



OSSERVATORIO  
TURISTICO  
DELLA REGIONE  
PIEMONTE

# Monitoraggio recensioni online **ATL Piemonte**

**Consuntivo 2025**  
**01/01/2025 – 31/12/2025**

*Torino, 20 gennaio 2026*



ECCELLENZA  
PIEMONTE



REGIONE  
PIEMONTE



## Perimetro di analisi

**PARAMETRI E DIMENSIONI DI ANALISI:** punti di interesse e recensioni online unitamente al *sentiment* del prodotto turistico delle **ATL** del **Piemonte** (**Alexala, Cuneese, Distretto dei Laghi, Langhe Monferrato Roero, Terre dell'Alto Piemonte e Turismo Torino e Provincia**).

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 l'**analisi semantica**;
- per ogni comparto, **sentiment analysis** relativamente all'area oggetto di confronto.

Lo studio si riferisce al seguente intervallo di tempo:

- **01/01/2025 – 31/12/2025 (Consuntivo 2025)**.



# **ATL Piemonte**

## ***Executive Summary***

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***





## Punti di Interesse – Tracce digitali

COMPLESSIVO

ATL	Punti Interesse	Tracce Digitali
Alexala	5.300	107.300 (-23,2%)
Cuneese	5.900	108.200 (-18,5%)
Distretto dei Laghi	5.600	161.700 (-12,3%)
Langhe Monferrato Roero	7.200	159.600 (-17,3%)
Terre dell'Alto Piemonte	6.800	138.500 (-22,1%)
Turismo Torino e Provincia	24.500	858.700 (-14,1%)

- **Turismo Torino e Provincia** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **24.500**; seguono le **Langhe Monferrato Roero**, con **7.200**;
- **Turismo Torino e Provincia** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **858.700**; segue il **Distretto dei Laghi**, con **161.700**;
- Tutte le **ATL** registrano un **calo** del numero di tracce digitali in confronto all'anno precedente.



## Sentiment Analysis

COMPLESSIVO

ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	86,3/100 (+0,7)	86,2/100
Cuneese	88,4/100 (+0,4)	86,2/100
Distretto dei Laghi	86,1/100 (+0,2)	86,2/100
Langhe Monferrato Roero	89,4/100 (+0,3)	86,2/100
Terre dell'Alto Piemonte	85,7/100 (+0,3)	86,2/100
Turismo Torino e Provincia	86,1/100 (+0,4)	86,2/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **ATL: 89,4/100**; segue il **Cuneese**, con **88,4/100**;
- Tutte le **ATL** registrano una **crescita** in confronto all'anno precedente, con **Alexala** che rileva il maggior aumento: **+0,7**; seguono il **Cuneese** e **Turismo Torino e Provincia**, **+0,4** per entrambe;
- I valori del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero**, del **Cuneese** e di **Alexala** sono **superiori** rispetto all'**Italia**, **86,2/100**: rispettivamente, **89,4/100**, **88,4/100** e **86,3/100**.



## Punti di Interesse – Tracce digitali

### RICETTIVITÀ

ATL	Punti Interesse	Tracce Digitali
Alexala	737	25.700 (-9,5%)
Cuneese	904	29.100 (-2,5%)
Distretto dei Laghi	912	65.800 (-5,5%)
Langhe Monferrato Roero	1.300	49.100 (-3,2%)
Terre dell'Alto Piemonte	707	28.400 (-4,4%)
Turismo Torino e Provincia	1.900	177.200 (-3,3%)

- **Turismo Torino e Provincia** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **1.900**; seguono le **Langhe Monferrato Roero**, con **1.300**;
- **Turismo Torino e Provincia** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **177.200**; segue il **Distretto dei Laghi**, **65.800**;
- Tutte le **ATL** registrano un **calo** del numero di tracce digitali in confronto all'anno precedente.



## Sentiment Analysis

### RICETTIVITÀ

ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	86,9/100 (+0,1)	84,2/100
Cuneese	88,2/100 (=)	84,2/100
Distretto dei Laghi	84,7/100 (+0,4)	84,2/100
Langhe Monferrato Roero	89,5/100 (+0,1)	84,2/100
Terre dell'Alto Piemonte	85,3/100 (+0,6)	84,2/100
Turismo Torino e Provincia	82,7/100 (+0,2)	84,2/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **ATL: 89,5/100**; segue il **Cuneese**, con **88,2/100**;
- Tutte le **ATL** registrano una **crescita** in confronto all'anno precedente (ad eccezione del **Cuneese** che rileva lo stesso valore), con **Terre dell'Alto Piemonte** e **Distretto dei Laghi** che rilevano il maggior aumento: rispettivamente, **+0,6** e **+0,4**;
- I valori del **sentiment** di tutte le **ATL** sono **superiori** rispetto all'**Italia, 84,2/100**, ad eccezione di **Turismo Torino e Provincia: 82,7/100**.



## Punti di Interesse – Tracce digitali

### AFFITTI BREVI

ATL	Punti Interesse	Tracce Digitali
Alexala	431	5.200 (-10,7%)
Cuneese	545	6.600 (+1,4%)
Distretto dei Laghi	1.600	18.600 (-11,8%)
Langhe Monferrato Roero	1.200	17.800 (-3,3%)
Terre dell'Alto Piemonte	479	7.300 (+6,6%)
Turismo Torino e Provincia	2.300	41.400 (-12,5%)

- **Turismo Torino e Provincia** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **2.300**; segue il **Distretto dei Laghi**, con **1.600**;
- **Turismo Torino e Provincia** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **41.400**; segue il **Distretto dei Laghi**, **18.600**;
- Tutte le **ATL** registrano un **calo** del numero di tracce digitali in confronto all'anno precedente, ad eccezione delle **Terre dell'Alto Piemonte**, **+6,6%**, e del **Cuneese**, **+1,4%**.



# Sentiment Analysis

## AFFITTI BREVI

ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	90,4/100 (+0,8)	87,8/100
Cuneese	90,8/100 (+0,1)	87,8/100
Distretto dei Laghi	90,6/100 (+0,5)	87,8/100
Langhe Monferrato Roero	92,1/100 (+0,7)	87,8/100
Terre dell'Alto Piemonte	88,2/100 (-0,9)	87,8/100
Turismo Torino e Provincia	89/100 (-0,5)	87,8/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **ATL: 92,1/100**; segue il **Cuneese**, con **90,8/100**;
- **Alexala** registra la **crescita** maggiore in confronto all'anno precedente: **+0,8**; seguono le **Langhe Monferrato Roero**: **+0,7**;
- I valori del **sentiment** di tutte le **ATL** sono **superiori** rispetto all'**Italia: 87,8/100**.



## Punti di Interesse – Tracce digitali

### RISTORAZIONE

ATL	Punti Interesse	Tracce Digitali
Alexala	2.300	64.100 (-29%)
Cuneese	2.400	59.300 (-27,2%)
Distretto dei Laghi	1.500	53.500 (-25%)
Langhe Monferrato Roero	2.500	74.600 (-26,8%)
Terre dell'Alto Piemonte	3.100	80.200 (-31%)
Turismo Torino e Provincia	12.300	510.700 (-23,1%)

- **Turismo Torino e Provincia** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **12.300**; seguono le **Terre dell'Alto Piemonte**, con **3.100**;
- **Turismo Torino e Provincia** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **510.700**; seguono le **Terre dell'Alto Piemonte**, **80.200**;
- Tutte le **ATL** registrano un **calo** del numero di tracce digitali in confronto all'anno precedente.



## Sentiment Analysis

## RISTORAZIONE

ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	86,1/100 (+0,8)	86,6/100
Cuneese	88,4/100 (+0,6)	86,6/100
Distretto dei Laghi	84,9/100 (-0,5)	86,6/100
Langhe Monferrato Roero	88,9/100 (+0,4)	86,6/100
Terre dell'Alto Piemonte	85,2/100 (-0,1)	86,6/100
Turismo Torino e Provincia	86,5/100 (+0,7)	86,6/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **ATL: 88,9/100**; segue il **Cuneese**, con **88,4/100**;
- **Alexala** e **Turismo Torino e Provincia** registrano la **crescita** maggiore in confronto all'anno precedente: rispettivamente, **+0,8**, e **+0,7**;
- I valori del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero (88,9/100)**, del **Cuneese (88,4/100)** sono **superiori** rispetto all'**Italia, 86,6/100**.



## Punti di Interesse – Tracce digitali

### ATTRAZIONI

ATL	Punti Interesse	Tracce Digitali
Alexala	997	5.700 (-7,9%)
Cuneese	1.300	9.000 (-9,5%)
Distretto dei Laghi	1.100	19.200 (+9,5%)
Langhe Monferrato Roero	1.100	10.000 (-6,2%)
Terre dell'Alto Piemonte	1.500	12.300 (-4%)
Turismo Torino e Provincia	4.300	83.600 (-10,8%)

- **Turismo Torino e Provincia** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **4.300**; seguono le **Terre dell'Alto Piemonte**, con **1.500**;
- **Turismo Torino e Provincia** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **83.600**; seguono il **Distretto dei Laghi**, **19.200**;
- Tutte le **ATL** registrano un **calo** del numero di tracce digitali in confronto all'anno precedente, ad eccezione del **Distretto dei Laghi**: **+9,5%**.



ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	87,8/100 (=)	89,6/100
Cuneese	89,9/100 (-0,2)	89,6/100
Distretto dei Laghi	90,9/100 (+0,3)	89,6/100
Langhe Monferrato Roero	88,3/100 (-0,5)	89,6/100
Terre dell'Alto Piemonte	89,7/100 (+0,8)	89,6/100
Turismo Torino e Provincia	90,1/100 (-0,3)	89,6/100

- Il **Distretto dei Laghi** rileva un parametro maggiore rispetto alle altre **ATL**: **90,9/100**; segue **Turismo Torino e Provincia**, con **90,1/100**;
- **Terre dell'Alto Piemonte** e **Distretto dei Laghi**, rilevano la **crescita** maggiore in confronto all'anno precedente: rispettivamente, **+0,8**, e **+0,3**;
- I valori del **sentiment** del **Distretto dei Laghi** (**90,9/100**), di **Turismo Torino e Provincia** (**90,1/100**), del **Cuneese** (**89,9/100**), e delle **Terre dell'Alto Piemonte** (**89,7/100**) sono **superiori** rispetto all'**Italia**, **89,6/100**.



## Provenienza viaggiatori

Provenienza viaggiatori		
ATL	% Italia	Paese Estero
Alexala	46,7%	Francia (11,4%)
Cuneese	66,3%	Francia (14,7%)
Distretto dei Laghi	30,0%	Svizzera (16,6%)
Langhe Monferrato Roero	55,9%	Svizzera (11,1%)
Terre dell'Alto Piemonte	63,2%	Francia (7,3%)
Turismo Torino e Provincia	57,1%	Francia (11,2%)

- Il **Cuneese** registra la percentuale più alta di **visitatori italiani: 66,3%**;
- Nel **Distretto dei Laghi**, si registra la percentuale più alta di recensioni pubblicate da turisti stranieri: **16,6%**, provenienti dalla **Svizzera**.



## Tipologie di viaggio

Tipologie di Viaggio	
<b>Alexala</b>	Coppie (47,4%) - Famiglie (26,4%)
<b>Cuneese</b>	Coppie (47,1%) - Famiglie (22,6%)
<b>Distretto dei Laghi</b>	Coppie (55,5%) - Famiglie (25,8%)
<b>Langhe Monferrato Roero</b>	Coppie (57,9%) - Famiglie (19,3%)
<b>Terre dell'Alto Piemonte</b>	Coppie (40,1%) - Famiglie (26,5%)
<b>Turismo Torino e Provincia</b>	Coppie (40,6%) - Famiglie (26,7%)

- Le recensioni sono redatte principalmente da **coppie** e **famiglie**;
- Tra le **coppie**, spicca il **57,9%** registrato nelle **Langhe Monferrato Roero**;
- Tra le **famiglie**, il valore più alto si rileva a **Turismo Torino e Provincia: 26,7%**.





## Analisi semantica – Giudizi positivi

Analisi semantica						
	Alexala	Cuneese	Distretto dei Laghi	Langhe Monferrato Roero	Terre dell'Alto Piemonte	Turismo Torino e Provincia
Comparto	Giudizio Positivo	Giudizio Positivo	Giudizio Positivo	Giudizio Positivo	Giudizio Positivo	Giudizio Positivo
<b>Ricettività</b>	Posizione (6.300)	Posizione (7.200)	Posizione (24.100)	Posizione (14.400)	Posizione (5.800)	Posizione (50.800)
<b>Affitti Brevi</b>	Ospitalità (2.100)	Ospitalità (2.500)	Posizione (9.700)	Ospitalità (7.400)	Camera (2.400)	Posizione (18.300)
<b>Ristorazione</b>	Cibo (28.000)	Cibo (27.900)	Cibo (28.500)	Cibo (38.600)	Cibo (33.700)	Cibo (237.500)
<b>Attrazioni</b>	Attività culturali (1.300)	Attività culturali (2.200)	Posizione (3.500)	Attività culturali (2.200)	Attività culturali (2.200)	Attività culturali (23.400)

In tutti i **comparti** variano gli **argomenti** che possiedono **giudizi positivi\*** e **negativi\***:

- Per i **giudizi positivi**:
- **Posizione** nella **ricettività**;
- **Ospitalità** negli **affitti brevi** (ad eccezione del **Distretto dei Laghi** e di **Turismo Torino e Provincia** dove emerge la **posizione**, e delle **Terre dell'Alto Piemonte** dove si evidenzia la **camera**);
- **Cibo** nella **ristorazione**;
- **Attività culturali** nelle **attrazioni** (ad eccezione del **Distretto dei Laghi** dove emerge la **posizione**).

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



## Analisi semantica – Giudizi negativi

Analisi semantica						
	Alexala	Cuneese	Distretto dei Laghi	Langhe Monferrato Roero	Terre dell'Alto Piemonte	Turismo Torino e Provincia
Comparto	Giudizio Negativo	Giudizio Negativo	Giudizio Negativo	Giudizio Negativo	Giudizio Negativo	Giudizio Negativo
<b>Ricettività</b>	Servizi igienici (720)	Servizi igienici (859)	Costi (4.500)	Servizi igienici (1.400)	Servizi igienici (932)	Servizi igienici (8.500)
<b>Affitti Brevi</b>	-	-	-	-	Servizi igienici (225)	Servizi igienici (1.600)
<b>Ristorazione</b>	Pulizia (2.300)	-	-	-	Tempi di attesa (3.200)	Tempi di attesa (19.000)
<b>Attrazioni</b>	Pulizia (230)	Pulizia (276)	Costi (705)	Pulizia (270)	Pulizia (362)	Costi (1.900)

- Per i **giudizi negativi\***:
- **Servizi igienici** nella **ricettività** (ad eccezione del **Distretto dei Laghi** dove emergono i **costi**) e negli **affitti brevi** (in quest'ultimo caso solo nelle **Terre dell'Alto Piemonte** e **Turismo Torino e Provincia**);
- **Pulizia** e **tempi di attesa** nella **ristorazione** (solo nel caso di **Alexala**, **Terre dell'Alto Piemonte** e **Turismo Torino e Provincia**);
- **Pulizia** e **costi** nelle **attrazioni**.

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



## Canali e Social

### Canali e Social

Comparto	Alexala	Cuneese	Distretto dei Laghi	Langhe Monferrato Roero	Terre dell'Alto Piemonte	Turismo Torino e Provincia
<b>Ricettività</b>	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google
<b>Affitti Brevi</b>	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb
<b>Ristorazione</b>	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - The Fork
<b>Attrazioni</b>	Google - TripAdvisor	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**.



# Alexala

**Complessivo**

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***





# Alexala: Distribuzione del volume dei POI

**COMPLESSIVO**

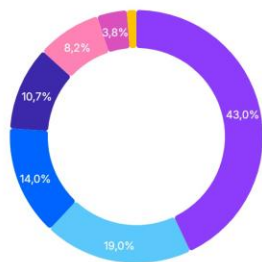
Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Alexala

### Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **5,3k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
🏠 Locali e Ristorazione	43,0%	2,3k	86,1/100
🏰 Attrazioni	19,0%	997	87,8/100
🏨 Ricettività	14,0%	737	86,9/100
🚗 Trasporti	10,7%	564	78,5/100
🏠 Affitti Brevi	8,2%	431	90,4/100
🎪 Intrattenimento	3,8%	200	83,8/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **5.300 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 2.300;**
- **Attrazioni: 997;**
- **Ricettività: 737;**
- **Affitti brevi: 431.**





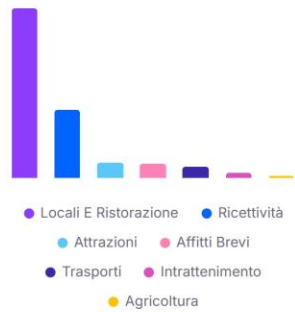
# Alexala: Distribuzione del volume delle tracce digitali

**COMPLESSIVO**

Periodo: 01/01/25 - 31/12/25  
Località: Alexala

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 **107,3k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
☪ Locali e Ristorazione	59,8%	64,1k	86,1/100
🏠 Ricettività	24,0%	25,7k	86,9/100
🏛️ Attrazioni	5,3%	5,7k	87,8/100
🏠 Affitti Brevi	4,8%	5,2k	90,4/100
🚗 Trasporti	4,0%	4,3k	78,5/100
🎪 Intrattenimento	1,6%	1,7k	83,8/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **107.300 (-23,2%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 64.100 (-29%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 25.700 (-9,5%);**
- **Attrazioni: 5.700 (-7,9%);**
- **Affitti brevi: 5.200 (-10,7%).**





# Alexala: Provenienza viaggiatori

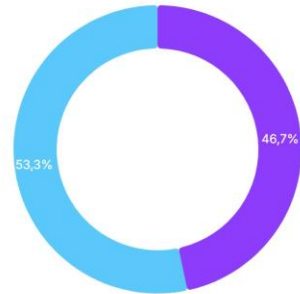
COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Alexala

## Provenienza viaggiatori

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



● Domestic ● No\_domestic

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	46,7%	86,5/100
Francia	11,4%	85,0/100
Svizzera	8,6%	85,7/100
Germania	6,4%	86,5/100
Paesi Bassi	3,0%	86,3/100

Il **46,7%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con l'**11,4%**, e la **Svizzera**, con l'**8,6%**.



# Alexala: Tipologie di viaggio

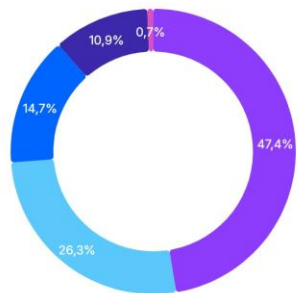
COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Alexala

## Tipologia di viaggiatore

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



● Coppie ● Famiglie ● Singolo ● Amici/Gruppo ● Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
👤 Coppie	47,4%	86,6/100
❤️ Famiglie	26,4%	85,4/100
👤 Singolo	14,7%	85,4/100
👥 Amici/Gruppo	10,9%	86,5/100
👜 Viaggio di lavoro	0,7%	81,8/100

Il **47,4%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **26,4%**, e i **single**, con il **14,7%**.



**Alexala**

**Ricettività**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***





# Alexala: Tipologie di comparto più popolari

## RICETTIVITÀ

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Alexala

Industria/Categoria  
Ricettività + Altri 15

### 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	14,6%	108	38,7%	10,0k	82,9/100
2	B & B	26,1%	194	20,8%	5,4k	89,6/100
3	Agriturismo	24,3%	180	16,4%	4,2k	89,8/100
4	Villetta	15,4%	114	9,7%	2,5k	90,7/100
5	Altri alloggi	8,1%	60	6,0%	1,5k	88,9/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **737 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: 194;**
- **Agriturismi: 180;**
- **Villette: 114;**
- **Hotel: 108;**
- **Altri alloggi: 60.**





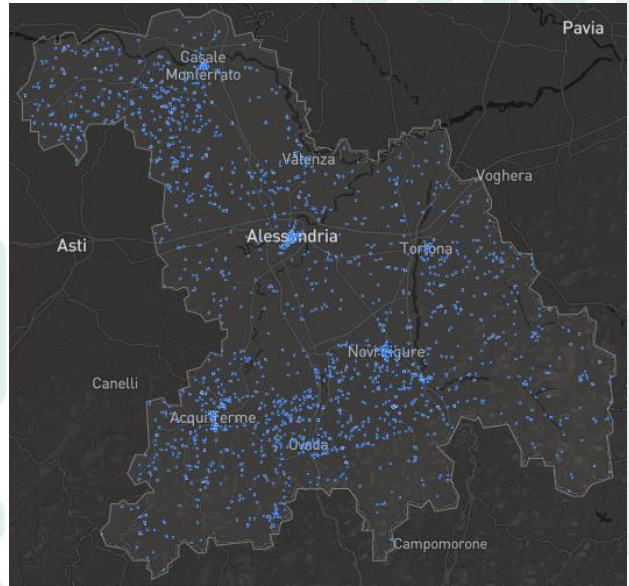
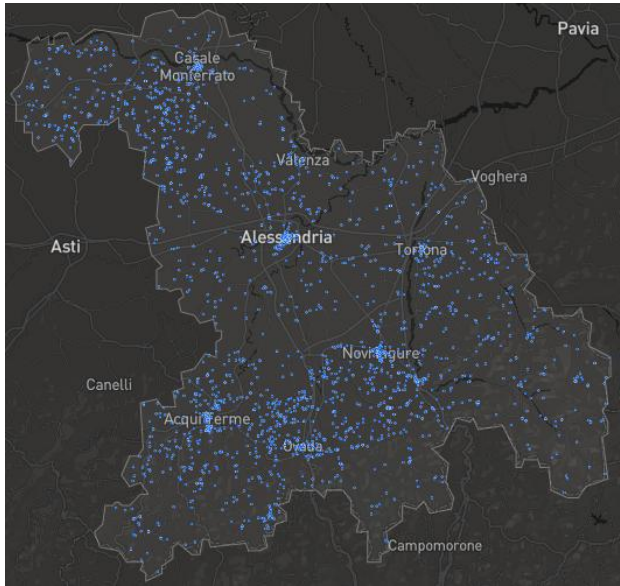
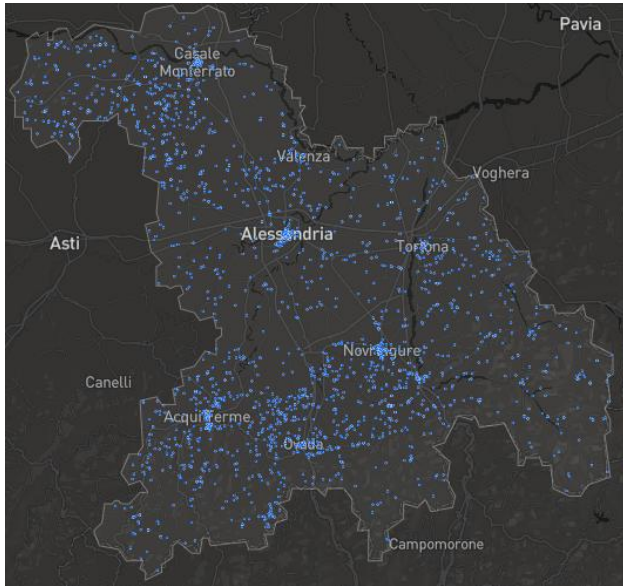
# Alexala: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

RICETTIVITÀ

2025



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



# Alexala: Analisi semantica

## RICETTIVITÀ

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Ospitalità</b>	Accoglienza calorosa e personale gentile, un'esperienza da ripetere con piacere.	<b>Servizi igienici</b>	Bagni da migliorare, con problemi di pressione e mancanza di accessori.
<b>Posizione</b>	Posizione centrale e tranquilla, ideale per esplorare la città e i dintorni.		
<b>Personale</b>	Personale professionale e disponibile, sempre pronto a soddisfare ogni esigenza.		



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (6.300 tracce digitali e un *sentiment* dell'82/100), l'**ospitalità** (5.300 tracce digitali e un *sentiment* del 90/100) e il **personale** (5.100 tracce digitali e un *sentiment* dell'85/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **servizi igienici** (720 tracce digitali e un *sentiment* del 52/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (6.300 tracce digitali), la **camera** (5.600) e l'**ospitalità** (5.300).



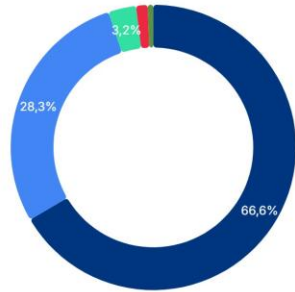
# Alexala: Canali e Social

## RICETTIVITÀ

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Alexala	<b>Industria/Categoria</b> Ricettività + Altri 15
---------------------------------------	----------------------------	--

### Top 5 canali di recensione online

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



● Booking
 ● Google
 ● Tripadvisor
 ● Hotels
 ● Thefork

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
booking	65,8%	8,8/10	85,8/100
google	28,0%	9,1/10	89,8/100
tripadvisor	3,1%	8,9/10	87,1/100
hotels	1,3%	8,7/10	77,3/100
thefork	0,6%	9,6/10	94,9/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **65,8%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **28%**, e **TripAdvisor**, con il **3,1%**.





**Alexala**

**Affitti Brevi**

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***





# Alexala: Tipologie di comparto più popolari

## AFFITTI BREVI

Periodo: 01/01/25 - 31/12/25  
 Località: Alexala  
 Industria/Categoria: Affitti Brevi + Altri 2

### 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 Appartamento vacanze	30,6%	132	45,1%	2,3k	91,0/100
2 Casa o Appartamento	45,5%	196	30,4%	1,6k	92,1/100
3 Affittacamere	23,9%	103	24,6%	1,3k	87,1/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **431 punti di interesse**; in particolare, le **prime 3 tipologie di affitti brevi** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 196;**
- **Appartamento vacanze: 132;**
- **Affittacamere: 103.**



www.datapeel.io





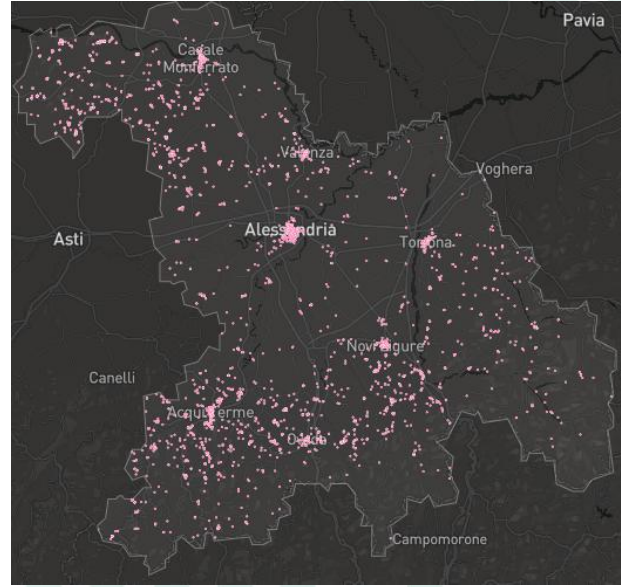
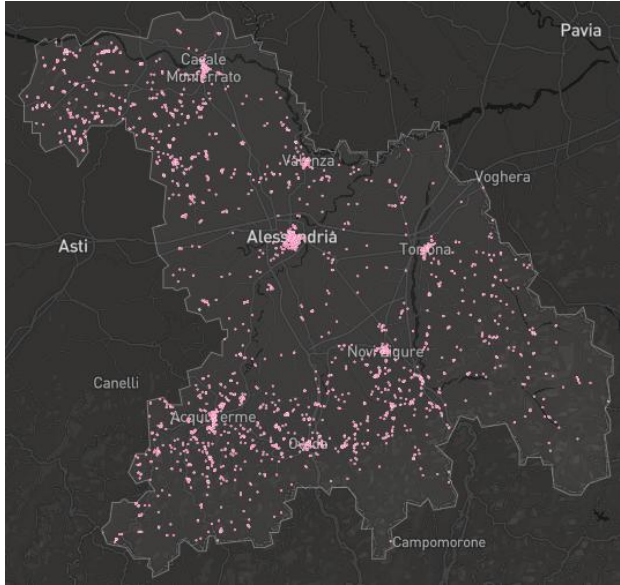
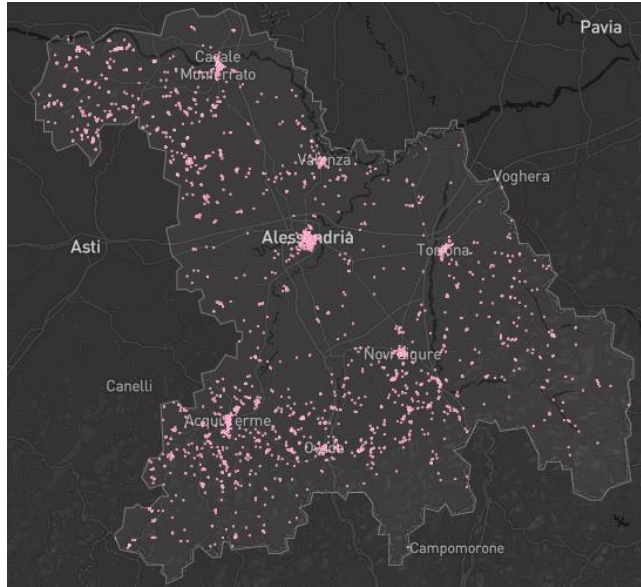
# Alexala: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

AFFITTI BREVI

2025



AI DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



# Alexala: Analisi semantica

## AFFITTI BREVI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Ospitalità</b>	Accoglienza calorosa e disponibilità dei proprietari, sempre attenti alle esigenze degli ospiti.		
<b>Posizione</b>	Posizione centrale e panoramica, ideale per esplorare la bellezza del territorio.		
<b>Camera</b>	Camere spaziose, pulite e ben arredate, perfette per un soggiorno confortevole.		



- Gli **aspetti positivi** sono l'**ospitalità** (2.100 tracce digitali e un **sentiment** del **91/100**), la **posizione** (1.600 tracce digitali e un **sentiment** dell'**85/100**) e la **camera** (1.600 tracce digitali e un **sentiment** dell'**80/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono l'**ospitalità** (2.100 tracce digitali), la **posizione** e la **camera** (1.600).



# Alexala: Canali e Social

## AFFITTI BREVI

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Alexala	<b>Industria/Categoria</b> Affitti Brevi + Altri 2
---------------------------------------	----------------------------	---

### Top 5 canali di recensione online

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



Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **58,4%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **21,3%**, e **Google**, con il **18,1%**.

DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





# Alexala

## Ristorazione

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***





# Alexala: Tipologie di comparto più popolari

## RISTORAZIONE

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Alexala

Industria/Categoria  
Locali e Ristorazione + Altri 34

### 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	34,3%	774	55,3%	35,5k	87,6/100
2 Pizzeria	10,0%	226	13,8%	8,9k	87,0/100
3 Bar	23,8%	538	9,9%	6,3k	84,8/100
4 Fast food	1,4%	31	5,1%	3,2k	73,2/100
5 Caffè	6,0%	135	2,7%	1,8k	82,2/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **2.300 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: 774;**
- **Bar: 538;**
- **Pizzerie: 226;**
- **Caffè: 135;**
- **Fast food: 31.**





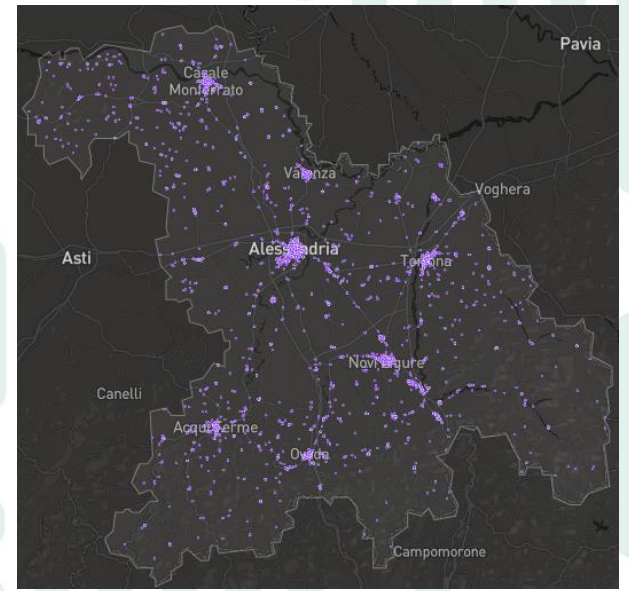
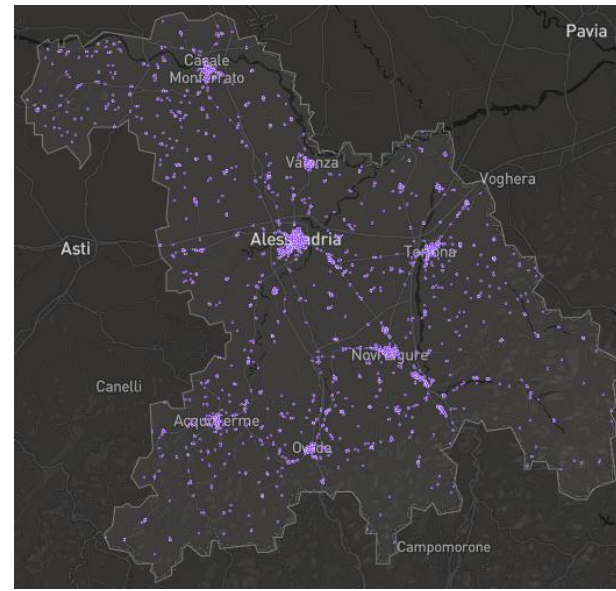
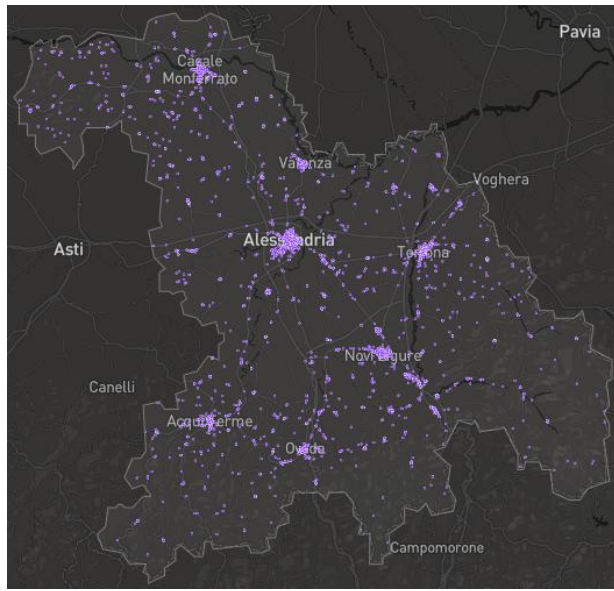
# Alexala: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

RISTORAZIONE

2025



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



# Alexala: Analisi semantica

## RISTORAZIONE

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Cibo</b>	Cucina tipica di alta qualità, piatti freschi e saporiti da provare.	<b>Pulizia</b>	Locale ben curato e pulito, igiene e ordine sempre garantiti.
<b>Personale</b>	Personale professionale e disponibile, sempre attento alle esigenze dei clienti.		
<b>Ospitalità</b>	Accoglienza calorosa e personale gentile, un'esperienza familiare e piacevole.		



- Gli **aspetti positivi** sono il **cibo** (28.000 tracce digitali e un **sentiment** dell'81/100), il **personale** (14.800 tracce digitali e un **sentiment** del 79/100) e l'**ospitalità** (8.800 tracce digitali e un **sentiment** dell'86/100).
- Tra gli **aspetti negativi** è presente la **pulizia** (2.300 tracce digitali e un **sentiment** del 64/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo** (28.000 tracce digitali), il **personale** (14.800) e l'**atmosfera** (9.400).



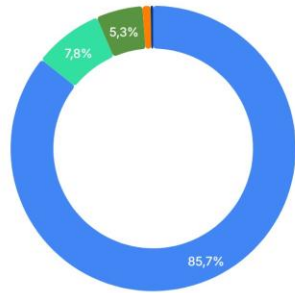
# Alexala: Canali e Social

## RISTORAZIONE

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Alexala	<b>Industria/Categoria</b> Locali e Ristorazione + Altri 34
---------------------------------------	----------------------------	--

### 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 ● Justeat ● Booking

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
google	85,6%	8,7/10	86,1/100
tripadvisor	7,8%	8,5/10	83,1/100
thefork	5,3%	9,1/10	90,7/100
justeat	0,9%	9,2/10	90,1/100
booking	0,3%	8,4/10	81,4/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con **l'85,6%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **7,8%**, e **TheFork**, con il **5,3%**.



**Alexala**

**Attrazioni**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***





# Alexala: Tipologie di comparto più popolari

## ATTRAZIONI

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Alexala

Industria/Categoria  
Attrazioni + Altri 58

### 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	14,1%	141	27,5%	1,6k	86,5/100
2 Chiesa	31,1%	310	14,2%	802	87,4/100
3 Museo	7,3%	73	11,7%	658	92,7/100
4 Punto di riferimento	7,3%	73	9,5%	535	89,0/100
5 Parco	7,9%	79	6,0%	337	81,2/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **997 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: 310;**
- **Attrazioni: 141;**
- **Parchi: 79;**
- **Musei: 73;**
- **Punti di riferimento: 73.**





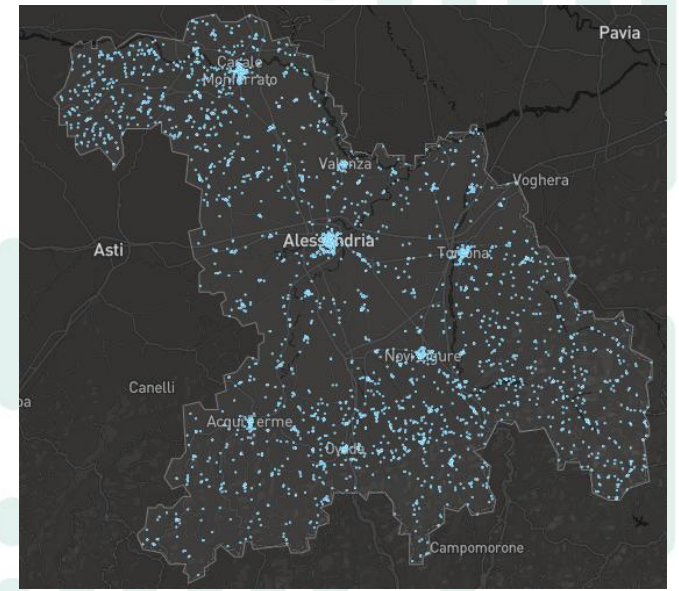
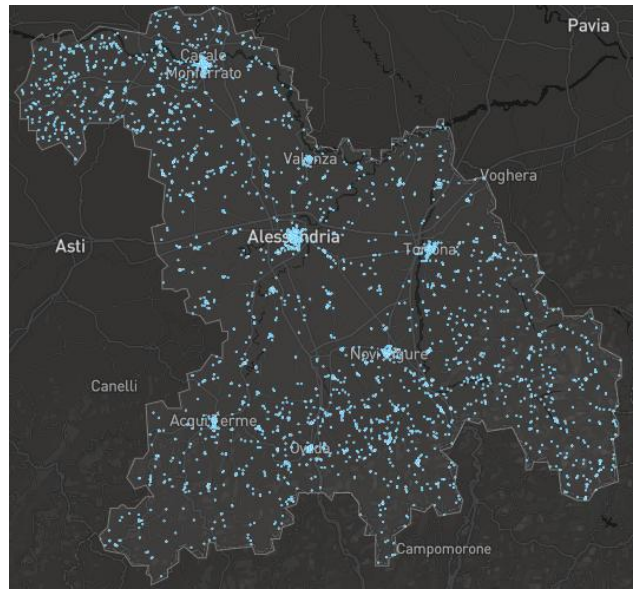
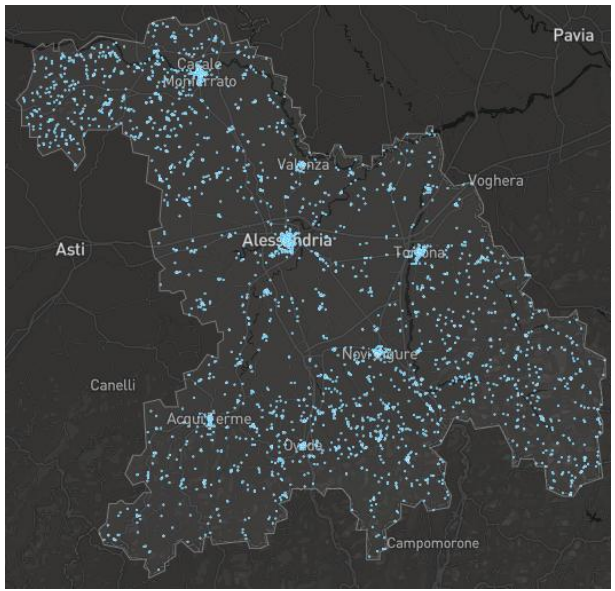
# Alexala: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

ATTRAZIONI

2025



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



# Alexala: Analisi semantica

## ATTRAZIONI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Attività culturali</b>	Visite storiche affascinanti, opere d'arte e musei ricchi di significato.	<b>Pulizia</b>	Necessità di migliorare la manutenzione e la pulizia in diverse aree.
<b>Posizione</b>	Posizioni panoramiche e accessibili, con attrazioni storiche e naturali da esplorare.		
<b>Atmosfera</b>	Luoghi suggestivi e accoglienti, ideali per relax e passeggiate tranquille.		



- Gli **aspetti positivi** sono le **attività culturali** (1.300 tracce digitali e un **sentiment** dell'**81/100**), la **posizione** (850 tracce digitali e un **sentiment** del **76/100**) e l'**atmosfera** (424 tracce digitali e un **sentiment** del **79/100**).
- Tra gli **aspetti negativi** è presente la **pulizia** (230 tracce digitali e un **sentiment** del **53/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono le **attività culturali** (1.300 tracce digitali), la **posizione** (850) e l'**atmosfera** (424).



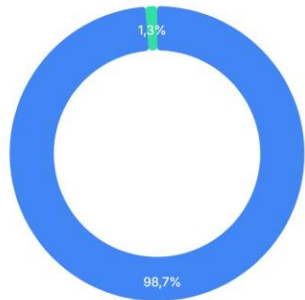
# Alexala: Canali e Social

## ATTRAZIONI

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Alexala	<b>Industria/Categoria</b> Attrazioni + Altri 58
---------------------------------------	----------------------------	---

### 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

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
google	98,7%	9,0/10	88,0/100
tripadvisor	1,3%	7,9/10	74,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98,7%** dei contenuti; segue **TripAdvisor**, con l'**1,3%**.



# Focus **Sentiment Analysis**

**Alexala vs Italia**

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Recensioni on-line e *sentiment* Alexala vs Italia

COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Alexala

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Piemonte

Benchmark  
Italia

## Sentiment

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



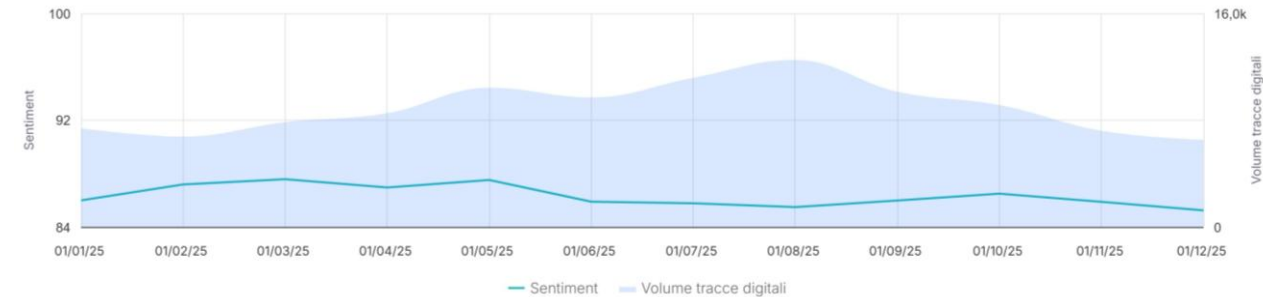
www.datappeal.io



Il valore del *sentiment* di **Alexala (+0,7)** è superiore rispetto all'**Italia: 86,3/100 vs 86,2/100.**

## Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





## Recensioni on-line e *sentiment* Alexala vs Italia

### RICETTIVITÀ



86,9/100 (+0,1) vs 84,2/100

### RISTORAZIONE



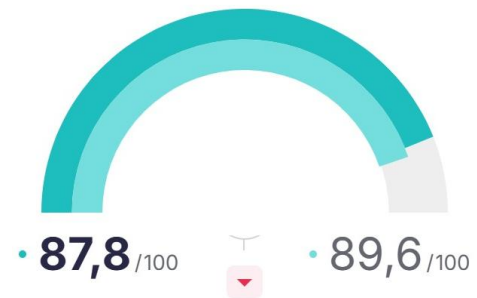
86,1/100 (+0,8) vs 86,6/100

### AFFITTI BREVI



90,4/100 (+0,8) vs 87,8/100

### ATTRAZIONI



87,8/100 (=) vs 89,6/100



# Volume tracce digitali e *sentiment*

## RICETTIVITÀ

### Volume tracce digitali e sentiment

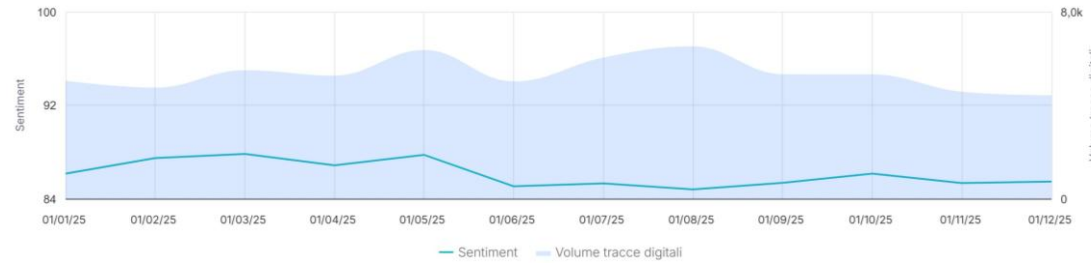
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## RISTORAZIONE

### Volume tracce digitali e sentiment

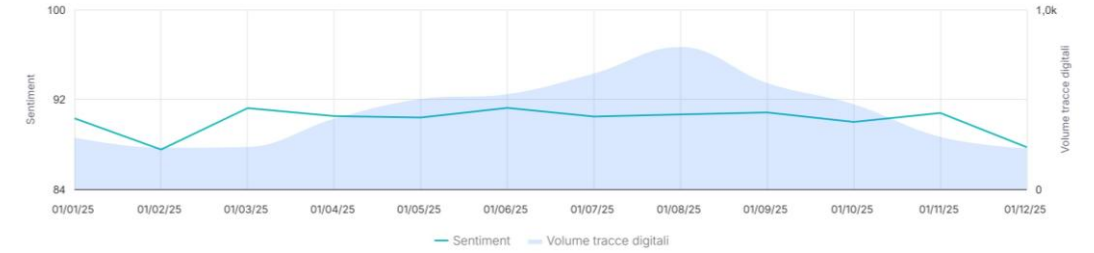
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## AFFITTI BREVI

### Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## ATTRAZIONI

### Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





**Cuneese**

**Complessivo**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***





# Cuneese: Distribuzione del volume dei POI

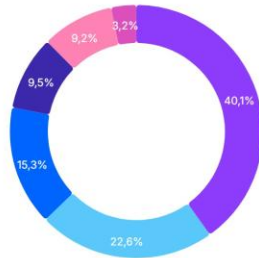
COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Cuneese

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate  
Suddivisione percentuale e volume totale dei POI rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale POI **5,9k**



Locali E Ristorazione Attrazioni  
Ricettività Trasporti Affitti Brevi  
Intrattenimento Agricoltura

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
Locali e Ristorazione	40,1%	2,4k	88,4/100
Attrazioni	22,6%	1,3k	89,9/100
Ricettività	15,3%	904	88,2/100
Trasporti	9,5%	561	82,6/100
Affitti Brevi	9,2%	545	90,8/100
Intrattenimento	3,2%	189	86,9/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **5.900 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 2.400;**
- **Attrazioni: 1.300;**
- **Ricettività: 904;**
- **Affitti brevi: 545.**





# Cuneese: Distribuzione del volume delle tracce digitali

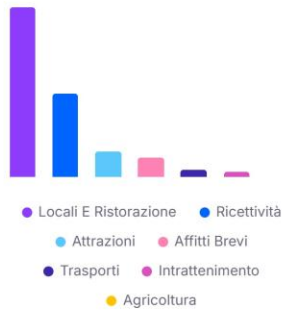
COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Cuneese

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 **108,2k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴 Locali e Ristorazione	54,8%	59,3k	88,4/100
🏨 Ricettività	26,9%	29,1k	88,2/100
🏛️ Attrazioni	8,3%	9,0k	89,9/100
🏠 Affitti Brevi	6,1%	6,6k	90,8/100
🚗 Trasporti	2,3%	2,5k	82,6/100
🎪 Intrattenimento	1,6%	1,8k	86,9/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **108.200 (-18,5%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 59.300 (-27,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 29.100 (-2,5%);**
- **Attrazioni: 9.000 (-9,5%);**
- **Affitti brevi: 6.600 (+1,4%).**





# Cuneese: Provenienza viaggiatori

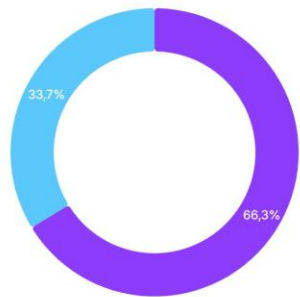
**COMPLESSIVO**

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Cuneese

## Provenienza viaggiatori

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



● Domestic ● No\_domestic

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	66,3%	88,0/100
Francia	14,7%	87,5/100
Germania	4,2%	87,1/100
Svizzera	3,5%	87,1/100
Paesi Bassi	1,6%	86,5/100

Il **66,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con il **14,7%**, e la **Germania**, con il **4,2%**.



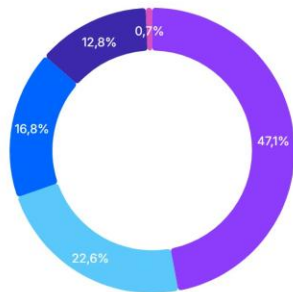
# Cuneese: Tipologie di viaggio

COMPLESSIVO

Periodo: 01/01/25 - 31/12/25  
Località: Cuneese

## Tipologia di viaggiatore

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



● Coppie ● Famiglie ● Singolo ● Amici/Gruppo ● Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
👤 Coppie	47,1%	87,5/100
❤️ Famiglie	22,6%	87,1/100
👤 Singolo	16,8%	87,3/100
👥 Amici/Gruppo	12,8%	86,5/100
👜 Viaggio di lavoro	0,7%	88,0/100

Il **47,1%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **22,6%**, e i **single**, con il **16,8%**.



www.datappeal.io





**Cuneese**

**Ricettività**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***





# Cuneese: Tipologie di comparto più popolari

## RICETTIVITÀ

**Periodo**  
 01/01/25 - 31/12/25

**Località**  
 Cuneese

**Industria/Categoria**  
 Ricettività + Altri 15

### 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	19,2%	174	44,4%	12,9k	86,7/100
2	B & B	26,7%	242	21,4%	6,2k	91,0/100
3	Agriturismo	15,8%	143	10,1%	2,9k	91,8/100
4	Rifugio	11,9%	108	6,5%	1,9k	86,4/100
5	Alloggio	5,1%	46	3,5%	1,0k	87,3/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **904 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: 242;**
- **Hotel: 174;**
- **Agriturismi: 143;**
- **Rifugi: 108;**
- **Alloggi: 46.**



www.datappeal.io



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



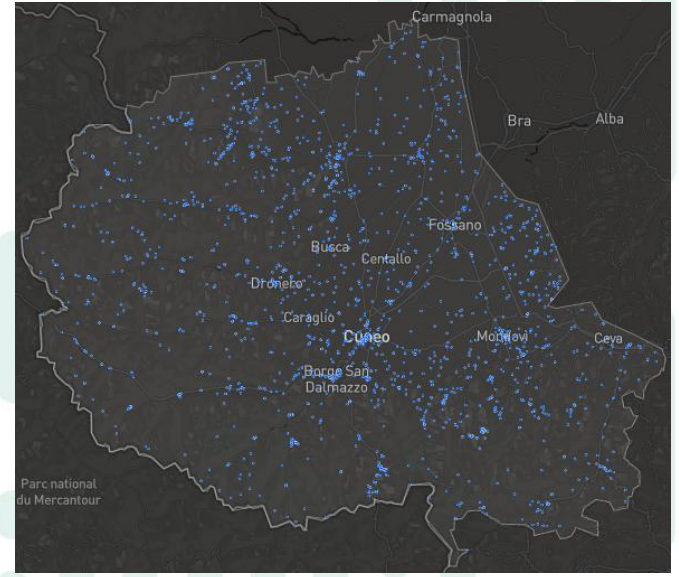
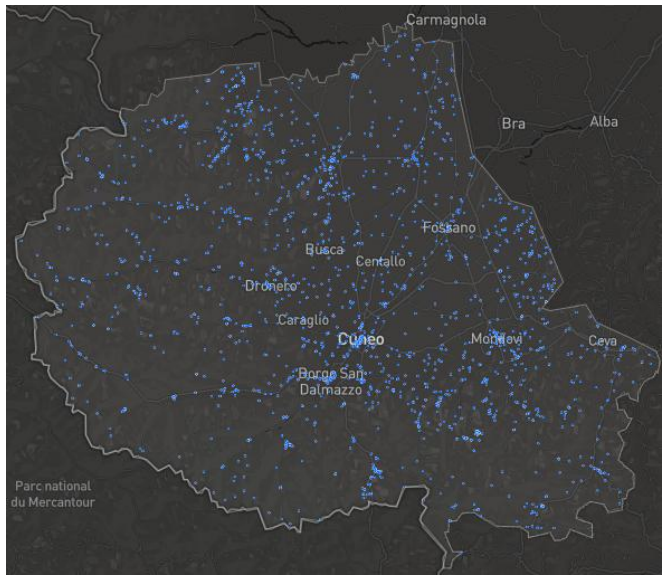
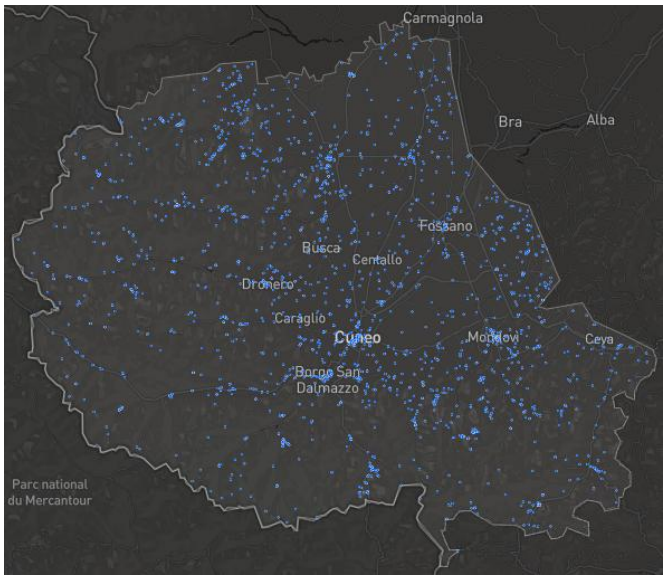
# Cuneese: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)


2023

2024

RICETTIVITÀ

2025



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



# Cuneese: Analisi semantica

## RICETTIVITÀ

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Ospitalità</b>	Accoglienza calorosa e personale gentile, un'esperienza davvero speciale per gli ospiti.	<b>Servizi igienici</b>	Bagni piccoli e con qualche mancanza, necessitano di miglioramenti e maggiore pulizia.
<b>Personale</b>	Personale attento e disponibile, sempre pronto a soddisfare le esigenze degli ospiti.		
<b>Posizione</b>	Posizione strategica e tranquilla, ideale per esplorare la natura circostante.		



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (7.200 tracce digitali e un *sentiment* dell'83/100), l'**ospitalità** (6.700 tracce digitali e un *sentiment* dell'89/100) e il **personale** (6.700 tracce digitali e un *sentiment* dell'85/100).
- Tra gli **aspetti negativi** sono presenti i **servizi igienici** (859 tracce digitali e un *sentiment* del 55/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (7.200 tracce digitali), l'**ospitalità** e il **personale** (6.700).



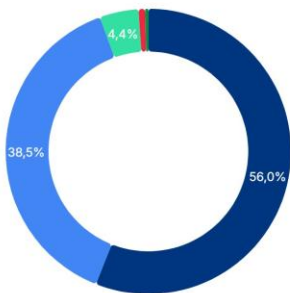
# Cuneese: Canali e Social

## RICETTIVITÀ

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Cuneese	<b>Industria/Categoria</b> Ricettività + Altri 15
---------------------------------------	----------------------------	--

### Top 5 canali di recensione online

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



● Booking
 ● Google
 ● Tripadvisor
 ● Hotels
 ● Bed-And-Breakfast

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
booking	55,6%	8,9/10	87,2/100
google	38,3%	9,1/10	90,1/100
tripadvisor	4,4%	8,6/10	84,6/100
hotels	0,7%	9,0/10	81,7/100
bed-and-breakfast	0,4%	N.D.	98,8/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **55,6%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **38,3%**, e **TripAdvisor**, con il **4,4%**.



**Cuneese**

**Affitti Brevi**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***





# Cuneese: Tipologie di comparto più popolari

## AFFITTI BREVI

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Cuneese

Industria/Categoria  
Affitti Brevi + Altri 2

### 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 Appartamento vacanze	24,4%	133	39,9%	2,6k	90,6/100
2 Casa o Appartamento	49,7%	271	31,1%	2,0k	91,8/100
3 Affittacamere	25,9%	141	29,0%	1,9k	90,0/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **545 punti di interesse**; in particolare, le **prime 3 tipologie** di **affitti brevi** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 271;**
- **Affittacamere: 141;**
- **Appartamento vacanze: 133.**



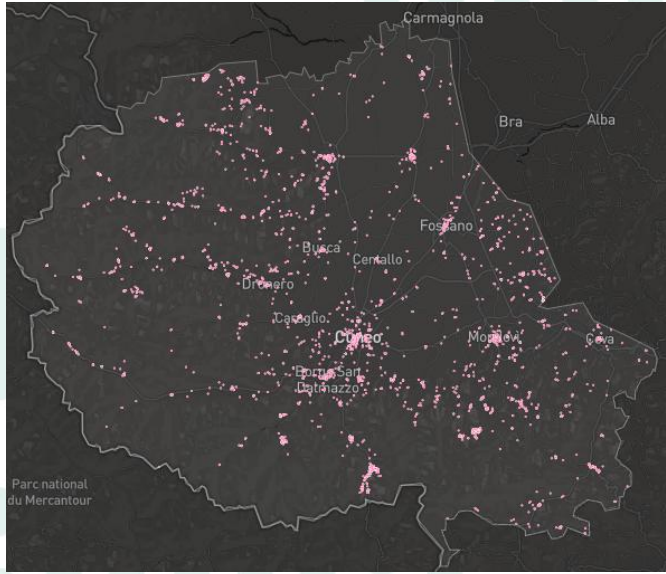
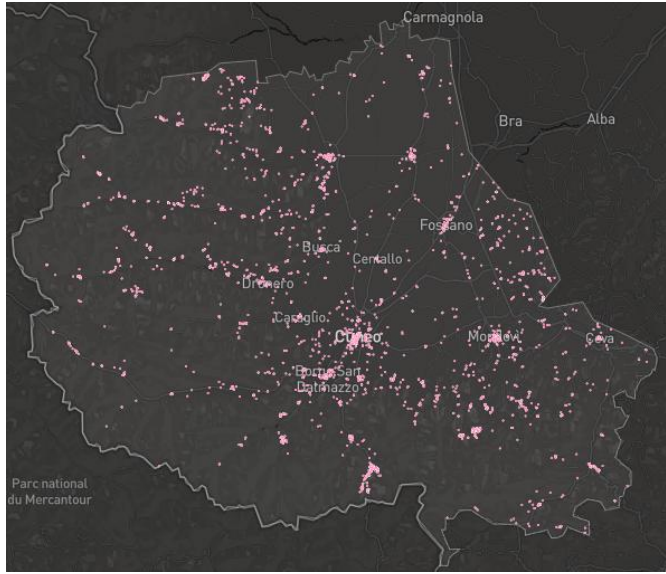
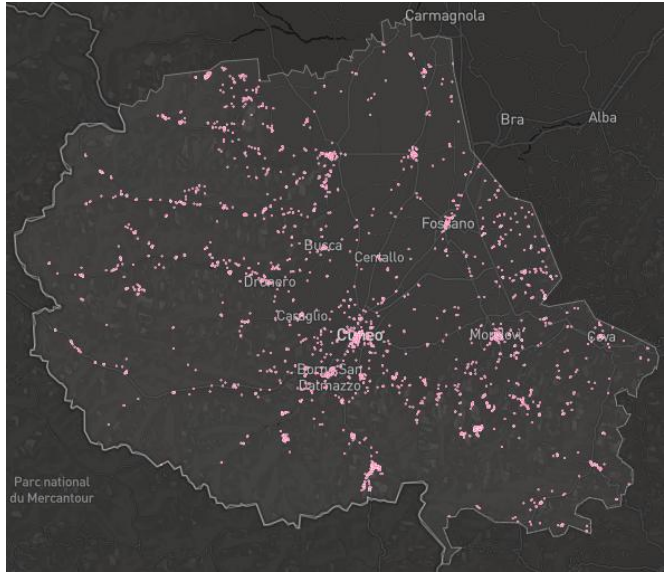
# Cuneese: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)


2023

2024

AFFITTI BREVI

2025



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



# Cuneese: Analisi semantica

## AFFITTI BREVI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Ospitalità</b>	Accoglienza calorosa e professionale da parte di gestori gentili e disponibili.		
<b>Posizione</b>	Posizione centrale e strategica, comoda per esplorare il paese e le attrazioni.		
<b>Camera</b>	Camere e appartamenti confortevoli, ben attrezzati e puliti per un soggiorno piacevole.		



- Gli **aspetti positivi** sono l'**ospitalità** (2.500 tracce digitali e un **sentiment** del **91/100**), la **camera** (2.200 tracce digitali e un **sentiment** dell'**80/100**) e la **posizione** (2.000 tracce digitali e un **sentiment** dell'**85/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono l'**ospitalità** (2.500 tracce digitali), la **camera** (2.200) e la **posizione** (2.000).



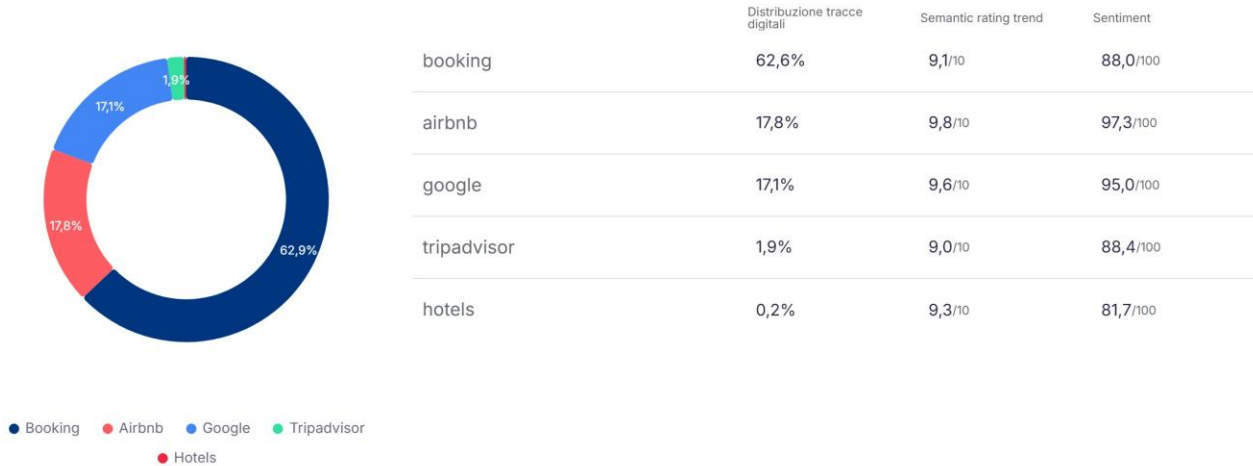
# Cuneese: Canali e Social

## AFFITTI BREVI

Periodo 01/01/25 - 31/12/25	Località Cuneese	Industria/Categoria Affitti Brevi + Altri 2
--------------------------------	---------------------	--

### Top 5 canali di recensione online

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



Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **62,6%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **17,8%**, e **Google**, con il **17,1%**.



**Cuneese**

**Ristorazione**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***





# Cuneese: Tipologie di comparto più popolari

## RISTORAZIONE

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Cuneese

Industria/Categoria  
Locali e Ristorazione + Altri 34

### 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	32,4%	768	52,2%	31,0k	89,4/100
2	Bar	23,9%	567	12,0%	7,1k	86,8/100
3	Pizzeria	8,7%	207	11,8%	7,0k	86,8/100
4	Fast food	1,0%	24	3,9%	2,3k	84,1/100
5	Gelateria	2,9%	69	2,5%	1,5k	84,6/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **2.400 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: 768;**
- **Bar: 567;**
- **Pizzerie: 207;**
- **Gelaterie: 69;**
- **Fast food: 24.**



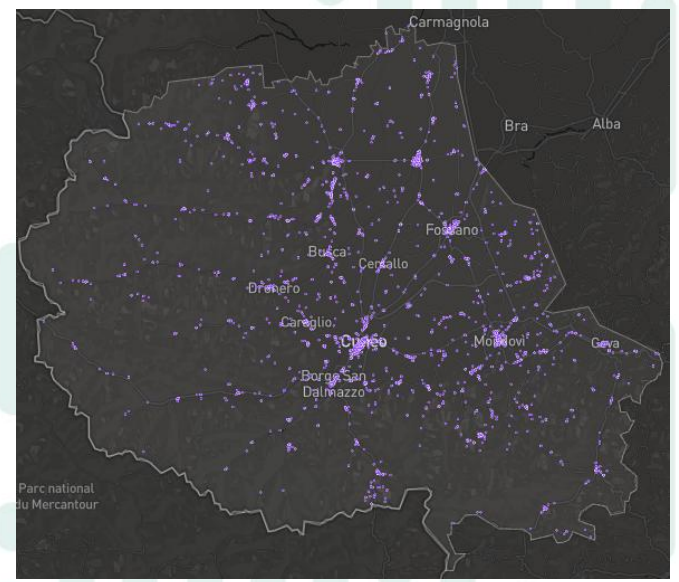
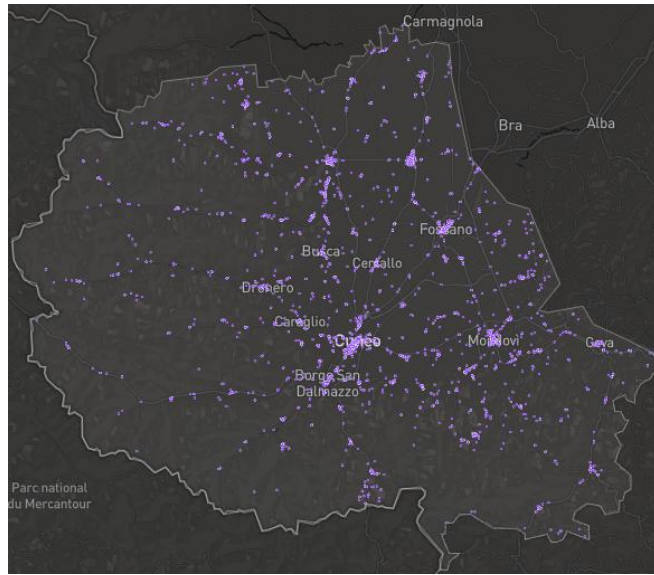
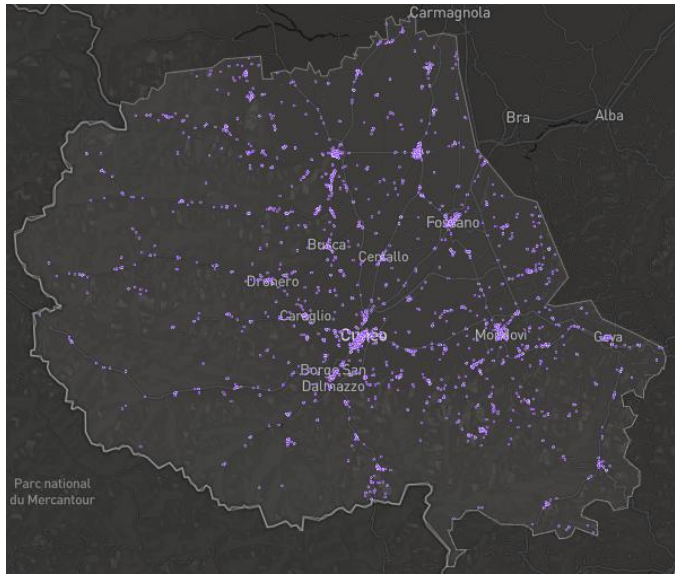
# Cuneese: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

RISTORAZIONE

2025



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

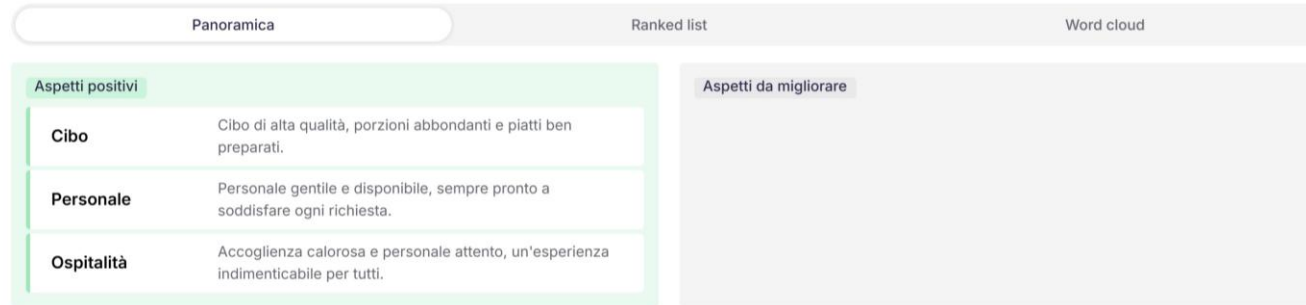


# Cuneese: Analisi semantica

## RISTORAZIONE

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono il **cibo (27.900 tracce digitali)** e un **sentiment dell'83/100**, il **personale (14.500 tracce digitali)** e un **sentiment dell'81/100** e l'**ospitalità (9.300 tracce digitali)** e un **sentiment dell'86/100**.
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo (27.900 tracce digitali)**, il **personale (14.500)** e l'**atmosfera (9.800)**.



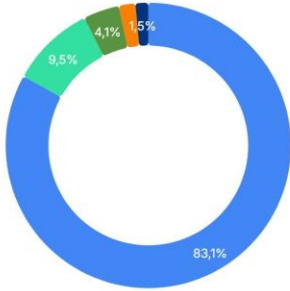
# Cuneese: Canali e Social

## RISTORAZIONE

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Cuneese	<b>Industria/Categoria</b> Locali e Ristorazione + Altri 34
---------------------------------------	----------------------------	--

### 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 ● Justeat ● Booking

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
google	82,9%	9,0/10	88,6/100
tripadvisor	9,5%	8,6/10	84,6/100
thefork	4,1%	9,3/10	92,0/100
justeat	1,9%	9,4/10	92,4/100
booking	1,5%	8,9/10	86,7/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**82,9%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **9,5%**, e **TheFork**, con il **4,1%**.



**Cuneese**

**Attrazioni**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***





# Cuneese: Tipologie di comparto più popolari

## ATTRAZIONI

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Cuneese

Industria/Categoria  
Attrazioni + Altri 58

### 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	14,8%	198	31,8%	2,8k	89,9/100
2 Chiesa	22,8%	304	11,2%	1,0k	89,1/100
3 Museo	8,1%	108	10,6%	947	91,4/100
4 Castello	1,7%	23	9,5%	849	87,5/100
5 Parco	7,3%	97	8,3%	745	89,3/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **1.300 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: 304;**
- **Attrazioni: 198;**
- **Musei: 108;**
- **Parchi: 97;**
- **Castelli: 23.**



www.datappeal.io





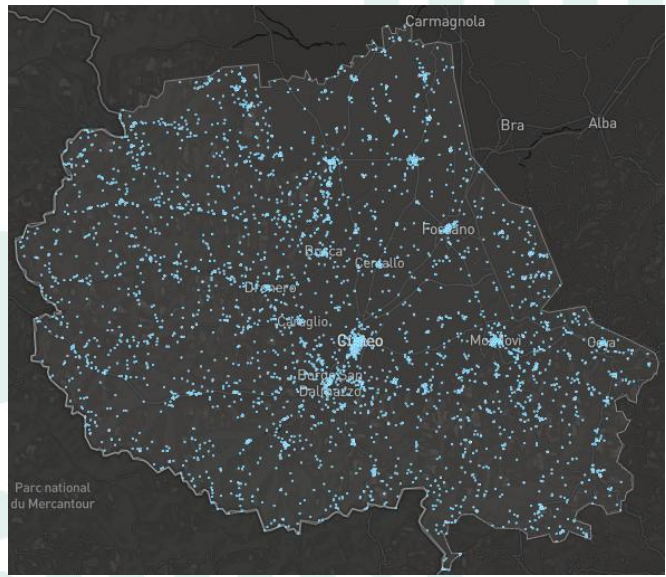
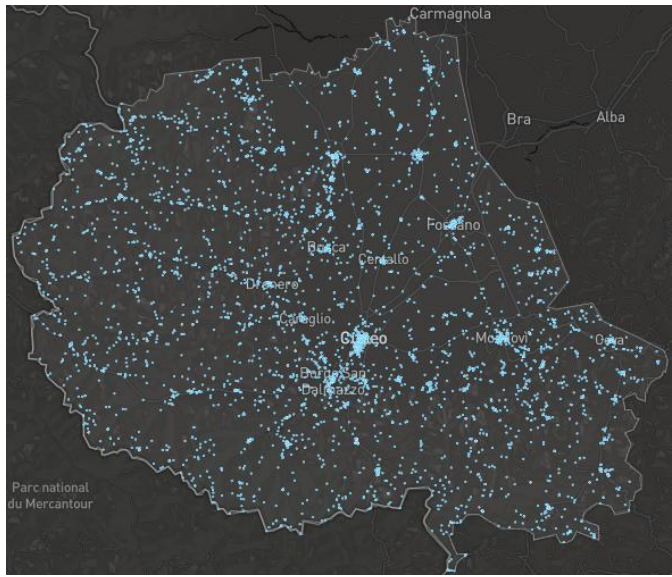
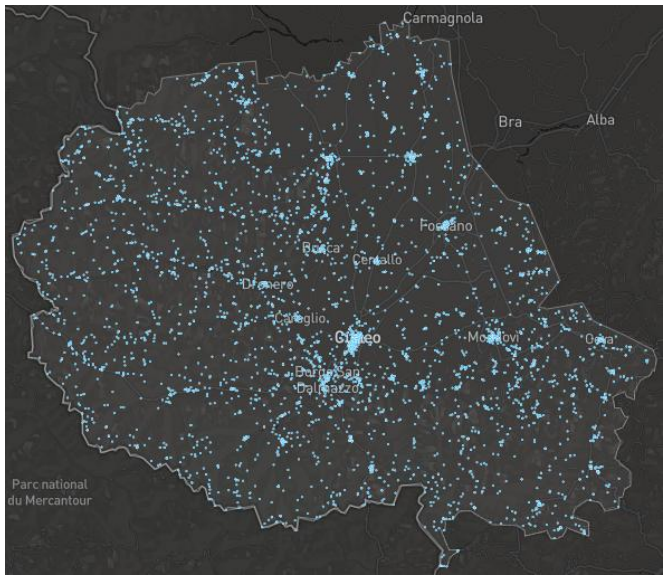
# Cuneese: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

2025

ATTRAZIONI



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

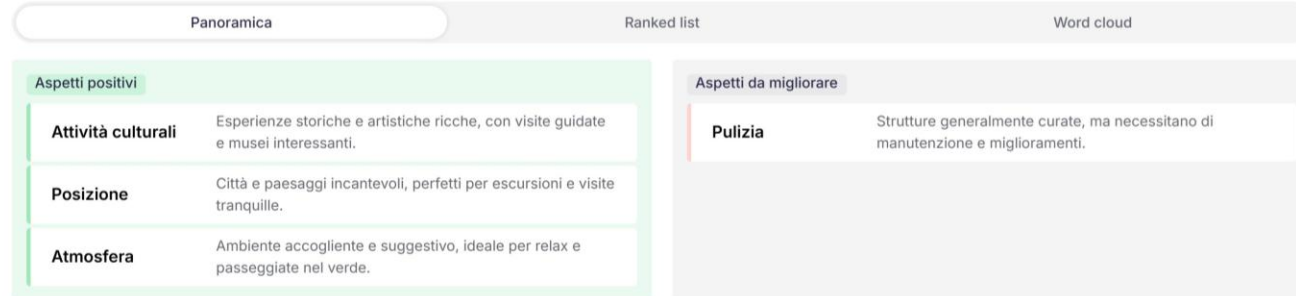


# Cuneese: Analisi semantica

## ATTRAZIONI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono le **attività culturali** (2.200 tracce digitali e un **sentiment** dell'**83/100**), la **posizione** (1.500 tracce digitali e un **sentiment** del **79/100**) e l'**atmosfera** (780 tracce digitali e un **sentiment** dell'**81/100**).
- Tra gli **aspetti da migliorare** è presente la **pulizia** (276 tracce digitali e un **sentiment** del **58/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono le **attività culturali** (2.200 tracce digitali), la **posizione** (1.500) e l'**atmosfera** (780).



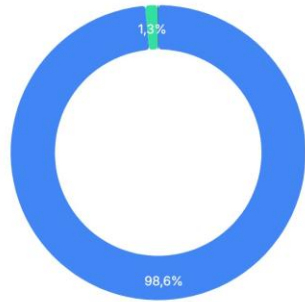
# Cuneese: Canali e Social

## ATTRAZIONI

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Cuneese	<b>Industria/Categoria</b> Attrazioni + Altri 58
---------------------------------------	----------------------------	---

### 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

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
google	98,6%	9,2/10	90,0/100
tripadvisor	1,3%	8,7/10	82,5/100
booking	0,1%	9,4/10	89,9/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98,6%** dei contenuti; segue **TripAdvisor**, con l'**1,3%**.



www.datappeal.io





# Focus **Sentiment Analysis**

**Cuneese vs Italia**

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Recensioni on-line e *sentiment* Cuneese vs Italia

COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Cuneese

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Piemonte

Benchmark  
Italia

## Sentiment

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



DTI DESTINATIONS

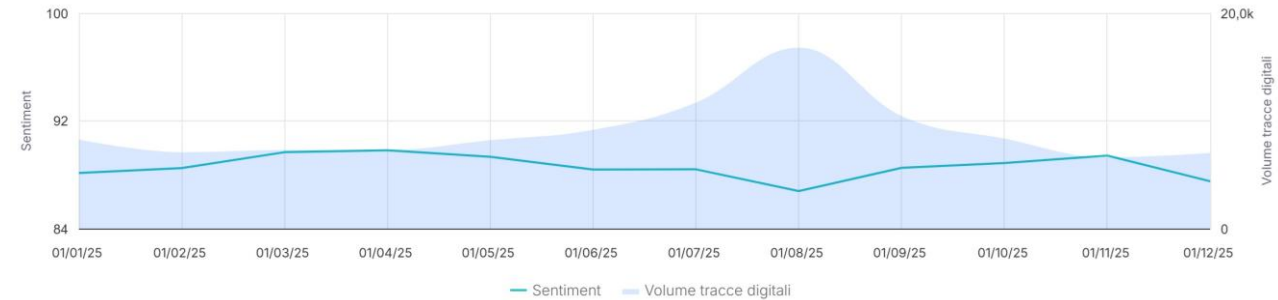
www.datappeal.io



Il valore del *sentiment* del **Cuneese (+0,4)** è superiore rispetto all'Italia: **88,4/100 vs 86,2/100**.

## Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





# Recensioni on-line e *sentiment* Cuneese vs Italia

## RICETTIVITÀ



88,2/100 (=) vs 84,2/100

## RISTORAZIONE



88,4/100 (+0,6) vs 86,6/100

## AFFITTI BREVI



90,8/100 (+0,1) vs 87,8/100

## ATTRAZIONI



89,9/100 (-0,2) vs 89,6/100

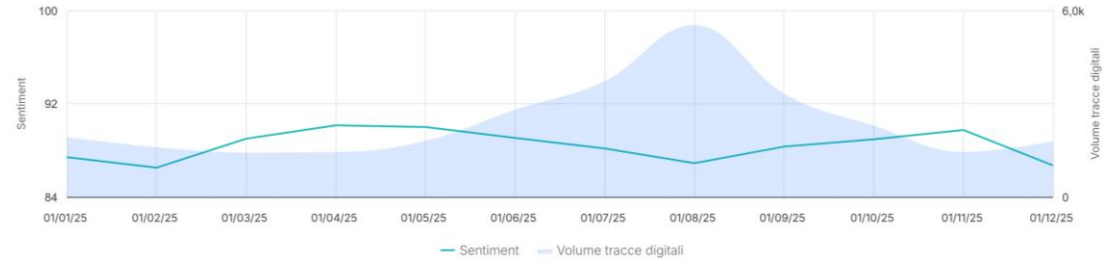


# Volume tracce digitali e *sentiment*

## RICETTIVITÀ

### Volume tracce digitali e sentiment

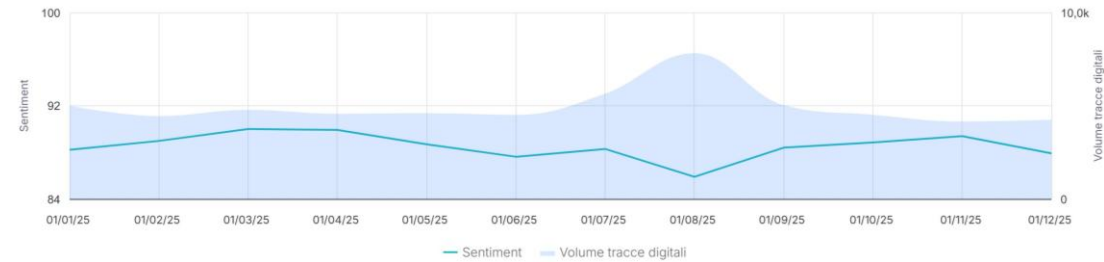
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## RISTORAZIONE

### Volume tracce digitali e sentiment

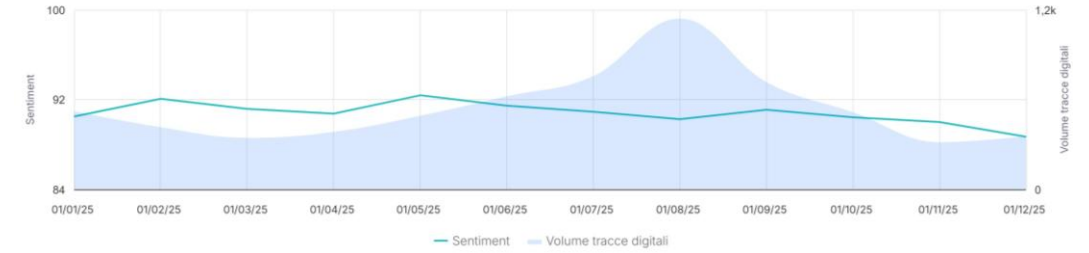
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## AFFITTI BREVI

### Volume tracce digitali e sentiment

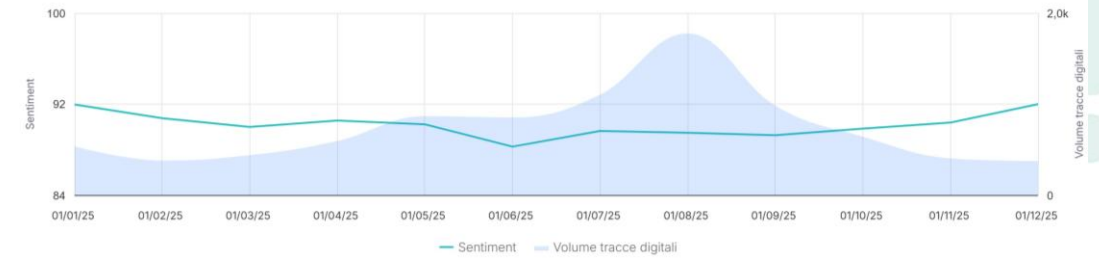
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## ATTRAZIONI

### Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





# Distretto dei Laghi

**Complessivo**

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Distretto dei Laghi: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

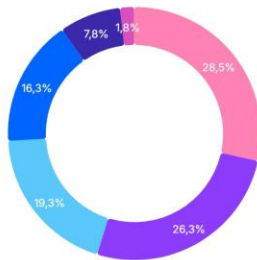
Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Distretto Laghi

## Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **5,6k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
🏠 Affitti Brevi	28,5%	1,6k	90,6/100
🍴 Locali e Ristorazione	26,3%	1,5k	84,9/100
🏰 Attrazioni	19,3%	1,1k	90,9/100
🏨 Ricettività	16,3%	912	84,7/100
🚗 Trasporti	7,8%	440	81,4/100
🎪 Intrattenimento	1,8%	101	87,2/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **5.600 punti di interesse:**

- **Affitti brevi: 1.600;**
- **Ristorazione: 1.500;**
- **Attrazioni: 1.100;**
- **Ricettività: 912.**



# Distretto dei Laghi: Distribuzione del volume delle tracce digitali

**COMPLESSIVO**

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Distretto 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 **161,7k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🏠 Ricettività	40,7%	65,8k	84,7/100
🍴 Locali e Ristorazione	33,1%	53,5k	84,9/100
🏛️ Attrazioni	11,9%	19,2k	90,9/100
🏠 Affitti Brevi	11,5%	18,6k	90,6/100
🚗 Trasporti	2,1%	3,4k	81,4/100
🎪 Intrattenimento	0,7%	1,1k	87,2/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **161.700 (-12,3%)**, in particolare:

- **Ricettività: 65.800 (-5,5%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ristorazione: 53.500 (-25%);**
- **Attrazioni: 19.200 (+9,5%);**
- **Affitti brevi: 18.600 (-11,8%).**





# Distretto dei Laghi: Provenienza viaggiatori

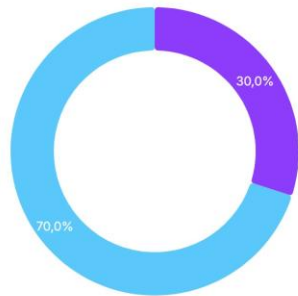
COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Distretto Laghi

## Provenienza viaggiatori

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



● Domestic ● No\_domestic

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	30,0%	85,7/100
Svizzera	16,7%	84,6/100
Germania	15,0%	84,4/100
Francia	13,8%	84,1/100
Paesi Bassi	4,2%	83,0/100

Il **30%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Svizzera**, con il **16,7%**, e la **Germania**, con il **15%**.



# Distretto dei Laghi: Tipologie di viaggio

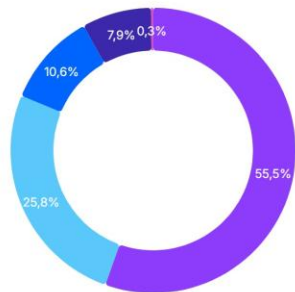
COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Distretto Laghi

## Tipologia di viaggiatore

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



● Coppie ● Famiglie ● Amici/Gruppo ● Singolo ● Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
👤 Coppie	55,5%	84,6/100
❤️ Famiglie	25,8%	84,5/100
👥 Amici/Gruppo	10,6%	84,3/100
🧑 Singolo	7,9%	83,9/100
👔 Viaggio di lavoro	0,3%	84,8/100

Il **55,5%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **25,8%**, e gli **amici/gruppi**, con il **10,6%**.



# Distretto dei Laghi

**Ricettività**

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Distretto dei Laghi: Tipologie di comparto più popolari

## RICETTIVITÀ

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Distretto Laghi

Industria/Categoria  
Ricettività + Altri 15

### 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	27,1%	247	66,5%	43,8k	83,3/100
2 B & B	22,1%	202	12,0%	7,9k	88,4/100
3 Campeggi	5,9%	54	4,9%	3,2k	85,0/100
4 Altri alloggi	16,1%	147	4,5%	3,0k	90,7/100
5 Agriturismo	5,5%	50	2,6%	1,7k	88,1/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **912 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: 247;**
- **B&B: 202;**
- **Altri alloggi: 147;**
- **Campeggi: 54;**
- **Agriturismi: 50.**



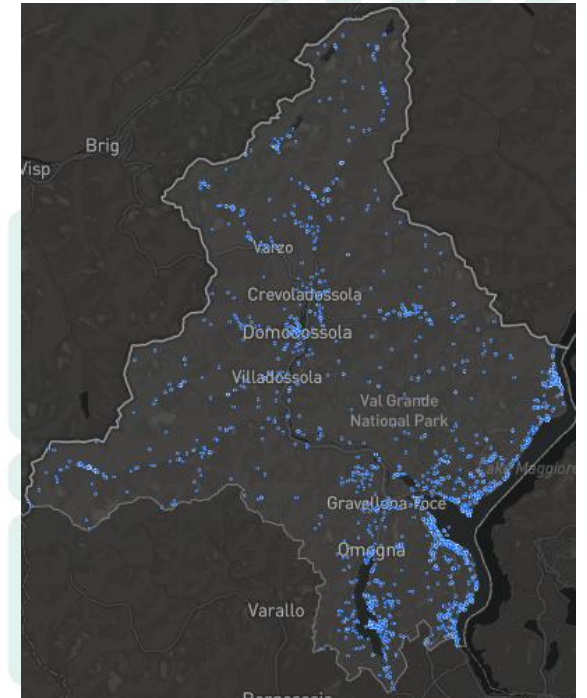
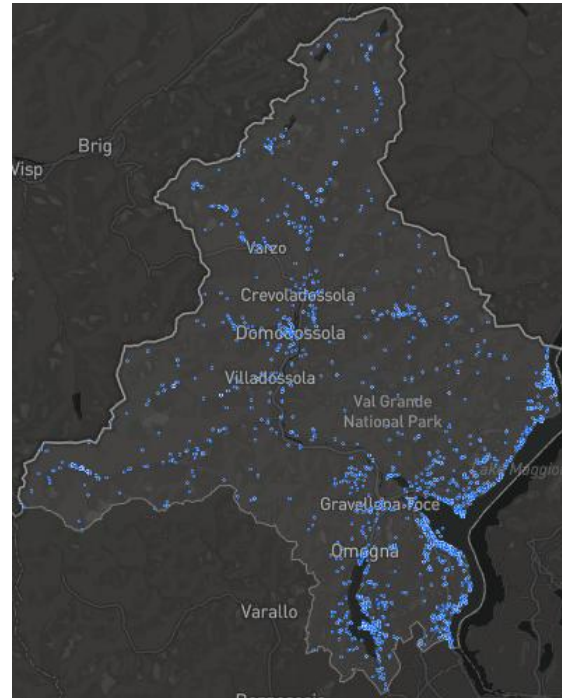
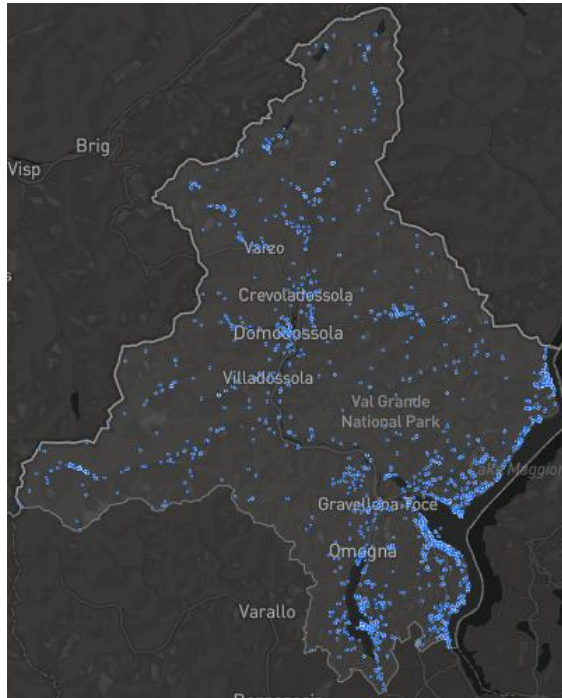
# Distretto dei Laghi: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

RICETTIVITÀ

2025





# Distretto dei Laghi: **Analisi semantica**

## RICETTIVITÀ

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Posizione</b>	Posizione strategica e suggestiva, ideale per esplorare il lago e dintorni.	<b>Servizi igienici</b>	Bagni un po' datati e con problemi di spazio e funzionalità.
<b>Personale</b>	Personale cordiale e disponibile, sempre pronto ad assistere gli ospiti.	<b>Costi</b>	Prezzi medio-alti, in linea con la location, ma considerati un po' alti.
<b>Ospitalità</b>	Accoglienza calorosa e personale gentile, con un servizio molto apprezzato.		



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (24.100 tracce digitali e un **sentiment** dell'83/100), il **personale** (16.900 tracce digitali e un **sentiment** dell'83/100) e l'**ospitalità** (10.400 tracce digitali e un **sentiment** dell'87/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **costi** (4.500 tracce digitali e un **sentiment** del 55/100) e i **servizi igienici** (2.900 tracce digitali e un **sentiment** del 46/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (24.100 tracce digitali), il **personale** (16.900) e la **colazione** (12.900).



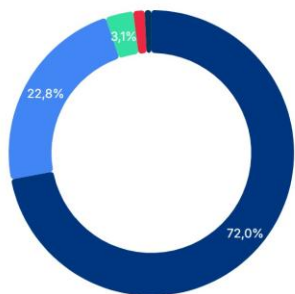
# Distretto dei Laghi: Canali e Social

## RICETTIVITÀ

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Distretto Laghi	<b>Industria/Categoria</b> Ricettività + Altri 15
---------------------------------------	------------------------------------	--

### Top 5 canali di recensione online

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



● Booking ● Google ● TripAdvisor ● Hotels ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
booking	71,0%	8,6/10	83,9/100
google	22,5%	8,9/10	87,7/100
tripadvisor	3,1%	8,5/10	82,9/100
hotels	1,3%	8,8/10	76,9/100
expedia	0,7%	9,0/10	79,4/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **71%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **22,5%**, e **TripAdvisor**, con il **3,1%**.





# Distretto dei Laghi

## Affitti Brevi

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***



## Distretto dei Laghi: Tipologie di comparto più popolari

### AFFITTI BREVI

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Distretto Laghi

Industria/Categoria  
Affitti Brevi + Altri 2

#### 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	58,5%	935	41,0%	7,6k	92,6/100
2	Affittacamere	24,2%	387	31,8%	5,9k	87,9/100
3	Appartamento vacanze	17,3%	276	27,2%	5,1k	90,5/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.600 punti di interesse**; in particolare, le **prime 3 tipologie** di **affitti brevi** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 935;**
- **Affittacamere: 387;**
- **Appartamento vacanze: 276.**



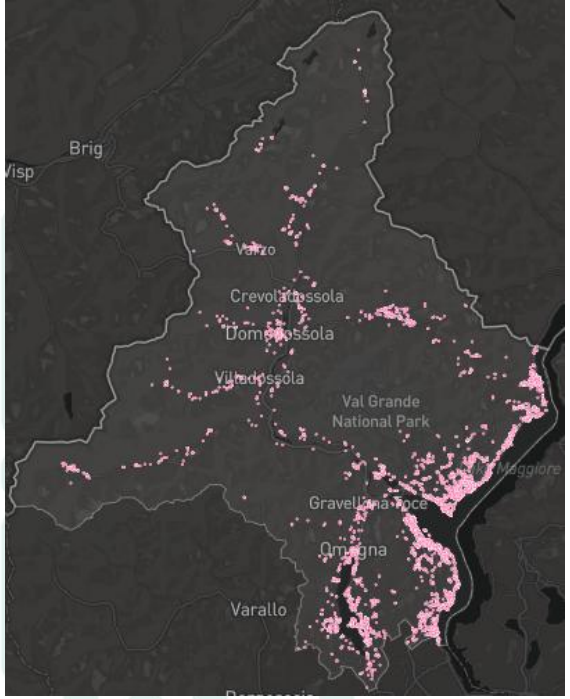
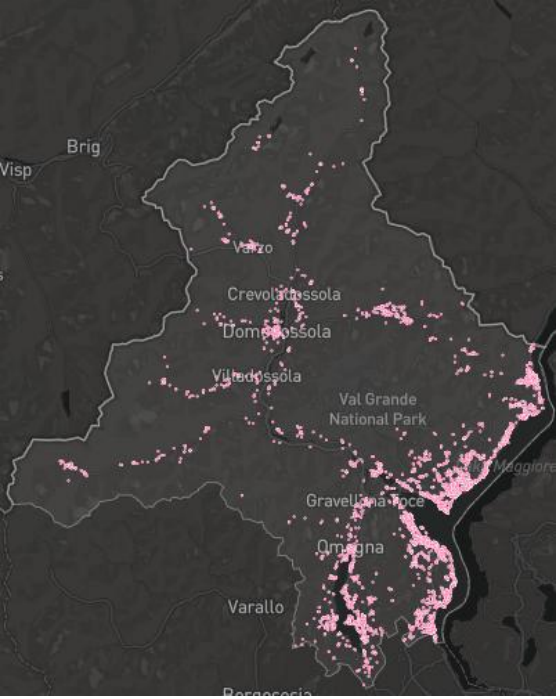
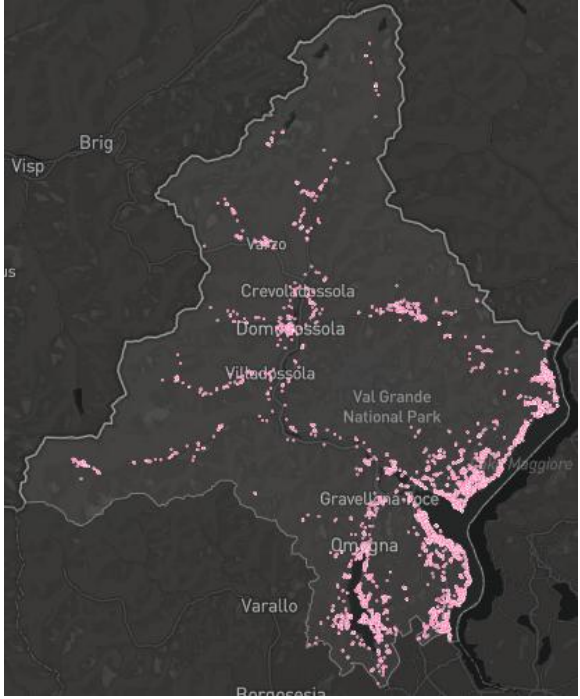
# Distretto dei Laghi: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

AFFITTI BREVI

2025



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



# Distretto dei Laghi: **Analisi semantica**

## AFFITTI BREVI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Analisi semantica widget showing a ranked list of aspects:

Aspetti positivi	Aspetti da migliorare
<b>Ospitalità</b> Ospitalità eccezionale, proprietari cordiali e disponibili, comunicazione chiara e attenta.	
<b>Posizione</b> Posizione ideale, tranquilla e centrale, con splendide viste e accesso facile.	
<b>Camera</b> Camere spaziose e ben arredate, dotate di tutti i comfort necessari.	



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (9.700 tracce digitali e un **sentiment** dell'85/100), la **camera** (7.900 tracce digitali e un **sentiment** del 78/100) e l'**ospitalità** (7.200 tracce digitali e un **sentiment** del 91/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (9.700 tracce digitali), la **camera** (7.900) e l'**ospitalità** (7.200).



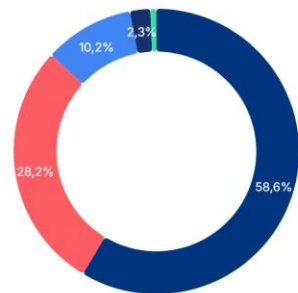
# Distretto dei Laghi: Canali e Social

## AFFITTI BREVI

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Distretto Laghi	<b>Industria/Categoria</b> Affitti Brevi + Altri 2
---------------------------------------	------------------------------------	---

### Top 5 canali di recensione online

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



● Booking ● Airbnb ● Google ● Homeaway  
● Tripadvisor

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
booking	58,3%	9,0/10	87,4/100
airbnb	28,1%	9,7/10	95,5/100
google	10,2%	9,5/10	94,7/100
homeaway	2,3%	9,5/10	91,0/100
tripadvisor	0,7%	9,3/10	92,0/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **58,3%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **28,1%**, e **Google**, con il **10,2%**.



# Distretto dei Laghi

**Ristorazione**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***





## Distretto dei Laghi: Tipologie di comparto più popolari

### RISTORAZIONE

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Distretto Laghi

Industria/Categoria  
Locali e Ristorazione + Altri 34

#### 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	38,4%	566	58,1%	31,1k	85,1/100
2 Bar	25,8%	381	14,7%	7,8k	84,0/100
3 Pizzeria	5,8%	85	7,9%	4,2k	84,1/100
4 Gelateria	4,5%	67	3,8%	2,0k	88,5/100
5 Caffè	6,4%	94	3,3%	1,7k	78,2/100



www.datapeal.io



Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **1.500 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: 566;**
- **Bar: 381;**
- **Caffè: 94;**
- **Pizzerie: 85;**
- **Gelaterie: 67.**



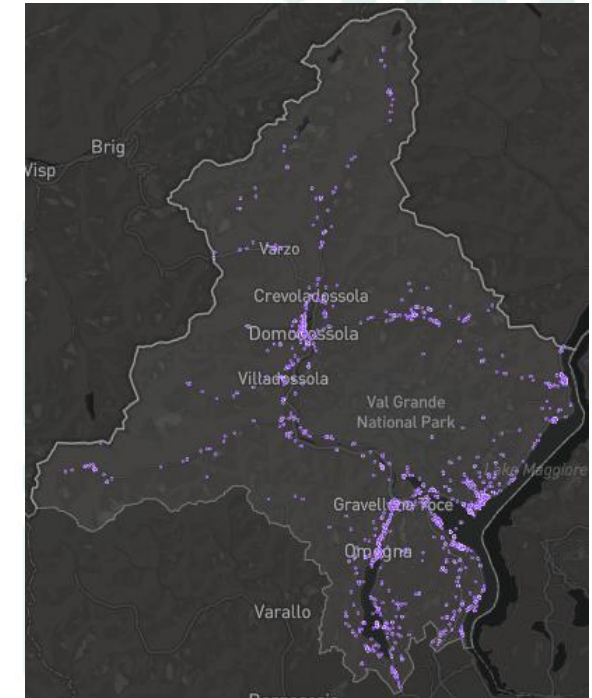
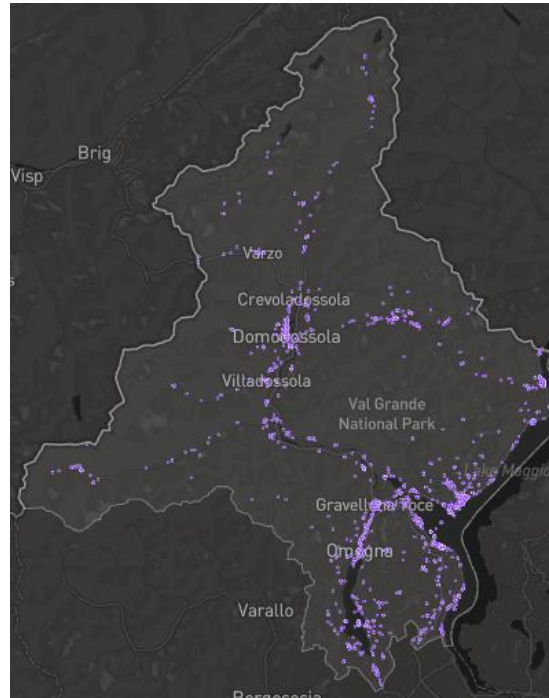
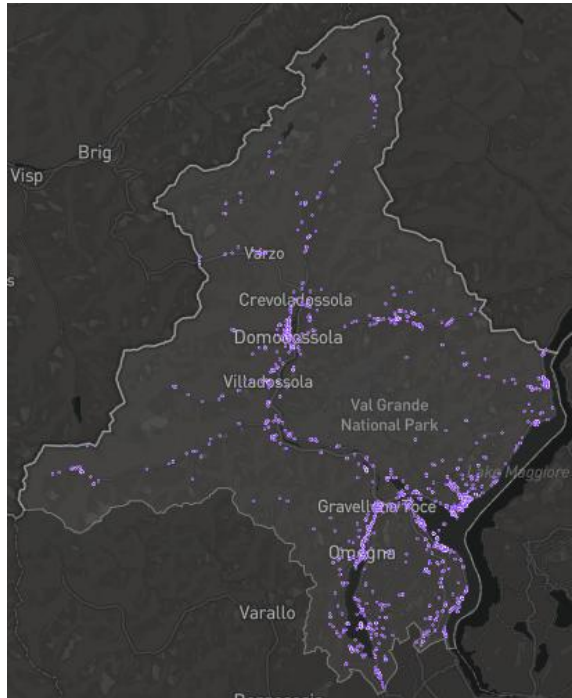
# Distretto dei Laghi: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

2023

2024

RISTORAZIONE

2025





# Distretto dei Laghi: **Analisi semantica**

## RISTORAZIONE

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Cibo</b>	Cibo di alta qualità, piatti deliziosi e ben preparati con ingredienti freschi.		
<b>Personale</b>	Personale gentile e disponibile, servizio rapido e attento alle esigenze.		
<b>Atmosfera</b>	Ambiente accogliente e originale, ideale per rilassarsi e socializzare.		



- Gli **aspetti positivi** sono il **cibo** (28.500 tracce digitali) e un **sentiment** del **77/100**), il **personale** (15.300 tracce digitali) e un **sentiment** del **75/100**) e l'**atmosfera** (9.700 tracce digitali) e un **sentiment** dell'**80/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo** (28.500 tracce digitali), il **personale** (15.300) e l'**atmosfera** (9.700).



# Distretto dei Laghi: Canali e Social

## RISTORAZIONE

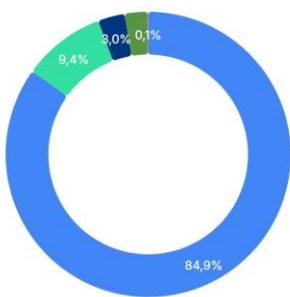
Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Distretto Laghi

Industria/Categoria  
Locali e Ristorazione + Altri 34

### 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 ● Thefork  
● Justeat

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
google	84,8%	8,7/10	85,3/100
tripadvisor	9,4%	8,2/10	79,9/100
booking	3,0%	8,7/10	84,6/100
thefork	2,6%	9,1/10	90,4/100
justeat	0,1%	9,2/10	90,4/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**84,8%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **9,4%**, e **Booking**, con il **3%**.



# Distretto dei Laghi

## Attrazioni

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***





# Distretto dei Laghi: Tipologie di comparto più popolari

## ATTRAZIONI

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Distretto Laghi

Industria/Categoria  
Attrazioni + Altri 58

### 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	17,5%	189	28,4%	5,5k	90,6/100
2 Museo	6,1%	66	12,4%	2,4k	92,3/100
3 Giardino botanico	0,9%	10	7,5%	1,4k	91,4/100
4 Parco	6,9%	75	7,0%	1,3k	90,0/100
5 Piazza	0,1%	1	6,8%	1,3k	93,6/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **1.100 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: 189;**
- **Parchi: 75;**
- **Musei: 66;**
- **Giardini botanici: 10;**
- **Piazza: 1.**



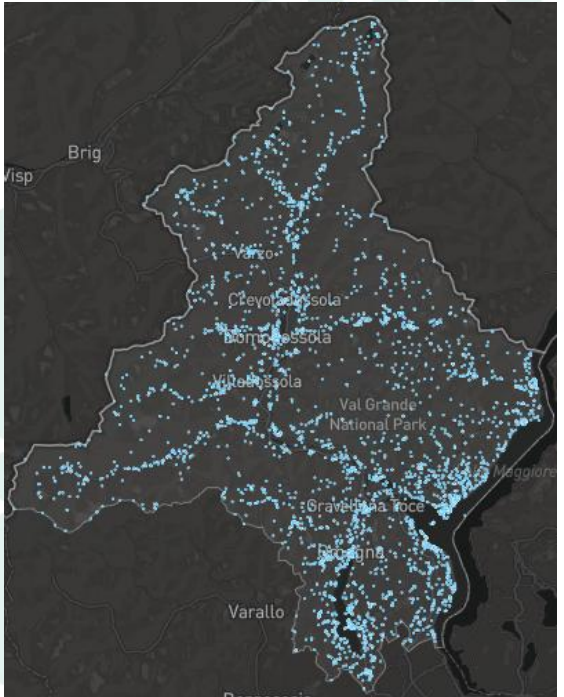
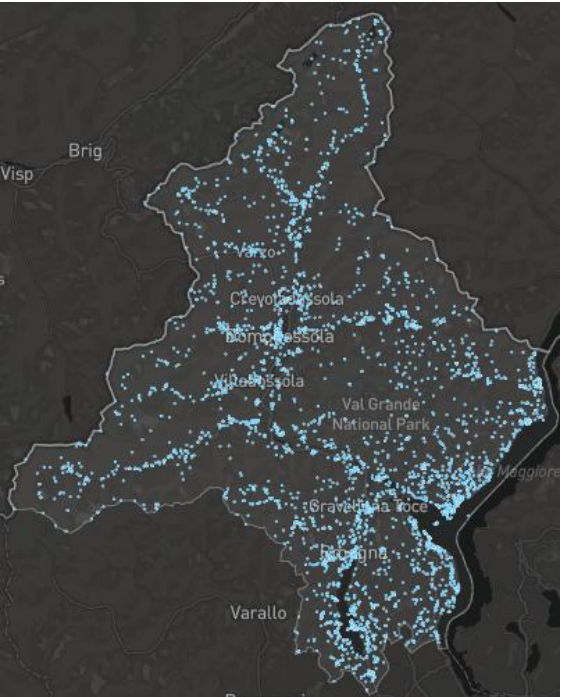
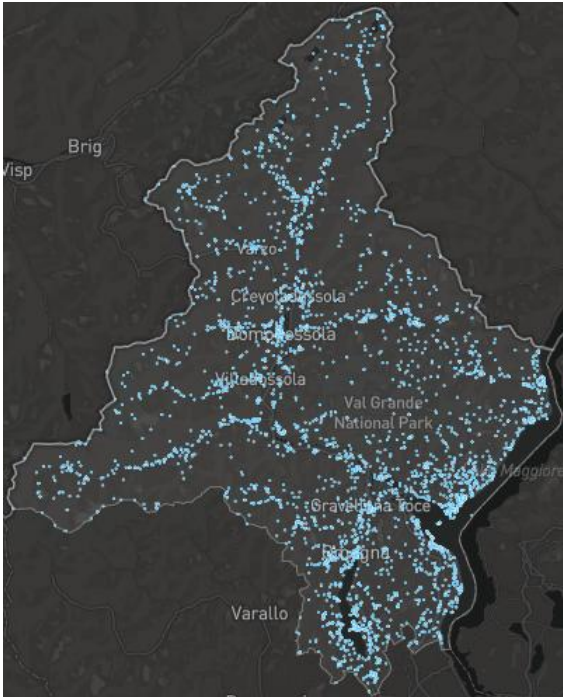
# Distretto dei Laghi: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

**ATTRAZIONI**

**2023**

**2024**

**2025**





# Distretto dei Laghi: **Analisi semantica**

## ATTRAZIONI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Posizione</b>	Posizioni pittoresche e panorami suggestivi rendono la visita memorabile.	<b>Tempi di attesa</b>	Le attese possono variare, consigliate visite nei giorni feriali per meno affollamento.
<b>Attività culturali</b>	Luoghi storici e musei offrono esperienze culturali ricche e affascinanti.	<b>Costi</b>	I prezzi per l'ingresso e i servizi sono considerati elevati da alcuni visitatori.
<b>Atmosfera</b>	Giardini magnifici e panorami mozzafiato creano un'atmosfera incantevole.		



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (3.500 tracce digitali e un *sentiment* dell'81/100), le **attività culturali** (2.400 tracce digitali e un *sentiment* dell'84/100) e l'**atmosfera** (2.300 tracce digitali e un *sentiment* dell'84/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **costi** (705 tracce digitali e un *sentiment* del 51/100) e i **tempi di attesa** (297 tracce digitali e un *sentiment* del 50/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (3.500 tracce digitali), le **attività culturali** (2.400) e l'**atmosfera** (2.300).



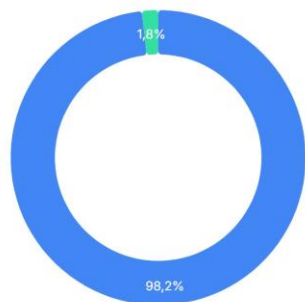
# Distretto dei Laghi: Canali e Social

## ATTRAZIONI

Periodo: 01/01/25 - 31/12/25  
Località: Distretto Laghi  
Industria/Categoria: Attrazioni + Altri 58

### 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

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
google	98,2%	9,3/10	91,3/100
tripadvisor	1,8%	7,8/10	73,7/100

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



# **Focus Sentiment Analysis**

**Distretto dei Laghi vs Italia**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Recensioni on-line e *sentiment* Distretto dei Laghi vs Italia

COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Distretto Laghi

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Piemonte

Benchmark  
Italia

## Sentiment

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



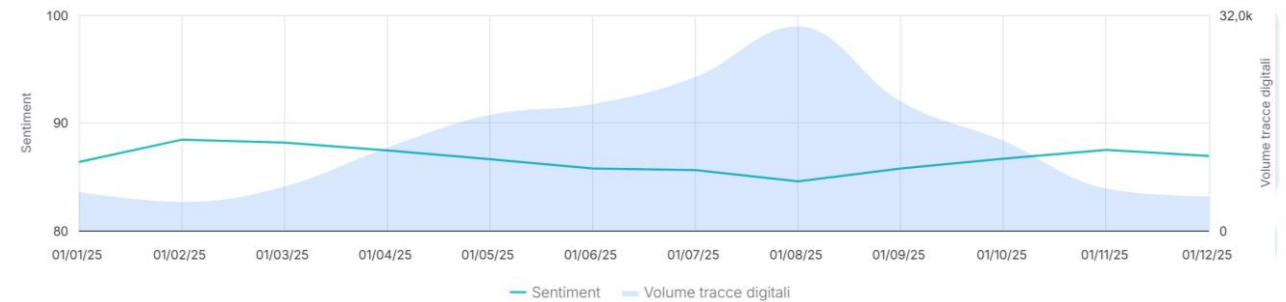
www.datappeal.io



Il valore del *sentiment* del **Distretto dei Laghi (+0,2)** è **inferiore** rispetto all'Italia: **86,1/100** vs **86,2/100**.

## Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





# Recensioni on-line e *sentiment* Distretto dei Laghi vs Italia

## RICETTIVITÀ



84,7/100 (+0,4) vs 84,2/100

## RISTORAZIONE



84,9/100 (-0,5) vs 86,6/100

## AFFITTI BREVI



90,6/100 (+0,5) vs 87,8/100

## ATTRAZIONI



90,9/100 (+0,3) vs 89,6/100

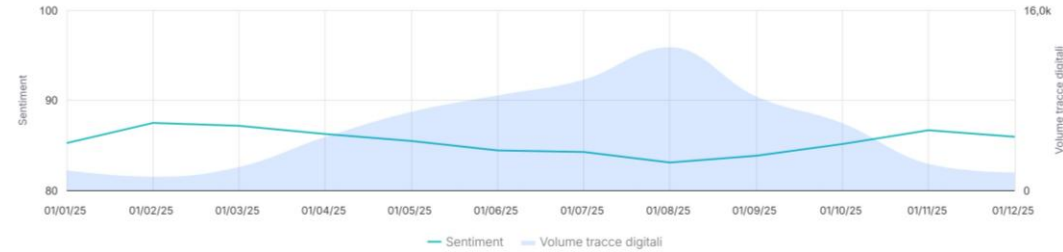


# Volume tracce digitali e *sentiment*

## RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

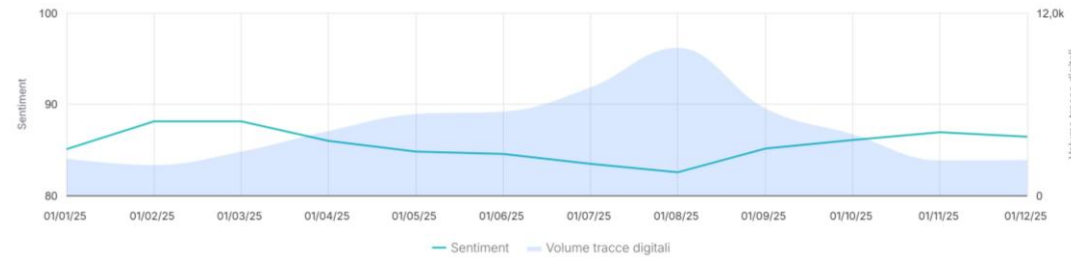
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

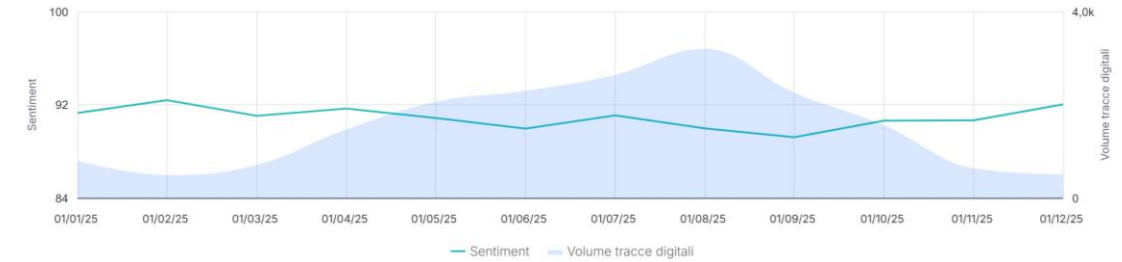
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

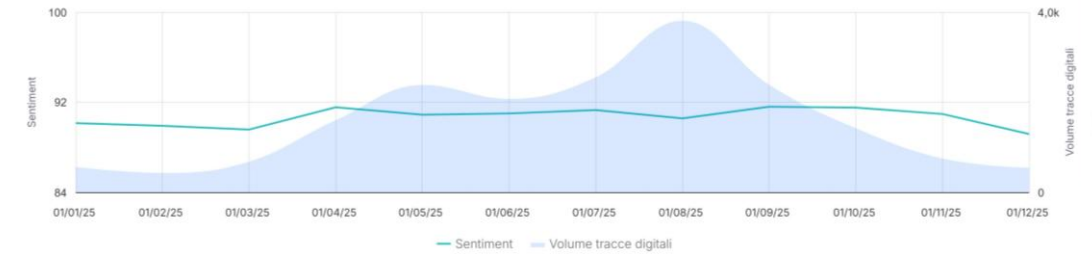
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## ATTRAZIONI

Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





# Langhe Monferrato Roero

**Complessivo**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Langhe Monferrato Roero: Distribuzione del volume dei POI

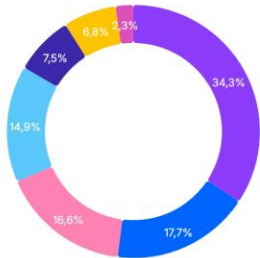
COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Langhe Monf.to Roero

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate  
Suddivisione percentuale e volume totale dei POI rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale POI **7,2k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
🍴 Locali e Ristorazione	34,3%	2,5k	88,9/100
🏠 Ricettività	17,7%	1,3k	89,5/100
🏠 Affitti Brevi	16,6%	1,2k	92,1/100
🏛️ Attrazioni	14,9%	1,1k	88,3/100
🚗 Trasporti	7,5%	545	80,3/100
🌾 Agricoltura	6,8%	488	95,4/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **7.200 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 2.500;**
- **Ricettività: 1.300;**
- **Affitti brevi: 1.200;**
- **Attrazioni: 1.100.**



# Langhe Monferrato Roero: Distribuzione del volume delle tracce digitali

**COMPLESSIVO**

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Langhe Monf.to Roero

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 **159,6k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
☪ Locali e Ristorazione	46,8%	74,6k	88,9/100
🏠 Ricettività	30,8%	49,1k	89,5/100
🏠 Affitti Brevi	11,2%	17,8k	92,1/100
🏛️ Attrazioni	6,3%	10,0k	88,3/100
🚗 Trasporti	2,1%	3,4k	80,3/100
🌾 Agricoltura	2,1%	3,4k	95,4/100

**D/ATI DESTINATIONS**

www.datapeel.io



I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **159.600 (-17,3%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 74.600 (-26,8%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 49.100 (-3,2%);**
- **Affitti brevi: 17.800 (-3,3%);**
- **Attrazioni: 10.000 (-6,2%).**



# Langhe Monferrato Roero: Provenienza viaggiatori

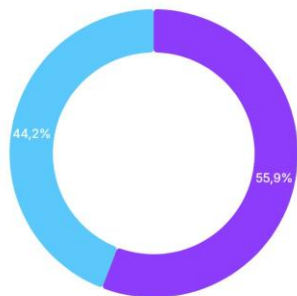
COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Langhe Monf.to Roero

## Provenienza viaggiatori

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



● Domestic ● No\_domestic

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	55,9%	89,0/100
Svizzera	11,1%	88,5/100
Francia	6,7%	87,6/100
Germania	4,4%	89,2/100
Paesi Bassi	4,0%	88,5/100

Il **55,9%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Svizzera**, con l'**11,1%**, e la **Francia**, con il **6,7%**.



# Langhe Monferrato Roero: **Tipologie di viaggio**

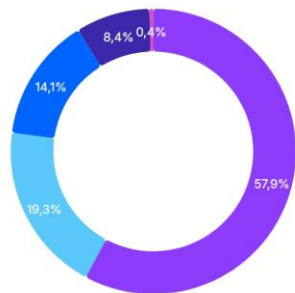
**COMPLESSIVO**

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Langhe Monf.to Roero

## Tipologia di viaggiatore

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



● Coppie ● Famiglie ● Amici/Gruppo ● Singolo ● Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
👤 Coppie	57,9%	88,8/100
❤️ Famiglie	19,3%	88,6/100
👥 Amici/Gruppo	14,1%	88,8/100
🧑 Singolo	8,4%	86,7/100
👜 Viaggio di lavoro	0,4%	88,9/100

Il **57,9%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **19,3%**, e gli **amici/gruppi**, con il **14,1%**.





# Langhe Monferrato Roero

**Ricettività**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Langhe Monferrato Roero: Tipologie di comparto più popolari

## RICETTIVITÀ

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **1.300 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: 353;**
- **Agriturismi: 347;**
- **Villette: 171;**
- **Hotel: 146;**
- **Altri alloggi: 133.**

Periodo	Località	Industria/Categoria
01/01/25 - 31/12/25	Langhe Monf.to Roero	Ricettività + Altri 15

**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	11,4%	146	30,3%	14,9k	86,1/100
2 Agriturismo	27,1%	347	23,4%	11,5k	91,7/100
3 B & B	27,5%	353	20,7%	10,2k	90,8/100
4 Villetta	13,3%	171	8,2%	4,0k	91,5/100
5 Altri alloggi	10,4%	133	6,2%	3,0k	92,4/100





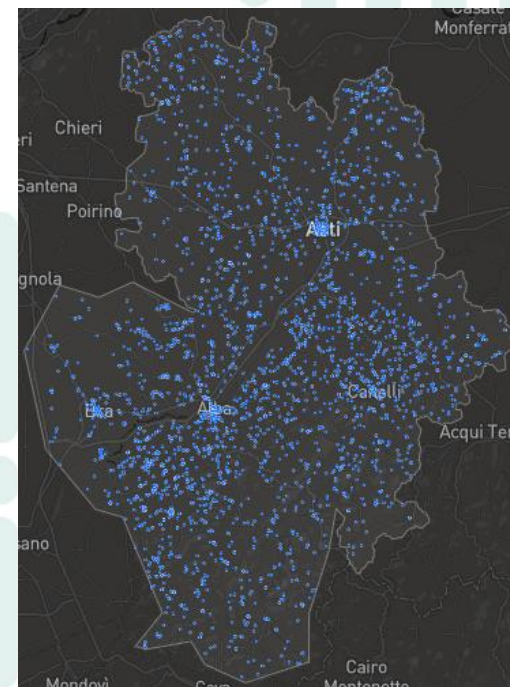
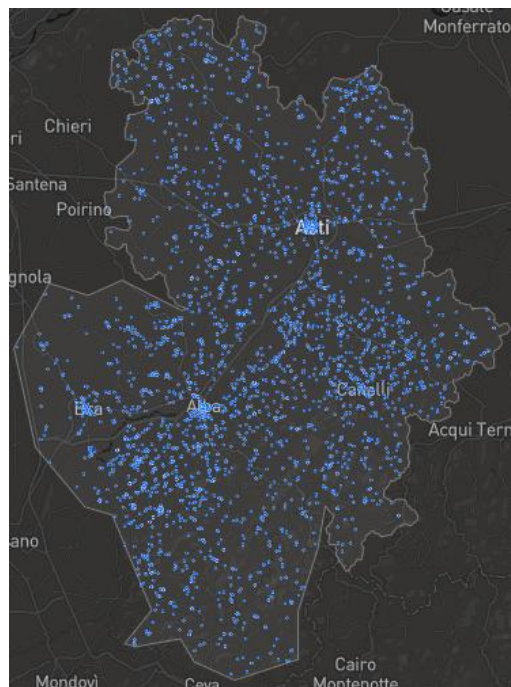
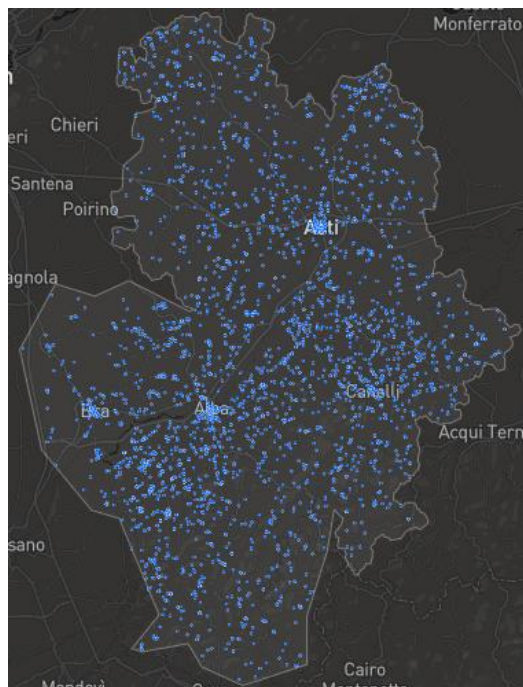
# Langhe Monferrato Roero: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

2023

2024

RICETTIVITÀ

2025





# Langhe Monferrato Roero: **Analisi semantica**

## RICETTIVITÀ

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Ospitalità</b>	Accoglienza calorosa e proprietari disponibili, ti fanno sentire a casa.	<b>Servizi igienici</b>	Bagni piccoli e datati, necessitano di miglioramenti e maggiore funzionalità.
<b>Posizione</b>	Posizione incantevole tra vigneti, con splendide viste e tranquillità.		
<b>Personale</b>	Personale cordiale e attento, sempre disponibile per ogni esigenza.		



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (14.400 tracce digitali e un *sentiment* dell'85/100), l'**ospitalità** (13.100 tracce digitali e un *sentiment* del 91/100) e il **personale** (11.000 tracce digitali e un *sentiment* dell'87/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **servizi igienici** (1.400 tracce digitali e un *sentiment* del 53/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (14.400 tracce digitali), l'**ospitalità** (13.100) e la **camera** (12.200).



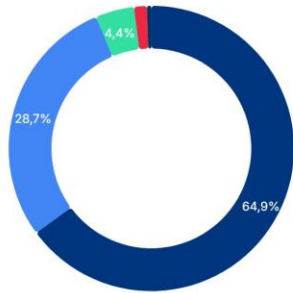
# Langhe Monferrato Roero: Canali e Social

## RICETTIVITÀ

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Langhe Monf.to Roero	<b>Industria/Categoria</b> Ricettività + Altri 15
---------------------------------------	---	--

### Top 5 canali di recensione online

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



● Booking ● Google ● TripAdvisor ● Hotels  
● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
booking	64,1%	9,0/10	88,1/100
google	28,4%	9,4/10	93,0/100
tripadvisor	4,3%	9,1/10	89,8/100
hotels	1,4%	9,3/10	82,6/100
expedia	0,5%	9,4/10	83,8/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **64,1%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **28,4%**, e **TripAdvisor**, con il **4,3%**.





# Langhe Monferrato Roero

**Affitti Brevi**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Langhe Monferrato Roero: Tipologie di comparto più popolari

## AFFITTI BREVI

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Langhe Monf.to Roero

Industria/Categoria  
Affitti Brevi + Altri 2

### 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 Appartamento vacanze	26,8%	321	41,3%	7,4k	91,4/100
2 Affittacamere	25,6%	306	32,0%	5,7k	91,4/100
3 Casa o Appartamento	47,6%	569	26,7%	4,7k	94,0/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.200 punti di interesse**; in particolare, le **prime 3 tipologie** di **affitti brevi** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 569;**
- **Appartamento vacanze: 321;**
- **Affittacamere: 306.**



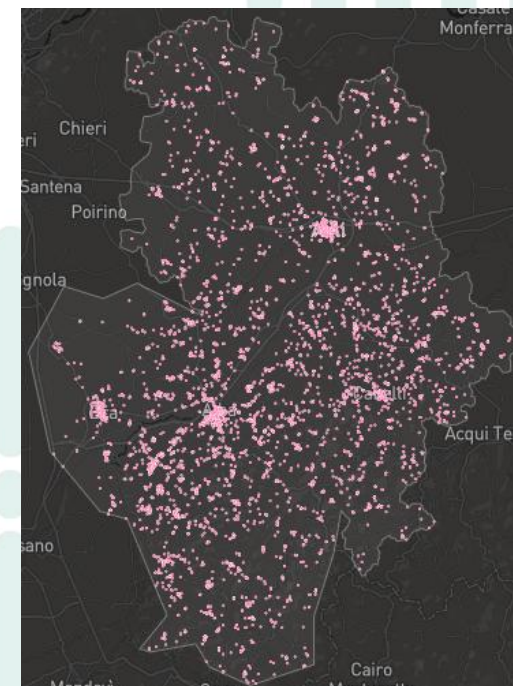
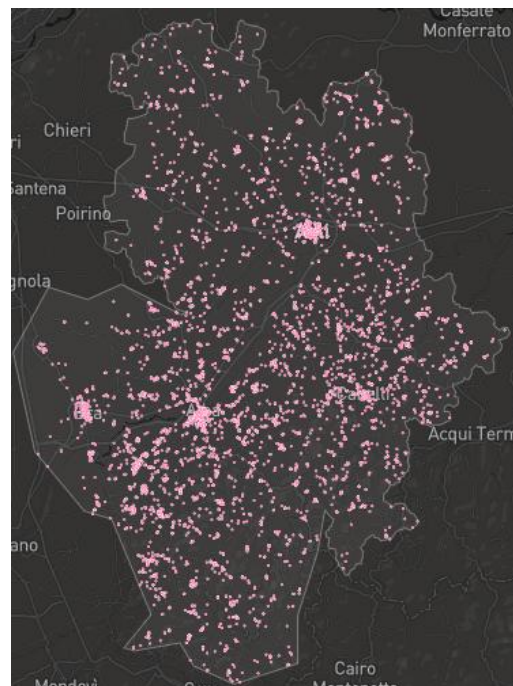
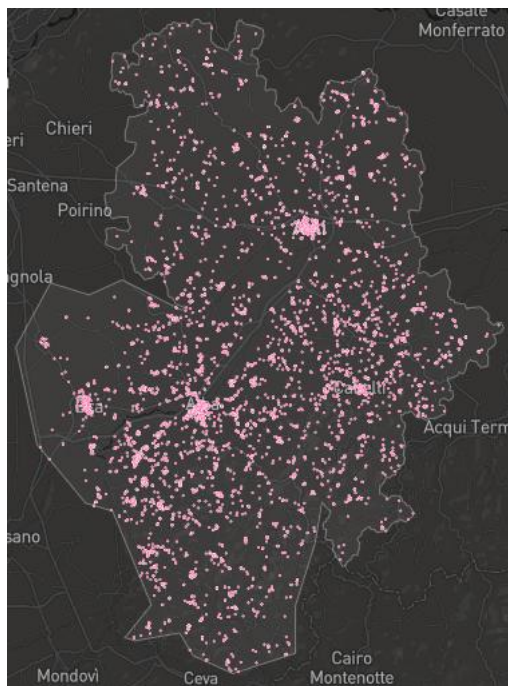
# Langhe Monferrato Roero: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

**AFFITTI BREVI**

**2023**

**2024**

**2025**



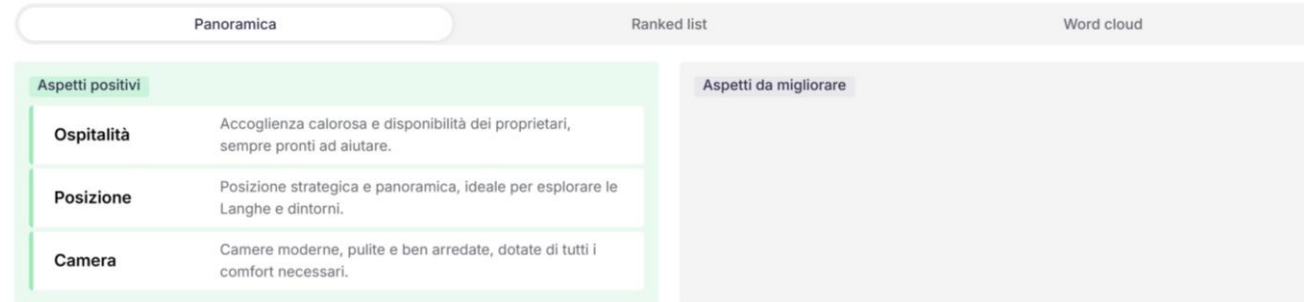


# Langhe Monferrato Roero: **Analisi semantica**

## AFFITTI BREVI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono l'**ospitalità** (7.400 tracce digitali e un **sentiment** del 91/100), la **posizione** (6.900 tracce digitali e un **sentiment** dell'87/100) e la **camera** (5.900 tracce digitali e un **sentiment** dell'81/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono l'**ospitalità** (7.400 tracce digitali), la **posizione** (6.900) e la **camera** (5.900).



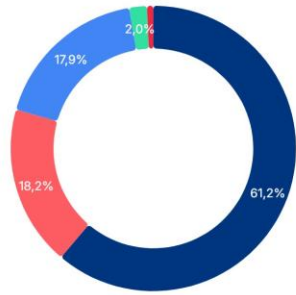
# Langhe Monferrato Roero: Canali e Social

## AFFITTI BREVI

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Langhe Monf.to Roero	<b>Industria/Categoria</b> Affitti Brevi + Altri 2
---------------------------------------	---	---

### Top 5 canali di recensione online

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



● Booking
 ● Airbnb
 ● Google
 ● Tripadvisor
 ● Hotels

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
booking	60,5%	9,2/10	89,6/100
airbnb	18,0%	9,8/10	97,1/100
google	17,7%	9,7/10	96,1/100
tripadvisor	2,0%	9,1/10	89,6/100
hotels	0,7%	9,3/10	81,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **60,5%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **18%**, e **Google**, con il **17,7%**.



# Langhe Monferrato Roero

**Ristorazione**

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Langhe Monferrato Roero: Tipologie di comparto più popolari

## RISTORAZIONE

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Langhe Monf.to Roero

Industria/Categoria  
Locali e Ristorazione + Altri 34

### 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	35,6%	884	64,9%	48,4k	89,7/100
2	Pizzeria	8,8%	218	11,6%	8,6k	87,6/100
3	Bar	19,5%	483	7,7%	5,7k	84,8/100
4	Gelateria	2,5%	61	2,3%	1,7k	87,8/100
5	Wine bar	3,3%	83	2,3%	1,7k	90,8/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **2.500 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: 884;**
- **Bar: 483;**
- **Pizzerie: 218;**
- **Wine bar: 83;**
- **Gelaterie: 61.**



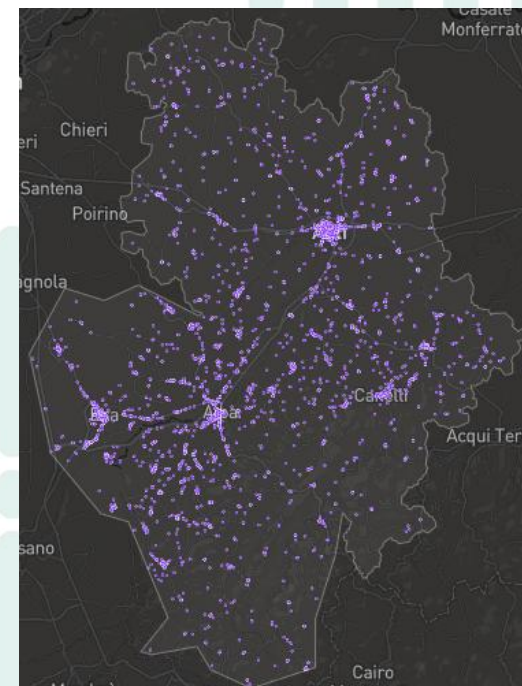
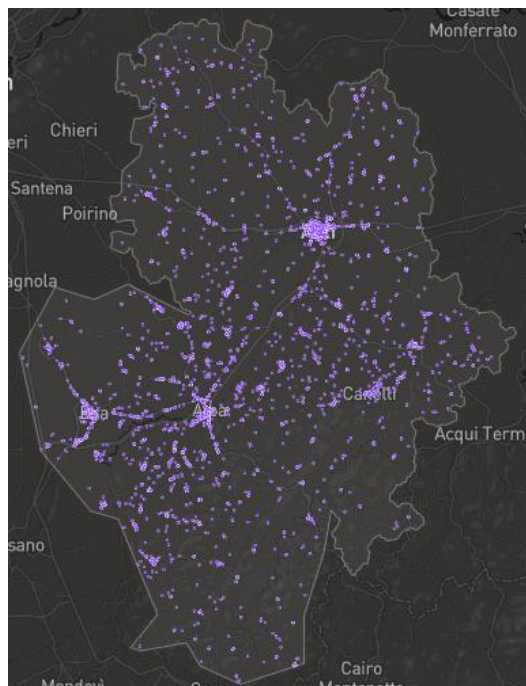
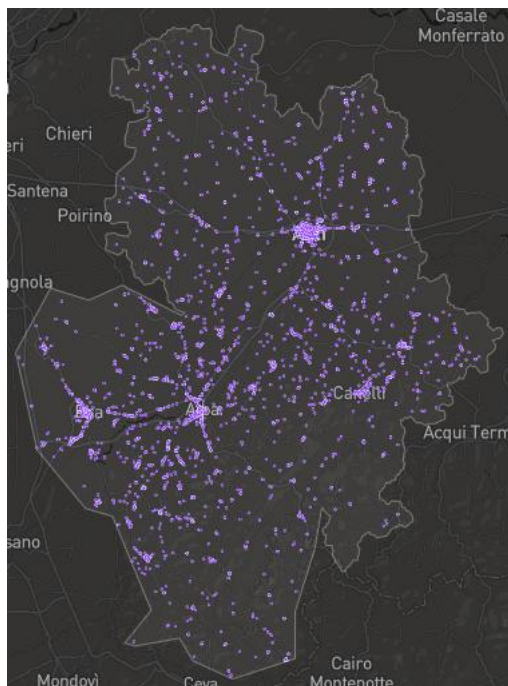
# Langhe Monferrato Roero: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

**RISTORAZIONE**

**2023**

**2024**

**2025**





# Langhe Monferrato Roero: **Analisi semantica**

## RISTORAZIONE

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Cibo</b>	Cibo di alta qualità, preparato con passione e attenzione ai dettagli.		
<b>Personale</b>	Personale gentile e competente, sempre attento e disponibile per gli ospiti.		
<b>Ospitalità</b>	Accoglienza calorosa e professionale, che fa sentire come a casa.		



- Gli **aspetti positivi** sono il **cibo (38.600 tracce digitali)** e un **sentiment dell'83/100**, il **personale (18.900 tracce digitali)** e un **sentiment dell'82/100** e l'**ospitalità (12.500 tracce digitali)** e un **sentiment dell'87/100**.
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo (38.600 tracce digitali)**, il **personale (18.900)** e l'**atmosfera (13.200)**.



# Langhe Monferrato Roero: **Canali e Social**

## RISTORAZIONE

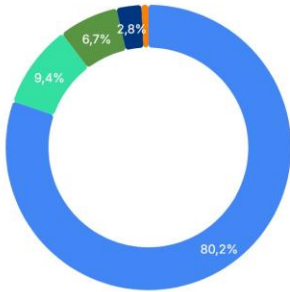
Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Langhe Monf.to Roero

Industria/Categoria  
Locali e Ristorazione + Altri 34

### 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 ● Justeat

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
google	80,1%	9,0/10	89,3/100
tripadvisor	9,4%	8,7/10	84,7/100
thefork	6,7%	9,2/10	91,2/100
booking	2,8%	8,9/10	87,1/100
justeat	0,8%	9,3/10	91,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con **l'80,1%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **9,4%**, e **TheFork**, con il **6,7%**.



# Langhe Monferrato Roero

## Attrazioni

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Langhe Monferrato Roero: Tipologie di comparto più popolari

## ATTRAZIONI

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Langhe Monf.to Roero

Industria/Categoria  
Attrazioni + Altri 58

### 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	18,2%	196	29,3%	2,9k	86,6/100
2 Museo	7,1%	76	15,1%	1,5k	88,8/100
3 Castello	3,8%	41	13,7%	1,4k	88,9/100
4 Chiesa	34,4%	370	12,4%	1,2k	90,7/100
5 Paesaggistica	2,4%	26	9,0%	905	92,9/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **1.100 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: 370;**
- **Attrazioni: 196;**
- **Musei: 76;**
- **Castelli: 41;**
- **Paesaggistiche: 26.**



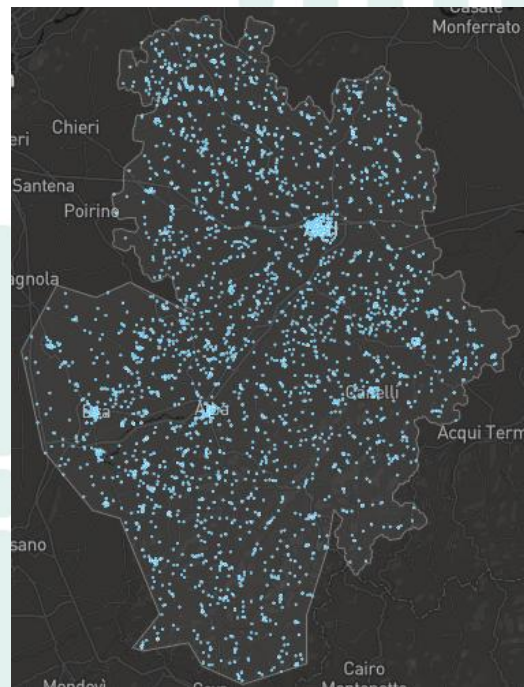
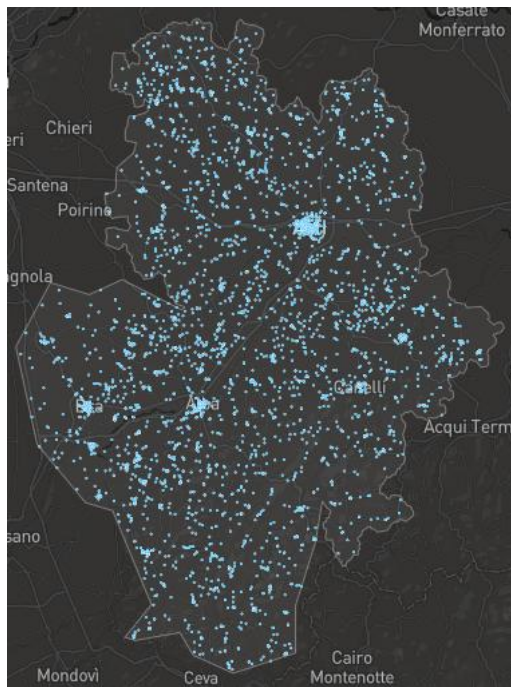
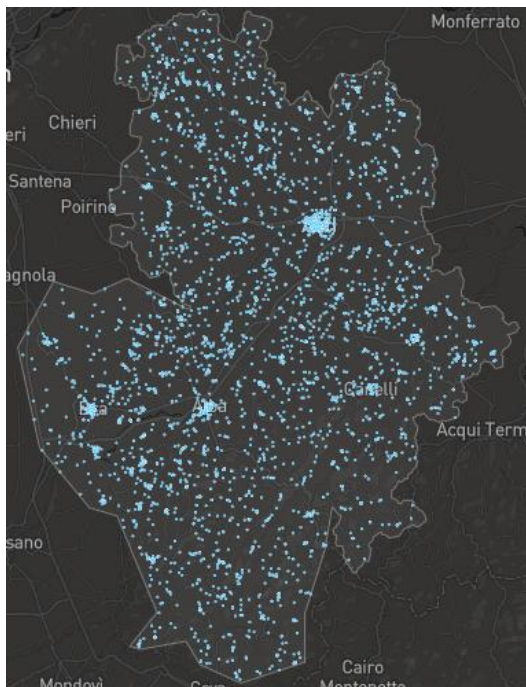
# Langhe Monferrato Roero: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

**ATTRAZIONI**

**2023**

**2024**

**2025**



AI DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

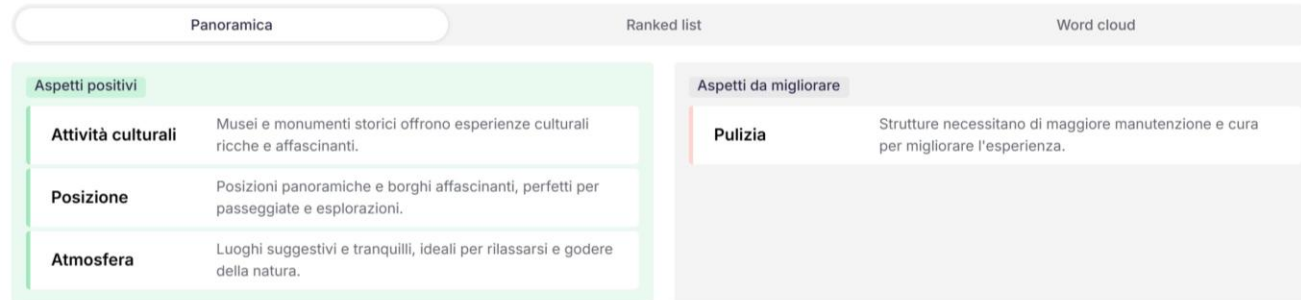


# Langhe Monferrato Roero: **Analisi semantica**

## ATTRAZIONI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono le **attività culturali** (2.200 tracce digitali e un *sentiment* dell'**82/100**), la **posizione** (1.500 tracce digitali e un *sentiment* del **78/100**) e l'**atmosfera** (977 tracce digitali e un *sentiment* dell'**80/100**).
- Tra gli **aspetti da migliorare** è presente la **pulizia** (270 tracce digitali e un *sentiment* del **54/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono le **attività culturali** (2.200 tracce digitali), la **posizione** (1.500) e l'**atmosfera** (977).



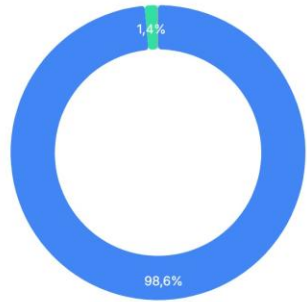
# Langhe Monferrato Roero: **Canali e Social**

## ATTRAZIONI

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Langhe Monf.to Roero	<b>Industria/Categoria</b> Attrazioni + Altri 58
---------------------------------------	---	---

### 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 ● Airbnb

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
google	98,6%	9,0/10	88,4/100
tripadvisor	1,4%	8,3/10	80,7/100
airbnb	0,0%	9,0/10	84,4/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98,6%** dei contenuti; segue **TripAdvisor**, con l'**1,4%**.



www.datappeal.io





# **Focus Sentiment Analysis**

**Langhe Monferrato Roero vs Italia**

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Recensioni on-line e *sentiment* Langhe Monferrato Roero vs Italia

**COMPLESSIVO**

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Langhe Monf.to Roero	
<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Piemonte	<b>Benchmark</b> Italia

### Sentiment

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



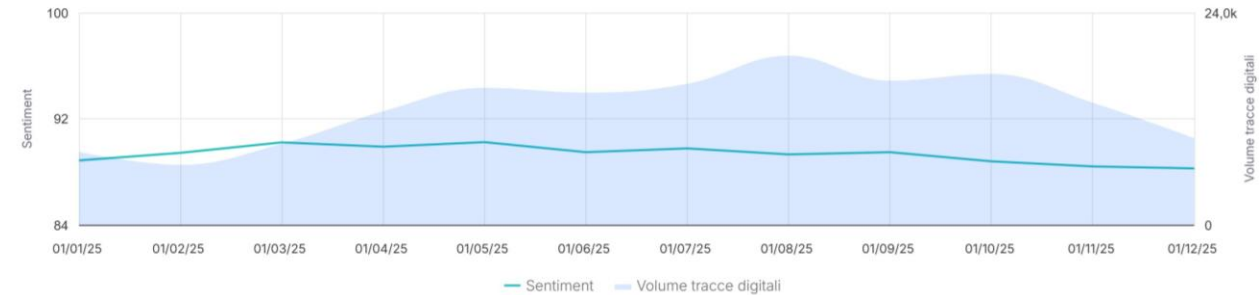
www.datapeal.io



Il valore del *sentiment* delle **Langhe Monferrato Roero** (+0,3) è superiore rispetto all'Italia: **89,4/100** vs **86,2/100**.

### Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





# Recensioni on-line e *sentiment* Langhe Monferrato Roero vs Italia

## RICETTIVITÀ



89,5/100 (+0,1) vs 84,2/100

## RISTORAZIONE



88,9/100 (+0,4) vs 86,6/100

## AFFITTI BREVI



92,1/100 (+0,7) vs 87,8/100

## ATTRAZIONI



88,3/100 (-0,5) vs 89,6/100



# Volume tracce digitali e *sentiment*

## RICETTIVITÀ

### Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## RISTORAZIONE

### Volume tracce digitali e sentiment

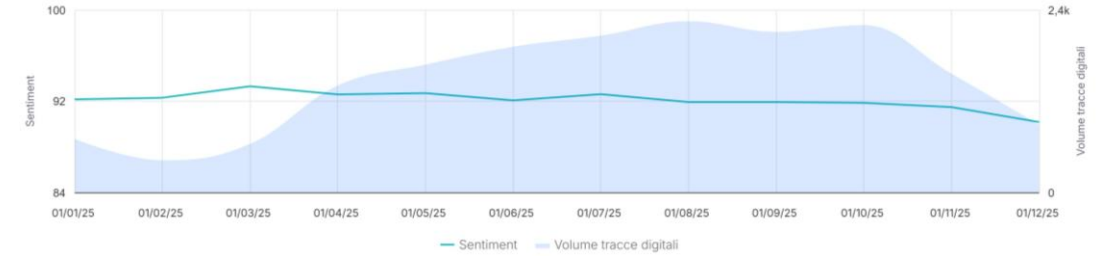
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## AFFITTI BREVI

### Volume tracce digitali e sentiment

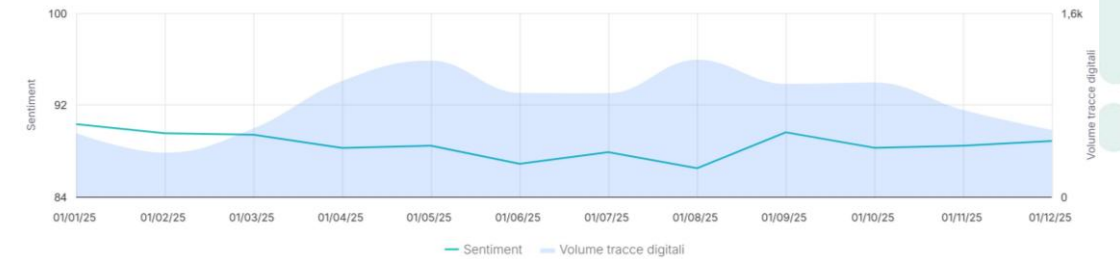
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## ATTRAZIONI

### Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





# Terre dell'Alto Piemonte

**Complessivo**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



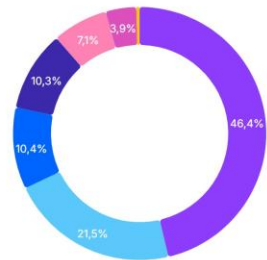
# Terre dell'Alto Piemonte: Distribuzione del volume dei POI

**COMPLESSIVO**

Periodo: 01/01/25 - 31/12/25  
Località: Terre Alto Piemonte

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate  
Suddivisione percentuale e volume totale dei POI rispetto alle industrie selezionate.

Volume totale POI **6,8k**



	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
🍴 Locali e Ristorazione	46,4%	3,1k	85,2/100
🏛️ Attrazioni	21,5%	1,5k	89,7/100
🏠 Ricettività	10,4%	707	85,3/100
🚗 Trasporti	10,3%	698	77,7/100
🏠 Affitti Brevi	7,1%	479	88,2/100
🎪 Intrattenimento	3,9%	266	90,4/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **6.800 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 3.100;**
- **Attrazioni: 1.500;**
- **Ricettività: 707;**
- **Affitti brevi: 479.**





# Terre dell'Alto Piemonte: Distribuzione del volume delle tracce digitali

**COMPLESSIVO**

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Terre Alto 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 **138,5k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴 Locali e Ristorazione	57,9%	80,2k	85,2/100
🏠 Ricettività	20,5%	28,4k	85,3/100
🏛️ Attrazioni	8,9%	12,3k	89,7/100
🏠 Affitti Brevi	5,3%	7,3k	88,2/100
🚗 Trasporti	3,7%	5,2k	77,7/100
🎪 Intrattenimento	3,6%	5,0k	90,4/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **138.500 (-22,1%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 80.200 (-31%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 28.400 (-4,4%);**
- **Attrazioni: 12.300 (-4%);**
- **Affitti brevi: 7.300 (+6,6%).**





# Terre dell'Alto Piemonte: Provenienza viaggiatori

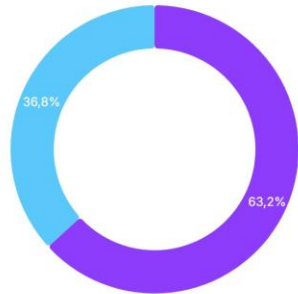
COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Terre Alto Piemonte

## Provenienza viaggiatori

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



● Domestic ● No\_domestic

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	63,2%	85,2/100
Francia	7,3%	83,3/100
Svizzera	6,6%	83,7/100
Germania	3,5%	84,2/100
Regno Unito	2,0%	84,3/100

Il **63,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con il **7,3%**, e la **Svizzera**, con il **6,6%**.



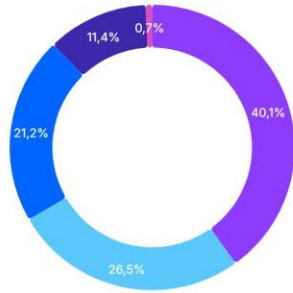
# Terre dell'Alto Piemonte: Tipologie di viaggio

COMPLESSIVO

Periodo: 01/01/25 - 31/12/25  
Località: Terre Alto Piemonte

## Tipologia di viaggiatore

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



● Coppie ● Famiglie ● Singolo ● Amici/Gruppo ● Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
👤 Coppie	40,1%	84,3/100
❤️ Famiglie	26,5%	82,8/100
🧑 Singolo	21,2%	82,9/100
👥 Amici/Gruppo	11,4%	83,6/100
👜 Viaggio di lavoro	0,7%	79,6/100

Il **40,1%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **26,5%**, e i **single**, con il **21,2%**.



www.datappeal.io



DAI DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



# Terre dell'Alto Piemonte

**Ricettività**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Terre dell'Alto Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

## RICETTIVITÀ

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Terre Alto Piemonte

Industria/Categoria  
Ricettività + Altri 15

### 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	17,4%	124	46,2%	13,1k	81,4/100
2 B & B	27,1%	193	19,0%	5,4k	90,3/100
3 Agriturismo	17,7%	126	9,7%	2,7k	90,1/100
4 Campeggi	3,1%	22	5,1%	1,5k	84,8/100
5 Resort	3,2%	23	4,4%	1,2k	87,4/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **707 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: 193;**
- **Agriturismi: 126;**
- **Hotel: 124;**
- **Resort: 23;**
- **Campeggi: 22.**



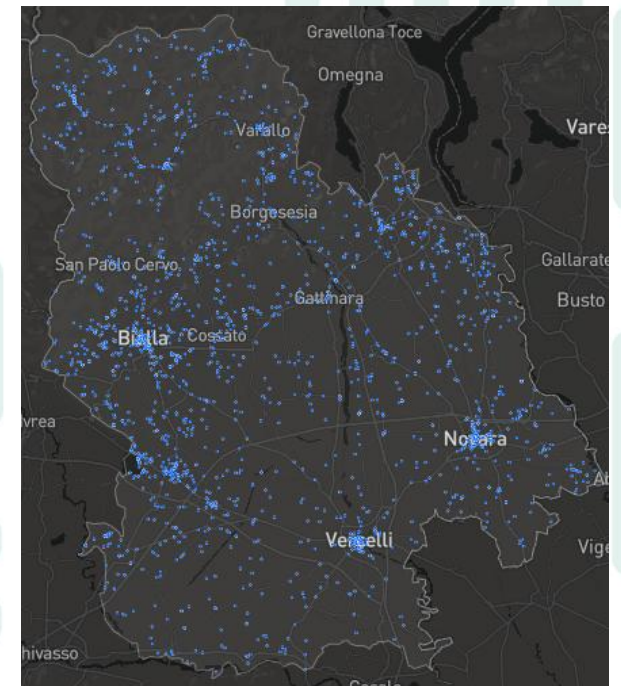
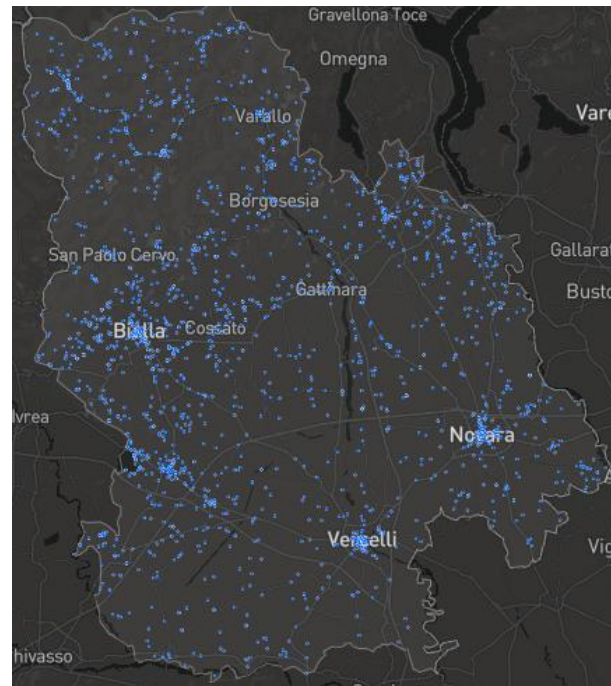
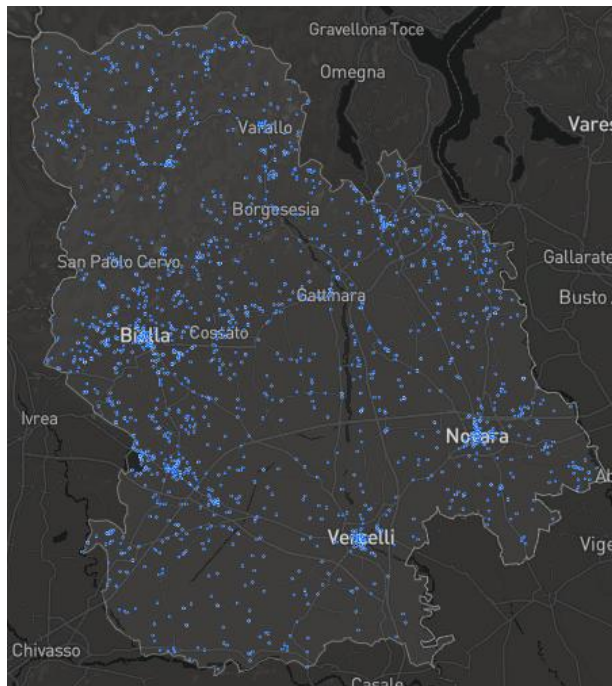
# Terre dell'Alto Piemonte: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

2023

2024

RICETTIVITÀ

2025



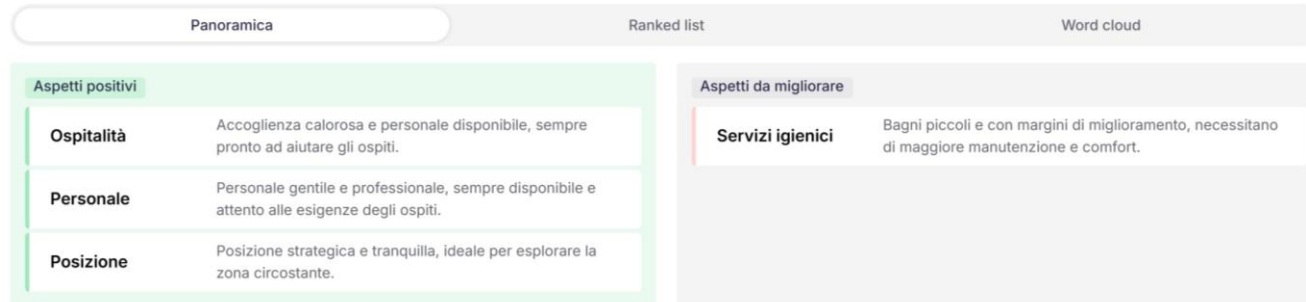


# Terre dell'Alto Piemonte: **Analisi semantica**

**RICETTIVITÀ**

## Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (5.800 tracce digitali e un **sentiment** dell'80/100), il **personale** (5.400 tracce digitali e un **sentiment** dell'82/100) e l'**ospitalità** (4.600 tracce digitali e un **sentiment** dell'88/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **servizi igienici** (932 tracce digitali e un **sentiment** del 51/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **camera** (6.300 tracce digitali), la **posizione** (5.800) e il **personale** (5.400).



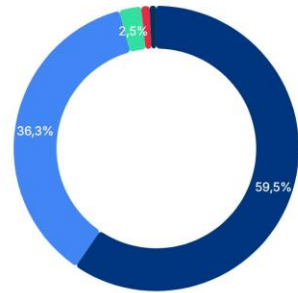
# Terre dell'Alto Piemonte: Canali e Social

## RICETTIVITÀ

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Terre Alto Piemonte	<b>Industria/Categoria</b> Ricettività + Altri 15
---------------------------------------	--	--

### Top 5 canali di recensione online

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



● Booking
 ● Google
 ● TripAdvisor
 ● Hotels
 ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
booking	58,6%	8,5/10	83,3/100
google	35,7%	9,0/10	89,3/100
tripadvisor	2,5%	8,3/10	80,4/100
hotels	0,9%	8,6/10	77,2/100
expedia	0,8%	8,6/10	76,8/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **58,6%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **35,7%**, e **TripAdvisor**, con il **2,5%**.



# Terre dell'Alto Piemonte

**Affitti Brevi**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Terre dell'Alto Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

## AFFITTI BREVI

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Terre Alto Piemonte

Industria/Categoria  
Affitti Brevi + Altri 2

### 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 Appartamento vacanze	24,0%	115	41,4%	3,0k	87,6/100
2 Casa o Appartamento	48,6%	233	31,3%	2,3k	88,6/100
3 Affittacamere	27,3%	131	27,3%	2,0k	88,5/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **479 punti di interesse**; in particolare, le **prime 3 tipologie** di **affitti brevi** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 233;**
- **Affittacamere: 131;**
- **Appartamento vacanze: 115.**



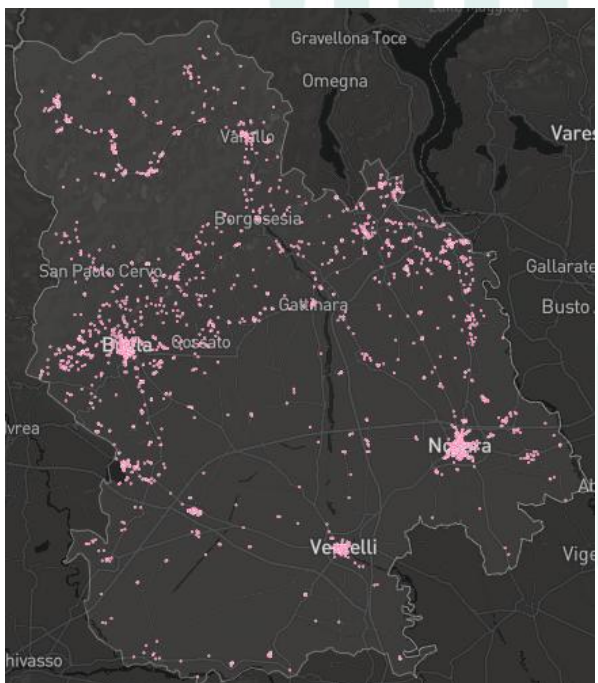
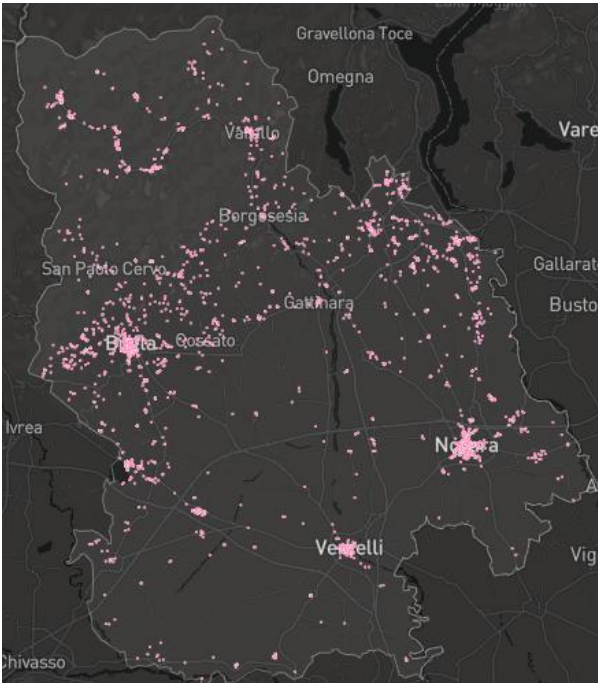
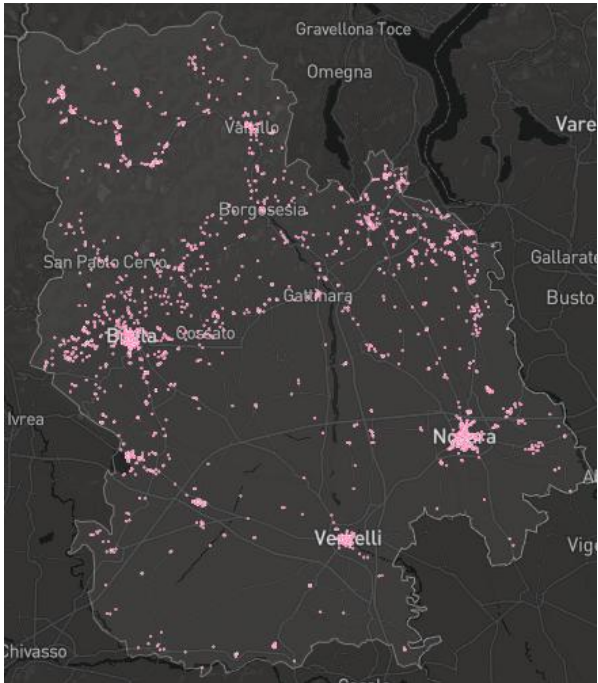
# Terre dell'Alto Piemonte: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

**AFFITTI BREVI**

**2023**

**2024**

**2025**



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

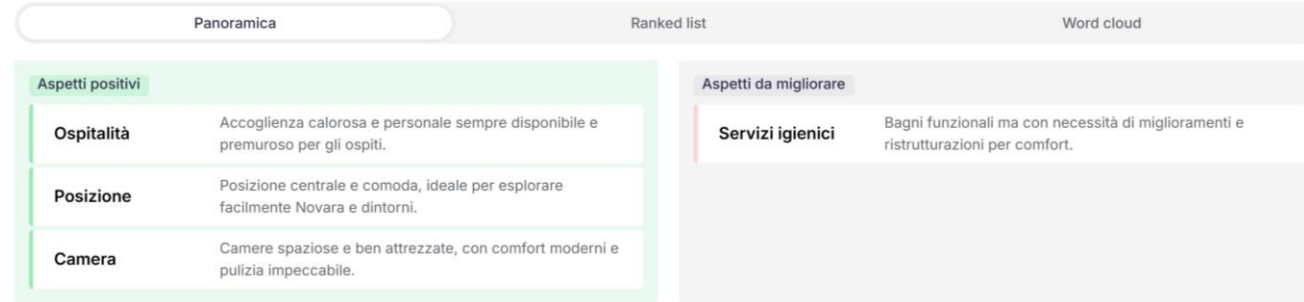


# Terre dell'Alto Piemonte: **Analisi semantica**

## AFFITTI BREVI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono la **camera** (2.400 tracce digitali e un **sentiment** del **77/100**), l'**ospitalità** (2.300 tracce digitali e un **sentiment** del **90/100**) e la **posizione** (2.000 tracce digitali e un **sentiment** dell'**83/100**).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **servizi igienici** (225 tracce digitali e un **sentiment** del **53/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **camera** (2.400 tracce digitali), l'**ospitalità** (2.300) e la **posizione** (2.000).



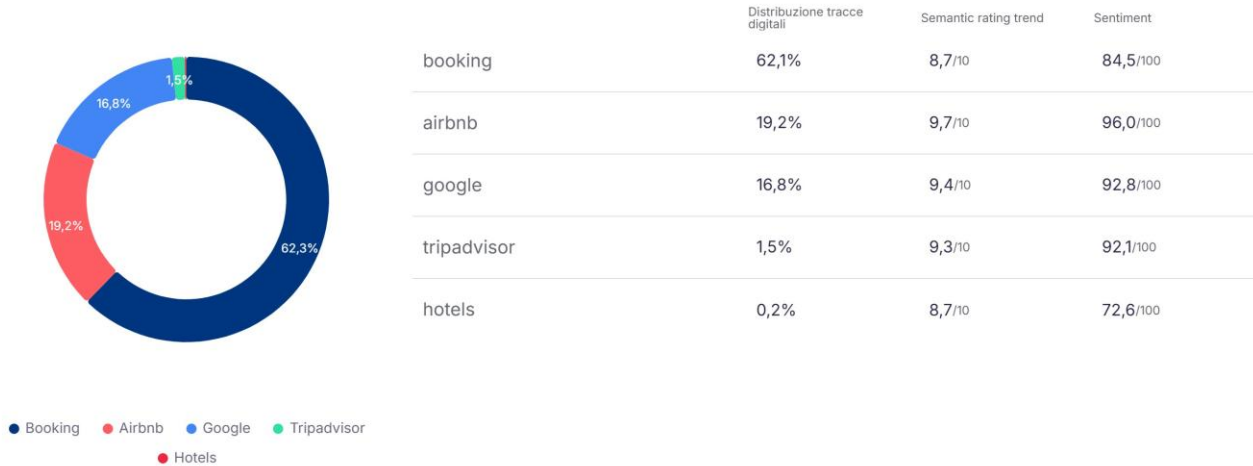
# Terre dell'Alto Piemonte: Canali e Social

## AFFITTI BREVI

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Terre Alto Piemonte	<b>Industria/Categoria</b> Affitti Brevi + Altri 2
---------------------------------------	--	---

### Top 5 canali di recensione online

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



Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **62,1%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **19,2%**, e **Google**, con il **16,8%**.



# Terre dell'Alto Piemonte

**Ristorazione**

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Terre dell'Alto Piemonte: **Tipologie di comparto più popolari**

## RISTORAZIONE

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Terre Alto Piemonte

Industria/Categoria  
Locali e Ristorazione + Altri 34

### 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	28,9%	910	46,6%	37,4k	86,5/100
2 Pizzeria	9,6%	302	15,8%	12,7k	84,5/100
3 Bar	25,7%	808	11,6%	9,3k	85,5/100
4 Caffè	7,9%	249	6,5%	5,2k	76,6/100
5 Fast food	1,9%	61	4,2%	3,4k	77,1/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **3.100 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: 910;**
- **Bar: 808;**
- **Pizzerie: 302;**
- **Caffè: 249;**
- **Fast food: 61.**



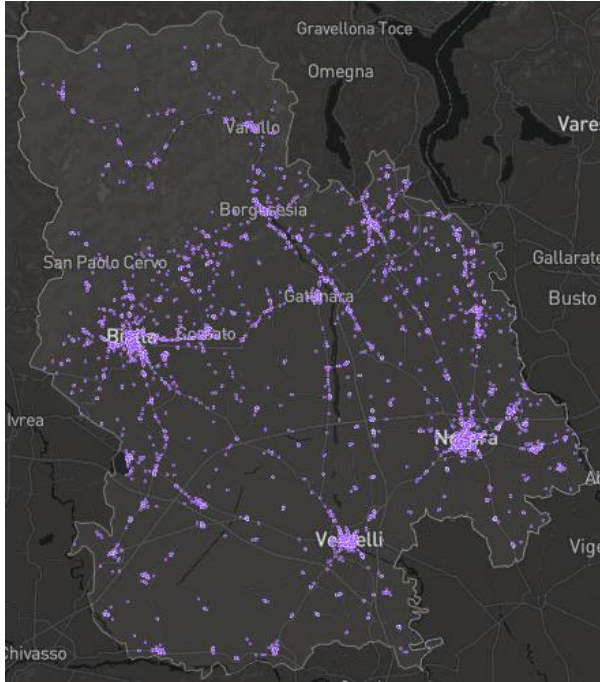
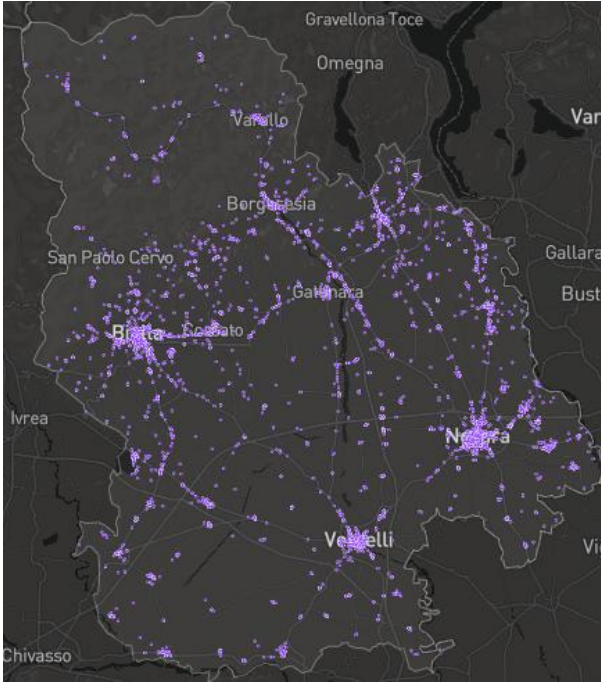
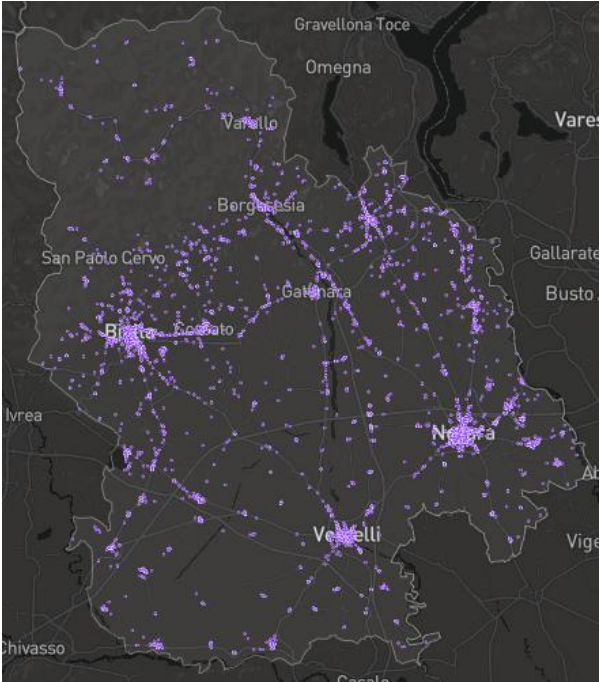
# Terre dell'Alto Piemonte: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

**RISTORAZIONE**

**2023**

**2024**

**2025**



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

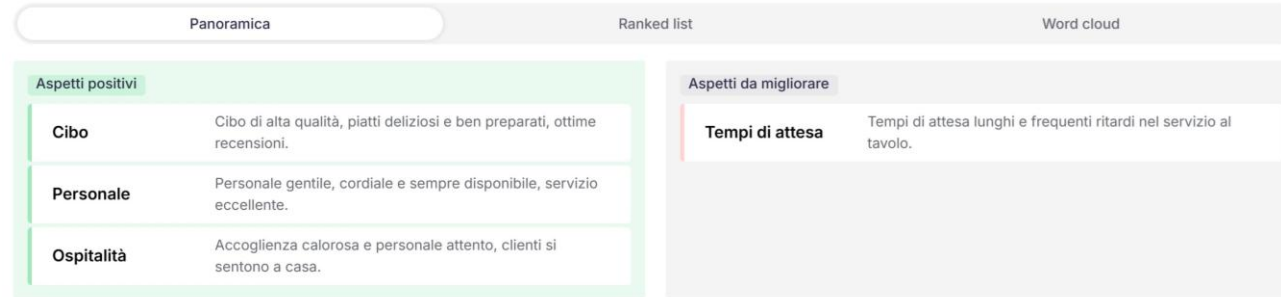


# Terre dell'Alto Piemonte: **Analisi semantica**

## RISTORAZIONE

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono il **cibo** (**33.700 tracce digitali** e un **sentiment** del **78/100**), il **personale** (**17.600 tracce digitali** e un **sentiment** del **77/100**) e l'**ospitalità** (**9.900 tracce digitali** e un **sentiment** dell'**84/100**).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **tempi di attesa** (**3.200 tracce digitali** e un **sentiment** del **37/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo** (**33.700 tracce digitali**), il **personale** (**17.600**) e l'**atmosfera** (**11.600**).



# Terre dell'Alto Piemonte: Canali e Social

## RISTORAZIONE

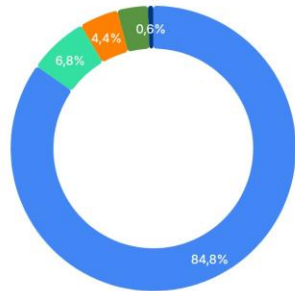
Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Terre Alto Piemonte

Industria/Categoria  
Locali e Ristorazione + Altri 34

### 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 ● Justeat ● Thefork  
● Booking

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
google	84,8%	8,7/10	86,3/100
tripadvisor	6,8%	8,0/10	78,1/100
justeat	4,4%	7,8/10	73,8/100
thefork	3,5%	8,9/10	88,0/100
booking	0,6%	8,5/10	83,3/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**84,8%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **6,8%**, e **Justeat**, con il **4,4%**.





# Terre dell'Alto Piemonte

**Attrazioni**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Terre dell'Alto Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

## ATTRAZIONI

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Terre Alto Piemonte

Industria/Categoria  
Attrazioni + Altri 58

### 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	10,1%	147	37,6%	4,6k	90,6/100
2 Chiesa	31,4%	458	11,3%	1,4k	88,8/100
3 Parco	9,0%	131	9,1%	1,1k	86,9/100
4 Museo	6,6%	97	6,3%	768	90,5/100
5 Centro culturale	4,0%	58	3,8%	459	91,5/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **1.500 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: 458;**
- **Attrazioni: 147;**
- **Parchi: 131;**
- **Musei: 97;**
- **Centri culturali: 58.**



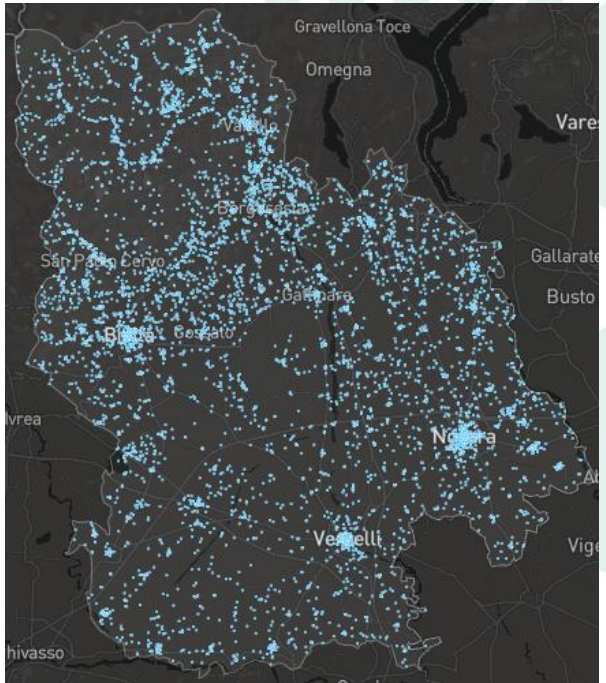
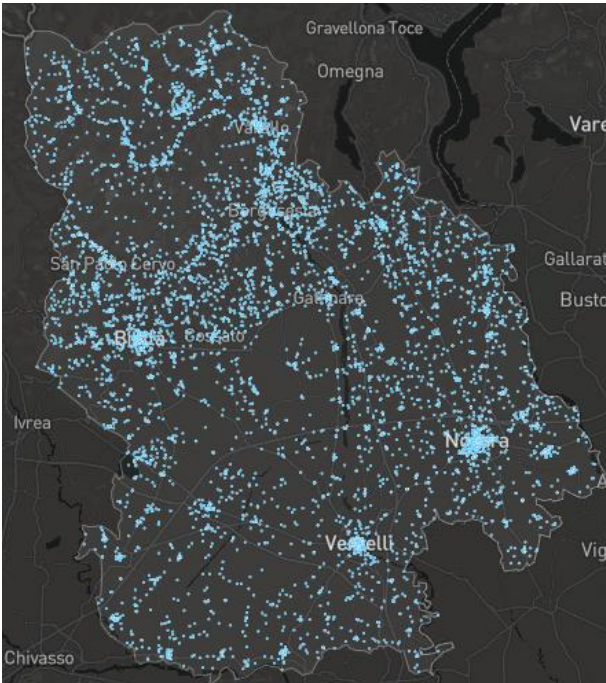
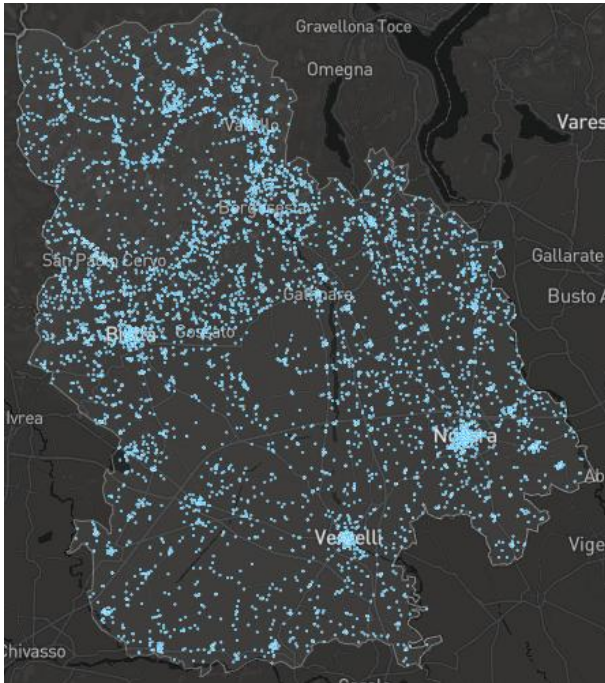
# Terre dell'Alto Piemonte: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

**ATTRAZIONI**

**2023**

**2024**

**2025**



AI DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

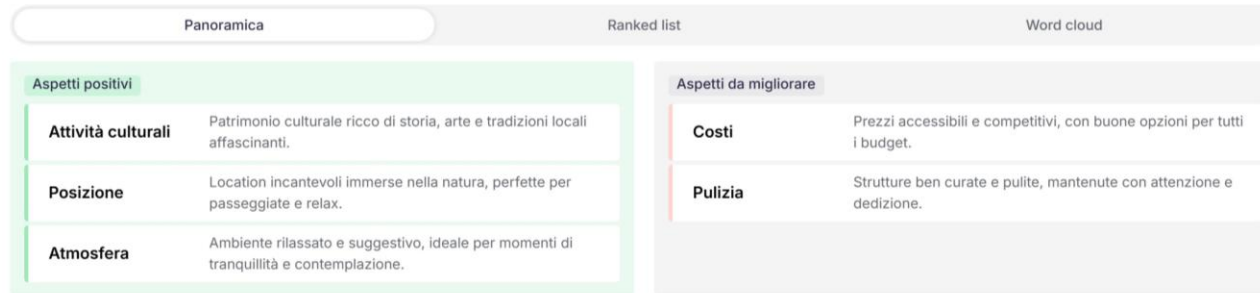


# Terre dell'Alto Piemonte: **Analisi semantica**

## ATTRAZIONI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono le **attività culturali** (2.200 tracce digitali e un **sentiment** dell'82/100), la **posizione** (1.700 tracce digitali e un **sentiment** del 79/100) e l'**atmosfera** (1.200 tracce digitali e un **sentiment** dell'82/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti la **pulizia** (362 tracce digitali e un **sentiment** del 59/100) e i **costi** (189 tracce digitali e un **sentiment** del 60/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono le **attività culturali** (2.200 tracce digitali), la **posizione** (1.700) e l'**atmosfera** (1.200).



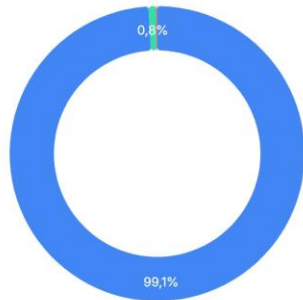
# Terre dell'Alto Piemonte: **Canali e Social**

## ATTRAZIONI

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Terre Alto Piemonte	<b>Industria/Categoria</b> Attrazioni + Altri 58
---------------------------------------	--	---

### 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 ● Airbnb

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
google	99,1%	9,1/10	89,9/100
tripadvisor	0,8%	8,0/10	74,5/100
airbnb	0,1%	9,5/10	97,4/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **99,1%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con lo **0,8%**, e **Airbnb**, con lo **0,1%**.





# **Focus Sentiment Analysis**

**Terre dell'Alto Piemonte vs Italia**

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Recensioni on-line e *sentiment* Terre dell'Alto Piemonte vs Italia

COMPLESSIVO

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Terre Alto Piemonte

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Piemonte

Benchmark  
Italia

## Sentiment

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



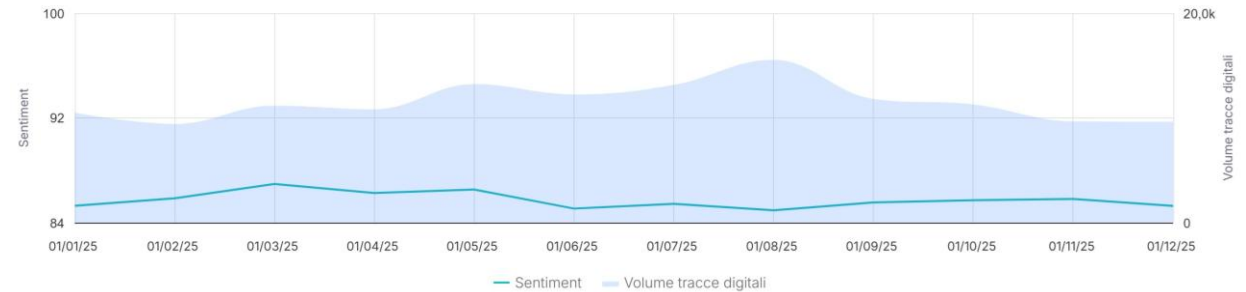
www.datapeal.io



Il valore del *sentiment* delle **Terre dell'Alto Piemonte** (+0,3) è **inferiore** rispetto all'**Italia**: **85,7/100** vs **86,2/100**.

## Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





# Recensioni on-line e *sentiment* Terre dell'Alto Piemonte vs Italia

## RICETTIVITÀ



85,3/100 (+0,6) vs 84,2/100

## RISTORAZIONE



85,2/100 (-0,1) vs 86,6/100

## AFFITTI BREVI



88,2/100 (-0,9) vs 87,8/100

## ATTRAZIONI



89,7/100 (+0,8) vs 89,6/100

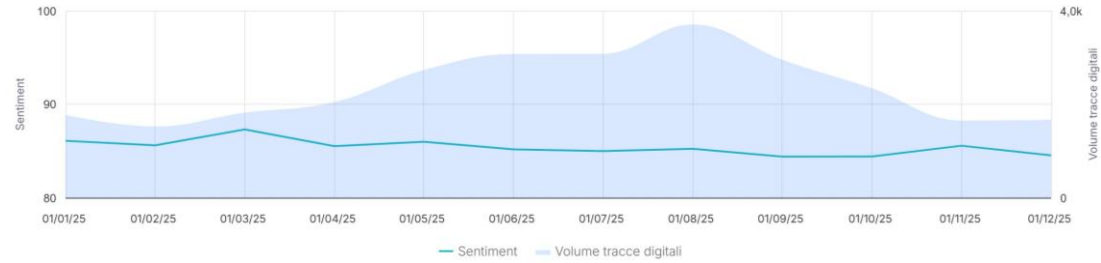


# Volume tracce digitali e *sentiment*

## RICETTIVITÀ

### Volume tracce digitali e sentiment

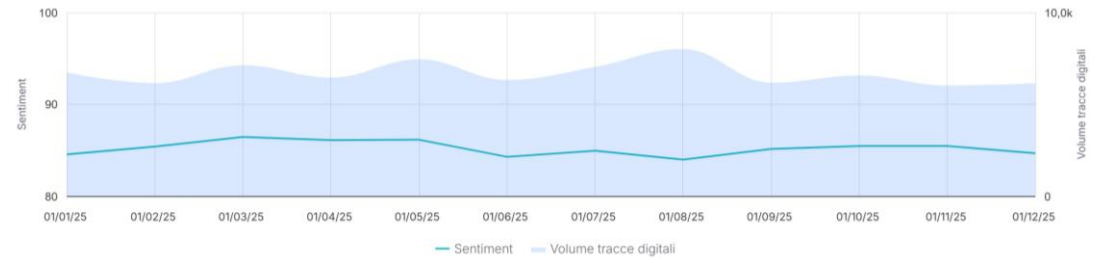
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## RISTORAZIONE

### Volume tracce digitali e sentiment

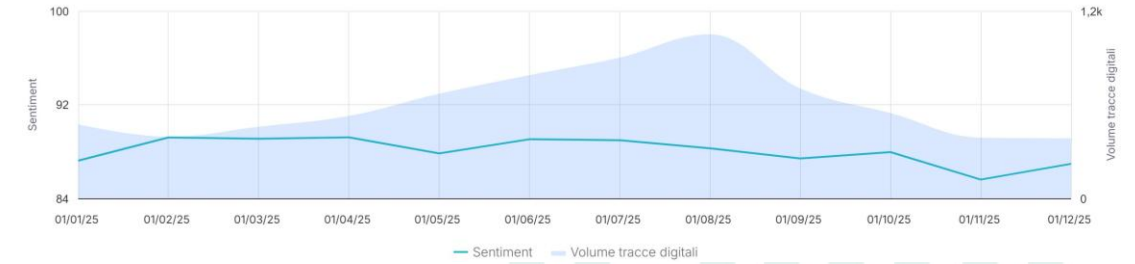
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## AFFITTI BREVI

### Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## ATTRAZIONI

### Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





# Turismo Torino e Provincia

**Complessivo**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Turismo Torino e Provincia: Distribuzione del volume dei POI

## COMPLESSIVO

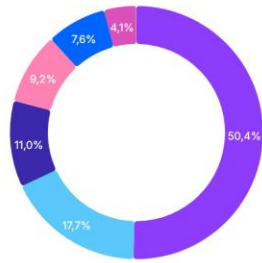
Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Torino TP

### Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **24,5k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☘ Locali e Ristorazione	50,4%	12,3k	86,5/100
🏛️ Attrazioni	17,7%	4,3k	90,1/100
🚗 Trasporti	11,0%	2,7k	80,4/100
🏠 Affitti Brevi	9,2%	2,3k	89,0/100
📅 Ricettività	7,6%	1,9k	82,7/100
🎪 Intrattenimento	4,1%	1,0k	87,2/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **24.500** punti di interesse:

- **Ristorazione: 12.300;**
- **Attrazioni: 4.300;**
- **Affitti brevi: 2.300;**
- **Ricettività: 1.900.**

DESTINATIONS

www.datappeal.io





# Turismo Torino e Provincia: Distribuzione del volume delle tracce digitali

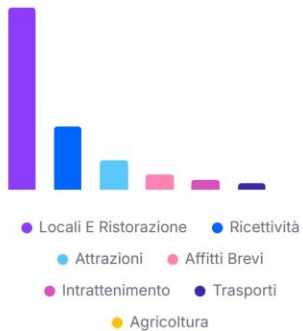
**COMPLESSIVO**

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Torino TP

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 **858,7k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴 Locali e Ristorazione	59,5%	510,7k	86,5/100
🏨 Ricettività	20,6%	177,2k	82,7/100
🏛️ Attrazioni	9,7%	83,6k	90,1/100
🏠 Affitti Brevi	4,8%	41,4k	89,0/100
🎪 Intrattenimento	3,2%	27,2k	87,2/100
🚗 Trasporti	2,2%	18,5k	80,4/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **858.700 (-14,1%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 510.700 (-23,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 177.200 (-3,3%);**
- **Attrazioni: 83.600 (-10,8%);**
- **Affitti brevi: 41.400 (-12,5%).**





# Turismo Torino e Provincia: **Provenienza viaggiatori**

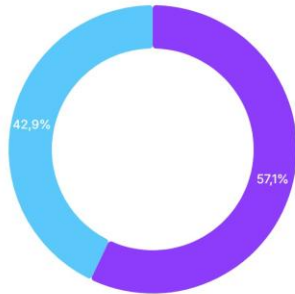
**COMPLESSIVO**

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Torino TP

## Provenienza viaggiatori

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



● Domestic ● No\_domestic

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	57,1%	82,5/100
Francia	11,2%	82,3/100
Svizzera	5,0%	82,5/100
Regno Unito	3,1%	84,4/100
Spagna	3,0%	82,2/100

Il **57,1%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con l'**11,2%**, e la **Svizzera**, con il **5%**.



# Turismo Torino e Provincia: **Tipologie di viaggio**

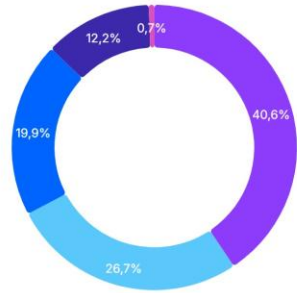
**COMPLESSIVO**

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Torino TP

## Tipologia di viaggiatore

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



● Coppie ● Famiglie ● Singolo ● Amici/Gruppo  
● Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
👤 Coppie	40,6%	82,7/100
❤️ Famiglie	26,7%	82,2/100
👤 Singolo	19,9%	81,7/100
👥 Amici/Gruppo	12,2%	82,5/100
👜 Viaggio di lavoro	0,7%	81,2/100

Il **40,6%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **26,7%**, e i **single**, con il **19,9%**.



# Turismo Torino e Provincia

**Ricettività**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Turismo Torino e Provincia: Tipologie di comparto più popolari

## RICETTIVITÀ

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Torino TP

Industria/Categoria  
Ricettività + Altri 15

### 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	27,2%	509	76,2%	135,1k	81,6/100
2	B & B	28,8%	539	11,0%	19,4k	87,5/100
3	Agriturismo	13,4%	251	2,8%	5,0k	89,3/100
4	Alloggio	3,8%	72	1,9%	3,4k	82,6/100
5	Ostello	1,2%	23	1,7%	3,0k	82,7/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **1.900 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: 539;**
- **Hotel: 509;**
- **Agriturismi: 251;**
- **Alloggi: 72;**
- **Ostelli: 23.**





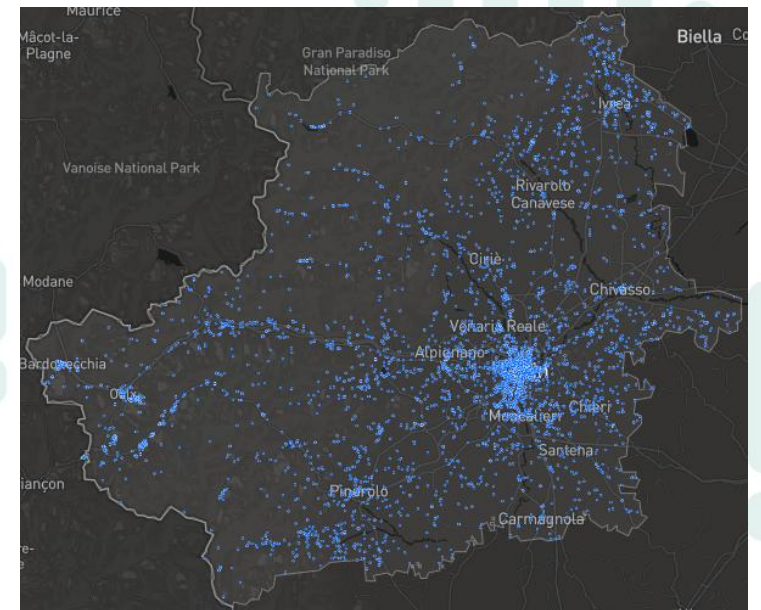
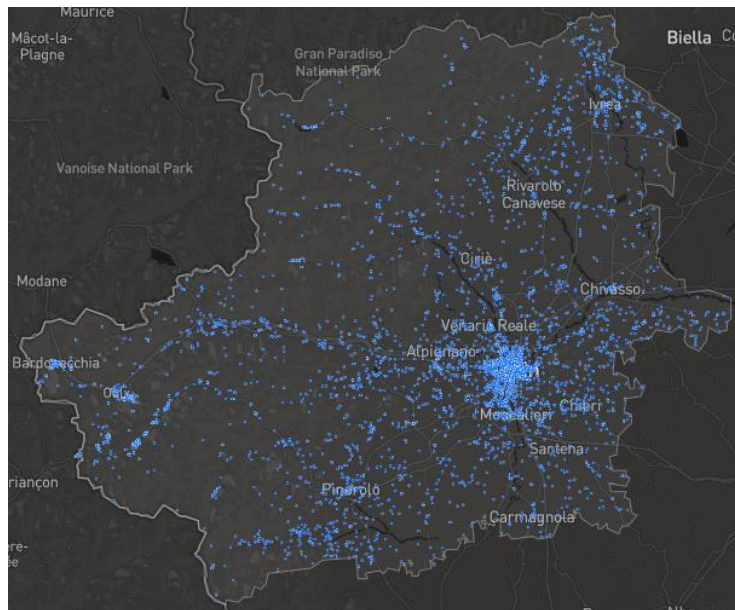
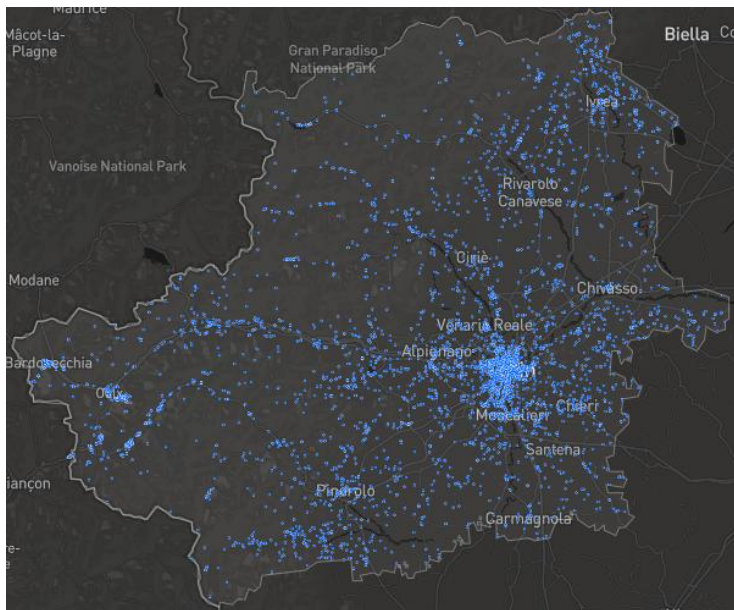
# Turismo Torino e Provincia: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

**RICETTIVITÀ**

**2023**

**2024**

**2025**





# Turismo Torino e Provincia: **Analisi semantica**

## RICETTIVITÀ

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Analisi semantica widget showing 'Aspetti positivi' and 'Aspetti da migliorare'.

Aspetti positivi	Aspetti da migliorare
<b>Posizione</b> Posizione strategica, facile accesso ai trasporti e attrazioni turistiche.	<b>Servizi igienici</b> Bagni piccoli e datati, necessitano di miglioramenti e maggiore funzionalità.
<b>Personale</b> Staff gentile e professionale, sempre pronto ad assistere gli ospiti.	
<b>Ospitalità</b> Personale cordiale e disponibile, accoglienza calorosa e attenta alle esigenze.	



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (50.800 tracce digitali e un **sentiment** dell'81/100), il **personale** (40.800 tracce digitali e un **sentiment** dell'83/100) e l'**ospitalità** (20.900 tracce digitali e un **sentiment** dell'87/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **servizi igienici** (8.500 tracce digitali e un **sentiment** del 45/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (50.800 tracce digitali), la **camera** (49.800) e il **personale** (40.800).



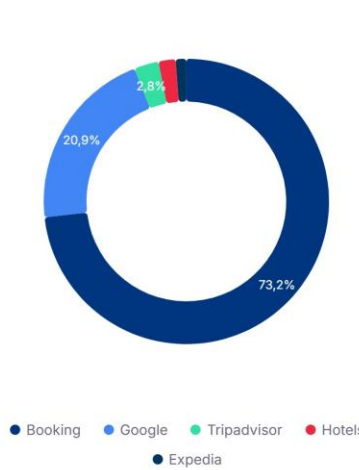
# Turismo Torino e Provincia: Canali e Social

## RICETTIVITÀ

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Torino TP	<b>Industria/Categoria</b> Ricettività + Altri 15
---------------------------------------	------------------------------	--

### 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	Semantic rating trend	Sentiment
booking	72,2%	8,4/10	81,7/100
google	20,6%	8,8/10	86,8/100
tripadvisor	2,7%	8,3/10	80,9/100
hotels	1,9%	8,7/10	79,0/100
expedia	1,2%	8,8/10	79,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **72,2%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **20,6%**, e **TripAdvisor**, con il **2,7%**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

DESTINATIONS



www.datappeal.io





# Turismo Torino e Provincia

**Affitti Brevi**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Turismo Torino e Provincia: Tipologie di comparto più popolari

## AFFITTI BREVI

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Torino TP

Industria/Categoria  
Affitti Brevi + Altri 2

### 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 Affittacamere	25,6%	577	37,9%	15,7k	86,6/100
2 Casa o Appartamento	52,0%	1,2k	34,7%	14,4k	92,7/100
3 Appartamento vacanze	22,4%	504	27,4%	11,3k	87,6/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **2.300 punti di interesse**; in particolare, le **prime 3 tipologie** di **affitti brevi** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 1.200;**
- **Affittacamere: 577;**
- **Appartamento vacanze: 504.**



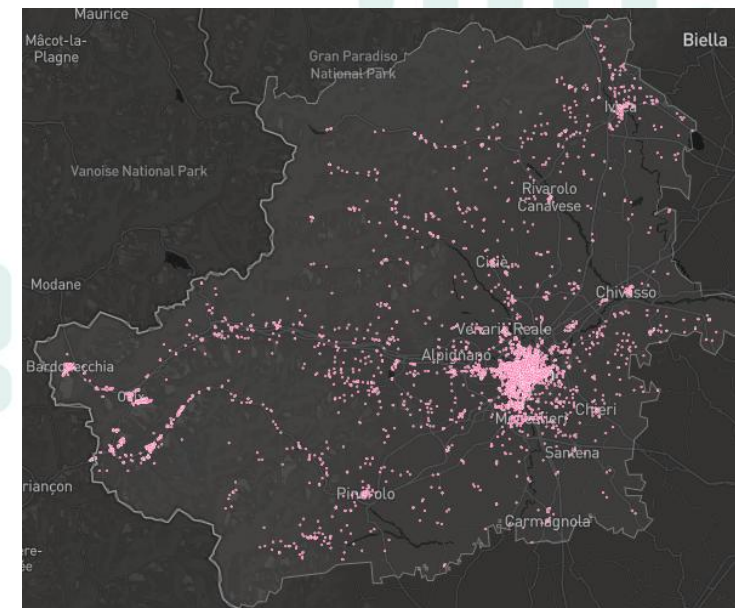
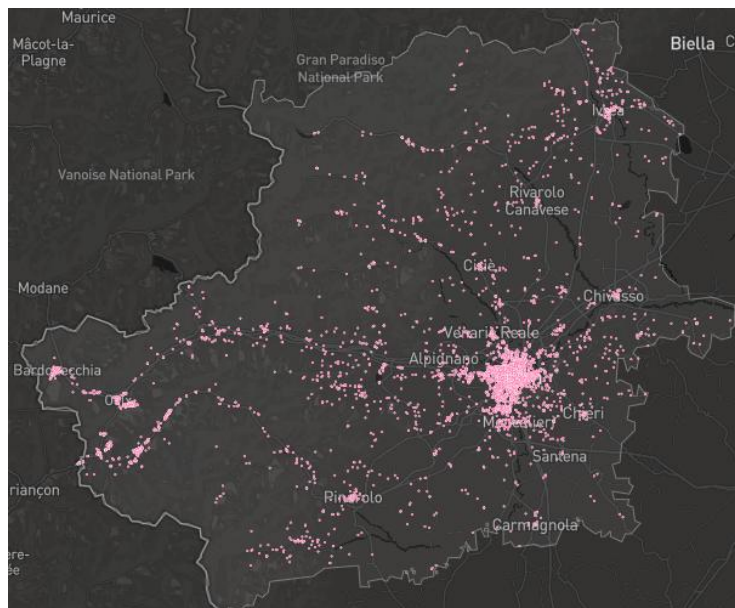
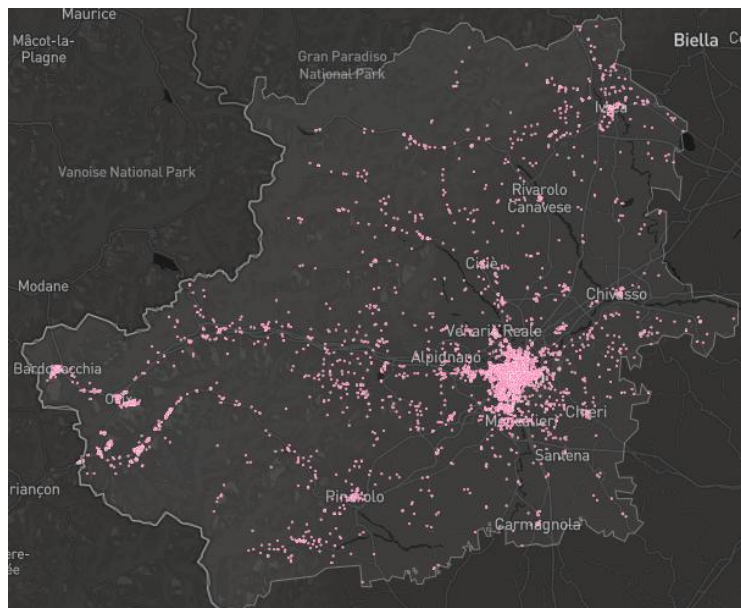
# Turismo Torino e Provincia: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

**AFFITTI BREVI**

**2023**

**2024**

**2025**





# Turismo Torino e Provincia: **Analisi semantica**

## AFFITTI BREVI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Analisi semantica widget showing three tabs: Panoramica, Ranked list, and Word cloud. The Ranked list tab is active, displaying two columns: Aspetti positivi and Aspetti da migliorare.

Aspetti positivi	Aspetti da migliorare
<b>Posizione</b> Posizione strategica, vicina a punti d'interesse e facilmente raggiungibile.	<b>Servizi igienici</b> Bagni con alcune criticità, come spazi ristretti e mancanza del bidet.
<b>Ospitalità</b> Accoglienza calorosa e disponibilità dei gestori, servizio impeccabile e cortese.	
<b>Camera</b> Camere confortevoli, ben arredate e dotate di tutti i comfort necessari.	



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (18.300 tracce digitali e un *sentiment* dell'86/100), la **camera** (15.800 tracce digitali e un *sentiment* del 76/100) e l'**ospitalità** (13.800 tracce digitali e un *sentiment* del 90/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **servizi igienici** (1.600 tracce digitali e un *sentiment* del 51/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (18.300 tracce digitali), la **camera** (15.800) e l'**ospitalità** (13.800).



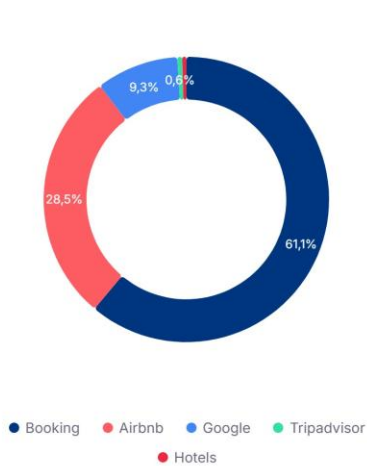
# Turismo Torino e Provincia: Canali e Social

## AFFITTI BREVI

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Torino TP	<b>Industria/Categoria</b> Affitti Brevi + Altri 2
---------------------------------------	------------------------------	---

### 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	Semantic rating trend	Sentiment
booking	60,4%	8,8/10	85,7/100
airbnb	28,2%	9,6/10	95,4/100
google	9,2%	9,3/10	91,6/100
tripadvisor	0,6%	8,9/10	87,1/100
hotels	0,5%	9,2/10	82,7/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **60,4%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **28,2%**, e **Google**, con il **9,2%**.





# Turismo Torino e Provincia

**Ristorazione**

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Turismo Torino e Provincia: Tipologie di comparto più popolari

## RISTORAZIONE

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Torino TP

Industria/Categoria  
Locali e Ristorazione + Altri 34

### 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	30,1%	3,7k	51,2%	261,7k	87,3/100
2 Pizzeria	9,6%	1,2k	15,7%	80,4k	86,9/100
3 Bar	20,1%	2,5k	7,9%	40,1k	84,0/100
4 Fast food	1,9%	232	3,3%	16,8k	79,2/100
5 Caffè	8,6%	1,1k	3,1%	15,9k	83,3/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **12.300 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: 3.700;**
- **Bar: 2.500;**
- **Pizzerie: 1.200;**
- **Caffè: 1.100;**
- **Fast food: 232.**





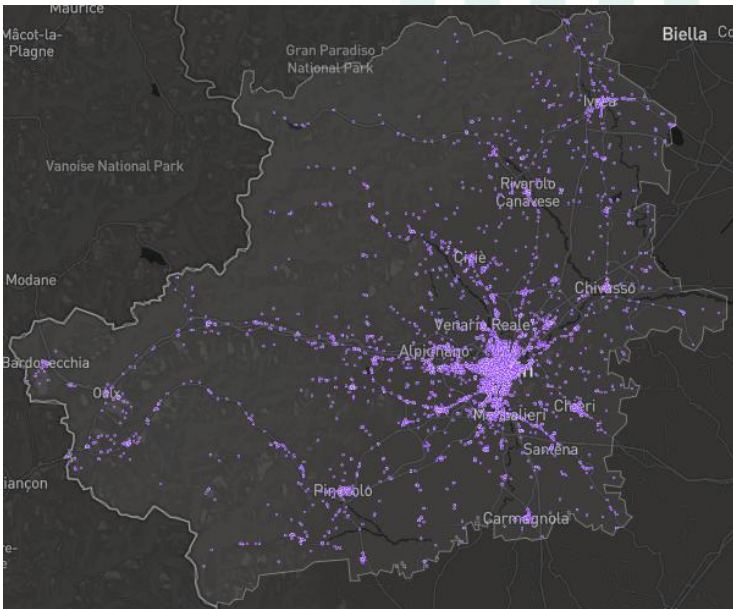
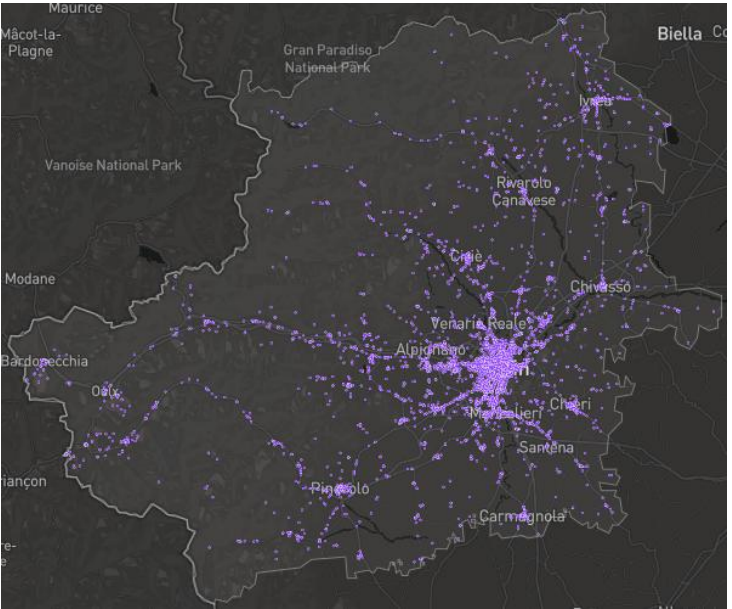
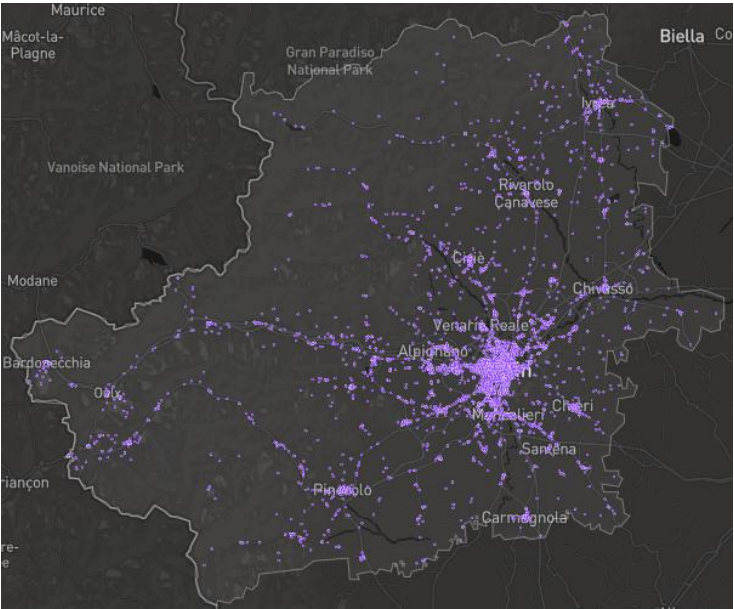
# Turismo Torino e Provincia: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

**RISTORAZIONE**

**2023**

**2024**

**2025**



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

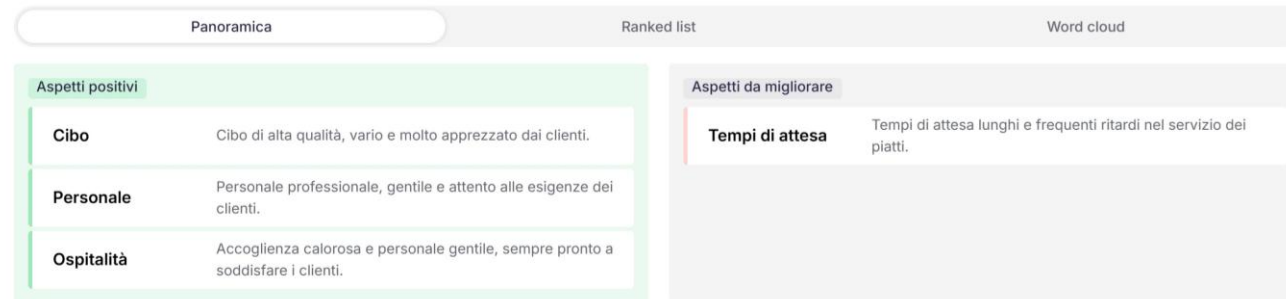


# Turismo Torino e Provincia: **Analisi semantica**

## RISTORAZIONE

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono il **cibo** (**237.500 tracce digitali** e un **sentiment** dell'**80/100**), il **personale** (**123.600 tracce digitali** e un **sentiment** del **79/100**) e l'**ospitalità** (**67.400 tracce digitali** e un **sentiment** dell'**85/100**).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **tempi di attesa** (**19.000 tracce digitali** e un **sentiment** del **41/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo** (**237.500 tracce digitali**), il **personale** (**123.600**) e l'**atmosfera** (**78.800**).



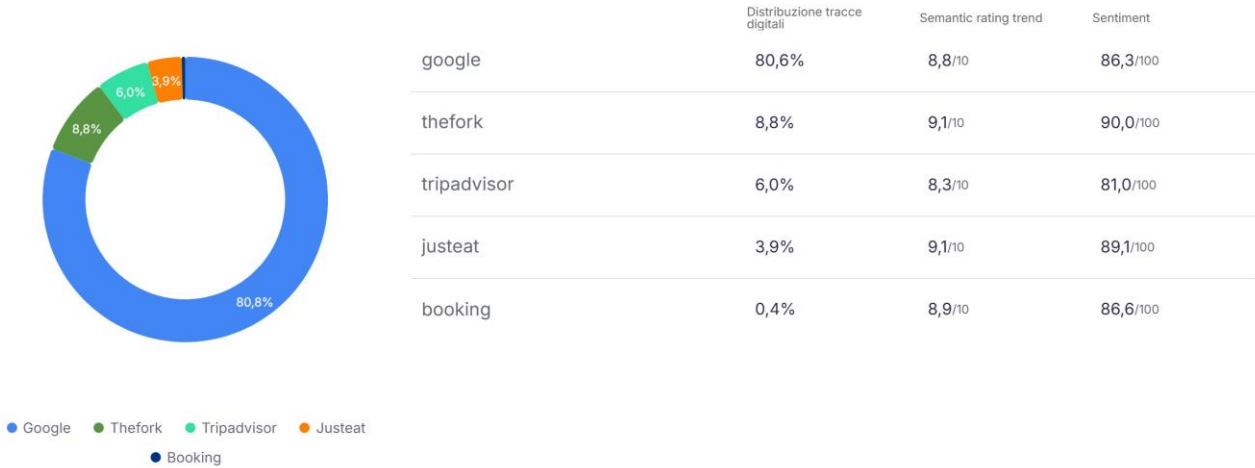
# Turismo Torino e Provincia: **Canali e Social**

## RISTORAZIONE

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Torino TP	<b>Industria/Categoria</b> Locali e Ristorazione + Altri 34
---------------------------------------	------------------------------	--

### Top 5 canali di recensione online

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



Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**80,6%** dei contenuti; seguono **TheFork**, con l'**8,8%**, e **TripAdvisor**, con il **6%**.





# Turismo Torino e Provincia

## Attrazioni

***Consuntivo 2025***  
***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Turismo Torino e Provincia: Tipologie di comparto più popolari

## ATTRAZIONI

Periodo  
01/01/25 - 31/12/25

Località  
Torino TP

Industria/Categoria  
Attrazioni + Altri 58

### 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	11,5%	499	36,2%	30,2k	91,3/100
2	Museo	7,3%	314	22,3%	18,6k	89,9/100
3	Parco	10,5%	455	9,6%	8,0k	87,4/100
4	Chiesa	20,7%	894	6,3%	5,3k	90,0/100
5	Castello	1,2%	52	5,2%	4,4k	92,4/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **4.300 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: 894;**
- **Attrazioni: 499;**
- **Parchi: 455;**
- **Musei: 314;**
- **Castelli: 52.**





# Turismo Torino e Provincia: **Analisi semantica**

## ATTRAZIONI

### Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.

Panoramica      Ranked list      Word cloud

Aspetti positivi		Aspetti da migliorare	
<b>Attività culturali</b>	Esperienze storiche e artistiche affascinanti, con castelli e musei ben conservati.	<b>Costi</b>	Prezzi variabili, alcuni considerati alti, ma generalmente giustificati dalla qualità.
<b>Posizione</b>	Luoghi incantevoli e facilmente accessibili, perfetti per escursioni e relax nella natura.		
<b>Atmosfera</b>	Ambiente accogliente e suggestivo, ideale per passeggiate e relax all'aperto.		



- Gli **aspetti positivi** sono le **attività culturali** (23.400 tracce digitali e un *sentiment* dell'82/100), la **posizione** (8.600 tracce digitali e un *sentiment* del 79/100) e l'**atmosfera** (7.200 tracce digitali e un *sentiment* del 79/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **costi** (1.900 tracce digitali e un *sentiment* del 54/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono le **attività culturali** (23.400 tracce digitali), la **posizione** (8.600) e l'**atmosfera** (7.200).



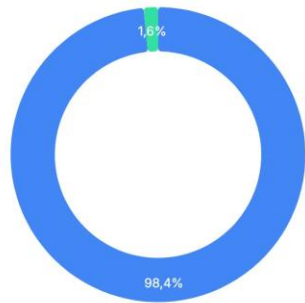
# Turismo Torino e Provincia: **Canali e Social**

## ATTRAZIONI

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Torino TP	<b>Industria/Categoria</b> Attrazioni + Altri 58
---------------------------------------	------------------------------	---

### 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 ● Yelp

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
google	98,4%	9,2/10	90,3/100
tripadvisor	1,6%	8,3/10	79,8/100
yelp	0,0%	10,0/10	100/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98,4%** dei contenuti; segue **TripAdvisor**, con l'**1,6%**.



# **Focus Sentiment Analysis**

**Turismo Torino e Provincia vs Italia**

***Consuntivo 2025***

***01/01/2025 – 31/12/2025***



# Recensioni on-line e *sentiment* Turismo Torino e Provincia *vs* Italia

**COMPLESSIVO**

<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Torino TP	
<b>Periodo</b> 01/01/25 - 31/12/25	<b>Località</b> Piemonte	<b>Benchmark</b> Italia

### Sentiment

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

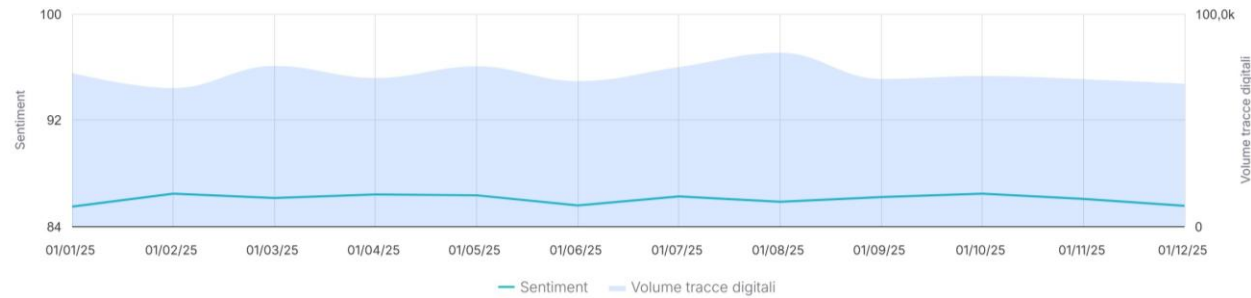



[www.datappeal.io](http://www.datappeal.io)


Il valore del *sentiment* di **Turismo Torino e Provincia (+0,4)** è **inferiore** rispetto all'Italia: **86,1/100 vs 86,2/100**.

### Volume tracce digitali e sentiment

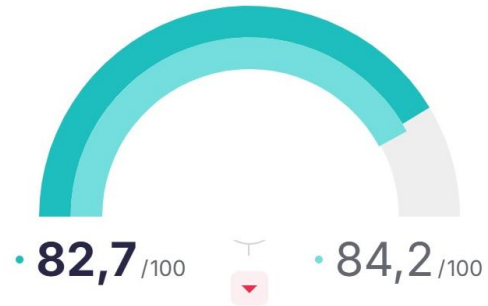
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





# Recensioni on-line e *sentiment* Turismo Torino e Provincia vs Italia

## RICETTIVITÀ



82,7/100 (+0,2) vs 84,2/100

## RISTORAZIONE



86,5/100 (+0,7) vs 86,6/100

## AFFITTI BREVI



89/100 (-0,5) vs 87,8/100

## ATTRAZIONI



90,1/100 (-0,3) vs 89,6/100



# Volume tracce digitali e *sentiment*

## RICETTIVITÀ

### Volume tracce digitali e sentiment

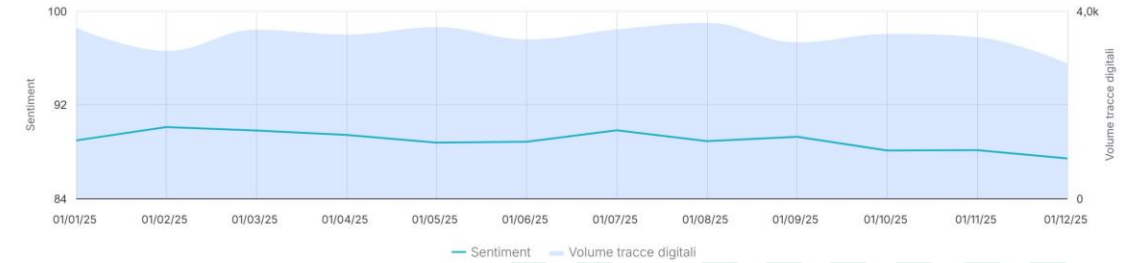
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## AFFITTI BREVI

### Volume tracce digitali e sentiment

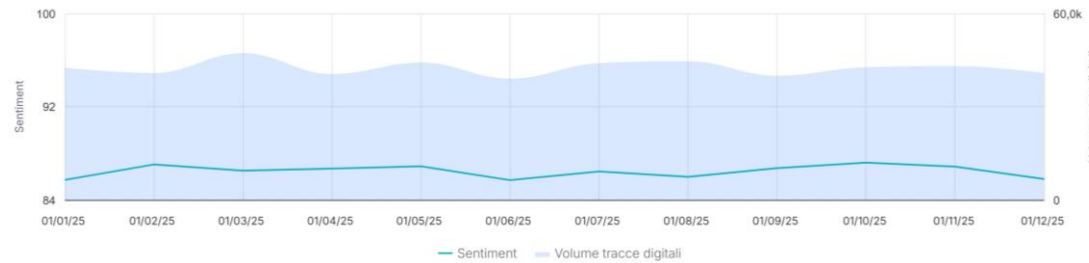
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## RISTORAZIONE

### Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



## ATTRAZIONI

### Volume tracce digitali e sentiment

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





OSSERVATORIO  
TURISTICO  
DELLA REGIONE  
PIEMONTE



REGIONAL MARKETING  
AND PROMOTION

[osservatorio.turismo@visitpiemonte.com](mailto:osservatorio.turismo@visitpiemonte.com)

**Visit Piemonte**

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

[www.visitpiemonte.com](http://www.visitpiemonte.com)  
[www.visitpiemonte-dmo.org](http://www.visitpiemonte-dmo.org)

P.IVA 09693360019