramica

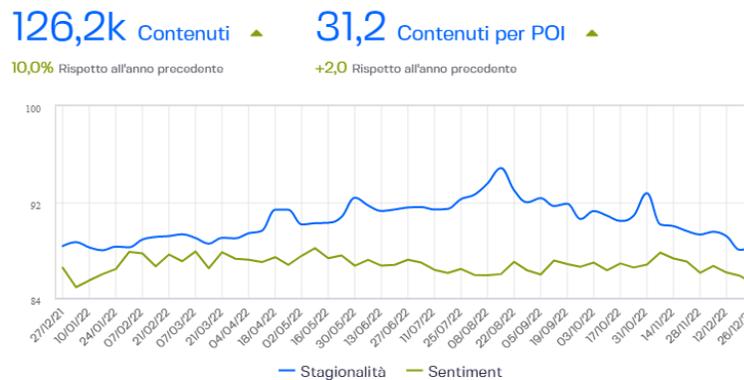
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

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

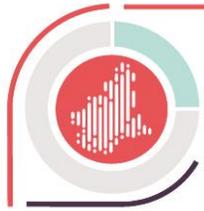
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.000 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 59,7%**;
 - **Attrazioni: 23,1%**;
 - **Ricettività: 17,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **126.200 (+10%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



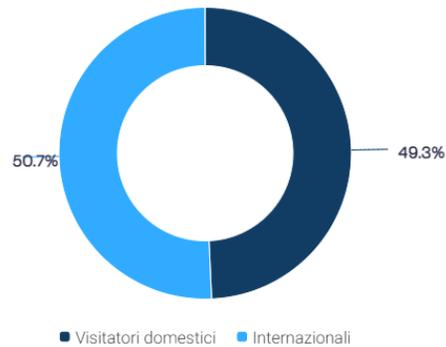
Visitatori: Alexala

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **49,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con l'**11,5%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **87,3/100** vs **85,6/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **50,7%** del totale.

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

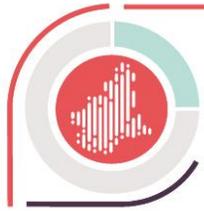
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	49,3% ▾	85,6/100 ▾
Francia	11,5% ▲	86,6/100 ▾
Svizzera	8,9% ▲	86,9/100 ▾
Germania	7,6% ▲	87,0/100 ▾
Paesi Bassi	3,0% ▾	86,9/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Alexala

COMPLESSIVO

PERIODO

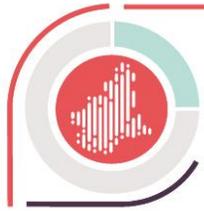
01/01/22 - 31/12/22

AREE

Alexala

	Contenuti	Sentiment
Coppie	49,5%	87,7/100 ▼
Famiglie	28,6% ▲	87,2/100 ▼
Amici/Gruppo	10,5% ▼	87,1/100
Singolo	10,5% ▼	86,1/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,9% ▲	82,5/100 ▲

Il **49,5%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **28,6%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **87,7/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **87,2/100**, e gli **amici/gruppi**, con **87,1/100**.



Sentiment Analysis: Alexala

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT ALEXALA



86,3 /100 Italia

ANDAMENTO



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

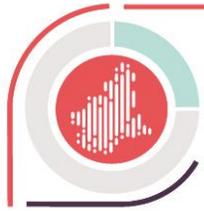


Alexala

Ricettività

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Alexala

RICETTIVITÀ

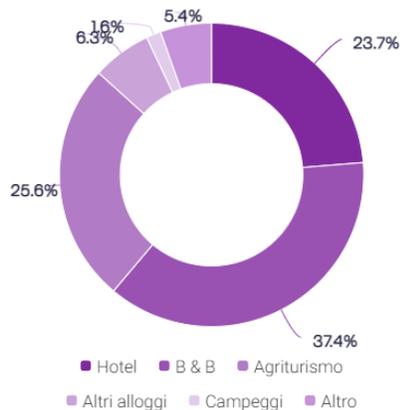
PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Alexala	COMPARTI Ricettività
--------------------------------	-----------------	-------------------------

Panoramica

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

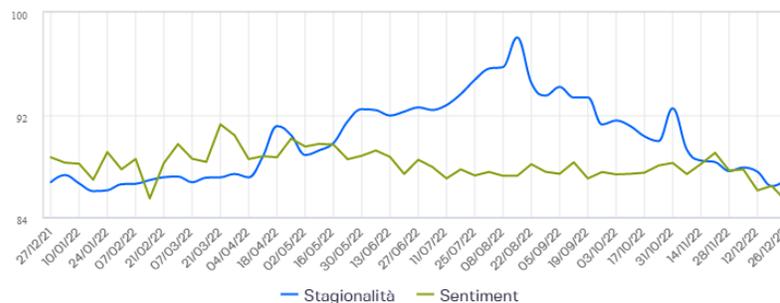
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

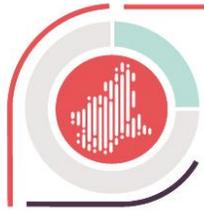


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

30,0k Contenuti ▲ **43,1** Contenuti per POI ▲
 33,1% Rispetto all'anno precedente ▲ +10,2 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **700 punti di interesse**:
 - **B&B: 37,4%**;
 - **Agriturismi: 25,6%**;
 - **Hotel: 23,7%**;
 - **Altri alloggi: 6,3%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 5,4%**;
 - **Campeggi: 1,6%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **30.000 (+33,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

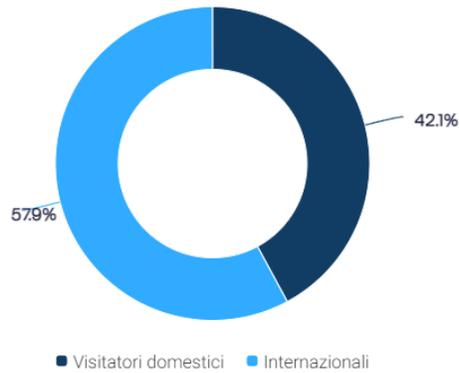


Visitatori: Alexala

RICETTIVITÀ

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Alexala	COMPARTI Ricettività
---------------------------------------	------------------------	--------------------------------

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **87,5/100** vs **86,6/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere vale il 57,9%** del totale.

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Alexala	COMPARTI Ricettività
---------------------------------------	------------------------	--------------------------------

MERCATI

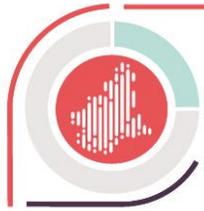
	Contenuti	Sentiment
Italia	42,1% ▼	86,6/100 ▼
Francia	13,2% ▲	86,8/100 ▼
Svizzera	10,1% ▲	87,0/100 ▼
Germania	8,7% ▲	87,3/100 ▼
Paesi Bassi	3,3% ▼	87,0/100 ▼

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Il **42,1%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **13,2%**.

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



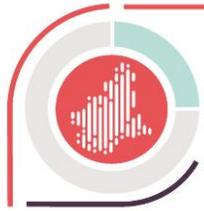
Tipologie di viaggio: Alexala

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/22 - 31/12/22	Alexala	Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	49,8% ▲	87,9/100 ▼
Famiglie	28,6% ▲	87,5/100 ▼
Singolo	10,4% ▼	86,6/100 ▼
Amici/Gruppo	10,3% ▼	87,4/100
Viaggio di lavoro	0,9%	83,0/100 ▲

Il **49,8%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **28,6%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **87,9/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **87,5/100**, e gli **amici/gruppi**, con **87,4/100**.



Canali: Alexala

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

COMPARTI
Ricettività

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

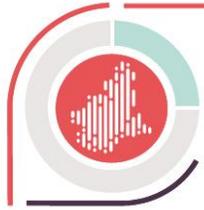
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	65,8% ▲	8,7/10	87,1/100 ▼
Google	29,3% ▼	9,0/10	90,2/100
TripAdvisor	3,7% ▼	8,6/10 ▲	86,9/100 ▲
Hotels.com	0,6% ▼	8,8/10	88,6/100 ▲
Expedia	0,2%	8,7/10 ▲	87,5/100 ▲

SOCIAL

	Post
Twitter	74,6% ▲
Instagram	24,6% ▲
Youtube	0,9% ▲
Facebook	

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **65,8%**; segue **Google**, con il **29,3%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **74,6%**; segue **Instagram**, con il **24,6%**.



Cluster & Topic: Alexala

RICETTIVITÀ

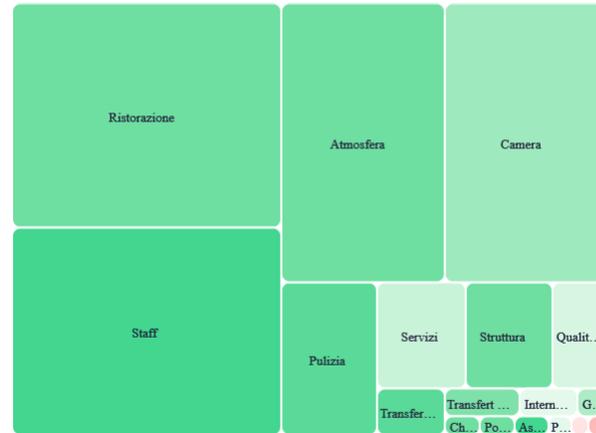
PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Alexala
COMPARTI: Ricettività

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

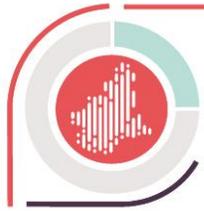
Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Ristorazione	23,5%	90,8/100
Staff	21,7%	96,2/100
Atmosfera	17,8%	89,9/100
Camera	17,5%	80,1/100
Pulizia	5,7%	92,4/100



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **23,5%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **21,7%** e l'**atmosfera**, con il **17,8%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori **contenuti positivi**.

*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.



Sentiment Analysis: Alexala

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

COMPARTI
Ricettività

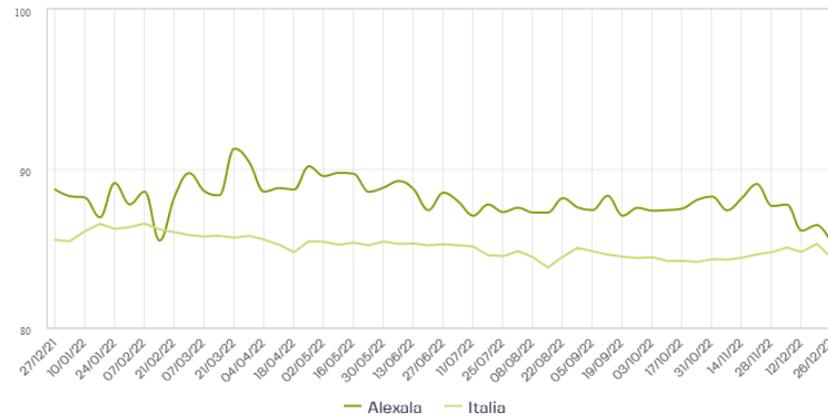
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT ALEXALA



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Alexala** (**-0,8** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **88/100** vs **84,9/100**.

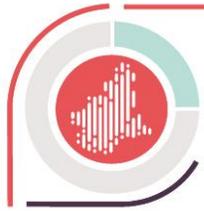


Alexala

Ristorazione

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Alexala

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

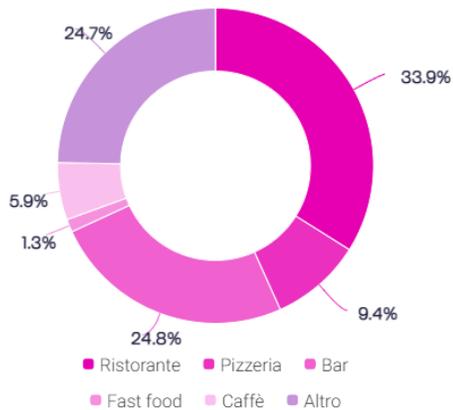
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

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

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

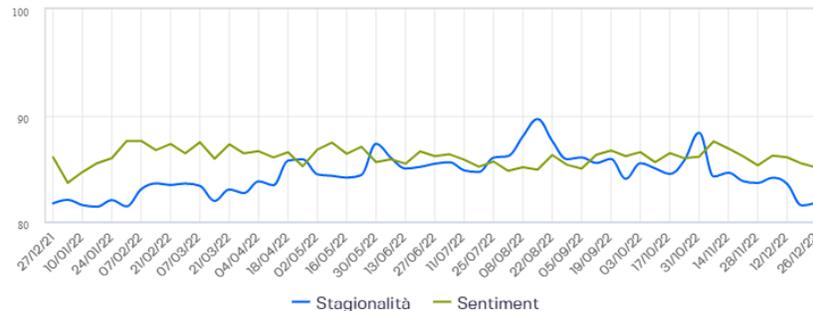
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



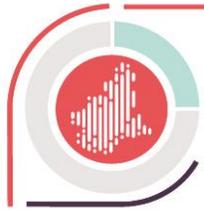
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

87,4k Contenuti ▲ 36,2 Contenuti per POI ▲

6,0% Rispetto all'anno precedente +1,4 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.400 punti di interesse**:
 - **Ristoranti: 33,9%**;
 - **Bar: 24,8%**;
 - **Altre tipologie ristoratrici: 24,7%**;
 - **Pizzerie: 9,4%**;
 - **Caffè: 5,9%**;
 - **Fast food: 1,3%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **87.400 (+6%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Alexala

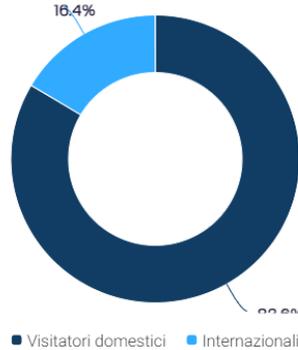
RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



L'**83,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **3,5%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **83,8/100** vs **83,1/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **16,4%** del totale.

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

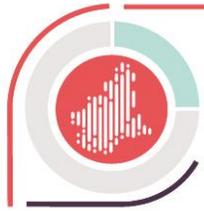
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	83,6% ▼	83,1/100 ▼
Francia	3,5% ▲	83,2/100 ▲
Svizzera	3,1% ▲	84,5/100 ▲
Germania	2,3% ▲	82,8/100 ▼
Paesi Bassi	1,2% ▲	84,8/100 ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Alexala

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/22 - 31/12/22

AREE

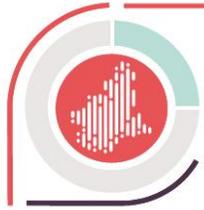
Alexala

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

	Contenuti	Sentiment
Coppie	45,0% ▾	84,7/100 ▾
Famiglie	27,0% ▴	82,2/100 ▴
Amici/Gruppo	14,0% ▾	82,5/100 ▾
Singolo	12,6% ▾	76,9/100 ▾
Viaggio di lavoro	1,4% ▴	75,8/100 ▴

Il **45%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **27%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **84,7/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **82,5/100**, e le **famiglie**, con **82,2/100**.



Canali: Alexala

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Alexala
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	88,3% ▼	8,6/10 ▼	86,1/100 ▼
TripAdvisor	6,5%	8,2/10 ▼	82,9/100 ▼
TheFork	3,9% ▲	9,0/10	90,6/100 ▼
Booking.com	0,9% ▲	8,0/10 ▼	80,9/100 ▼
Justeat	0,2% ▲	8,9/10 ▲	88,3/100 ▲

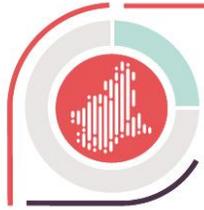
SOCIAL

	Post
Instagram	69,9% ▲
Twitter	25,3% ▲
Youtube	4,5% ▲
Pinterest	0,3% ▲
Facebook	

Le recensioni sono maggiori su **Google, 88,3%**; segue **TripAdvisor, con il 6,5%**. Tra i social primeggia **Instagram, con il 69,9%**; segue **Twitter, con il 25,3%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con





Cluster & Topic: Alexala

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

COMPARTI
Locali e Ristorazione

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Atmosfera	30,6%	90,0/100
Accoglienza	24,5%	91,5/100
Qualità del cibo	23,5%	87,0/100
Posizione	8,6%	91,7/100
Estetica	5,2%	83,8/100



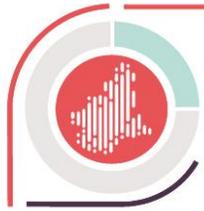
- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **30,6%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **24,5%** e la **qualità del cibo**, con il **23,5%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori **contenuti positivi**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.



Sentiment Analysis: Alexala

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Alexala	COMPARTI Locali e Ristorazione
---------------------------------------	------------------------	--

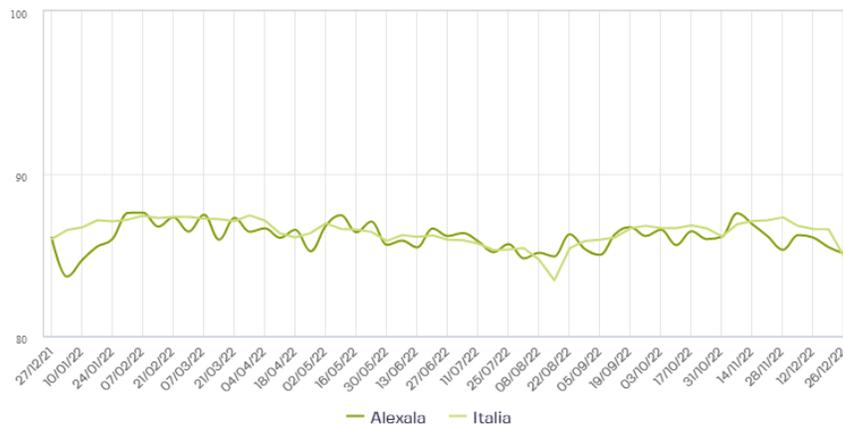
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT ALEXALA



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Alexala** (-0,8 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **86,1/100** vs **86,2/100**.

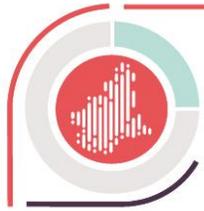


Alexala

Attrazioni

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Alexala

ATTRAZIONI

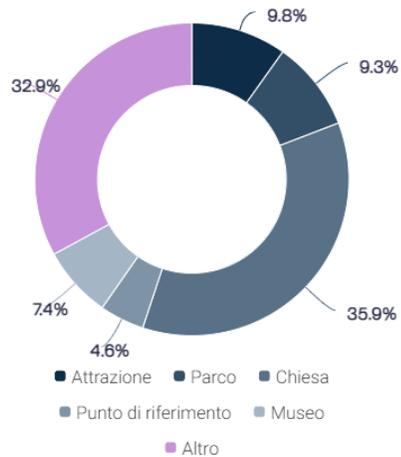
PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Alexala
COMPARTI: Attrazioni

Panoramica

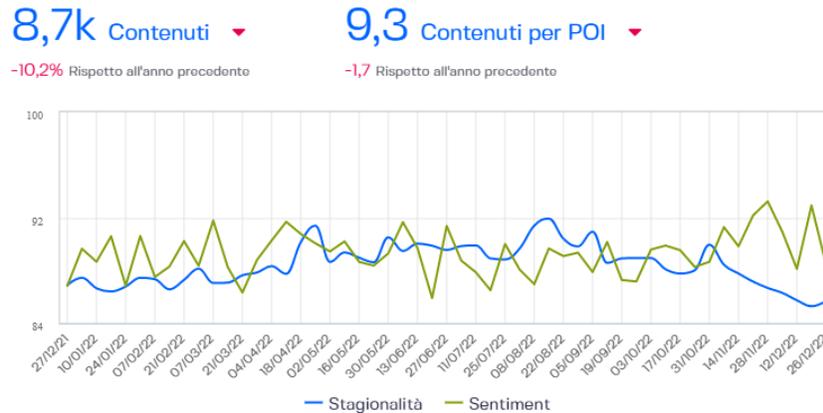
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

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

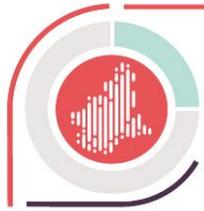
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **935 punti di interesse**:
 - Chiese: **35,9%**;
 - Altre tipologie attrattive: **32,9%**;
 - Attrazioni: **9,8%**;
 - Parchi: **9,3%**;
 - Musei: **7,4%**;
 - Punti di riferimento: **4,6%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **8.700** (-10,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Alexala

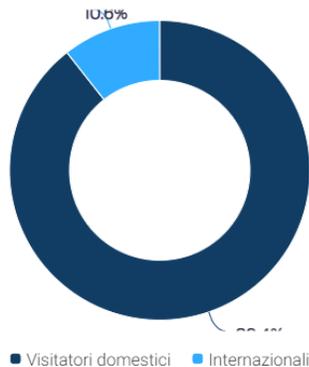
ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



L'**89,4%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Germania** e la **Svizzera** con il **2,4%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **90,3/100** vs **85/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **10,6%** del totale.

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

COMPARTI
Attrazioni

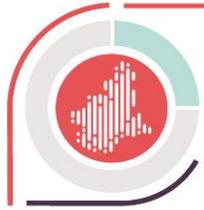
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	89,4% ▾	85,0/100 ▲
Germania	2,4% ▲	93,8/100
Svizzera	2,4% ▾	85,0/100 ▾
Oman	1,2% ▲	100,0/100
Francia	1,2% ▾	55,0/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





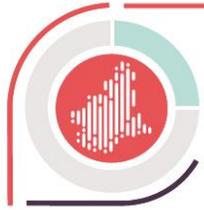
Tipologie di viaggio: Alexala

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/22 - 31/12/22	Alexala	Attrazioni

	Contenuti	Sentiment
Famiglie	46,0% ▲	74,7/100 ▲
Coppie	28,0% ▼	86,8/100 ▼
Amici/Gruppo	22,0% ▲	78,1/100 ▲
Singolo	4,0% ▼	76,8/100 ▼
Viaggio di lavoro		

Il **46%** delle recensioni sono redatte dalle **famiglie**, mentre il **28%** dalle **coppie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **86,8/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **78,1/100**, e i **single**, con **76,8/100**.



PERIODO
 01/01/22 - 31/12/22

AREE
 Alexala

COMPARTI
 Attrazioni

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

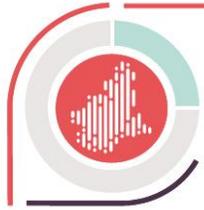
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	98,7% ▲	8,9/10	89,2/100 ▲
TripAdvisor	1,2% ▲	8,2/10 ▲	82,8/100 ▲
Facebook	0,2% ▼		100,0/100 ▲

SOCIAL

	Post
Twitter	87,7% ▲
Youtube	9,5% ▲
Pinterest	2,3% ▲
Instagram	0,5% ▲
Facebook	

Le recensioni sono maggiori su **Google, 98,7%**; segue **TripAdvisor, con l'1,2%**. Tra i social primeggia **Twitter, con l'87,7%**; segue **YouTube, con il 9,5%**.



Cluster & Topic: Alexala

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Alexala

COMPARTI
Attrazioni

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

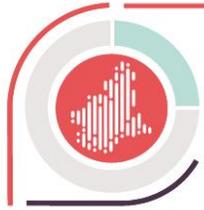
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Posizione	32,2%	93,8/100
Spazi	27,6%	88,0/100
Atmosfera	21,7%	93,8/100
Accoglienza	9,0%	91,2/100
Servizi	3,4%	85,7/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **32,2%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **27,6%** e l'**atmosfera**, con il **21,7%**;
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **guida** e l'**atmosfera** hanno i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Alexala

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Alexala
COMPARTI: Attrazioni

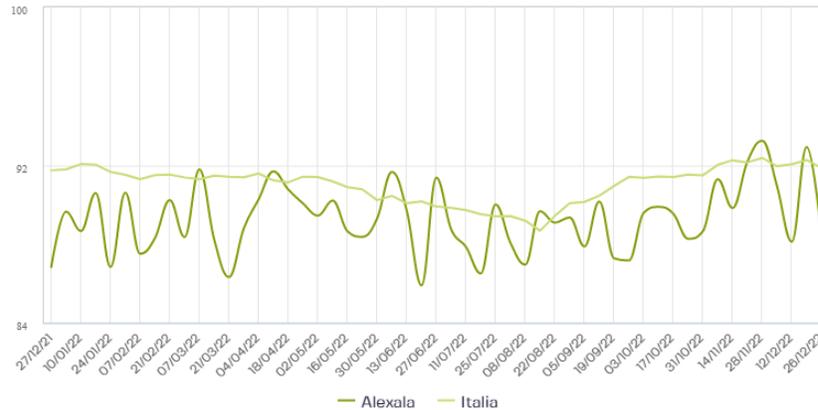
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT ALEXALA



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Alexala** (+0,3 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **89,2/100** vs **90,7/100**.



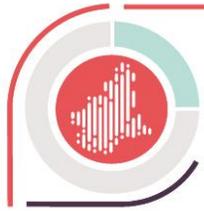
Biella Valsesia Vercelli

Complessivo

Anno 2022

01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Biella Valsesia Vercelli

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

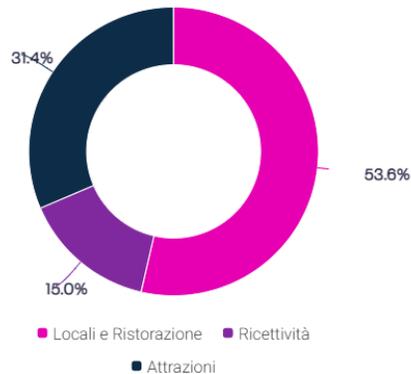
AREE
Biella Vercelli

Panoramica

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

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

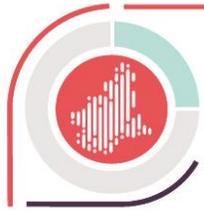
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **3.500 punti di interesse**:
 - Ristorazione: **53,6%**;
 - Attrazioni: **31,4%**;
 - Ricettività: **15%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **89.200 (+10,3%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

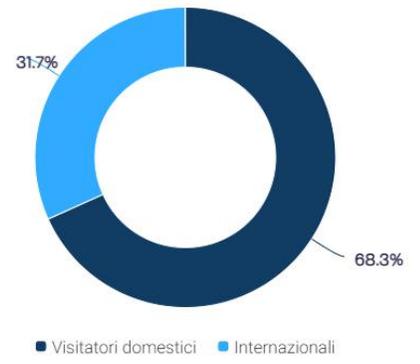


Visitatori: Biella Valsesia Vercelli

COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22
AREE Biella Vercelli

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **85,7/100** vs **85,5/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **31,7%** del totale.

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22
AREE Biella Vercelli

MERCATI

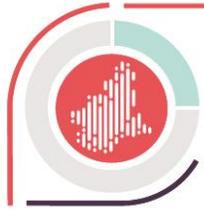
	Contenuti	Sentiment
Italia	68,3% ▾	85,7/100 ▾
Svizzera	7,2% ▲	84,1/100 ▲
Francia	6,9% ▲	85,2/100 ▾
Germania	4,1% ▲	86,0/100 ▾
Paesi Bassi	2,2% ▾	84,9/100 ▾

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Il **68,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **7,2%**.

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Tipologie di viaggio: Biella Valsesia Vercelli

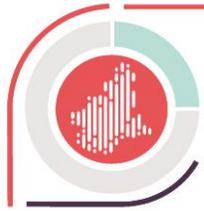
COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Biella Vercelli

	Contenuti	Sentiment
Coppie	47,3% ▲	86,4/100 ▼
Famiglie	24,3% ▲	86,8/100 ▼
Singolo	14,9% ▼	86,8/100 ▼
Amici/Gruppo	11,9% ▲	86,3/100 ▼
Viaggio di lavoro	1,6% ▲	85,9/100 ▲

Il **47,3%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **24,3%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie** e i **single**, con un indice di **86,8/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **86,4/100**.



Sentiment Analysis: Biella Valsesia Vercelli

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Biella Vercelli

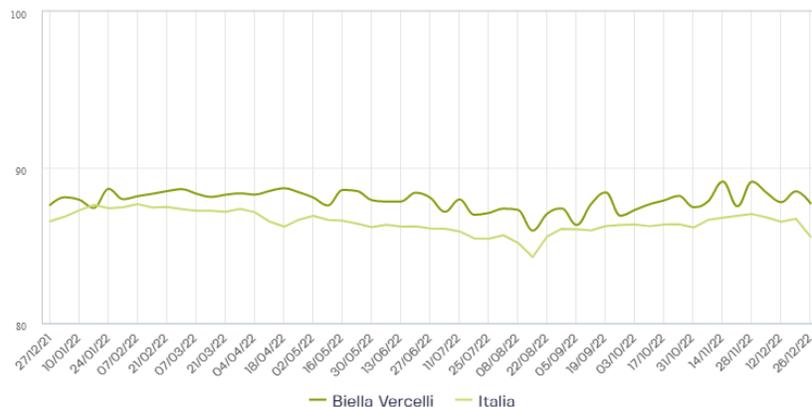
SENTIMENT

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

SENTIMENT BIELLA VERCELLI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Biella Valsesia Vercelli** (-0,7 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **87,8/100** vs **86,3/100**.

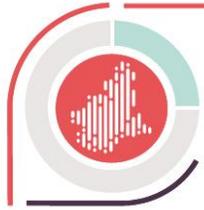


Biella Valsesia Vercelli

Ricettività

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Biella Valsesia Vercelli

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Biella Vercelli

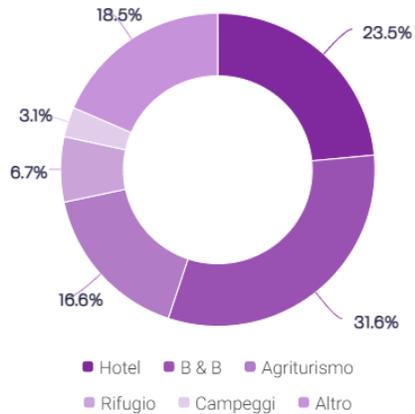
COMPARTI
Ricettività

Panoramica

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

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

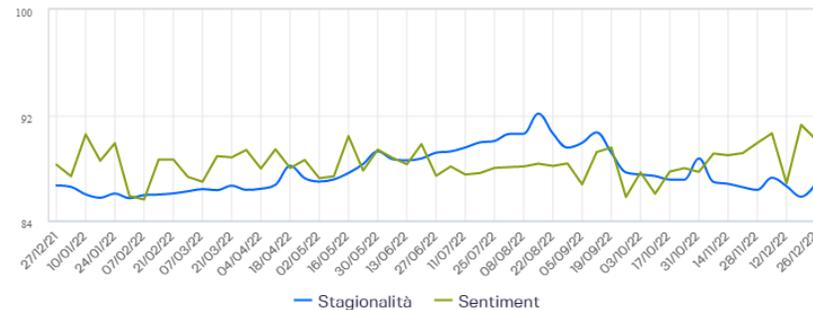
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



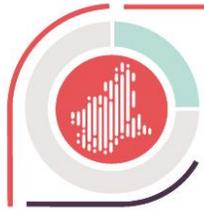
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

18,4k Contenuti ▲
30,2% Rispetto all'anno precedente

35,4 Contenuti per POI ▲
+8,1 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **519 punti di interesse**:
 - **B&B: 31,6%**;
 - **Hotel: 23,5%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 18,5%**;
 - **Agriturismi: 16,6%**;
 - **Rifugi: 6,7%**;
 - **Campeggi: 3,1%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **18.400** (+30,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



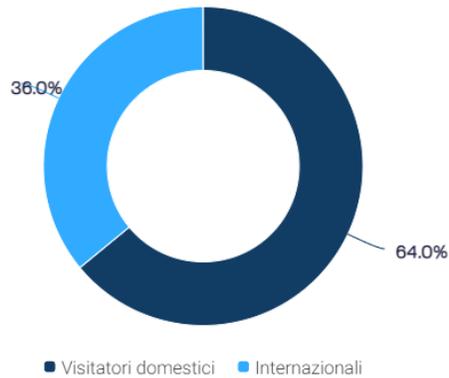
Visitatori: Biella Valsesia Vercelli

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Biella Vercelli
 COMPARTI: Ricettività

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **87/100** vs **85,7/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **36%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Biella Vercelli
 COMPARTI: Ricettività

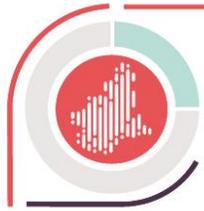
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	64,0% ▼	87,0/100 ▼
Svizzera	8,1% ▲	84,2/100 ▲
Francia	7,6% ▲	85,2/100 ▼
Germania	4,7%	86,5/100 ▲
Paesi Bassi	2,6% ▼	85,4/100 ▼

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io | CC BY ND

Il **64%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con l'**8,1%**.

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io | CC BY ND



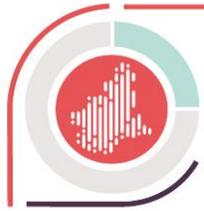
Tipologie di viaggio: Biella Valsesia Vercelli

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/22 - 31/12/22	Biella Vercelli	Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	48,1% ▲	86,7/100 ▼
Famiglie	24,1% ▲	87,0/100 ▼
Singolo	15,0% ▼	87,2/100 ▼
Amici/Gruppo	11,2% ▼	86,9/100 ▼
Viaggio di lavoro	1,6% ▲	86,9/100 ▲

Il **48,1%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **24,1%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **87,2/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **87/100**, e gli **amici/gruppi** e coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con **86,9/100**.



Canali: Biella Valsesia Vercelli

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Biella Vercelli
 COMPARTI: Ricettività

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

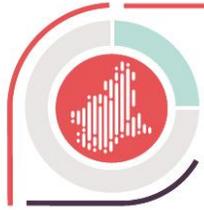
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	55,1% ▲	8,6/10	86,6/100 ▼
Google	40,0% ▼	9,0/10	90,9/100 ▼
TripAdvisor	3,9% ▼	8,5/10 ▼	85,9/100 ▼
Hotels.com	0,3% ▼	8,7/10 ▼	86,0/100 ▼
TheFork	0,3% ▲	8,4/10 ▲	85,0/100 ▲

SOCIAL

	Post
Instagram	62,7% ▲
Youtube	22,7% ▲
Twitter	14,6% ▲
Facebook	
Pinterest	

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **55,1%**; segue **Google**, con il **40%**. Tra i social primeggia **Instagram**, con il **62,7%**; segue **YouTube**, con il **22,7%**.



Cluster & Topic: Biella Valsesia Vercelli

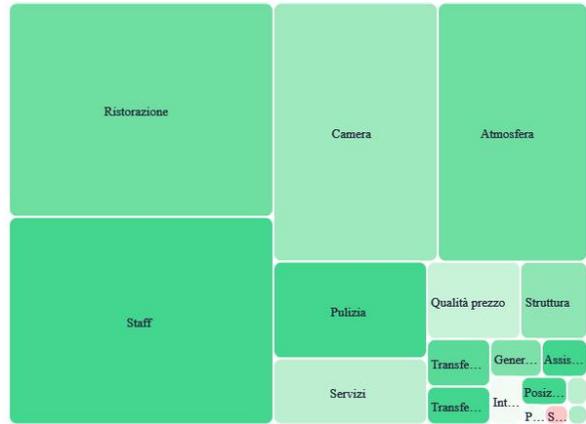
RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Biella Vercelli
 COMPARTI: Ricettività

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

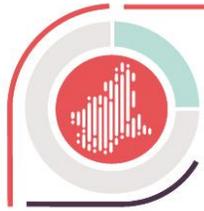
Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Ristorazione	23,2%	89,5/100
Staff	22,5%	94,7/100
Camera	17,4%	81,1/100
Atmosfera	15,8%	88,5/100
Pulizia	6,1%	96,6/100



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **23,2%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **22,5%** e la **camera**, con il **17,4%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di contenuti con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori **contenuti positivi**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.



Sentiment Analysis: Biella Valsesia Vercelli

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Ricettività

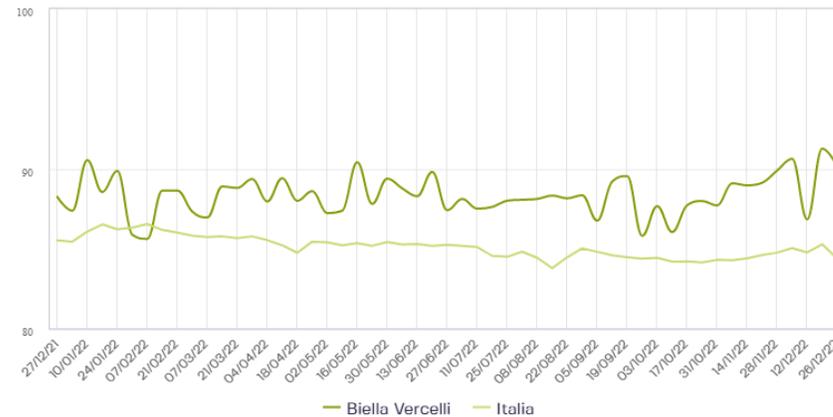
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT BIELLA VERCELLI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Biella Valsesia Vercelli** (-1,1 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **88,3/100** vs **84,9/100**.

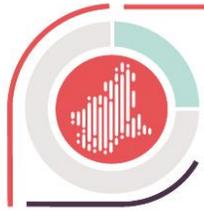


Biella Valsesia Vercelli

Ristorazione

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Biella Valsesia Vercelli

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Biella Vercelli

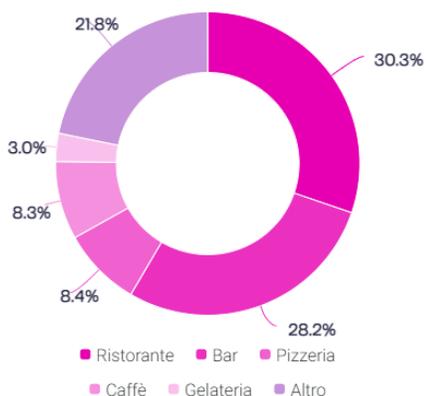
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

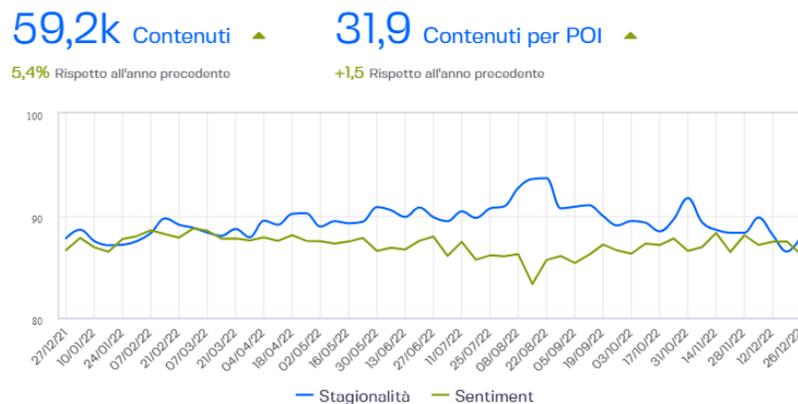
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

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

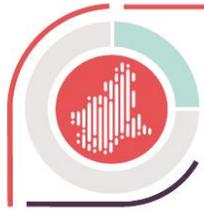
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.900 punti di interesse**:
 - Ristoranti: 30,3%;**
 - Bar: 28,2%;**
 - Altre tipologie ristoratrici: 21,8%;**
 - Pizzerie: 8,4%;**
 - Caffè: 8,3%;**
 - Gelaterie: 3%.**
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **59.200 (+5,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Biella Valsesia Vercelli

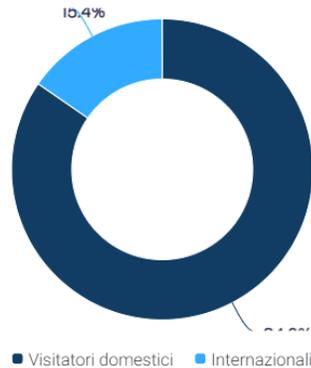
RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **84,3/100** vs **82,1/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **15,4%** del totale.

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	84,6% ▾	82,1/100 ▾
Svizzera	4,0% ▲	84,0/100 ▾
Francia	4,0% ▲	84,4/100 ▲
Germania	1,6% ▲	82,8/100 ▾
Regno Unito	1,3% ▲	83,9/100 ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io

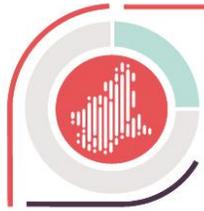


L'**84,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Svizzera** e la **Francia** con il **4%**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Biella Valsesia Vercelli

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

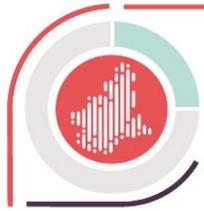
	Contenuti	Sentiment
 Coppie	39,0% ▼	84,1/100 ▼
 Famiglie	24,6% ▲	83,0/100 ▲
 Amici/Gruppo	19,3% ▲	79,7/100 ▼
 Singolo	14,9% ▼	83,5/100 ▼
 Viaggio di lavoro	2,2% ▲	79,8/100 ▲

Il **39%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **24,6%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **84,1/100** e, a seguire, fra i **single**, con **83,5/100**, e le **famiglie**, con **83/100**.

 DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Canali: Biella Valsesia Vercelli

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

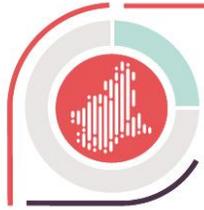
	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	91,1% ▾	8,7/10 ▾	87,3/100 ▾
TripAdvisor	5,7% ▲	8,0/10	81,3/100 ▾
TheFork	1,8% ▾	8,9/10 ▾	89,8/100 ▾
Booking.com	1,2% ▾	8,2/10 ▲	83,7/100 ▾
Facebook	0,2% ▾		96,3/100 ▲

SOCIAL

	Post
Twitter	97,7% ▲
Instagram	1,9% ▲
Youtube	0,3% ▾
Facebook	0,1% ▾
Pinterest	0,0%

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **91,1%**; segue **TripAdvisor**, con il **5,7%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **97,7%**; segue **Instagram**, con l'**1,9%**.





Cluster & Topic: Biella Valsesia Vercelli

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Biella Vercelli

COMPARTI
Locali e Ristorazione

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Atmosfera	30,7%	90,0/100
Accoglienza	24,1%	92,1/100
Qualità del cibo	23,6%	87,5/100
Posizione	9,3%	92,9/100
Estetica	5,0%	84,6/100



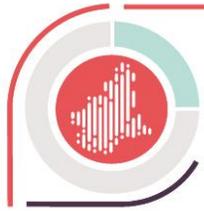
- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **30,7%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **24,1%** e la **qualità del cibo**, con il **23,6%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori **contenuti positivi**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.



Sentiment Analysis: Biella Valsesia Vercelli

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Biella Vercelli
COMPARTI: Locali e Ristorazione

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT BIELLA VERCELLI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Biella Valsesia Vercelli** (-0,9 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **87/100** vs **86,2/100**.

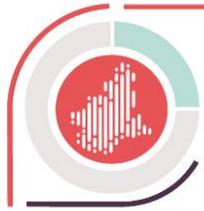


Biella Valsesia Vercelli

Attrazioni

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Biella Valsesia Vercelli

ATTRAZIONI

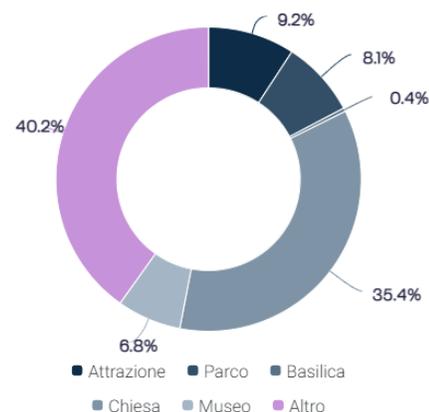
PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Biella Vercelli	COMPARTI Attrazioni
---------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------

Panoramica

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

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

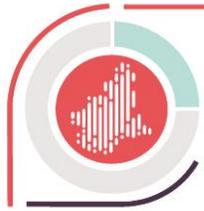
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.100 punti di interesse**:
 - Altre tipologie attrattive: **40,2%**;
 - Chiese: **35,4%**;
 - Attrazioni: **9,2%**;
 - Parchi: **8,1%**;
 - Musei: **6,8%**;
 - Basiliche: **0,4%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **11.700 (+10%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Biella Valsesia Vercelli

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Biella Vercelli
 COMPARTI: Attrazioni

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **84,4/100** vs **83,7/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **29,7%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Biella Vercelli
 COMPARTI: Attrazioni

MERCATI

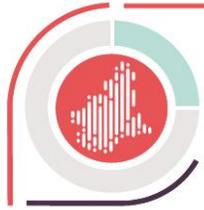
	Contenuti	Sentiment
Italia	70,3% ▼	83,7/100 ▼
Francia	8,0% ▲	88,2/100 ▼
Germania	7,7% ▲	81,3/100 ▼
Svizzera	2,9% ▲	78,7/100 ▲
Paesi Bassi	2,2% ▲	70,0/100

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io | CC BY-ND

Il **70,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con l'**8%**.

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io | CC BY-ND

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Tipologie di viaggio: Biella Valsesia Vercelli

ATTRAZIONI

PERIODO

01/01/22 - 31/12/22

AREE

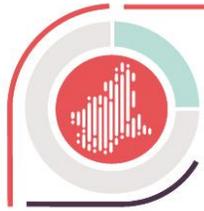
Biella Vercelli

COMPARTI

Attrazioni

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	39,2% ▼	80,2/100 ▼
 Famiglie	30,2% ▲	86,0/100 ▼
 Amici/Gruppo	19,1% ▼	88,4/100 ▼
 Singolo	10,8% ▲	81,3/100 ▼
 Viaggio di lavoro	0,7% ▲	55,0/100

Il **39,2%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **30,2%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra gli **amici/gruppi**, con un indice di **88,4/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **86/100**, e i **single**, con **81,3/100**.



Canali: Biella Valsesia Vercelli

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Biella Vercelli
COMPARTI: Attrazioni

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

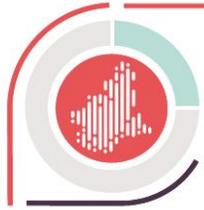
	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	97,1% ▾	9,1/10 ▲	91,3/100 ▲
Booking.com	2,0% ▲	8,3/10	82,8/100
TripAdvisor	0,9%	8,4/10 ▾	87,3/100 ▾
Facebook	0,0% ▾		87,5/100 ▾
Foursquare	0,0%		100,0/100

SOCIAL

	Post
Twitter	51,7% ▾
Youtube	27,7% ▲
Instagram	13,5% ▲
Facebook	7,0% ▾
Pinterest	0,2%

Le recensioni sono maggiori su **Google, 97,1%**; segue **Booking**, con il **2%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **51,7%**; segue **YouTube**, con il **27,7%**.





Cluster & Topic: Biella Valsesia Vercelli

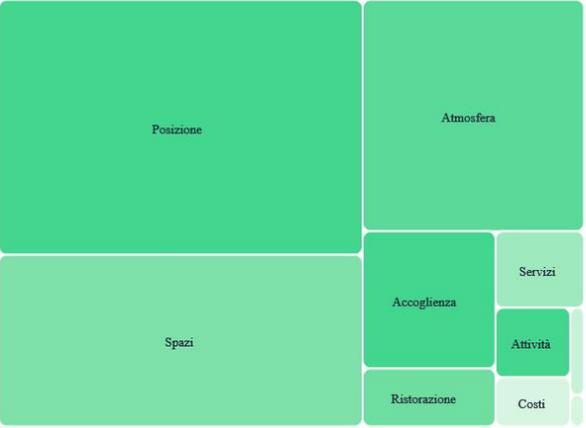
ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Biella Vercelli
COMPARTI: Attrazioni

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Posizione	37,2%	95,6/100
Spazi	25,0%	86,1/100
Atmosfera	20,4%	92,9/100
Accoglienza	7,3%	94,8/100
Ristorazione	3,1%	90,3/100

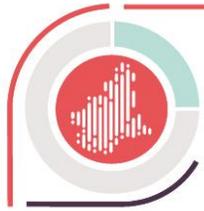


- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **37,2%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **25%** e l'**atmosfera**, con il **20,4%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; l'**attività** ha i maggiori **contenuti positivi**.

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io | CC BY-ND

*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.

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



Sentiment Analysis: Biella Valsesia Vercelli

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Biella Vercelli
COMPARTI: Attrazioni

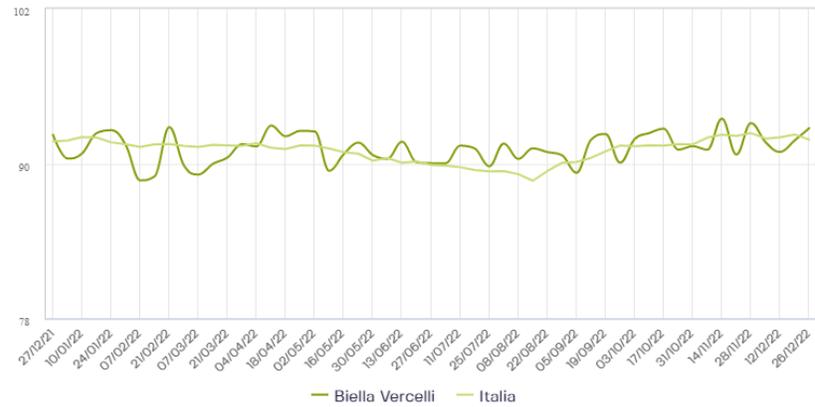
SENTIMENT

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

SENTIMENT BIELLA VERCELLI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Biella Valsesia Vercelli** (+0,2 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **91,1/100** vs **90,7/100**.



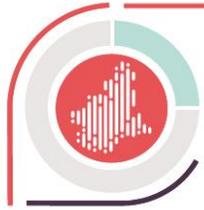
Cuneese

Complessivo

Anno 2022

01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Cuneese

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

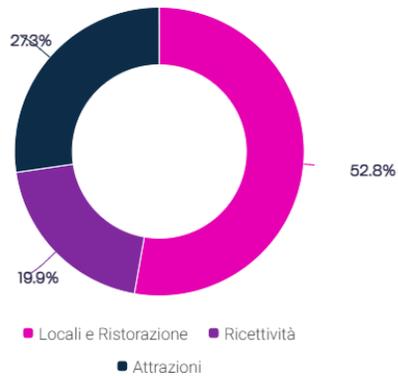
AREE
Cuneese

Panoramica

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

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

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

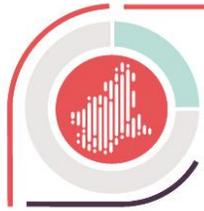


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.700 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 52,8%**;
 - **Attrazioni: 27,3%**;
 - **Ricettività: 19,9%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **135.200 (+7,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).





Visitatori: Cuneese

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Cuneese

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **88,7/100** vs **87,4/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **32,7%** del totale.

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Cuneese

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	67,3% ▾	87,4/100 ▾
Francia	12,8% ▲	89,1/100 ▾
Germania	5,2% ▲	88,2/100 ▾
Svizzera	3,5% ▲	87,9/100 ▾
Paesi Bassi	1,9% ▾	87,7/100

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io

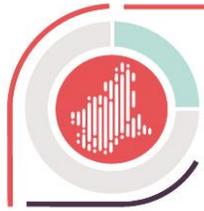


Il **67,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **12,8%**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Cuneese

COMPLESSIVO

PERIODO

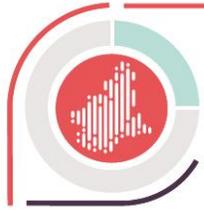
01/01/22 - 31/12/22

AREE

Cuneese

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	50,6% ▾	89,0/100 ▾
 Famiglie	23,0% ▲	88,5/100 ▾
 Amici/Gruppo	12,8% ▾	88,9/100 ▾
 Singolo	12,5% ▾	87,9/100 ▾
 Viaggio di lavoro	1,1% ▾	86,4/100 ▾

Il **50,6%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **23%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **89/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **88,9/100**, e le **famiglie**, con **88,5/100**.



Sentiment Analysis: Cuneese

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Cuneese

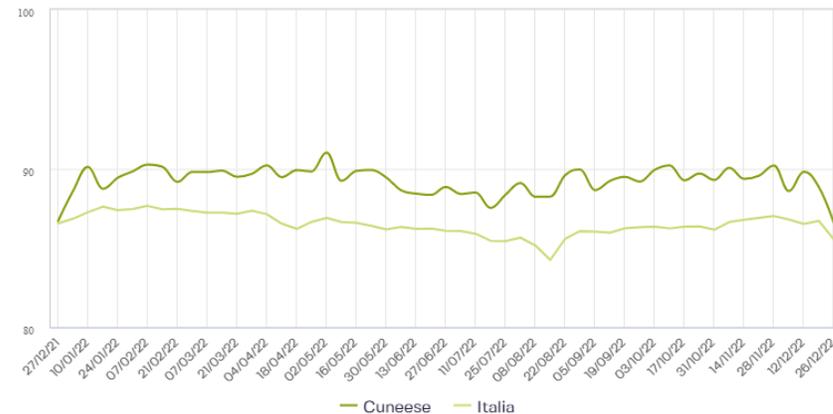
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT CUNEESE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Cuneese** (-0,7 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **89,2/100** vs **86,3/100**.



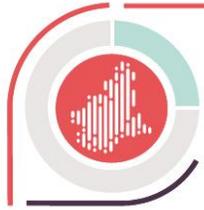
Cuneese

Ricettività

Anno 2022

01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Cuneese

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Cuneese

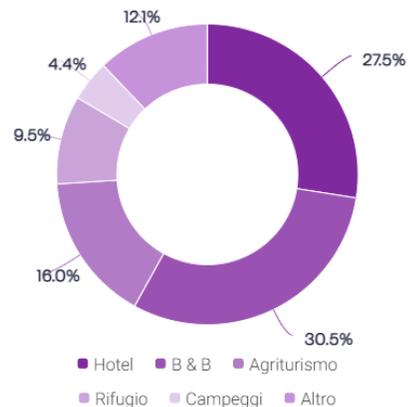
COMPARTI
Ricettività

Panoramica

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

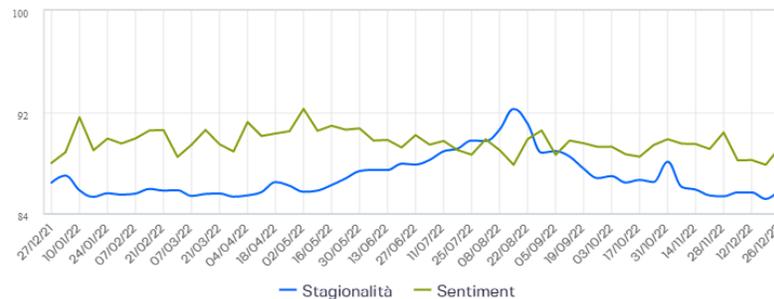
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

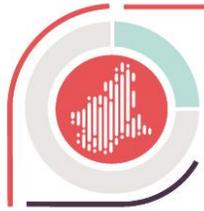


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

34,4k Contenuti ▲ **36,8** Contenuti per POI ▲
 22,7% Rispetto all'anno precedente ▲ +5,5 Rispetto all'anno precedente ▲



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **934 punti di interesse**:
 - **B&B: 30,5%**;
 - **Hotel: 27,5%**;
 - **Agriturismi: 16%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 12,1%**;
 - **Rifugi: 9,5%**;
 - **Campeggi: 4,4%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **34.400 (+22,7%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Cuneese

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Cuneese
 COMPARTI: Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io

Il **63,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **14,5%**.

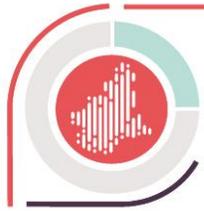
Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **88,8/100** vs **88/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **36,8%** del totale.

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Cuneese
 COMPARTI: Ricettività

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	63,2% ▾	88,0/100 ▾
Francia	14,5% ▲	89,1/100 ▾
Germania	5,9% ▾	88,2/100 ▾
Svizzera	4,0% ▲	88,2/100 ▾
Paesi Bassi	2,0% ▾	87,3/100 ▾

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io



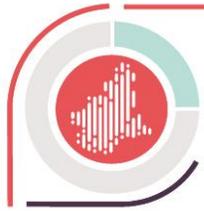
Tipologie di viaggio: Cuneese

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/22 - 31/12/22	Cuneese	Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	49,9% ▼	89,1/100 ▼
Famiglie	23,6% ▲	88,5/100 ▼
Amici/Gruppo	12,7% ▼	88,8/100 ▼
Singolo	12,7% ▼	88,0/100 ▼
Viaggio di lavoro	1,2% ▼	86,0/100 ▼

Il **49,9%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **23,6%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **89,1/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **88,8/100**, le **famiglie**, con **88,5/100**.



PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Cuneese

COMPARTI
Ricettività

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

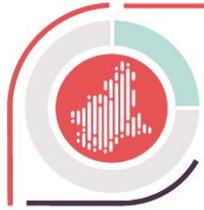
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	52,6% ▲	8,8/10	88,4/100 ▼
Google	41,6% ▼	9,1/10	91,2/100 ▼
TripAdvisor	4,7% ▼	8,6/10 ▼	87,0/100 ▼
Hotels.com	0,4% ▼	9,3/10 ▲	92,8/100 ▲
bed-and-breakfast	0,2% ▲		

SOCIAL

	Post
Twitter	45,5% ▲
Youtube	32,1% ▲
Instagram	21,2% ▲
Facebook	1,2% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **52,6%**; segue **Google**, con il **41,6%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **45,5%**; segue **YouTube**, con il **32,1%**.



Cluster & Topic: Cuneese

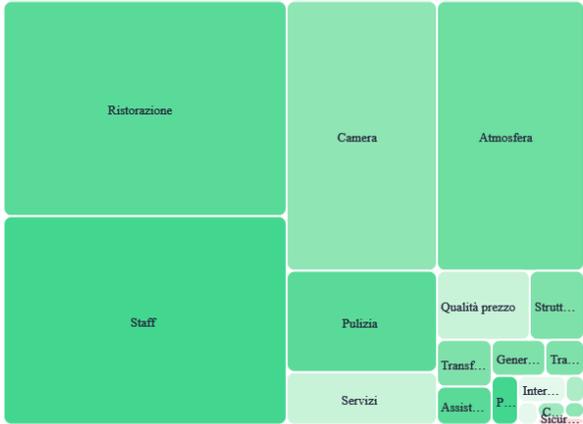
RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22 | AREE: Cuneese | COMPARTI: Ricettività

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Ristorazione	24,7%	91,8/100
Staff	23,9%	96,8/100
Camera	16,4%	83,7/100
Atmosfera	16,2%	91,0/100
Pulizia	6,2%	93,7/100

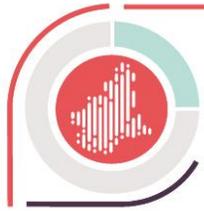


- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **24,7%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **23,9%** e la **camera**, con il **16,4%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori **contenuti positivi**.

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io | CC BY-ND

*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.

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



Sentiment Analysis: Cuneese

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Cuneese
COMPARTI: Ricettività

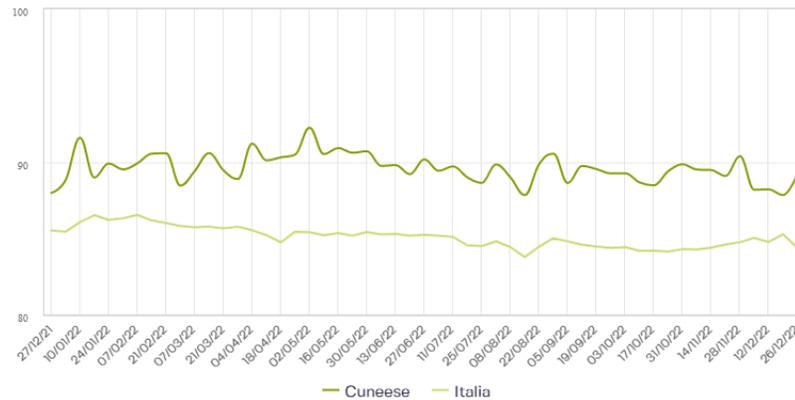
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT CUNEESE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Cuneese** (-0,9 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **89,5/100** vs **84,9/100**.





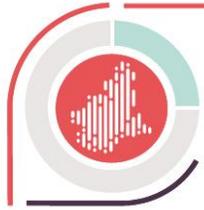
Cuneese

Ristorazione

Anno 2022

01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Cuneese

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Cuneese

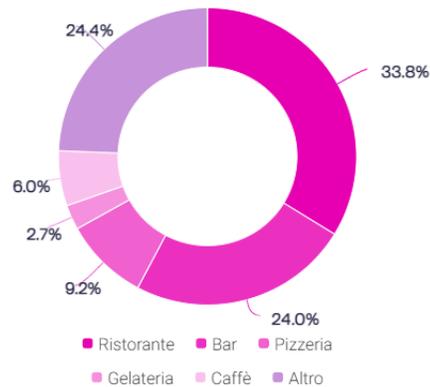
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

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

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

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

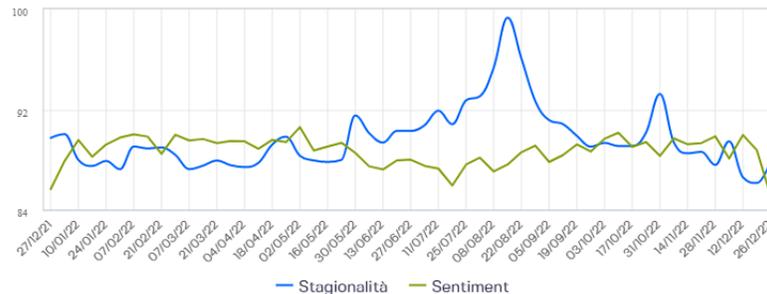


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

86,1k Contenuti ▲
34,8 Contenuti per POI ▲

6,0% Rispetto all'anno precedente

+0,8 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.500 punti di interesse**:
 - Ristoranti: **33,8%**;
 - Altre tipologie ristoratrici: **24,4%**;
 - Bar: **24%**;
 - Pizzerie: **9,2%**;
 - Caffè: **6%**;
 - Gelaterie: **2,7%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **86.100 (+6%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Cuneese

RISTORAZIONE

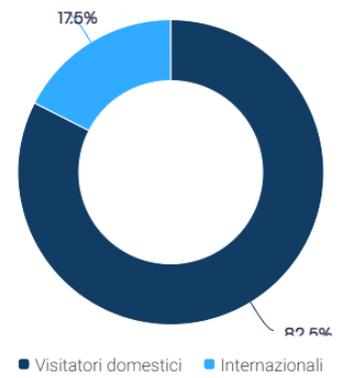
PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Cuneese

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **87,8/100** vs **85,6/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **17,5%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Cuneese

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

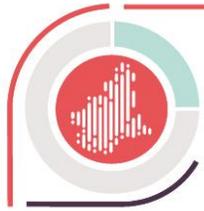
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	82,5% ▼	85,6/100 ▼
Francia	6,9% ▲	89,2/100 ▼
Germania	2,6% ▲	88,0/100 ▼
Svizzera	1,7% ▼	84,4/100 ▼
Paesi Bassi	1,3% ▲	89,9/100 ▲

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

L'**82,5%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **6,9%**.

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io



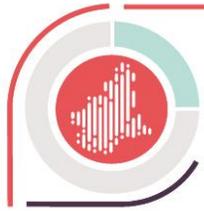
Tipologie di viaggio: Cuneese

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Cuneese	COMPARTI Locali e Ristorazione
--------------------------------	-----------------	--------------------------------------

	Contenuti	Sentiment
Coppie	59,4% ▲	88,7/100 ▼
Famiglie	16,5% ▼	89,2/100 ▲
Amici/Gruppo	12,6% ▼	90,6/100 ▲
Singolo	11,1% ▼	86,7/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,4% ▼	97,1/100 ▲

Il **59,4%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **16,5%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con un indice di **97,1/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **90,6/100**, e le **famiglie**, con **89,2/100**.



PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Cuneese

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

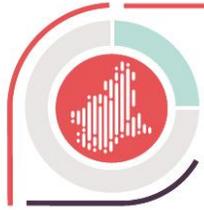
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	86,8% ▾	8,8/10 ▾	88,9/100 ▾
TripAdvisor	6,8% ▲	8,2/10 ▾	83,4/100 ▾
TheFork	4,1% ▲	9,0/10 ▾	90,7/100 ▾
Booking.com	1,9% ▲	8,8/10 ▲	89,0/100
Justeat	0,3% ▲	8,5/10 ▾	84,8/100 ▾

SOCIAL

	Post
Twitter	57,8% ▲
Instagram	38,3% ▲
Youtube	3,7% ▲
Pinterest	0,2% ▲
Facebook	

Le recensioni sono maggiori su **Google, 86,8%**; segue **TripAdvisor, con il 6,8%**. Tra i social primeggia **Twitter, con il 57,8%**; segue **Instagram, con il 38,3%**.



Cluster & Topic: Cuneese

RISTORAZIONE

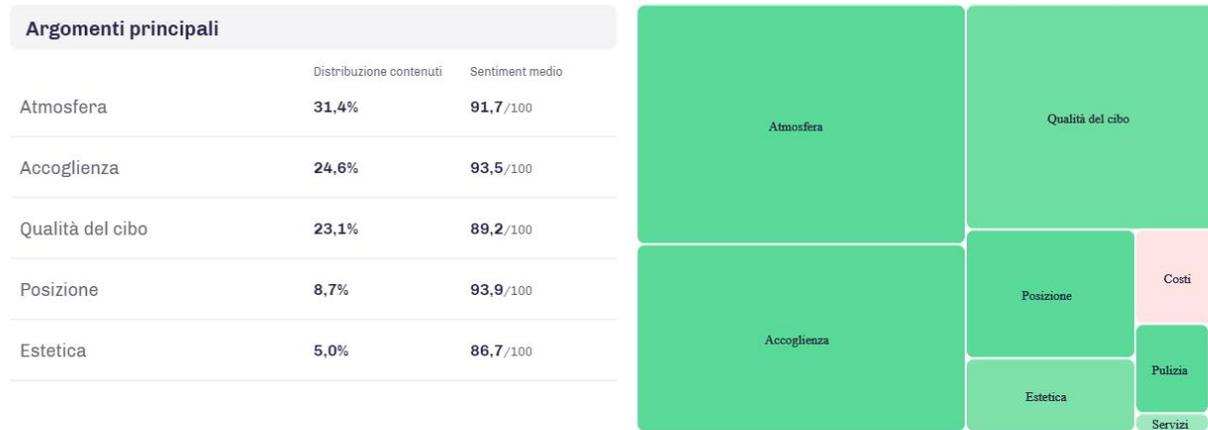
PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Cuneese

COMPARTI
Locali e Ristorazione

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.



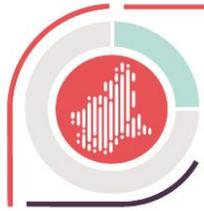
- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **31,4%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **24,6%** e la **qualità del cibo**, con il **23,1%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori **contenuti positivi**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.



Sentiment Analysis: Cuneese

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Cuneese
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

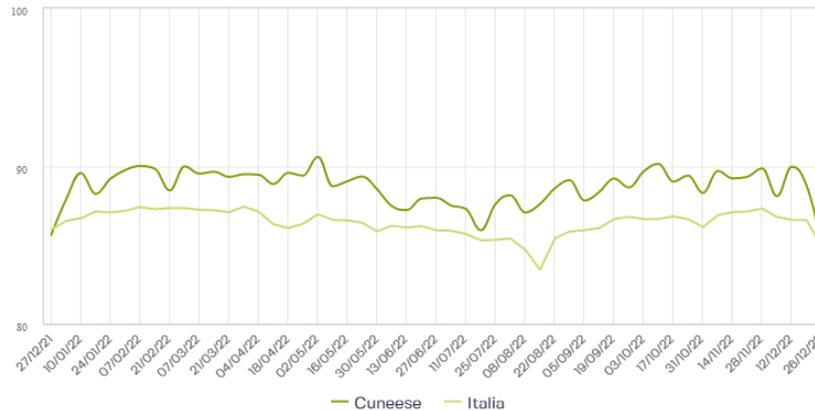
SENTIMENT

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

SENTIMENT CUNESE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Cuneese** (-0,8 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **88,6/100** vs **86,2/100**.



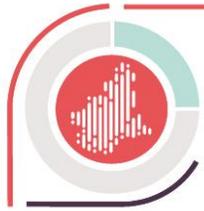
Cuneese

Attrazioni

Anno 2022

01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Cuneese

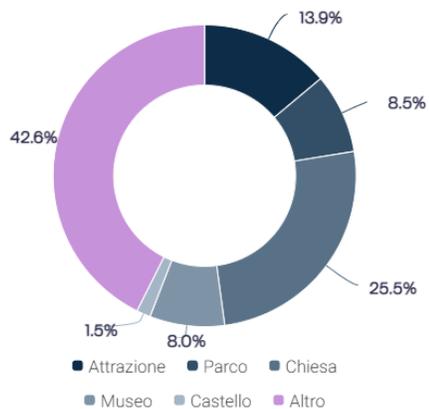
ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Cuneese
COMPARTI: Attrazioni

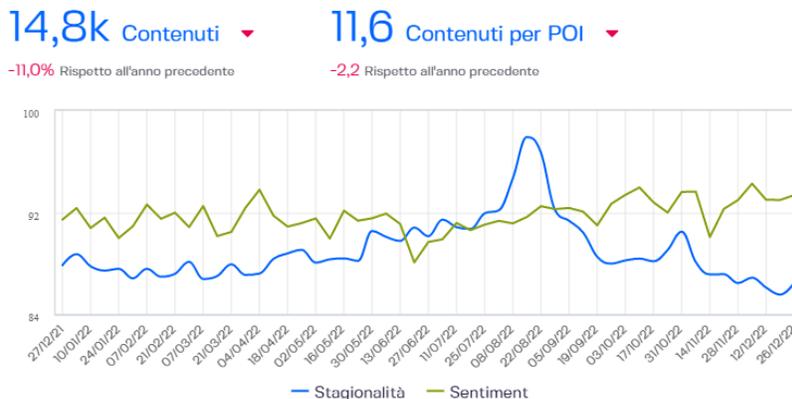
Panoramica

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.300 punti di interesse**:
 - Altre tipologie attrattive: **42,6%**;
 - Chiese: **25,5%**;
 - Attrazioni: **13,9%**;
 - Parchi: **8,5%**;
 - Musei: **8%**;
 - Castelli: **1,5%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **14.800** (-11% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

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



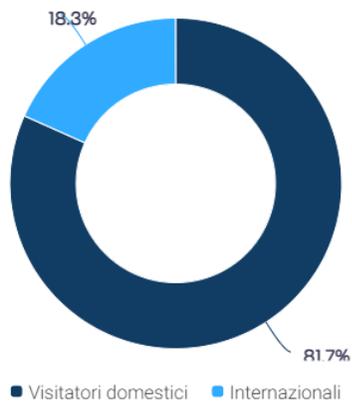
Visitatori: Cuneese

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22
 AREE Cuneese
 COMPARTI Attrazioni

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **89/100** vs **86,1/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **18,3%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO 01/01/22 - 31/12/22
 AREE Cuneese
 COMPARTI Attrazioni

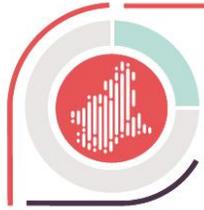
MERCATI

	Contonuti	Sentiment
Italia	81,7% ▼	86,1/100 ▼
Francia	4,3% ▼	91,4/100 ▲
Germania	3,7% ▲	92,4/100 ▼
Paesi Bassi	2,4% ▲	90,0/100 ▲
Spagna	1,8% ▲	93,8/100

DATA APPEAL STUDIO
 www.datappeal.io

L'**81,7%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **4,3%**.

DATA APPEAL STUDIO
 www.datappeal.io



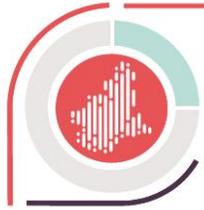
Tipologie di viaggio: Cuneese

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Cuneese	COMPARTI Attrazioni
--------------------------------	-----------------	------------------------

	Contenuti	Sentiment
Coppie	38,7% ▾	87,7/100 ▾
Amici/Gruppo	29,0% ▲	85,9/100 ▲
Famiglie	27,4% ▲	84,0/100 ▲
Singolo	4,0% ▲	94,0/100 ▾
Viaggio di lavoro	0,8% ▲	100,0/100

Il **38,7%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **29%** dagli **amici/gruppi**. 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 i **single**, con **94/100**, e le **coppie**, con **87,7/100**.



ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Cuneese
COMPARTI: Attrazioni

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

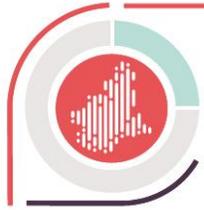
	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	98,4% ▾	9,2/10	91,7/100 ▲
TripAdvisor	1,4% ▲	8,5/10 ▾	86,5/100 ▾
Booking.com	0,2% ▲	8,8/10 ▲	88,8/100 ▲
Facebook	0,1% ▾		95,2/100 ▾

SOCIAL

	Post
Twitter	61,6% ▾
Youtube	36,9% ▲
Instagram	1,5% ▲
Facebook	
Pinterest	

Le recensioni sono maggiori su **Google, 98,4%**; segue **TripAdvisor, con l'1,4%**. Tra i social primeggia **Twitter, con il 61,6%**; segue **YouTube, con il 36,9%**.





Cluster & Topic: Cuneese

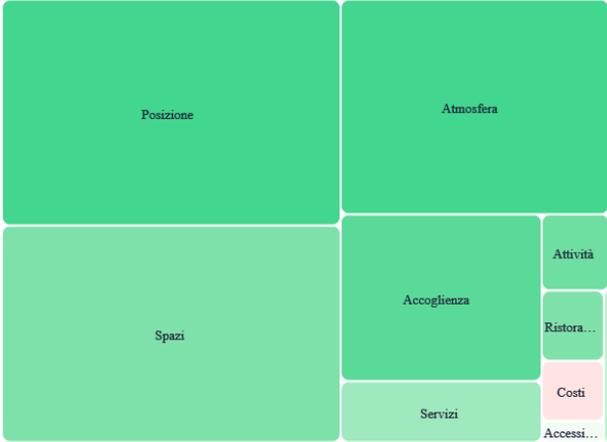
ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Cuneese
COMPARTI: Attrazioni

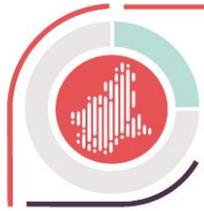
ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Posizione	28,4%	94,3/100
Spazi	27,2%	86,7/100
Atmosfera	21,4%	94,3/100
Accoglienza	12,5%	91,6/100
Servizi	4,6%	81,9/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **28,4%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **27,2%** e l'**atmosfera**, con il **21,4%**;
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **posizione** e l'**atmosfera** hanno i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Cuneese

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Cuneese
COMPARTI: Attrazioni

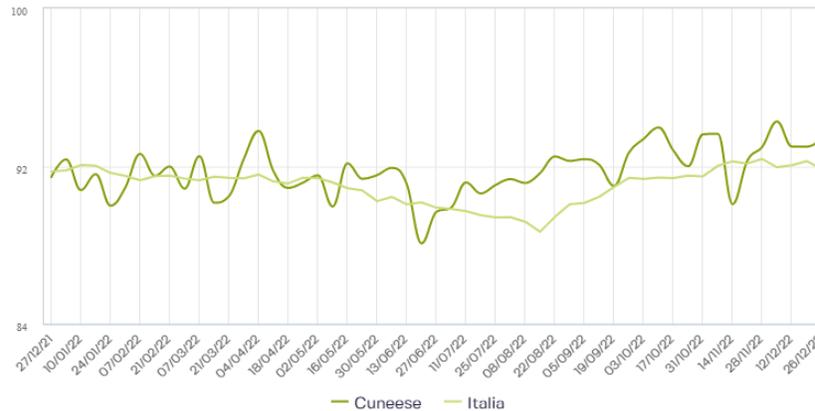
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT CUNEESE



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Cuneese** (+0,1 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **91,6/100** vs **90,7/100**.





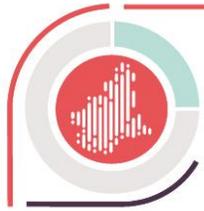
Distretto Laghi

Complessivo

Anno 2022

01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Distretto Laghi

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

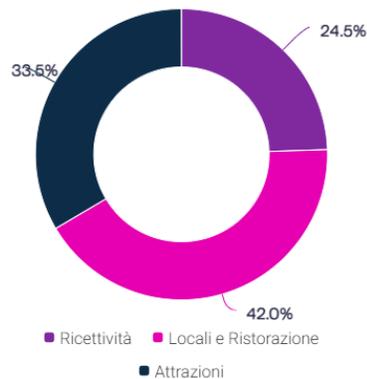
AREE
Distretto Laghi

Panoramica

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

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

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

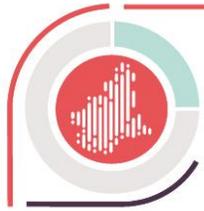


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **3.600 punti di interesse**:
 - Ristorazione: 42%**;
 - Attrazioni: 33,5%**;
 - Ricettività: 24,5%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **167.800 (+28%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).





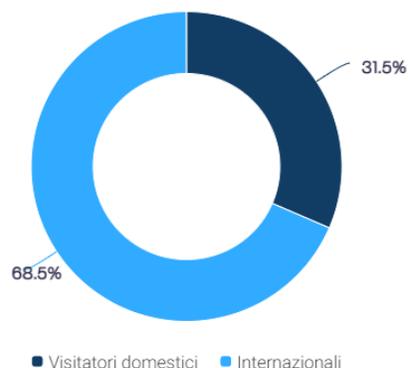
Visitatori: Distretto Laghi

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Distretto Laghi

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Il **31,5%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **20,1%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **84,4/100** vs **84,3/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **68,5%** del totale.

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Distretto Laghi

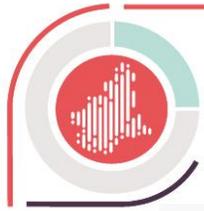
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	31,5% ▾	84,3/100 ▾
Germania	20,1% ▾	83,9/100 ▾
Svizzera	14,8% ▲	83,6/100 ▾
Francia	13,0% ▲	84,6/100 ▾
Paesi Bassi	4,7% ▾	84,1/100 ▲

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Distretto Laghi

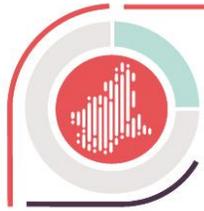
COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Distretto Laghi

	Contenuti	Sentiment
Coppie	57,4% ▼	84,8/100 ▼
Famiglie	24,9% ▲	84,1/100 ▼
Amici/Gruppo	10,3% ▼	84,4/100 ▼
Singolo	7,2% ▲	84,0/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,3%	76,1/100 ▼

Il **57,4%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **24,9%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **84,8/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **84,4/100**, e le **famiglie**, con **84,1/100**.



Sentiment Analysis: Distretto Laghi

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Distretto Laghi

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT DISTRETTO LAGHI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Distretto Laghi** (-1,4 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **86,4/100** vs **86,3/100**.

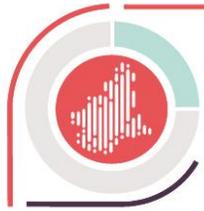


Distretto Laghi

Ricettività

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Distretto Laghi

RICETTIVITÀ

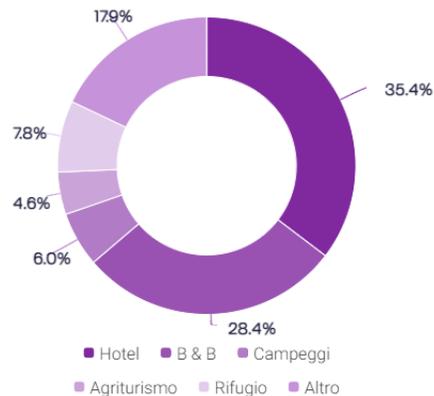
PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Distretto Laghi
COMPARTI: Ricettività

Panoramica

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

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

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

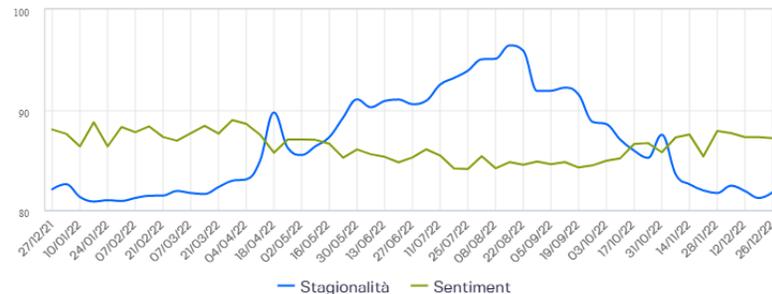


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

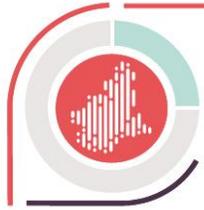
78,4k Contenuti ▲
88,3 Contenuti per POI ▲

51,7% Rispetto all'anno precedente

+26,7 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **888 punti di interesse**:
 - **Hotel: 35,4%**;
 - **B&B: 28,4%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 17,9%**;
 - **Rifugi: 7,8%**;
 - **Campeggi: 6%**;
 - **Agriturismi: 4,6%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **78.400 (+51,7%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Distretto Laghi

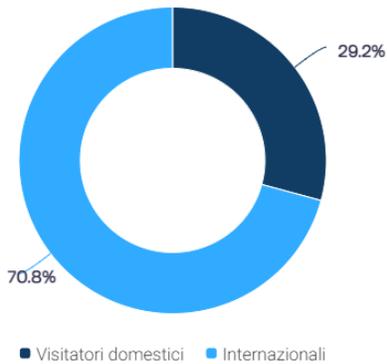
RICETTIVITÀ

PERIODO
 01/01/22 - 31/12/22

AREE
 Distretto Laghi

COMPARTI
 Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
 STUDIO

www.datappeal.io

Il **29,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **21,2%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **identico** tra gli utenti del **mercato italiano** e quelli del **mercato estero: 84,6/100**. La **quota di recensioni estere vale il 70,8%** del totale.

PERIODO
 01/01/22 - 31/12/22

AREE
 Distretto Laghi

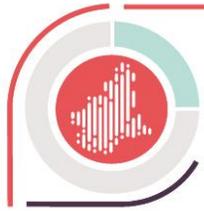
COMPARTI
 Ricettività

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	29,2% ▾	84,6/100 ▾
Germania	21,2% ▾	84,2/100 ▾
Svizzera	15,3% ▲	83,7/100 ▾
Francia	13,3% ▲	84,6/100 ▾
Paesi Bassi	4,9% ▾	84,0/100 ▲

DATA APPEAL
 STUDIO

www.datappeal.io



Tipologie di viaggio: Distretto Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Ricettività

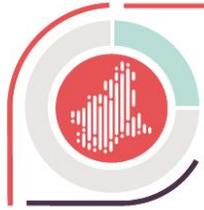
	Contenuti	Sentiment
 Coppie	57,1% ▼	84,9/100 ▼
 Famiglie	25,1% ▲	84,3/100 ▼
 Amici/Gruppo	10,4% ▼	84,5/100 ▼
 Singolo	7,2% ▲	83,9/100 ▼
 Viaggio di lavoro	0,3% ▲	76,6/100 ▼

Il **57,1%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **25,1%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **84,9/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **84,5/100**, e le **famiglie**, con **84,3/100**.

 **DATA APPEAL**
STUDIO

www.datapeel.io





Canali: Distretto Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO

01/01/22 - 31/12/22

AREE

Distretto Laghi

COMPARTI

Ricettività

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

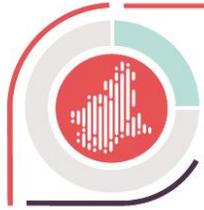
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	73,2% ▲	8,4/10	84,6/100 ▼
Google	22,2% ▼	8,8/10 ▼	88,7/100 ▼
TripAdvisor	3,2% ▼	8,3/10 ▼	83,9/100 ▼
Hotels.com	0,5% ▼	8,8/10 ▲	87,9/100 ▲
Expedia	0,2%	9,0/10 ▲	89,3/100 ▲

SOCIAL

	Post
Instagram	54,5% ▲
Twitter	27,5% ▼
Youtube	9,3% ▲
Pinterest	4,6% ▲
Facebook	4,1% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **73,2%**; segue **Google**, con il **22,2%**. Tra i social primeggia **Instagram**, con il **54,5%**; segue **Twitter**, con il **27,5%**.



Cluster & Topic: Distretto Laghi

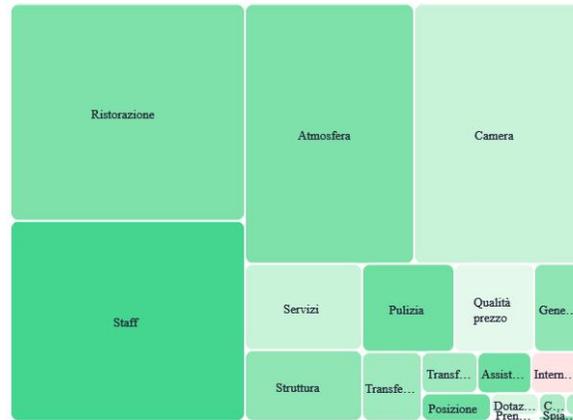
RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Distretto Laghi
COMPARTI: Ricettività

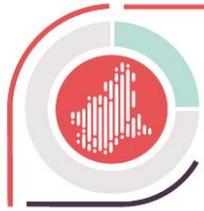
ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Ristorazione	21,2%	88,0/100
Staff	19,7%	94,1/100
Atmosfera	18,3%	87,6/100
Camera	18,2%	72,8/100
Servizi	4,2%	70,5/100



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **21,2%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **19,7%** e l'**atmosfera**, con il **18,3%**;
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Distretto Laghi

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Ricettività

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT DISTRETTO LAGHI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Distretto Laghi** (-1,3 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'Italia: **85,5/100** vs **84,9/100**.



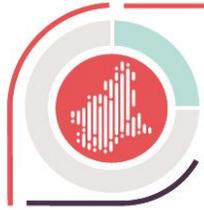
Distretto Laghi

Ristorazione

Anno 2022

01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Distretto Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Distretto Laghi

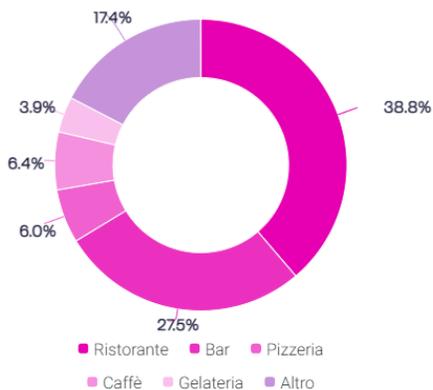
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

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

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

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

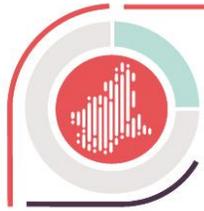
69,5k Contenuti ▲ 45,6 Contenuti per POI ▲

13,1% Rispetto all'anno precedente

+4,0 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.500 punti di interesse**:
 - Ristoranti: **38,8%**;
 - Bar: **27,5%**;
 - Altre tipologie ristoratrici: **17,4%**;
 - Caffè: **6,4%**;
 - Pizzerie: **6%**;
 - Gelaterie: **3,9%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **69.500 (+13,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Distretto Laghi

RISTORAZIONE

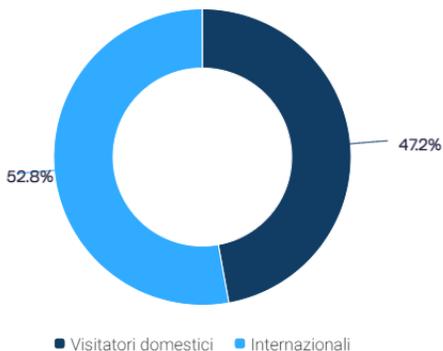
PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **82,7/100** vs **82,3/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **52,8%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	47,2% ▼	82,3/100 ▼
Germania	12,9% ▲	80,7/100 ▼
Svizzera	11,9% ▲	82,5/100 ▼
Francia	11,0% ▲	84,1/100 ▲
Regno Unito	3,5% ▲	85,1/100 ▼

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io

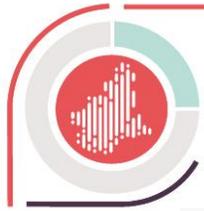


Il **47,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **12,9%**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





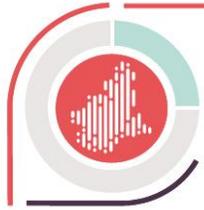
Tipologie di viaggio: Distretto Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Distretto Laghi	COMPARTI Locali e Ristorazione
---------------------------------------	--------------------------------	--

	Contenuti	Sentiment
Coppie	63,6% ▼	83,8/100 ▼
Famiglie	22,3% ▲	80,3/100 ▼
Amici/Gruppo	7,7% ▼	84,4/100 ▲
Singolo	6,3% ▲	85,3/100 ▲
Viaggio di lavoro	0,2% ▼	63,6/100 ▲

Il **63,6%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **22,3%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **85,3/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **84,4/100**, e le **coppie**, con **83,8/100**.



Canali: Distretto Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/22 - 31/12/22

AREE

Distretto Laghi

COMPARTI

Locali e Ristorazione

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

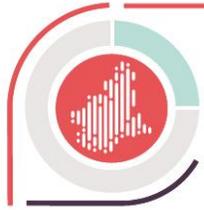
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	82,3% ▾	8,6/10 ▾	86,5/100 ▾
TripAdvisor	9,9% ▾	7,9/10 ▾	80,7/100 ▾
Booking.com	5,3% ▲	8,3/10	83,2/100 ▾
TheFork	2,2% ▲	9,0/10	90,6/100 ▾
Facebook	0,2% ▾		90,4/100 ▾

SOCIAL

	Post
Instagram	73,8% ▲
Youtube	25,3% ▲
Facebook	0,9% ▾

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **82,3%**; segue **TripAdvisor**, con il **9,9%**. Tra i social primeggia **Instagram**, con il **73,8%**; segue **YouTube**, con il **25,3%**.



Cluster & Topic: Distretto Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

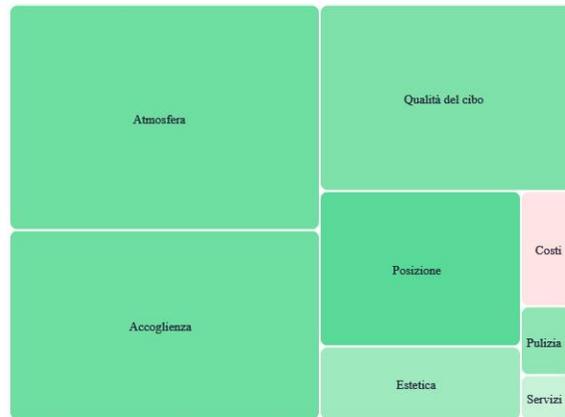
AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Locali e Ristorazione

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Atmosfera	29,5%	88,3/100
Accoglienza	24,9%	89,8/100
Qualità del cibo	20,3%	85,3/100
Posizione	13,2%	93,2/100
Estetica	6,2%	81,2/100



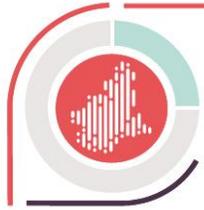
- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **29,5%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **24,9%** e la **qualità del cibo**, con il **20,3%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori **contenuti positivi**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.



Sentiment Analysis: Distretto Laghi

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Distretto Laghi
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT DISTRETTO LAGHI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Distretto Laghi** (-1,5 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **85,9/100** vs **86,2/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

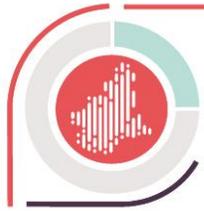


Distretto Laghi

Attrazioni

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Distretto Laghi

ATTRAZIONI

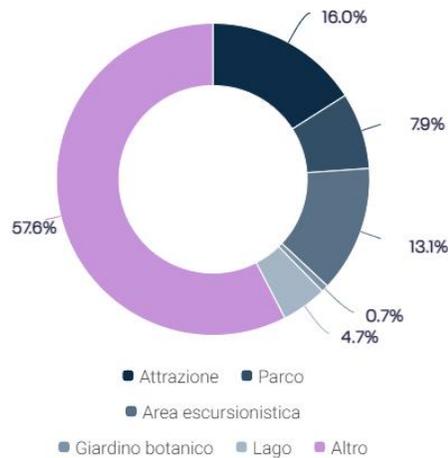
PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Distretto Laghi	COMPARTI Attrazioni
---------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------

Panoramica

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

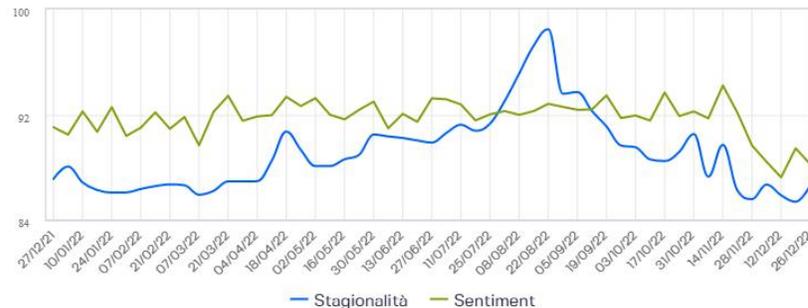
Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

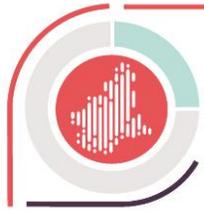


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

20,0k Contenuti ▲ **16,5** Contenuti per POI ▲
10,4% Rispetto all'anno precedente +0,6 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.200 punti di interesse**:
 - Altre tipologie attrattive: **57,6%**;
 - Attrazioni: **16%**;
 - Area escursionistica: **13,1%**;
 - Parchi: **7,9%**;
 - Laghi: **4,7%**;
 - Giardini botanici: **0,7%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **20.000** (**+10,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

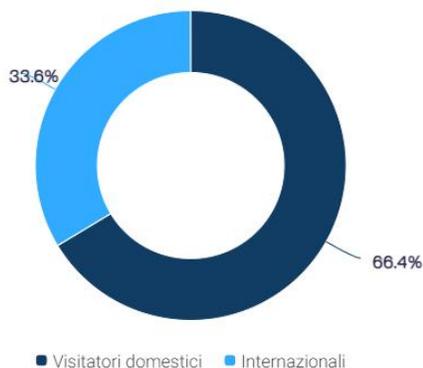


Visitatori: Distretto Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22
 AREE Distretto Laghi
 COMPARTI Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **90/100** vs **89,1/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **33,6%** del totale.

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22
 AREE Distretto Laghi
 COMPARTI Attrazioni

MERCATI

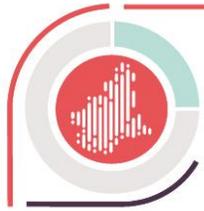
	Contenuti	Sentiment
Italia	66,4% ▼	90,0/100 ▼
Francia	13,1% ▲	91,1/100 ▲
Regno Unito	5,0% ▲	83,3/100 ▲
Germania	4,4% ▼	83,8/100 ▲
Svizzera	2,8% ▼	88,5/100 ▲

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

Il **66,4%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **13,1%**.

DATA APPEAL STUDIO www.datappeal.io

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



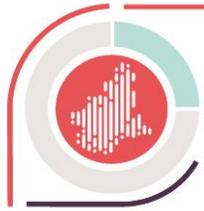
Tipologie di viaggio: Distretto Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Distretto Laghi	COMPARTI Attrazioni
--------------------------------	-------------------------	------------------------

	Contenuti	Sentiment
Coppie	49,8% ▼	88,5/100 ▼
Famiglie	26,1% ▼	84,5/100 ▲
Amici/Gruppo	19,7% ▲	81,5/100 ▼
Singolo	4,4% ▲	93,3/100 ▲
Viaggio di lavoro		

Il **49,8%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **26,1%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra i **single**, con un indice di **93,3/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **88,5/100**, e le **famiglie**, con **84,5/100**.



Canali: Distretto Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22 AREE: Distretto Laghi COMPARTI: Attrazioni

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

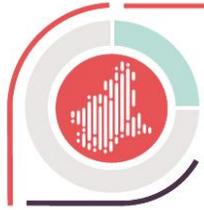
	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	97,8% ▲	9,2/10	92,2/100 ▼
TripAdvisor	2,1% ▼	8,9/10 ▲	88,4/100 ▲
Facebook	0,1%		100,0/100 ▲
Booking.com	0,0%	7,7/10	83,3/100

SOCIAL

	Post
Twitter	55,6% ▼
Youtube	43,2% ▲
Instagram	1,2% ▲
Facebook	

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **97,8%**; segue **TripAdvisor**, con il **2,1%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **55,6%**; segue **YouTube**, con il **43,2%**.





Cluster & Topic: Distretto Laghi

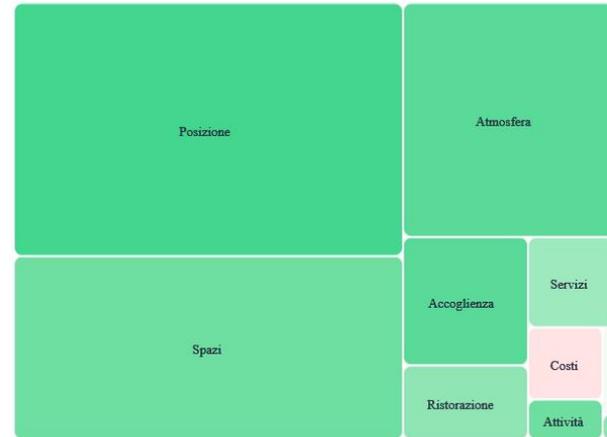
ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Distretto Laghi
COMPARTI: Attrazioni

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

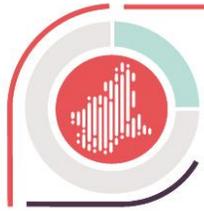
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Posizione	37,5%	95,4/100
Spazi	27,3%	88,8/100
Atmosfera	18,8%	93,2/100
Accoglienza	6,1%	91,5/100
Ristorazione	3,5%	82,3/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **37,5%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **27,3%** e l'**atmosfera**, con il **18,8%**;
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori **contenuti positivi**.





Sentiment Analysis: Distretto Laghi

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Distretto Laghi

COMPARTI
Attrazioni

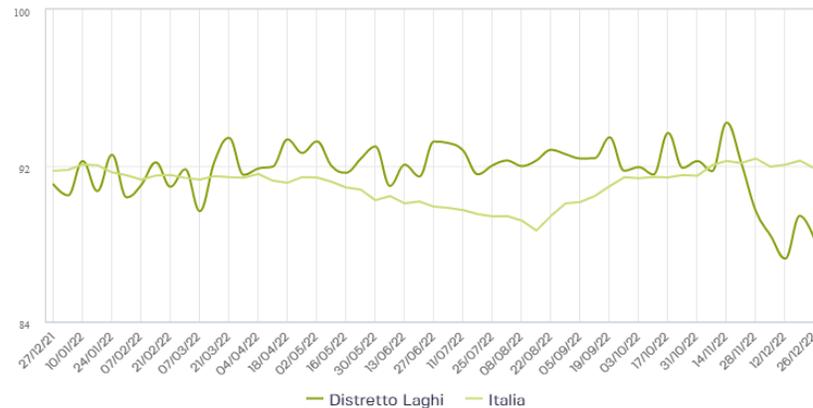
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT DISTRETTO LAGHI



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** del **Distretto Laghi** (-0,1 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **92,1/100** vs **90,7/100**.



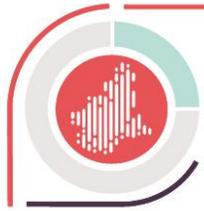
Langhe Monferrato Roero

Complessivo

Anno 2022

01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Langhe Monferrato Roero

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

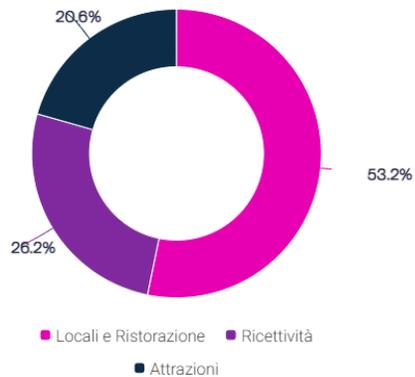
AREE
Langhe Monf.to Roero

Panoramica

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

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

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

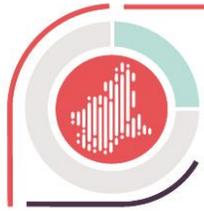


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.900 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 53,2%**;
 - **Ricettività: 26,2%**;
 - **Attrazioni: 20,6%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **181.700 (+9,3%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).





Visitatori: Langhe Monferrato Roero

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to
Roero

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **90,1/100** vs **88,6/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **42,2%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to
Roero

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	57,8% ▾	88,6/100 ▾
Svizzera	10,8% ▲	89,4/100 ▾
Francia	6,2% ▲	89,7/100 ▾
Germania	5,5% ▲	90,0/100 ▾
Paesi Bassi	3,6% ▾	90,6/100 ▾



www.datappeal.io

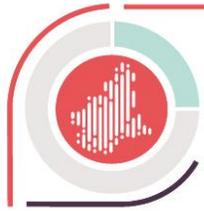


Il **57,8%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **10,8%**.



www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Langhe Monferrato Roero

COMPLESSIVO

PERIODO

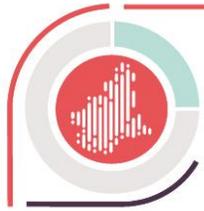
01/01/22 - 31/12/22

AREE

Langhe Monf.to
Roero

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	60,4% ▼	90,1/100 ▼
 Famiglie	19,4% ▲	89,5/100 ▼
 Amici/Gruppo	13,9% ▼	88,9/100 ▼
 Singolo	5,8% ▼	88,9/100 ▼
 Viaggio di lavoro	0,6% ▲	87,1/100 ▼

Il **60,4%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **19,4%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **90,1/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **89,5/100**, e gli **amici/gruppi** e i **single**, con **88,9/100**.



Sentiment Analysis: Langhe Monferrato Roero

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to Roero

SENTIMENT

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

SENTIMENT LANGHE MONF.TO ROERO



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero** (-0,5 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **89,5/100** vs **86,3/100**.

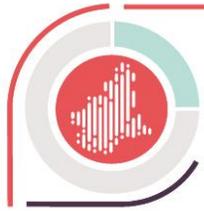


Langhe Monferrato Roero

Ricettività

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to Roero

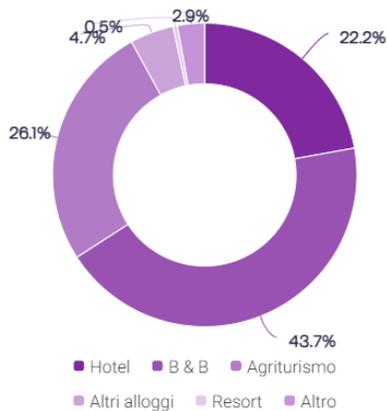
COMPARTI
Ricettività

Panoramica

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

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

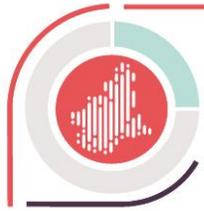
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.300 punti di interesse**:
 - **B&B: 43,7%**;
 - **Agriturismi: 26,1%**;
 - **Hotel: 22,2%**;
 - **Altri alloggi: 4,7%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 2,9%**;
 - **Resort: 0,5%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **58.900** (+22,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



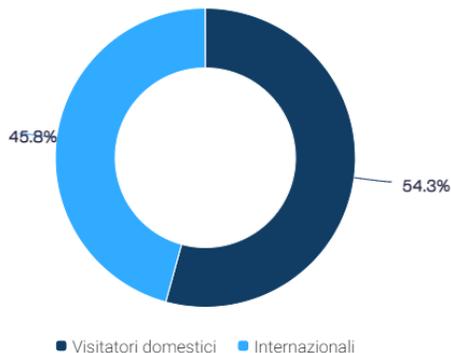
Visitatori: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Langhe Monf.to Roero
 COMPARTI: Ricettività

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **90,3/100** vs **89,1/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere vale il 45,8%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Langhe Monf.to Roero
 COMPARTI: Ricettività

MERCATI

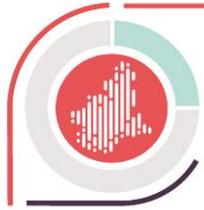
	Contonuti	Sentiment
Italia	54,3% ▼	89,1/100 ▼
Svizzera	11,7% ▲	89,6/100 ▼
Francia	6,7% ▲	90,1/100 ▼
Germania	6,1% ▲	90,2/100 ▼
Paesi Bassi	4,0% ▼	90,9/100 ▼

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io

Il **54,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con l'**11,7%**.

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io

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



Tipologie di viaggio: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO

01/01/22 - 31/12/22

AREE

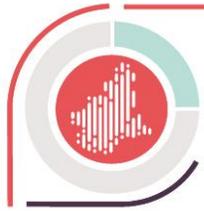
Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI

Ricettività

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	60,1% ▼	90,3/100 ▼
 Famiglie	19,7% ▲	89,6/100 ▼
 Amici/Gruppo	14,0% ▼	89,2/100 ▼
 Singolo	5,6% ▼	89,1/100 ▼
 Viaggio di lavoro	0,6% ▲	86,4/100 ▼

Il **60,1%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **19,7%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **90,3/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **89,6/100**, e gli **amici/gruppi**, con **89,2/100**.



Canali: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Ricettività

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

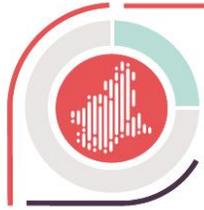
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	67,3% ▲	8,9/10	89,6/100 ▼
Google	26,1% ▼	9,2/10	92,3/100 ▼
TripAdvisor	5,1% ▼	9,1/10 ▲	91,0/100 ▲
Hotels.com	0,5% ▼	9,2/10 ▲	92,1/100 ▲
TheFork	0,4%	9,2/10 ▼	92,0/100 ▼

SOCIAL

	Post
Pinterest	68,3% ▲
Twitter	15,8% ▲
Instagram	13,7% ▲
Facebook	1,7% ▼
Youtube	0,5% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **67,3%**; segue **Google**, con il **26,1%**. Tra i social primeggia **Pinterest**, con il **68,3%**; segue **Twitter**, con il **15,8%**.



Cluster & Topic: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Ricettività

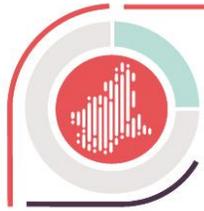
ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Ristorazione	24,3%	92,6/100
Staff	22,5%	96,4/100
Atmosfera	17,8%	92,5/100
Camera	17,2%	83,8/100
Pulizia	6,4%	94,5/100



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **24,3%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **22,5%** e l'**atmosfera**, con il **17,8%**;
- Il tema del **check-in** e **check-out** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22

AREE: Langhe Monf.to Roero

COMPARTI: Ricettività

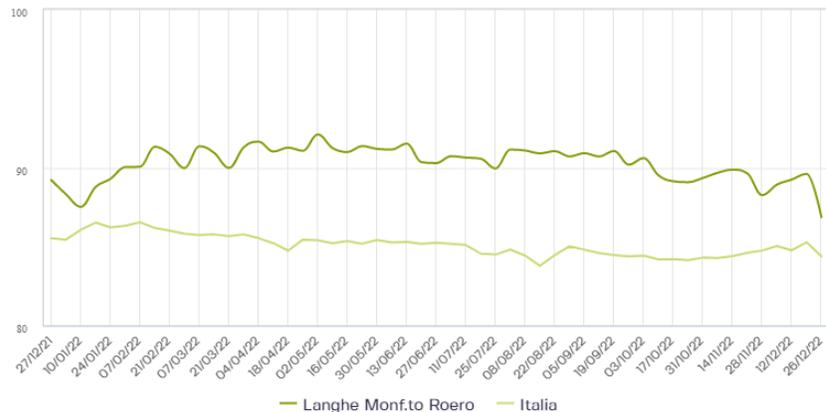
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT LANGHE MONFETO ROERO



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero** (-1,2 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **90,4/100** vs **84,9/100**.



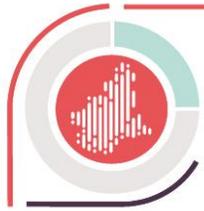


Langhe Monferrato Roero

Ristorazione

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to Roero

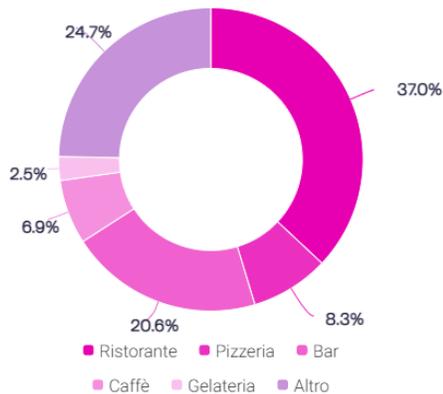
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

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

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

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

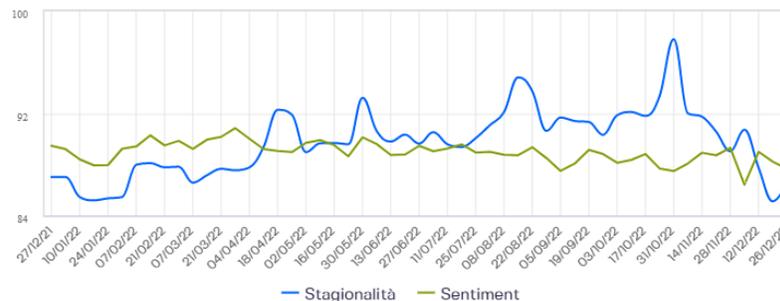


ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

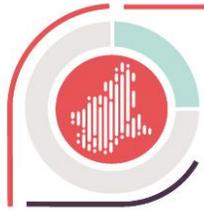
108,7k Contenuti ▲ 41,6 Contenuti per POI ▲

5,6% Rispetto all'anno precedente

+2,1 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.600 punti di interesse**:
 - Ristoranti: **37%**;
 - Altre tipologie ristoratrici: **24,7%**;
 - Bar: **20,6%**;
 - Pizzerie: **8,3%**;
 - Caffè: **6,9%**;
 - Gelaterie: **2,5%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **108.700 (+5,6%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

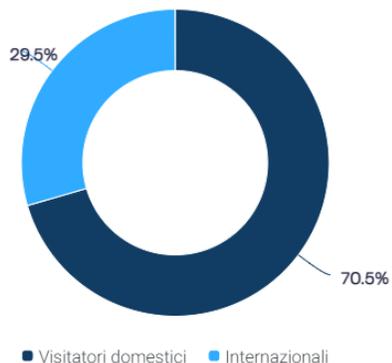
PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **88,6/100** vs **87,2/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **29,5%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	70,5% ▼	87,2/100 ▲
Svizzera	7,5% ▲	88,7/100 ▲
Francia	4,5% ▲	87,5/100 ▲
Germania	3,5% ▲	88,2/100 ▼
Paesi Bassi	2,2% ▲	89,1/100 ▼

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io

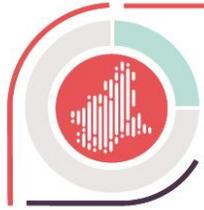


Il **70,5%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **7,5%**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/22 - 31/12/22

AREE

Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

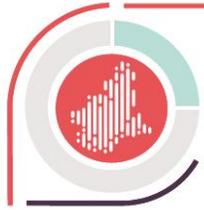
	Contenuti	Sentiment
 Coppie	63,6% ▾	89,1/100 ▾
 Famiglie	16,3% ▲	88,4/100 ▾
 Amici/Gruppo	12,6% ▾	86,7/100 ▾
 Singolo	6,9% ▲	88,1/100 ▾
 Viaggio di lavoro	0,6% ▲	92,8/100 ▲

Il **63,6%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **16,3%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con un indice di **92,8/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **89,1/100**, e le **famiglie**, con **88,4/100**.



www.datappeal.io





Canali: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/22 - 31/12/22

AREE

Langhe Monf.to Roero

COMPARTI

Locali e Ristorazione

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

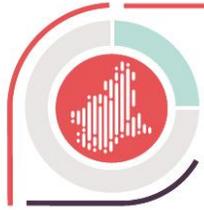
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	81,1% ▼	8,9/10	89,1/100 ▼
TripAdvisor	9,5% ▼	8,6/10 ▲	86,5/100 ▲
TheFork	4,8% ▲	9,1/10	91,4/100 ▼
Booking.com	4,3% ▲	8,8/10	88,4/100 ▼
Justeat	0,2% ▲	8,5/10 ▼	85,1/100 ▼

SOCIAL

	Post
Instagram	48,5% ▲
Twitter	35,5% ▲
Facebook	9,2% ▼
Youtube	6,9% ▲

Le recensioni sono maggiori su **Google, 81,1%**; segue **TripAdvisor**, con il **9,5%**. Tra i social primeggia **Instagram**, con il **48,5%**; segue **Twitter**, con il **35,5%**.



Cluster & Topic: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

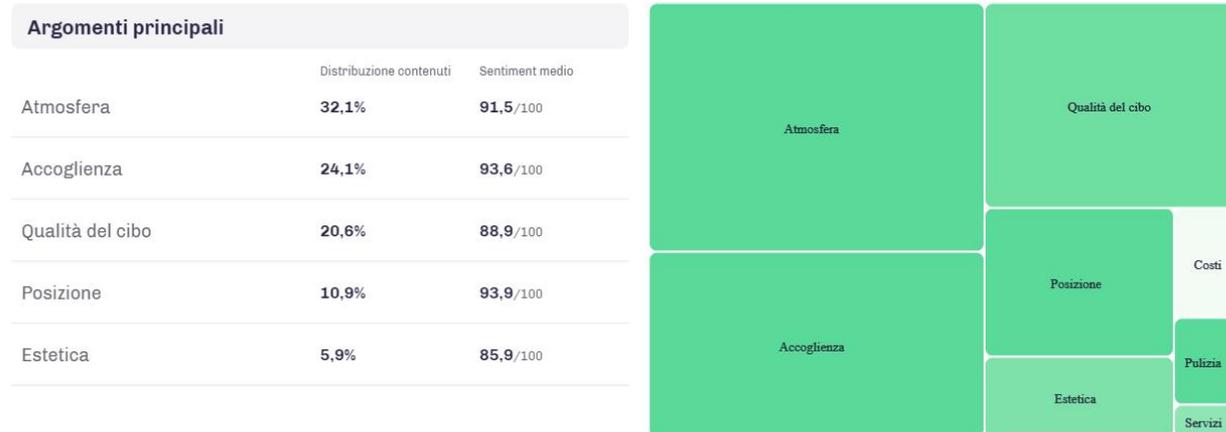
PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Locali e Ristorazione

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.



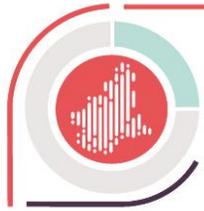
- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **32,1%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **24,1%** e la **qualità del cibo**, con il **20,6%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori **contenuti positivi**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.



Sentiment Analysis: Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Locali e Ristorazione

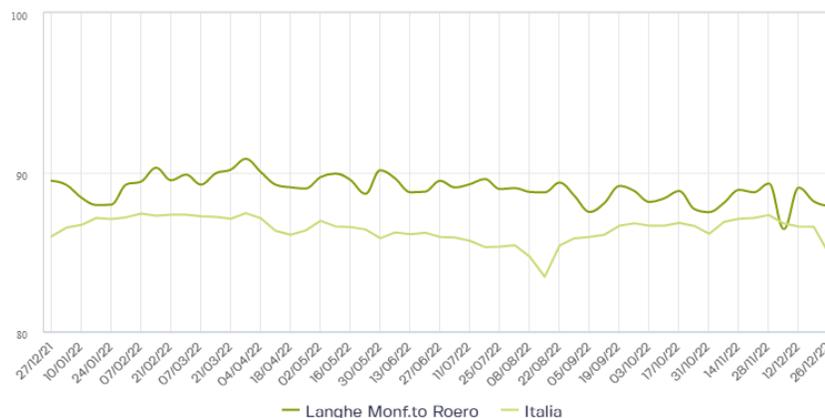
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT LANGHE MONFTO ROERO



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero** (-0,2 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **88,9/100** vs **86,2/100**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



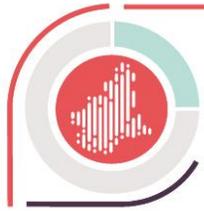


Langhe Monferrato Roero

Attrazioni

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Langhe Monferrato Roero

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to Roero

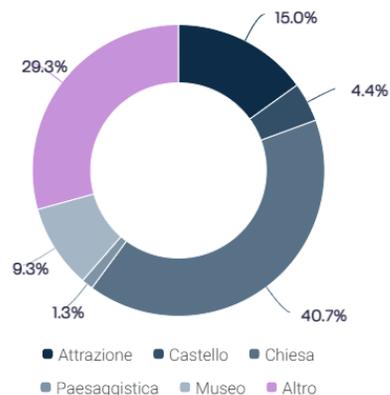
COMPARTI
Attrazioni

Panoramica

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

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

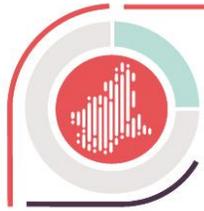
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.000 punti di interesse**:
 - Chiese: **40,7%**;
 - Altre tipologie attrattive: **29,3%**;
 - Attrazioni: **15%**;
 - Musei: **9,3%**;
 - Castelli: **4,4%**;
 - Paesaggistica: **1,3%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **14.200 (-7,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Langhe Monferrato Roero

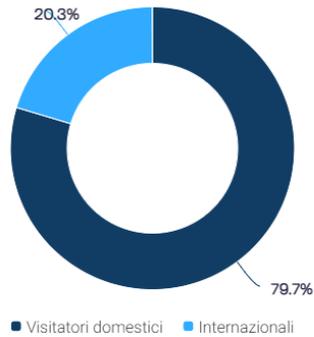
ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io

Il **79,7%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **4,1%**.

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **85/100** vs **83,6/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **20,3%** del totale.

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to
Roero

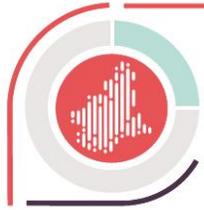
COMPARTI
Attrazioni

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	79,7% ▾	83,6/100 ▾
Svizzera	4,1% ▲	84,4/100 ▾
Danimarca	3,3% ▲	72,5/100
Germania	2,9% ▾	91,9/100 ▲
Paesi Bassi	2,4% ▲	80,0/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



Tipologie di viaggio: Langhe Monferrato Roero

ATTRAZIONI

PERIODO

01/01/22 - 31/12/22

AREE

Langhe Monf.to
Roero

COMPARTI

Attrazioni

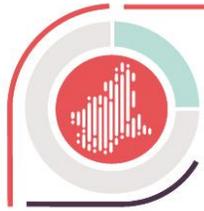
	Contenuti	Sentiment
 Coppie	50,7% ▾	83,7/100 ▾
 Famiglie	28,1% ▲	84,5/100 ▲
 Amici/Gruppo	16,4% ▾	82,1/100 ▾
 Singolo	4,8% ▾	73,6/100 ▾

Il **50,7%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **28,1%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **84,5/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **83,7/100**, e gli **amici/gruppi**, con **82,1/100**.



www.datapeal.io





Canali: Langhe Monferrato Roero

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Langhe Monf.to Roero

COMPARTI
Attrazioni

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

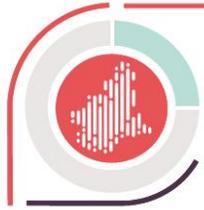
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	97,8% ▾	9,0/10	90,3/100 ▲
TripAdvisor	1,9% ▲	8,0/10 ▾	82,9/100 ▾
Booking.com	0,2% ▲	9,0/10	89,1/100
Facebook	0,1% ▾		91,7/100 ▲

SOCIAL

	Post
Youtube	60,7% ▲
Twitter	29,5% ▾
Instagram	7,9% ▲
Pinterest	1,8% ▾
Facebook	

Le recensioni sono maggiori su **Google, 97,8%**; segue **TripAdvisor, con l'1,9%**. Tra i social primeggia **YouTube, con il 60,7%**; segue **Twitter, con il 29,5%**.



Cluster & Topic: Langhe Monferrato Roero

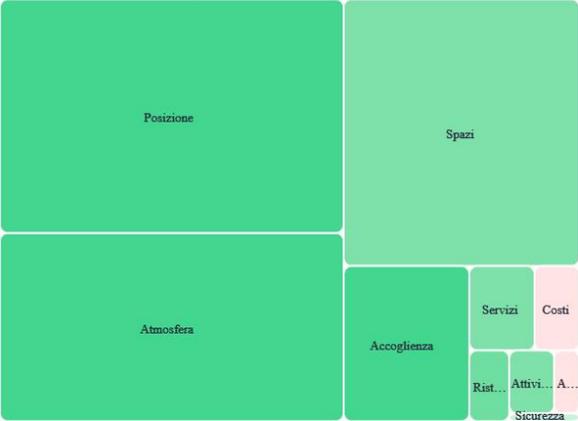
ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Langhe Monf.to Roero
COMPARTI: Attrazioni

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

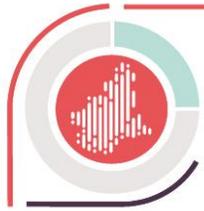
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Posizione	32,8%	94,9/100
Atmosfera	26,5%	94,1/100
Spazi	25,7%	87,8/100
Accoglienza	8,0%	94,1/100
Servizi	2,3%	86,9/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **32,8%** dei contenuti; segue l'**atmosfera** con il **26,5%** e gli **spazi**, con il **25,7%**;
- Il tema dell'**accessibilità** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori **contenuti positivi**.





Sentiment Analysis: Langhe Monferrato Roero

ATTRAZIONI

PERIODO

01/01/22 - 31/12/22

AREE

Langhe Monf.to Roero

COMPARTI

Attrazioni

😊 SENTIMENT

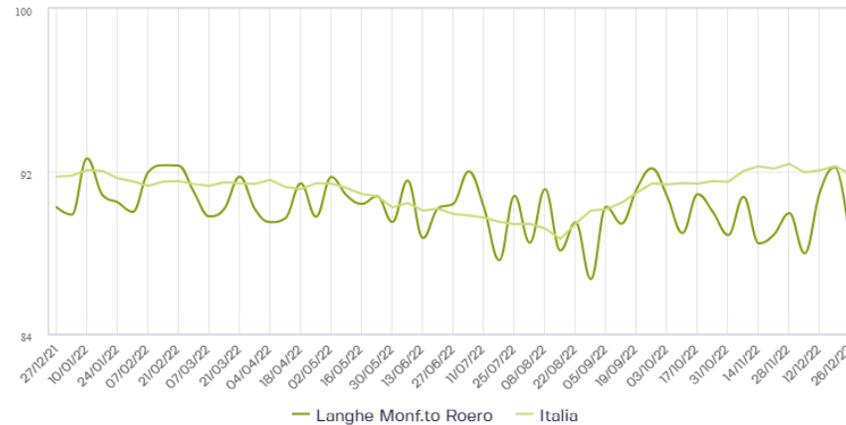
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LANGHE MONFTO ROERO



90,7/100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero** è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **90,1/100** vs **90,7/100**.

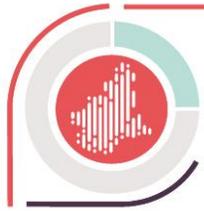


Novara

Complessivo

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Novara

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

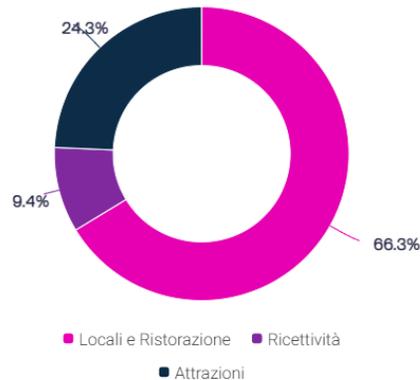
AREE
Novara

Panoramica

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

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

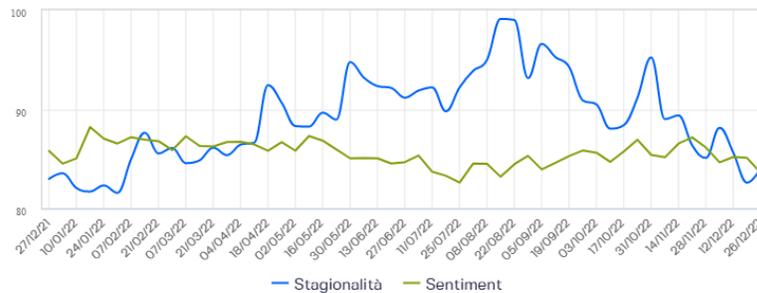
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

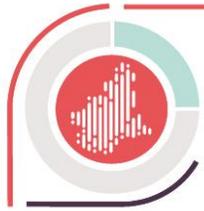
105,6k Contenuti ▲
12,2% Rispetto all'anno precedente

40,3 Contenuti per POI ▲
+4,7 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.600 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 66,3%**;
 - **Attrazioni: 24,3%**;
 - **Ricettività: 9,4%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **105.600 (+12,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).





Visitatori: Novara

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **81,8/100** vs **81,6/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **42,8%** del totale.

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	57,2% ▾	81,6/100 ▾
Germania	9,3% ▲	80,1/100 ▾
Francia	7,9% ▲	83,2/100 ▾
Svizzera	6,0% ▲	80,8/100 ▾
Paesi Bassi	2,7% ▾	81,8/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io

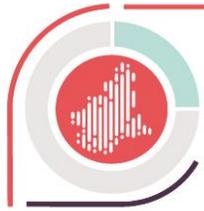


Il **57,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **9,3%**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Novara

COMPLESSIVO

PERIODO

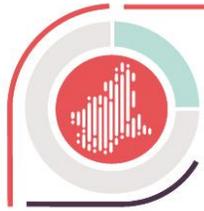
01/01/22 - 31/12/22

AREE

Novara

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	45,6% ▼	81,8/100 ▼
 Famiglie	29,7% ▲	82,6/100 ▼
 Singolo	14,3% ▼	81,0/100 ▼
 Amici/Gruppo	9,5% ▲	81,8/100 ▼
 Viaggio di lavoro	1,0% ▼	75,2/100 ▲

Il **45,6%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **29,7%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **82,6/100** e, a seguire, fra le **coppie** e gli **amici/gruppi**, con **81,8/100**, e i **single**, con **81/100**.



Sentiment Analysis: Novara

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

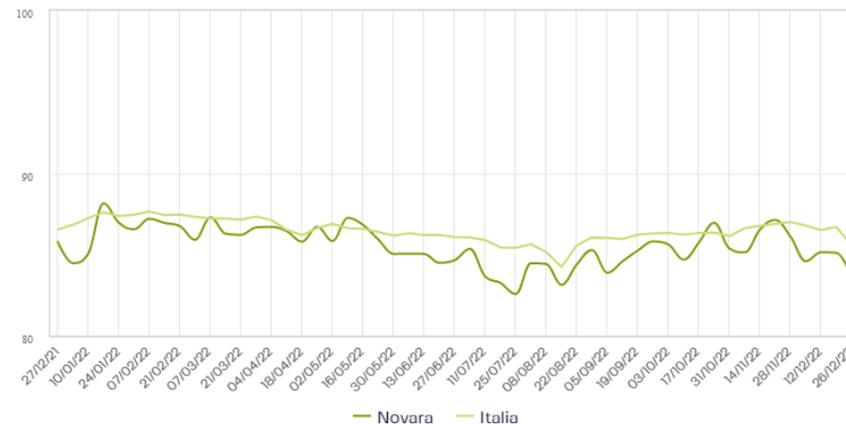
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT NOVARA



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Novara** (-1,5 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **85,4/100** vs **86,3/100**.

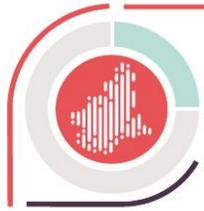


Novara

Ricettività

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Novara

RICETTIVITÀ

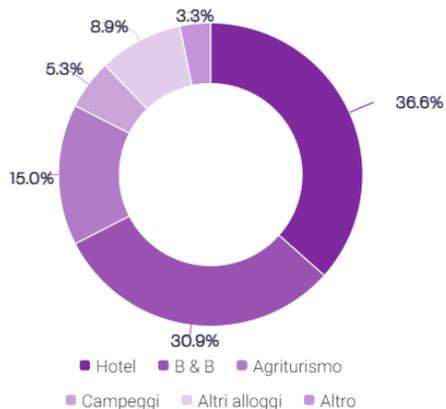
PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Novara
COMPARTI: Ricettività

Panoramica

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

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

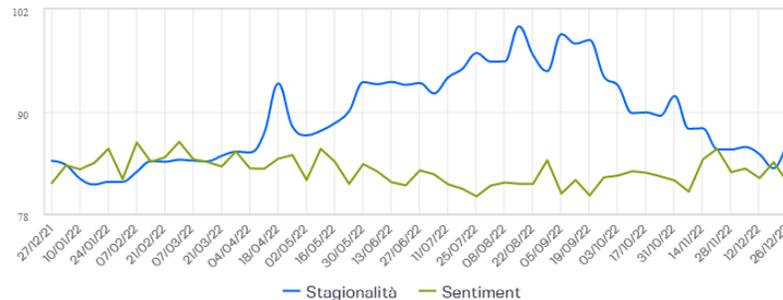
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



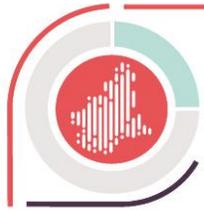
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

22,4k Contenuti ▲ 90,9 Contenuti per POI ▲

55,1% Rispetto all'anno precedente +29,6 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **246 punti di interesse**:
 - **Hotel: 36,6%**;
 - **B&B: 30,9%**;
 - **Agriturismi: 15%**;
 - **Altri alloggi: 8,9%**;
 - **Campeggi: 5,3%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 3,3%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **22.400 (+55,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Novara

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

COMPARTI
Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano**, **81,9/100** vs **81,8/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **48,8%** del totale.

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

COMPARTI
Ricettività

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	51,2% ▾	81,9/100 ▾
Germania	10,8% ▾	80,0/100 ▾
Francia	8,9% ▲	83,0/100 ▾
Svizzera	6,7%	80,7/100 ▾
Paesi Bassi	3,1% ▾	81,7/100 ▾

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io

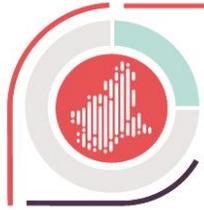


Il **51,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Germania** con il **10,8%**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





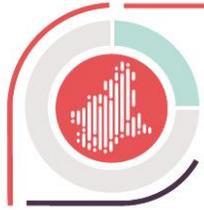
Tipologie di viaggio: Novara

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/22 - 31/12/22	Novara	Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	45,6% ▼	81,8/100 ▼
Famiglie	29,6% ▲	82,5/100 ▼
Singolo	14,4% ▼	81,1/100 ▼
Amici/Gruppo	9,4% ▲	81,8/100 ▼
Viaggio di lavoro	1,0% ▼	75,6/100 ▲

Il **45,6%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **29,6%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **82,5/100** e, a seguire, fra le **coppie** e gli **amici/gruppi**, con **81,8/100**, e i **single**, con **81,1/100**.



PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

COMPARTI
Ricettività

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

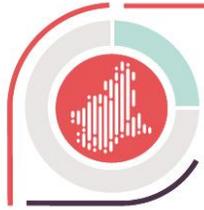
PIATTAFORME

	Reconsioni	Rating	Sontimont
Booking.com	73,5% ▲	8,1/10 ▼	81,9/100 ▼
Google	23,0% ▼	8,5/10 ▼	85,5/100 ▼
TripAdvisor	2,2% ▼	7,5/10 ▼	76,0/100 ▼
Hotels.com	0,5% ▼	8,0/10 ▼	78,9/100 ▼
Expedia	0,3% ▼	8,5/10 ▲	85,6/100 ▲

SOCIAL

	Post
Instagram	60,0% ▲
Facebook	38,4% ▼
Twitter	0,8% ▼
Youtube	0,8% ▼

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **73,5%**; segue **Google**, con il **23%**. Tra i social primeggia **Instagram**, con il **60%**; segue **Facebook**, con il **38,4%**.



Cluster & Topic: Novara

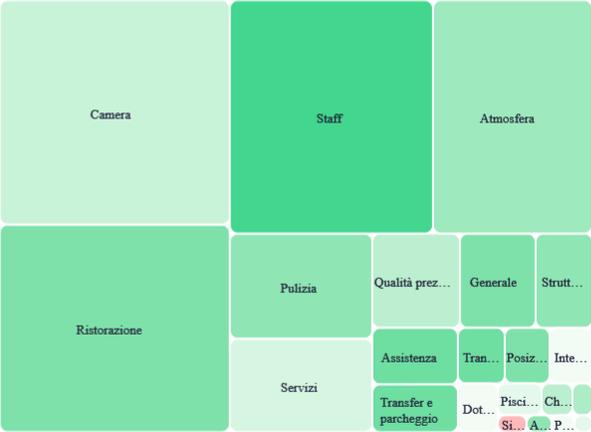
RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Novara
 COMPARTI: Ricettività

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Camera	20,1%	70,8/100
Ristorazione	18,6%	87,0/100
Staff	18,5%	94,1/100
Atmosfera	14,5%	82,0/100
Pulizia	5,9%	84,9/100



- L'argomento più discusso è la **camera**, con il **20,1%** dei contenuti; segue la **ristorazione** con il **18,6%** e lo **staff**, con il **18,5%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori **contenuti positivi**.

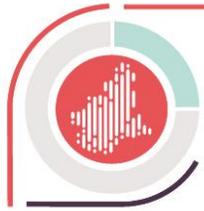


www.datappeal.io



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.



Sentiment Analysis: Novara

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Novara
 COMPARTI: Ricettività

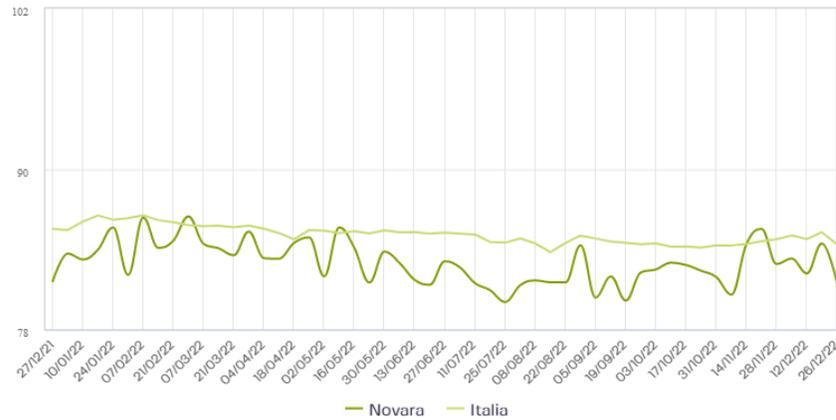
SENTIMENT

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

SENTIMENT NOVARA



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Novara** (-2,3 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **82,6/100** vs **84,9/100**.

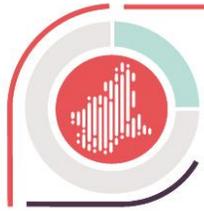


Novara

Ristorazione

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Novara

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

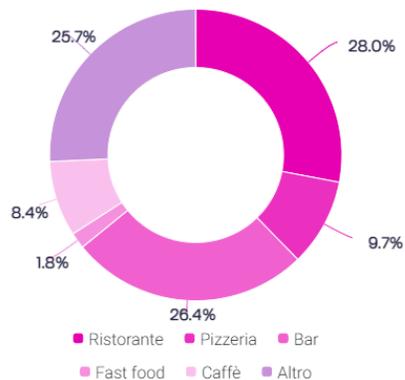
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

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

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

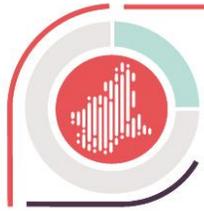
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.700 punti di interesse**:
 - **Ristoranti: 28%**;
 - **Bar: 26,4%**;
 - **Altre tipologie ristoratrici: 25,7%**;
 - **Pizzerie: 9,7%**;
 - **Caffè: 8,4%**;
 - **Fast food: 1,8%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **74.900 (+7,5%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Novara

RISTORAZIONE

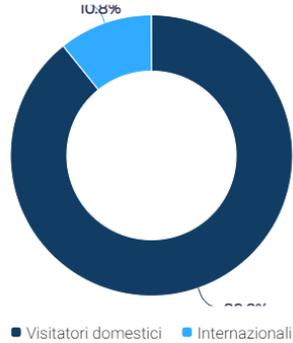
PERIODO
 01/01/22 - 31/12/22

AREE
 Novara

COMPARTI
 Locali e Ristorazione

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **82/100** vs **81/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere vale il 10,8%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO
 01/01/22 - 31/12/22

AREE
 Novara

COMPARTI
 Locali e Ristorazione

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	89,2% ▼	81,0/100 ▼
Svizzera	2,5% ▲	81,1/100 ▼
Francia	2,4% ▲	86,3/100 ▲
Germania	1,3%	81,6/100 ▼
Regno Unito	0,8% ▲	77,8/100 ▼

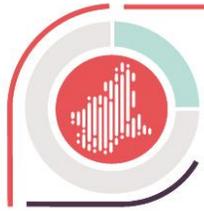
DATA APPEAL
 STUDIO

www.datappeal.io

L'**89,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **2,5%**.

DATA APPEAL
 STUDIO

www.datappeal.io



Tipologie di viaggio: Novara

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/22 - 31/12/22

AREE

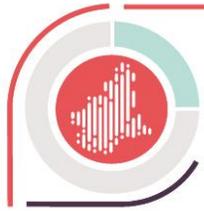
Novara

COMPARTI

Locali e
Ristorazione

	Contenuti	Sentiment
Coppie	44,4% ▲	85,6/100 ▲
Famiglie	30,1% ▲	87,9/100 ▲
Amici/Gruppo	12,8% ▼	77,8/100 ▲
Singolo	10,2% ▲	77,1/100 ▼
Viaggio di lavoro	2,6% ▲	64,0/100 ▼

Il **44,4%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **30,1%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **87,9/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **85,6/100**, e gli **amici/gruppi**, con **77,8/100**.



PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22 AREE: Novara COMPARTI: Locali e Ristorazione

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

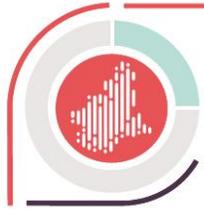
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	88,4% ▾	8,6/10 ▾	86,1/100 ▾
TripAdvisor	6,6% ▾	7,8/10 ▾	79,4/100 ▾
TheFork	4,2% ▲	8,9/10	89,6/100 ▾
Justeat	0,4% ▲	8,5/10 ▲	85,2/100 ▲
Booking.com	0,3% ▲	8,3/10 ▲	83,6/100 ▲

SOCIAL

	Post
Instagram	56,0% ▲
Youtube	31,9% ▲
Facebook	7,1% ▾
Twitter	4,9% ▲

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **88,4%**; segue **TripAdvisor**, con il **6,6%**. Tra i social primeggia **Instagram**, con il **56%**; segue **YouTube**, con il **31,9%**.



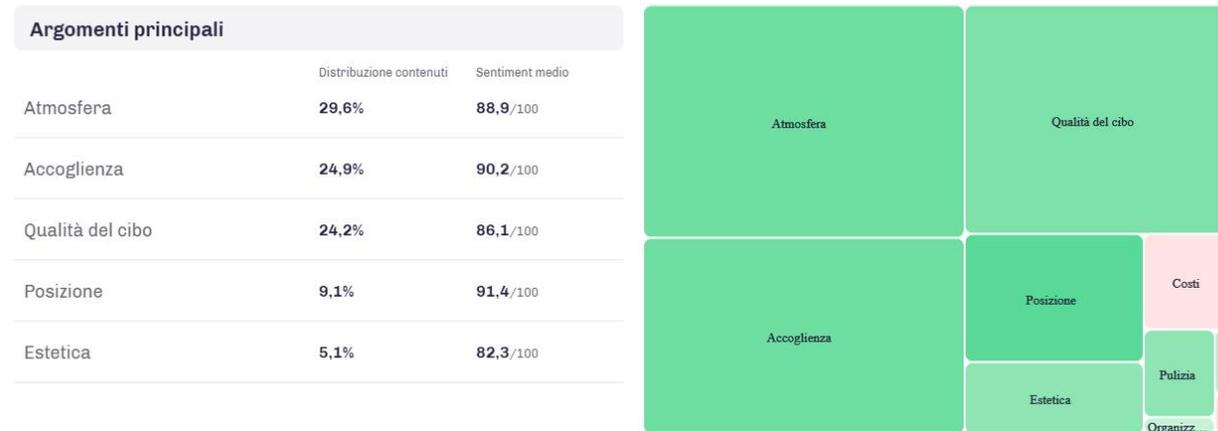
Cluster & Topic: Novara

RISTORAZIONE

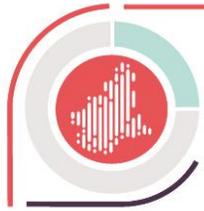
PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/22 - 31/12/22	Novara	Locali e Ristorazione

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **29,6%** dei contenuti; segue l'**accoglienza**, con il **24,9%**, e la **qualità del cibo**, con il **24,2%**;
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Novara

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

COMPARTI
Locali e Ristorazione

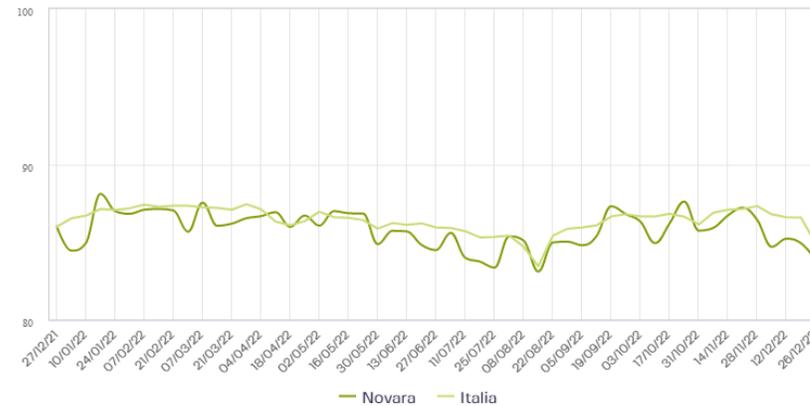
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT NOVARA



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Novara** (-1,2 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **85,8/100** vs **86,2/100**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



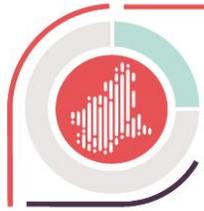


Novara

Attrazioni

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Novara

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Novara	COMPARTI Attrazioni
---------------------------------------	-----------------------	-------------------------------

Panoramica

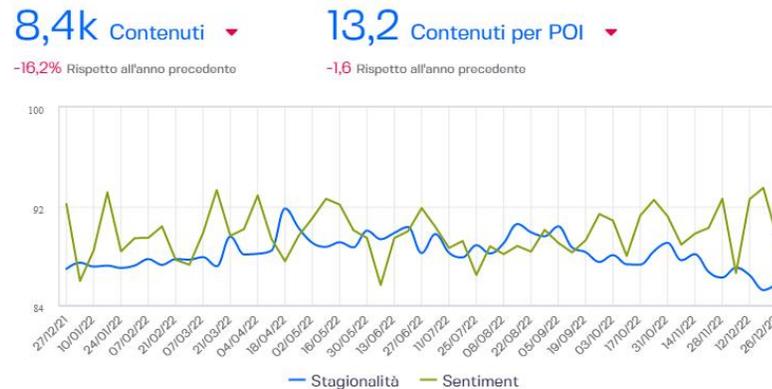
Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

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

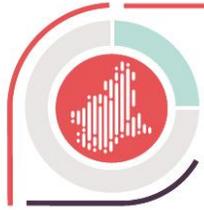
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **638 punti di interesse**:
 - **Chiese: 35,4%**;
 - **Altre tipologie attrattive: 34,8%**;
 - **Parchi: 14,1%**;
 - **Attrazioni: 8,8%**;
 - **Musei: 4,7%**;
 - **Area escursionistica: 2,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **8.400 (-16,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Novara

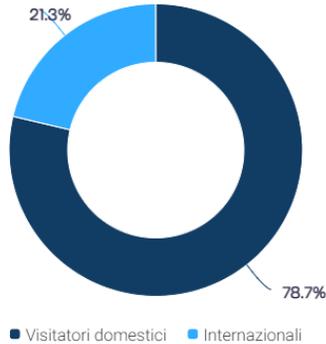
ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

COMPARTI
Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **91,5/100** vs **86,9/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere vale il 21,3%** del totale.

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

COMPARTI
Attrazioni

MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	78,7% ▼	86,9/100 ▲
Francia	12,8% ▲	98,3/100
Oman	2,1% ▼	90,0/100 ▲
Portogallo	2,1% ▲	77,5/100
Spagna	2,1% ▲	80,0/100

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io

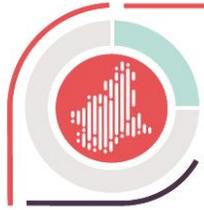


Il **78,7%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **12,8%**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io





Tipologie di viaggio: Novara

ATTRAZIONI

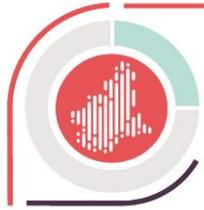
PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/22 - 31/12/22	Novara	Attrazioni

	Contenuti	Sentiment
 Famiglie	58,6% ▲	86,5/100 ▲
 Coppie	24,1% ▼	84,4/100 ▼
 Amici/Gruppo	13,8% ▲	100,0/100 ▲
 Singolo	3,5% ▼	80,0/100 ▼

Il **58,6%** delle recensioni sono redatte dalle **famiglie**, mentre il **24,1%** dalle **coppie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra gli **amici/gruppi**, con un indice di **100/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **86,5/100**, e le **coppie**, con **84,4/100**.

 www.datappeal.io 

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



ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

COMPARTI
Attrazioni

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

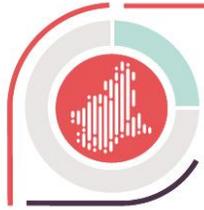
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	99,2% ▲	8,9/10 ▲	89,6/100 ▲
TripAdvisor	0,8% ▲	8,6/10 ▲	88,5/100 ▲
Facebook	0,0% ▼		100,0/100 ▲
Foursquare			

SOCIAL

	Post
Youtube	87,1% ▲
Instagram	9,9% ▲
Twitter	3,0% ▼
Facebook	

Le recensioni sono maggiori su **Google, 99,2%**; segue **TripAdvisor, con lo 0,8%**. Tra i social primeggia **YouTube, con l'87,1%**; segue **Instagram, con il 9,9%**.



Cluster & Topic: Novara

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Novara
COMPARTI: Attrazioni

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

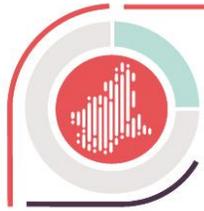
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Posizione	30,8%	94,2/100
Spazi	30,3%	88,6/100
Atmosfera	22,9%	92,3/100
Accoglienza	7,4%	87,7/100
Ristorazione	2,3%	95,7/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **30,8%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **30,3%** e l'**atmosfera**, con il **22,9%**;
- Il tema dell'**accessibilità** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; l'**attività** ha i maggiori **contenuti positivi**.





Sentiment Analysis: Novara

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Novara

COMPARTI
Attrazioni

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT NOVARA



90,7 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Novara** (**+0,7** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **89,6/100** vs **90,7/100**.

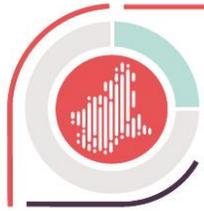


Turismo Torino e Provincia

Complessivo

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Turismo Torino e Provincia

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

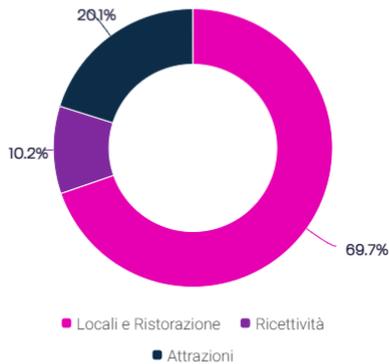
AREE
Torino TP

Panoramica

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

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

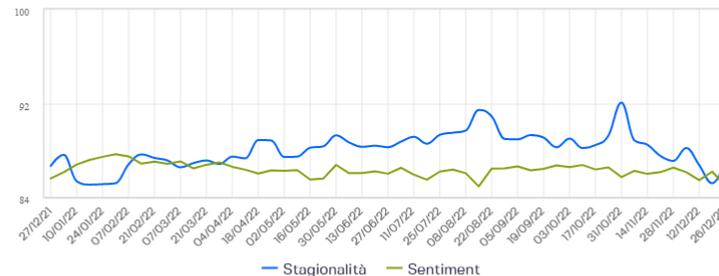
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

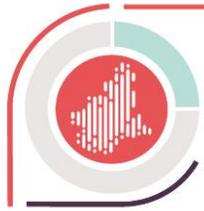
917,8k Contenuti ▲
26,0% Rispetto all'anno precedente

51,1 Contenuti per POI ▲
+9,5 Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **18.000 punti di interesse**:
 - **Ristorazione: 69,7%**;
 - **Attrazioni: 20,1%**;
 - **Ricettività: 10,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **917.800 (+26%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



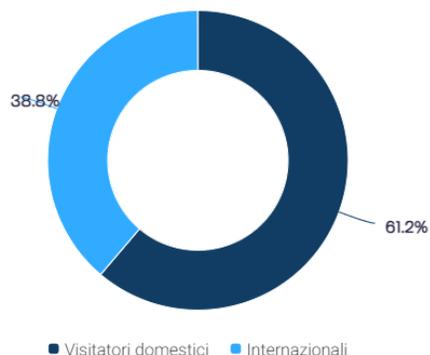


Visitatori: Turismo Torino e Provincia

COMPLESSIVO

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Torino TP

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



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 38,8%** del totale.

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Torino TP

MERCATI

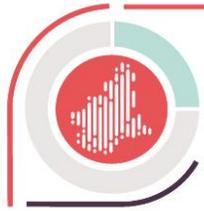
Mercato	Contenuti	Sentiment
Italia	61,2% ▼	82,4/100 ▼
Francia	10,6% ▲	83,7/100 ▼
Svizzera	4,3% ▲	83,5/100 ▼
Germania	3,3% ▲	82,5/100 ▼
Spagna	3,1% ▲	82,4/100 ▼

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io | CC BY ND

Il **61,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **10,6%**.

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io | CC BY ND

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



Tipologie di viaggio: Turismo Torino e Provincia

COMPLESSIVO

PERIODO

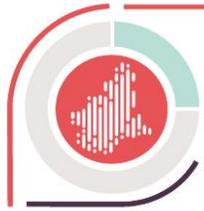
01/01/22 - 31/12/22

AREE

Torino TP

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	41,4% ▼	83,7/100 ▼
 Famiglie	28,5% ▲	83,2/100 ▼
 Singolo	16,9% ▼	82,7/100 ▼
 Amici/Gruppo	12,4% ▲	82,7/100 ▼
 Viaggio di lavoro	0,9% ▼	82,0/100 ▼

Il **41,4%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **28,5%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **83,7/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **83,2/100**, e i **single** e gli **amici/gruppi**, con **82,7/100**.



Sentiment Analysis: Turismo Torino e Provincia

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT TORINO TP



86,3 /100 Italia

ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Turismo Torino e Provincia** (-1,1 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **identico** all'Italia: **86,3/100**.

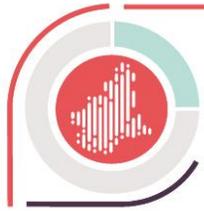


Turismo Torino e Provincia

Ricettività

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

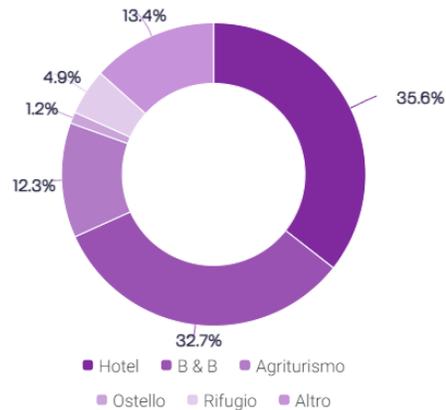
COMPARTI
Ricettività

Panoramica

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

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

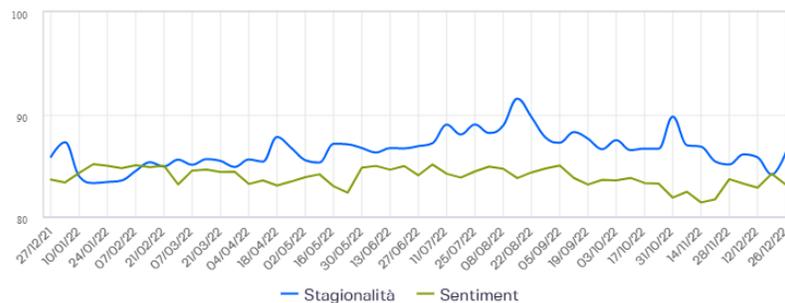
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



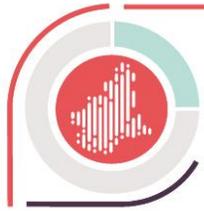
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

203,9k Contenuti ▲ **111,8** Contenuti per POI ▲

73,9% Rispetto all'anno precedente **+44,6** Rispetto all'anno precedente



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.800 punti di interesse**:
 - **Hotel: 35,6%**;
 - **B&B: 32,7%**;
 - **Altre tipologie ricettive: 13,4%**;
 - **Agriturismi: 12,3%**;
 - **Rifugi: 4,9%**;
 - **Ostelli: 1,2%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ricettiva** sono **203.900 (+73,9%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



Visitatori: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Torino TP
 COMPARTI: Ricettività

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **83,6/100** vs **82,6/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **42,6%** del totale.

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Torino TP
 COMPARTI: Ricettività

MERCATI

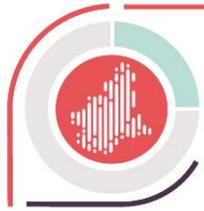
	Contenuti	Sentiment
Italia	57,4% ▾	82,6/100 ▾
Francia	11,5% ▾	83,6/100 ▾
Svizzera	4,8%	83,4/100 ▾
Germania	3,6% ▲	82,3/100 ▾
Spagna	3,4% ▲	82,3/100 ▾

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io

Il **57,4%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con l'**11,5%**.

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Tipologie di viaggio: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

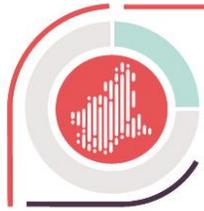
PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

COMPARTI
Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	41,3% ▼	83,7/100 ▼
Famiglie	28,4% ▲	83,2/100 ▼
Singolo	17,0% ▼	82,7/100 ▼
Amici/Gruppo	12,3% ▲	82,7/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,9% ▼	82,1/100 ▼

Il **41,3%** 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 **83,7/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **83,2/100**, e i **single** e gli **amici/gruppi**, con **82,7/100**.



Canali: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

COMPARTI
Ricettività

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

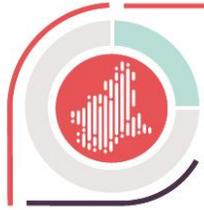
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	76,2% ▲	8,3/10 ▼	83,0/100 ▼
Google	18,4% ▼	8,7/10 ▼	87,1/100 ▼
TripAdvisor	3,2% ▼	8,3/10 ▼	83,7/100 ▼
Hotels.com	0,9% ▼	8,8/10 ▼	87,6/100 ▼
Expedia	0,5%	8,5/10 ▼	85,4/100 ▼

SOCIAL

	Post
Pinterest	44,7% ▲
Twitter	21,7% ▲
Instagram	20,8% ▲
Facebook	11,0% ▼
Youtube	1,7% ▲

Le recensioni sono maggiori su **Booking**, **76,2%**; segue **Google**, con il **18,4%**. Tra i social primeggia **Pinterest**, con il **44,7%**; segue **Twitter**, con il **21,7%**.



Cluster & Topic: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

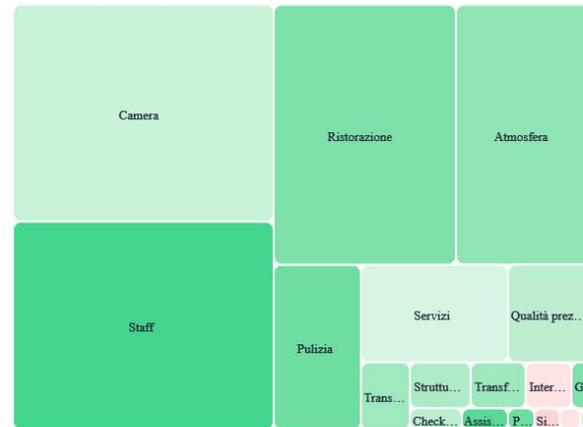
AREE
Torino TP

COMPARTI
Ricettività

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Camera	22,7%	72,7/100
Staff	21,8%	94,1/100
Ristorazione	19,1%	86,6/100
Atmosfera	14,6%	82,8/100
Pulizia	5,8%	88,6/100



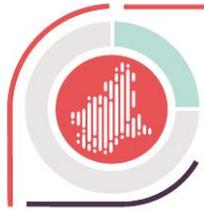
- L'argomento più discusso è la **camera**, con il **22,7%** dei contenuti; segue lo **staff** con il **21,8%** e la **ristorazione**, con il **19,1%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori **contenuti positivi**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.



Sentiment Analysis: Turismo Torino e Provincia

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

COMPARTI
Ricettività

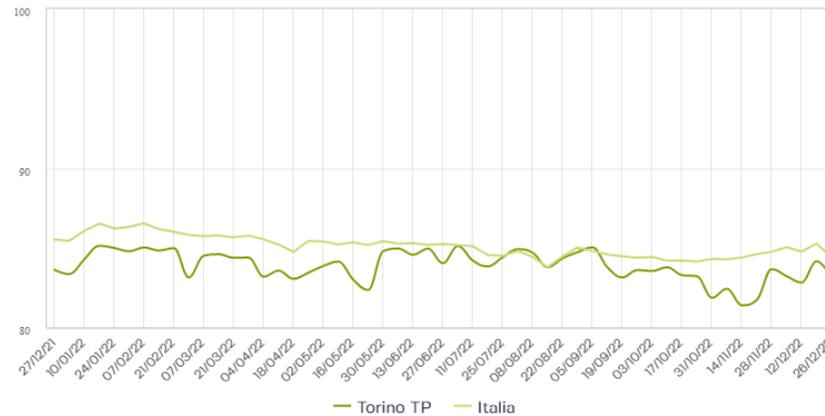
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT TORINO TP



ANDAMENTO



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

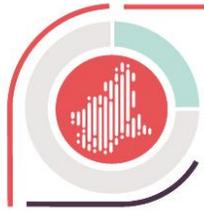


Turismo Torino e Provincia

Ristorazione

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Turismo Torino e Provincia

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

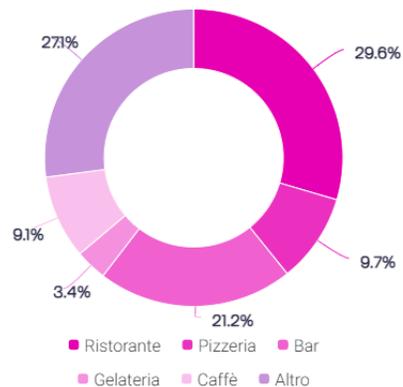
COMPARTI
Locali e Ristorazione

Panoramica

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

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

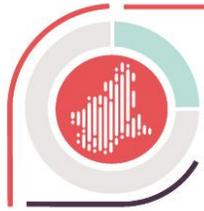
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **12.600 punti di interesse**:
 - Ristoranti: **29,6%**;
 - Altre tipologie ristoratrici: **27,1%**;
 - Bar: **21,2%**;
 - Pizzerie: **9,7%**;
 - Caffè: **9,1%**;
 - Gelaterie: **3,4%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta ristoratrice** sono **607.300 (+18,9%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).



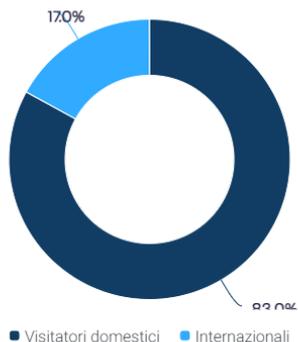
Visitatori: Turismo Torino e Provincia

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Torino TP
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **85,6/100** vs **81,7/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **17%** del totale.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
 AREE: Torino TP
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

MERCATI

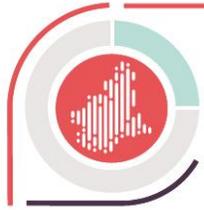
	Contenuti	Sentiment
Italia	83,0% ▼	81,7/100 ▼
Francia	5,1% ▲	85,3/100 ▼
Regno Unito	2,0% ▲	87,0/100 ▲
Svizzera	1,7% ▲	85,5/100 ▲
Spagna	1,3% ▲	83,6/100 ▲

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io

L'**83%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **5,1%**.

DATA APPEAL STUDIO | www.datappeal.io

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Tipologie di viaggio: Turismo Torino e Provincia

RISTORAZIONE

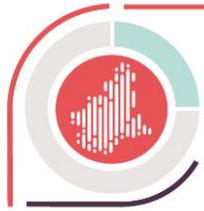
PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

	Contenuti	Sentiment
 Coppie	43,0% ▼	84,8/100 ▼
 Famiglie	28,3% ▲	85,1/100 ▼
 Singolo	14,5% ▼	84,2/100 ▼
 Amici/Gruppo	13,8%	84,1/100 ▲
 Viaggio di lavoro	0,5% ▼	76,6/100 ▼

Il **43%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **28,3%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **famiglie**, con un indice di **85,1/100** e, a seguire, fra le **coppie**, con **84,8/100**, i **single**, con **84,2/100**.



Canali: Turismo Torino e Provincia

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

COMPARTI
Locali e Ristorazione

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

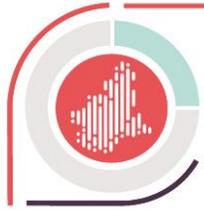
PIATTAFORME

	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	83,6% ▾	8,6/10 ▾	86,4/100 ▾
TheFork	8,5% ▲	8,9/10 ▾	89,3/100 ▾
TripAdvisor	6,2% ▾	8,1/10	81,9/100 ▾
Booking.com	0,8% ▲	8,4/10 ▾	84,8/100 ▾
Justeat	0,7% ▲	8,6/10 ▲	85,1/100 ▲

SOCIAL

	Post
Twitter	90,9% ▲
Youtube	3,4% ▲
Instagram	3,0% ▲
Pinterest	1,9% ▲
Facebook	0,8% ▾

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **83,6%**; segue **TheFork**, con l'**8,5%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con il **90,9%**; segue **YouTube**, con il **3,4%**.



Cluster & Topic: Turismo Torino e Provincia

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

COMPARTI
Locali e Ristorazione

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
Atmosfera	30,6%	89,0/100
Accoglienza	25,2%	91,2/100
Qualità del cibo	24,2%	86,6/100
Posizione	7,8%	90,3/100
Estetica	5,1%	81,6/100



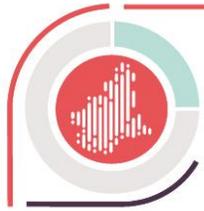
- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **30,6%** dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il **25,2%** e la **qualità del cibo**, con il **24,2%**;
- Il tema della **sicurezza*** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; l'**accoglienza** ha i maggiori **contenuti positivi**.

DATA APPEAL
STUDIO

www.datappeal.io



*Solo una bassissima percentuale dei contenuti analizzati riguarda la **sicurezza**, principalmente in relazione alle problematiche causate dalla **pandemia**.



Sentiment Analysis: Turismo Torino e Provincia

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

COMPARTI
Locali e Ristorazione

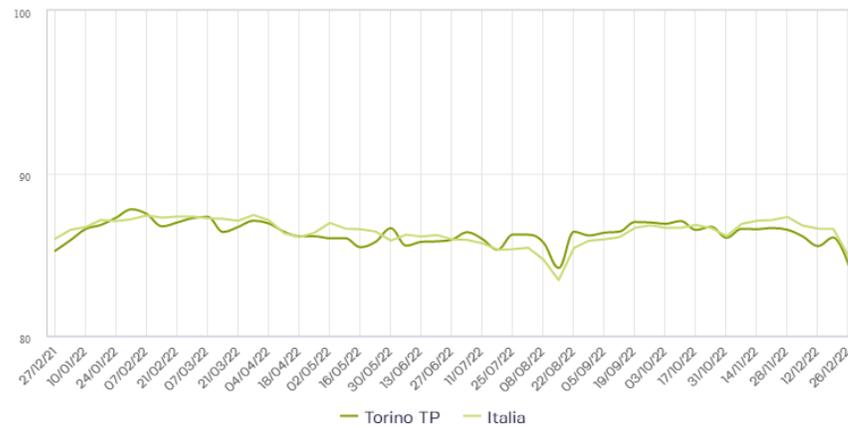
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT TORINO TP



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Turismo Torino e Provincia** (-0,8 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **86,3/100** vs **86,2/100**.

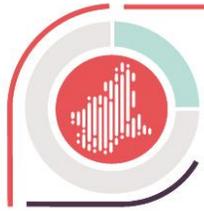


Turismo Torino e Provincia

Attrazioni

Anno 2022
01/01/2022 – 31/12/2022





Punti di Interesse – Contenuti Monitorati: Turismo Torino e Provincia

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

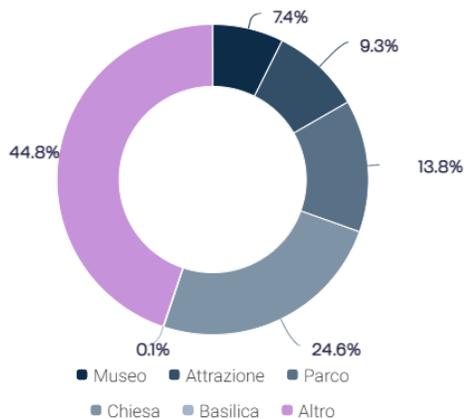
COMPARTI
Attrazioni

Panoramica

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

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

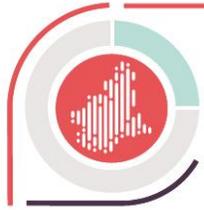
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **3.600 punti di interesse**:
 - Altre tipologie attrattive: **44,8%**;
 - Chiese: **24,6%**;
 - Parchi: **13,8%**;
 - Attrazioni: **9,3%**;
 - Musei: **7,4%**;
 - Basiliche: **0,1%**.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta attrattiva** sono **106.500 (+6,3%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

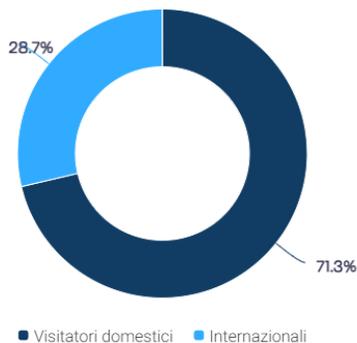


Visitatori: Turismo Torino e Provincia

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Torino TP
COMPARTI: Attrazioni

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL STUDIO
www.datappeal.io

Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato italiano, 87/100** vs **86/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere vale il 28,7%** del totale.

PERIODO: 01/01/22 - 31/12/22
AREE: Torino TP
COMPARTI: Attrazioni

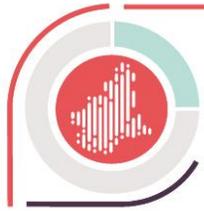
MERCATI

	Contenuti	Sentiment
Italia	71,3% ▼	87,0/100 ▼
Francia	7,7% ▲	88,1/100 ▼
Spagna	3,7% ▲	82,9/100 ▲
Svizzera	2,5% ▲	84,0/100 ▼
Regno Unito	2,4% ▲	86,9/100 ▲

DATA APPEAL STUDIO
www.datappeal.io

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

Il **71,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Francia** con il **7,7%**.



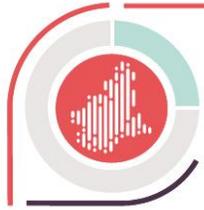
Tipologie di viaggio: Turismo Torino e Provincia

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Torino TP	COMPARTI Attrazioni
--------------------------------	-------------------	------------------------

	Contenuti	Sentiment
Coppie	41,2% ▲	83,9/100 ▼
Famiglie	32,1% ▲	83,7/100 ▼
Amici/Gruppo	19,7% ▲	82,1/100 ▲
Singolo	6,8% ▼	77,0/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,3% ▼	77,7/100 ▼

Il **41,2%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **32,1%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **83,9/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **83,7/100**, e gli **amici/gruppi**, con **82,1/100**.



Canali: Turismo Torino e Provincia

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

COMPARTI
Attrazioni

Canali

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

Identifica i canali più popolari da gestire dove puoi promuoverti.

PIATTAFORME

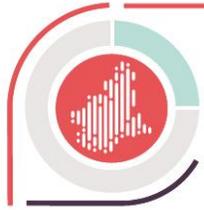
	Recensioni	Rating	Sentiment
Google	97,5% ▾	9,1/10 ▲	91,1/100 ▲
TripAdvisor	2,4% ▲	8,6/10 ▾	85,8/100 ▾
Facebook	0,1% ▾		94,9/100 ▲
Yelp	0,0%	6,0/10	55,0/100
Foursquare			

SOCIAL

	Post
Twitter	85,5% ▲
Youtube	10,9% ▾
Pinterest	2,4% ▲
Instagram	1,1% ▲
Facebook	0,2% ▾

Le recensioni sono maggiori su **Google**, **97,5%**; segue **TripAdvisor**, con il **2,4%**. Tra i social primeggia **Twitter**, con l'**85,5%**; segue **YouTube**, con il **10,9%**.





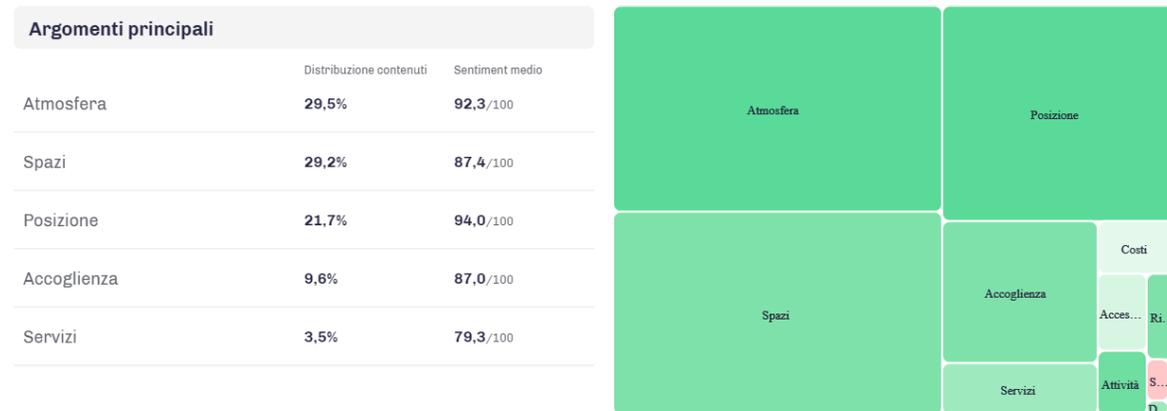
Cluster & Topic: Turismo Torino e Provincia

ATTRAZIONI

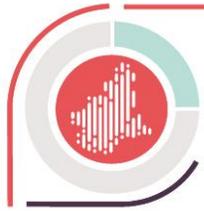
PERIODO 01/01/22 - 31/12/22	AREE Torino TP	COMPARTI Attrazioni
--------------------------------	-------------------	------------------------

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **29,5%** dei contenuti; seguono gli **spazi** con il **29,2%** e la **posizione**, con il **21,7%**;
- Il tema dell'**organizzazione** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Sentiment Analysis: Turismo Torino e Provincia

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/22 - 31/12/22

AREE
Torino TP

COMPARTI
Attrazioni

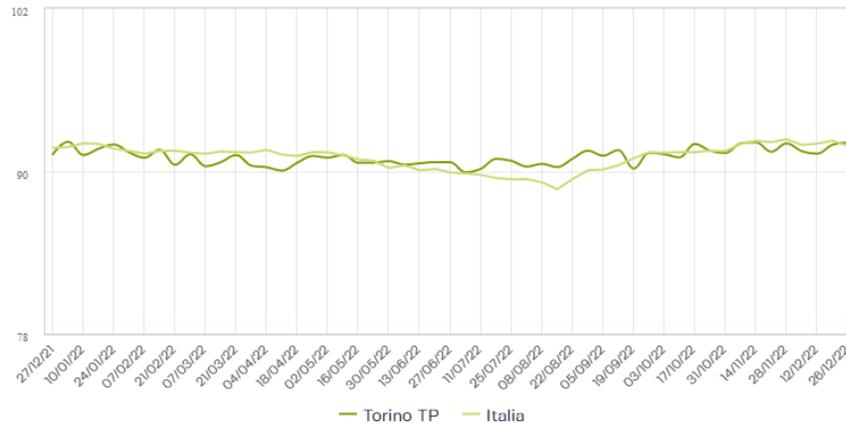
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT TORINO TP



ANDAMENTO



Il valore del **sentiment** di **Turismo Torino e Provincia** (+0,5 in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente) è **superiore** rispetto all'**Italia**: **91/100** vs **90,7/100**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE



REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

GRAZIE PER
L'ATTENZIONE

Visit Piemonte

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

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

P.IVA 09693360019