



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Monitoraggio recensioni online Piemonte – Aree-Prodotta

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

Torino, 15 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 del **Piemonte** e delle **Aree-Prodotto (Colline, Laghi, Montagne e Torino e prima cintura)**.

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

- quadro **generale complessivo**;
- focus dettagliato relativo alla **ricettività**, agli **affitti brevi**, alla **ristorazione** ed alle **attrazioni** nel quale si prendono in considerazione i **visitatori**, le **tipologie di viaggio**, i **canali di recensione online** e 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)**.



Piemonte e Aree-Prodotta

Executive Summary

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



Punti di Interesse – Tracce digitali

COMPLESSIVO

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	13.300	278.300 (-20%)
Laghi	4.200	150.200 (-15%)
Montagne	11.800	203.700 (-17,2%)
Torino e prima cintura	17.400	721.500 (-17%)
Piemonte	55.700	1.600.000 (-15,8%)

- **Torino e prima cintura** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **17.400**; seguono le **Colline**, con **13.300**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **721.500**; seguono le **Colline**, **278.300**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **diminuzione** del numero di tracce digitali in confronto all'anno precedente: le **Colline** rilevano il calo maggiore, **-20%**.



Sentiment Analysis

COMPLESSIVO

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	88,2/100 (+0,5)	86,2/100
Laghi	85,3/100 (+0,2)	86,2/100
Montagne	87,4/100 (+0,1)	86,2/100
Torino e prima cintura	86/100 (+0,5)	86,2/100
Piemonte	86,5/100 (+0,4)	86,2/100

- Le **Colline** e le **Montagne** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto**: rispettivamente, **88,2/100** e **87,4/100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **crescita**, con le **Colline** e **Torino e prima cintura** che rilevano il maggior aumento: **+0,5**;
- I valori del **sentiment** delle **Colline**, **88,2/100**, e delle **Montagne**, **87,4/100**, sono superiori rispetto all'**Italia** (**86,2/100**); i **Laghi**, **85,3/100**, e **Torino e prima cintura**, **86/100**, sono inferiori.



Punti di Interesse – Tracce digitali

RICETTIVITÀ

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	2.200	78.500 (-5,7%)
Laghi	578	60.000 (-5,7%)
Montagne	2.000	63.900 (-1,6%)
Torino e prima cintura	939	141.700 (-3,9%)
Piemonte	6.400	382.500 (-4,2%)

- Le **Colline** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **2.200**; seguono le **Montagne**, con **2.000**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **141.700**; seguono le **Colline**, **78.500**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **diminuzione** del numero di tracce digitali in confronto all'anno precedente: le **Colline** e i **Laghi** rilevano il calo maggiore, **-5,7%**.



Sentiment Analysis

RICETTIVITÀ

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	88,7/100 (+0,2)	84,2/100
Laghi	83,9/100 (+0,4)	84,2/100
Montagne	86,3/100 (+0,1)	84,2/100
Torino e prima cintura	82,2/100 (+0,2)	84,2/100
Piemonte	84,8/100 (+0,2)	84,2/100

- Le **Colline** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto: 88,7/100**; seguono le **Montagne**, con **86,3/100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **crescita** in confronto all'anno precedente, con i **Laghi** che rilevano il maggior aumento: **+0,4**;
- I valori del **sentiment** delle **Colline, 88,7/100** e delle **Montagne, 86,3/100**, sono superiori rispetto all'**Italia, 84,2/100**; i **Laghi, 83,9/100** e **Torino e prima cintura, 82,2/100**, sono inferiori.



Punti di Interesse – Tracce digitali

AFFITTI BREVI

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	1.700	23.200 (-5,2%)
Laghi	1.300	15.600 (-13%)
Montagne	1.500	16.000 (-8,4%)
Torino e prima cintura	1.500	33.100 (-12,2%)
Piemonte	6.600	98.600 (-8,8%)

- Le **Colline**, con **1.700**, le **Montagne** e **Torino e prima cintura**, entrambe con **1.500**, possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **33.100**; seguono le **Colline**, **23.200**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **diminuzione** del numero di tracce digitali in confronto all'anno precedente: i **Laghi** rilevano il calo maggiore, **-13%**.



Sentiment Analysis

AFFITTI BREVI

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	91,7/100 (+0,7)	87,8/100
Laghi	89,8/100 (+0,4)	87,8/100
Montagne	91,6/100 (+0,4)	87,8/100
Torino e prima cintura	88,6/100 (-0,7)	87,8/100
Piemonte	90/100 (=)	87,8/100

- Le **Colline** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto**: **91,7/100**; seguono le **Montagne**, con **91,6/100**;
- Le **Colline**, **+0,7**, i **Laghi** e le **Montagne**, entrambe con **+0,4**, registrano una **crescita** in confronto all'anno precedente;
- I valori del **sentiment** di tutte le **aree-prodotto** sono superiori rispetto all'**Italia**: **87,8/100**.



Punti di Interesse – Tracce digitali

RISTORAZIONE

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	5.000	144.700 (-28,2%)
Laghi	1.200	54.100 (-29%)
Montagne	3.900	90.600 (-30,5%)
Torino e prima cintura	9.600	440.000 (-21,7%)
Piemonte	24.300	853.800 (-25,3%)

- **Torino e prima cintura** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **9.600**; seguono le **Colline**, con **5.000**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **440.000**; seguono le **Colline**, **144.700**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **diminuzione** del numero di tracce digitali in confronto all'anno precedente: le **Montagne** rilevano il calo maggiore, **-30,5%**.



Sentiment Analysis

RISTORAZIONE

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	87,7/100 (+0,6)	86,6/100
Laghi	84,2/100 (-0,4)	86,6/100
Montagne	87/100 (-0,1)	86,6/100
Torino e prima cintura	86,4/100 (+0,9)	86,6/100
Piemonte	86,6/100 (+0,6)	86,6/100

- Le **Colline** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto: 87,7/100**; seguono le **Montagne**, con **87/100**;
- Ad eccezione dei **Laghi (-0,4)**, e delle **Montagne (-0,1)**, **Torino e prima cintura** e le **Colline** registrano una **crescita** in confronto all'anno precedente: rispettivamente, **+0,9** e **+0,6**;
- I valori del **sentiment** delle **Colline, 87,7/100** e delle **Montagne, 87/100**, sono superiori rispetto all'**Italia, 86,6/100**; **Torino e prima cintura, 86,4/100**, e i **Laghi, 84,2/100**, sono inferiori.



Punti di Interesse – Tracce digitali

ATTRAZIONI

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	2.300	16.800 (-7,1%)
Laghi	685	16.300 (+10,1%)
Montagne	3.100	22.800 (+3,1%)
Torino e prima cintura	2.600	70.300 (-13,4%)
Piemonte	10.300	141.500 (-7,5%)

- Le **Montagne** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **3.100**; segue **Torino e prima cintura**, con **2.600**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **70.300**; seguono le **Montagne**, **22.800**;
- I **Laghi** e le **Montagne** registrano una **crescita** del numero di tracce digitali in confronto all'anno precedente: rispettivamente, **+10,1%** e **+3,1%**.



Sentiment Analysis

ATTRAZIONI

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	88,2/100 (-0,1)	89,6/100
Laghi	90,2/100 (+0,3)	89,6/100
Montagne	90,7/100 (-0,1)	89,6/100
Torino e prima cintura	90,3/100 (-0,2)	89,6/100
Piemonte	90/100 (-0,1)	89,6/100

- Le **Montagne** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto**: **90,7/100**; segue **Torino e prima cintura**, con **90,3/100**;
- I **Laghi crescono** rispetto all'anno precedente: **+0,3**;
- I valori del **sentiment** di tutte le **aree-prodotto**, ad eccezione delle **Colline**, sono superiori rispetto all'**Italia**, **89,6/100**.



Provenienza viaggiatori

Provenienza viaggiatori		
Aree-Prodotto e Piemonte	% Italia	Paese Estero
Colline	53,5%	Svizzera (10%)
Laghi	26,6%	Germania (16,1%)
Montagne	62,3%	Francia (10,1%)
Torino e prima cintura	56,6%	Francia (10,9%)
Piemonte	52,1%	Francia (11%)

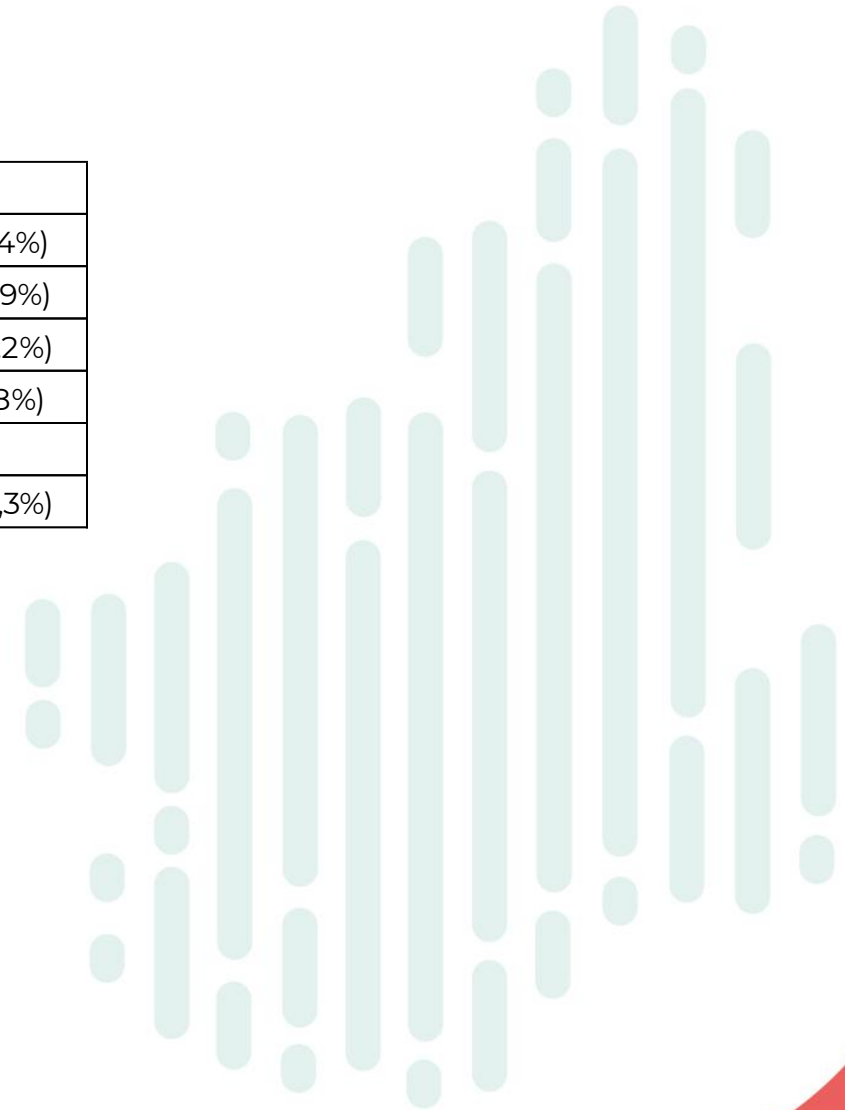
- Le **Montagne** registrano la percentuale più alta di **visitatori italiani: 62,3%**;
- Nei **Laghi**, si registra la percentuale più alta di recensioni pubblicate da turisti stranieri: **16,1%**, provenienti dalla **Germania**.



Tipologie di viaggio

Tipologie di Viaggio	
Colline	Coppie (54,3%) - Famiglie (21,4%)
Laghi	Coppie (55,6%) - Famiglie (25,9%)
Montagne	Coppie (45,9%) - Famiglie (26,2%)
Torino e prima cintura	Coppie (40%) - Famiglie (26,8%)
Piemonte	Coppie (46,6%) - Famiglie (25,3%)

- Le recensioni sono redatte principalmente da **coppie** e **famiglie**;
- Tra le **coppie**, spicca il **55,6%** registrato nei **Laghi**;
- Tra le **famiglie**, il valore più alto si rileva a **Torino e prima cintura: 26,8%**.





Analisi semantica

Analisi Semantica										
Comparto	Colline		Laghi		Montagne		Torino e prima cintura		Piemonte	
	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo
Ricettività	Posizione (21.400)	Servizi igienici (2.200)	Posizione (22.700)	Costi (4.100)	Posizione (16.200)	Servizi igienici (2.000)	Posizione (41.700)	Servizi igienici (7.300)	Posizione (110.800)	Servizi igienici (15.700)
Affitti Brevi	Ospitalità (9.600)	-	Posizione (8.500)	-	Ospitalità (6.500)	-	Posizione (15.200)	Servizi igienici (1.400)	Posizione (41.300)	-
Ristorazione	Cibo (69.500)	-	Cibo (29.300)	Tempi di attesa (4.100)	Cibo (44.700)	-	Cibo (203.500)	Tempi di attesa (16.500)	Cibo (400.300)	-
Attrazioni	Attività culturali (3.700)	Pulizia (529)	Posizione (3.000)	Costi (726)	Posizione (4.300)	Costi (398)	Attività culturali (20.700)	-	Attività culturali (33.900)	Pulizia (3.500)

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

- Per i **giudizi positivi**:
 - **Posizione** nella **ricettività** e negli **affitti brevi** (ad eccezione delle **Colline** e delle **Montagne** dove emerge l'**ospitalità**);
 - **Cibo** nella **ristorazione**;
 - **Attività culturali** nelle **attrazioni** (ad eccezione dei **Laghi** e delle **Montagne** dove emerge la **posizione**).
- Per i **giudizi negativi**:
 - **Servizi igienici** nella **ricettività** e negli **affitti brevi** (solo nel caso di **Torino e prima cintura**) e i **costi** (sono nel caso dei **Laghi** – **ricettività**);
 - **Tempi di attesa** nella **ristorazione** (solo nel caso dei **Laghi** e di **Torino e prima cintura**);
 - **Costi e Pulizia** 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	Colline	Laghi	Montagne	Torino e prima cintura	Piemonte
Ricettività	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google
Affitti Brevi	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb
Ristorazione	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - The Fork	Google - The Fork
Attrazioni	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor

- Nel comparto **ricettivo**, i canali maggiormente utilizzati sono **Booking** e **Google**;
- Negli **affitti brevi**, primeggiano **Booking** e **Airbnb**;
- Nella **ristorazione** e nelle **attrazioni**, **Google** e **TripAdvisor** (per **Torino e prima cintura** e il **Piemonte** è presente anche **The Fork**).



Piemonte

Complessivo

Consuntivo 2025

01/01/2025 – 31/12/2025





Piemonte: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

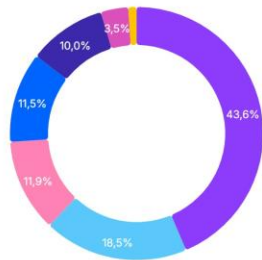
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Piemonte

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **55,7k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☘ Locali e Ristorazione	43,6%	24,3k	86,6/100
🏛 Attrazioni	18,5%	10,3k	90,0/100
🏠 Affitti Brevi	11,9%	6,6k	90,0/100
📅 Ricettività	11,5%	6,4k	84,8/100
🚗 Trasporti	10,0%	5,5k	80,2/100
🎪 Intrattenimento	3,5%	1,9k	87,4/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **55.700** punti di interesse:

- **Ristorazione: 24.300;**
- **Attrazioni: 10.300;**
- **Affitti brevi: 6.600;**
- **Ricettività: 6.400.**



Piemonte: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

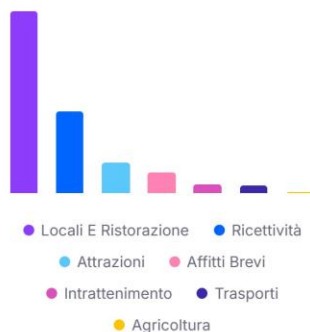
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Piemonte

Distribuzione del volume delle tracce digitali da industrie selezionate

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

Volume totale tracce digitali **1,6M**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
☪ Locali e Ristorazione	54,9%	853,8k	86,6/100
🏠 Ricettività	24,6%	382,5k	84,8/100
🏛️ Attrazioni	9,1%	141,5k	90,0/100
🏠 Affitti Brevi	6,3%	98,6k	90,0/100
🎪 Intrattenimento	2,5%	38,4k	87,4/100
🚗 Trasporti	2,4%	37,2k	80,2/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **1.600.000 (-15,8%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 853.800 (-25,3%)** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 382.500 (-4,2%);**
- **Attrazioni: 141.500 (-7,5%);**
- **Affitti brevi: 98.600 (-8,8%).**



Piemonte: Provenienza viaggiatori

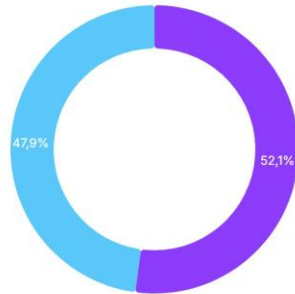
COMPLESSIVO

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

Località
Piemonte

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	52,1%	84,7/100
Francia	11,0%	83,8/100
Svizzera	8,2%	84,7/100
Germania	5,8%	84,5/100
Regno Unito	2,6%	85,6/100

Il **52,1%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con l'**11%**, e la **Svizzera**, con l'**8,2%**.



Piemonte: Tipologie di viaggio

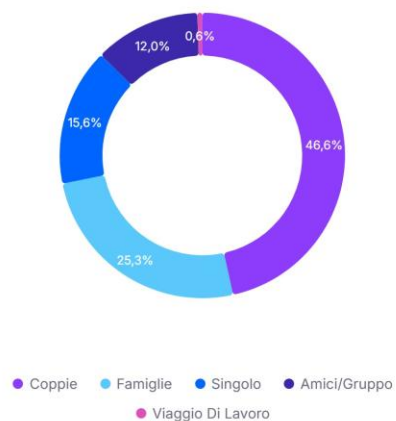
COMPLESSIVO

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

Località
Piemonte

Tipologia di viaggiatore

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



	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	46,6%	84,7/100
Famiglie	25,3%	83,8/100
Singolo	15,6%	83,0/100
Amici/Gruppo	12,0%	84,3/100
Viaggio di lavoro	0,6%	82,7/100

Il **46,6%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **25,3%**, e i **single**, con il **15,6%**.



Piemonte

Ricettività

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





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

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

Località
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	20,5%	1,3k	61,4%	234,7k	82,5/100
2 B & B	26,9%	1,7k	14,5%	55,6k	89,0/100
3 Agriturismo	17,0%	1,1k	7,3%	28,0k	90,6/100
4 Altri alloggi	8,8%	564	2,9%	11,2k	90,0/100
5 Villette	7,2%	463	2,4%	9,3k	90,9/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **6.400 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: 1.700;**
- **Hotel: 1.300;**
- **Agriturismi: 1.100;**
- **Altri alloggi: 564;**
- **Villette: 463.**



www.datappeal.io





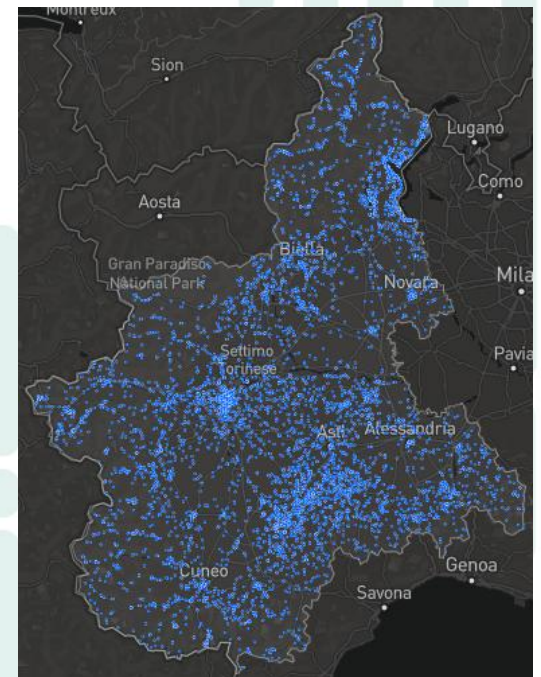
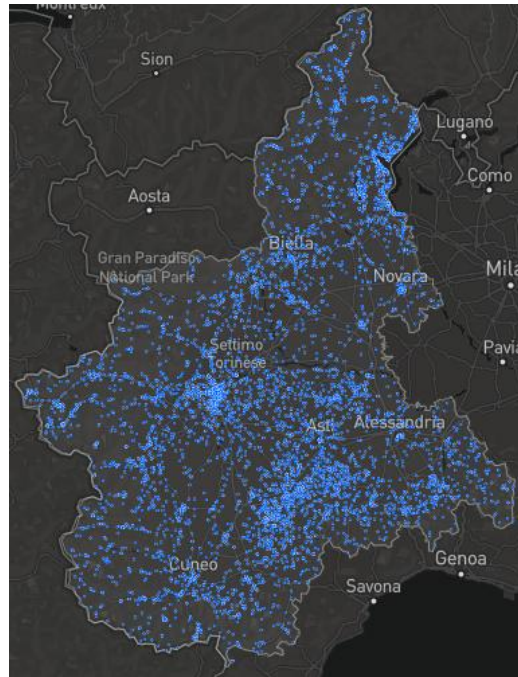
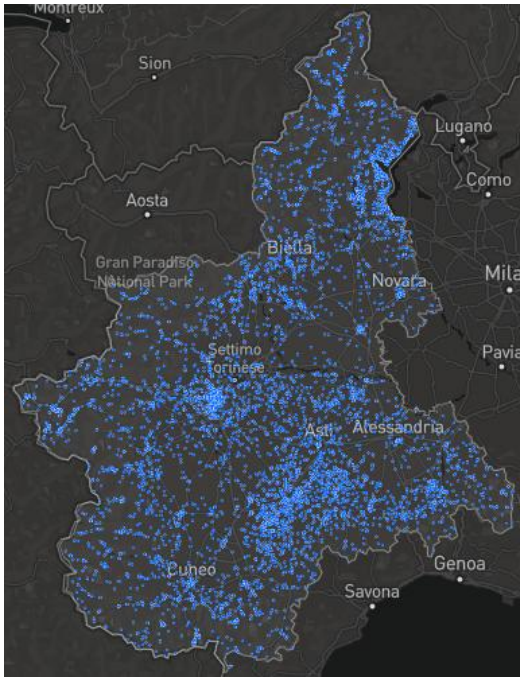
Piemonte: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

RICETTIVITÀ

2025



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

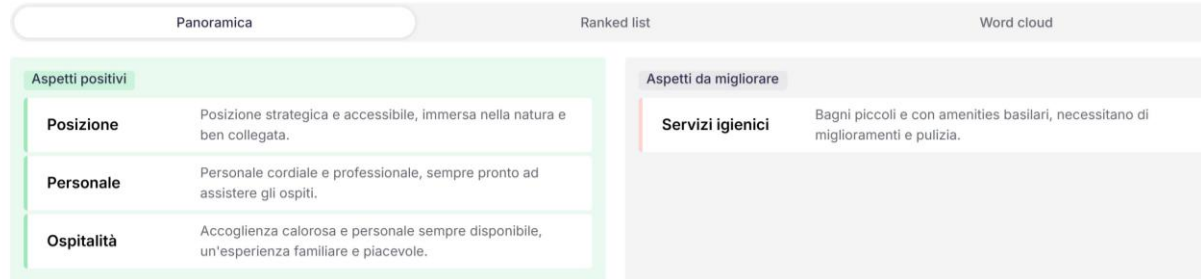


Piemonte: Analisi semantica

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** (110.800 tracce digitali e un **sentiment** dell'82/100), il **personale** (87.500 tracce digitali e un **sentiment** dell'83/100) e l'**ospitalità** (61.600 tracce digitali e un **sentiment** dell'88/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **servizi igienici** (15.700 tracce digitali e un **sentiment** del 47/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (110.800 tracce digitali), la **camera** (101.400) e il **personale** (87.500).



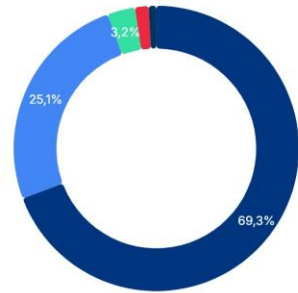
Piemonte: Canali e Social

RICETTIVITÀ

Periodo 01/01/25 - 31/12/25	Località Piemonte	Industria/Categoria 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.Com ● Google ● TripAdvisor
● Hotels.Com ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Booking.com	68,4%	8,6/10	83,6/100
Google	24,8%	9,0/10	88,7/100
TripAdvisor	3,1%	8,5/10	83,5/100
Hotels.com	1,5%	8,8/10	79,0/100
Expedia	0,9%	8,9/10	79,3/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **68,4%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **24,8%**, e **TripAdvisor**, con il **3,1%**.





Piemonte

Affitti Brevi

Consuntivo 2025

01/01/2025 – 31/12/2025





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

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

Località
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 Casa o Appartamento	52,2%	3,5k	33,9%	33,4k	92,4/100
2 Affittacamere	25,2%	1,7k	33,3%	32,8k	87,9/100
3 Appartamento vacanze	22,7%	1,5k	32,8%	32,4k	89,5/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **6.600 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: 3.500;**
- **Affittacamere: 1.700;**
- **Appartamento vacanze: 1.500.**



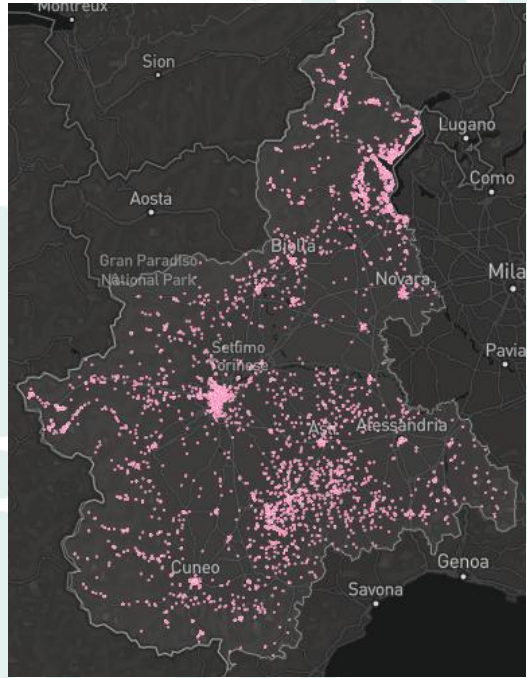
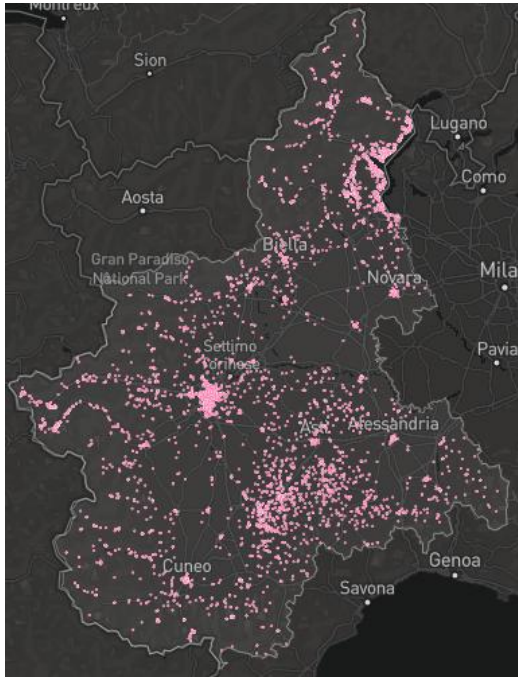
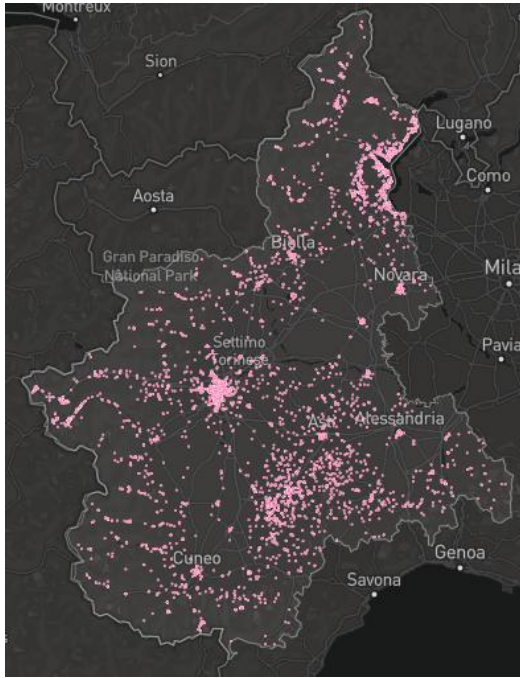
Piemonte: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)


2023

2024

AFFITTI BREVI

2025



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con 

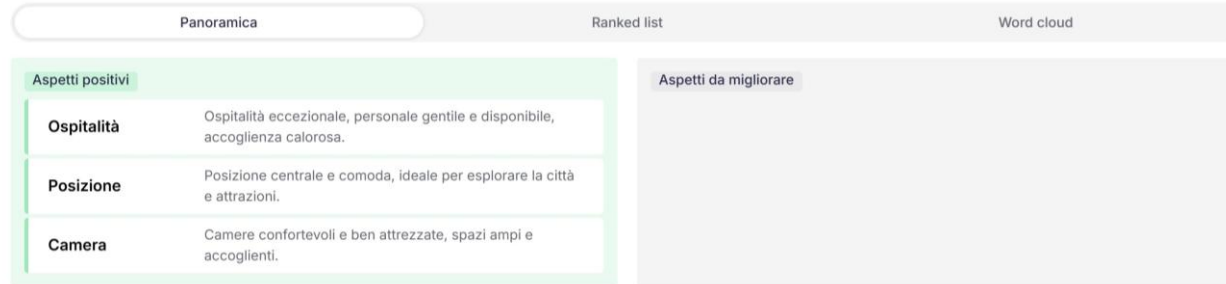


Piemonte: Analisi semantica

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.



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** (41.300 tracce digitali e un **sentiment** dell'86/100), la **camera** (36.400 tracce digitali e un **sentiment** del 78/100) e l'**ospitalità** (35.900 tracce digitali e un **sentiment** del 91/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (41.300 tracce digitali), la **camera** (36.400) e l'**ospitalità** (35.900).



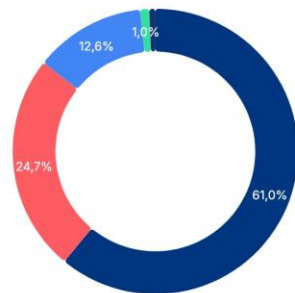
Piemonte: Canali e Social

AFFITTI BREVI

Periodo 01/01/25 - 31/12/25	Località Piemonte	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.



● Booking.Com ● Airbnb ● Google
● TripAdvisor ● Homeaway

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Booking.com	60,4%	8,9/10	86,8/100
Airbnb	24,5%	9,7/10	95,9/100
Google	12,4%	9,5/10	93,8/100
TripAdvisor	1,0%	9,1/10	89,2/100
Homeaway	0,7%	9,4/10	91,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **60,4%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **24,5%**, e **Google**, con il **12,4%**.



Piemonte

Ristorazione

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





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

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

Località
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	31,7%	7,7k	52,8%	450,6k	87,5/100
2	Pizzeria	9,2%	2,2k	14,5%	123,4k	86,6/100
3	Bar	21,9%	5,3k	9,1%	77,3k	84,6/100
4	Caffè	7,5%	1,8k	3,3%	27,8k	81,8/100
5	Fast food	1,6%	387	3,2%	27,4k	78,7/100

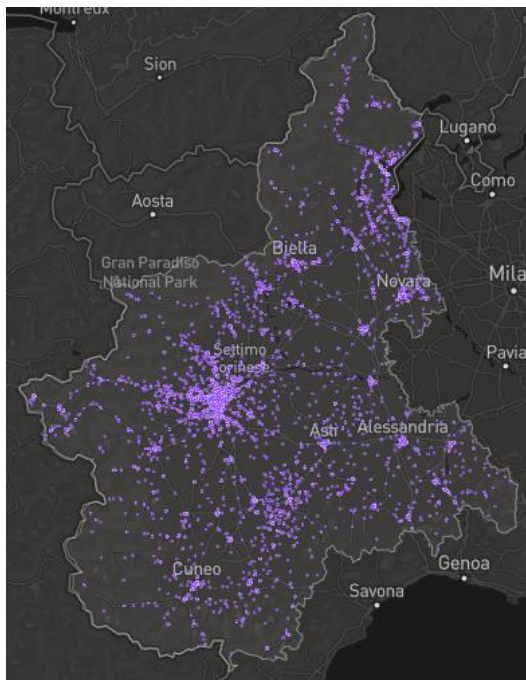
Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **24.300 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 7.700;**
- **Bar: 5.300;**
- **Pizzerie: 2.200;**
- **Caffè: 1.800;**
- **Fast food: 387.**

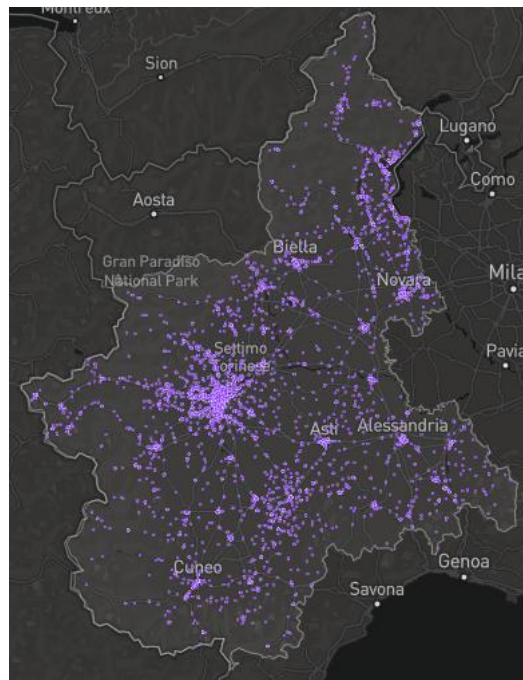


Piemonte: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

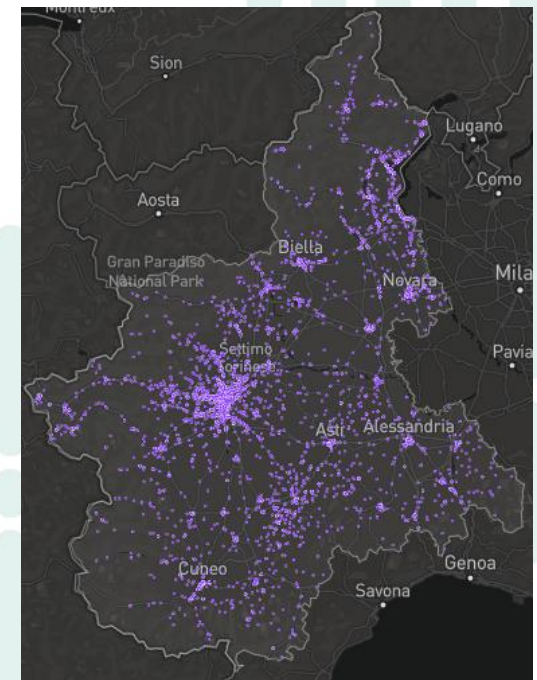


2024



RISTORAZIONE

2025





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.



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** (400.300 tracce digitali) e un **sentiment** dell'**80/100**), il **personale** (208.200 tracce digitali) e un **sentiment** del **79/100**) e l'**ospitalità** (118.200 tracce digitali) e un **sentiment** dell'**85/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo** (400.300 tracce digitali), il **personale** (208.200) e l'**atmosfera** (134.600).



Piemonte: Canali e Social

RISTORAZIONE

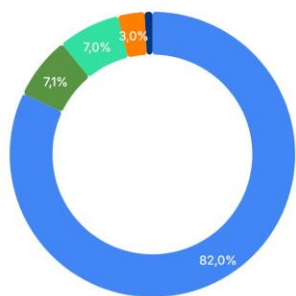
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
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 ● TheFork ● TripAdvisor ● Justeat
● Booking.Com

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Google	81,8%	8,8/10	86,7/100
TheFork	7,0%	9,1/10	90,2/100
TripAdvisor	7,0%	8,3/10	81,6/100
Justeat	3,0%	9,0/10	87,3/100
Booking.com	0,9%	8,8/10	85,9/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**81,8%** dei contenuti; seguono **TheFork** e **TripAdvisor**, con il **7%**.



Piemonte

Attrazioni

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





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

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

Località
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	13,3%	1,4k	33,9%	48,0k	90,6/100
2	Museo	7,2%	735	18,1%	25,6k	90,1/100
3	Parco	9,0%	920	8,8%	12,4k	87,5/100
4	Chiesa	25,0%	2,6k	7,3%	10,3k	89,6/100
5	Castello	1,9%	200	5,3%	7,5k	90,4/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **10.300 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: 2.600;**
- **Attrazioni: 1.400;**
- **Parchi: 920;**
- **Musei: 735;**
- **Castelli: 200.**



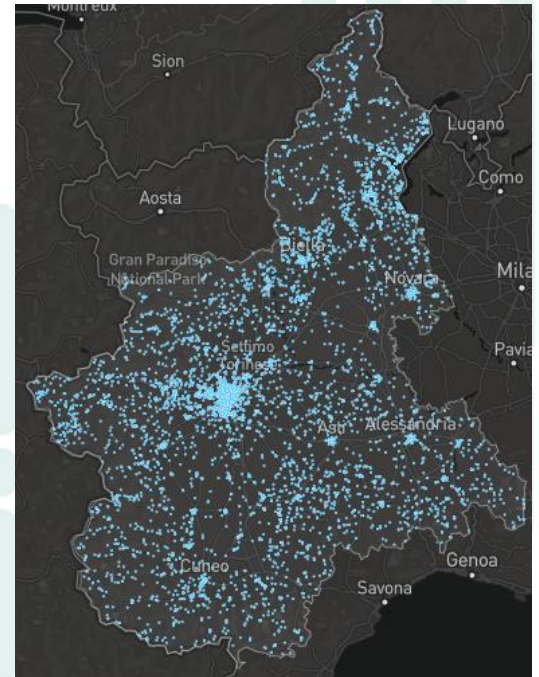
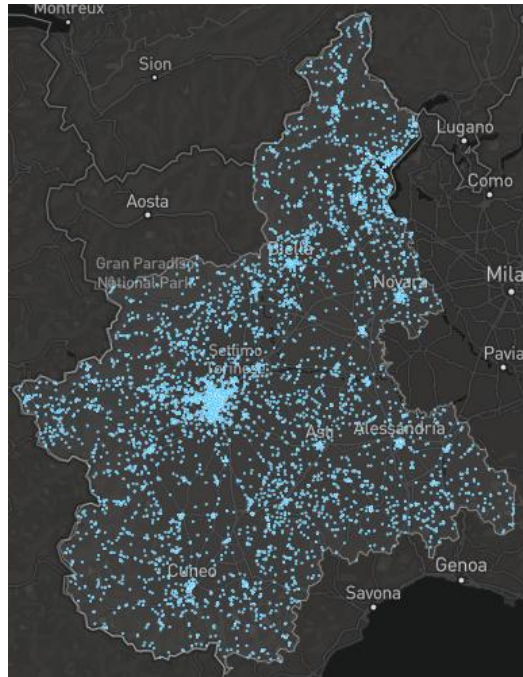
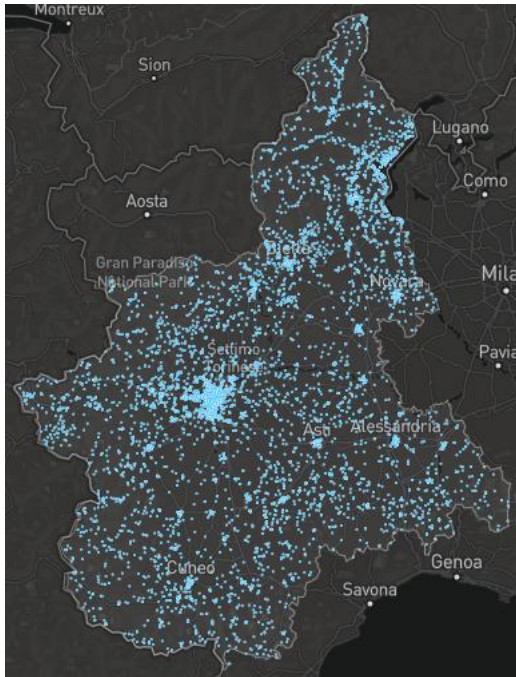
Piemonte: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

ATTRAZIONI

2023

2024

2025



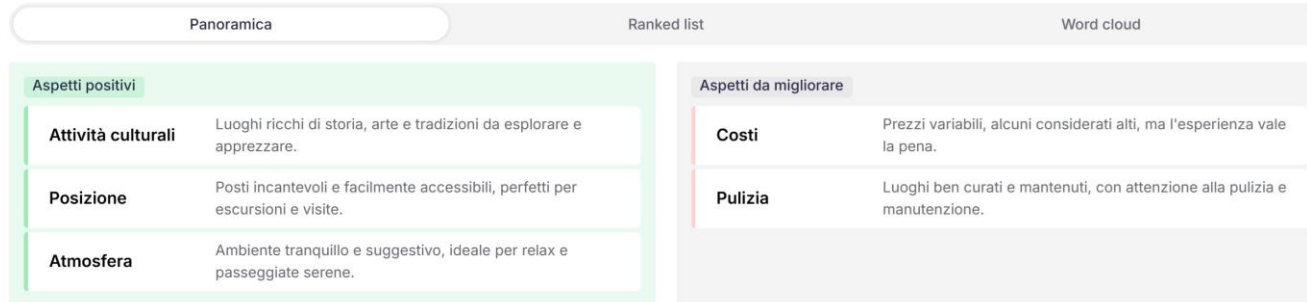


Piemonte: Analisi semantica

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** (33.900 tracce digitali e un *sentiment* dell'82/100), la **posizione** (18.000 tracce digitali e un *sentiment* del 79/100) e l'**atmosfera** (13.100 tracce digitali e un *sentiment* dell'80/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti la **pulizia** (3.500 tracce digitali e un *sentiment* del 59/100) e i **costi** (3.300 tracce digitali e un *sentiment* del 54/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono le **attività culturali** (33.900 tracce digitali), la **posizione** (18.000) e l'**atmosfera** (13.100).



Piemonte: Canali e Social

ATTRAZIONI

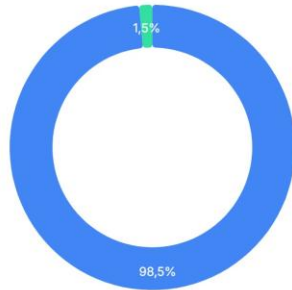
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Piemonte

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 ● Airbnb
● Booking.Com ● Yelp

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Google	98,5%	9,2/10	90,1/100
TripAdvisor	1,5%	8,3/10	78,9/100
Airbnb	0,0%	9,4/10	94,0/100
Booking.com	0,0%	9,4/10	89,9/100
Yelp	0,0%	10,0/10	100/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98,5%** dei contenuti; segue **TripAdvisor**, con l'**1,5%**.



Focus **Sentiment Analysis**

Piemonte vs Italia

Consuntivo 2025

01/01/2025 – 31/12/2025



Recensioni on-line e *sentiment* Piemonte vs Italia

COMPLESSIVO

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

Località
Piemonte

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

Località
Piemonte

Benchmark
Italia

Sentiment

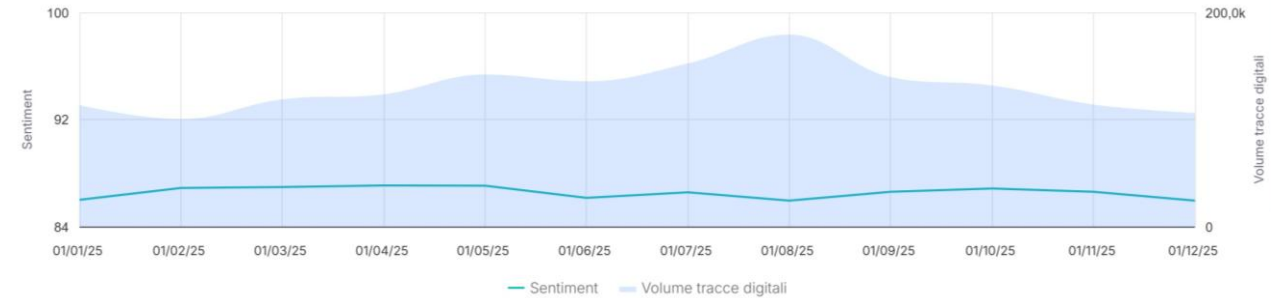
Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.



Il valore del *sentiment* del **Piemonte (+0,4)** è superiore rispetto all'**Italia: 86,5/100 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.



www.datappeal.io





Recensioni on-line e *sentiment* Piemonte vs Italia

RICETTIVITÀ



84,8/100 (+0,2) vs 84,2/100

RISTORAZIONE



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

AFFITTI BREVI



90/100 (=) vs 87,8/100

ATTRAZIONI



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

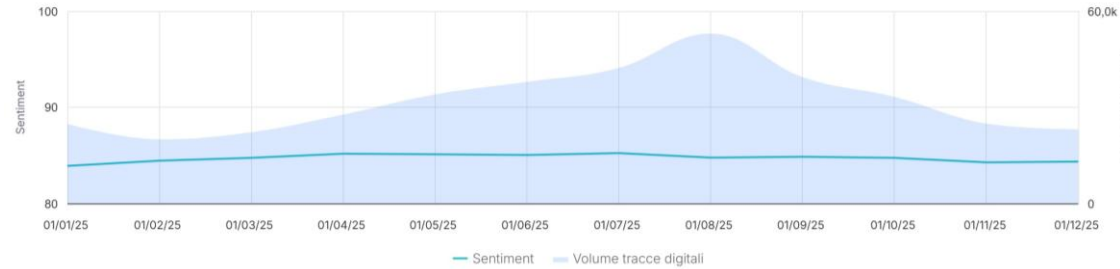


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

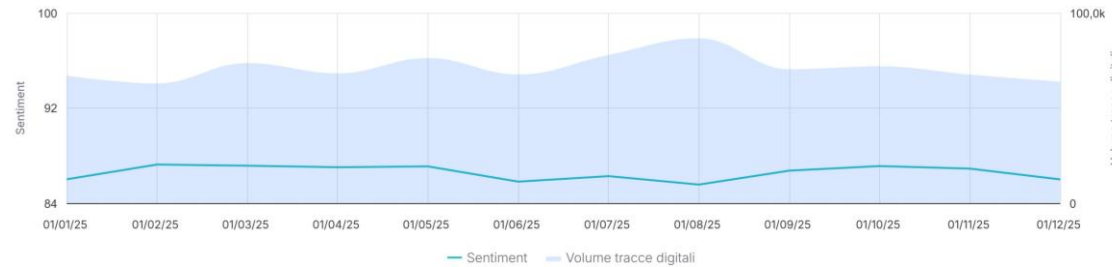
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

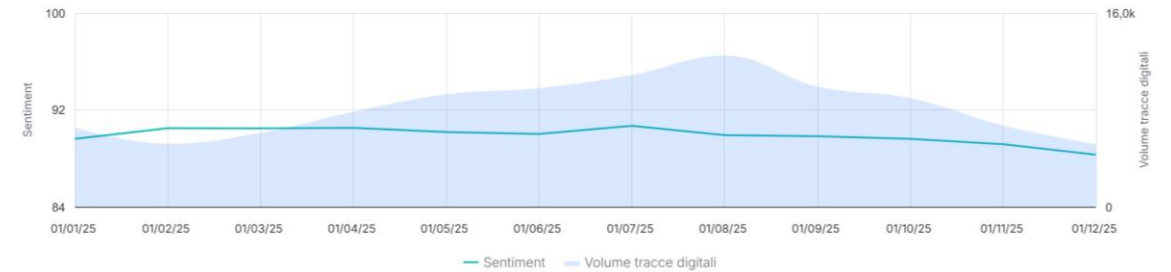
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

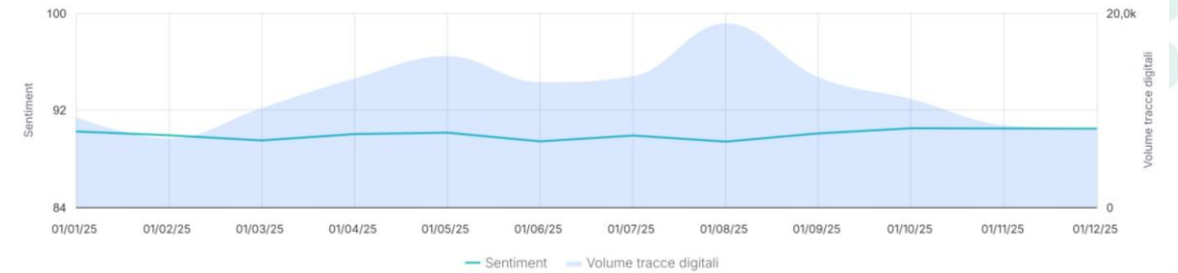
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



ATTRAZIONI

Volume tracce digitali e sentiment

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





Colline

Complessivo

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





Colline: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

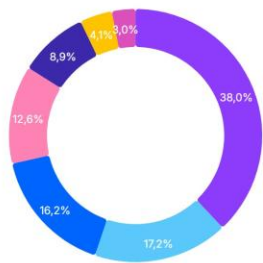
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Colline

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **13,3k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☘ Locali e Ristorazione	38,0%	5,0k	87,7/100
🏛 Attrazioni	17,2%	2,3k	88,2/100
🏠 Ricettività	16,2%	2,2k	88,7/100
🏠 Affitti Brevi	12,6%	1,7k	91,7/100
🚗 Trasporti	8,9%	1,2k	79,6/100
🌾 Agricoltura	4,2%	551	95,0/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **13.300 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 5.000;**
- **Attrazioni: 2.300;**
- **Ricettività: 2.200;**
- **Affitti brevi: 1.700.**





Colline: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

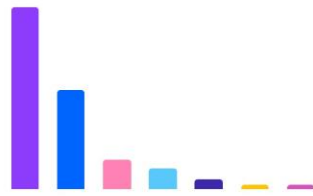
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Colline

Distribuzione del volume delle tracce digitali da industrie selezionate

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

Volume totale tracce digitali **278,3k**



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

	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴 Locali e Ristorazione	52,0%	144,7k	87,7/100
🏠 Ricettività	28,2%	78,5k	88,7/100
🏠 Affitti Brevi	8,3%	23,2k	91,7/100
🏛️ Attrazioni	6,0%	16,8k	88,2/100
🚗 Trasporti	2,8%	7,7k	79,6/100
🌾 Agricoltura	1,4%	3,9k	95,0/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **278.300 (-20%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 144.700 (-28,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 78.500 (-5,7%);**
- **Affitti brevi: 23.200 (-5,2%);**
- **Attrazioni: 16.800 (-7,1%).**





Colline: Provenienza viaggiatori

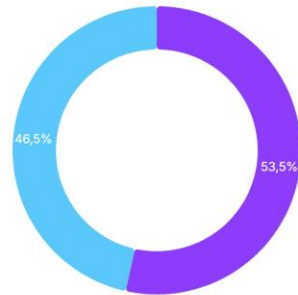
COMPLESSIVO

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

Località
Colline

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	53,5%	88,3/100
Svizzera	10,0%	87,7/100
Francia	8,3%	86,5/100
Germania	5,0%	88,1/100
Paesi Bassi	3,6%	87,9/100

Il **53,5%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Svizzera**, con il **10%**, e la **Francia**, con l'**8,3%**.



Colline: Tipologie di viaggio

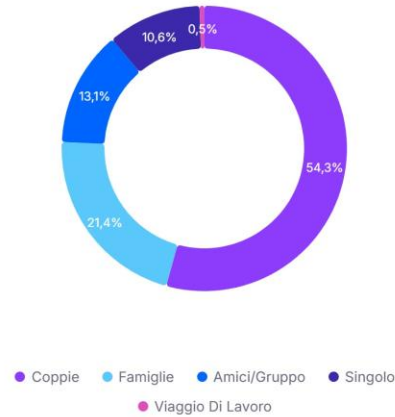
COMPLESSIVO

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

Località
Colline

Tipologia di viaggiatore

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



	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	54,3%	88,2/100
Famiglie	21,4%	87,4/100
Amici/Gruppo	13,1%	88,1/100
Singolo	10,6%	86,2/100
Viaggio di lavoro	0,5%	86,2/100

Il **54,3%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **21,4%**, e gli **amici/gruppi**, con il **13,1%**.



Colline

Ricettività

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





Colline: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

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

Località
Colline

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	13,0%	280	34,2%	26,8k	85,1/100
2	B & B	27,2%	589	20,9%	16,4k	90,3/100
3	Agriturismo	26,0%	561	20,6%	16,2k	91,2/100
4	Villetta	13,6%	295	8,2%	6,4k	91,3/100
5	Altri alloggi	9,1%	197	6,0%	4,7k	91,4/100

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

- **B&B: 589;**
- **Agriturismi: 561;**
- **Villette: 295;**
- **Hotel: 280;**
- **Altri alloggi: 197.**



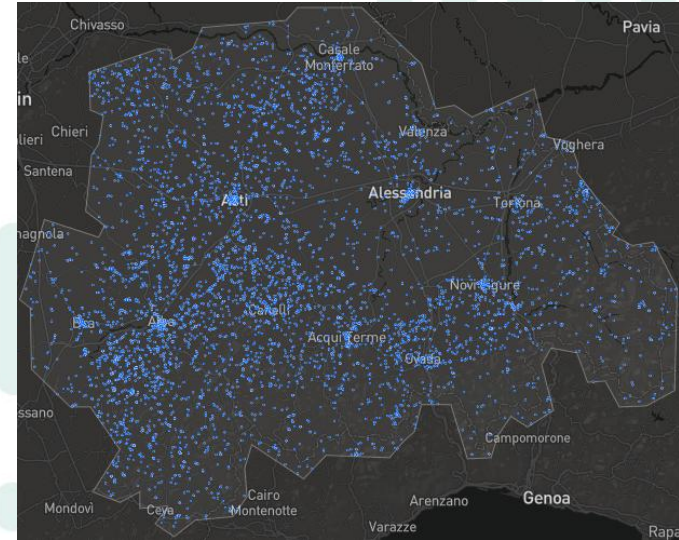
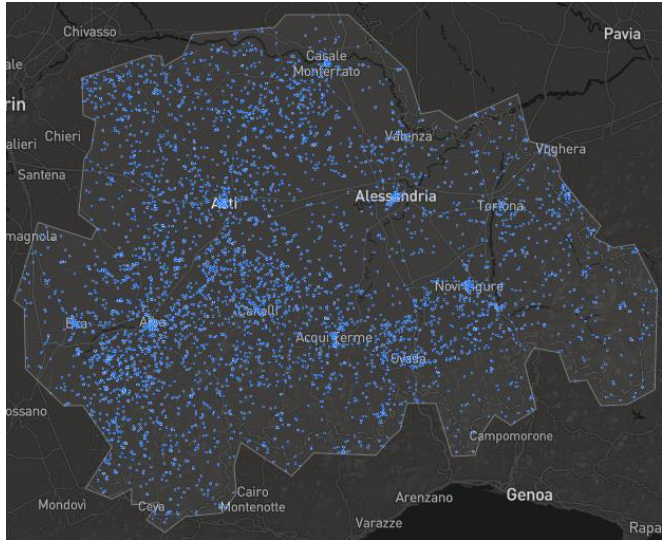
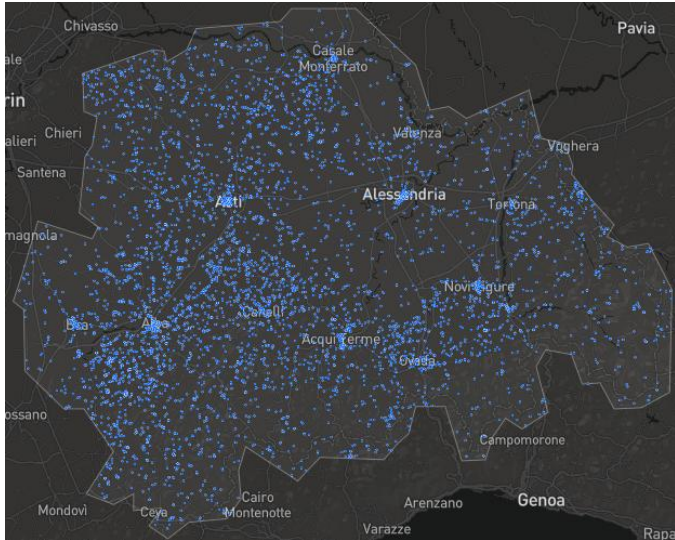
Colline: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

RICETTIVITÀ

2025



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



Colline: 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	
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale attento, un'esperienza familiare e piacevole.	Servizi igienici	Bagni piccoli e poco pratici, mancanza di alcuni comfort essenziali.
Posizione	Posizione eccellente e panorami mozzafiato, ideale per esplorare la zona.		
Personale	Personale cortese e professionale, sempre disponibile e attento alle esigenze.		



Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (21.400 tracce digitali e un *sentiment* dell'**84/100**), l'**ospitalità** (19.100 tracce digitali e un *sentiment* del **90/100**) e il **personale** (16.900 tracce digitali e un *sentiment* dell'**87/100**).

Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **servizi igienici** (2.200 tracce digitali e un *sentiment* del **53/100**).

- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (21.400 tracce digitali), l'**ospitalità** (19.100) e la **camera** (18.500).



Colline: Canali e Social

RICETTIVITÀ

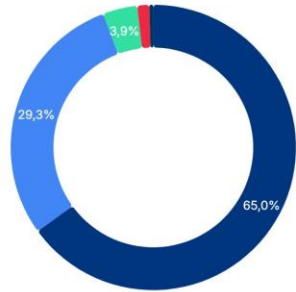
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Colline

Industria/Categoria
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.Com ● Google ● TripAdvisor
● Hotels.Com ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Booking.com	64,2%	8,9/10	87,3/100
Google	28,9%	9,3/10	91,9/100
TripAdvisor	3,9%	9,0/10	89,0/100
Hotels.com	1,3%	9,1/10	80,9/100
Expedia	0,4%	9,2/10	81,8/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **64,2%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **28,9%**, e **TripAdvisor**, con il **3,9%**.



Colline

Affitti Brevi

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





Colline: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

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

Località
Colline

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	27,7%	462	42,1%	9,8k	91,2/100
2 Affittacamere	25,2%	420	30,2%	7,0k	90,6/100
3 Casa o Appartamento	47,1%	785	27,7%	6,4k	93,5/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.700 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: 785;**
- **Appartamento vacanze: 462;**
- **Affittacamere: 420.**



www.datappeal.io





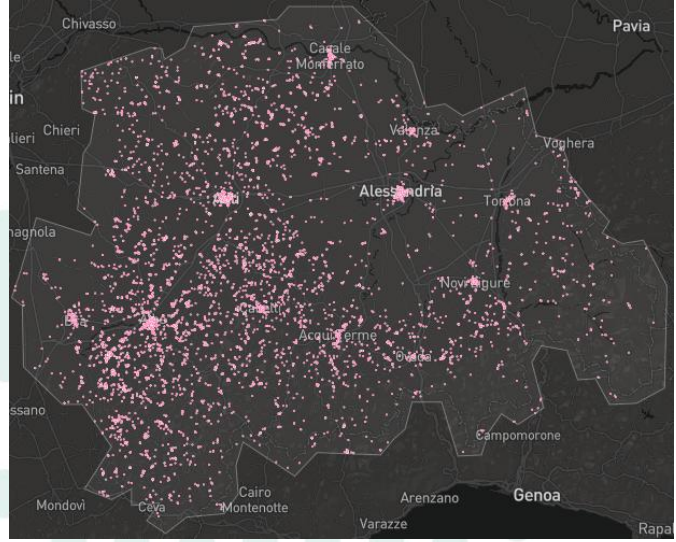
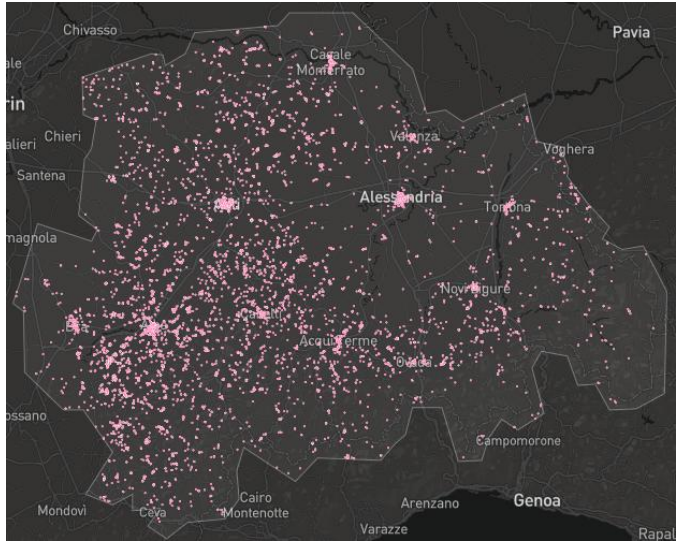
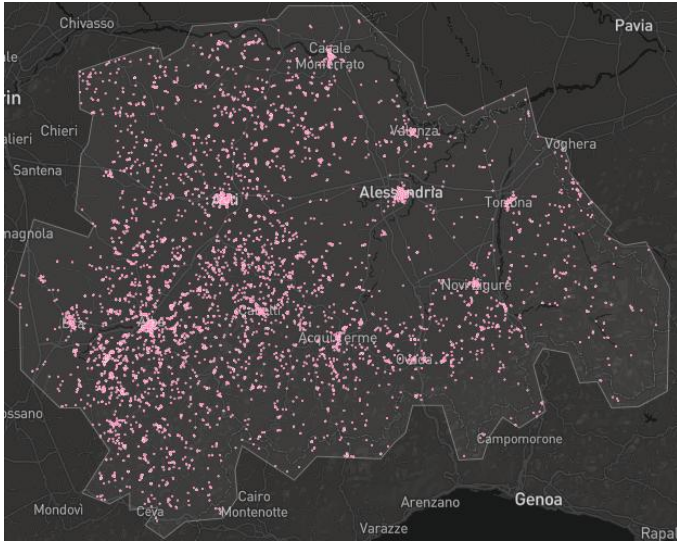
Colline: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

AFFITTI BREVI

2025



AI DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Colline: 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
Ospitalità Accoglienza calorosa e personale gentile, sempre attento alle esigenze degli ospiti.	
Posizione Posizione centrale e incantevole, ideale per esplorare attrazioni e ristoranti locali.	
Camera Camere spaziose e confortevoli, dotate di tutti i comfort necessari per un soggiorno.	



- Gli **aspetti positivi** sono l'**ospitalità** (9.600 tracce digitali e un **sentiment** del 91/100), la **posizione** (8.600 tracce digitali e un **sentiment** dell'87/100) e la **camera** (7.600 tracce digitali e un **sentiment** dell'81/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono l'**ospitalità** (9.600 tracce digitali), la **posizione** (8.600) e la **camera** (7.600).



Colline: Canali e Social

AFFITTI BREVI

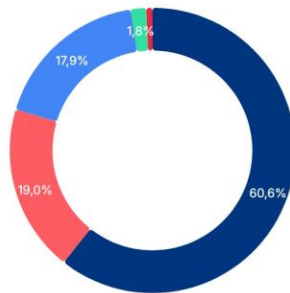
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Colline

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.



● Booking.Com ● Airbnb ● Google
● TripAdvisor ● Hotels.Com

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Booking.com	60,0%	9,1/10	89,1/100
Airbnb	18,8%	9,8/10	97,0/100
Google	17,7%	9,6/10	95,5/100
TripAdvisor	1,7%	9,1/10	89,7/100
Hotels.com	0,7%	9,3/10	82,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **60%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **18,8%**, e **Google**, con il **17,7%**.



Colline

Ristorazione

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





Colline: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

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

Località
Colline

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	35,1%	1,8k	60,6%	87,7k	88,8/100
2	Pizzeria	9,4%	475	12,6%	18,3k	87,2/100
3	Bar	21,8%	1,1k	8,7%	12,5k	85,4/100
4	Fast food	1,0%	49	2,7%	3,9k	74,7/100
5	Caffè	6,0%	303	2,3%	3,3k	84,3/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **5.000 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 1.800;**
- **Bar: 1.100;**
- **Pizzerie: 475;**
- **Caffè: 303;**
- **Fast food: 49.**





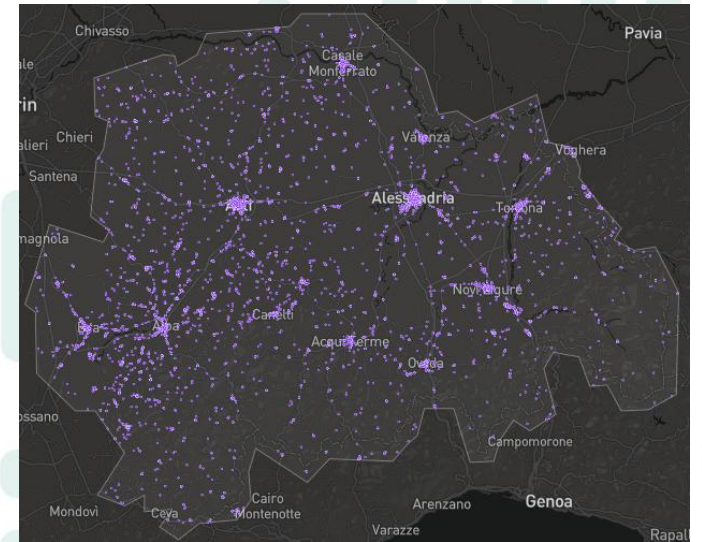
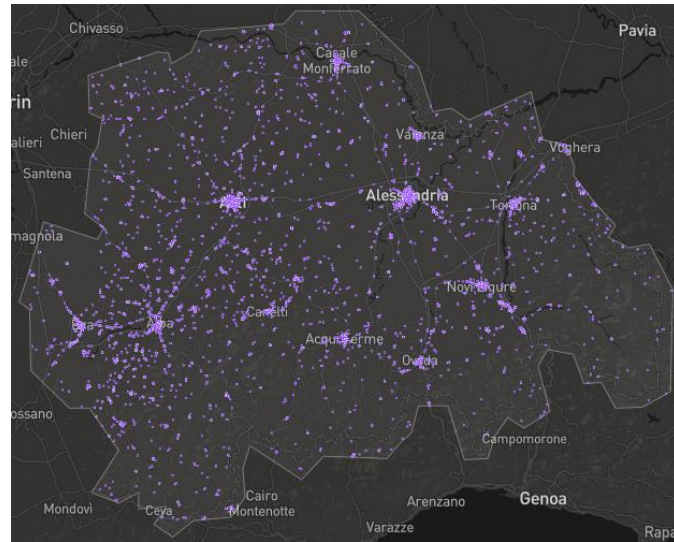
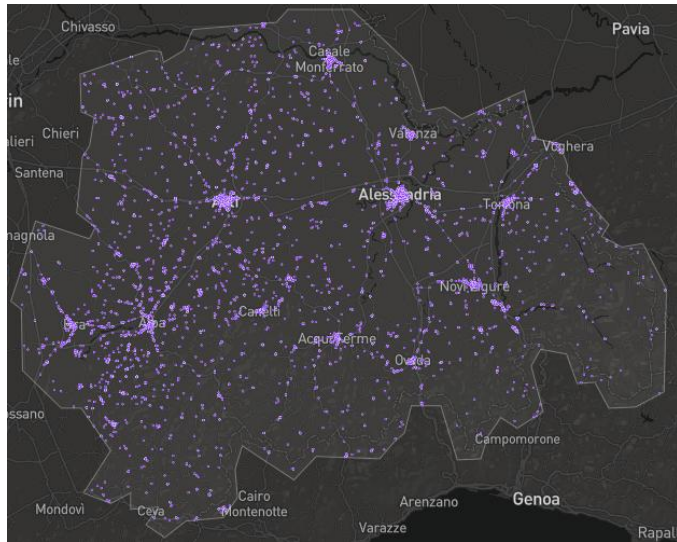
Colline: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

RISTORAZIONE

2025



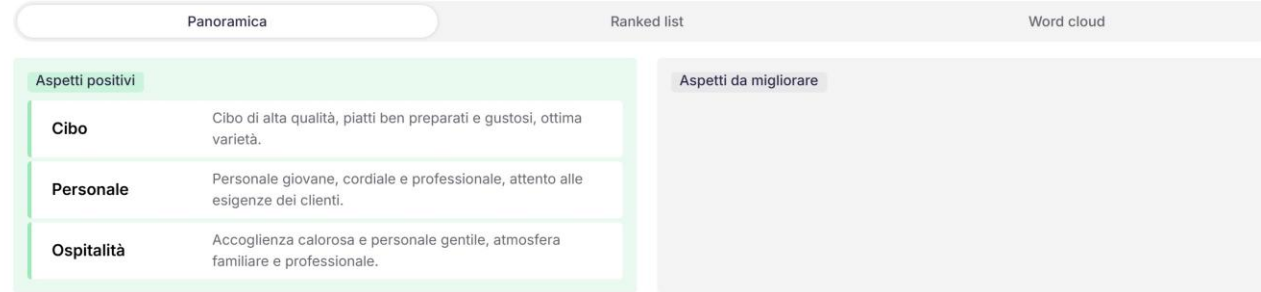


Colline: Analisi semantica

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** (69.500 tracce digitali e un **sentiment** dell'82/100), il **personale** (35.100 tracce digitali e un **sentiment** dell'81/100) e l'**ospitalità** (22.300 tracce digitali e un **sentiment** dell'86/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono **cibo** (69.500 tracce digitali), il **personale** (35.100) e l'**atmosfera** (23.800).



Colline: Canali e Social

RISTORAZIONE

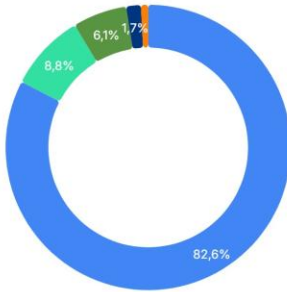
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Colline

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.Com ● Justeat

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Google	82,5%	8,9/10	87,8/100
TripAdvisor	8,8%	8,6/10	84,1/100
TheFork	6,1%	9,2/10	91,2/100
Booking.com	1,7%	8,9/10	86,7/100
Justeat	0,8%	9,3/10	90,5/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**82,5%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con l'**8,8%**, e **TheFork**, con il **6,1%**.



Colline

Attrazioni

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





Colline: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

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

Località
Colline

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	15,6%	356	27,5%	4,6k	86,7/100
2 Museo	7,2%	165	13,3%	2,2k	89,7/100
3 Chiesa	32,3%	738	13,2%	2,2k	89,4/100
4 Castello	3,8%	86	11,6%	1,9k	88,0/100
5 Paesaggistica	2,4%	54	6,3%	1,1k	93,2/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **2.300 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: 738;**
- **Attrazioni: 356;**
- **Musei: 165;**
- **Castelli: 86;**
- **Paesaggistiche: 54.**



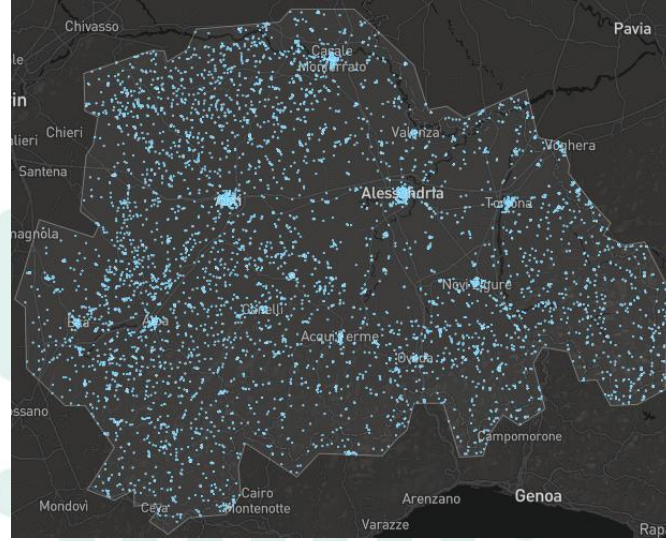
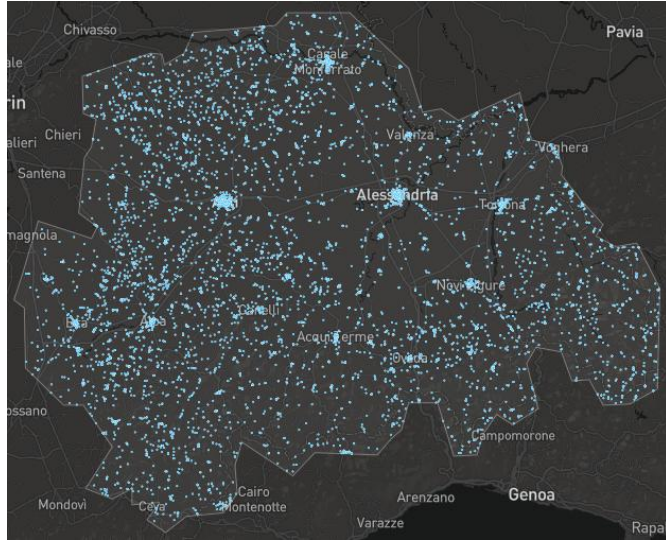
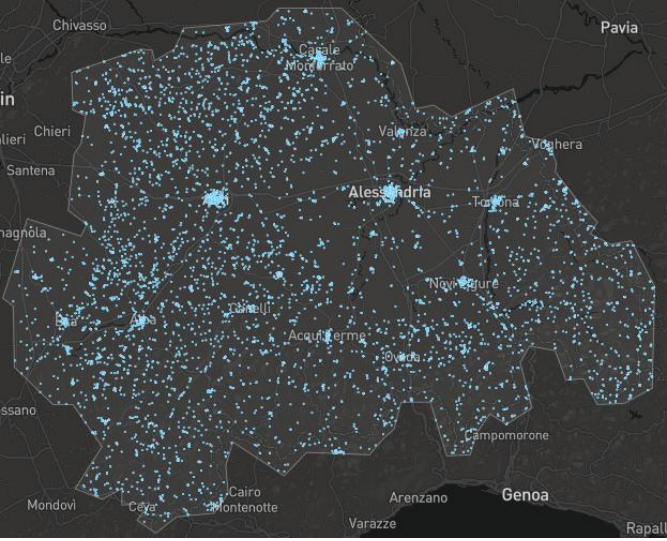
Colline: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

ATTRAZIONI

2023

2024

2025



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

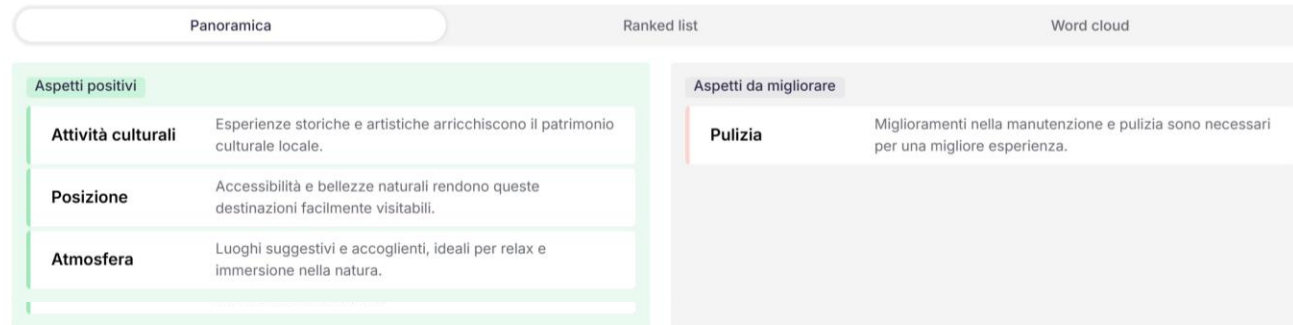


Colline: Analisi semantica

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** (3.700 tracce digitali e un *sentiment* dell'**82/100**), la **posizione** (2.600 tracce digitali e un *sentiment* del **77/100**) e l'**atmosfera** (1.500 tracce digitali e un *sentiment* dell'**80/100**).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti la **pulizia** (529 tracce digitali e un *sentiment* del **54/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono le **attività culturali** (3.700 tracce digitali), la **posizione** (2.600) e l'**atmosfera** (1.500).



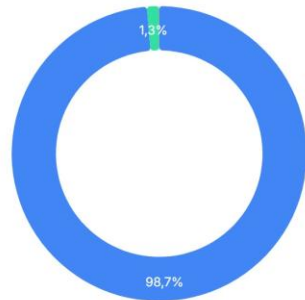
Colline: Canali e Social

ATTRAZIONI

Periodo 01/01/25 - 31/12/25	Località Colline	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 ● Airbnb

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Google	98,7%	9,0/10	88,3/100
TripAdvisor	1,3%	8,3/10	79,4/100
Airbnb	0,0%	9,0/10	84,4/100

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



www.datappeal.io





Focus **Sentiment Analysis**

Colline vs Italia

Consuntivo 2025

01/01/2025 – 31/12/2025



Recensioni on-line e *sentiment* Colline vs Italia

COMPLESSIVO

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

Località
Colline

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.



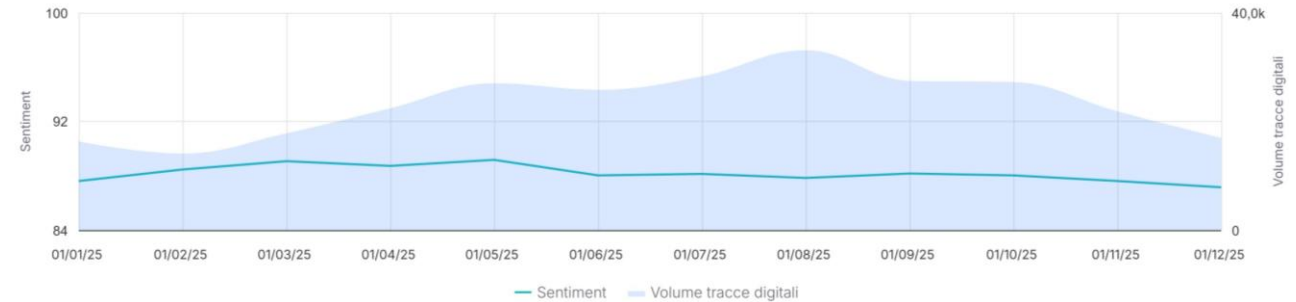
www.datapeel.io



Il valore del *sentiment* delle **Colline (+0,5)** è superiore rispetto all'**Italia: 88,2/100 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* Colline vs Italia

RICETTIVITÀ



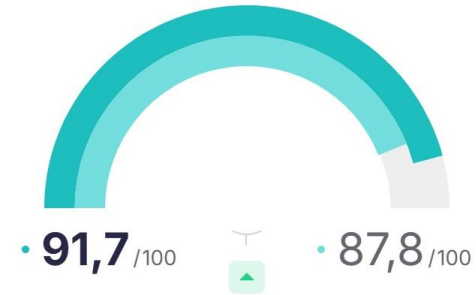
88,7/100 (+0,2) vs 84,2/100

RISTORAZIONE



87,7/100 (+0,6) vs 86,6/100

AFFITTI BREVI



91,7/100 (+0,7) vs 87,8/100

ATTRAZIONI



88,2/100 (-0,1) vs 89,6/100



Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

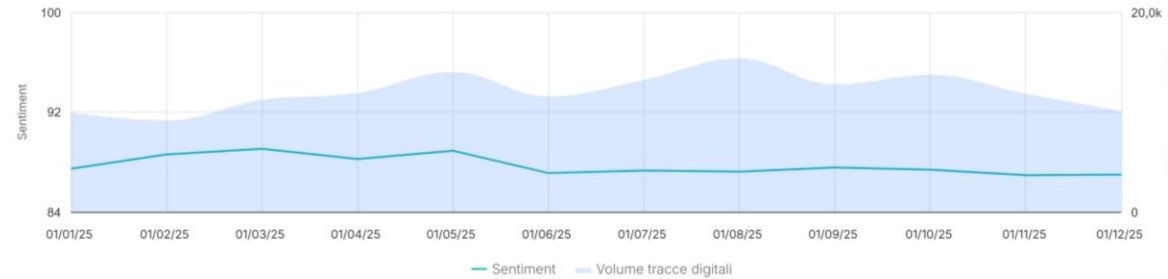
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

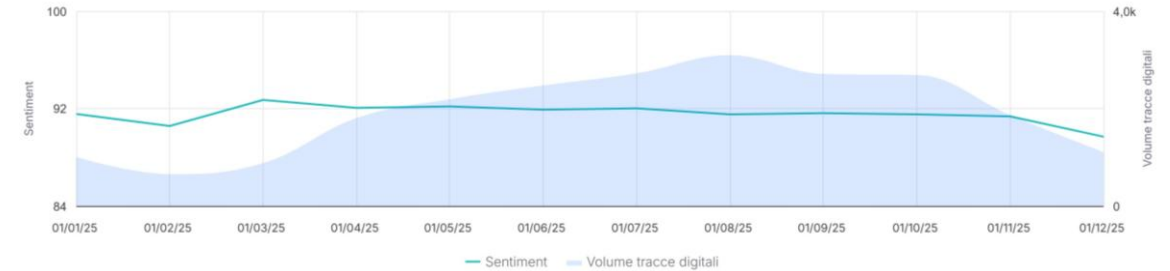
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

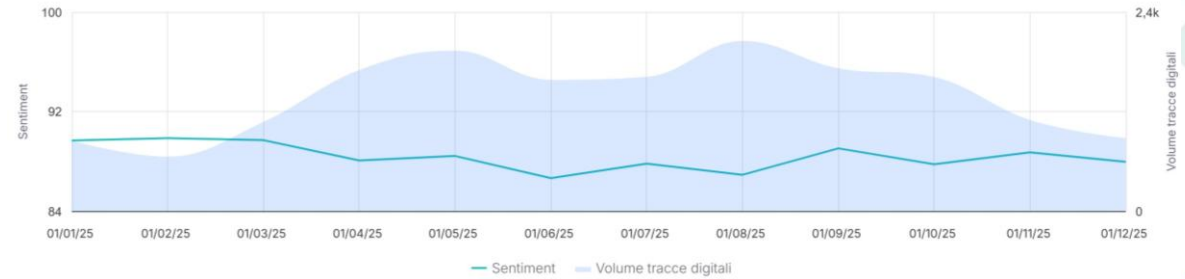
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



ATTRAZIONI

Volume tracce digitali e sentiment

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





Laghi

Complessivo

Consuntivo 2025

01/01/2025 – 31/12/2025





Laghi: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

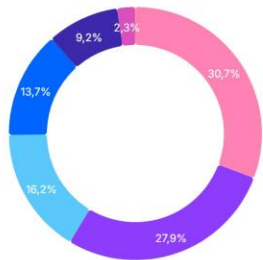
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Laghi

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **4,2k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
Affitti Brevi	30,7%	1,3k	89,7/100
Locali e Ristorazione	27,9%	1,2k	84,2/100
Attrazioni	16,2%	685	90,2/100
Ricettività	13,7%	578	83,9/100
Trasporti	9,2%	390	81,5/100
Intrattenimento	2,3%	97	86,4/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.200 punti di interesse:**

- **Affitti brevi: 1.300;**
- **Ristorazione: 1.200;**
- **Attrazioni: 685;**
- **Ricettività: 578.**





Laghi: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

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

Località
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 **150,2k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🏨 Ricettività	40,0%	60,0k	83,9/100
🍴 Locali e Ristorazione	36,0%	54,1k	84,2/100
🏞️ Attrazioni	10,9%	16,3k	90,2/100
🏠 Affitti Brevi	10,4%	15,6k	89,7/100
🚗 Trasporti	2,0%	2,9k	81,5/100
🎪 Intrattenimento	0,8%	1,2k	86,4/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **150.200 (-15%)**, in particolare:

- **Ricettività: 60.000 (-5,7%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ristorazione: 54.100 (-29%)**;
- **Attrazioni: 16.300 (+10,1%)**;
- **Affitti brevi: 15.600 (-13%)**.





Laghi: Provenienza viaggiatori

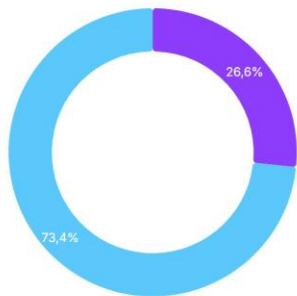
COMPLESSIVO

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

Località
Laghi

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	26,6%	84,5/100
Germania	16,1%	83,4/100
Francia	15,4%	83,7/100
Svizzera	15,0%	83,6/100
Paesi Bassi	4,4%	82,8/100

Il **26,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Germania**, con il **16,1%**, e la **Francia**, con il **15,4%**.



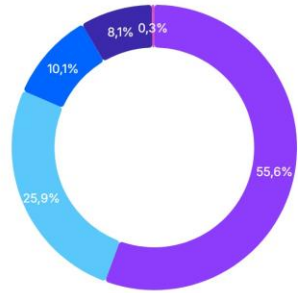
Laghi: Tipologie di viaggio

COMPLESSIVO

Periodo: 01/01/25 - 31/12/25
Località: 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	55,6%	84,0/100
❤️ Famiglie	25,9%	83,6/100
👥 Amici/Gruppo	10,1%	83,6/100
🧑 Singolo	8,2%	83,3/100
👜 Viaggio di lavoro	0,3%	84,4/100

Il **55,6%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **25,9%**, e gli **amici/gruppi**, con il **10,1%**.





Laghi

Ricettività

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





Laghi: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

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

Località
Laghi

Industria/Categoria
Ricettività + Altri 15

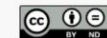
Tipologie di comparto più popolari

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	30,2%	175	70,9%	42,5k	83,0/100
2 B & B	21,8%	126	10,6%	6,3k	87,1/100
3 Campeggi	9,2%	53	7,3%	4,4k	82,6/100
4 Altri alloggi	20,6%	119	4,5%	2,7k	91,1/100
5 Resort	1,7%	10	1,6%	948	85,0/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **578 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: 175;**
- **B&B: 126;**
- **Altri alloggi: 119;**
- **Campeggi: 53;**
- **Resort: 10.**





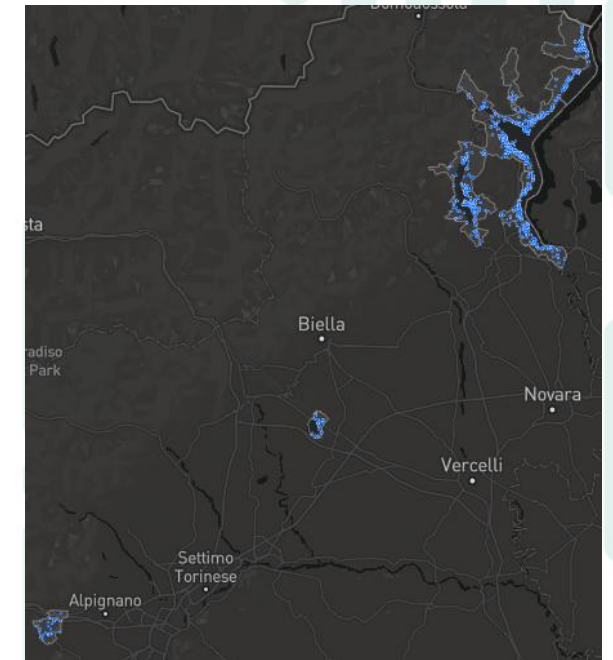
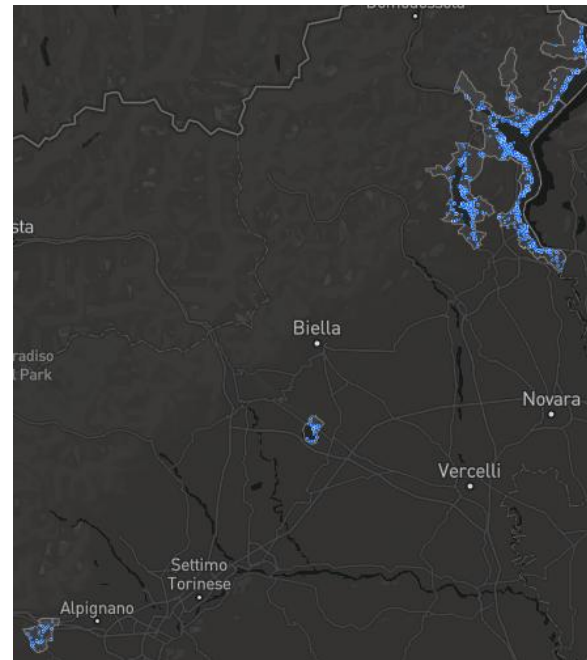
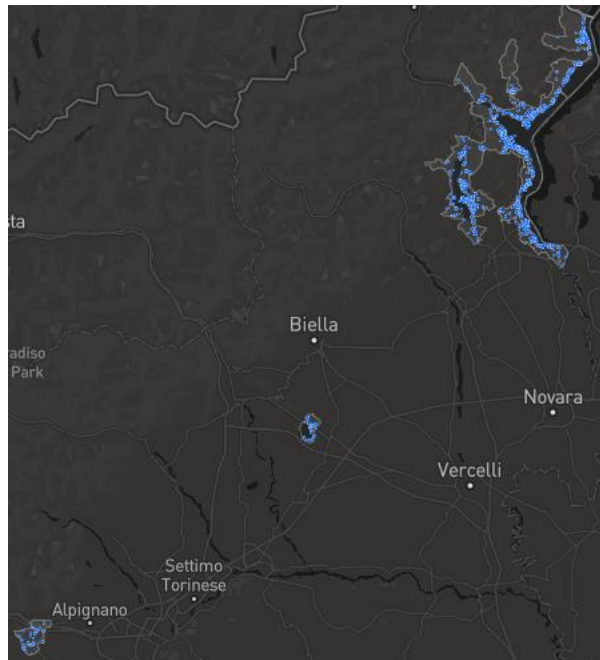
Laghi: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

RICETTIVITÀ

2025





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					
Posizione	Posizione strategica, vicina a ristoranti e attrazioni locali, con belle viste.	Aspetti da migliorare			
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale disponibile, che fa sentire a casa.	Servizi igienici	Bagni da migliorare, con docce piccole e problemi di pressione dell'acqua.		
Personale	Personale gentile e professionale, sempre pronto ad aiutare gli ospiti.	Costi	Prezzi generalmente nella norma, con alcune eccezioni per l'alta qualità.		



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (22.700 tracce digitali e un *sentiment* dell'83/100), il **personale** (15.400 tracce digitali e un *sentiment* dell'82/100) e l'**ospitalità** (8.500 tracce digitali e un *sentiment* dell'87/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **costi** (4.100 tracce digitali e un *sentiment* del 54/100) e i **servizi igienici** (2.900 tracce digitali e un *sentiment* del 46/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (22.700 tracce digitali), il **personale** (15.400) e la **colazione** (12.000).



Laghi: Canali e Social

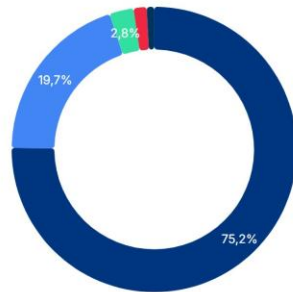
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Laghi

Industria/Categoria
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.Com ● Google ● TripAdvisor
● Hotels.Com ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Booking.com	74,1%	8,6/10	83,3/100
Google	19,4%	8,8/10	86,9/100
TripAdvisor	2,7%	8,5/10	82,7/100
Hotels.com	1,5%	8,8/10	77,0/100
Expedia	0,8%	9,0/10	79,1/100

D/ AI DESTINATIONS

www.datappeal.io



RICETTIVITÀ

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **74,1%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **19,4%**, e **TripAdvisor**, con il **2,7%**.



Laghi

Affitti Brevi

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





Laghi: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

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

Località
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	60,9%	791	44,5%	6,9k	91,9/100
2 Affittacamere	23,2%	301	29,2%	4,6k	86,4/100
3 Appartamento vacanze	16,0%	208	26,4%	4,1k	89,9/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.300 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: 791;**
- **Affittacamere: 301;**
- **Appartamento vacanze: 208.**



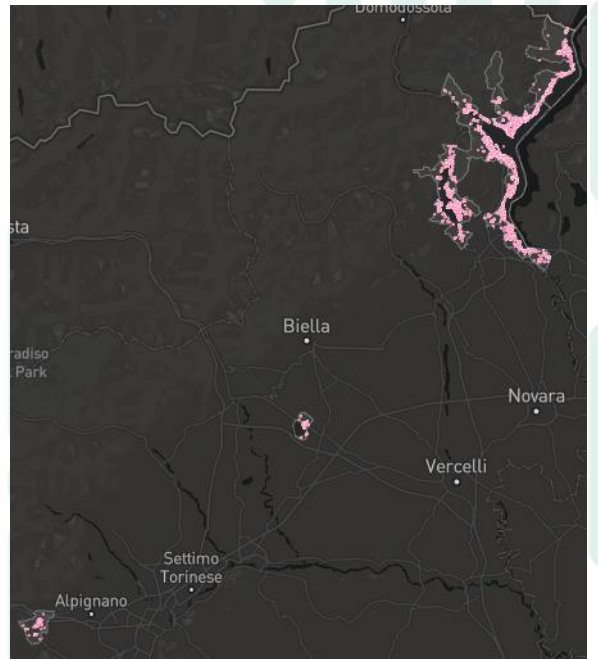
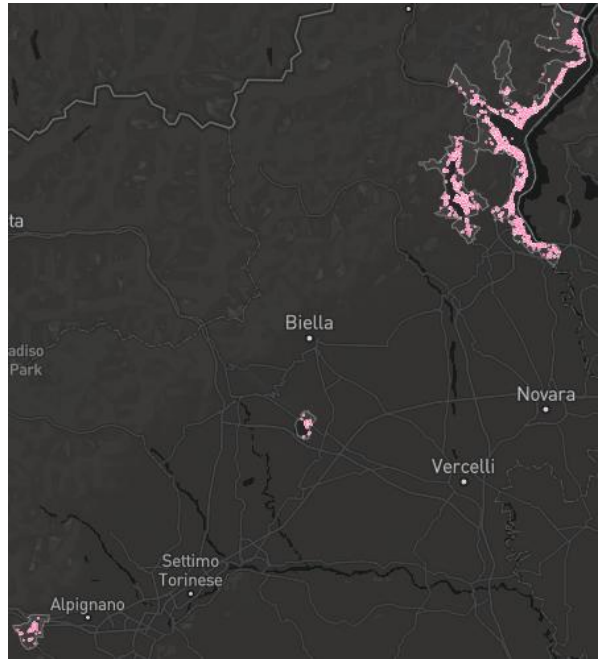
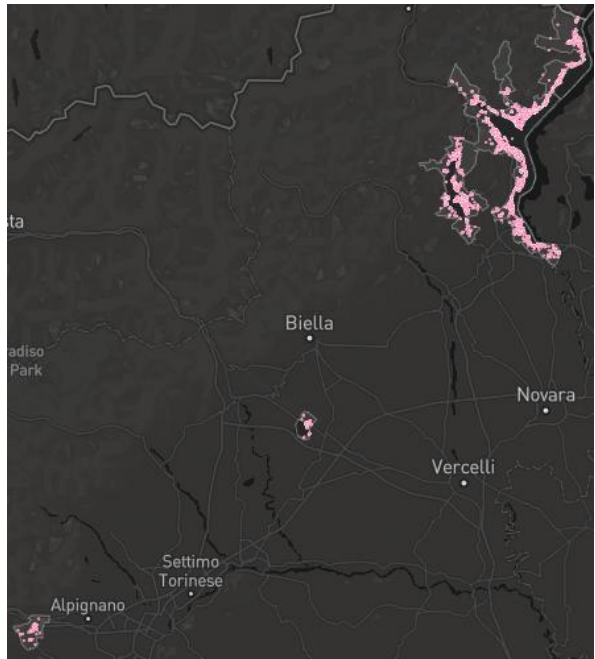
Laghi: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)


2023

2024

AFFITTI BREVI

2025



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con 

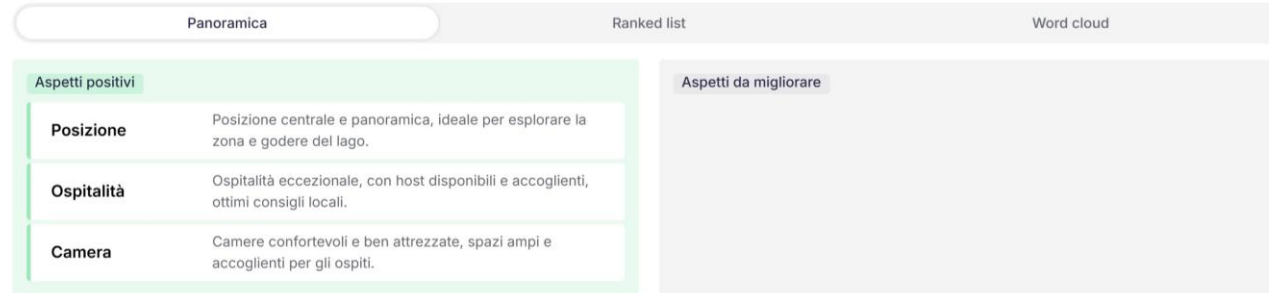


Laghi: Analisi semantica

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.



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (8.500 tracce digitali e un **sentiment** dell'85/100), la **camera** (6.700 tracce digitali e un **sentiment** del 77/100) e l'**ospitalità** (5.800 tracce digitali e un **sentiment** del 90/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (8.500 tracce digitali), la **camera** (6.700) e l'**ospitalità** (5.800).



Laghi: Canali e Social

AFFITTI BREVI

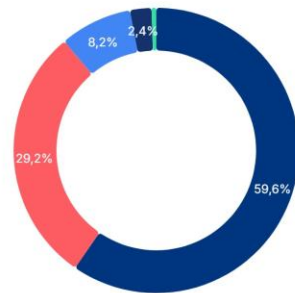
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Laghi

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.



● Booking.Com ● Airbnb ● Google
● Homeaway ● TripAdvisor

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Booking.com	59,3%	8,9/10	86,5/100
Airbnb	29,0%	9,6/10	95,3/100
Google	8,1%	9,5/10	93,5/100
Homeaway	2,4%	9,4/10	90,9/100
TripAdvisor	0,5%	8,8/10	86,4/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **59,3%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **29%**, e **Google**, con l'**8,1%**.



Laghi

Ristorazione

Consuntivo 2025

01/01/2025 – 31/12/2025





Laghi: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

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

Località
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	39,2%	463	56,9%	30,7k	84,8/100
2 Bar	22,6%	267	12,8%	6,9k	82,8/100
3 Pizzeria	5,6%	66	9,0%	4,8k	85,4/100
4 Gelateria	5,2%	61	4,0%	2,1k	87,9/100
5 Caffè	7,2%	85	3,9%	2,1k	76,4/100

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

- **Ristoranti: 463;**
- **Bar: 267;**
- **Caffè: 85;**
- **Pizzerie: 66;**
- **Gelaterie: 61.**





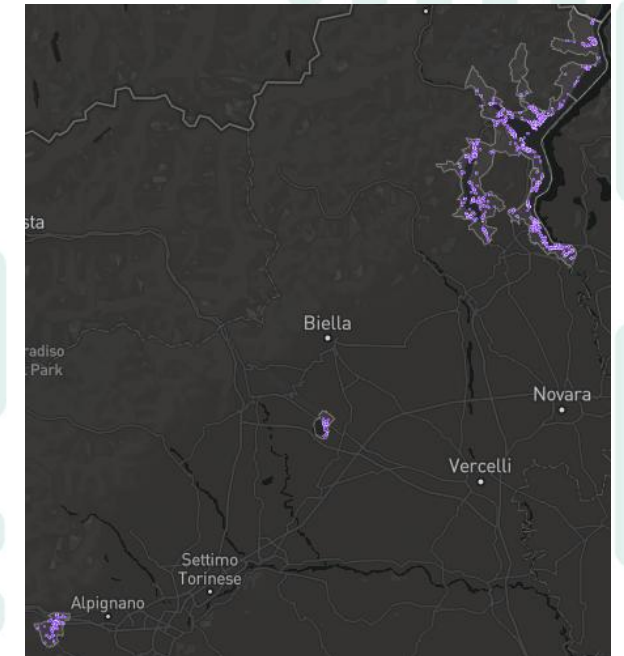
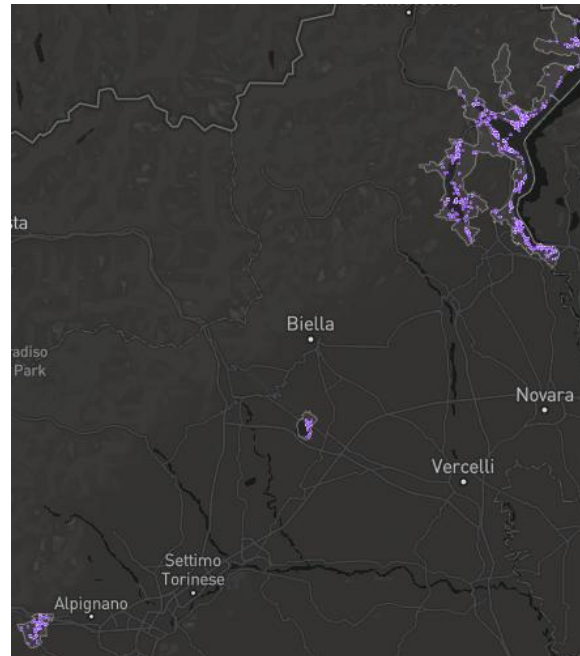
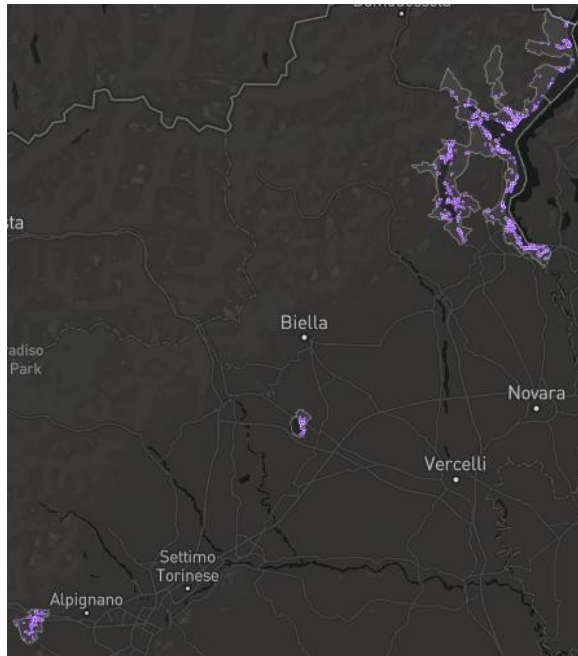
Laghi: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

RISTORAZIONE

2025



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



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	
Cibo	Cibo di alta qualità, piatti creativi e ben presentati, esperienza culinaria eccellente.	Tempi di attesa	Tempi di attesa lunghi e confusi, servizio da migliorare per efficienza.
Personale	Personale cordiale e professionale, sempre disponibile e attento alle esigenze.		
Posizione	Location suggestiva e accogliente, ideale per momenti di relax e convivialità.		



- Gli **aspetti positivi** sono il **cibo** (29.300 tracce digitali e un **sentiment** del 77/100), il **personale** (16.200 tracce digitali e un **sentiment** del 75/100) e la **posizione** (8.800 tracce digitali e un **sentiment** dell'83/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **tempi di attesa** (4.100 tracce digitali e un **sentiment** del 54/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo** (29.300 tracce digitali), il **personale** (16.200) e l'**atmosfera** (10.000).



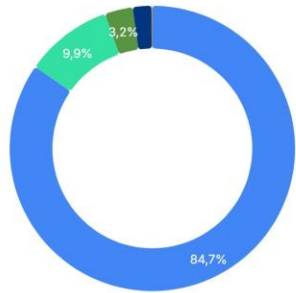
Laghi: Canali e Social

RISTORAZIONE

Periodo 01/01/25 - 31/12/25	Località 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 ● TheFork
● Booking.Com ● Justeat

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Google	84,5%	8,6/10	84,5/100
TripAdvisor	9,9%	8,2/10	79,9/100
TheFork	3,2%	9,2/10	91,4/100
Booking.com	2,1%	8,5/10	81,7/100
Justeat	0,1%	9,2/10	90,5/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con **l'84,5%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **9,9%**, e **TheFork**, con il **3,2%**.





Laghi

Attrazioni

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





Laghi: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

Periodo: 01/01/25 - 31/12/25
 Località: 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	18,4%	126	18,7%	3,1k	89,7/100
2 Museo	5,6%	38	17,3%	2,8k	91,3/100
3 Parco	9,5%	65	9,2%	1,5k	89,4/100
4 Giardino botanico	1,3%	9	8,8%	1,4k	91,4/100
5 Piazza	0,2%	1	8,0%	1,3k	93,6/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **685 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: 126;**
- **Parchi: 65;**
- **Musei: 38;**
- **Giardini botanici: 9;**
- **Piazza: 1.**



www.datappeal.io



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



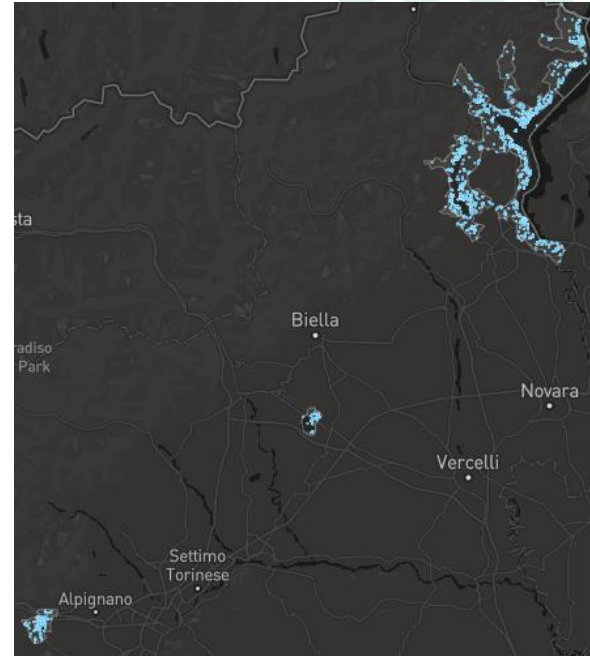
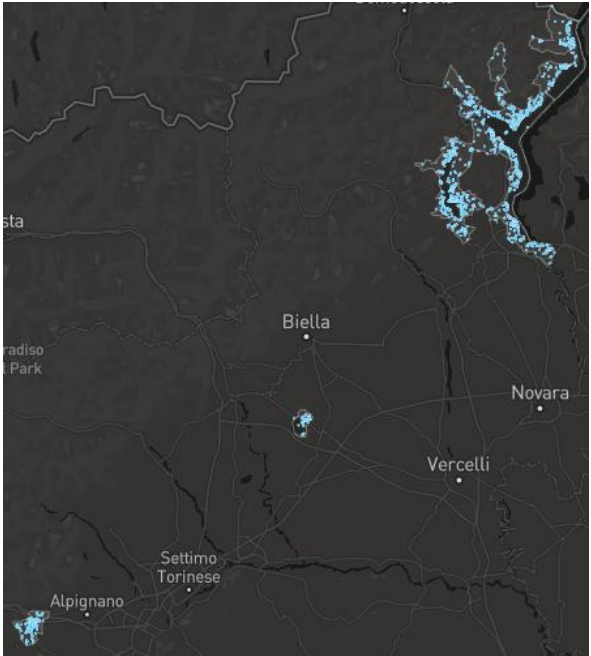
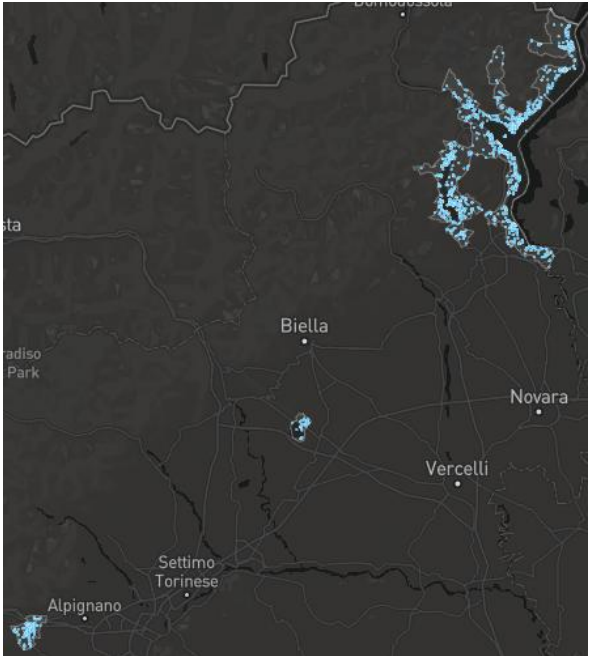
Laghi: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

ATTRAZIONI

2025



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



Laghi: Analisi semantica

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																
<table border="0"> <tr> <td style="background-color: #e0f2f1;">Aspetti positivi</td> <td style="background-color: #e0e0e0;">Aspetti da migliorare</td> </tr> <tr> <td> <table border="1"> <tr> <td>Posizione</td> <td>Posizione pittoresca con vista sul lago e natura rigogliosa.</td> </tr> <tr> <td>Atmosfera</td> <td>Un luogo incantevole con giardini splendidi e panorami mozzafiato.</td> </tr> <tr> <td>Attività culturali</td> <td>Ricco di storia e arte, ideale per esplorare leggende locali.</td> </tr> </table> </td> <td> <table border="1"> <tr> <td>Costi</td> <td>Prezzi variabili, alcuni considerati alti rispetto all'esperienza offerta.</td> </tr> <tr> <td>Tempi di attesa</td> <td>Attese lunghe in alta stagione, consigliato visitare in giorni feriali.</td> </tr> <tr> <td>Parcheggio</td> <td>Parcheggio disponibile, ma spesso a pagamento e non sempre vicino.</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>			Aspetti positivi	Aspetti da migliorare	<table border="1"> <tr> <td>Posizione</td> <td>Posizione pittoresca con vista sul lago e natura rigogliosa.</td> </tr> <tr> <td>Atmosfera</td> <td>Un luogo incantevole con giardini splendidi e panorami mozzafiato.</td> </tr> <tr> <td>Attività culturali</td> <td>Ricco di storia e arte, ideale per esplorare leggende locali.</td> </tr> </table>	Posizione	Posizione pittoresca con vista sul lago e natura rigogliosa.	Atmosfera	Un luogo incantevole con giardini splendidi e panorami mozzafiato.	Attività culturali	Ricco di storia e arte, ideale per esplorare leggende locali.	<table border="1"> <tr> <td>Costi</td> <td>Prezzi variabili, alcuni considerati alti rispetto all'esperienza offerta.</td> </tr> <tr> <td>Tempi di attesa</td> <td>Attese lunghe in alta stagione, consigliato visitare in giorni feriali.</td> </tr> <tr> <td>Parcheggio</td> <td>Parcheggio disponibile, ma spesso a pagamento e non sempre vicino.</td> </tr> </table>	Costi	Prezzi variabili, alcuni considerati alti rispetto all'esperienza offerta.	Tempi di attesa	Attese lunghe in alta stagione, consigliato visitare in giorni feriali.	Parcheggio	Parcheggio disponibile, ma spesso a pagamento e non sempre vicino.
Aspetti positivi	Aspetti da migliorare																	
<table border="1"> <tr> <td>Posizione</td> <td>Posizione pittoresca con vista sul lago e natura rigogliosa.</td> </tr> <tr> <td>Atmosfera</td> <td>Un luogo incantevole con giardini splendidi e panorami mozzafiato.</td> </tr> <tr> <td>Attività culturali</td> <td>Ricco di storia e arte, ideale per esplorare leggende locali.</td> </tr> </table>	Posizione	Posizione pittoresca con vista sul lago e natura rigogliosa.	Atmosfera	Un luogo incantevole con giardini splendidi e panorami mozzafiato.	Attività culturali	Ricco di storia e arte, ideale per esplorare leggende locali.	<table border="1"> <tr> <td>Costi</td> <td>Prezzi variabili, alcuni considerati alti rispetto all'esperienza offerta.</td> </tr> <tr> <td>Tempi di attesa</td> <td>Attese lunghe in alta stagione, consigliato visitare in giorni feriali.</td> </tr> <tr> <td>Parcheggio</td> <td>Parcheggio disponibile, ma spesso a pagamento e non sempre vicino.</td> </tr> </table>	Costi	Prezzi variabili, alcuni considerati alti rispetto all'esperienza offerta.	Tempi di attesa	Attese lunghe in alta stagione, consigliato visitare in giorni feriali.	Parcheggio	Parcheggio disponibile, ma spesso a pagamento e non sempre vicino.					
Posizione	Posizione pittoresca con vista sul lago e natura rigogliosa.																	
Atmosfera	Un luogo incantevole con giardini splendidi e panorami mozzafiato.																	
Attività culturali	Ricco di storia e arte, ideale per esplorare leggende locali.																	
Costi	Prezzi variabili, alcuni considerati alti rispetto all'esperienza offerta.																	
Tempi di attesa	Attese lunghe in alta stagione, consigliato visitare in giorni feriali.																	
Parcheggio	Parcheggio disponibile, ma spesso a pagamento e non sempre vicino.																	



ATTRAZIONI

- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (3.000 tracce digitali e un *sentiment* dell'80/100), l'**atmosfera** (2.100 tracce digitali e un *sentiment* dell'83/100) e le **attività culturali** (2.000 tracce digitali e un *sentiment* dell'83/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **costi** (726 tracce digitali e un *sentiment* del 49/100), il **parcheggio** (339 tracce digitali e un *sentiment* del 62/100) e i **tempi di attesa** (248 tracce digitali e un *sentiment* del 50/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono **posizione** (3.000 tracce digitali), **atmosfera** (2.100) e le **attività culturali** (2.000).



Laghi: Canali e Social

ATTRAZIONI

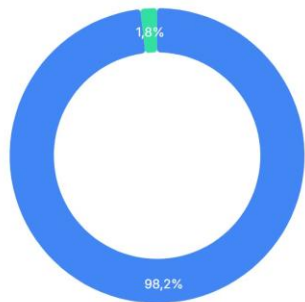
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
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%	9,2/10	90,5/100
TripAdvisor	1,8%	7,8/10	73,8/100

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





Focus **Sentiment Analysis**

Laghi vs Italia

Consuntivo 2025

01/01/2025 – 31/12/2025



Recensioni on-line e *sentiment* Laghi vs Italia

COMPLESSIVO

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

Località
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.



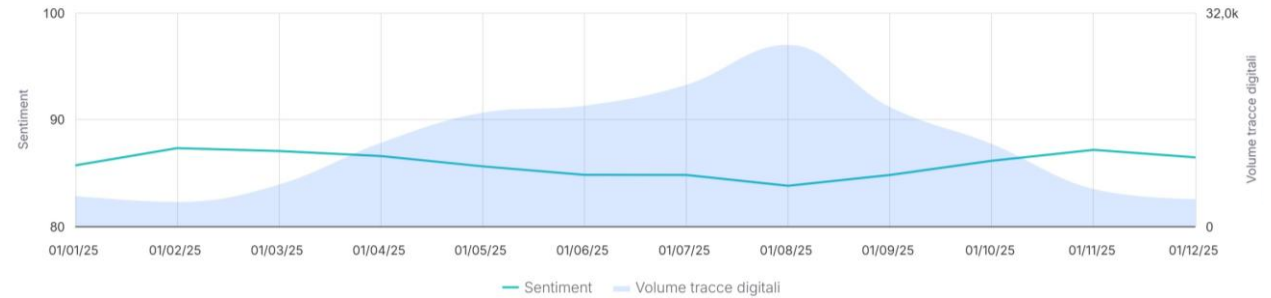
www.datapeel.io



Il valore del *sentiment* dei **Laghi (+0,2)** è **inferiore** rispetto all'**Italia: 85,3/100 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.





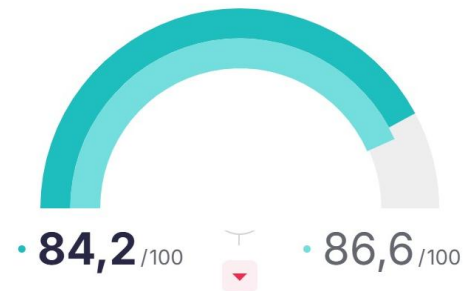
Recensioni on-line e *sentiment* Laghi vs Italia

RICETTIVITÀ



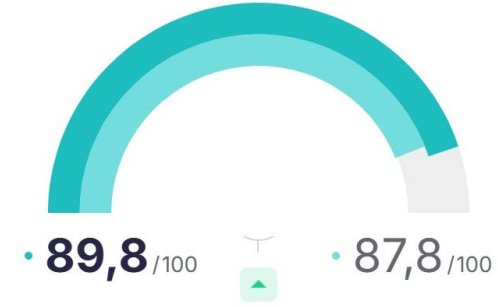
83,9/100 (+0,4) vs 84,2/100

RISTORAZIONE



84,2/100 (-0,4) vs 86,6/100

AFFITTI BREVI



89,8/100 (+0,4) vs 87,8/100

ATTRAZIONI



90,2/100 (+0,3) vs 89,6/100

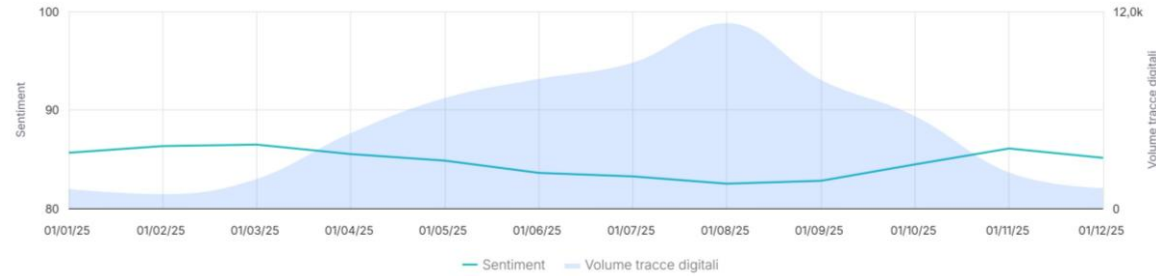


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

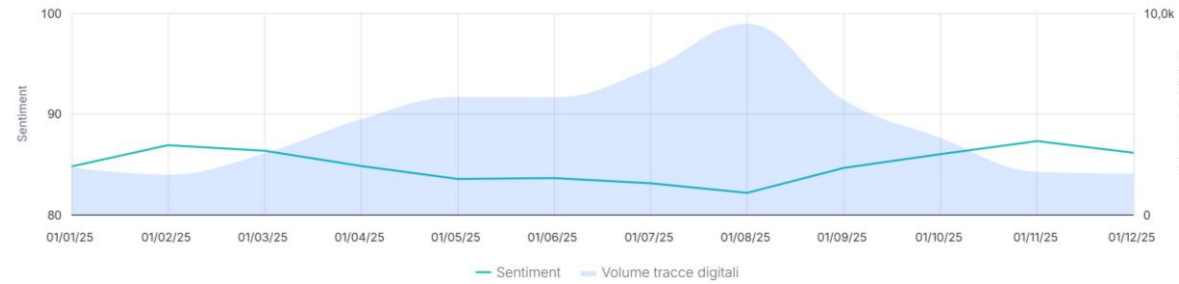
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

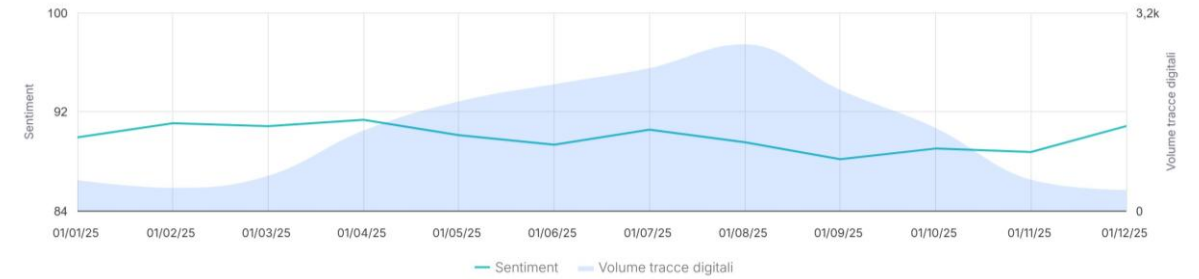
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

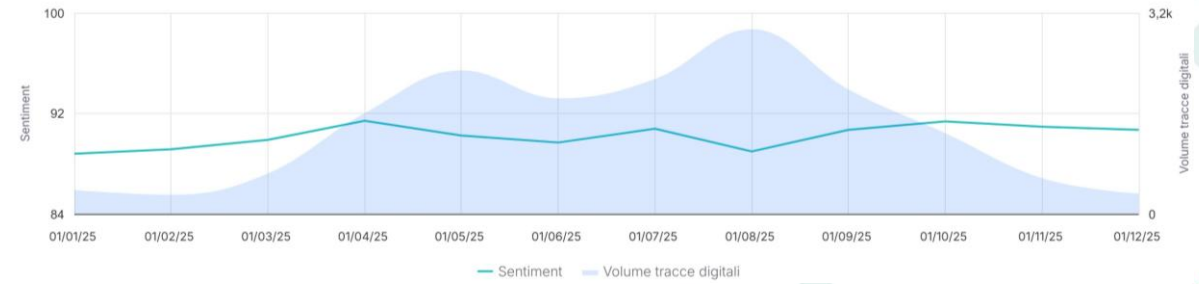
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



ATTRAZIONI

Volume tracce digitali e sentiment

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





Montagne

Complessivo

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





Montagne: Distribuzione del volume dei POI

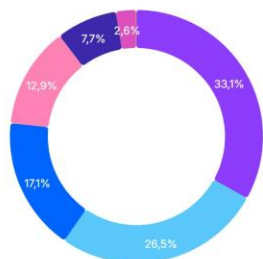
COMPLESSIVO

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

Località
Montagne

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

Volume totale POI **11,8k**



Locali E Ristorazione Attrazioni
Ricettività Affitti Brevi Trasporti
Intrattenimento Agricoltura

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☪ Locali e Ristorazione	33,1%	3,9k	87,0/100
🏰 Attrazioni	26,5%	3,1k	90,7/100
🏠 Ricettività	17,1%	2,0k	86,3/100
🏠 Affitti Brevi	12,9%	1,5k	91,6/100
🚗 Trasporti	7,7%	914	80,6/100
🎪 Intrattenimento	2,6%	303	86,8/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **11.800 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 3.900;**
- **Attrazioni: 3.100;**
- **Ricettività: 2.000;**
- **Affitti brevi: 1.500.**





Montagne: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

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

Località
Montagne

Distribuzione del volume delle tracce digitali da industrie selezionate

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

Volume totale tracce digitali **203,7k**



	Distribuzione tracce digitali (%)	Volume tracce digitali	Sentiment
☪ Locali e Ristorazione	44,5%	90,6k	87,0/100
🏠 Ricettività	31,4%	63,9k	86,3/100
🏰 Attrazioni	11,2%	22,8k	90,7/100
🏠 Affitti Brevi	7,9%	16,0k	91,6/100
🚗 Trasporti	2,7%	5,4k	80,6/100
🎮 Intrattenimento	2,4%	4,9k	86,8/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **203.700 (-17,2%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 90.600 (-30,5%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 63.900 (-1,6%);**
- **Attrazioni: 22.800 (+3,1%);**
- **Affitti brevi: 16.000 (-8,4%).**





Montagne: Provenienza viaggiatori

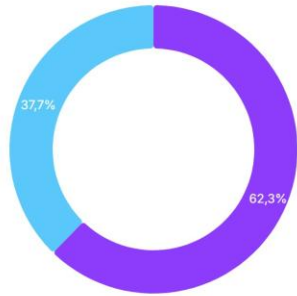
COMPLESSIVO

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

Località
Montagne

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	62,3%	86,6/100
Francia	10,1%	86,2/100
Svizzera	7,1%	86,6/100
Germania	4,8%	87,0/100
Regno Unito	2,8%	85,3/100

Il **62,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con il **10,1%**, e la **Svizzera**, con il **7,1%**.



Montagne: Tipologie di viaggio

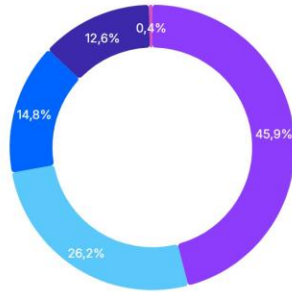
COMPLESSIVO

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

Località
Montagne

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	45,9%	86,0/100
❤️ Famiglie	26,2%	85,1/100
👥 Amici/Gruppo	14,8%	84,5/100
🧑 Singolo	12,6%	86,1/100
🧳 Viaggio di lavoro	0,4%	80,8/100

Il **45,9%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **26,2%**, e gli **amici/gruppi**, con il **14,8%**.



Montagne

Ricettività

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





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

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

Località
Montagne

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	21,7%	437	44,1%	28,2k	84,1/100
2 B & B	21,1%	426	16,9%	10,8k	91,1/100
3 Agriturismo	14,2%	287	8,9%	5,7k	89,6/100
4 Rifugio	15,4%	311	6,9%	4,4k	87,9/100
5 Resort	5,1%	103	6,3%	4,0k	86,1/100

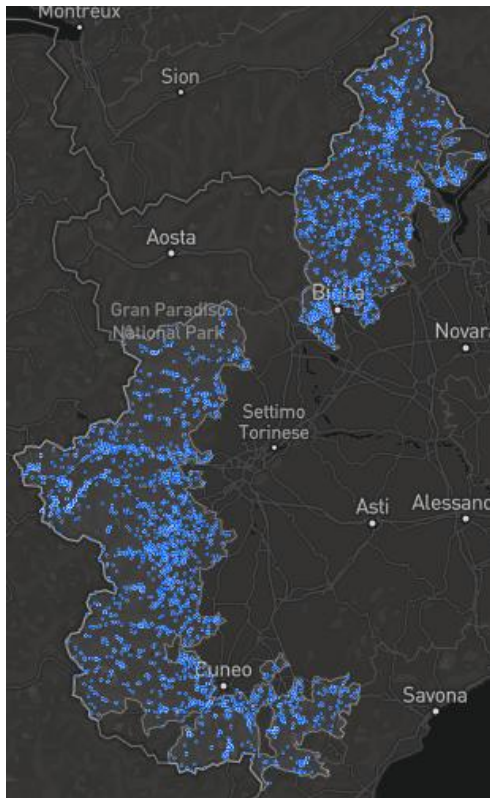
Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **2.000 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ricettive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Hotel: 437;**
- **B&B : 426;**
- **Rifugi: 311;**
- **Agriturismi: 287;**
- **Resort: 103.**

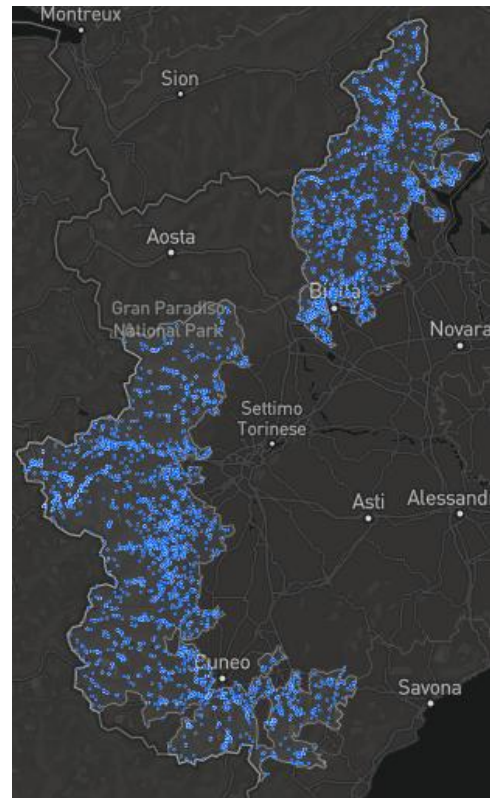


Montagne: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

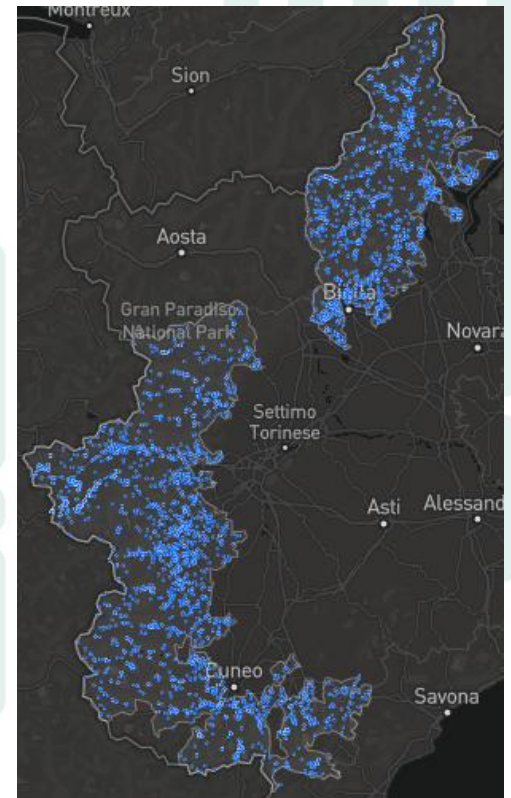


2024



RICETTIVITÀ

2025



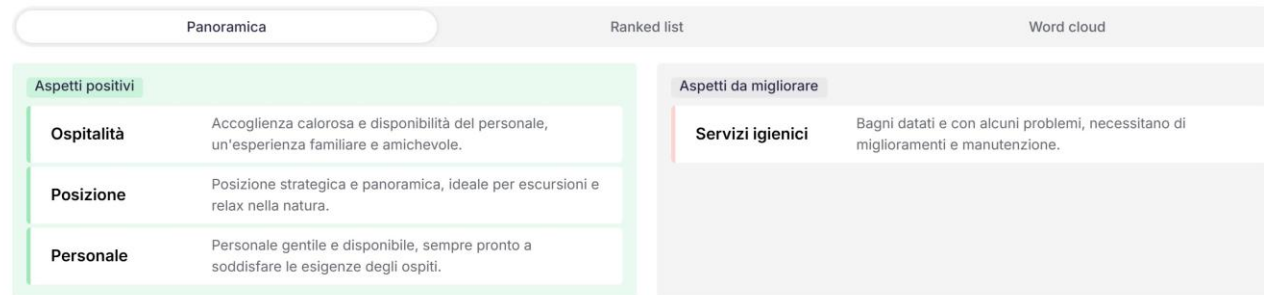


Montagne: **Analisi semantica**

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** (16.200 tracce digitali e un **sentiment** dell'83/100), il **personale** (15.300 tracce digitali e un **sentiment** dell'82/100) e l'**ospitalità** (13.500 tracce digitali e un **sentiment** dell'88/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **servizi igienici** (2.000 tracce digitali e un **sentiment** del 51/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (16.200 tracce digitali), il **personale** (15.300) e il **cibo** (15.100).



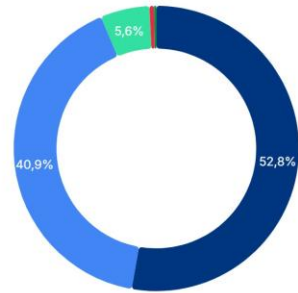
Montagne: Canali e Social

RICETTIVITÀ

Periodo 01/01/25 - 31/12/25	Località Montagne	Industria/Categoria 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.Com ● Google ● TripAdvisor
● Hotels.Com ● Bed-And-Breakfast

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Booking.com	52,3%	8,7/10	85,2/100
Google	40,5%	9,0/10	88,6/100
TripAdvisor	5,5%	8,3/10	80,4/100
Hotels.com	0,5%	8,6/10	76,8/100
bed-and-breakfast	0,3%	N.D.	98,3/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **52,3%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **40,5%**, e **TripAdvisor**, con il **5,5%**.



Montagne

Affitti Brevi

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





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

Il monitoraggio della rete del comparto degli affitti brevi si riferisce a **1.500 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: 869;**
- **Affittacamere: 377;**
- **Appartamento vacanze: 283.**

Periodo	Località	Industria/Categoria
01/01/25 - 31/12/25	Montagne	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	56,8%	869	36,0%	5,8k	93,6/100
2	Affittacamere	24,7%	377	35,1%	5,6k	90,0/100
3	Appartamento vacanze	18,5%	283	28,9%	4,6k	91,0/100



www.datapeal.io





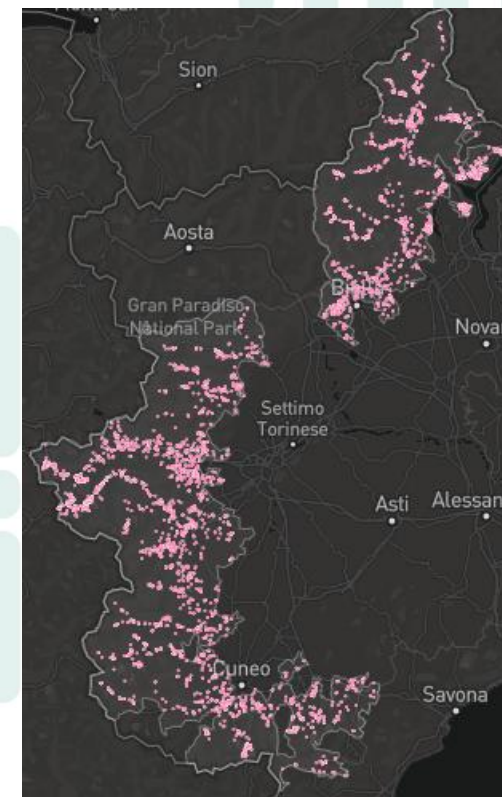
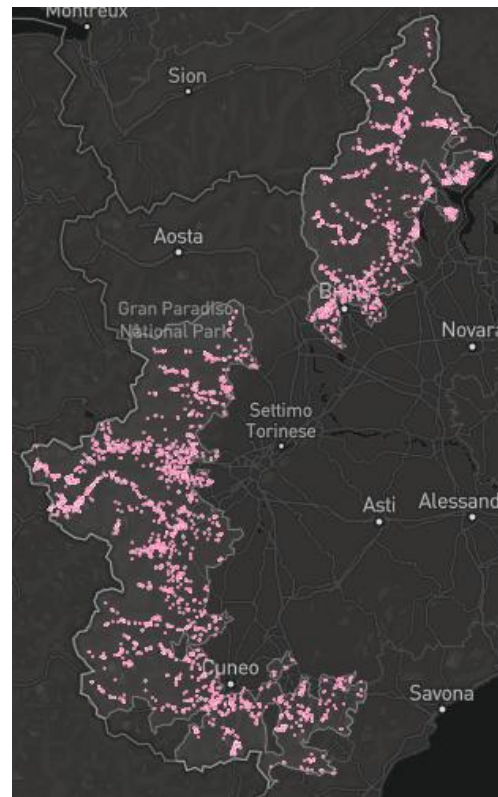
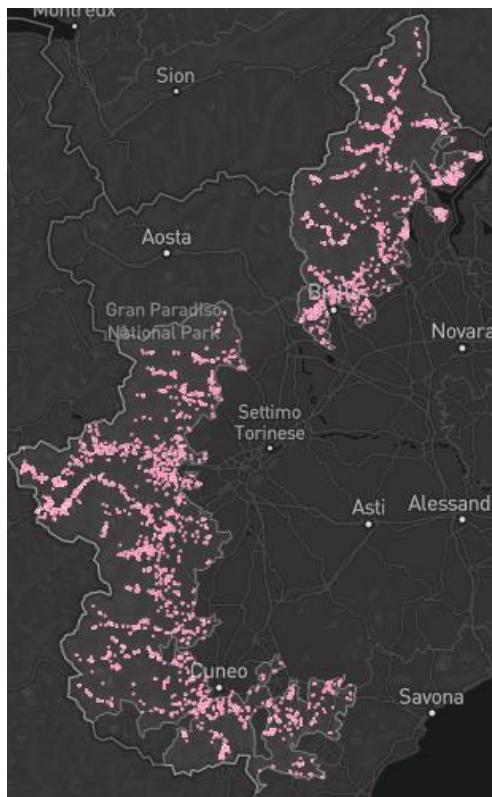
Montagne: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

2023

2024

AFFITTI BREVI

2025





Montagne: **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
Ospitalità Accoglienza calorosa e disponibilità dei proprietari, sempre pronti ad aiutare.	
Posizione Posizione tranquilla e immersa nella natura, ideale per escursioni e relax.	
Camera Camere accoglienti e ben arredate, dotate di tutti i comfort necessari.	



- Gli **aspetti positivi** sono l'**ospitalità** (6.500 tracce digitali e un **sentiment** del 92/100), la **posizione** (6.100 tracce digitali e un **sentiment** dell'85/100) e la **camera** (6.000 tracce digitali e un **sentiment** del 79/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono l'**ospitalità** (6.500 tracce digitali), la **posizione** (6.100) e la **camera** (6.000).



Montagne: Canali e Social

AFFITTI BREVI

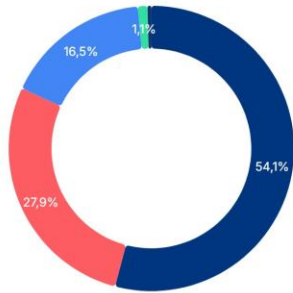
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Montagne

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.



● Booking.Com ● Airbnb ● Google
● TripAdvisor ● Homeaway

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Booking.com	53,8%	9,1/10	88,3/100
Airbnb	27,7%	9,7/10	95,9/100
Google	16,4%	9,6/10	95,1/100
TripAdvisor	1,1%	9,2/10	91,7/100
Homeaway	0,4%	9,6/10	92,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **53,8%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **27,7%**, e **Google**, con il **16,4%**.



Montagne

Ristorazione

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





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

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

Località
Montagne

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	35,5%	1,4k	53,2%	48,2k	87,4/100
2	Bar	24,4%	955	14,0%	12,7k	86,0/100
3	Pizzeria	9,1%	356	13,1%	11,9k	86,2/100
4	Caffè	6,5%	254	3,4%	3,1k	86,3/100
5	Gelateria	2,9%	114	2,5%	2,3k	89,0/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **3.900 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 1.400;**
- **Bar: 955;**
- **Pizzerie: 356;**
- **Caffè: 254;**
- **Gelaterie: 114.**



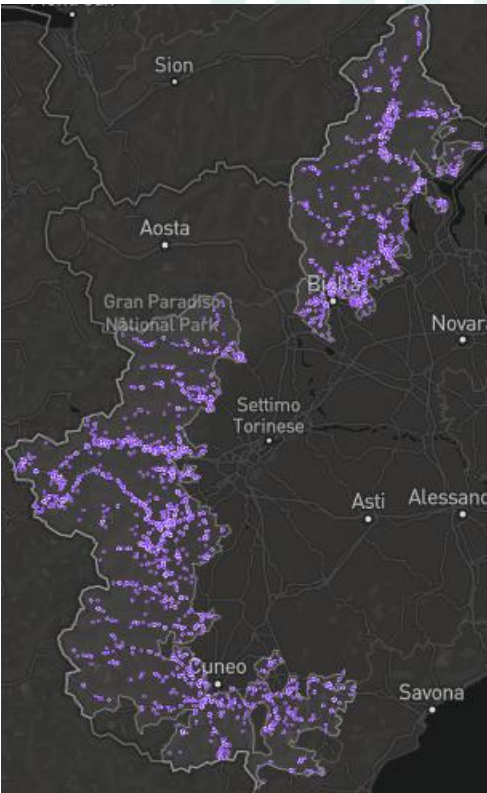
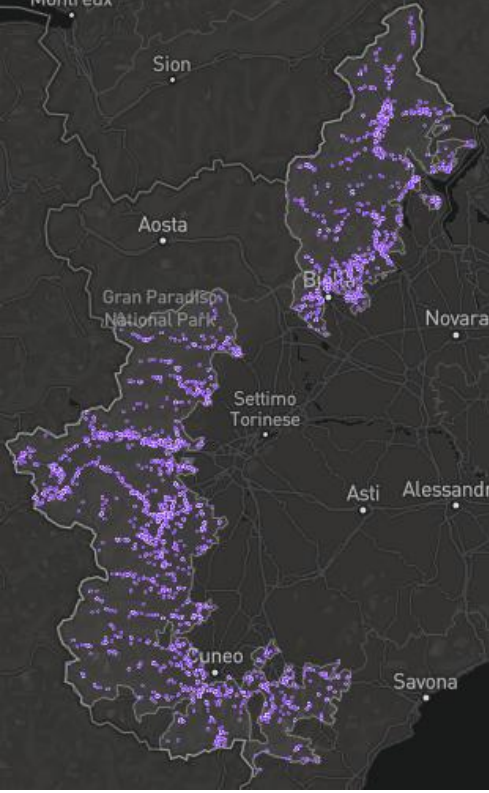
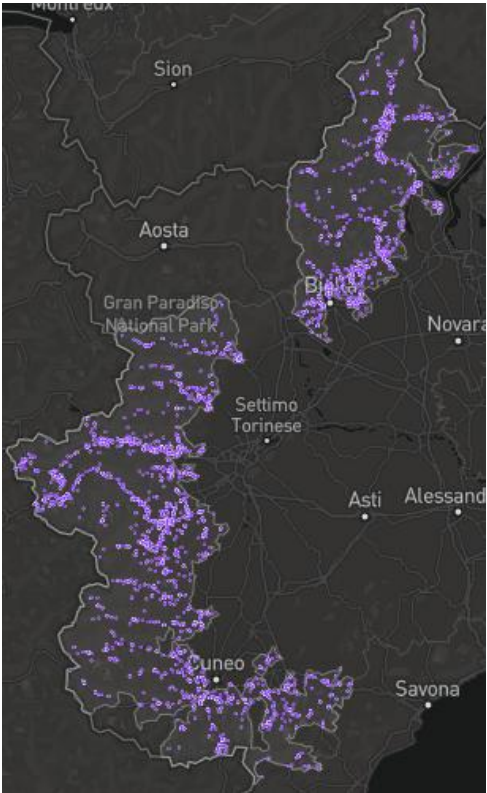
Montagne: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

RISTORAZIONE

2023

2024

2025



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

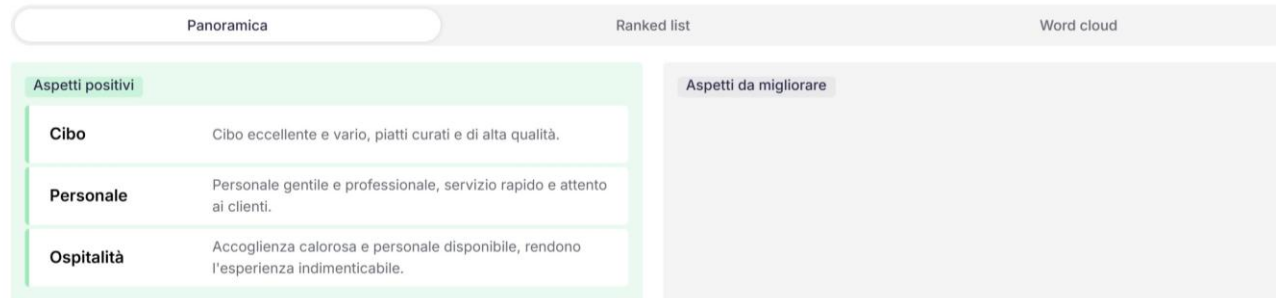


Montagne: **Analisi semantica**

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** (44.700 tracce digitali e un **sentiment** dell'81/100), il **personale** (23.200 tracce digitali e un **sentiment** del 79/100) e l'**ospitalità** (14.700 tracce digitali e un **sentiment** dell'85/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo** (44.700 tracce digitali), il **personale** (23.200) e l'**atmosfera** (15.800).



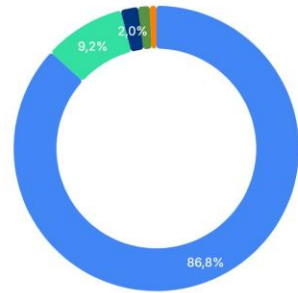
Montagne: Canali e Social

RISTORAZIONE

Periodo 01/01/25 - 31/12/25	Località Montagne	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.Com
● TheFork ● Justeat

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Google	86,8%	8,9/10	87,5/100
TripAdvisor	9,2%	8,4/10	82,0/100
Booking.com	2,0%	9,0/10	87,6/100
TheFork	1,3%	9,1/10	90,6/100
Justeat	0,8%	9,3/10	91,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con **l'86,8%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **9,2%**, e **Booking**, con il **2%**.



Montagne

Attrazioni

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





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

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

Località
Montagne

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	15,3%	480	34,1%	7,8k	91,1/100
2 Chiesa	21,7%	680	9,8%	2,2k	90,3/100
3 Parco	6,0%	187	7,5%	1,7k	89,2/100
4 Area escursionistica	11,4%	356	7,4%	1,7k	90,1/100
5 Museo	7,1%	222	7,2%	1,6k	91,6/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **3.100 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: 680;**
- **Attrazioni: 480;**
- **Aree escursionistiche: 356;**
- **Musei: 222;**
- **Parchi: 187.**



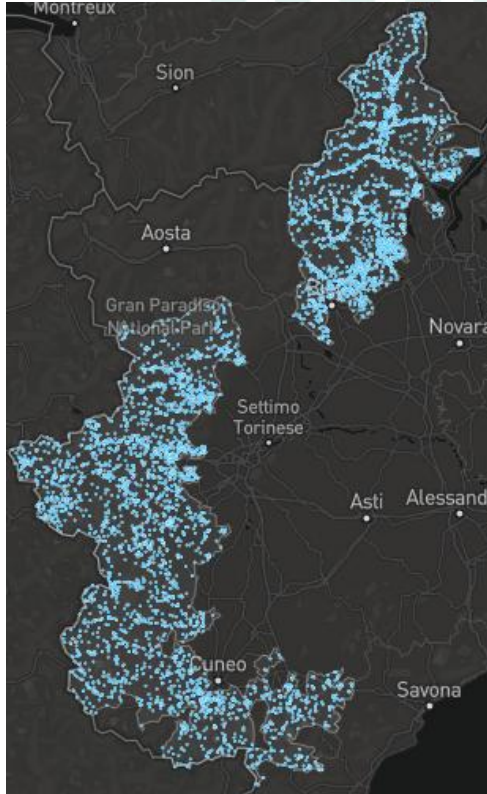
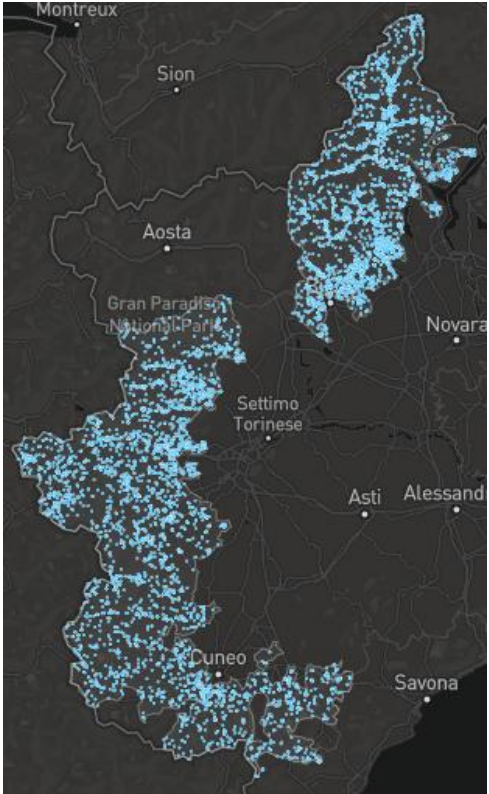
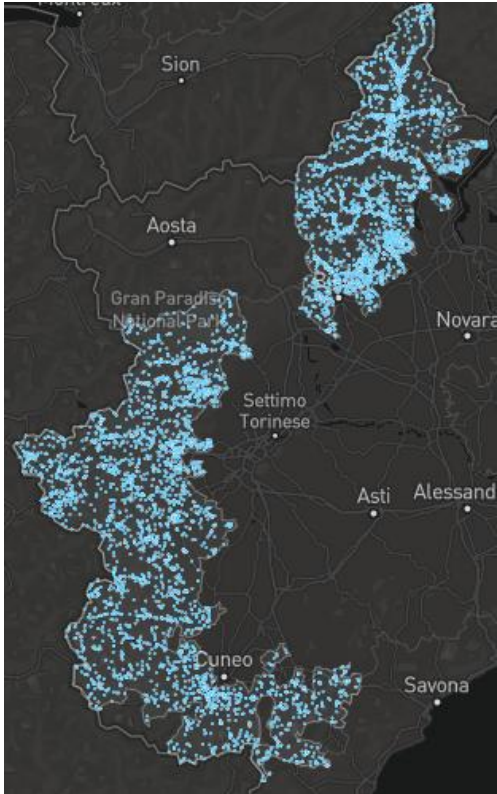
Montagne: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)

ATTRAZIONI

2023

2024

2025



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

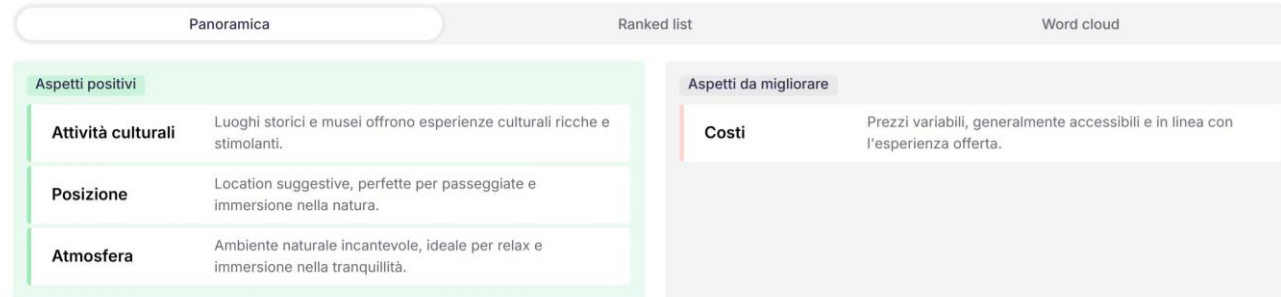


Montagne: **Analisi semantica**

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 la **posizione** (4.300 tracce digitali e un *sentiment* dell'80/100), le **attività culturali** (3.900 tracce digitali e un *sentiment* dell'84/100) e l'**atmosfera** (2.100 tracce digitali e un *sentiment* dell'83/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **costi** (398 tracce digitali e un *sentiment* del 59/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (4.300 tracce digitali), le **attività culturali** (3.900) e l'**atmosfera** (2.100).



Montagne: Canali e Social

ATTRAZIONI

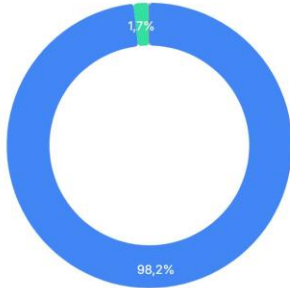
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Montagne

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 ● Airbnb
● Booking.Com

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Google	98,2%	9,3/10	90,8/100
TripAdvisor	1,7%	8,8/10	84,8/100
Airbnb	0,1%	9,5/10	97,2/100
Booking.com	0,0%	9,4/10	89,9/100

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



Focus Sentiment Analysis

Montagne vs Italia

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



Recensioni on-line e *sentiment* Montagne vs Italia

COMPLESSIVO

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

Località
Montagne

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.



DESTINATIONS

www.datappeal.io



Il valore del *sentiment* delle **Montagne (+0,1)** è superiore rispetto all'**Italia: 87,4/100 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* Montagne vs Italia

RICETTIVITÀ



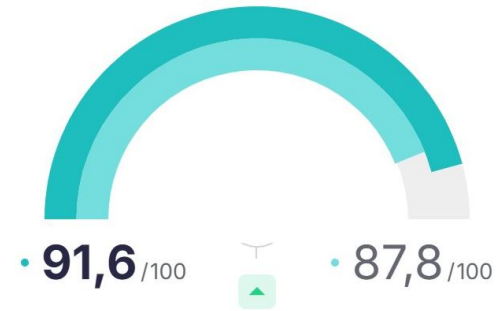
86,3/100 (+0,1) vs 84,2/100

RISTORAZIONE



87/100 (-0,1) vs 86,6/100

AFFITTI BREVI



91,6/100 (+0,4) vs 87,8/100

ATTRAZIONI



90,7/100 (-0,1) vs 89,6/100



Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

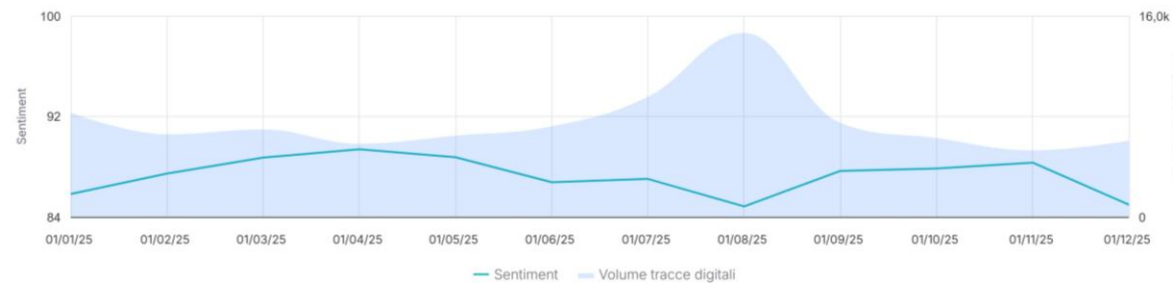
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

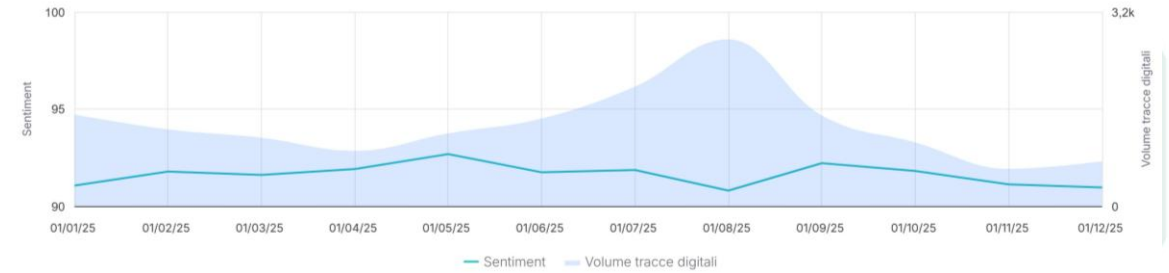
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



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.





Torino e prima cintura

Complessivo

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





Torino e prima cintura: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

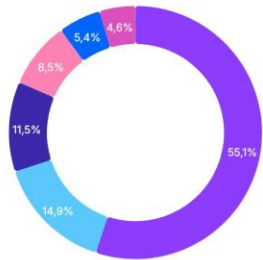
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Torino AM

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **17,4k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☘ Locali e Ristorazione	55,1%	9,6k	86,4/100
🏛️ Attrazioni	14,9%	2,6k	90,3/100
🚗 Trasporti	11,5%	2,0k	80,8/100
🏠 Affitti Brevi	8,5%	1,5k	88,6/100
📅 Ricettività	5,4%	939	82,2/100
🎪 Intrattenimento	4,6%	798	86,7/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **17.400 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 9.600;**
- **Attrazioni: 2.600;**
- **Affitti brevi: 1.500;**
- **Ricettività: 939.**





Torino e prima cintura: Distribuzione del volume delle tracce digitali

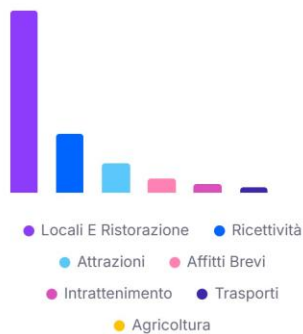
COMPLESSIVO

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

Località
Torino AM

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

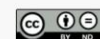
Volume totale tracce digitali **721,5k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴 Locali e Ristorazione	61,0%	440,0k	86,4/100
🏨 Ricettività	19,7%	141,7k	82,2/100
🏛️ Attrazioni	9,7%	70,3k	90,3/100
🏠 Affitti Brevi	4,6%	33,1k	88,6/100
🎪 Intrattenimento	3,1%	22,0k	86,7/100
🚗 Trasporti	2,0%	14,3k	80,8/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **721.500 (-17%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 440.000 (-21,7%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 141.700 (-3,9%);**
- **Attrazioni: 70.300 (-13,4%);**
- **Affitti brevi: 33.100 (-12,2%).**





Torino e prima cintura: Provenienza viaggiatori

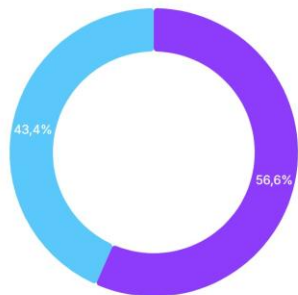
COMPLESSIVO

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

Località
Torino AM

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	56,6%	82,0/100
Francia	10,9%	81,6/100
Svizzera	5,1%	82,1/100
Spagna	3,2%	81,7/100
Regno Unito	2,9%	84,4/100

Il **56,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con il **10,9%**, e la **Svizzera**, con il **5,1%**.



Torino e prima cintura: Tipologie di viaggio

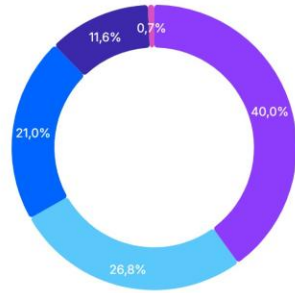
COMPLESSIVO

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

Località
Torino AM

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	40,0%	82,2/100
Famiglie	26,8%	81,9/100
Singolo	21,0%	81,3/100
Amici/Gruppo	11,6%	82,3/100
Viaggio di lavoro	0,7%	81,5/100

Il **40%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **26,8%**, e i **single**, con il **21%**.



Torino e prima cintura

Ricettività

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





Torino e prima cintura: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

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

Località
Torino AM

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	29,7%	280	82,5%	116,9k	81,4/100
2 B & B	35,4%	334	9,3%	13,2k	86,4/100
3 Ostello	1,6%	15	2,0%	2,9k	82,9/100
4 Agriturismo	13,0%	123	2,0%	2,9k	89,1/100
5 Alloggio	4,2%	40	1,9%	2,7k	81,0/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **939 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: 334;**
- **Hotel: 280;**
- **Agriturismi: 123;**
- **Alloggi: 40;**
- **Ostelli: 15.**



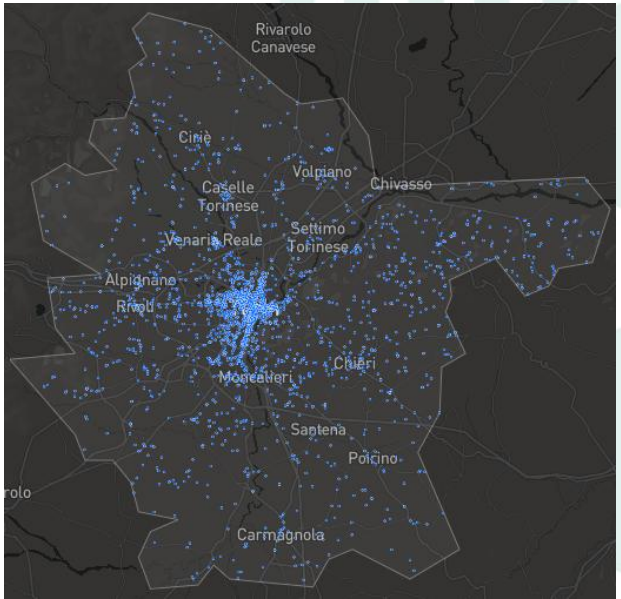
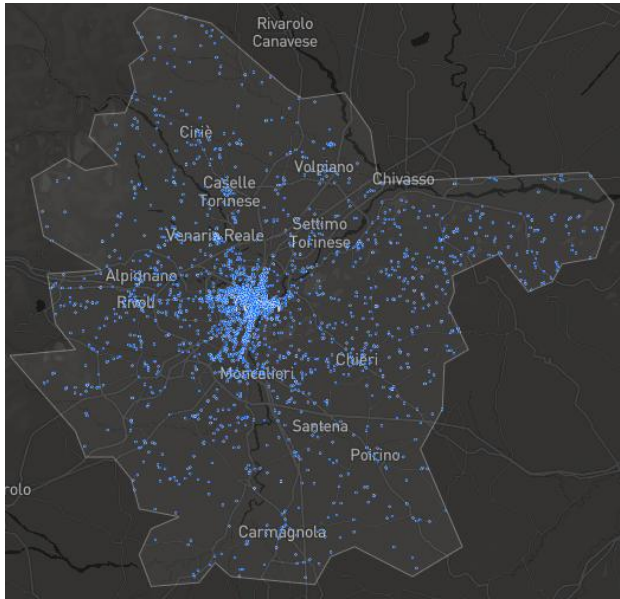
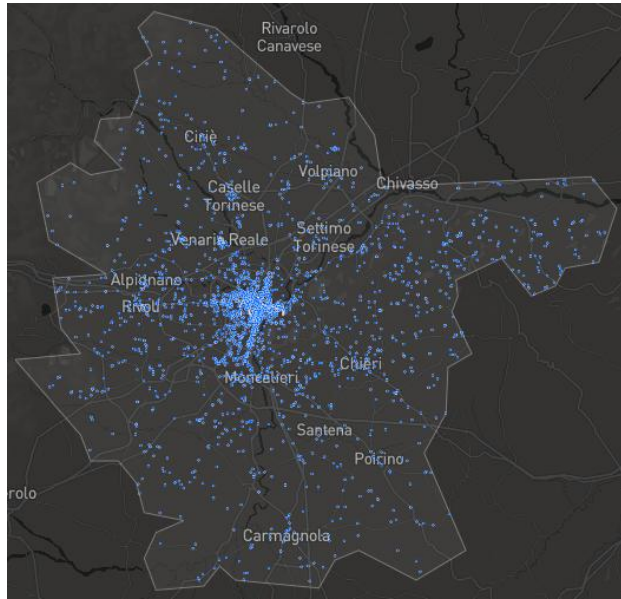
Torino e prima cintura: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

RICETTIVITÀ

2023

2024

2025



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



Torino e prima cintura: **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	
Posizione	Posizione strategica e comoda, facilmente raggiungibile e vicina ai trasporti pubblici.	Servizi igienici	Bagni piccoli e datati, necessitano di miglioramenti e maggiore attenzione alla manutenzione.
Personale	Personale attento e cordiale, sempre disponibile a soddisfare le esigenze degli ospiti.		
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale gentile, rendono il soggiorno piacevole e confortevole.		



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (41.700 tracce digitali e un *sentiment* dell'81/100), il **personale** (32.100 tracce digitali e un *sentiment* dell'83/100) e l'**ospitalità** (13.900 tracce digitali e un *sentiment* dell'86/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **servizi igienici** (7.300 tracce digitali e un *sentiment* del 44/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (41.700 tracce digitali), il **personale** (32.100) e la **colazione** (25.500).



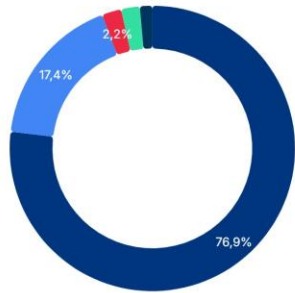
Torino e prima cintura: **Canali e Social**

RICETTIVITÀ

Periodo: 01/01/25 - 31/12/25
 Località: Torino AM
 Industria/Categoria: 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.Com ● Google ● Hotels.Com
 ● TripAdvisor ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Booking.com	75,6%	8,4/10	81,3/100
Google	17,1%	8,7/10	86,3/100
Hotels.com	2,2%	8,7/10	79,2/100
TripAdvisor	2,1%	8,4/10	82,0/100
Expedia	1,4%	8,9/10	79,5/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **75,6%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **17,1%**, e **Hotels.com**, con il **2,2%**.





Torino e prima cintura

Affitti Brevi

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





Torino e prima cintura: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

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

Località
Torino AM

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	27,1%	403	39,8%	13,2k	85,8/100
2 Casa o Appartamento	48,4%	719	32,9%	10,9k	93,1/100
3 Appartamento vacanze	24,4%	363	27,2%	9,0k	87,1/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.500 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: 719;**
- **Affittacamere: 403;**
- **Appartamento vacanze: 363.**



www.datapeel.io





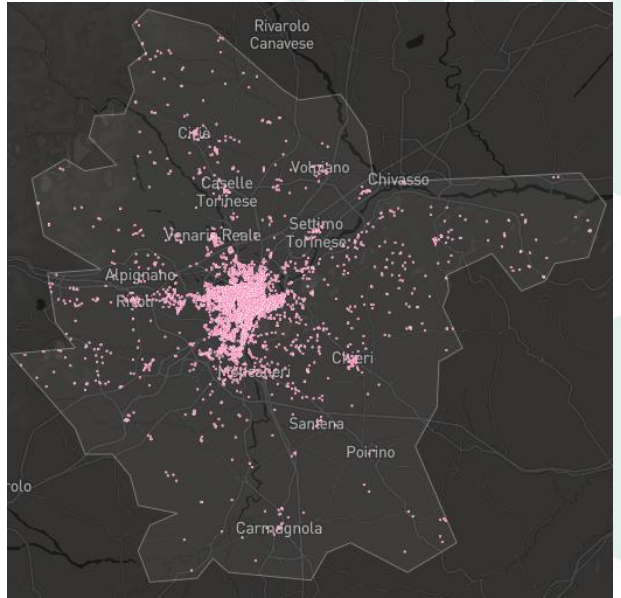
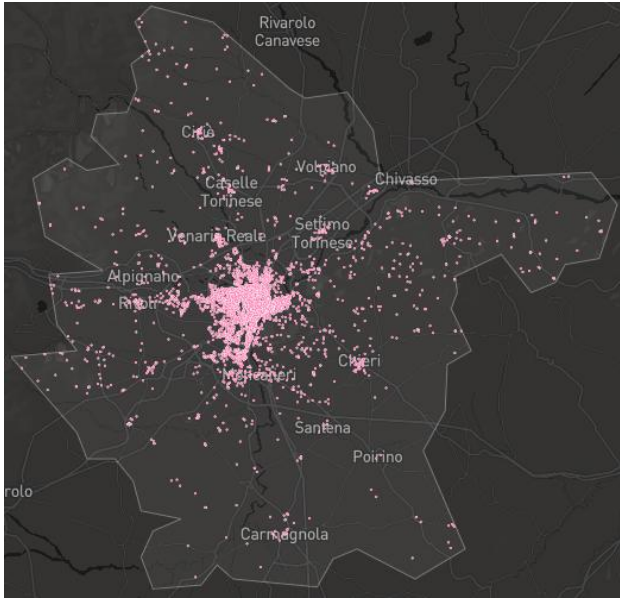
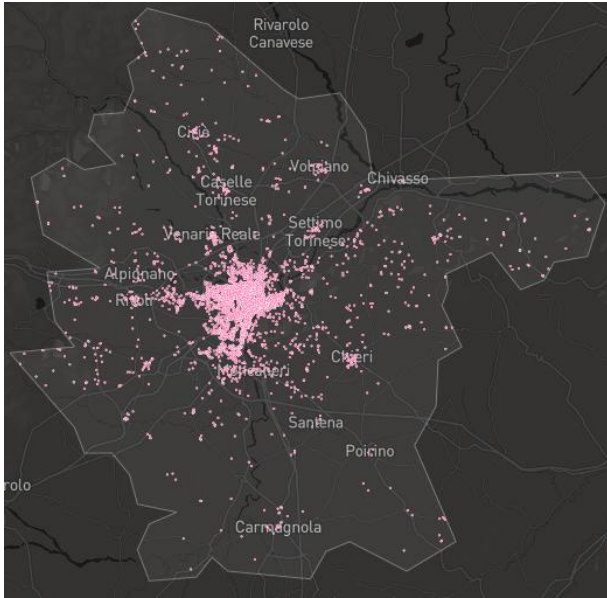
Torino e prima cintura: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

AFFITTI BREVI

2023

2024

2025





Torino e prima cintura: **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	
Posizione	Posizione centrale e comoda, facile accesso ai trasporti e attrazioni turistiche.	Servizi igienici	Bagni piccoli e con qualche mancanza, ma funzionali per soggiorni brevi.
Ospitalità	Ospitalità eccezionale, host disponibili e accoglienti, soggiorno piacevole garantito.		
Camera	Camere spaziose e confortevoli, ben arredate e dotate di tutti i comfort.		



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (15.200 tracce digitali e un **sentiment** dell'86/100), la **camera** (12.800 tracce digitali e un **sentiment** del 76/100) e l'**ospitalità** (10.600 tracce digitali e un **sentiment** del 90/100).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **servizi igienici** (1.400 tracce digitali e un **sentiment** del 51/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (15.200 tracce digitali), la **camera** (12.800) e l'**ospitalità** (10.600).



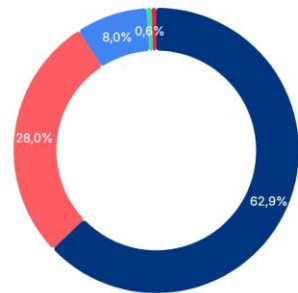
Torino e prima cintura: **Canali e Social**

AFFITTI BREVI

Periodo 01/01/25 - 31/12/25	Località Torino AM	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.



● Booking.Com ● Airbnb ● Google
● TripAdvisor ● Hotels.Com

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Booking.com	62,1%	8,8/10	85,4/100
Airbnb	27,6%	9,7/10	95,5/100
Google	7,9%	9,2/10	90,6/100
TripAdvisor	0,6%	8,9/10	87,0/100
Hotels.com	0,5%	9,1/10	82,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **62,1%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **27,6%**, e **Google**, con il **7,9%**.





Torino e prima cintura

Ristorazione

Consuntivo 2025

01/01/2025 – 31/12/2025





Torino e prima cintura: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

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

Località
Torino AM

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	28,5%	2,7k	50,6%	222,9k	87,3/100
2	Pizzeria	9,6%	925	15,9%	69,8k	86,8/100
3	Bar	20,1%	1,9k	7,5%	32,8k	83,8/100
4	Fast food	2,1%	200	3,4%	15,1k	79,5/100
5	Gelateria	3,4%	322	3,1%	13,5k	86,7/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **9.600 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 2.700;**
- **Bar: 1.900;**
- **Pizzerie: 925;**
- **Gelaterie: 322;**
- **Fast food: 200.**



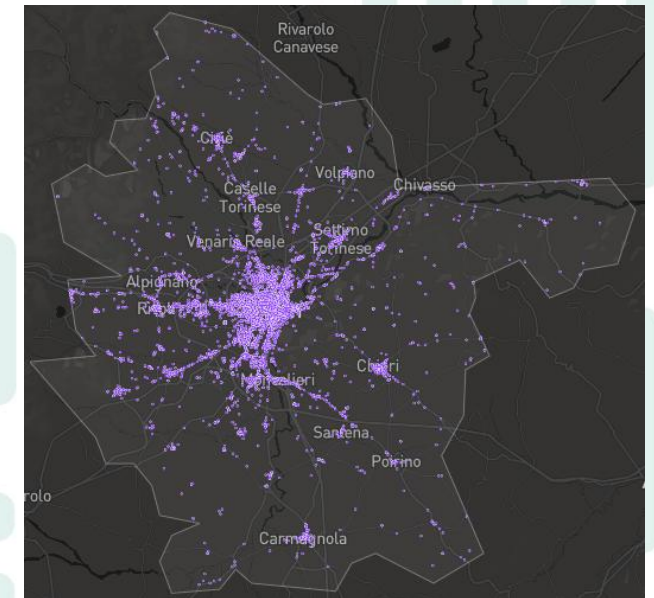
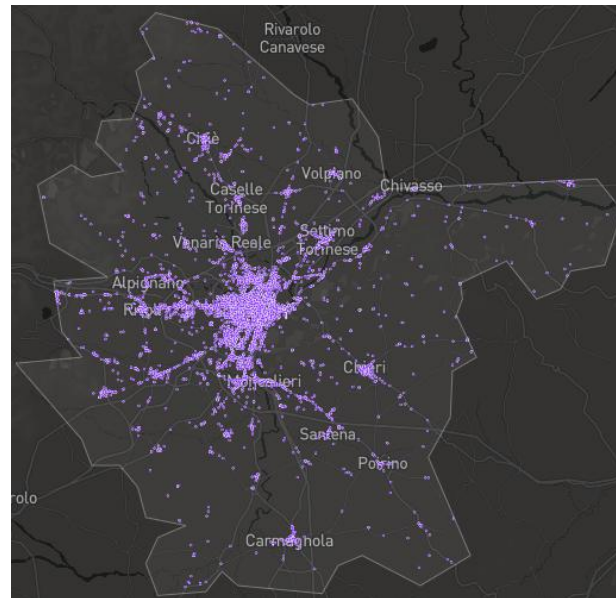
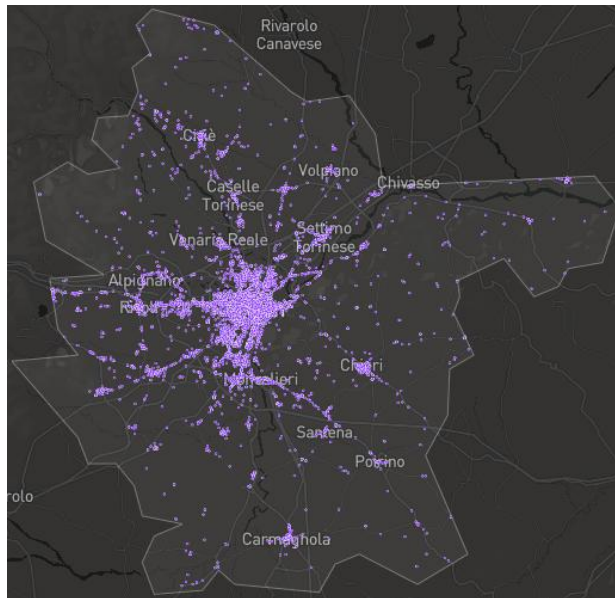
Torino e prima cintura: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

RISTORAZIONE

2023

2024

2025





Torino e prima cintura: **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	
Cibo	Cibo di alta qualità, con piatti molto apprezzati e ben preparati.	Tempi di attesa	Tempi di attesa lunghi e servizio spesso lento, con disguidi frequenti.
Personale	Personale cordiale e disponibile, sempre attento e professionale nel servizio.		
Ospitalità	Accoglienza calorosa e personale gentile, che fa sentire a casa.		



- Gli **aspetti positivi** sono il **cibo** (203.500 tracce digitali e un **sentiment** del **79/100**), il **personale** (105.900 tracce digitali e un **sentiment** del **79/100**) e l'**ospitalità** (56.300 tracce digitali e un **sentiment** dell'**85/100**).
- Tra gli **aspetti da migliorare** sono presenti i **tempi di attesa** (16.500 tracce digitali e un **sentiment** del **41/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo** (203.500 tracce digitali), il **personale** (105.900) e l'**atmosfera** (67.000).



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

RISTORAZIONE

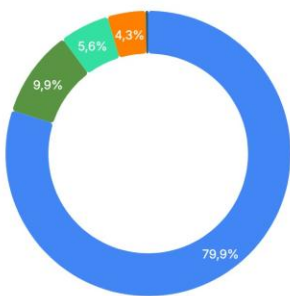
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Torino AM

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 ● TheFork ● TripAdvisor ● Justeat ● Quandoo

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Google	79,7%	8,8/10	86,2/100
TheFork	9,9%	9,1/10	90,0/100
TripAdvisor	5,6%	8,3/10	80,6/100
Justeat	4,3%	9,1/10	89,2/100
Quandoo	0,3%	8,7/10	89,5/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **79,7%** dei contenuti; seguono **TheFork**, con il **9,9%**, e **TripAdvisor**, con il **5,6%**.





Torino e prima cintura

Attrazioni

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





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

ATTRAZIONI

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

Località
Torino AM

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	9,1%	237	37,6%	26,4k	91,7/100
2 Museo	7,7%	199	25,3%	17,8k	89,9/100
3 Parco	13,3%	345	9,9%	7,0k	87,8/100
4 Chiesa	20,3%	527	5,3%	3,7k	89,5/100
5 Castello	1,0%	26	4,0%	2,8k	91,7/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **2.600 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: 527;**
- **Parchi: 345;**
- **Attrazioni: 237;**
- **Musei: 199;**
- **Castelli: 26.**



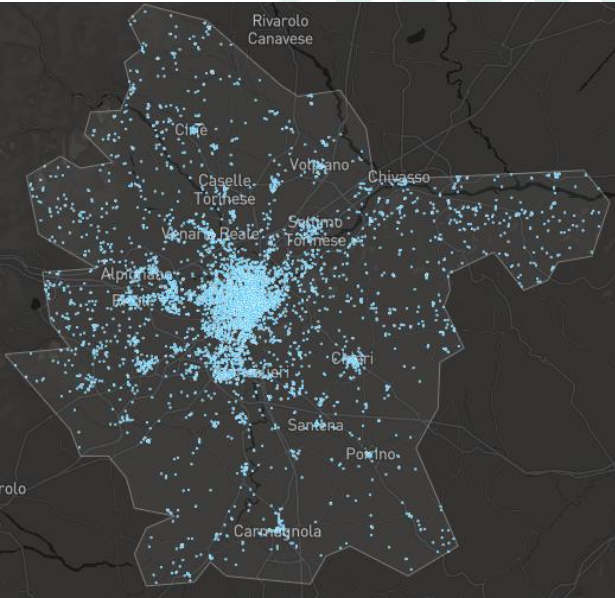
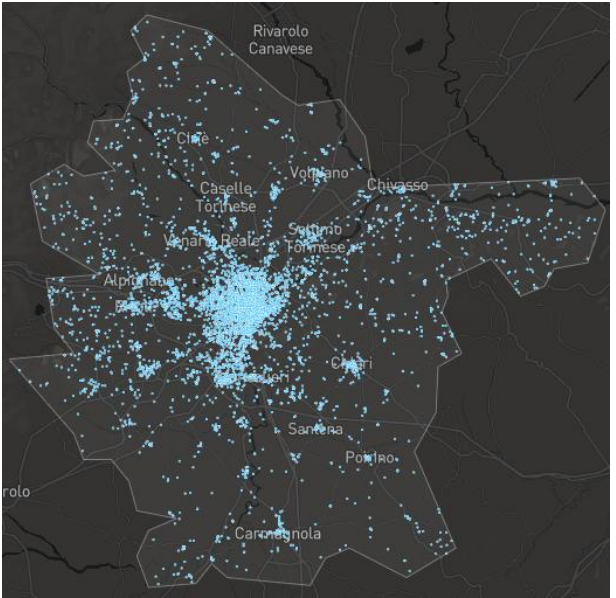
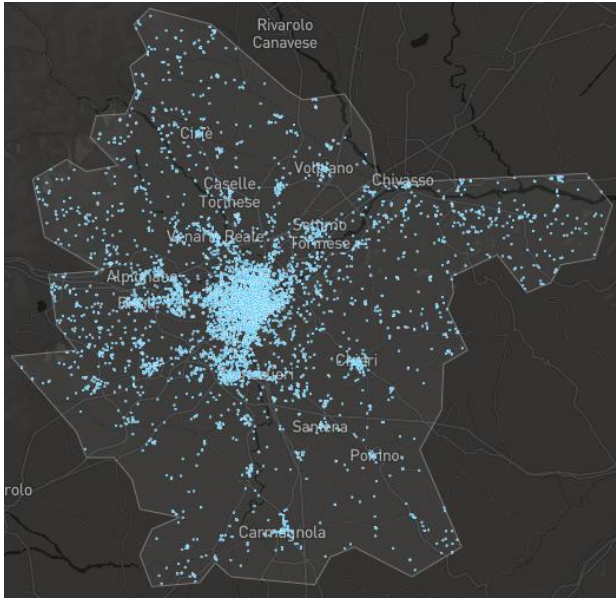
Torino e prima cintura: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2025 vs 2024 vs 2023)**

ATTRAZIONI

2023

2024

2025





Torino e prima cintura: **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** (20.700 tracce digitali e un **sentiment** dell'82/100), la **posizione** (6.200 tracce digitali e un **sentiment** del 79/100) e l'**atmosfera** (5.900 tracce digitali e un **sentiment** del 78/100).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono le **attività culturali** (20.700 tracce digitali), la **posizione** (6.200) e l'**atmosfera** (5.900).



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

ATTRAZIONI

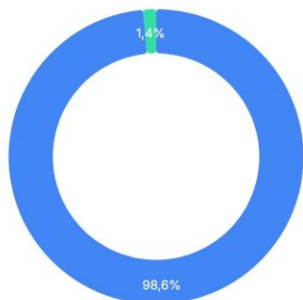
Periodo
01/01/25 - 31/12/25

Località
Torino AM

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 ● Yelp

	Distribuzione tracce digitali	Semantic rating trend	Sentiment
Google	98,6%	9,2/10	90,5/100
TripAdvisor	1,4%	8,3/10	79,3/100
Yelp	0,0%	10,0/10	100/100

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





Focus Sentiment Analysis

Torino e prima cintura vs Italia

Consuntivo 2025

01/01/2025 – 31/12/2025



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

COMPLESSIVO

Periodo 01/01/25 - 31/12/25	Località Torino AM	
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.

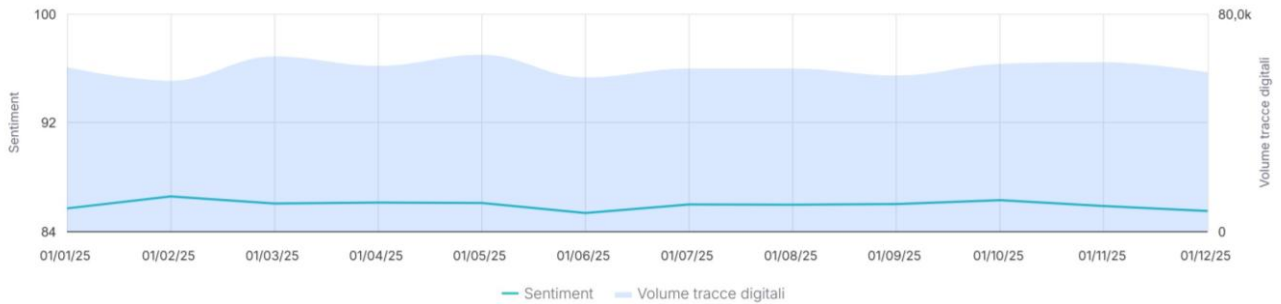


DAI DESTINATIONS | www.datappeal.io | CC BY ND

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

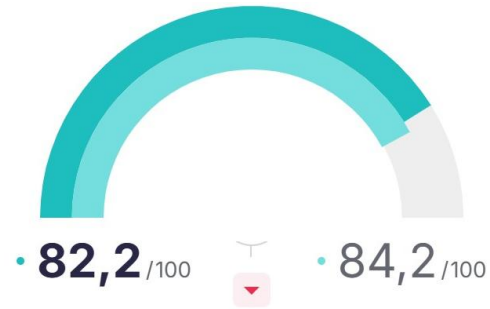


Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con DAI DESTINATIONS



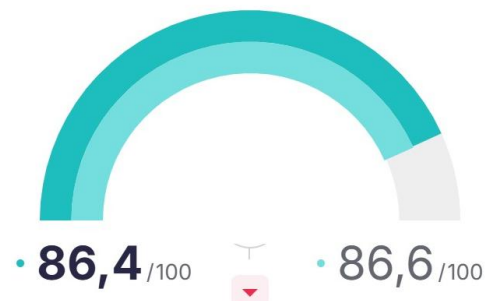
Recensioni on-line e *sentiment* Torino e prima cintura vs Italia

RICETTIVITÀ



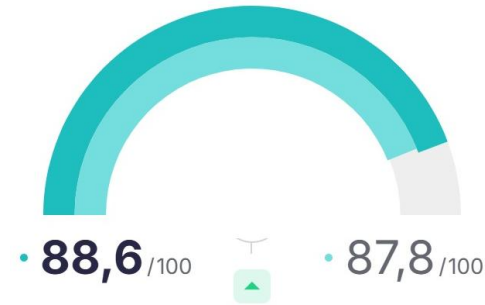
82,2/100 (+0,2) vs 84,2/100

RISTORAZIONE



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

AFFITTI BREVI



88,6/100 (-0,7) vs 87,8/100

ATTRAZIONI



90,3/100 (-0,2) vs 89,6/100

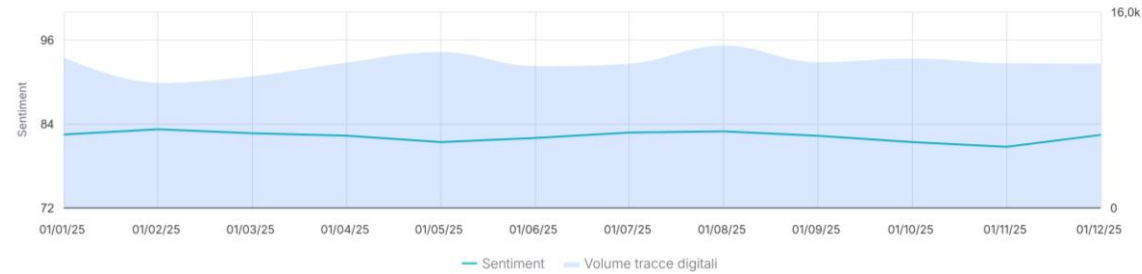


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

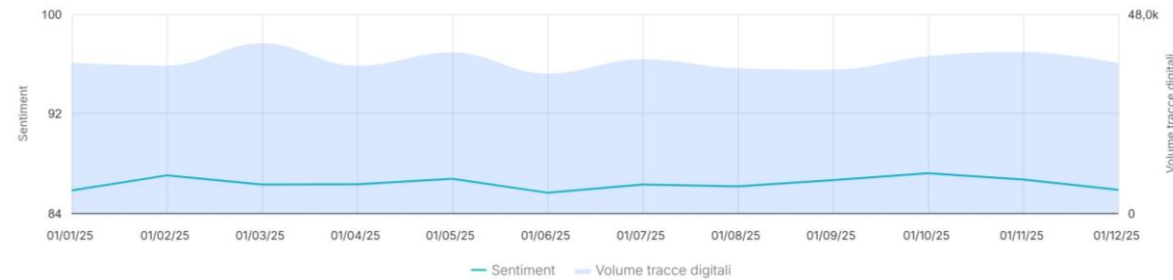
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

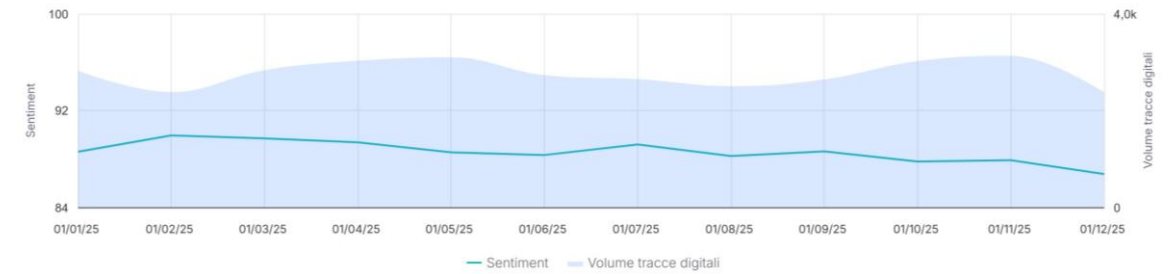
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

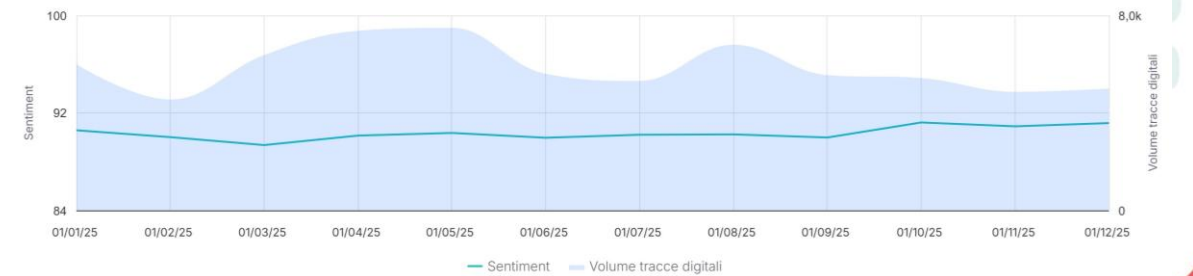
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



ATTRAZIONI

Volume tracce digitali e sentiment

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





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE



REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

osservatorio.turismo@visitpiemonte.com

Visit Piemonte

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

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

P.IVA 09693360019