



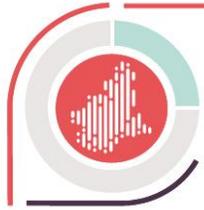
OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Monitoraggio recensioni online Piemonte – Aree-Prodotto

Anno 2023
01/01/2023 – 31/12/2023

Torino, 15 febbraio 2024





Perimetro di analisi

PARAMETRI E DIMENSIONI DI ANALISI: punti di interesse e recensioni online unitamente al *sentiment* del prodotto turistico del **Piemonte** e delle **Aree-Prodotto (Colline, Laghi, Montagne e Torino e prima cintura)**. In particolare, per gli indicatori di **punti di interesse** (POI) e **contenuti monitorati**:

- quadro **generale complessivo**;
- focus dettagliato relativo alla **ricettività**, agli **affitti brevi**, alla **ristorazione** ed alle **attrazioni** nel quale si prendono in considerazione i **visitatori**, le **tipologie di viaggio**, i **canali di recensione online** e i **cluster & topic**;
- per ogni comparto, **sentiment analysis** relativamente all'area oggetto di confronto.

Lo studio si riferisce al seguente intervallo di tempo:

- **01/01/2023 – 31/12/2023 (Anno 2023)**.

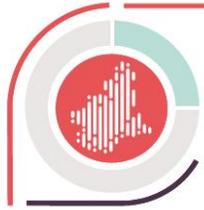


Piemonte e Aree-Prodotta

Executive Summary

Anno 2023
01/01/2023 – 31/12/2023



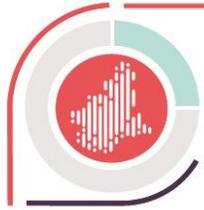


Punti di Interesse – Tracce digitali

COMPLESSIVO

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	13.900	360.200 (-0,1%)
Laghi	4.400	182.900 (+1%)
Montagne	13.000	271.700 (+0,9%)
Torino e prima cintura	18.000	846.500 (+2%)
Piemonte	58.900	1.900.000 (=)

- **Torino e prima cintura** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **18.000**; seguono le **Colline**, con **13.900**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **846.500**; seguono le **Colline**, **360.200**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, ad eccezione delle **Colline (-0,1%)**: **Torino e prima cintura** rileva l'aumento maggiore, **+2%**.

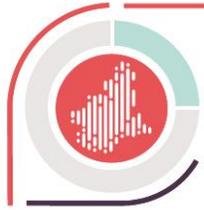


Sentiment Analysis

COMPLESSIVO

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	88,7/100 (+0,4)	86,8/100
Laghi	86,7/100 (+0,8)	86,8/100
Montagne	88,7/100 (+0,1)	86,8/100
Torino e prima cintura	86,5/100 (+0,4)	86,8/100
Piemonte	87,3/100 (+0,4)	86,8/100

- Le **Colline** e le **Montagne** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto**: **88,7/100**; seguono i **Laghi**, con **86,7/100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, con i **Laghi** che rilevano il maggior aumento: **+0,8**; seguono le **Colline** e **Torino e prima cintura**, **+0,4** (**entrambe**);
- I valori del **sentiment** delle **Colline** e delle **Montagne**, **88,7/100**, sono superiori rispetto all'**Italia**, **86,8/100**; i **Laghi**, **86,7/100**, e **Torino e prima cintura**, **86,5/100**, sono inferiori.

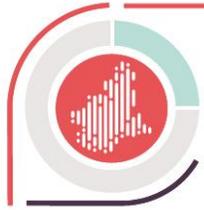


Punti di Interesse – Tracce digitali

RICETTIVITÀ

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	2.200	91.400 (-2,3%)
Laghi	525	68.500 (-4,8%)
Montagne	2.000	73.300 (+1,1%)
Torino e prima cintura	995	167.700 (+0,8%)
Piemonte	6.500	444.700 (-0,5%)

- Le **Colline** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **2.200**; seguono le **Montagne**, con **2.000**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **167.700**; seguono le **Colline**, **91.400**;
- Le **Montagne**, **+1,1%**, e **Torino e prima cintura**, **+0,8%**, registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente.

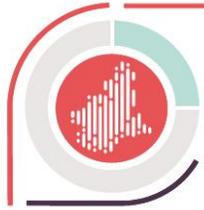


Sentiment Analysis

RICETTIVITÀ

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	90/100 (+0,5)	85,4/100
Laghi	85,4/100 (+0,8)	85,4/100
Montagne	87,8/100 (+0,2)	85,4/100
Torino e prima cintura	84,1/100 (+0,8)	85,4/100
Piemonte	86,4/100 (+0,6)	85,4/100

- Le **Colline** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto: 90/100**; seguono le **Montagne**, con **87,8/100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, con i **Laghi** e **Torino e prima cintura** che rilevano il maggior aumento: **+0,8 (entrambe)**;
- I valori del **sentiment** delle **Colline, 90/100** e delle **Montagne, 87,8/100**, sono superiori rispetto all'**Italia, 85,4/100**; i **Laghi** coincidono con il dato nazionale (**85,4/100**), mentre **Torino e prima cintura, 84,1/100** è inferiore.

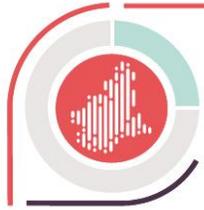


Punti di Interesse – Tracce digitali

AFFITTI BREVI

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	1.700	17.700 (-1,1%)
Laghi	1.400	17.500 (+19%)
Montagne	1.900	16.400 (+4,1%)
Torino e prima cintura	1.700	26.500 (-12,6%)
Piemonte	7.300	84.900 (-0,3%)

- Le **Montagne** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **1.900**; seguono le **Colline** e **Torino e prima cintura**, con **1.700**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **26.500**; seguono le **Colline**, **17.700**;
- I **Laghi** registrano una **forte crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: **+19%**; seguono le **Montagne**, **+4,1%**.

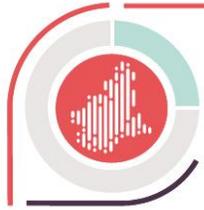


Sentiment Analysis

AFFITTI BREVI

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	92,3/100 (+0,3)	90,3/100
Laghi	91,1/100 (+0,4)	90,3/100
Montagne	91,5/100 (-0,2)	90,3/100
Torino e prima cintura	90,9/100 (-0,4)	90,3/100
Piemonte	91,3/100 (-0,1)	90,3/100

- Le **Colline** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto: 92,3/100**; seguono le **Montagne**, con **91,5/100**;
- I **Laghi, +0,4**, e le **Colline, +0,3**, registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente;
- I valori del **sentiment** di tutte le **aree-prodotto** sono superiori rispetto all'**Italia: 90,3/100**.

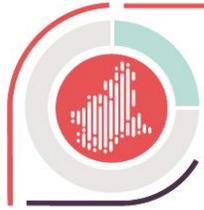


Punti di Interesse – Tracce digitali

RISTORAZIONE

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	5.300	204.200 (-1,1%)
Laghi	1.200	72.500 (-1,2%)
Montagne	4.100	135.300 (-0,9%)
Torino e prima cintura	9.700	511.400 (+1,7%)
Piemonte	25.100	1.100.000 (+0,1%)

- **Torino e prima cintura** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **9.700**; seguono le **Colline**, con **5.300**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **511.400**; seguono le **Colline**, **204.200**;
- **Torino e prima cintura** registra una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: **+1,7%**.

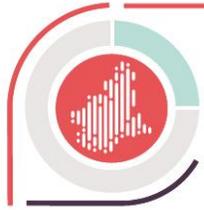


Sentiment Analysis

RISTORAZIONE

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	87,9/100 (+0,2)	86,6/100
Laghi	85,6/100 (+0,7)	86,6/100
Montagne	88,2/100 (=)	86,6/100
Torino e prima cintura	86,4/100 (+0,4)	86,6/100
Piemonte	87/100 (+0,2)	86,6/100

- Le **Montagne** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto: 88,2/100**; seguono le **Colline**, con **87,9/100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, ad eccezione delle **Montagne** che mantengono lo stesso valore. I **Laghi** rilevano il maggior aumento: **+0,7**; segue **Torino e prima cintura, +0,4**;
- I valori del **sentiment** delle **Montagne, 88,2/100** e delle **Colline, 87,9/100**, sono superiori rispetto all'**Italia, 86,6/100**; **Torino e prima cintura, 86,4/100**, e i **Laghi, 85,6/100**, sono inferiori.

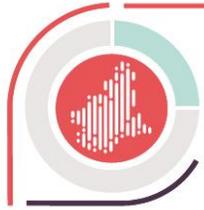


Punti di Interesse – Tracce digitali

ATTRAZIONI

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	2.500	25.600 (+2,6%)
Laghi	810	19.300 (+19,9%)
Montagne	3.800	33.000 (+7,6%)
Torino e prima cintura	2.700	96.600 (+7%)
Piemonte	11.700	196.700 (+6,4%)

- Le **Montagne** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **3.800**; segue **Torino e prima cintura**, con **2.700**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **96.600**; seguono le **Montagne**, **33.000**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: i **Laghi** rilevano l'aumento maggiore, **+19,9%**.

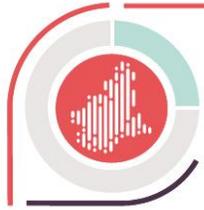


Sentiment Analysis

ATTRAZIONI

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	90,2/100 (+0,5)	91/100
Laghi	91,4/100 (=)	91/100
Montagne	92,2/100 (=)	91/100
Torino e prima cintura	91,5/100 (+0,5)	91/100
Piemonte	91,3/100 (+0,3)	91/100

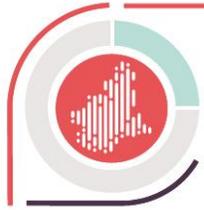
- Le **Montagne** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto**: **92,2/100**; segue **Torino e prima cintura**, con **91,5/100**;
- Le **Colline** e **Torino e prima cintura** registrano una **crescita** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente: **+0,5 (entrambe)**;
- I valori del **sentiment** di tutte le **aree-prodotto** sono superiori rispetto all'**Italia**, **91/100**, ad eccezione delle **Colline** che sono inferiori: **90,2/100**.



Visitatori

Visitatori		
	% Italia	Paese Estero
Colline	50,1%	Svizzera (10,5%)
Laghi	24,9%	Germania (22,9%)
Montagne	57,7%	Francia (11%)
Torino e prima cintura	54,6%	Francia (11,3%)
Piemonte	48,9%	Francia (11,4%)

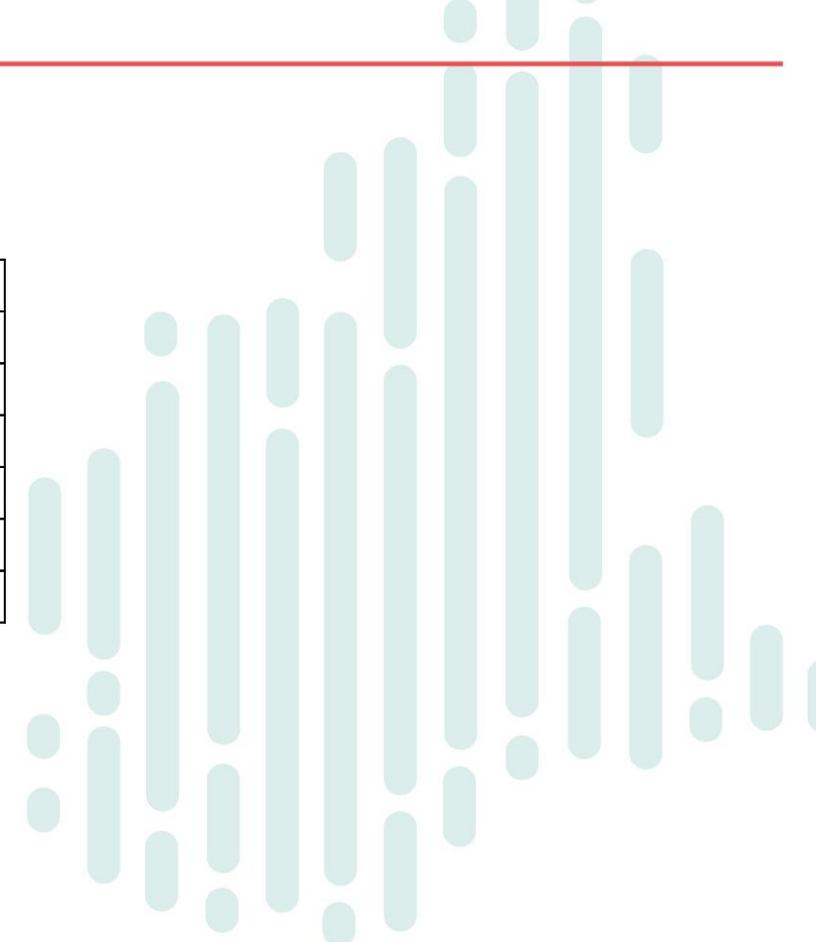
- Le **Montagne** registrano la percentuale più alta di **visitatori italiani: 57,7%**;
- Nei **Laghi**, si registra la percentuale più alta di turisti stranieri: **22,9%**, provenienti dalla **Germania**.

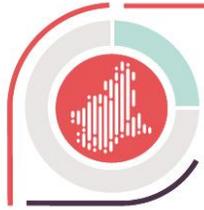


Tipologie di viaggio

Tipologie di Viaggio	
Colline	Coppie (56,2%) - Famiglie (23,6%)
Laghi	Coppie (56,4%) - Famiglie (27,2%)
Montagne	Coppie (46,8%) - Famiglie (28,3%)
Torino e prima cintura	Coppie (42,2%) - Famiglie (28,7%)
Piemonte	Coppie (48,6%) - Famiglie (27,1%)

- Le recensioni sono redatte principalmente da **coppie** e **famiglie**;
- Tra le **coppie**, spicca il **56,4%** registrato nei **Laghi**;
- Tra le **famiglie**, il valore più alto si rileva a **Torino e prima cintura: 28,7%**.





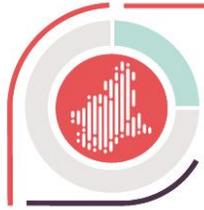
Canali e Social

Canali e Social					
Comparto	Colline	Laghi	Montagne	Torino e prima cintura	Piemonte
Ricettività	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google
Affitti Brevi	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Airbnb - Booking	Booking - Airbnb
Ristorazione	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TheFork	Google - TripAdvisor
Attrazioni	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor

Nel comparto **ricettivo**, i canali maggiormente utilizzati sono **Booking** e **Google**;

Negli **affitti brevi**, primeggiano **Booking** e **Airbnb**;

Nella **ristorazione** e nelle **attrazioni**, **Google** e **TripAdvisor**.

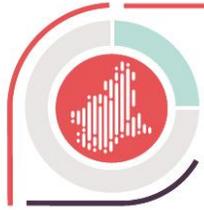


Cluster & Topic (1)

Cluster & Topic					
Comparto	Colline	Laghi	Montagne	Torino e prima cintura	Piemonte
Ricettività	Ristorazione - Staff	Ristorazione - Struttura	Ristorazione - Staff	Camera - Staff	Staff - Ristorazione
Affitti Brevi	Atmosfera - Posizione	Atmosfera - Posizione	Atmosfera - Posizione	Atmosfera - Posizione	Atmosfera - Posizione
Ristorazione	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza
Attrazioni	Posizione - Atmosfera	Posizione - Spazi	Posizione - Spazi	Posizione - Spazi	Atmosfera - Spazi

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

- **Ristorazione** e **staff** nella **ricettività**;
- **Atmosfera** e **posizione** negli **affitti brevi**;
- **Atmosfera** ed **accoglienza** nella **ristorazione**;
- **Posizione** e **spazi** nelle **attrazioni**.



Cluster & Topic (2)

Cluster & Topic

Comparto	Colline		Laghi		Montagne		Torino e prima cintura		Piemonte	
	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo						
Ricettività	Ristorazione (*23.100)	Internet (*408)	Ristorazione (*15.200)	Internet (*516)	Ristorazione (*19.300)	Internet (*389)	Camera (*38.100)	Internet (*1.200)	Staff (*94.700)	Internet (*2.800)
Affitti Brevi	Atmosfera (*5.100)	Internet (*147)	Atmosfera (*6.500)	Internet (*230)	Atmosfera (*4.700)	Internet (*190)	Atmosfera (*8.300)	Internet (*234)	Posizione (*23.600)	Internet (*870)
Ristorazione	Atmosfera (*56.300)	Costi (*5.500)	Atmosfera (*22.300)	Costi (*2.200)	Atmosfera (*38.300)	Costi (*4.000)	Atmosfera (*137.700)	Costi (*15.900)	Atmosfera (*297.400)	Costi (*32.100)
Attrazioni	Posizione (*2.600)	Sicurezza (*18)	Posizione (*2.100)	Costi (*119)	Posizione (*4.300)	Costi (*163)	Atmosfera (*10.400)	Sicurezza (*76)	Atmosfera (*17.500)	Sicurezza (*177)

- La **ristorazione** e l' **atmosfera** contengono la maggior parte di **giudizi positivi**.
- I **costi** ed **internet** né contengono più **negativi**.

*Indicano le **tracce digitali** all'interno del quale sono stati inseriti i **giudizi positivi** e quelli **negativi** relativamente agli argomenti maggiormente discussi.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

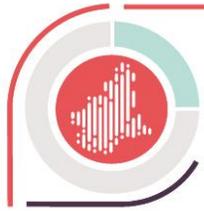
Piemonte

Complessivo

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Piemonte: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

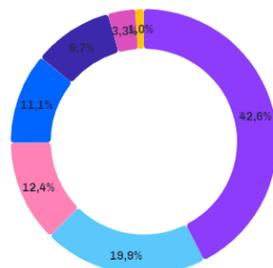
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Piemonte

DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DEI POI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

Suddivisione percentuale e volume totale dei POI rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale POI **58,9k**



● Locali E Ristorazione ● Attrazioni
● Affitti Brevi ● Ricettività ● Trasporti
● Intrattenimento ● Agricoltura

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☪ Locali E Ristorazione	42,6%	25,1k	87,0/100
🏛️ Attrazioni	19,9%	11,7k	91,3/100
🏠 Affitti Brevi	12,4%	7,3k	91,3/100
🏢 Ricettività	11,1%	6,5k	86,4/100
🚗 Trasporti	9,7%	5,7k	81,2/100
🎪 Intrattenimento	3,3%	2,0k	86,5/100

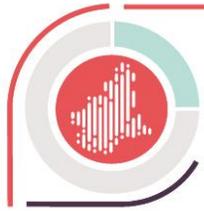
Il monitoraggio della rete si riferisce a **58.900 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 25.100;**
- **Attrazioni: 11.700;**
- **Affitti brevi: 7.300;**
- **Ricettività: 6.500.**

DESTINATIONS

www.datappeal.io





Piemonte: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

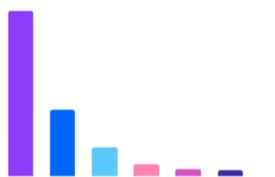
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Piemonte

DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DELLE TRACCE DIGITALI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

Suddivisione percentuale e volume totale delle tracce digitali rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale tracce digitali **1,9M**



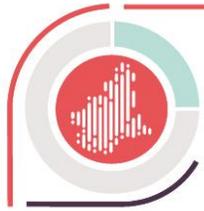
- Locali E Ristorazione
- Ricettività
- Attrazioni
- Affitti Brevi
- Intrattenimento
- Trasporti
- Agricoltura

	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴 Locali E Ristorazione	56,9%	1,1M	87,0/100
🏠 Ricettività	23,1%	444,7k	86,4/100
🏛️ Attrazioni	10,2%	196,7k	91,3/100
🏠 Affitti Brevi	4,4%	84,9k	91,3/100
🎪 Intrattenimento	2,6%	49,9k	86,5/100
🚗 Trasporti	2,5%	48,7k	81,2/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **1.900.000 (=)**, in particolare:

- **Ristorazione: 1.100.000 (+0,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 444.700 (-0,5%);**
- **Attrazioni: 196.700 (+6,4%);**
- **Affitti brevi: 84.900 (-0,3%).**





Piemonte: **Visitatori**

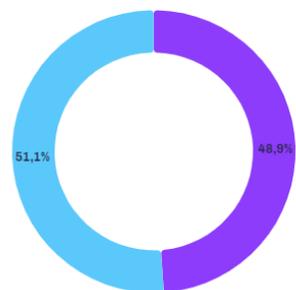
COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Piemonte

PROVENIENZA VIAGGIATORI

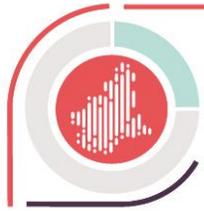
Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto alla provenienza dei viaggiatori.



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	48,9%	85,3 /100
Francia	11,4%	86,1 /100
Germania	8,3%	85,7 /100
Svizzera	8,2%	86,0 /100
Regno Unito	2,9%	87,1 /100

Il **48,9%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con l'**11,4%**, e la **Germania**, con l'**8,3%**.



Piemonte: Tipologie di viaggio

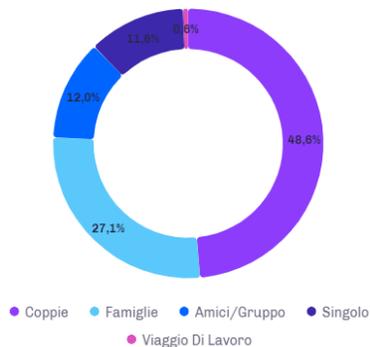
COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Piemonte

TIPOLOGIA DI VIAGGIATORE

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto al tipo di viaggiatore.



	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	48,6%	86,5/100
Famiglie	27,1%	85,7/100
Amici/Gruppo	12,0%	85,9/100
Singolo	11,6%	84,7/100
Viaggio Di Lavoro	0,6%	83,2/100

Il **48,6%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **27,1%**, e gli **amici/gruppi**, con il **12%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

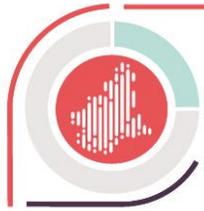
Piemonte

Ricettività

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Piemonte

COMPARTI
Ricettività

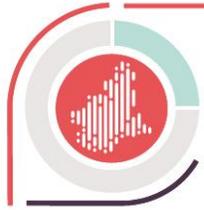
TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Hotel	29,7%	1,9k	65,8%	292,6k	84,5/100
2 B & B	35,8%	2,3k	20,0%	89,1k	90,8/100
3 Agriturismo	16,8%	1,1k	6,9%	30,8k	91,4/100
4 Campeggi	3,0%	191	2,1%	9,5k	84,6/100
5 Rifugio	4,4%	285	1,6%	7,1k	90,4/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **6.500 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ricettive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **B&B: 2.300;**
- **Hotel: 1.900;**
- **Agriturismi: 1.100;**
- **Rifugi: 285;**
- **Campeggi: 191.**



Piemonte: Cluster & Topic

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Piemonte

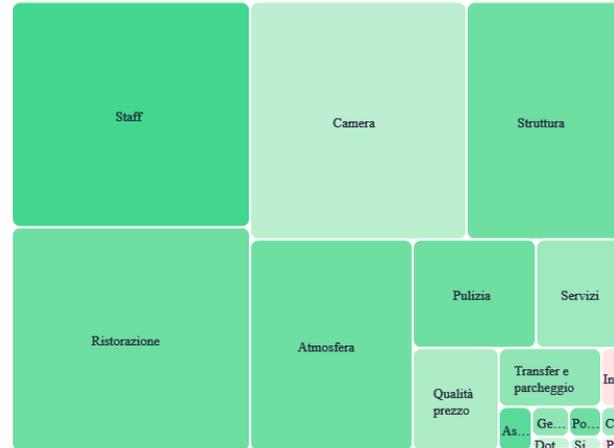
COMPARTI
Ricettività

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

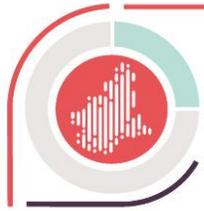
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Staff	19,3%	95,3/100
Ristorazione	19,2%	89,4/100
Camera	18,4%	74,8/100
Struttura	13,8%	90,3/100
Atmosfera	12,4%	88,9/100



- L'argomento più discusso è lo **staff**, con il **19,3%** dei contenuti; segue la **ristorazione**, con il **19,2%**, e la **camera**, con il **18,4%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **2.800**, con **giudizio negativo**; lo **staff** ha i maggiori contenuti **positivi**, **94.700**.



Piemonte: Canali e Social

RICETTIVITÀ

PERIODO

01/01/23 - 31/12/23

AREE

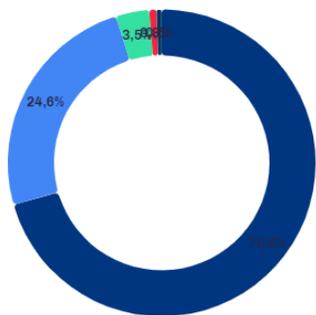
Piemonte

COMPARTI

Ricettività

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Booking.com
 ● Google
 ● TripAdvisor
 ● Hotels.com
 ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	70,0%	8,5/10	85,4/100
Google	24,4%	8,9/10	89,3/100
TripAdvisor	3,5%	8,5/10	85,4/100
Hotels.com	0,8%	8,9/10	88,9/100
Expedia	0,5%	8,8/10	88,0/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **70%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **24,4%**, e **TripAdvisor**, con il **3,5%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

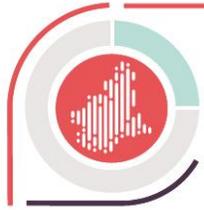
Piemonte

Affitti Brevi

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Piemonte

COMPARTI
Affitti Brevi

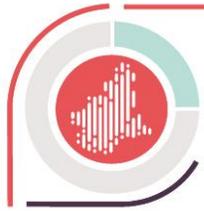
TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Casa O Appartamento	68,0%	5,0k	57,5%	48,8k	92,9/100
2	Affittacamere	25,1%	1,8k	34,8%	29,5k	89,0/100
3	Appartamento Vacanze	6,9%	503	7,7%	6,6k	90,7/100

- Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **7.300 punti di interesse**; in particolare, le **tipologie** di strutture che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):
 - **Casa o appartamento: 5.000;**
 - **Affittacamere: 1.800;**
 - **Appartamento vacanze: 503.**





Piemonte: Cluster & Topic

AFFITTI BREVI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
AREE: Piemonte
COMPARTI: Affitti Brevi

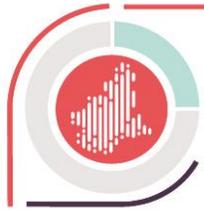
ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	26,6%	91,5/100
Posizione	23,8%	96,0/100
Dotazioni	14,3%	82,9/100
Camere	12,9%	86,5/100
Host	11,1%	95,1/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il 26,6% dei contenuti; segue la posizione, con il 23,8%, e le dotazioni, con il 14,3%.
- Il tema di internet presenta un numero maggiore di contenuti, 870, con giudizio negativo; la posizione ha i maggiori contenuti positivi, 23.600.



Piemonte: Canali e Social

AFFITTI BREVI

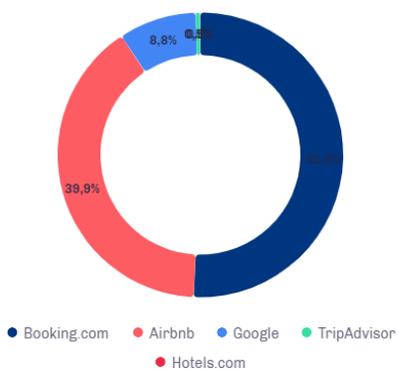
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Piemonte

COMPARTI
Affitti Brevi

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	50,7%	8,8/10	87,9/100
Airbnb	39,9%	9,6/10	95,5/100
Google	8,8%	9,3/10	92,7/100
TripAdvisor	0,5%	8,7/10	87,4/100
Hotels.com	0,0%	9,3/10	92,8/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **50,7%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **39,9%**, e **Google**, con l'**8,8%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

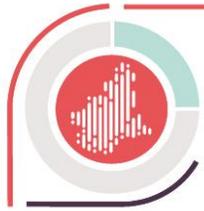
Piemonte

Ristorazione

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Piemonte

COMPARTI
Locali e Ristorazione

TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

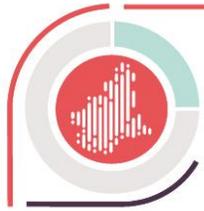
Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Ristorante	35,4%	7,9k	50,9%	558,4k	87,5/100
2 Pizzeria	10,2%	2,3k	15,0%	164,9k	86,7/100
3 Bar	25,8%	5,7k	10,8%	118,5k	86,2/100
4 Caffè	9,0%	2,0k	3,6%	39,6k	85,5/100
5 Gelateria	3,6%	807	3,3%	36,6k	88,7/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **25.100 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 7.900;**
- **Bar: 5.700;**
- **Pizzerie: 2.300;**
- **Caffè: 2.000;**
- **Gelaterie: 807.**





Piemonte: Cluster & Topic

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Piemonte
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	30,6%	89,0/100
Accoglienza	24,9%	91,2/100
Qualità Del Cibo	22,9%	86,2/100
Posizione	8,6%	91,0/100
Estetica	6,3%	82,8/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il 30,6% dei contenuti; segue l'accoglienza, con il 24,9%, e la qualità del cibo, con il 22,9%.
- Il tema dei costi presenta un numero maggiore di contenuti, 32.100, con giudizio negativo; l'atmosfera ha i maggiori contenuti positivi, 297.400.

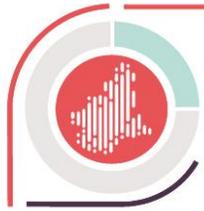
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Piemonte: Canali e Social

RISTORAZIONE

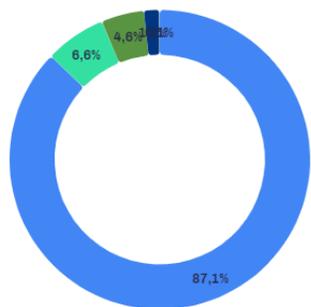
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Piemonte

COMPARTI
Locali e Ristorazione

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Google ● TripAdvisor ● TheFork
● Booking.com ● Facebook

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	87,1%	8,7/10	87,1/100
TripAdvisor	6,6%	8,2/10	82,8/100
TheFork	4,6%	8,9/10	89,5/100
Booking.com	1,7%	8,6/10	86,5/100
Facebook	0,1%	N.D.	88,5/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**87,1%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **6,6%**, e **TheFork**, con il **4,6%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

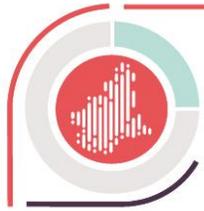
Piemonte

Attrazioni

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Piemonte
 COMPARTI: Attrazioni

TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

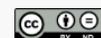
	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Attrazione	16,0%	1,4k	31,0%	61,0k	91,8/100
2 Museo	9,3%	833	20,4%	40,1k	92,1/100
3 Parco	12,7%	1,1k	11,6%	22,8k	88,7/100
4 Chiesa	32,8%	2,9k	6,9%	13,5k	91,0/100
5 Castello	2,9%	258	4,5%	8,9k	90,5/100

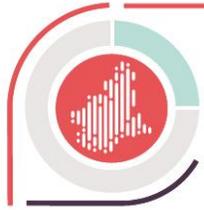
Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **11.700 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie attrattive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Chiese: 2.900;**
- **Attrazioni: 1.400;**
- **Parchi: 1.100;**
- **Musei: 833;**
- **Castelli: 258.**



www.datappeal.io





Piemonte: Cluster & Topic

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Piemonte
 COMPARTI: Attrazioni

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	27,8%	92,1/100
Spazi	25,8%	86,6/100
Posizione	25,8%	94,0/100
Accoglienza	9,7%	89,0/100
Servizi	3,5%	80,7/100



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **27,8%** dei contenuti; seguono gli **spazi** e la **posizione**, con il **25,8%**.
- Il tema della **sicurezza** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **177**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **17.500**.

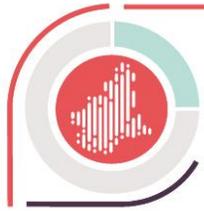
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Piemonte: Canali e Social

ATTRAZIONI

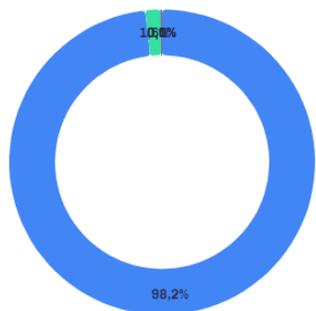
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Piemonte

COMPARTI
Attrazioni

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Google ● TripAdvisor ● Booking.com
● Facebook ● Airbnb

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,2%	9,1/10	91,4/100
TripAdvisor	1,6%	8,7/10	86,1/100
Booking.com	0,1%	8,3/10	83,4/100
Facebook	0,0%	N.D.	81,3/100
Airbnb	0,0%	9,8/10	98,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98,2%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con l'**1,6%**, e **Booking**, con lo **0,1%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

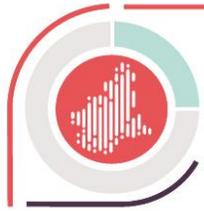
Focus Sentiment Analysis

Piemonte vs Italia

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Recensioni on-line e *sentiment* Piemonte vs Italia

COMPLESSIVO

PERIODO

01/01/23 - 31/12/23

AREE

Piemonte

PERIODO A CONFRONTO

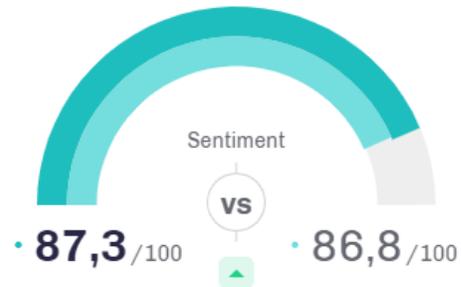
01/01/23 - 31/12/23

AREE A CONFRONTO

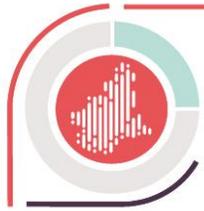
Italia

SENTIMENT

Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.

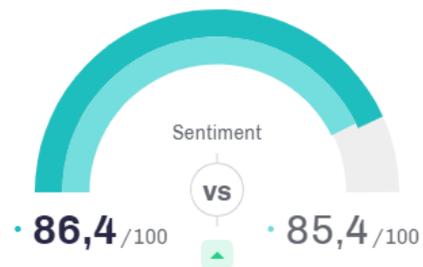


Il valore del *sentiment* del **Piemonte (+0,4)** è maggiore rispetto all'**Italia: 87,3/100 vs 86,8/100.**



Recensioni on-line e *sentiment* Piemonte vs Italia

RICETTIVITÀ



86,4/100 (+0,6) vs 85,4/100

RISTORAZIONE



87/100 (+0,2) vs 86,6/100

AFFITTI BREVI



91,3/100 (-0,1) vs 90,3/100

ATTRAZIONI



91,3/100 (+0,3) vs 91/100



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

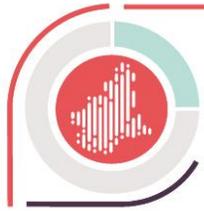
Colline

Complessivo

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Colline: Distribuzione del volume dei POI

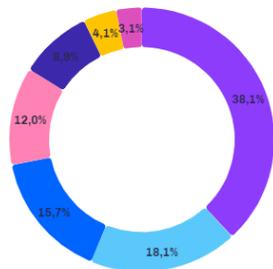
COMPLESSIVO

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
AREE: Colline

DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DEI POI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

Suddivisione percentuale e volume totale dei POI rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale POI **13,9k**



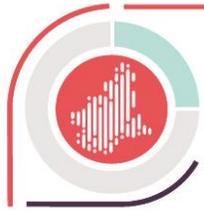
Locali E Ristorazione (38.1%)
Attrazioni (18.1%)
Ricettività (15.7%)
Affitti Brevi (12.0%)
Trasporti (8.9%)
Agricoltura (4.1%)
Intrattenimento (3.1%)

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☪ Locali E Ristorazione	38,1%	5,3k	87,9/100
🏛️ Attrazioni	18,1%	2,5k	90,2/100
🏠 Ricettività	15,7%	2,2k	90,0/100
🏠 Affitti Brevi	12,0%	1,7k	92,4/100
🚗 Trasporti	8,9%	1,2k	80,7/100
🌾 Agricoltura	4,1%	566	94,7/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **13.900 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 5.300;**
- **Attrazioni: 2.500;**
- **Ricettività: 2.200;**
- **Affitti brevi: 1.700.**





Colline: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Colline

DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DELLE TRACCE DIGITALI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

Suddivisione percentuale e volume totale delle tracce digitali rispetto alle industrie selezionate.

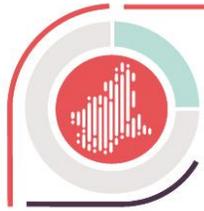
Volume totale tracce digitali **360,2k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
☪ Locali E Ristorazione	56,7%	204,2k	87,9/100
🏠 Ricettività	25,4%	91,4k	90,0/100
🏛️ Attrazioni	7,1%	25,6k	90,2/100
🏠 Affitti Brevi	4,9%	17,7k	92,4/100
🚗 Trasporti	3,0%	10,7k	80,7/100
🎪 Intrattenimento	1,6%	5,9k	87,7/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **360.200 (-0,1%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 204.200 (-1,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 91.400 (-2,3%);**
- **Attrazioni: 25.600 (+2,6%);**
- **Affitti brevi: 17.700 (-1,1%).**



Colline: **Visitatori**

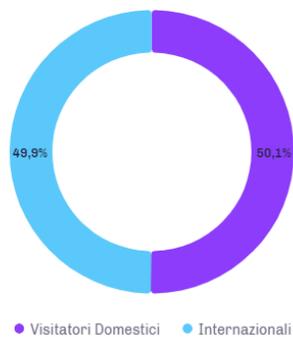
COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Colline

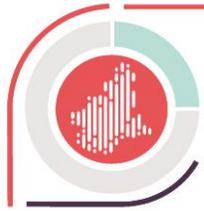
PROVENIENZA VIAGGIATORI

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto alla provenienza dei viaggiatori.



	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	50,1%	89,0/100
Svizzera	10,5%	89,2/100
Francia	8,7%	89,4/100
Germania	6,8%	89,5/100
Paesi Bassi	3,6%	90,0/100

Il **50,1%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Svizzera**, con il **10,5%**, e la **Francia**, con l'**8,7%**.



Colline: Tipologie di viaggio

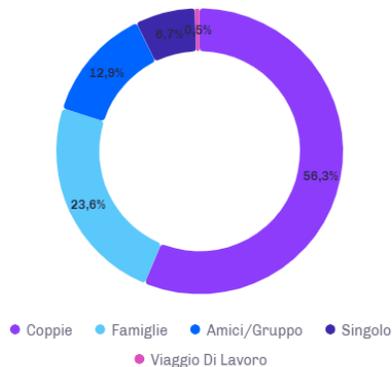
COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Colline

TIPOLOGIA DI VIAGGIATORE

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto al tipo di viaggiatore.



	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	56,2%	90,1/100
Famiglie	23,6%	89,3/100
Amici/Gruppo	12,9%	89,4/100
Singolo	6,7%	88,4/100
Viaggio Di Lavoro	0,5%	85,9/100

Il **56,2%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **23,6%**, e gli **amici/gruppi**, con il **12,9%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

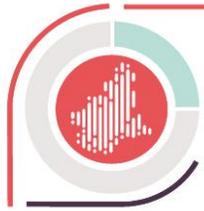
Colline

Ricettività

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Colline: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Colline
 COMPARTI: Ricettività

TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

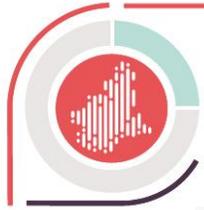
Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Hotel	22,5%	484	43,0%	39,3k	87,8/100
2 B & B	41,3%	889	35,0%	32,0k	91,8/100
3 Agriturismo	26,2%	564	19,0%	17,4k	92,0/100
4 Altri Alloggi	5,0%	108	1,0%	948	91,1/100
5 Resort	1,2%	26	0,6%	567	89,3/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **2.200 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ricettive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **B&B: 889;**
- **Agriturismi: 564;**
- **Hotel: 484;**
- **Altri alloggi: 108;**
- **Resort: 26.**





Colline: Cluster & Topic

RICETTIVITÀ

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23	AREE Colline	COMPARTI Ricettività
---------------------------------------	------------------------	--------------------------------

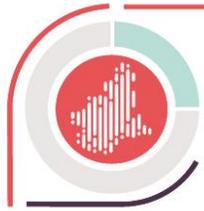
ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Ristorazione	21,5%	92,5/100
Staff	19,8%	96,8/100
Camera	15,8%	82,2/100
Struttura	15,8%	93,3/100
Atmosfera	13,8%	93,3/100



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **21,5%** dei contenuti; segue lo **staff**, con il **19,8%**, e la **camera** e la **struttura**, con il **15,8%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **408**, con **giudizio negativo**; la **ristorazione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **23.100**.



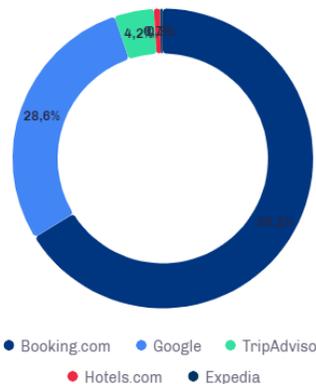
Colline: Canali e Social

RICETTIVITÀ

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23	AREE Colline	COMPARTI Ricettività
--------------------------------	-----------------	-------------------------

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	65,7%	8,9/10	89,3/100
Google	28,4%	9,1/10	91,6/100
TripAdvisor	4,2%	8,9/10	89,6/100
Hotels.com	0,7%	9,2/10	92,1/100
Expedia	0,3%	9,2/10	92,4/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **65,7%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **28,4%**, e **TripAdvisor**, con il **4,2%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

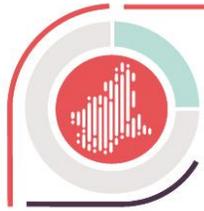
Colline

Affitti Brevi

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Colline: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Colline

COMPARTI
Affitti Brevi

TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

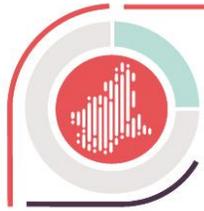
	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Casa O Appartamento	62,7%	1,0k	51,8%	9,2k	93,4/100
2 Affittacamere	28,9%	480	39,0%	6,9k	90,8/100
3 Appartamento Vacanze	8,4%	140	9,2%	1,6k	93,0/100

- Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.700 punti di interesse**; in particolare, le **tipologie** di strutture che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):
 - **Casa o appartamento: 1.000;**
 - **Affittacamere: 480;**
 - **Appartamento vacanze: 140.**

DESTINATIONS

www.datappeal.io





Colline: Cluster & Topic

AFFITTI BREVI

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23	AREE Colline	COMPARTI Affitti Brevi
---------------------------------------	------------------------	----------------------------------

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	25,7%	92,7/100
Posizione	22,3%	96,6/100
Dotazioni	15,1%	87,0/100
Host	12,6%	96,6/100
Camere	12,5%	88,7/100



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **25,7%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **22,3%**, e le **dotazioni**, con il **15,1%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **147**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **5.100**.

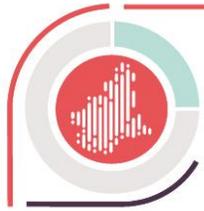
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





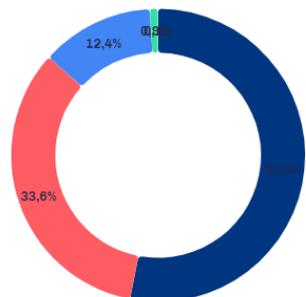
Colline: Canali e Social

AFFITTI BREVI

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23	AREE Colline	COMPARTI Affitti Brevi
---------------------------------------	------------------------	----------------------------------

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Booking.com ● Airbnb ● Google ● TripAdvisor ● Hotels.com

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	53,0%	8,9/10	89,2/100
Airbnb	33,6%	9,7/10	96,5/100
Google	12,4%	9,5/10	95,0/100
TripAdvisor	0,9%	8,8/10	88,0/100
Hotels.com	0,1%	8,2/10	82,6/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **53%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **33,6%**, e **Google**, con il **12,4%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

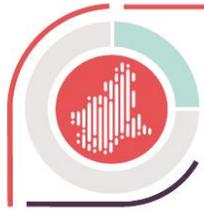
Colline

Ristorazione

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Colline: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Colline

COMPARTI
Locali e Ristorazione

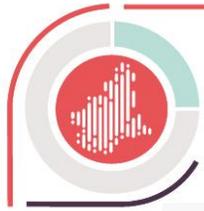
TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Ristorante	39,5%	1,9k	57,6%	117,6k	88,8/100
2 Pizzeria	10,3%	483	12,9%	26,3k	87,3/100
3 Bar	25,9%	1,2k	11,3%	23,1k	86,3/100
4 Caffè	7,0%	330	2,9%	5,9k	85,7/100
5 Fast Food	1,0%	45	2,6%	5,3k	74,9/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **5.300 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 1.900;**
- **Bar: 1.200;**
- **Pizzerie: 483;**
- **Caffè: 330;**
- **Fast food: 45.**



Colline: Cluster & Topic

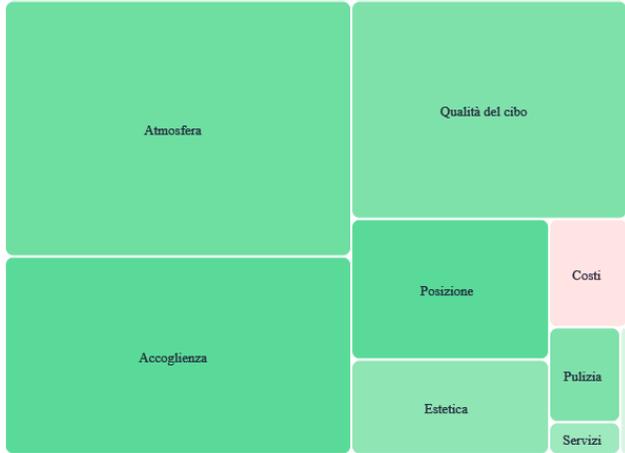
RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23	AREE Colline	COMPARTI Locali e Ristorazione
---------------------------------------	------------------------	--

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	31,2%	90,6/100
Accoglienza	24,3%	92,5/100
Qualità Del Cibo	21,2%	87,8/100
Posizione	9,9%	92,8/100
Estetica	6,6%	84,9/100



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **31,2%** dei contenuti; segue l'**accoglienza**, con il **24,3%**, e la **qualità del cibo**, con il **21,2%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **5.500**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **56.300**.

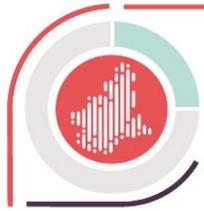
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Colline: Canali e Social

RISTORAZIONE

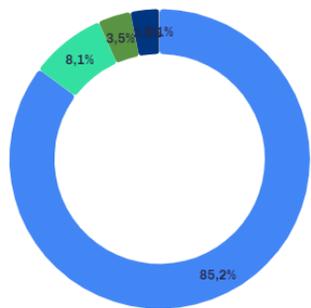
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Colline

COMPARTI
Locali e Ristorazione

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Google ● TripAdvisor ● TheFork
● Booking.com ● Facebook

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	85,2%	8,8/10	88,0/100
TripAdvisor	8,1%	8,5/10	85,7/100
TheFork	3,5%	9,1/10	91,2/100
Booking.com	3,1%	8,7/10	88,1/100
Facebook	0,1%	N.D.	93,6/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**85,2%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con l'**8,1%**, e **TheFork**, con il **3,5%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

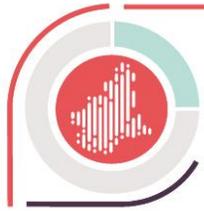
Colline

Attrazioni

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Colline: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Colline
 COMPARTI: Attrazioni

TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Attrazione	16,0%	329	27,6%	7,1k	89,3/100
2 Castello	5,1%	105	13,3%	3,4k	89,1/100
3 Chiesa	40,4%	831	11,3%	2,9k	91,8/100
4 Museo	9,9%	203	10,1%	2,6k	90,3/100
5 Parco	9,6%	197	7,9%	2,0k	85,8/100

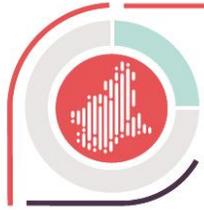
Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **2.500 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie attrattive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Chiese: 831;**
- **Attrazioni: 329;**
- **Musei: 203;**
- **Parchi: 197;**
- **Castelli: 105.**



www.datappeal.io





Colline: Cluster & Topic

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Colline

COMPARTI
Attrazioni

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

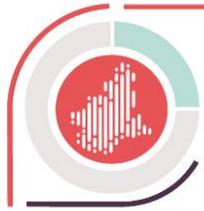
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	34,0%	94,9/100
Atmosfera	24,4%	92,8/100
Spazi	23,6%	85,8/100
Accoglienza	9,1%	91,0/100
Servizi	2,8%	88,3/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **34%** dei contenuti; segue l'**atmosfera**, con il **24,4%**, e gli **spazi**, con il **23,6%**.
- Il tema della **sicurezza** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **18**, con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **2.600**.



Colline: Canali e Social

ATTRAZIONI

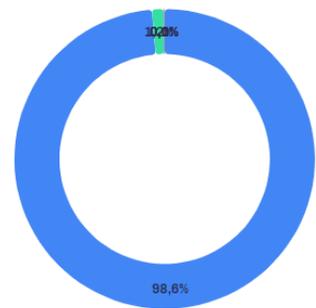
PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23

AREE: Colline

COMPARTI: Attrazioni

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



- Google
- TripAdvisor
- Booking.com
- Facebook
- Airbnb

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,7%	9,0/10	90,2/100
TripAdvisor	1,2%	8,2/10	83,2/100
Booking.com	0,1%	8,7/10	85,3/100
Facebook	0,0%	N.D.	100/100
Airbnb	0,0%	9,3/10	91,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98,7%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con l'**1,2%**, e **Booking**, con lo **0,1%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

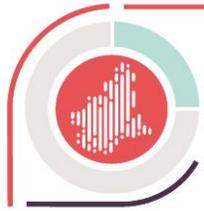
Focus Sentiment Analysis

Colline vs Italia

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Recensioni on-line e *sentiment* Colline vs Italia

COMPLESSIVO

PERIODO

01/01/23 - 31/12/23

AREE

Colline

PERIODO A CONFRONTO

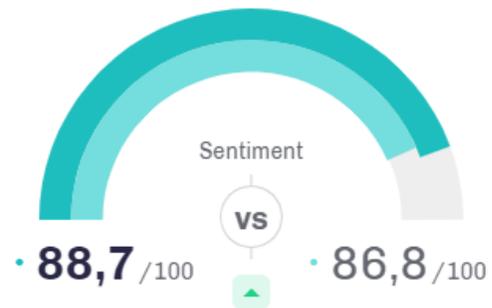
01/01/23 - 31/12/23

AREE A CONFRONTO

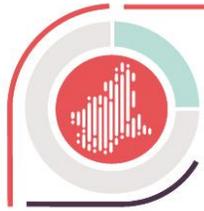
Italia

SENTIMENT

Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.

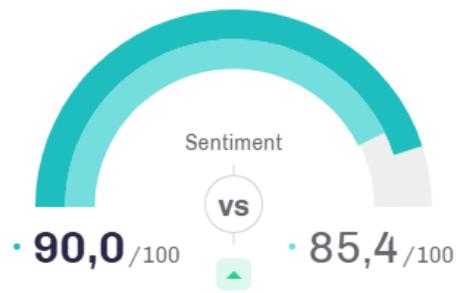


Il valore del *sentiment* delle **Colline** (+0,4) è maggiore rispetto all'**Italia**: **88,7/100** vs **86,8/100**.



Recensioni on-line e *sentiment* Colline vs Italia

RICETTIVITÀ



90/100 (+0,5) vs 85,4/100

RISTORAZIONE



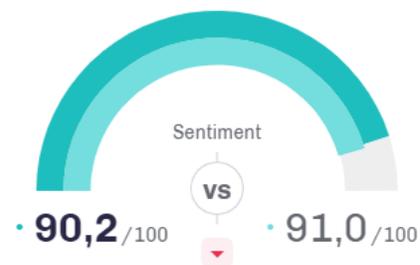
87,9/100 (+0,2) vs 86,6/100

AFFITTI BREVI



92,3/100 (+0,3) vs 90,3/100

ATTRAZIONI



90,2/100 (+0,5) vs 91/100



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Laghi

Complessivo

Anno 2023

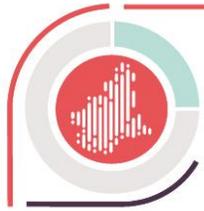
01/01/2023 – 31/12/2023

PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit
Piemonte
REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

UNIONCAMERE
PIEMONTE

REGIONE
PIEMONTE



Laghi: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

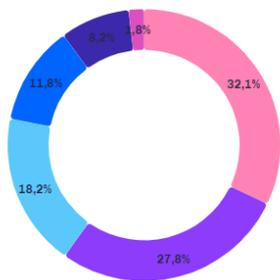
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Laghi

DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DEI POI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

Suddivisione percentuale e volume totale dei POI rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale POI **4,4k**



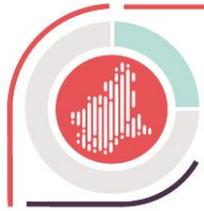
● Affitti Brevi ● Locali E Ristorazione
● Attrazioni ● Ricettività ● Trasporti
● Intrattenimento

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
🏠 Affitti Brevi	32,1%	1,4k	91,1/100
🍴 Locali E Ristorazione	27,8%	1,2k	85,6/100
🏛️ Attrazioni	18,2%	810	91,4/100
🏨 Ricettività	11,8%	525	85,4/100
🚗 Trasporti	8,2%	365	83,6/100
🎪 Intrattenimento	1,8%	81	86,7/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.400 punti di interesse:**

- **Affitti brevi: 1.400;**
- **Ristorazione: 1.200;**
- **Attrazioni: 810;**
- **Ricettività: 525.**





Laghi: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

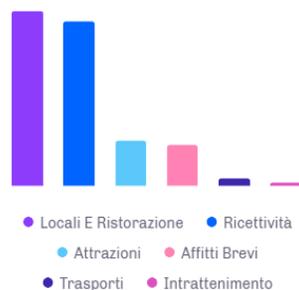
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Laghi

DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DELLE TRACCE DIGITALI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

Suddivisione percentuale e volume totale delle tracce digitali rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale tracce digitali **182,9k**

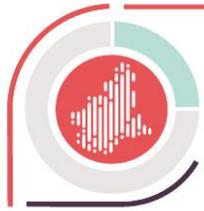


	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
☪ Locali E Ristorazione	39,7%	72,5k	85,6/100
🏠 Ricettività	37,4%	68,5k	85,4/100
🏛️ Attrazioni	10,6%	19,3k	91,4/100
🏠 Affitti Brevi	9,6%	17,5k	91,1/100
🚗 Trasporti	1,9%	3,5k	83,6/100
🎪 Intrattenimento	0,9%	1,6k	86,7/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **182.900 (+1%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 72.500 (-1,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 68.500 (-4,8%);**
- **Attrazioni: 19.300 (+19,9%);**
- **Affitti brevi: 17.500 (+19%).**





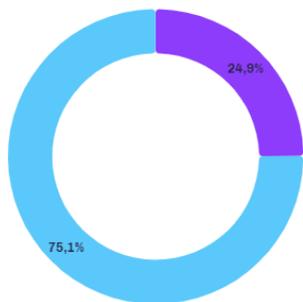
Laghi: Visitatori

COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23 AREE Laghi

PROVENIENZA VIAGGIATORI

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto alla provenienza dei viaggiatori.

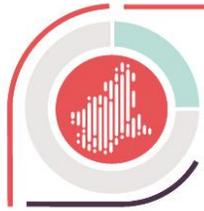


● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	24,9%	85,1/100
Germania	22,9%	84,8/100
Francia	15,0%	85,6/100
Svizzera	13,8%	84,6/100
Paesi Bassi	4,4%	84,3/100

Il **24,9%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Germania**, con il **22,9%**, e la **Francia**, con il **15%**.





Laghi: Tipologie di viaggio

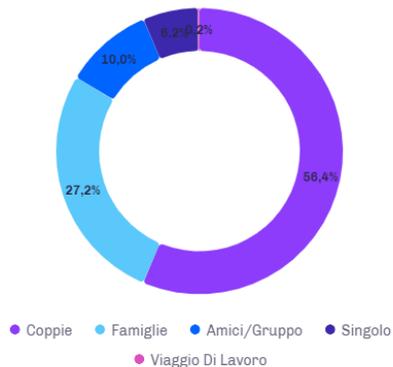
COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Laghi

TIPOLOGIA DI VIAGGIATORE

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto al tipo di viaggiatore.



	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	56,4%	85,6/100
Famiglie	27,2%	85,3/100
Amici/Gruppo	10,0%	85,3/100
Singolo	6,2%	84,4/100
Viaggio Di Lavoro	0,2%	79,5/100

Il **56,4%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **27,2%**, e gli **amici/gruppi**, con il **10%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

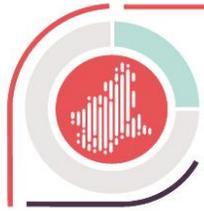
Laghi

Ricettività

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Laghi: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **525 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ricettive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Hotel: 232;**
- **B&B: 161;**
- **Campeggi: 52;**
- **Altri alloggi: 40;**
- **Ostelli: 3.**

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23 AREE Laghi COMPARTI Ricettività

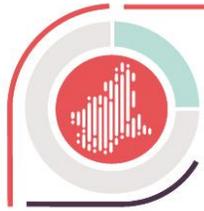
TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Hotel	44,5%	232	74,7%	51,2k	84,8/100
2 B & B	30,9%	161	14,1%	9,7k	89,9/100
3 Campeggi	10,0%	52	7,0%	4,8k	83,4/100
4 Altri Alloggi	7,7%	40	1,2%	823	85,5/100
5 Ostello	0,6%	3	1,0%	702	81,4/100

OTR DESTINATIONS www.datappeal.io CC BY ND

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Laghi: Cluster & Topic

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Laghi

COMPARTI
Ricettività

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Ristorazione	18,2%	87,8/100
Struttura	17,2%	89,9/100
Staff	17,1%	94,9/100
Camera	16,8%	71,9/100
Atmosfera	13,3%	89,8/100



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **18,2%** dei contenuti; segue la **struttura**, con il **17,2%**, e lo **staff**, con il **17,1%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **516**, con **giudizio negativo**; la **ristorazione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **15.200**.

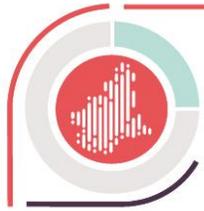
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Laghi: Canali e Social

RICETTIVITÀ

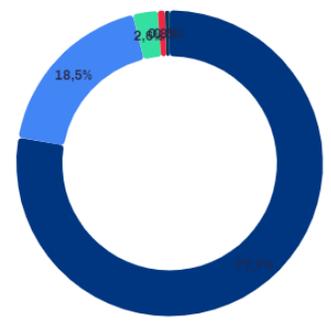
PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23

AREE: Laghi

COMPARTI: Ricettività

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Booking.com ● Google ● TripAdvisor
● Hotels.com ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	77,2%	8,4/10	84,8/100
Google	18,3%	8,8/10	88,3/100
TripAdvisor	2,6%	8,4/10	84,3/100
Hotels.com	0,8%	8,7/10	87,0/100
Expedia	0,5%	8,9/10	88,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **77,2%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **18,3%**, e **TripAdvisor**, con il **2,6%**.

DESTINATIONS Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

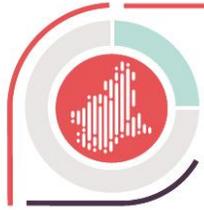
Laghi

Affitti Brevi

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Laghi: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

- Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.400 punti di interesse**; in particolare, le **tipologie** di strutture che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):
 - **Casa o appartamento: 989;**
 - **Affittacamere: 348;**
 - **Appartamento vacanze: 89.**

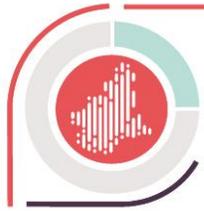
PERIODO	AREE	COMPARTI
01/01/23 - 31/12/23	Laghi	Affitti Brevi

TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI						
Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.						
		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Casa O Appartamento	69,4%	989	58,8%	10,3k	92,3/100
2	Affittacamere	24,4%	348	34,6%	6,0k	89,2/100
3	Appartamento Vacanze	6,2%	89	6,6%	1,2k	90,3/100

www.datappeal.io

DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Laghi: Cluster & Topic

AFFITTI BREVI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Laghi
 COMPARTI: Affitti Brevi

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	30,9%	91,4/100
Posizione	26,0%	95,9/100
Dotazioni	15,3%	83,6/100
Host	10,1%	94,9/100
Camere	10,0%	83,8/100



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **30,9%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **26%**, e le **dotazioni**, con il **15,3%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **230**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **6.500**.

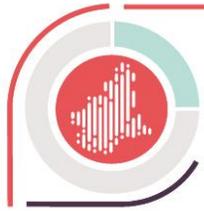
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Laghi: Canali e Social

AFFITTI BREVI

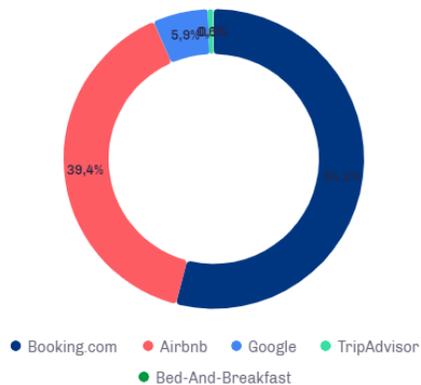
PERIODO
 01/01/23 - 31/12/23

AREE
 Laghi

COMPARTI
 Affitti Brevi

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	54,0%	8,8/10	88,4/100
Airbnb	39,4%	9,6/10	94,6/100
Google	5,9%	9,2/10	92,5/100
TripAdvisor	0,6%	9,0/10	90,0/100
Bed-And-Breakfast	0,1%	N.D.	N.D.

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **54%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **39,4%**, e **Google**, con il **5,9%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

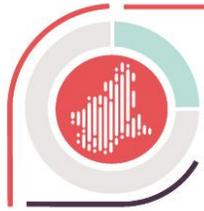
Laghi

Ristorazione

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Laghi: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Laghi

COMPARTI
Locali e Ristorazione

TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

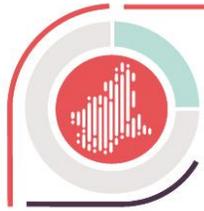
Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Ristorante	45,4%	490	57,5%	41,7k	85,8/100
2 Bar	26,8%	289	12,8%	9,3k	84,4/100
3 Pizzeria	6,2%	67	9,5%	6,9k	87,1/100
4 Caffè	8,2%	89	4,2%	3,0k	82,8/100
5 Gelateria	5,7%	62	3,8%	2,8k	88,7/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **1.200 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 490;**
- **Bar: 289;**
- **Caffè: 89;**
- **Pizzerie: 67;**
- **Gelaterie: 62.**





Laghi: Cluster & Topic

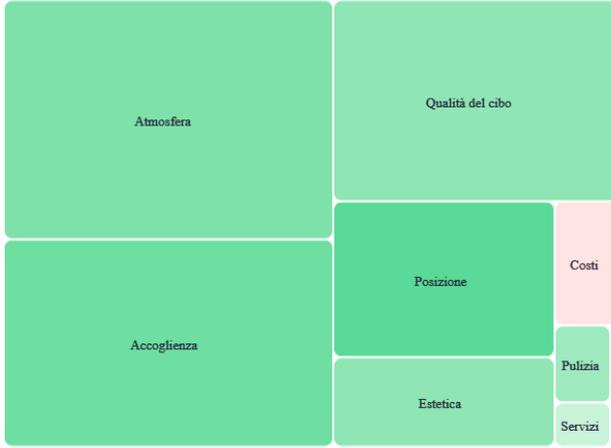
RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23	AREE Laghi	COMPARTI Locali e Ristorazione
---------------------------------------	----------------------	--

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	28,7%	87,5 /100
Accoglienza	24,9%	89,7 /100
Qualità Del Cibo	20,7%	84,5 /100
Posizione	12,6%	92,6 /100
Estetica	7,2%	83,7 /100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il 28,7% dei contenuti; segue l'accoglienza, con il 24,9%, e la qualità del cibo, con il 20,7%.
- Il tema dei costi presenta un numero maggiore di contenuti, 2.200, con giudizio negativo; l'atmosfera ha i maggiori contenuti positivi, 22.300.

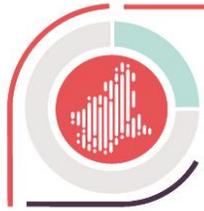


www.datappeal.io



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



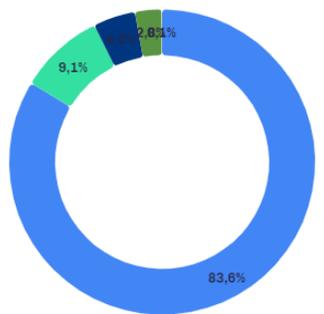
Laghi: Canali e Social

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23	AREE Laghi	COMPARTI Locali e Ristorazione
---------------------------------------	----------------------	--

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

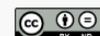
Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Google ● TripAdvisor ● Booking.com
● TheFork ● Hotels.com

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	83,5%	8,6/10	86,1/100
TripAdvisor	9,0%	8,0/10	81,0/100
Booking.com	4,5%	8,3/10	83,8/100
TheFork	2,8%	9,0/10	90,0/100
Hotels.com	0,1%	8,1/10	80,9/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**83,5%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **9%**, e **Booking**, con il **4,5%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Laghi

Attrazioni

Anno 2023

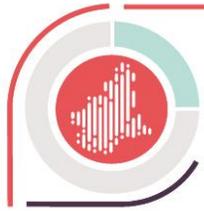
01/01/2023 – 31/12/2023

PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit
Piemonte
REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

UNIONCAMERE
PIEMONTE

REGIONE
PIEMONTE



Laghi: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Laghi

COMPARTI
Attrazioni

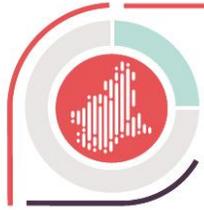
TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Attrazione	24,7%	134	24,8%	4,8k	91,3/100
2 Museo	8,7%	47	19,3%	3,7k	91,6/100
3 Parco	14,0%	76	10,7%	2,1k	90,9/100
4 Giardino Botanico	1,3%	7	9,9%	1,9k	93,6/100
5 Lago	5,0%	27	7,2%	1,4k	90,3/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **810 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie attrattive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Attrazioni: 134;**
- **Parchi: 76;**
- **Musei: 47;**
- **Laghi: 27;**
- **Giardini botanici: 7.**



Laghi: Cluster & Topic

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Laghi
 COMPARTI: Attrazioni

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	34,1%	95,7/100
Spazi	30,1%	88,8/100
Atmosfera	19,9%	92,0/100
Accoglienza	5,5%	88,1/100
Ristorazione	3,7%	77,6/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **34,1%** dei contenuti; seguono gli **spazi**, con il **30,1%**, e l'**atmosfera**, con il **19,9%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **119**, con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **2.100**.

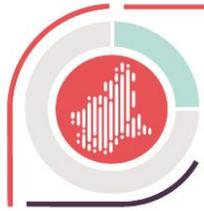
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datapeel.io





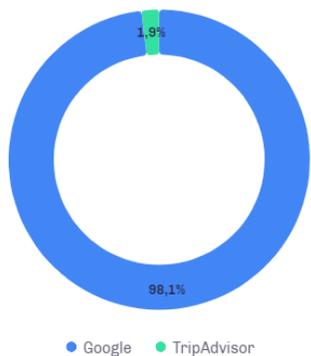
Laghi: Canali e Social

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
AREE: Laghi
COMPARTI: Attrazioni

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,1%	9,2/10	91,5/100
TripAdvisor	1,9%	8,6/10	86,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98,1%** dei contenuti; segue **TripAdvisor**, con l'**1,9%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

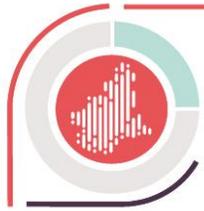
Focus Sentiment Analysis

Laghi vs Italia

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





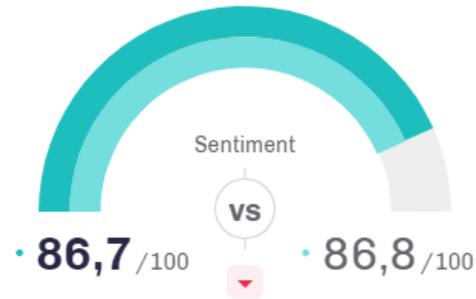
Recensioni on-line e *sentiment* Laghi vs Italia

COMPLESSIVO

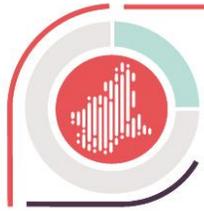
PERIODO 01/01/23 - 31/12/23	AREE Laghi
PERIODO A CONFRONTO 01/01/23 - 31/12/23	AREE A CONFRONTO Italia

SENTIMENT

Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.

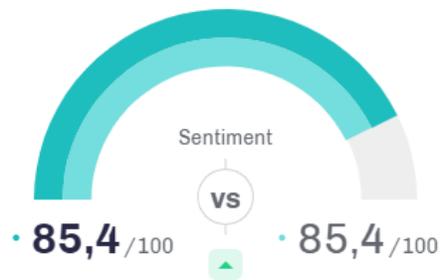


Il valore del *sentiment* dei **Laghi (+0,8)** è **inferiore** rispetto all'**Italia: 86,7/100 vs 86,8/100.**



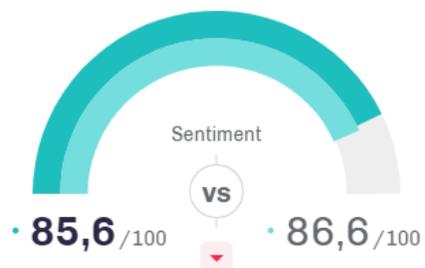
Recensioni on-line e *sentiment* Laghi vs Italia

RICETTIVITÀ



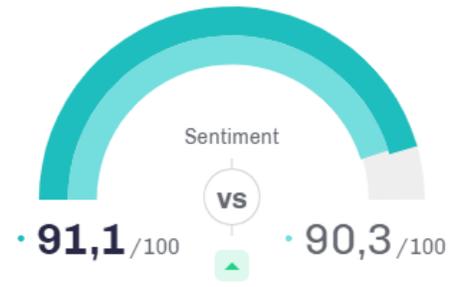
85,4/100 (+0,8) vs 85,4/100

RISTORAZIONE



85,6/100 (+0,7) vs 86,6/100

AFFITTI BREVI



91,1/100 (+0,4) vs 90,3/100

ATTRAZIONI



91,4/100 (=) vs 91/100



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

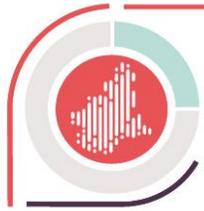
Montagne

Complessivo

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Montagne: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

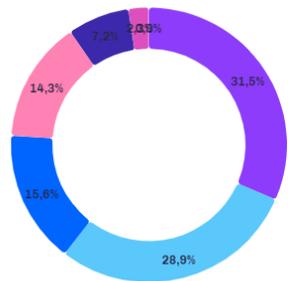
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Montagne

DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DEI POI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

Suddivisione percentuale e volume totale dei POI rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale POI **13,0k**

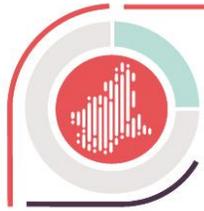


● Locali E Ristorazione ● Attrazioni
● Ricettività ● Affitti Brevi ● Trasporti
● Intrattenimento ● Agricoltura

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☪ Locali E Ristorazione	31,5%	4,1k	88,2/100
🏛️ Attrazioni	28,9%	3,8k	92,2/100
🏠 Ricettività	15,6%	2,0k	87,8/100
🏠 Affitti Brevi	14,3%	1,9k	91,5/100
🚗 Trasporti	7,2%	939	83,6/100
🎪 Intrattenimento	2,3%	305	88,1/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **13.000 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 4.100;**
- **Attrazioni: 3.800;**
- **Ricettività: 2.000;**
- **Affitti brevi: 1.900.**



Montagne: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

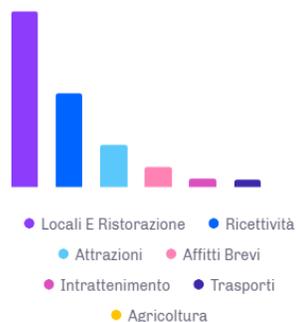
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Montagne

DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DELLE TRACCE DIGITALI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

Suddivisione percentuale e volume totale delle tracce digitali rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale tracce digitali **271,7k**

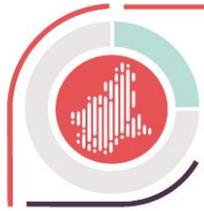


	Distribuzione tracce digitali (%)	Volume tracce digitali	Sentiment
☪ Locali E Ristorazione	49,8%	135,3k	88,2/100
🏠 Ricettività	27,0%	73,3k	87,8/100
🏛️ Attrazioni	12,2%	33,0k	92,2/100
🏠 Affitti Brevi	6,0%	16,4k	91,5/100
🎭 Intrattenimento	2,6%	7,1k	88,1/100
🚗 Trasporti	2,4%	6,6k	83,6/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **271.700 (+0,9%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 135.300 (-0,9%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 73.300 (+1,1%);**
- **Attrazioni: 33.000 (+7,6%);**
- **Affitti brevi: 16.400 (+4,1%).**





Montagne: **Visitatori**

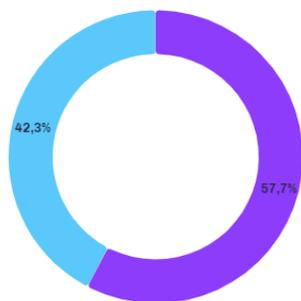
COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Montagne

PROVENIENZA VIAGGIATORI

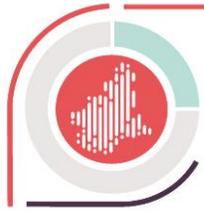
Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto alla provenienza dei viaggiatori.



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	57,7%	86,7/100
Francia	11,0%	88,3/100
Svizzera	7,4%	87,2/100
Germania	7,2%	87,4/100
Regno Unito	3,4%	86,1/100

Il **57,7%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con l'**11%**, e la **Svizzera**, con il **7,4%**.



Montagne: Tipologie di viaggio

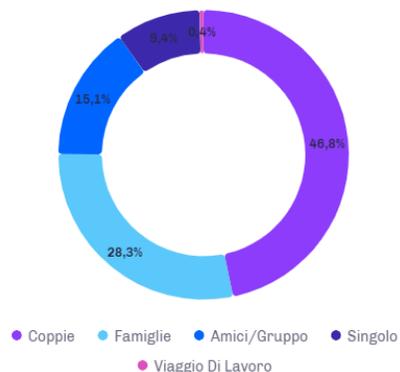
COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Montagne

TIPOLOGIA DI VIAGGIATORE

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto al tipo di viaggiatore.



	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	46,8%	87,7/100
Famiglie	28,3%	86,7/100
Amici/Gruppo	15,1%	86,4/100
Singolo	9,4%	87,4/100
Viaggio Di Lavoro	0,4%	80,5/100

Il **46,8%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **28,3%**, e gli **amici/gruppi**, con il **15,1%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

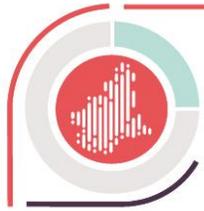
Montagne

Ricettività

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **2.000 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ricettive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Hotel: 598;**
- **B&B: 526;**
- **Agriturismi: 252;**
- **Rifugi: 248;**
- **Campeggi: 96.**

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

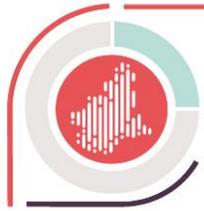
AREE
Montagne

COMPARTI
Ricettività

TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Hotel	29,7%	598	49,7%	36,4k	85,2/100
2 B & B	26,1%	526	22,6%	16,6k	92,0/100
3 Rifugio	12,3%	248	9,0%	6,6k	90,3/100
4 Agriturismo	12,5%	252	8,9%	6,5k	90,4/100
5 Campeggi	4,8%	96	4,5%	3,3k	84,4/100



Montagne: Cluster & Topic

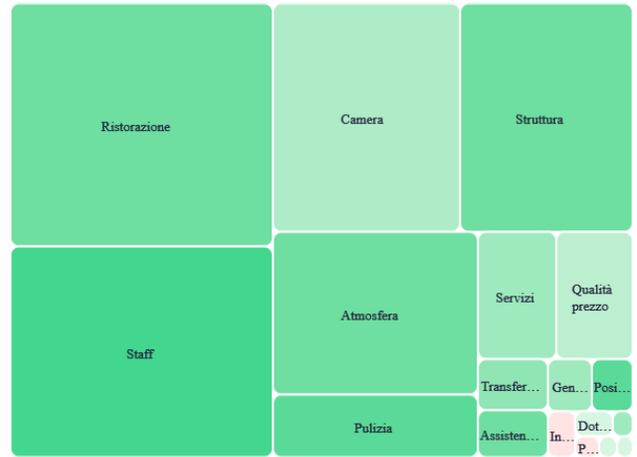
RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Montagne
 COMPARTI: Ricettività

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Ristorazione	22,5%	89,3/100
Staff	19,6%	94,1/100
Camera	15,0%	76,0/100
Struttura	13,9%	90,9/100
Atmosfera	11,7%	89,3/100



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **22,5%** dei contenuti; segue lo **staff**, con il **19,6%**, e la **camera**, con il **15%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **389**, con **giudizio negativo**; la **ristorazione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **19.300**.

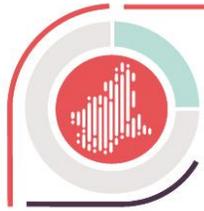
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Montagne: Canali e Social

RICETTIVITÀ

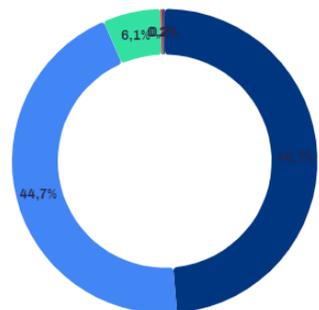
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Montagne

COMPARTI
Ricettività

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Booking.com ● Google ● TripAdvisor
● Hotels.com ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	48,5%	8,6/10	86,9/100
Google	44,5%	8,9/10	89,5/100
TripAdvisor	6,1%	8,3/10	83,5/100
Hotels.com	0,2%	8,9/10	89,2/100
Expedia	0,2%	8,2/10	82,5/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **48,5%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **44,5%**, e **TripAdvisor**, con il **6,1%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

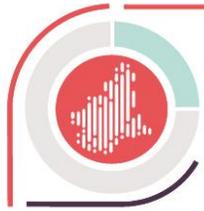
Montagne

Affitti Brevi

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.900 punti di interesse**; in particolare, le **tipologie** di strutture che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 1.300;**
- **Affittacamere: 428;**
- **Appartamento vacanze: 106.**

PERIODO
 01/01/23 - 31/12/23

AREE
 Montagne

COMPARTI
 Affitti Brevi

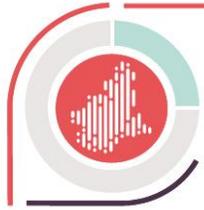
TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Casa O Appartamento	71,2%	1,3k	50,8%	8,3k	93,1/100
2 Affittacamere	23,1%	428	42,4%	6,9k	89,9/100
3 Appartamento Vacanze	5,7%	106	6,8%	1,1k	90,1/100

www.datappeal.io

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DAI DESTINATIONS



Montagne: Cluster & Topic

AFFITTI BREVI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
AREE: Montagne
COMPARTI: Affitti Brevi

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	25,3%	92,1/100
Posizione	22,4%	95,9/100
Dotazioni	15,3%	84,5/100
Camere	13,1%	87,2/100
Host	12,5%	95,3/100



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **25,3%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **22,4%**, e le **dotazioni**, con il **15,3%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **190**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **4.700**.

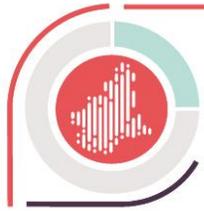
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





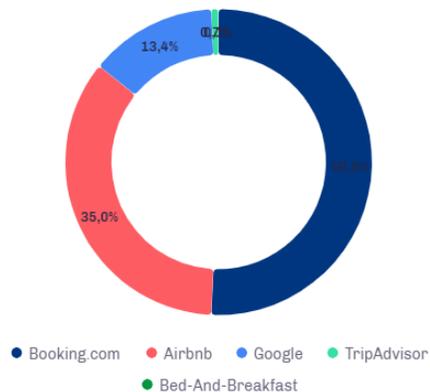
Montagne: Canali e Social

AFFITTI BREVI

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23	AREE Montagne	COMPARTI Affitti Brevi
---------------------------------------	-------------------------	----------------------------------

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	50,7%	8,8/10	88,6/100
Airbnb	35,0%	9,6/10	95,4/100
Google	13,4%	9,3/10	92,4/100
TripAdvisor	0,7%	8,5/10	84,7/100
Bed-And-Breakfast	0,1%	N.D.	N.D.

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **50,7%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **35%**, e **Google**, con il **13,4%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

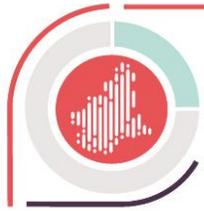
Montagne

Ristorazione

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Montagne
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

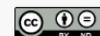
TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

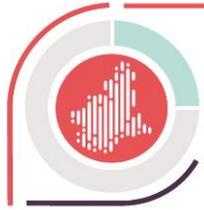
Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Ristorante	40,5%	1,5k	53,8%	72,8k	88,2/100
2	Bar	27,1%	1,0k	15,5%	21,0k	88,1/100
3	Pizzeria	9,8%	368	13,4%	18,1k	87,4/100
4	Caffè	7,3%	274	3,4%	4,6k	88,5/100
5	Gelateria	3,0%	112	2,7%	3,6k	90,4/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **4.100 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 1.500;**
- **Bar: 1.000;**
- **Pizzerie: 368;**
- **Caffè: 274;**
- **Gelaterie: 112.**





Montagne: Cluster & Topic

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Montagne

COMPARTI
Locali e Ristorazione

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

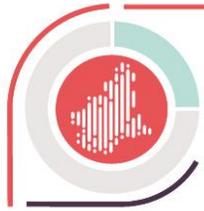
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	31,5%	90,5/100
Accoglienza	24,6%	92,3/100
Qualità Del Cibo	21,5%	87,5/100
Posizione	9,4%	91,9/100
Estetica	6,1%	85,6/100



- L'argomento **più discusso** è l'**atmosfera**, con il **31,5%** dei contenuti; segue l'**accoglienza**, con il **24,6%**, e la **qualità del cibo**, con il **21,5%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **4.000**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **38.300**.



Montagne: Canali e Social

RISTORAZIONE

PERIODO

01/01/23 - 31/12/23

AREE

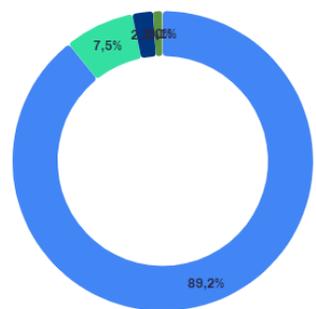
Montagne

COMPARTI

Locali e Ristorazione

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Google ● TripAdvisor ● Booking.com
● TheFork ● Facebook

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	89,2%	8,8/10	88,6/100
TripAdvisor	7,5%	8,3/10	83,6/100
Booking.com	2,2%	8,7/10	87,5/100
TheFork	1,0%	9,0/10	90,2/100
Facebook	0,1%	N.D.	93,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**89,2%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **7,5%**, e **Booking**, con il **2,2%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

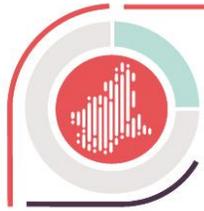
Montagne

Attrazioni

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **3.800 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie attrattive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Chiese: 757;**
- **Aree escursionistiche: 600;**
- **Attrazioni: 549;**
- **Musei: 265;**
- **Parchi: 252.**

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23	AREE Montagne	COMPARTI Attrazioni
---------------------------------------	-------------------------	-------------------------------

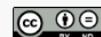
TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

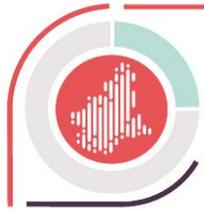
Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Attrazione	17,8%	549	38,6%	12,8k	92,0/100
2 Area Escursionistica	19,5%	600	10,2%	3,4k	92,3/100
3 Chiesa	24,6%	757	8,3%	2,7k	91,5/100
4 Parco	8,2%	252	8,1%	2,7k	90,7/100
5 Museo	8,6%	265	7,3%	2,4k	92,9/100



www.datappeal.io





Montagne: Cluster & Topic

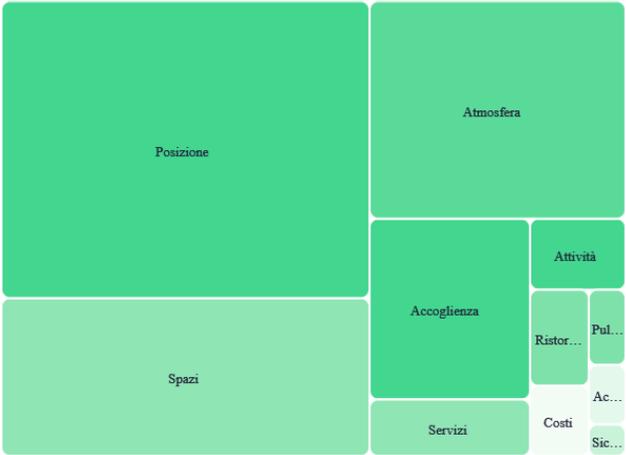
ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Montagne
 COMPARTI: Attrazioni

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	38,5%	94,2/100
Spazi	20,4%	83,9/100
Atmosfera	19,6%	93,1/100
Accoglienza	10,2%	95,3/100
Servizi	3,2%	82,5/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **38,5%** dei contenuti; seguono gli **spazi**, con il **20,4%**, e l'**atmosfera**, con il **19,6%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **163**, con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **4.300**.

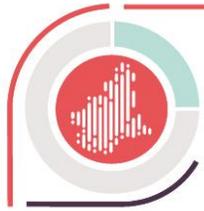
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Montagne: Canali e Social

ATTRAZIONI

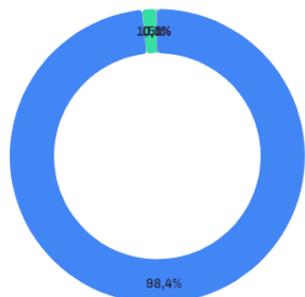
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Montagne

COMPARTI
Attrazioni

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Google ● TripAdvisor ● Facebook ● Airbnb
● Booking.com

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,4%	9,2/10	92,2/100
TripAdvisor	1,5%	9,1/10	90,1/100
Facebook	0,1%	N.D.	69,2/100
Airbnb	0,1%	9,9/10	99,4/100
Booking.com	0,0%	7,8/10	80,0/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98,4%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con l'**1,5%**, e **Facebook**, con lo **0,1%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

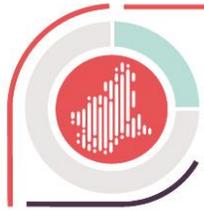
Focus Sentiment Analysis

Montagne vs Italia

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Recensioni on-line e *sentiment* Montagne vs Italia

COMPLESSIVO

PERIODO

01/01/23 - 31/12/23

AREE

Montagne

PERIODO A CONFRONTO

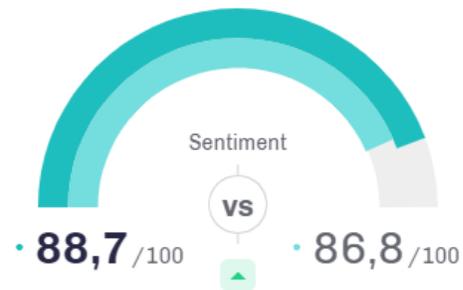
01/01/23 - 31/12/23

AREE A CONFRONTO

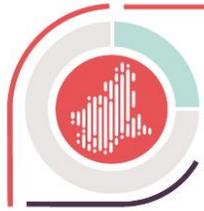
Italia

SENTIMENT

Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.



Il valore del *sentiment* delle **Montagne** (+0,1) è maggiore rispetto all'**Italia**: **88,7/100** vs **86,8/100**.



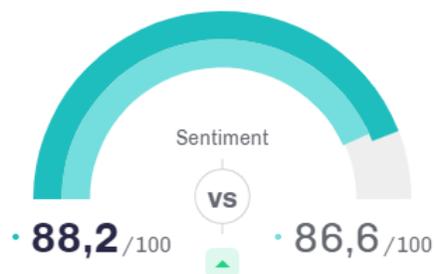
Recensioni on-line e *sentiment* Montagne vs Italia

RICETTIVITÀ



87,8/100 (+0,2) vs 85,4/100

RISTORAZIONE



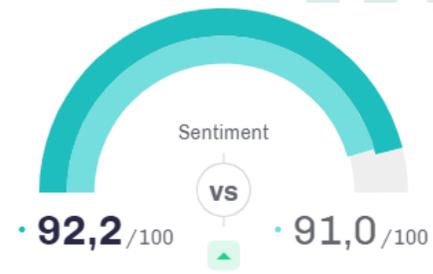
88,2/100 (=) vs 86,6/100

AFFITTI BREVI



91,5/100 (-0,2) vs 90,3/100

ATTRAZIONI



92,2/100 (=) vs 91/100



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

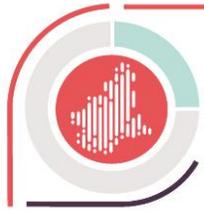
Torino e prima cintura

Complessivo

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Torino e prima cintura: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

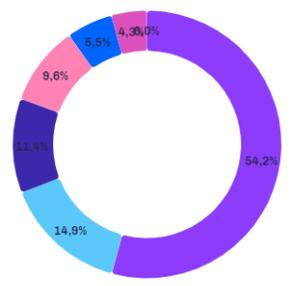
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Torino AM

DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DEI POI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

Suddivisione percentuale e volume totale dei POI rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale POI **18,0k**



● Locali E Ristorazione ● Attrazioni
● Trasporti ● Affitti Brevi ● Ricettività
● Intrattenimento ● Agricoltura

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☺ Locali E Ristorazione	54,2%	9,7k	86,4/100
🏛️ Attrazioni	14,9%	2,7k	91,5/100
🚗 Trasporti	11,4%	2,0k	81,1/100
🏠 Affitti Brevi	9,6%	1,7k	90,9/100
📅 Ricettività	5,5%	995	84,1/100
🎭 Intrattenimento	4,3%	766	85,6/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **18.000 punti di interesse:**

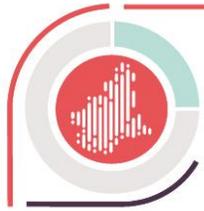
- **Ristorazione: 9.700;**
- **Attrazioni: 2.700;**
- **Affitti brevi: 1.700;**
- **Ricettività: 995.**

DESTINATIONS
Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Torino e prima cintura: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Torino AM

DISTRIBUZIONE DEL VOLUME DELLE TRACCE DIGITALI DA INDUSTRIE SELEZIONATE

Suddivisione percentuale e volume totale delle tracce digitali rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale tracce digitali **846,5k**

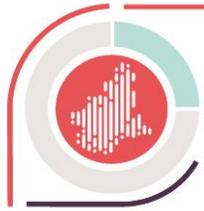


	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
☪ Locali E Ristorazione	60,4%	511,4k	86,4/100
🏠 Ricettività	19,8%	167,7k	84,1/100
🏛️ Attrazioni	11,4%	96,6k	91,5/100
🎪 Intrattenimento	3,2%	27,1k	85,6/100
🏠 Affitti Brevi	3,1%	26,5k	90,9/100
🚗 Trasporti	2,0%	17,3k	81,1/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **846.500 (+2%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 511.400 (+1,7%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 167.700 (+0,8%);**
- **Attrazioni: 96.600 (+7%);**
- **Affitti brevi: 26.500 (-12,6%).**





Torino e prima cintura: **Visitatori**

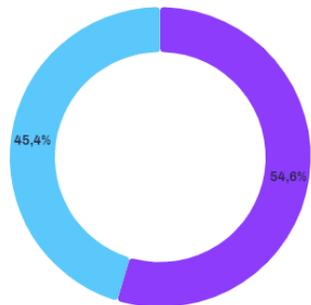
COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Torino AM

PROVENIENZA VIAGGIATORI

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto alla provenienza dei viaggiatori.

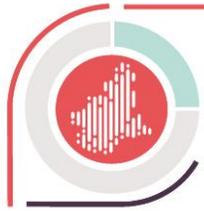


● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	54,6%	83,0/100
Francia	11,3%	84,1/100
Svizzera	5,1%	83,6/100
Germania	3,5%	83,5/100
Spagna	3,4%	83,1/100

Il **54,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con l'**11,3%**, e la **Svizzera**, con il **5,1%**.





Torino e prima cintura: **Tipologie di viaggio**

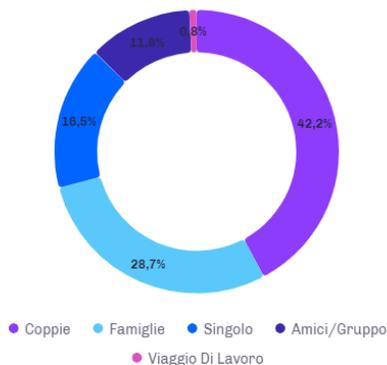
COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Torino AM

TIPOLOGIA DI VIAGGIATORE

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto al tipo di viaggiatore.



	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	42,2%	84,1/100
Famiglie	28,7%	83,9/100
Singolo	16,5%	83,2/100
Amici/Gruppo	11,8%	83,7/100
Viaggio Di Lavoro	0,8%	83,2/100

Il **42,2%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **28,7%**, e i **single**, con il **16,5%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

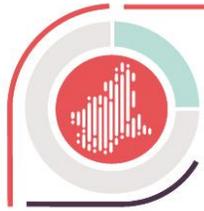
Torino e prima cintura

Ricettività

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Torino e prima cintura: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Torino AM

COMPARTI
Ricettività

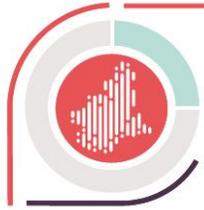
TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Hotel	36,4%	359	83,0%	139,2k	83,3/100
2 B & B	40,7%	401	11,5%	19,3k	88,1/100
3 Ostello	1,5%	15	2,3%	3,8k	85,5/100
4 Agriturismo	12,0%	118	2,0%	3,4k	89,2/100
5 Motel	0,2%	2	0,5%	778	85,2/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **995 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ricettive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **B&B: 401;**
- **Hotel: 359;**
- **Agriturismi: 118;**
- **Ostelli: 15;**
- **Motel: 2.**



Torino e prima cintura: Cluster & Topic

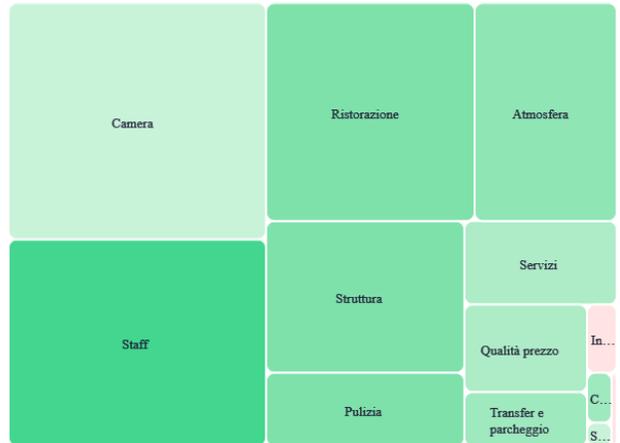
RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Torino AM
 COMPARTI: Ricettività

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Camera	22,6%	71,6/100
Staff	19,7%	94,7/100
Ristorazione	16,7%	87,2/100
Atmosfera	11,5%	84,2/100
Struttura	11,1%	87,2/100



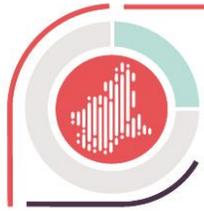
- L'argomento più discusso è la **camera**, con il **22,6%** dei contenuti; segue lo **staff**, con il **19,7%**, e la **ristorazione**, con il **16,7%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **1.200**, con **giudizio negativo**; la **camera** ha i maggiori contenuti **positivi, 38.100**.

DESTINATIONS
Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Torino e prima cintura: Canali e Social

RICETTIVITÀ

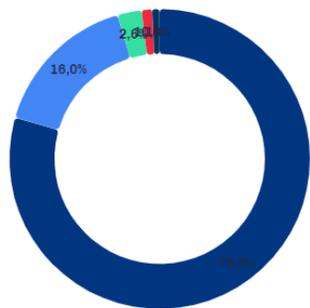
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Torino AM

COMPARTI
Ricettività

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Booking.com ● Google ● TripAdvisor
● Hotels.com ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	78,7%	8,3/10	83,3/100
Google	15,9%	8,7/10	87,3/100
TripAdvisor	2,6%	8,3/10	84,0/100
Hotels.com	1,1%	8,8/10	88,0/100
Expedia	0,8%	8,8/10	87,5/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **78,7%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **15,9%**, e **TripAdvisor**, con il **2,6%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

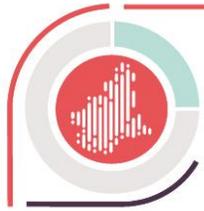
Torino e prima cintura

Affitti Brevi

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Torino e prima cintura: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Torino AM
 COMPARTI: Affitti Brevi

TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Casa O Appartamento	68,7%	1,2k	61,4%	16,3k	93,4/100
2	Affittacamere	24,5%	423	30,2%	8,0k	86,4/100
3	Appartamento Vacanze	6,9%	119	8,3%	2,2k	89,0/100

- Il monitoraggio della rete del comparto degli affitti brevi si riferisce a **1.700 punti di interesse**; in particolare, le **tipologie** di strutture che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):
 - **Casa o appartamento: 1.200;**
 - **Affittacamere: 423;**
 - **Appartamento vacanze: 119.**

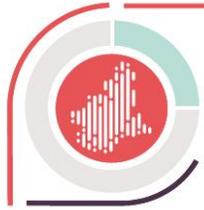


www.datappeal.io



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Torino e prima cintura: Cluster & Topic

AFFITTI BREVI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
AREE: Torino AM
COMPARTI: Affitti Brevi

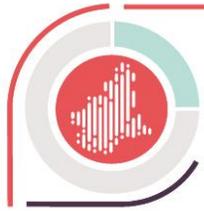
ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	25,3%	90,6/100
Posizione	24,7%	95,8/100
Camere	14,4%	85,6/100
Dotazioni	12,8%	78,8/100
Pulizia	10,6%	91,9/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il 25,3% dei contenuti; segue la posizione, con il 24,7%, e le camere, con il 14,4%.
- Il tema di internet presenta un numero maggiore di contenuti, 234, con giudizio negativo; l'atmosfera ha i maggiori contenuti positivi, 8.300.

DESTINATIONS
Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Torino e prima cintura: **Canali e Social**

AFFITTI BREVI

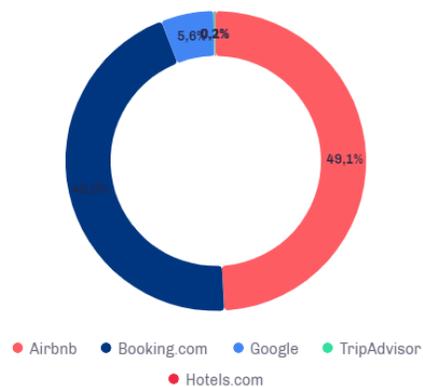
PERIODO
 01/01/23 - 31/12/23

AREE
 Torino AM

COMPARTI
 Affitti Brevi

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Airbnb	49,0%	9,6/10	95,4/100
Booking.com	45,0%	8,6/10	86,2/100
Google	5,6%	9,0/10	90,0/100
TripAdvisor	0,2%	8,8/10	88,2/100
Hotels.com	0,1%	9,8/10	97,5/100

Le recensioni online sono maggiori su **Airbnb**, con il **49%** dei contenuti; seguono **Booking**, con il **45%**, e **Google**, con il **5,6%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

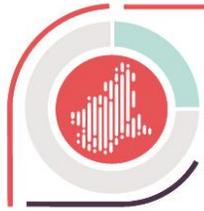
Torino e prima cintura

Ristorazione

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Torino e prima cintura: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Torino AM

COMPARTI
Locali e Ristorazione

TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

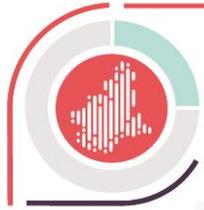
Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Ristorante	32,5%	2,7k	47,1%	240,7k	86,9/100
2	Pizzeria	11,1%	918	16,9%	86,6k	86,5/100
3	Bar	24,9%	2,1k	8,8%	45,0k	85,4/100
4	Gelateria	4,0%	328	4,0%	20,5k	88,2/100
5	Caffè	11,2%	930	3,7%	19,1k	84,7/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **9.700 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 2.700;**
- **Bar: 2.100;**
- **Caffè: 930;**
- **Pizzerie: 918;**
- **Gelaterie: 328.**





Torino e prima cintura: Cluster & Topic

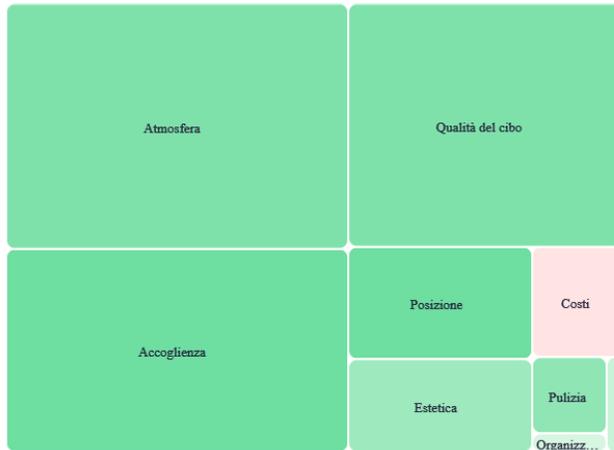
RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/23 - 31/12/23	AREE Torino AM	COMPARTI Locali e Ristorazione
---------------------------------------	--------------------------	--

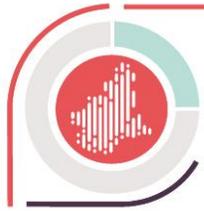
ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	30,4%	88,0/100
Accoglienza	25,1%	90,8/100
Qualità Del Cibo	24,1%	85,6/100
Posizione	7,4%	89,1/100
Estetica	6,2%	80,6/100



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **30,4%** dei contenuti; segue l'**accoglienza**, con il **25,1%**, e la **qualità del cibo**, con il **24,1%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **15.900**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **137.700**.



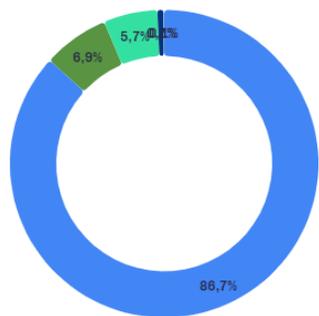
Torino e prima cintura: **Canali e Social**

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Torino AM
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

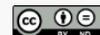
Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Google ● TheFork ● TripAdvisor
 ● Booking.com ● Facebook

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	86,7%	8,6/10	86,5/100
TheFork	6,9%	8,9/10	88,9/100
TripAdvisor	5,7%	8,1/10	81,6/100
Booking.com	0,7%	8,4/10	85,0/100
Facebook	0,1%	N.D.	85,9/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**86,7%** dei contenuti; seguono **TheFork**, con il **6,9%**, e **TripAdvisor**, con il **5,7%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

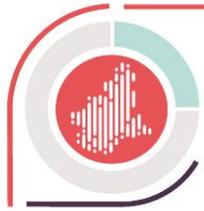
Torino e prima cintura

Attrazioni

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Torino e prima cintura: **Tipologie di comparto più popolari**

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
AREE: Torino AM
COMPARTI: Attrazioni

TIPOLOGIE DI COMPARTO PIÙ POPOLARI

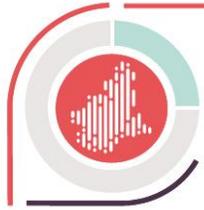
Le tipologie di comparto più apprezzate in base a volume delle tracce digitali e Sentiment medio.

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Museo	9,5%	189	30,8%	29,8k	92,3/100
2	Attrazione	11,4%	226	29,1%	28,1k	92,8/100
3	Parco	20,1%	399	13,7%	13,3k	89,0/100
4	Chiesa	28,7%	572	5,2%	5,1k	90,7/100
5	Basilica	0,1%	2	3,2%	3,1k	95,0/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **2.700 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie attrattive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Chiese: 572;**
- **Parchi: 399;**
- **Attrazioni: 226;**
- **Musei: 189;**
- **Basiliche: 2.**





Torino e prima cintura: Cluster & Topic

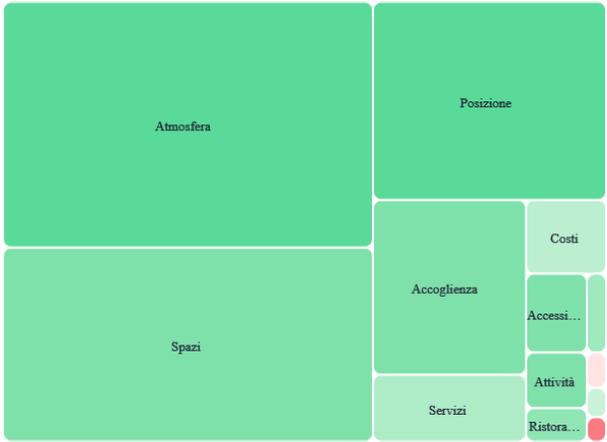
ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/23 - 31/12/23
 AREE: Torino AM
 COMPARTI: Attrazioni

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	34,3%	91,5/100
Spazi	27,1%	86,8/100
Posizione	17,4%	93,7/100
Accoglienza	10,1%	85,7/100
Servizi	3,9%	77,8/100



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **34,3%** dei contenuti; seguono gli **spazi**, con il **27,1%**, e la **posizione**, con il **17,4%**.
- Il tema della **sicurezza** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **76**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **10.400**.

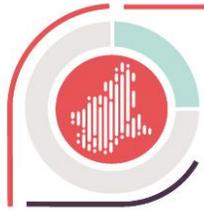
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Torino e prima cintura: **Canali e Social**

ATTRAZIONI

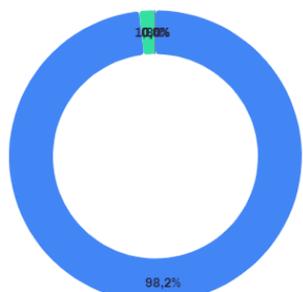
PERIODO
01/01/23 - 31/12/23

AREE
Torino AM

COMPARTI
Attrazioni

TOP 5 CANALI DI RECENSIONE ONLINE

Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Google ● TripAdvisor ● Facebook
● Foursquare ● Yelp

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,2%	9,2/10	91,6/100
TripAdvisor	1,8%	8,7/10	86,3/100
Facebook	0,0%	N.D.	100/100
Foursquare	0,0%	N.D.	100/100
Yelp	0,0%	6,0/10	70,6/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98,2%** dei contenuti; segue **TripAdvisor**, con l'**1,8%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

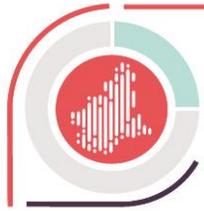
Focus Sentiment Analysis

Torino e prima cintura vs Italia

Anno 2023

01/01/2023 – 31/12/2023





Recensioni on-line e *sentiment* Torino e prima cintura vs Italia

COMPLESSIVO

PERIODO

01/01/23 - 31/12/23

AREE

Torino AM

PERIODO A CONFRONTO

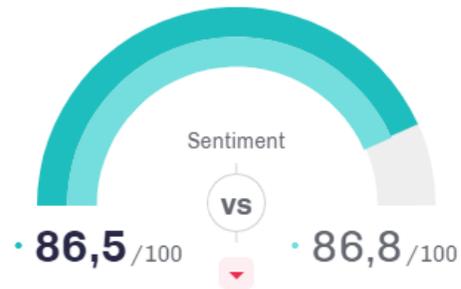
01/01/23 - 31/12/23

AREE A CONFRONTO

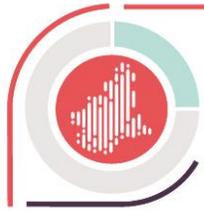
Italia

SENTIMENT

Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.

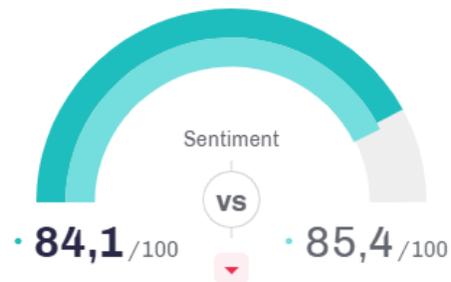


Il valore del *sentiment* di **Torino e prima cintura (+0,4)** è **inferiore** rispetto all'Italia: **86,5/100 vs 86,8/100**.



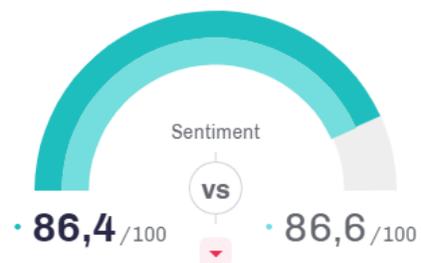
Recensioni on-line e *sentiment* Torino e prima cintura vs Italia

RICETTIVITÀ



84,1/100 (+0,8) vs 85,4/100

RISTORAZIONE



86,4/100 (+0,4) vs 86,6/100

AFFITTI BREVI



90,9/100 (-0,4) vs 90,3/100

ATTRAZIONI



91,5/100 (+0,5) vs 91/100



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE



REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

osservatorio.turismo@visitpiemonte.com

Visit Piemonte

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

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

P.IVA 09693360019