



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Monitoraggio recensioni online **ATL Piemonte**

Anno 2024
01/01/2024 – 31/12/2024

Torino, 10 febbraio 2025





Perimetro di analisi

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

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

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

Lo studio si riferisce al seguente intervallo di tempo:

- **01/01/2024 – 31/12/2024 (Anno 2024)**.



ATL Piemonte

Executive Summary

Anno 2024
01/01/2024 – 31/12/2024





Punti di Interesse – Tracce digitali

COMPLESSIVO

ATL	Punti Interesse	Tracce Digitali
Alexala	5.300	122.700 (-14,1%)
Cuneese	5.900	119.600 (-17,3%)
Distretto dei Laghi	5.700	174.100 (-10,5%)
Langhe Monferrato Roero	7.300	174.100 (-13,5%)
Terre dell'Alto Piemonte	6.900	156.400 (-15,6%)
Turismo Torino e Provincia	24.200	894.000 (-10,6%)

- **Turismo Torino e Provincia** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **24.200**; seguono le **Langhe Monferrato Roero**, con **7.300**;
- **Turismo Torino e Provincia** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **894.000**; seguono le **Langhe Monferrato Roero** e il **Distretto dei Laghi**, entrambe con **174.100**;
- Tutte le **ATL** registrano un **calo** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente.



Sentiment Analysis

COMPLESSIVO

ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	87,1/100 (+0,3)	87,2/100
Cuneese	89,3/100 (+0,1)	87,2/100
Distretto dei Laghi	87,7/100 (+0,3)	87,2/100
Langhe Monferrato Roero	90,3/100 (+0,4)	87,2/100
Terre dell'Alto Piemonte	87/100 (+0,3)	87,2/100
Turismo Torino e Provincia	87/100 (+0,2)	87,2/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **ATL: 90,3/100**; segue il **Cuneese**, con **89,3/100**;
- Tutte le **ATL** registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, con le **Langhe Monferrato Roero** che rilevano il maggior aumento: **+0,4**; seguono **Alexala**, il **Distretto dei Laghi** e **Terre dell'Alto Piemonte**, tutte con **+0,3**;
- I valori del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero**, del **Cuneese** e del **Distretto dei Laghi** sono **superiori** rispetto all'**Italia, 87,2/100**: rispettivamente, **90,3/100**, **89,3/100** e **87,7/100**.



Punti di Interesse – Tracce digitali

RICETTIVITÀ

ATL	Punti Interesse	Tracce Digitali
Alexala	714	27.000 (-10%)
Cuneese	897	29.800 (-12,1%)
Distretto dei Laghi	841	68.000 (-8,9%)
Langhe Monferrato Roero	1.300	51.300 (-10,2%)
Terre dell'Alto Piemonte	678	29.100 (-11,5%)
Turismo Torino e Provincia	1.900	190.700 (-7,7%)

- **Turismo Torino e Provincia** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **1.900**; seguono le **Langhe Monferrato Roero**, con **1.300**;
- **Turismo Torino e Provincia** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **190.700**; segue il **Distretto dei Laghi**, **68.000**;
- Tutte le **ATL** registrano un **calo** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente.



Sentiment Analysis

RICETTIVITÀ

ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	88,7/100 (+0,4)	86/100
Cuneese	90,2/100 (+0,5)	86/100
Distretto dei Laghi	86,8/100 (+0,4)	86/100
Langhe Monferrato Roero	91,2/100 (+0,2)	86/100
Terre dell'Alto Piemonte	86,7/100 (+0,2)	86/100
Turismo Torino e Provincia	85/100 (+0,5)	86/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **ATL: 91,2/100**; segue il **Cuneese**, con **90,2/100**;
- Tutte le **ATL** registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, con il **Cuneese** e **Turismo Torino e Provincia** che rilevano il maggior aumento: **+0,5**; seguono **Alexala** e il **Distretto dei Laghi: +0,4**;
- I valori del **sentiment** di tutte le **ATL** sono **superiori** rispetto all'**Italia, 86/100**, ad eccezione di **Turismo Torino e Provincia: 85/100**.



Punti di Interesse – Tracce digitali

AFFITTI BREVI

ATL	Punti Interesse	Tracce Digitali
Alexala	411	4.700 (+7,2%)
Cuneese	525	4.300 (-12,1%)
Distretto dei Laghi	1.500	18.600 (-10%)
Langhe Monferrato Roero	1.100	12.400 (-4,7%)
Terre dell'Alto Piemonte	463	4.300 (-7,9%)
Turismo Torino e Provincia	2.300	32.400 (-8,9%)

- **Turismo Torino e Provincia** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **2.300**; segue il **Distretto dei Laghi**, con **1.500**;
- **Turismo Torino e Provincia** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **32.400**; segue il **Distretto dei Laghi**, **18.600**;
- Tutte le **ATL** registrano un **calo** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, ad eccezione di **Alexala**: **+7,2%**.



ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	91,1/100 (+0,2)	90,8/100
Cuneese	92,3/100 (+0,3)	90,8/100
Distretto dei Laghi	91,5/100 (+0,3)	90,8/100
Langhe Monferrato Roero	93,2/100 (+0,3)	90,8/100
Terre dell'Alto Piemonte	91/100 (+0,5)	90,8/100
Turismo Torino e Provincia	90,8/100 (=)	90,8/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **ATL: 93,2/100**; segue il **Cuneese**, con **92,3/100**;
- **Terre dell'Alto Piemonte** registrano la **crescita** maggiore in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: **+0,5**; seguono **Cuneese, Distretto dei Laghi e Langhe Monferrato Roero: +0,3**;
- I valori del **sentiment** di tutte le **ATL** , ad eccezione di **Turismo Torino e Provincia** che registra lo stesso valore, sono **superiori** rispetto all'**Italia: 90,8/100**.



Punti di Interesse – Tracce digitali

RISTORAZIONE

ATL	Punti Interesse	Tracce Digitali
Alexala	2.300	76.300 (-15,2%)
Cuneese	2.400	70.400 (-15,9%)
Distretto dei Laghi	1.500	64.700 (-7,7%)
Langhe Monferrato Roero	2.500	89.100 (-15%)
Terre dell'Alto Piemonte	3.200	97.700 (-15,9%)
Turismo Torino e Provincia	12.300	525.800 (-14,6%)

- **Turismo Torino e Provincia** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **12.300**; seguono le **Terre dell'Alto Piemonte**, con **3.200**;
- **Turismo Torino e Provincia** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **525.800**; seguono le **Terre dell'Alto Piemonte**, **97.700**;
- Tutte le **ATL** registrano un **calo** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente.



Sentiment Analysis

RISTORAZIONE

ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	86,5/100 (+0,2)	86,9/100
Cuneese	88,6/100 (=)	86,9/100
Distretto dei Laghi	87,1/100 (+0,4)	86,9/100
Langhe Monferrato Roero	89,5/100 (+0,4)	86,9/100
Terre dell'Alto Piemonte	86,8/100 (+0,1)	86,9/100
Turismo Torino e Provincia	86,7/100 (+0,1)	86,9/100

- Le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **ATL: 89,5/100**; segue il **Cuneese**, con **88,6/100**;
- Il **Distretto dei Laghi** e le **Langhe Monferrato Roero** registrano la **crescita** maggiore in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: **+0,4**; segue **Alexala, +0,2**;
- I valori del **sentiment** delle **Langhe Monferrato Roero (89,5/100)**, del **Cuneese (88,6/100)** e del **Distretto dei Laghi (87,1/100)** sono **superiori** rispetto all'**Italia, 86,9/100**.



Punti di Interesse – Tracce digitali

ATTRAZIONI

ATL	Punti Interesse	Tracce Digitali
Alexala	1.000	6.300 (-27,4%)
Cuneese	1.400	10.300 (-35,3%)
Distretto dei Laghi	1.300	18.300 (-22,3%)
Langhe Monferrato Roero	1.100	10.600 (-28,8%)
Terre dell'Alto Piemonte	1.600	13.400 (-20,1%)
Turismo Torino e Provincia	4.300	96.300 (-15,3%)

- **Turismo Torino e Provincia** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **4.300**; seguono le **Terre dell'Alto Piemonte**, con **1.600**;
- **Turismo Torino e Provincia** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **96.300**; seguono il **Distretto dei Laghi**, **18.300**;
- Tutte le **ATL** registrano un **calo** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente.



ATL	Sentiment ATL	Sentiment Italia
Alexala	89,8/100 (+0,1)	91,1/100
Cuneese	91,6/100 (-0,1)	91,1/100
Distretto dei Laghi	91,7/100 (+0,3)	91,1/100
Langhe Monferrato Roero	90,4/100 (-0,2)	91,1/100
Terre dell'Alto Piemonte	90,5/100 (+0,6)	91,1/100
Turismo Torino e Provincia	92,1/100 (+0,6)	91,1/100

- **Turismo Torino e Provincia** rileva un parametro maggiore rispetto alle altre **ATL: 92,1/100**; segue il **Distretto dei Laghi**, con **91,7/100**;
- **Terre dell'Alto Piemonte** e **Turismo Torino e Provincia**, rilevano la **crescita** maggiore in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: **+0,6**;
- I valori del **sentiment** di **Turismo Torino e Provincia (92,1/100)**, del **Distretto dei Laghi (91,7/100)** e del **Cuneese (91,6/100)**, sono **superiori** rispetto all'**Italia, 91,1/100**.



Provenienza viaggiatori

Provenienza viaggiatori		
ATL	% Italia	Paese Estero
Alexala	39,9%	Francia (12,8%)
Cuneese	63%	Francia (15%)
Distretto dei Laghi	26,5%	Germania (19,5%)
Langhe Monferrato Roero	53,7%	Svizzera (11,3%)
Terre dell'Alto Piemonte	56,6%	Francia (8,6%)
Turismo Torino e Provincia	57,1%	Francia (11,1%)

- Il **Cuneese** registra la percentuale più alta di **visitatori italiani: 63%**;
- Nel **Distretto dei Laghi**, si registra la percentuale più alta di recensioni pubblicate da turisti stranieri: **19,5%**, provenienti dalla **Germania**.



Tipologie di viaggio

Tipologie di Viaggio	
Alexala	Coppie (48,7%) - Famiglie (30,1%)
Cuneese	Coppie (49,8%) - Famiglie (24,1%)
Distretto dei Laghi	Coppie (56,2%) - Famiglie (27,2%)
Langhe Monferrato Roero	Coppie (60,2%) - Famiglie (20,2%)
Terre dell'Alto Piemonte	Coppie (43,6%) - Famiglie (28,8%)
Turismo Torino e Provincia	Coppie (42%) - Famiglie (29,1%)

- Le recensioni sono redatte principalmente da **coppie** e **famiglie**;
- Tra le **coppie**, spicca il **60,2%** registrato nelle **Langhe Monferrato Roero**;
- Tra le **famiglie**, il valore più alto si rileva ad **Alexala: 30,1%**.



Cluster & Topic (1)

Cluster & Topic						
Comparto	Alexala	Cuneese	Distretto dei Laghi	Langhe Monferrato Roero	Terre dell'Alto Piemonte	Turismo Torino e Provincia
Ricettività	Struttura - Ristorazione	Ristorazione - Struttura	Struttura - Ristorazione	Struttura - Ristorazione	Struttura - Ristorazione	Camera - Ristorazione
Affitti Brevi	Atmosfera - Posizione	Atmosfera - Posizione	Atmosfera - Posizione	Atmosfera - Posizione	Atmosfera - Posizione	Atmosfera - Posizione
Ristorazione	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza
Attrazioni	Posizione - Spazi	Posizione - Atmosfera	Posizione - Spazi	Posizione - Atmosfera	Posizione - Atmosfera	Atmosfera - Spazi

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

- **Struttura** e **ristorazione** nella **ricettività**;
- **Atmosfera** e **posizione** negli **affitti brevi**;
- **Atmosfera** ed **accoglienza** nella **ristorazione**;
- **Posizione**, **spazi** ed **atmosfera** nelle **attrazioni**.



Cluster & Topic (2)

Cluster & Topic						
	Alexala	Cuneese	Distretto dei Laghi	Langhe Monferrato Roero	Terre dell'Alto Piemonte	Turismo Torino e Provincia
Comparto	Giudizio Positivo	Giudizio Positivo	Giudizio Positivo	Giudizio Positivo	Giudizio Positivo	Giudizio Positivo
Ricettività	Struttura (6.600)	Ristorazione (7.800)	Struttura (22.000)	Struttura (16.100)	Struttura (6.100)	Camera (43.600)
Affitti Brevi	Atmosfera (1.200)	Atmosfera (1.200)	Atmosfera (6.600)	Atmosfera (3.500)	Atmosfera (1.100)	Atmosfera (9.200)
Ristorazione	Atmosfera (19.700)	Atmosfera (20.900)	Atmosfera (21.200)	Atmosfera (28.800)	Atmosfera (24.900)	Atmosfera (155.100)
Attrazioni	Posizione (534)	Posizione (893)	Posizione (1.800)	Posizione (1.000)	Posizione (1.200)	Atmosfera (10.100)

L'**atmosfera**, la **posizione** e la **struttura** contengono la maggior parte di **giudizi positivi**.

I **costi** ed **internet** né contengono più **negativi**.

Cluster & Topic						
	Alexala	Cuneese	Distretto dei Laghi	Langhe Monferrato Roero	Terre dell'Alto Piemonte	Turismo Torino e Provincia
Comparto	Giudizio Negativo	Giudizio Negativo	Giudizio Negativo	Giudizio Negativo	Giudizio Negativo	Giudizio Negativo
Ricettività	Qualità prezzo (775)	Internet (163)	Internet (676)	Qualità prezzo (1.200)	Internet (192)	Internet (1.300)
Affitti Brevi	Internet (35)	Internet (47)	Internet (263)	Internet (93)	Internet (41)	Internet (276)
Ristorazione	Costi (2.000)	Costi (1.900)	Costi (1.600)	Costi (2.500)	Costi (2.500)	Costi (16.800)
Attrazioni	Sicurezza (4)	Costi (65)	Costi (123)	Costi (52)	Costi (81)	Sicurezza (79)

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



Canali e Social

Canali e Social						
Comparto	Alexala	Cuneese	Distretto dei Laghi	Langhe Monferrato Roero	Terre dell'Alto Piemonte	Turismo Torino e Provincia
Ricettività	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google	Booking - Google
Affitti Brevi	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb	Booking - Airbnb
Ristorazione	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor
Attrazioni	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - TripAdvisor	Google - Booking	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**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Alexala

Complessivo

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Alexala: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/24 - 31/12/24

AREE
Alexala

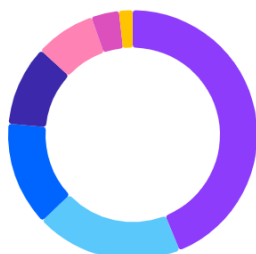
ANNO

MESE

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **5,3k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☘ Locali E Ristorazione	43,9%	2,3k	86,5/100
🏰 Attrazioni	19,0%	1,0k	89,8/100
🏠 Ricettività	13,5%	714	88,7/100
🚗 Trasporti	10,4%	551	80,3/100
🏠 Affitti Brevi	7,8%	411	91,1/100
🎪 Intrattenimento	3,6%	190	84,9/100

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

- **Ristorazione: 2.300;**
- **Attrazioni: 1.000;**
- **Ricettività: 714;**
- **Affitti brevi: 411.**



ATL Alexala: Distribuzione del volume delle tracce digitali

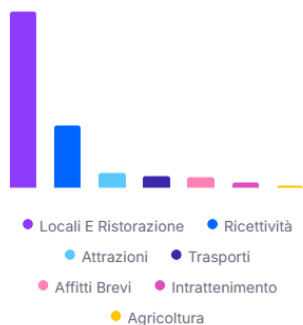
COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24
AREE Alexala
ANNO
MESE

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 **122,7k**



Icona	Industria	Distribuzione tracce digitali (%)	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴	Locali E Ristorazione	62,2%	76,3k	86,5/100
🏠	Ricettività	22,0%	27,0k	88,7/100
🏛️	Attrazioni	5,1%	6,3k	89,8/100
🚗	Trasporti	4,2%	5,2k	80,3/100
🏠	Affitti Brevi	3,8%	4,7k	91,1/100
🎪	Intrattenimento	1,8%	2,2k	84,9/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **122.700 (-14,1%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 76.300 (-15,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 27.000 (-10%);**
- **Attrazioni: 6.300 (-27,4%);**
- **Affitti brevi: 4.700 (+7,2%).**





ATL Alexala: Provenienza viaggiatori

COMPLESSIVO

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Alexala
 ANNO:
 MESE:

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	39,9%	87,3/100
Francia	12,8%	87,9/100
Svizzera	9,8%	88,0/100
Germania	8,3%	88,7/100
Paesi Bassi	3,2%	88,3/100

Il **39,9%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con il **12,8%**, e la **Svizzera**, con il **9,8%**.



www.datappeal.io





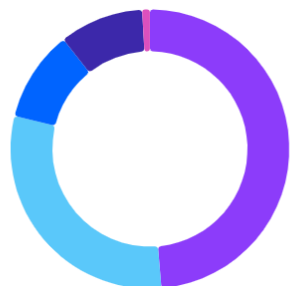
ATL Alexala: Tipologie di viaggio

COMPLESSIVO

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Alexala		

Tipologia di viaggiatore

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

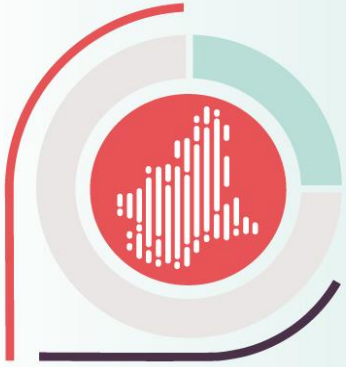


- Coppie
- Famiglie
- Amici/Gruppo
- Singolo
- Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	48,7%	89,0/100
Famiglie	30,1%	87,6/100
Amici/Gruppo	10,5%	87,8/100
Singolo	9,8%	87,4/100
Viaggio Di Lavoro	0,9%	81,4/100

Il **48,7%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **30,1%**, e gli **amici/gruppi**, con il **10,5%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Alexala

Ricettività

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Alexala: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Ricettività

Tipologie di comparto più popolari

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

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Hotel	23,0%	163	51,8%	14,0k	86,3/100
2	B & B	39,4%	280	33,5%	9,1k	91,4/100
3	Agriturismo	25,5%	181	11,6%	3,1k	91,5/100
4	Altri Alloggi	4,6%	33	1,1%	292	91,3/100
5	Campeggi	1,3%	9	0,8%	206	88,2/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **714 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: 280;**
- **Agriturismi: 181;**
- **Hotel: 163;**
- **Altri alloggi: 33;**
- **Campeggi: 9.**



www.datappeal.io



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



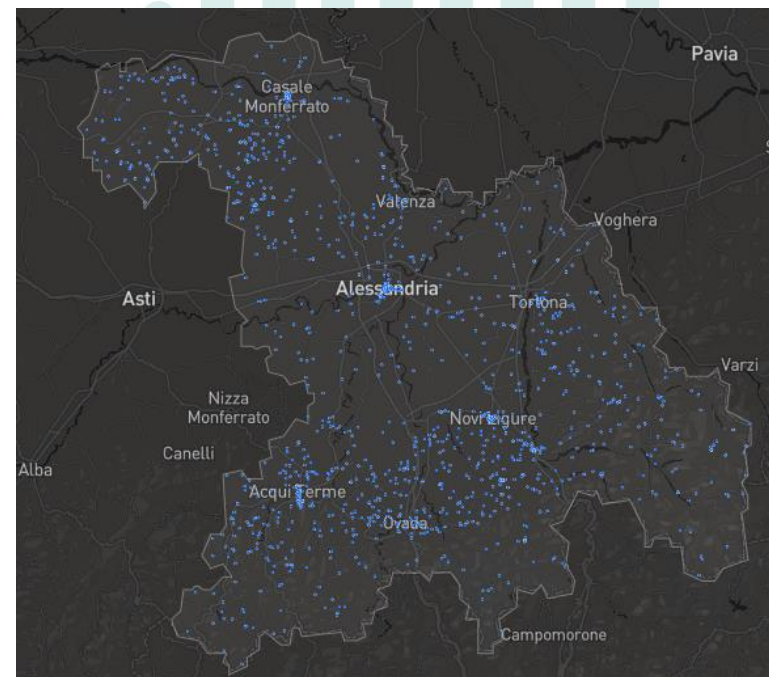
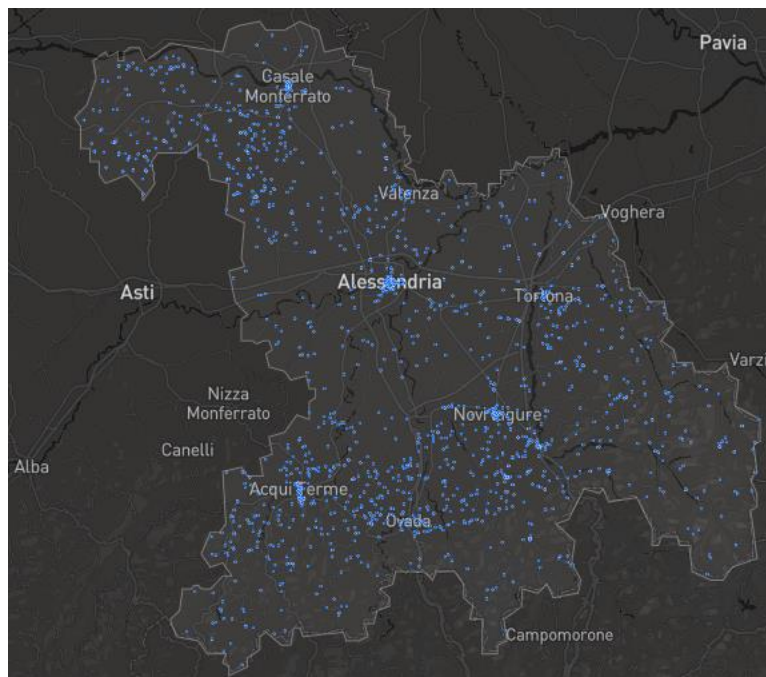
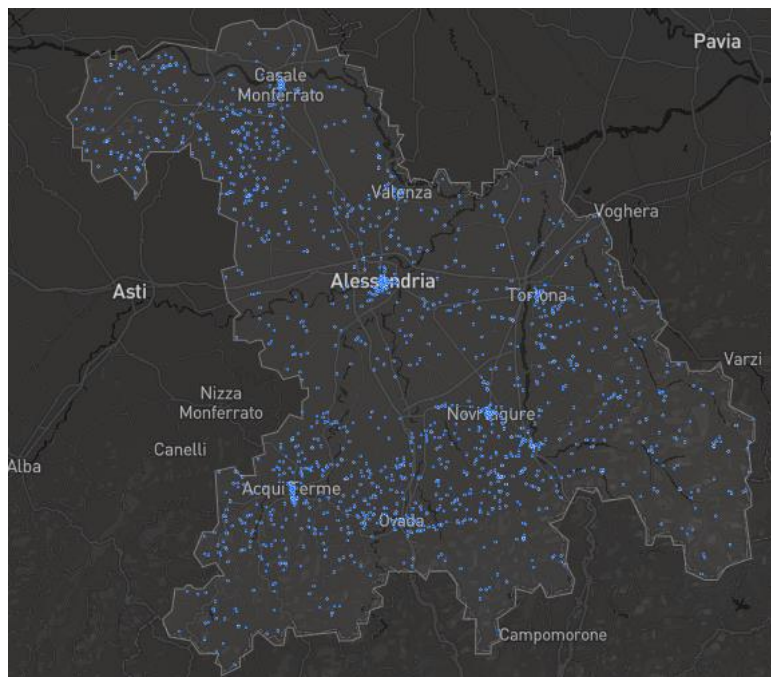
ATL Alexala: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

RICETTIVITÀ

2024





ATL Alexala: Cluster & Topic (1)

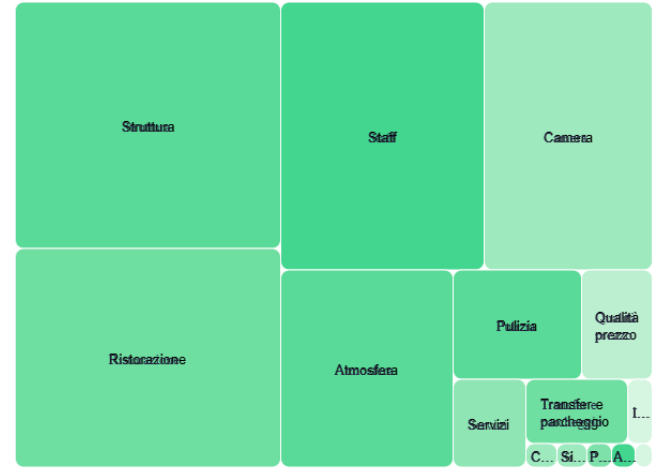
RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Struttura	21,9%	92,6/100
Ristorazione	19,5%	90,1/100
Staff	18,3%	96,1/100
Camera	15,3%	79,2/100
Atmosfera	11,4%	93,4/100



- L'argomento più discusso è la **struttura**, con il **21,9%** dei contenuti; segue la **ristorazione**, con il **19,5%**, e lo **staff**, con il **18,3%**.
- Il tema della **qualità del prezzo** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **775**, con **giudizio negativo**; la **struttura** ha i maggiori contenuti **positivi**, **6.600**.





ATL Alexala: Cluster & Topic (2)

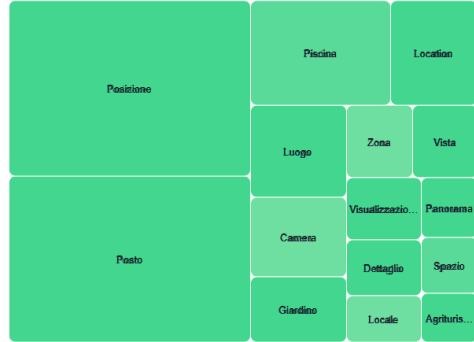
RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Struttura	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	19,2%	96,5/100
Posto	18,1%	96,1/100
Piscina	6,6%	91,9/100
Location	4,1%	94,4/100
Luogo	4,0%	95,5/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **ristorazione** troviamo la **colazione** con il **32%** dei contenuti e un **sentiment** del **91/100**.

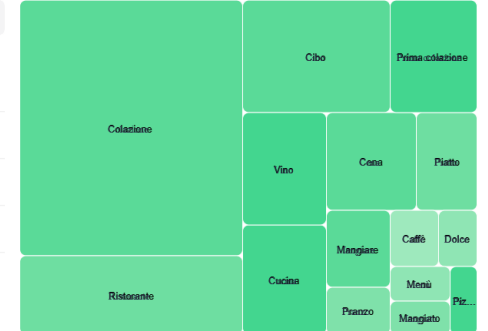
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **struttura** troviamo la **posizione** con il **19,2%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,5/100**.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Ristorazione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Colazione	32,0%	91,0/100
Ristorante	9,8%	88,9/100
Cibo	9,4%	93,6/100
Prima Colazione	5,5%	94,8/100
Vino	5,2%	97,0/100



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



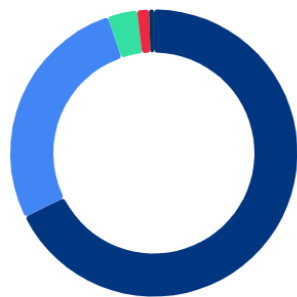
ATL Alexala: Canali e Social

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Ricettività

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	67,3%	8,8/10	88,0/100
Google	27,0%	9,1/10	90,7/100
TripAdvisor	3,3%	8,6/10	86,7/100
Hotels.com	1,3%	8,6/10	86,0/100
Expedia	0,5%	8,9/10	88,4/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **67,3%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **27%**, e **TripAdvisor**, con il **3,3%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Alexala

Affitti Brevi

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Alexala: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Affitti Brevi

Tipologie di comparto più popolari

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

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Casa O Appartamento	57,9%	238	45,2%	2,1k	92,8/100
2	Affittacamere	29,9%	123	42,5%	2,0k	88,6/100
3	Appartamento Vacanze	12,2%	50	12,3%	576	93,9/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **411 punti di interesse**; in particolare, le **tipologie** di strutture che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 238;**
- **Affittacamere: 123;**
- **Appartamento vacanze: 50.**



www.datapeal.io





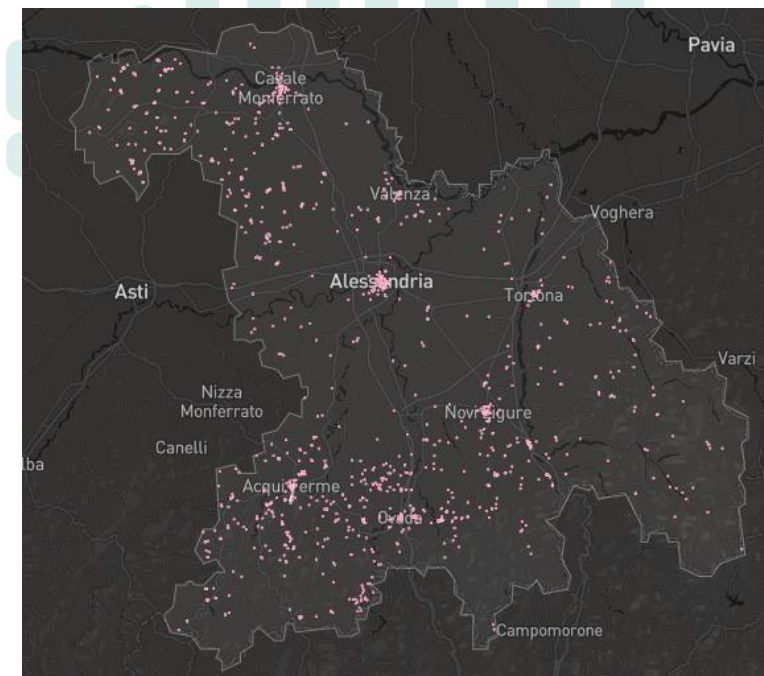
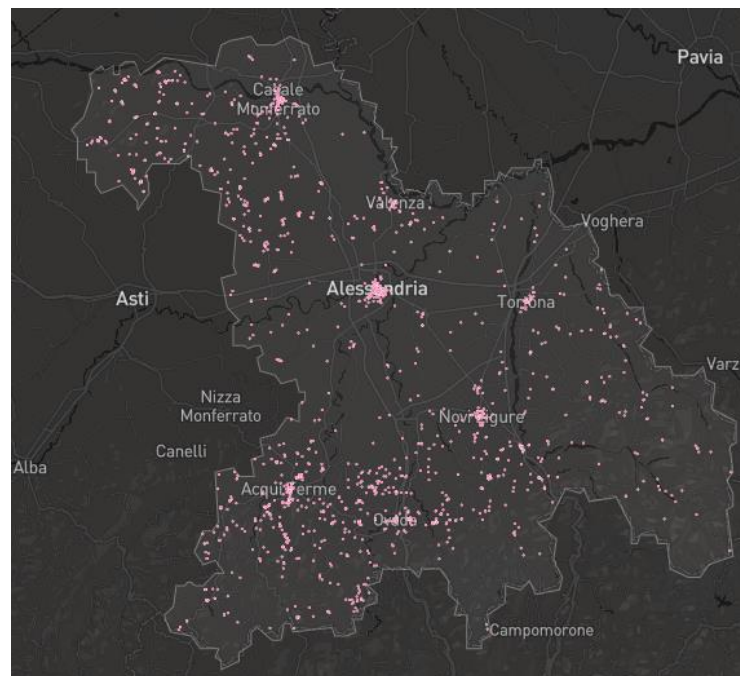
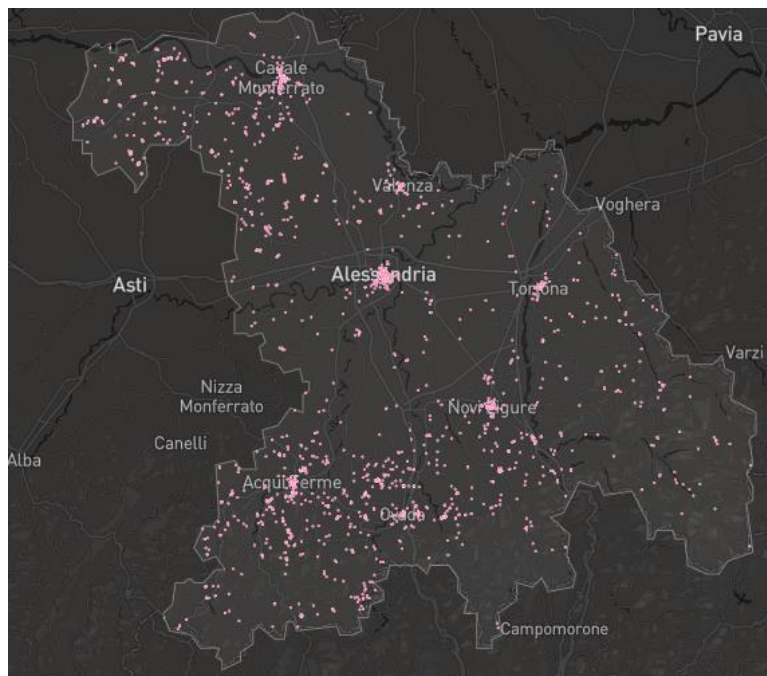
ATL Alexala: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

AFFITTI BREVI

2024





ATL Alexala: Cluster & Topic (1)

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	25,3%	91,1/100
Posizione	20,0%	95,4/100
Dotazioni	16,0%	85,6/100
Host	14,3%	95,9/100
Camere	12,9%	88,0/100



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **25,3%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **20%**, e le **dotazioni**, con il **16%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **35**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **1.200**.



ATL Alexala: Cluster & Topic (2)

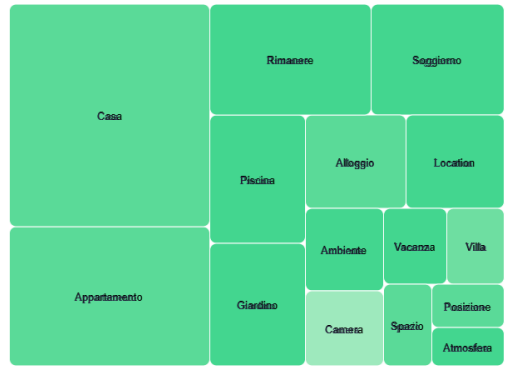
AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Casa	19,1%	93,9/100
Appartamento	11,9%	93,8/100
Rimanere	7,7%	96,0/100
Soggiorno	6,4%	94,6/100
Piscina	5,3%	94,8/100



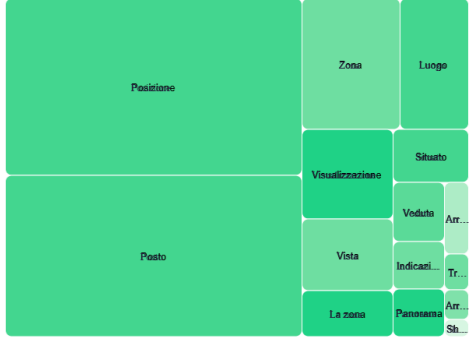
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo la **casa** con il **19,1%** dei contenuti e un **sentiment** del **93,9/100**.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	32,9%	96,2/100
Posto	29,9%	97,3/100
Zona	8,1%	91,0/100
Luogo	5,6%	96,6/100
Visualizzazione	5,1%	100/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo la **posizione** stessa con il **32,9%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,2/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

DESTINATIONS



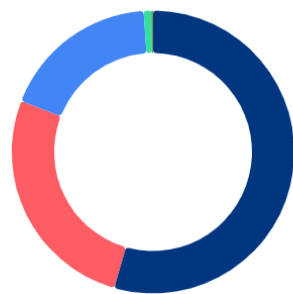
ATL Alexala: Canali e Social

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Affitti Brevi

Top 5 canali di recensione online

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



● Booking.com ● Airbnb ● Google
● TripAdvisor ● TheFork

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	54,4%	8,8/10	88,0/100
Airbnb	26,4%	9,7/10	95,9/100
Google	18,0%	9,3/10	93,4/100
TripAdvisor	0,9%	9,7/10	96,8/100
TheFork	0,2%	9,6/10	96,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **54,4%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **26,4%**, e **Google**, con il **18%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Alexala

Ristorazione

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Alexala: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
AREE: Alexala
ANNO:
MESE:
COMPARTI: Locali e Ristorazione

Tipologie di comparto più popolari

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

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Ristorante	38,2%	793	50,3%	38,4k	87,2/100
2	Pizzeria	11,0%	228	14,7%	11,2k	87,9/100
3	Bar	28,0%	581	12,5%	9,6k	86,0/100
4	Fast Food	1,4%	29	5,6%	4,3k	75,6/100
5	Caffè	6,7%	139	3,1%	2,4k	84,3/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **2.300 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 793;**
- **Bar: 581;**
- **Pizzerie: 228;**
- **Caffè: 139;**
- **Fast Food: 29.**



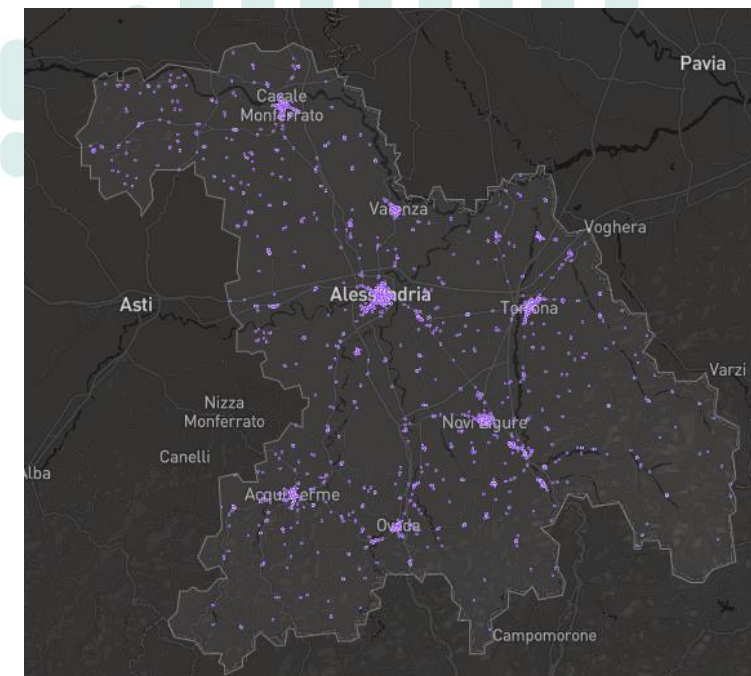
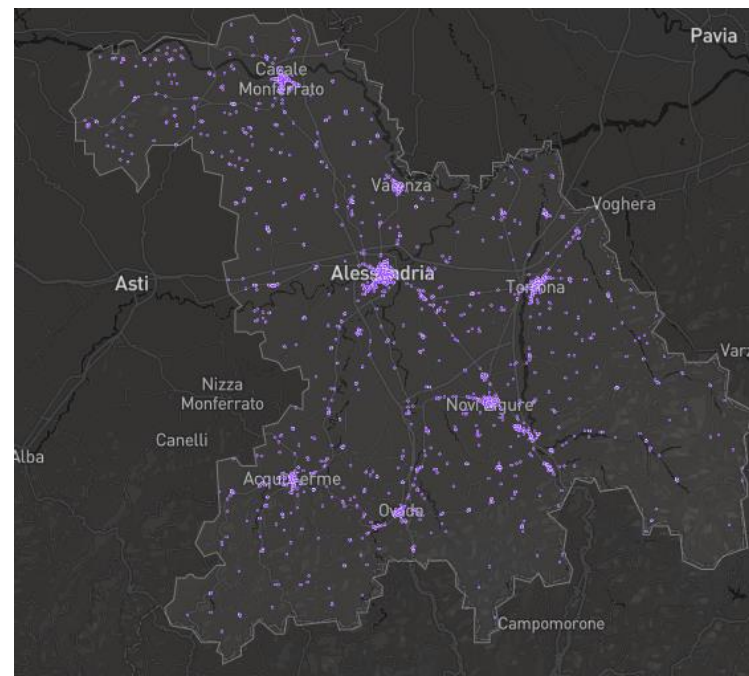
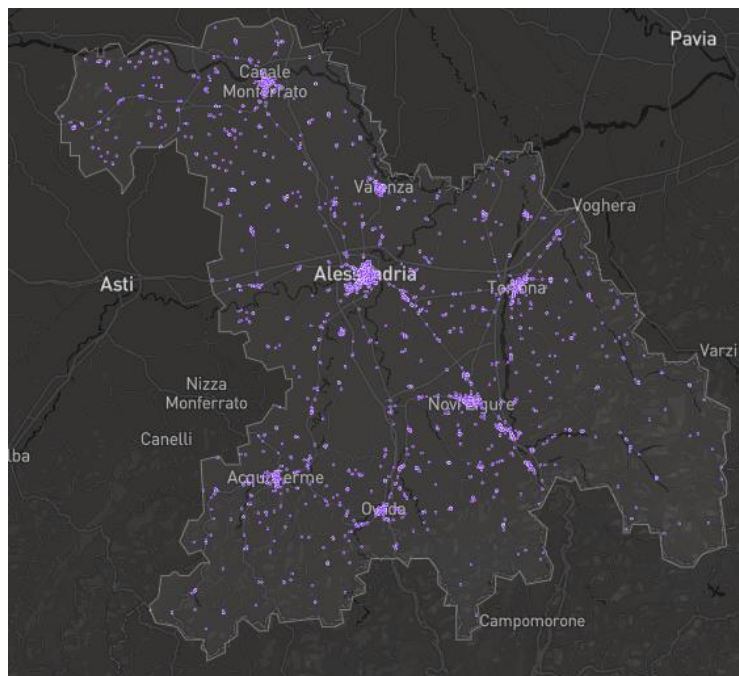
ATL Alexala: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

RISTORAZIONE

2024





ATL Alexala: Cluster & Topic (1)

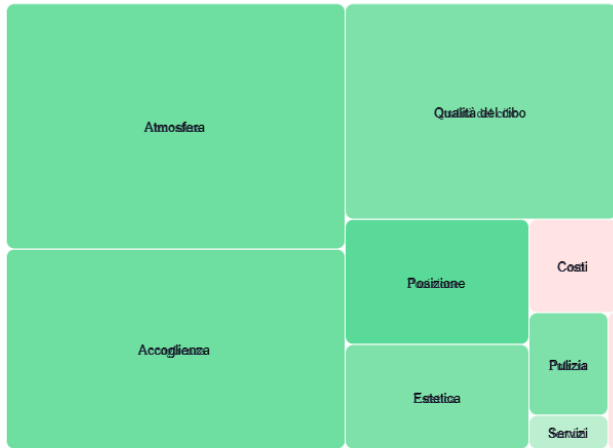
RISTORAZIONE

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	30,5%	89,5/100
Accoglienza	24,8%	90,9/100
Qualità Del Cibo	21,6%	85,8/100
Posizione	8,4%	91,3/100
Estetica	7,1%	85,1/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **30,5%** dei contenuti; segue l'accoglienza, con il **24,8%**, e la qualità del cibo, con il **21,6%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **2.000**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi**, **19.700**.



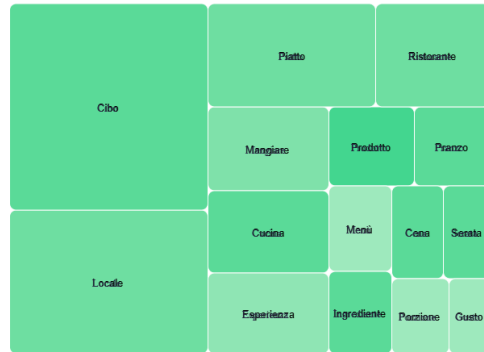
ATL Alexala: Cluster & Topic (2)

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Cibo	21,6%	93,1/100
Locale	15,0%	88,8/100
Piatto	9,2%	90,8/100
Ristorante	6,2%	90,0/100
Mangiare	5,3%	86,2/100



www.datappeal.io



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**accoglienza** troviamo il **personale** con il **41,2%** dei contenuti e un **sentiment** del **94,8/100**.

RISTORAZIONE

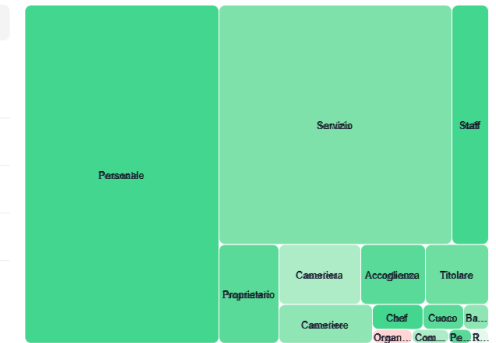
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo il **cibo** con il **21,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **93,1/100**.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Accoglienza	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Personale	41,2%	94,8/100
Servizio	35,1%	87,2/100
Staff	5,5%	95,6/100
Proprietario	3,7%	92,2/100
Cameriera	3,1%	78,5/100



www.datappeal.io





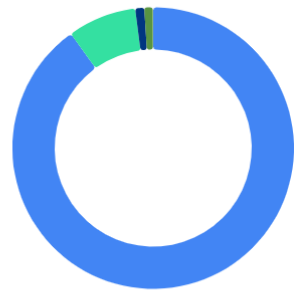
ATL Alexala: Canali e Social

RISTORAZIONE

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Locali e Ristorazione

Top 5 canali di recensione online

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



● Google ● TripAdvisor ● Booking.com
● TheFork ● Quandoo

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	90,1%	8,6/10	86,6/100
TripAdvisor	7,9%	8,4/10	85,1/100
Booking.com	1,0%	8,4/10	85,0/100
TheFork	1,0%	9,0/10	89,8/100
Quandoo	0,0%	8,3/10	86,0/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **90,1%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **7,9%**, e **Booking**, con l'**1%**.

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



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Alexala

Attrazioni

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Alexala: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Attrazioni

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **1.000 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: 309;**
- **Attrazioni: 138;**
- **Parchi: 85;**
- **Punti di riferimento: 82;**
- **Musei: 69.**

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Attrazione	17,1%	138	26,1%	1,6k	87,9/100
2 Chiesa	38,2%	309	13,6%	854	90,3/100
3 Punto Di Riferimento	10,1%	82	12,2%	766	90,9/100
4 Museo	8,5%	69	11,2%	702	92,7/100
5 Parco	10,5%	85	7,4%	463	85,2/100



www.datapeal.io





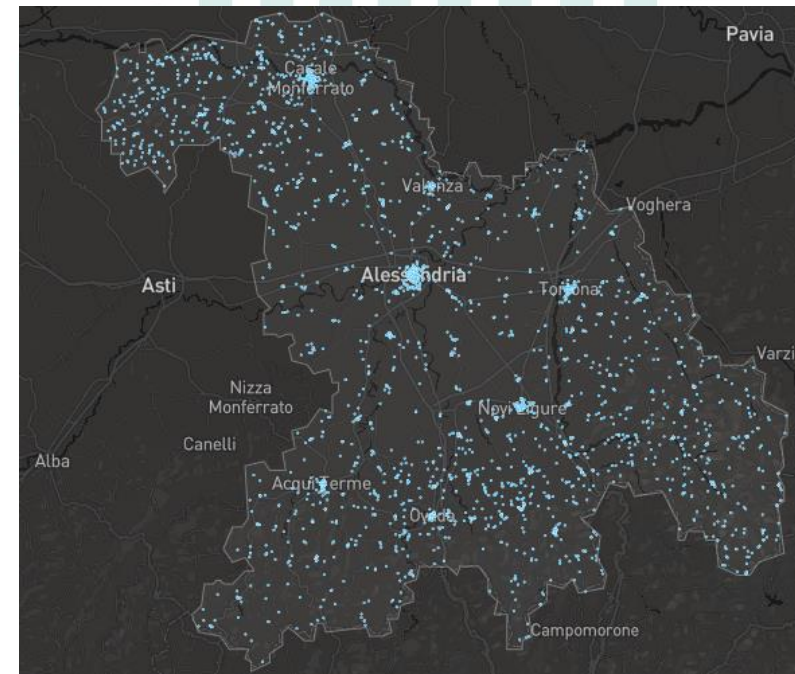
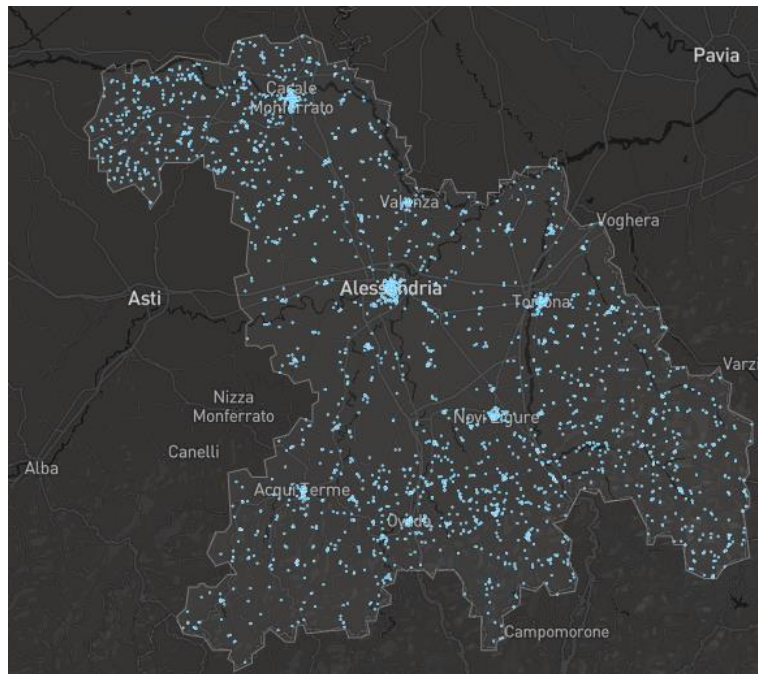
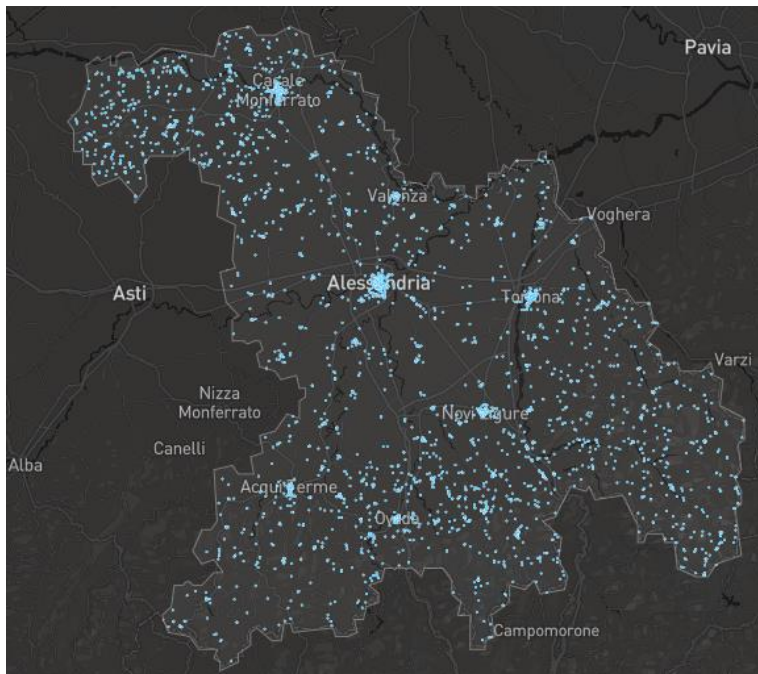
ATL Alexala: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

2024

ATTRAZIONI





ATL Alexala: Cluster & Topic (1)

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	28,0%	92,8/100
Spazi	25,5%	85,9/100
Atmosfera	24,6%	94,8/100
Accoglienza	11,3%	94,8/100
Servizi	2,8%	78,1/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **28%** dei contenuti; seguono gli **spazi**, con il **25,5%**, e l'**atmosfera**, con il **24,6%**.
- Il tema della **sicurezza** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **4**, con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori contenuti **positivi, 534**.



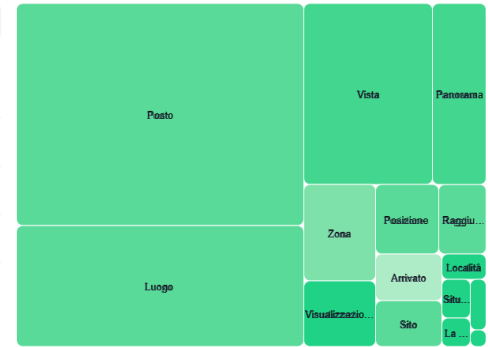
ATL Alexala: Cluster & Topic (2)

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posto	39,3%	92,2/100
Luogo	21,3%	91,5/100
Vista	14,3%	97,3/100
Panorama	6,0%	97,4/100
Zona	4,3%	86,7/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno degli **spazi** troviamo il **parco** con il **17,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **93,3/100**.

ATTRAZIONI

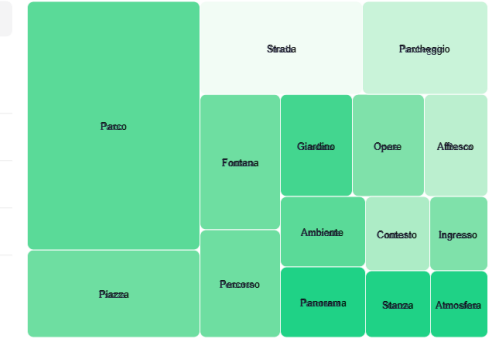
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo il **posto** con il **39,3%** dei contenuti e un **sentiment** del **92,2/100**.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Spazi	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Parco	17,6%	93,3/100
Piazza	6,2%	88,9/100
Strada	6,2%	61,4/100
Parcheeggio	4,8%	70,0/100
Fontana	4,4%	88,2/100





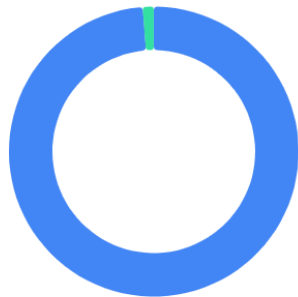
ATL Alexala: Canali e Social

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Alexala			Attrazioni

Top 5 canali di recensione online

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



● Google ● TripAdvisor

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,8%	9,0/10	89,8/100
TripAdvisor	1,2%	8,9/10	88,1/100

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



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Focus

Sentiment Analysis

ATL Alexala vs Italia

Anno 2024
01/01/2024 – 31/12/2024





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

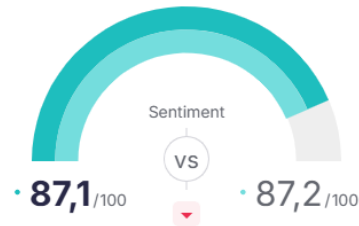
COMPLESSIVO

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Alexala		
PERIODO A CONFRONTO	AREE A CONFRONTO		
01/01/24 - 31/12/24	Italia		

Il valore del *sentiment* dell'ATL di Alexala (+0,3) è inferiore a quello dell'Italia: **87,1/100** vs **87,2/100**.

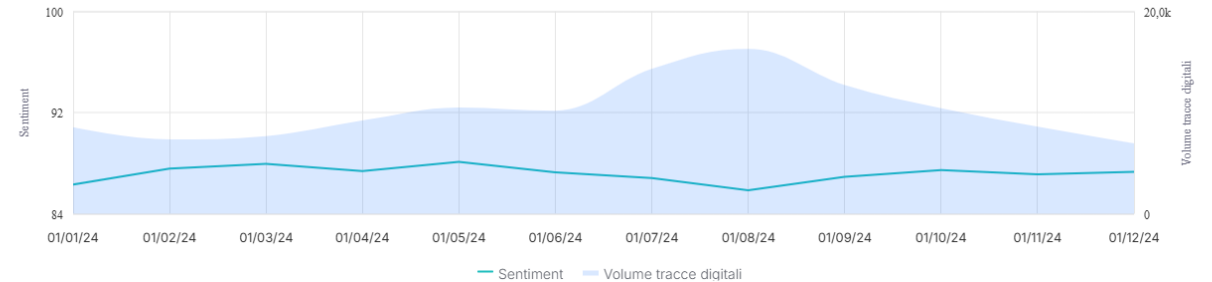
Sentiment

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



Volume tracce digitali e sentiment

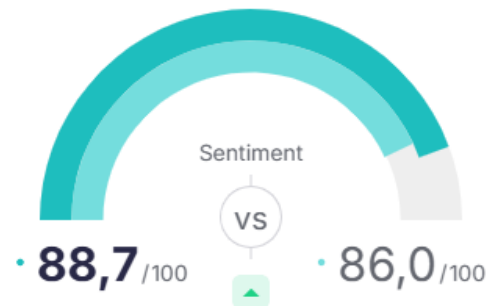
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





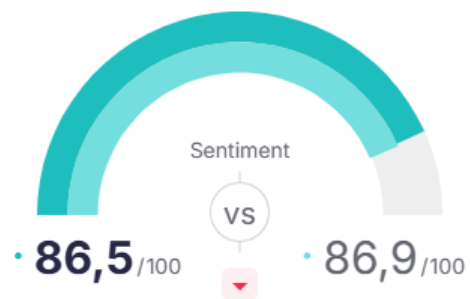
Recensioni on-line e *sentiment* ATL Alexala vs Italia

RICETTIVITÀ



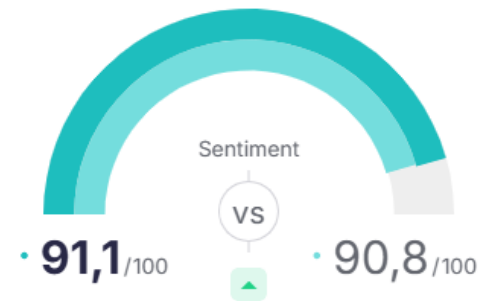
88,7/100 (+0,4) vs 86/100

RISTORAZIONE



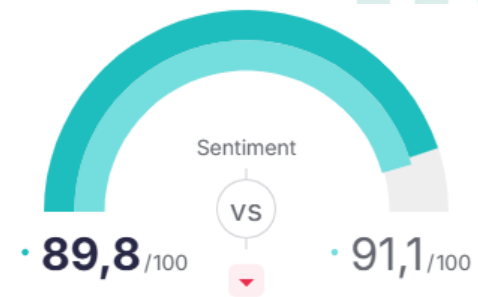
86,5/100 (+0,2) vs 86,9/100

AFFITTI BREVI



91,1/100 (+0,2) vs 90,8/100

ATTRAZIONI



89,8/100 (+0,1) vs 91,1/100

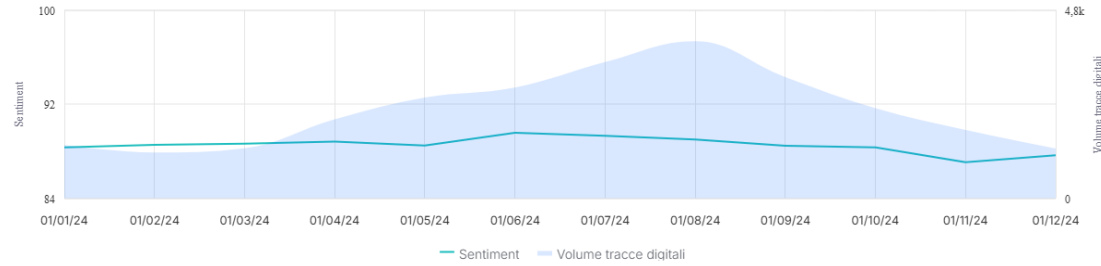


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

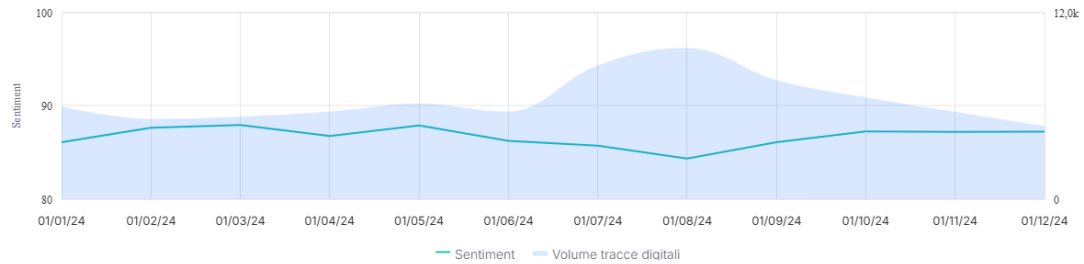
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

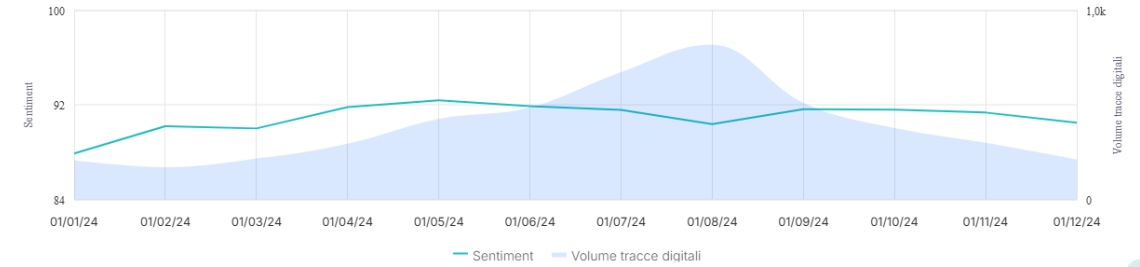
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

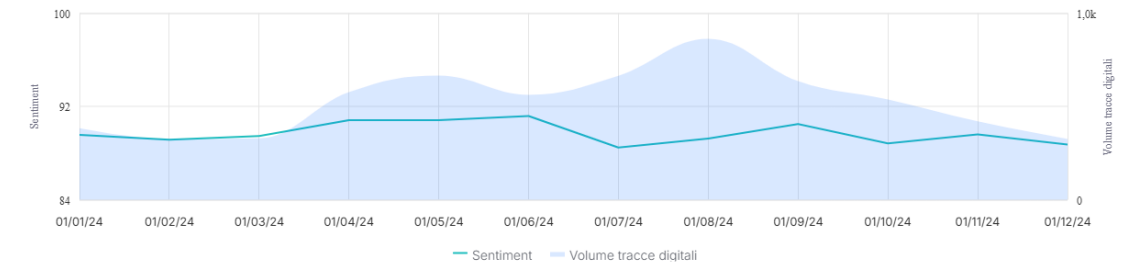
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



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

ATL Cuneese

Complessivo

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





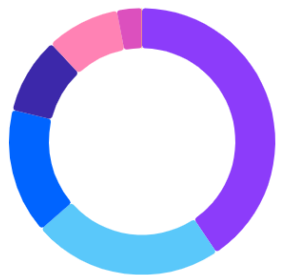
ATL Cuneese: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese		

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

Volume totale POI **5,9k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☺ Locali E Ristorazione	40,6%	2,4k	88,6/100
🏰 Attrazioni	23,1%	1,4k	91,6/100
🏠 Ricettività	15,2%	897	90,2/100
🚗 Trasporti	9,3%	549	83,0/100
🏠 Affitti Brevi	8,9%	525	92,3/100
🎪 Intrattenimento	3,0%	179	88,0/100

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

- **Ristorazione: 2.400;**
- **Attrazioni: 1.400;**
- **Ricettività: 897;**
- **Affitti brevi: 525.**

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

DESTINATIONS



www.datappeal.io





ATL Cuneese: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/24 - 31/12/24

AREE
Cuneese

ANNO

MESE

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 **119,6k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
☘ Locali E Ristorazione	58,9%	70,4k	88,6/100
🏠 Ricettività	24,9%	29,8k	90,2/100
🏛️ Attrazioni	8,6%	10,3k	91,6/100
🏠 Affitti Brevi	3,6%	4,3k	92,3/100
🚗 Trasporti	2,5%	3,0k	83,0/100
🎭 Intrattenimento	1,5%	1,8k	88,0/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **119.600 (-17,3%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 70.400 (-15,9%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 29.800 (-12,1%);**
- **Attrazioni: 10.300 (-35,3%);**
- **Affitti brevi: 4.300 (-12,1%).**





ATL Cuneese: Provenienza viaggiatori

COMPLESSIVO

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese		

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	63,0%	89,4/100
Francia	15,0%	90,5/100
Germania	5,5%	89,1/100
Svizzera	3,7%	90,2/100
Paesi Bassi	1,8%	89,3/100

Il **63%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con il **15%**, e la **Germania**, con il **5,5%**.





ATL Cuneese: Tipologie di viaggio

COMPLESSIVO

DESTINATIONS

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

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese		

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	49,8%	90,3/100
❤️ Famiglie	24,1%	88,9/100
👥 Amici/Gruppo	13,1%	89,6/100
🧑 Singolo	12,4%	89,7/100
👜 Viaggio Di Lavoro	0,7%	90,8/100

Il **49,8%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **24,1%**, e gli **amici/gruppi**, con il **13,1%**.

DESTINATIONS

www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Cuneese

Ricettività

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Cuneese: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
AREE: Cuneese
ANNO:
MESE:
COMPARTI: Ricettività

Tipologie di comparto più popolari

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

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Hotel	29,2%	257	50,1%	14,9k	88,6/100
2	B & B	33,0%	291	27,8%	8,3k	92,8/100
3	Agriturismo	16,1%	142	9,4%	2,8k	93,0/100
4	Rifugio	8,6%	76	6,0%	1,8k	88,8/100
5	Campeggi	4,7%	41	2,7%	815	88,2/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **897 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: 291;**
- **Hotel: 257;**
- **Agriturismi: 142;**
- **Rifugi: 76;**
- **Campeggi: 41.**



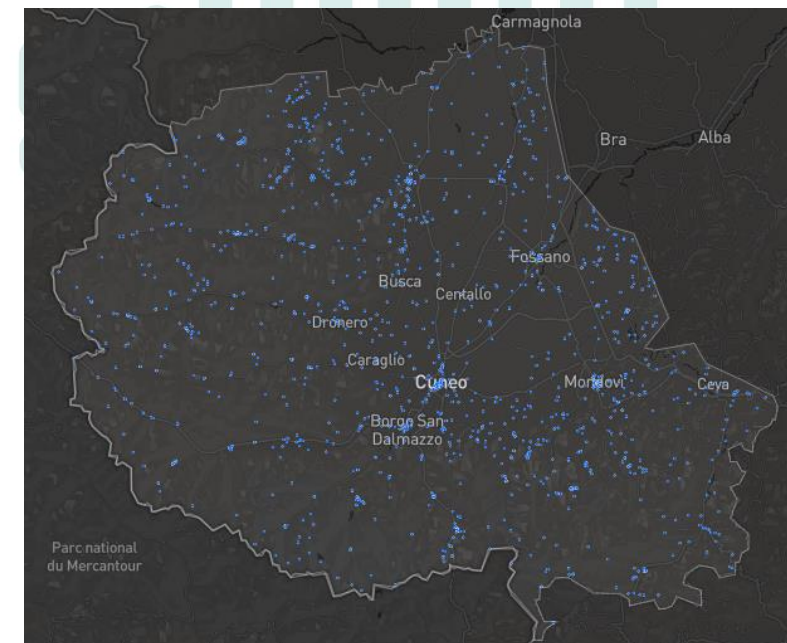
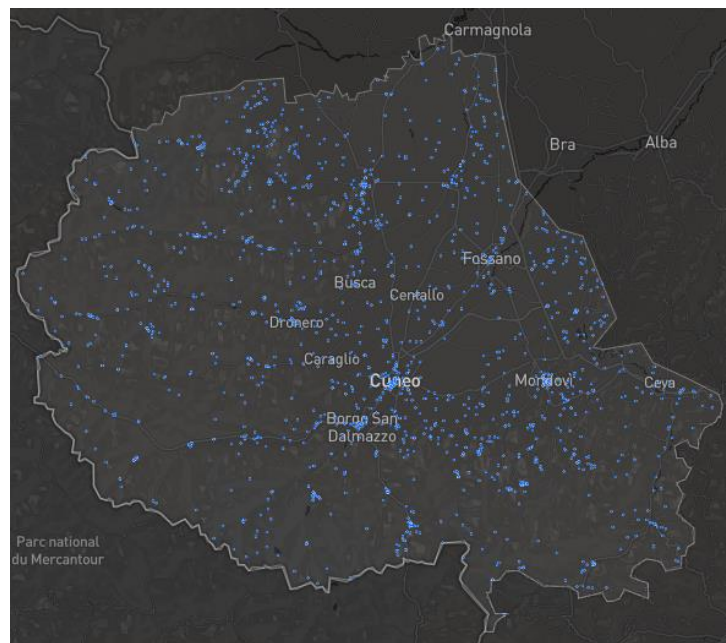
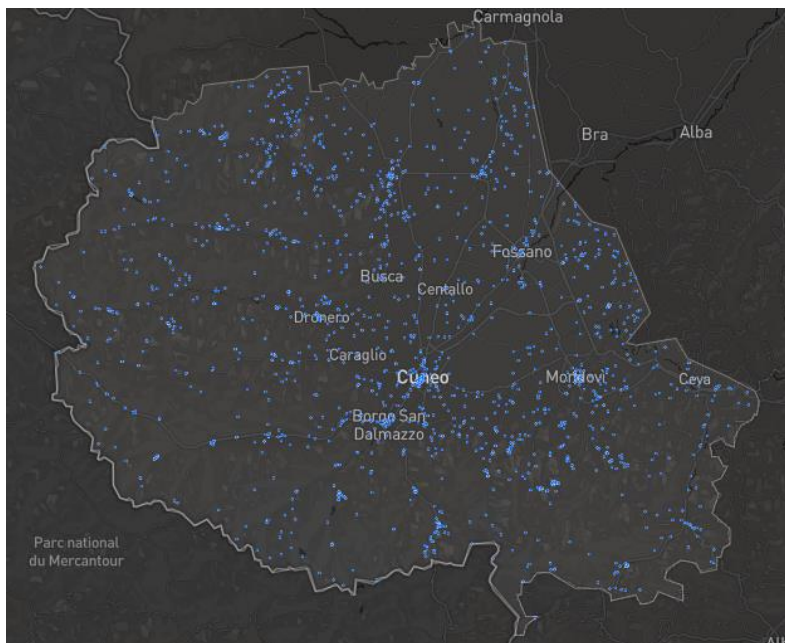
ATL Cuneese: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

RICETTIVITÀ

2024





ATL Cuneese: Cluster & Topic (1)

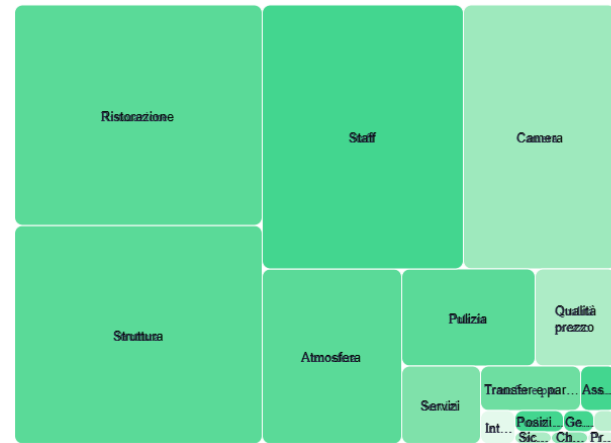
RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Ristorazione	20,6%	91,9/100
Struttura	20,4%	92,6/100
Staff	20,0%	97,0/100
Camera	15,2%	81,5/100
Atmosfera	9,3%	93,8/100



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **20,6%** dei contenuti; segue la **struttura**, con il **20,4%**, e lo **staff**, con il **20%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **163**, con **giudizio negativo**; la **ristorazione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **7.800**.



ATL Cuneese: Cluster & Topic (2)

RICETTIVITÀ

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Cuneese	ANNO	MESE	COMPARTI Ricettività
--------------------------------	-----------------	------	------	-------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Ristorazione		
Colazione	31,8%	93,7/100
Cibo	11,3%	93,8/100
Ristorante	6,9%	92,1/100
Cucina	6,5%	93,6/100
Cena	5,1%	95,2/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **struttura** troviamo la **posizione** con il **21,4%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,6/100**.

Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **ristorazione** troviamo la **colazione** con il **31,8%** dei contenuti e un **sentiment** del **93,7/100**.

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Cuneese	ANNO	MESE	COMPARTI Ricettività
--------------------------------	-----------------	------	------	-------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Struttura		
Posizione	21,4%	96,6/100
Posto	17,1%	96,0/100
Luogo	4,5%	95,9/100
Location	4,3%	96,4/100
Locale	3,3%	91,3/100





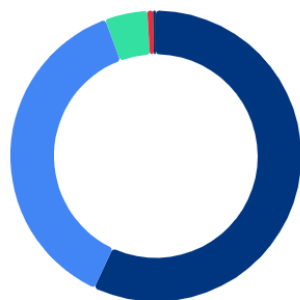
ATL Cuneese: Canali e Social

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Ricettività

Top 5 canali di recensione online

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

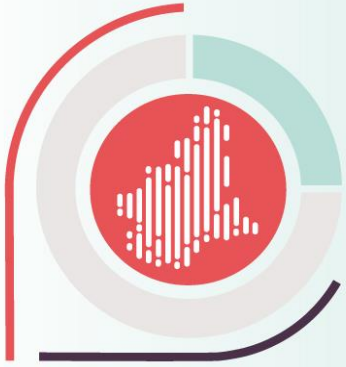


● Booking.com ● Google ● TripAdvisor
● Hotels.com ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	56,8%	8,9/10	89,7/100
Google	37,3%	9,1/10	91,3/100
TripAdvisor	4,7%	8,7/10	87,4/100
Hotels.com	0,6%	9,2/10	91,2/100
Expedia	0,3%	9,3/10	93,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **56,8%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **37,3%**, e **TripAdvisor**, con il **4,7%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Cuneese

Affitti Brevi

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Cuneese: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Affitti Brevi

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Casa O Appartamento	61,5%	323	50,0%	2,2k	92,4/100
2 Affittacamere	28,4%	149	36,1%	1,6k	91,3/100
3 Appartamento Vacanze	10,1%	53	13,9%	600	94,5/100

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

- **Casa o appartamento: 323;**
- **Affittacamere: 149;**
- **Appartamento vacanze: 53.**



www.datappeal.io



DAI DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



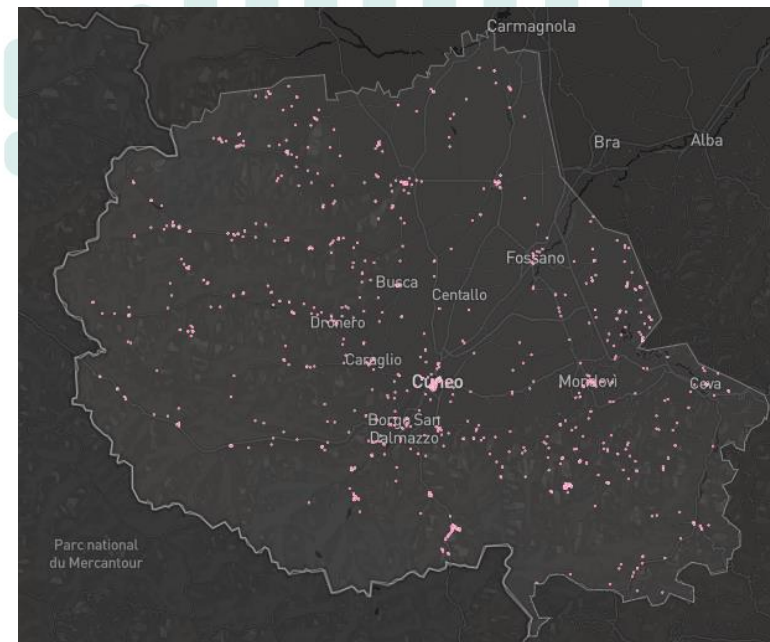
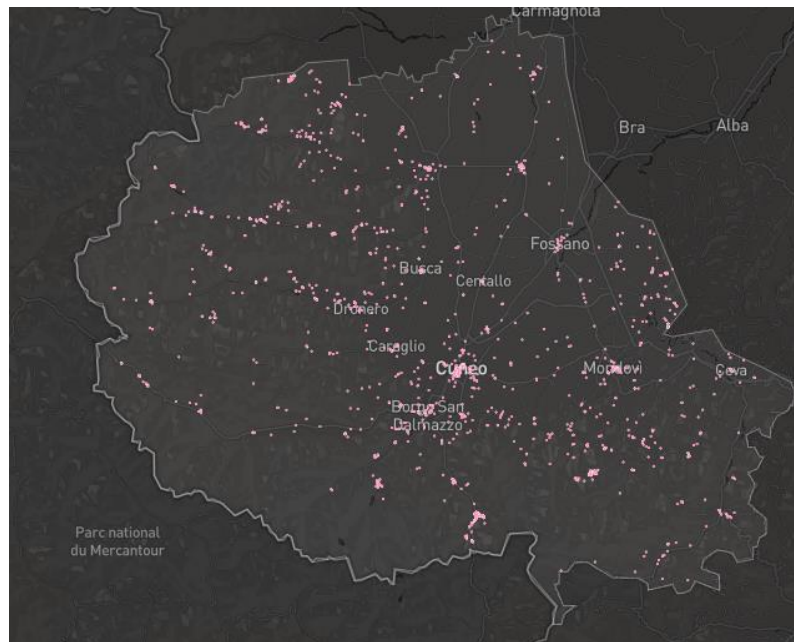
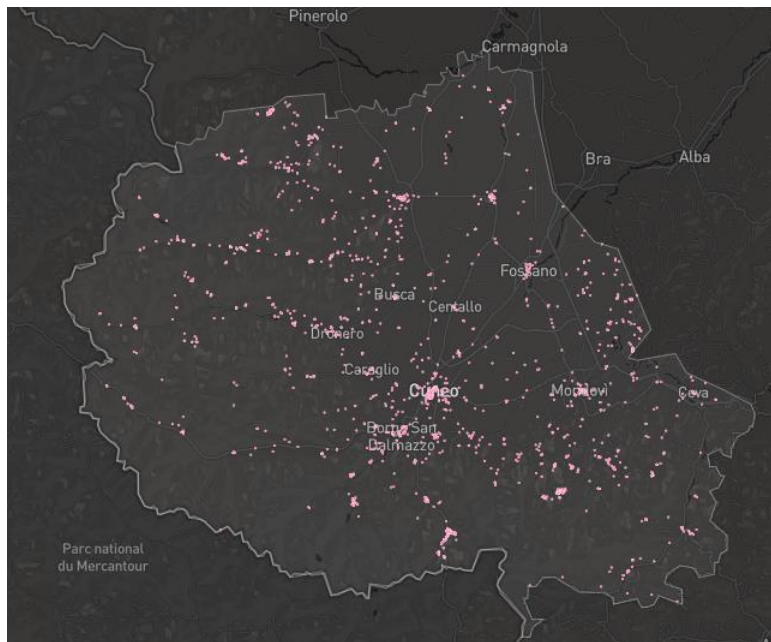
ATL Cuneese: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

AFFITTI BREVI

2024





ATL Cuneese: Cluster & Topic (1)

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

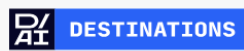
Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	24,0%	93,2/100
Posizione	20,1%	96,4/100
Host	14,5%	96,3/100
Dotazioni	14,4%	84,0/100
Camere	14,1%	86,9/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **24%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **20,1%**, e l'**host**, con il **14,5%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **47**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi, 1.200**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

DESTINATIONS



www.datappeal.io





ATL Cuneese: Cluster & Topic (2)

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24 AREE Cuneese ANNO MESE COMPARTI Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera		
Casa	26,6%	96,2/100
Soggiorno	10,5%	97,4/100
Appartamento	10,4%	97,3/100
Rimanere	6,9%	96,5/100
Giardino	4,8%	98,2/100



www.datappeal.io



Tra gli argomenti più discussi all'interno della **posizione** troviamo la **posizione** stessa con il **39,3%** dei contenuti e un **sentiment** del **98,1/100**.

AFFITTI BREVI

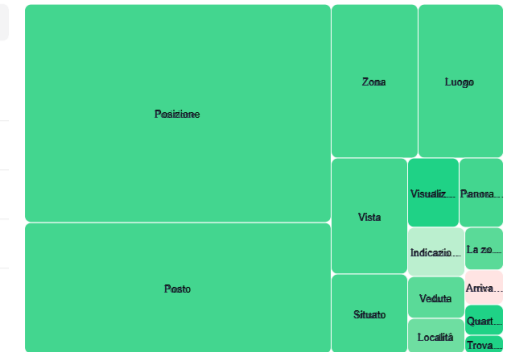
Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**atmosfera** troviamo la **casa** con il **26,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,2/100**.

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24 AREE Cuneese ANNO MESE COMPARTI Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	39,3%	98,1/100
Posto	23,7%	97,0/100
Zona	7,9%	97,7/100
Luogo	7,8%	96,7/100
Vista	5,2%	96,1/100



www.datappeal.io





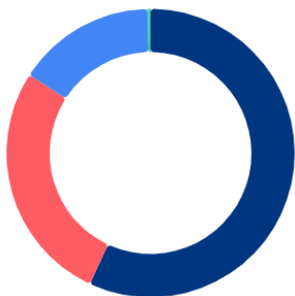
ATL Cuneese: Canali e Social

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Affitti Brevi

Top 5 canali di recensione online

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



● Booking.com ● Airbnb ● Google
● TripAdvisor ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	56,9%	9,0/10	89,9/100
Airbnb	27,2%	9,7/10	96,4/100
Google	15,6%	9,5/10	94,3/100
TripAdvisor	0,3%	7,5/10	74,0/100
Expedia	0,0%	10,0/10	100/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **56,9%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **27,2%**, e **Google**, con il **15,6%**.

DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Cuneese

Ristorazione

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Cuneese: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Cuneese	ANNO	MESE	COMPARTI Locali e Ristorazione
---------------------------------------	------------------------	-------------	-------------	--

Tipologie di comparto più popolari

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

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Ristorante	37,4%	791	49,5%	34,9k	89,3/100
2	Bar	27,8%	588	14,7%	10,3k	87,9/100
3	Pizzeria	9,9%	209	13,4%	9,4k	87,3/100
4	Fast Food	1,0%	21	3,1%	2,2k	81,6/100
5	Gelateria	3,3%	69	3,0%	2,1k	87,4/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **2.400 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 791;**
- **Bar: 588;**
- **Pizzerie: 209;**
- **Gelaterie: 69;**
- **Fast Food: 21.**





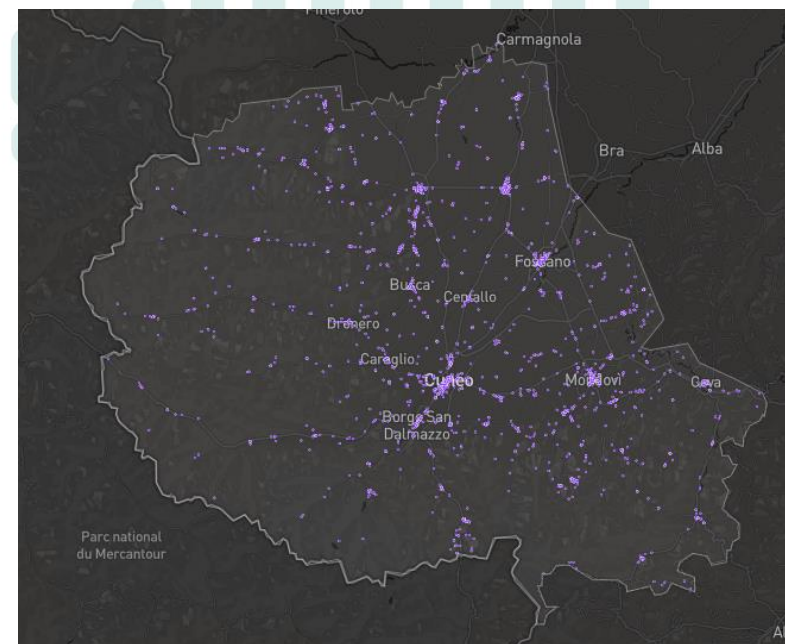
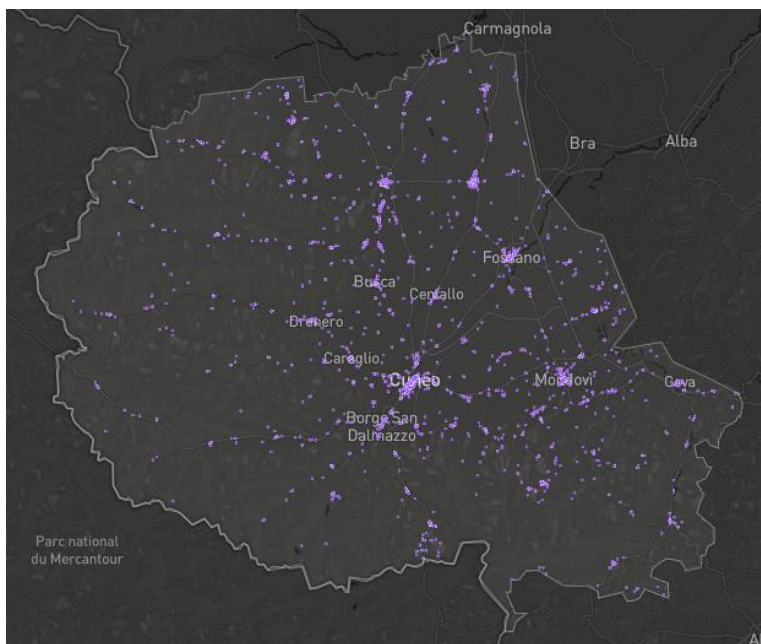
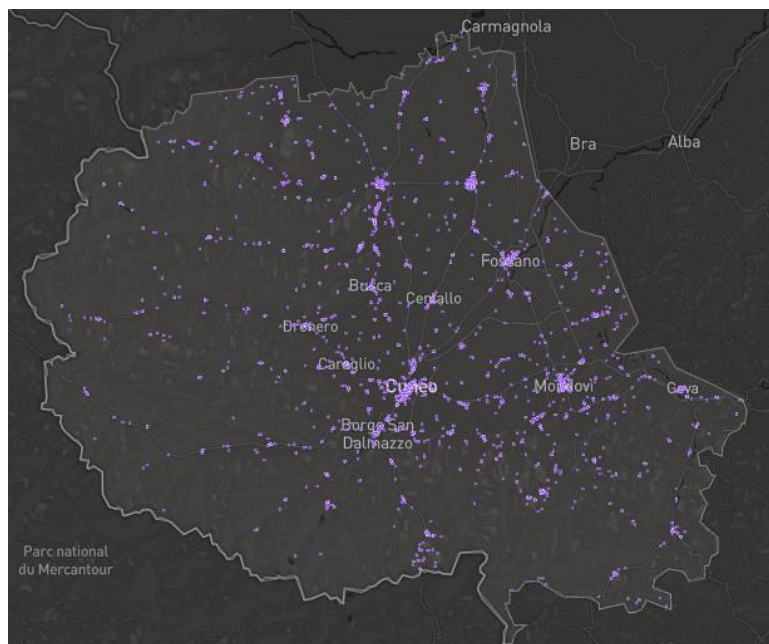
ATL Cuneese: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

RISTORAZIONE

2024





ATL Cuneese: Cluster & Topic (1)

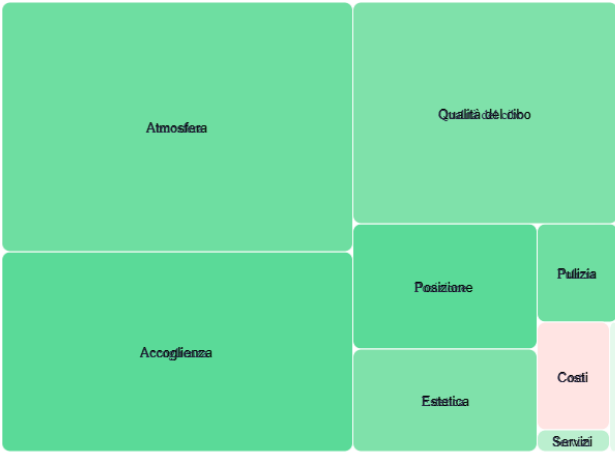
RISTORAZIONE

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	31,6%	90,8/100
Accoglienza	25,2%	92,5/100
Qualità Del Cibo	21,3%	87,6/100
Posizione	8,4%	93,1/100
Estetica	6,8%	87,5/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **31,6%** dei contenuti; segue l'accoglienza, con il **25,2%**, e la qualità del cibo, con il **21,3%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **1.900**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi, 20.900**.

DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





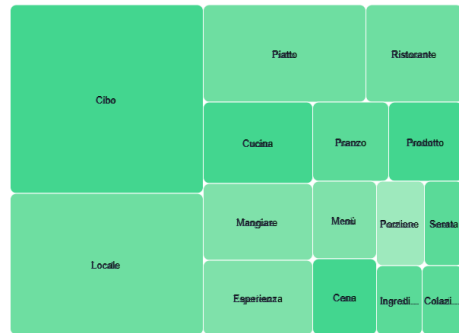
ATL Cuneese: Cluster & Topic (2)

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Cibo	21,4%	94,7/100
Locale	16,1%	89,9/100
Piatto	9,3%	90,9/100
Ristorante	5,6%	89,5/100
Cucina	5,3%	94,3/100



Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'accoglienza troviamo il personale con il 40,3% dei contenuti e un *sentiment* del 95,8/100.

RISTORAZIONE

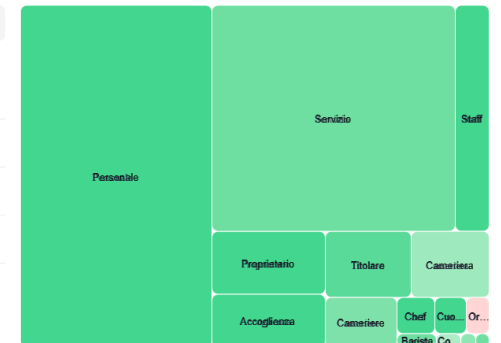
Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'atmosfera troviamo il cibo con il 21,4% dei contenuti e un *sentiment* del 94,7/100.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Accoglienza	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Personale	40,3%	95,8/100
Servizio	34,0%	89,6/100
Staff	4,8%	97,0/100
Proprietario	4,4%	94,2/100
Accoglienza	3,7%	94,4/100





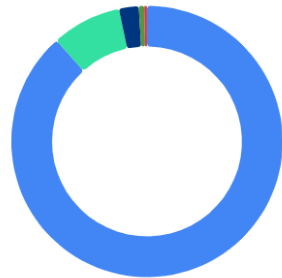
ATL Cuneese: Canali e Social

RISTORAZIONE

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Locali e Ristorazione

Top 5 canali di recensione online

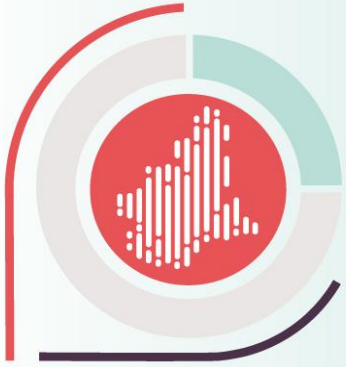
Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



● Google ● TripAdvisor ● Booking.com
● TheFork ● OpenTable

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	88,3%	8,9/10	89,0/100
TripAdvisor	8,3%	8,4/10	84,9/100
Booking.com	2,4%	8,8/10	88,8/100
TheFork	0,7%	9,2/10	92,4/100
OpenTable	0,3%	8,5/10	83,7/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**88,3%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con l'**8,3%**, e **Booking**, con il **2,4%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Cuneese

Attrazioni

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Cuneese: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Attrazioni

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Attrazione	20,5%	223	40,0%	4,1k	91,4/100
2 Chiesa	27,3%	298	10,0%	1,0k	90,8/100
3 Museo	10,6%	115	9,9%	1,0k	92,6/100
4 Castello	1,8%	20	7,5%	771	89,7/100
5 Parco	9,2%	100	7,2%	743	90,3/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **1.400 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: 298;**
- **Attrazioni: 223;**
- **Musei: 115;**
- **Parchi: 100;**
- **Castelli: 20.**



www.datappeal.io





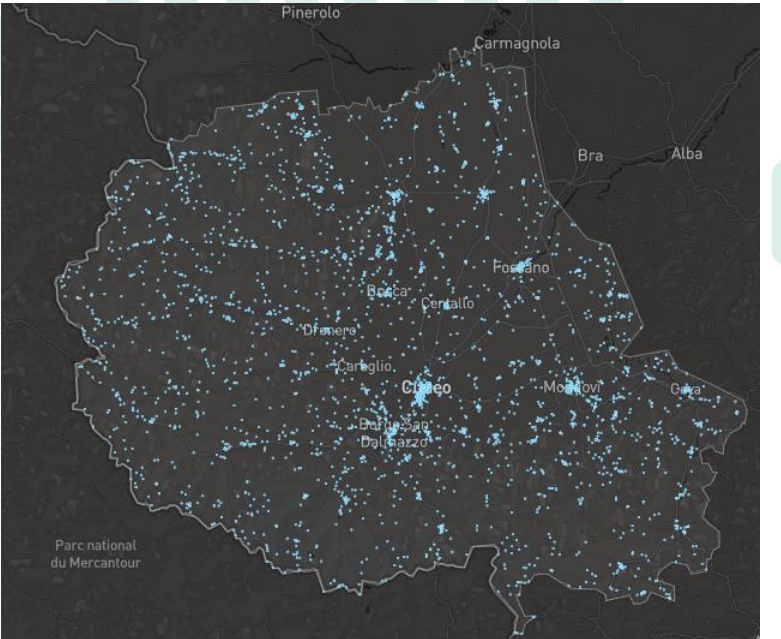
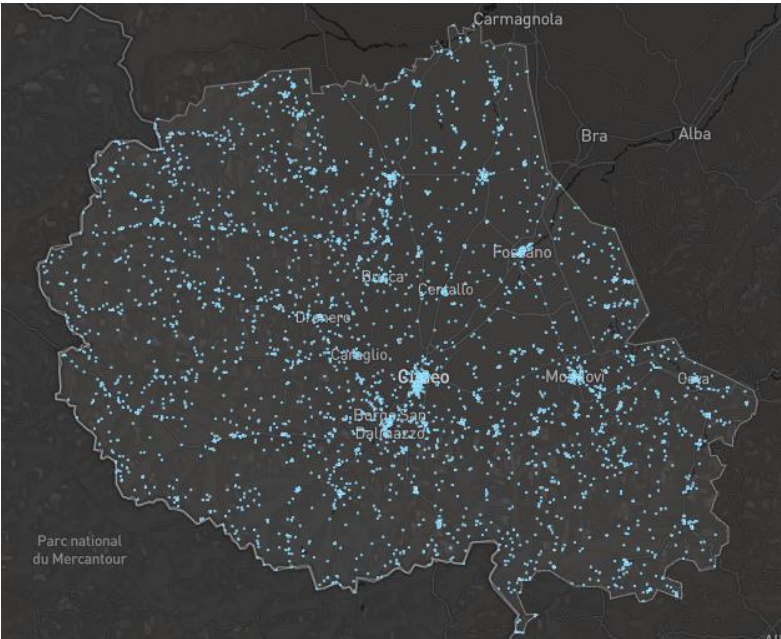
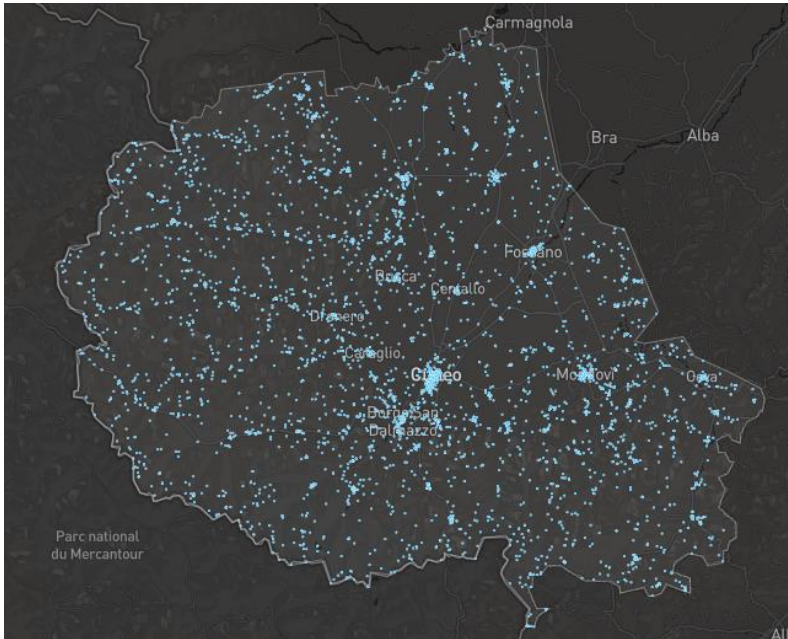
ATL Cuneese: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

ATTRAZIONI

2022

2023

2024



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



ATL Cuneese: Cluster & Topic (1)

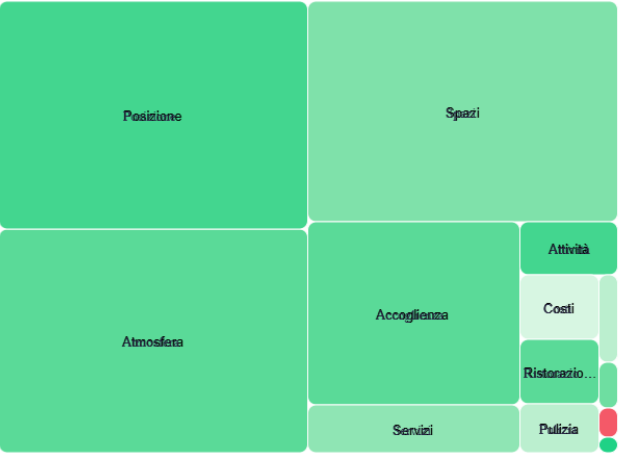
ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	25,1%	94,5/100
Atmosfera	24,7%	93,6/100
Spazi	24,5%	85,9/100
Accoglienza	13,9%	93,8/100
Servizi	3,7%	83,5/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **25,1%** dei contenuti; seguono l'**atmosfera**, con il **24,7%**, e gli **spazi**, con il **24,5%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **65**, con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **893**.

DESTINATIONS

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



www.datappeal.io





ATL Cuneese: Cluster & Topic (2)

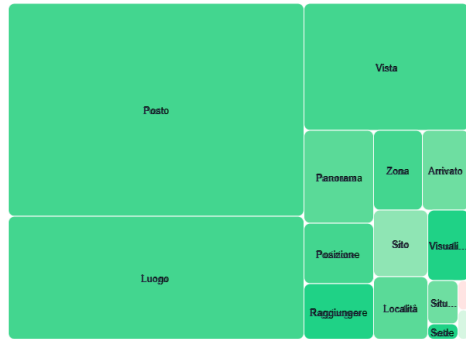
ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posto	40,2%	95,3/100
Luogo	23,3%	94,8/100
Vista	13,4%	96,3/100
Panorama	4,1%	93,3/100
Posizione	2,7%	94,1/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo la **visita** con il **26,4%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,7/100**.

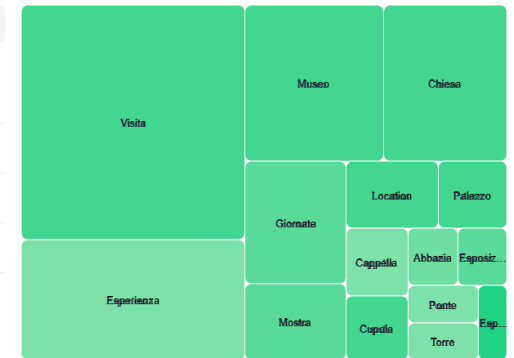
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo il **posto** con il **40,2%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,3/100**.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Visita	26,4%	95,7/100
Esperienza	13,5%	87,9/100
Museo	11,0%	96,8/100
Chiesa	9,8%	97,5/100
Giornata	6,3%	93,8/100



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



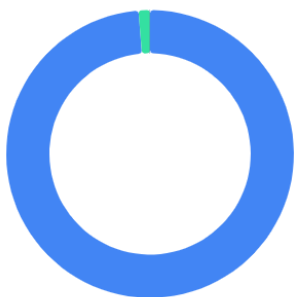
ATL Cuneese: Canali e Social

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Cuneese			Attrazioni

Top 5 canali di recensione online

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



● Google ● TripAdvisor ● Booking.com

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,7%	9,2/10	91,7/100
TripAdvisor	1,3%	8,6/10	84,8/100
Booking.com	0,0%	10,0/10	93,8/100

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



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Focus Sentiment Analysis

ATL Cuneese vs Italia

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





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

COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Cuneese	ANNO	MESE
PERIODO A CONFRONTO 01/01/24 - 31/12/24	AREE A CONFRONTO Italia		

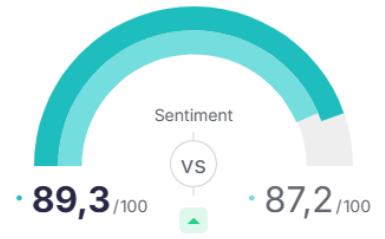
Il valore del *sentiment* dell'ATL del **Cuneese (+0,1)** è superiore rispetto all'Italia: **89,3/100** vs **87,2/100**.

DESTINATIONS

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

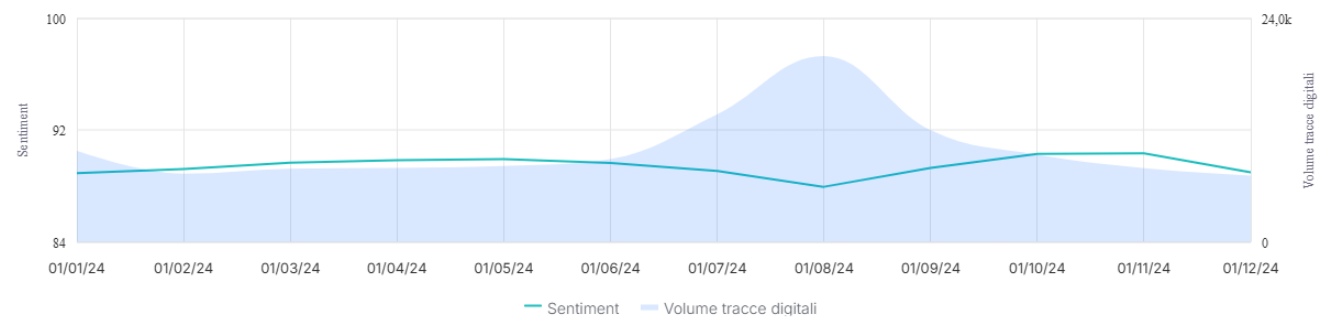
Sentiment

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



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* ATL Cuneese vs Italia

RICETTIVITÀ



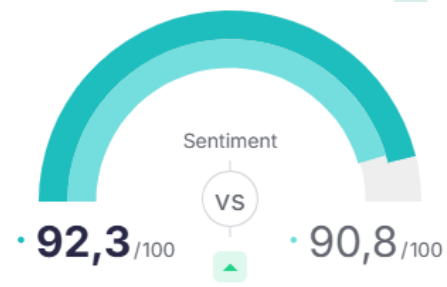
90,2/100 (+0,5) vs 86/100

RISTORAZIONE



88,6/100 (=) vs 86,9/100

AFFITTI BREVI



92,3/100 (+1,5) vs 90,8/100

ATTRAZIONI



91,6/100 (+0,5) vs 91,1/100

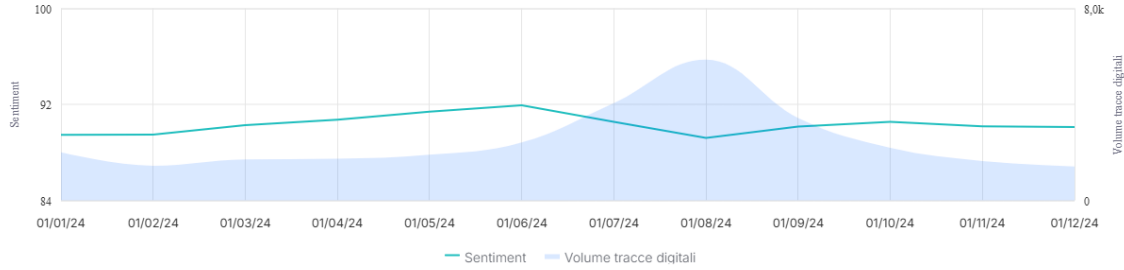


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

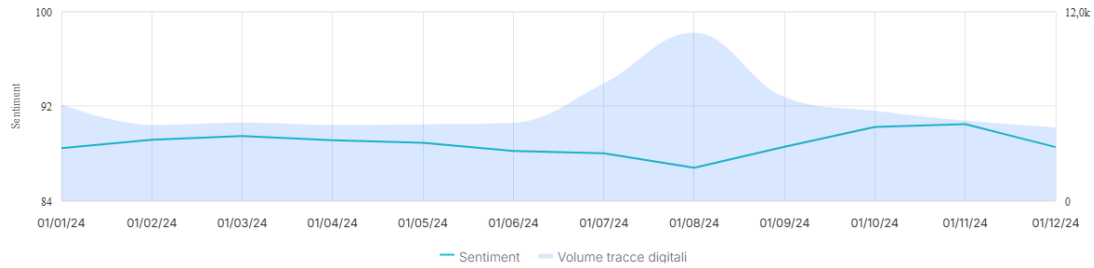
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

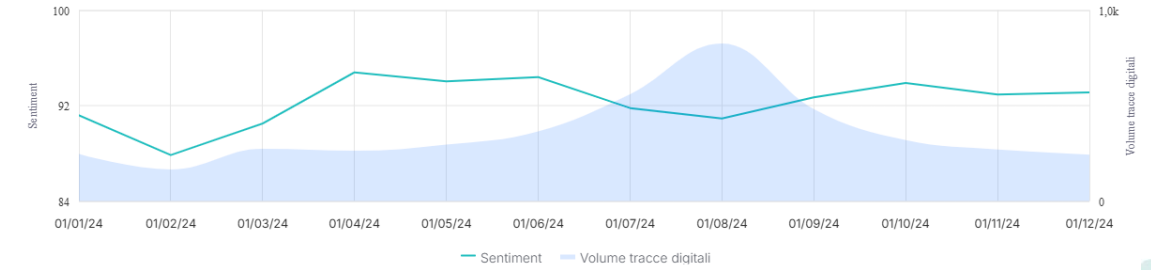
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

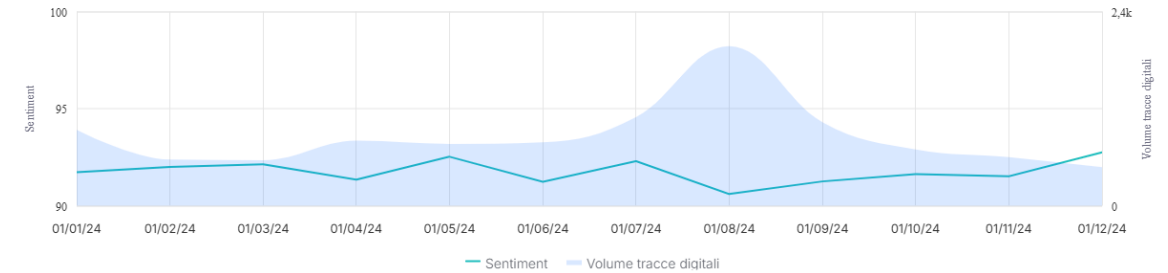
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



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

ATL Distretto dei Laghi

Complessivo

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





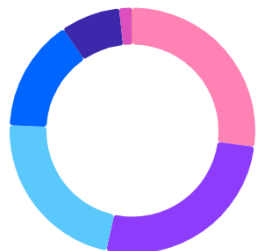
ATL Distretto dei Laghi: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Distretto Laghi
 ANNO:
 MESE:

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

Volume totale POI **5,7k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
Affitti Brevi	27,1%	1,5k	91,6/100
Locali E Ristorazione	26,3%	1,5k	86,7/100
Attrazioni	22,3%	1,3k	92,2/100
Ricettività	14,8%	841	86,6/100
Trasporti	7,8%	442	83,5/100
Intrattenimento	1,7%	98	87,8/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **5.700 punti di interesse:**

- Affitti brevi: 1.500;**
- Ristorazione: 1.500;**
- Attrazioni: 1.300;**
- Ricettività: 841.**



www.datapeal.io





ATL Distretto dei Laghi: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/24 - 31/12/24

AREE
Distretto Laghi

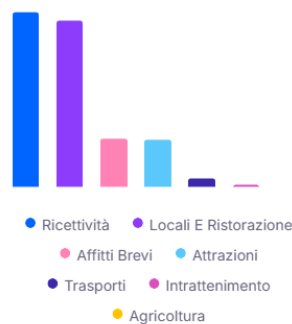
ANNO

MESE

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 **174,1k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🏠 Ricettività	39,1%	68,0k	86,6/100
🍴 Locali E Ristorazione	37,2%	64,7k	86,7/100
🏠 Affitti Brevi	10,7%	18,6k	91,6/100
🏛️ Attrazioni	10,5%	18,3k	92,2/100
🚗 Trasporti	2,0%	3,4k	83,5/100
🎪 Intrattenimento	0,6%	1,0k	87,8/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **174.100 (-10,5%)**, in particolare:

- **Ricettività: 68.000 (-8,9%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ristorazione: 64.700 (-7,7%);**
- **Affitti brevi: 18.600 (-10%);**
- **Attrazioni: 18.300 (-22,3%).**



ATL Distretto dei Laghi: Provenienza viaggiatori

COMPLESSIVO

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi		

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	26,5%	86,6/100
Germania	19,5%	86,1/100
Svizzera	16,0%	85,7/100
Francia	14,5%	86,9/100
Paesi Bassi	4,6%	85,7/100

Il **26,5%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Germania**, con il **19,5%**, e la **Svizzera**, con il **16%**.



www.datappeal.io





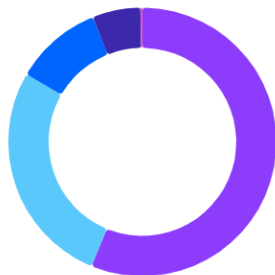
ATL Distretto dei Laghi: Tipologie di viaggio

COMPLESSIVO

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi		

Tipologia di viaggiatore

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	56,2%	86,7/100
Famiglie	27,2%	86,6/100
Amici/Gruppo	10,6%	86,2/100
Singolo	5,8%	86,3/100
Viaggio Di Lavoro	0,3%	83,4/100

Il **56,2%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **27,2%**, e gli **amici/gruppi**, con il **10,6%**.

DESTINATIONS

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



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Distretto dei Laghi

Ricettività

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Distretto dei Laghi: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Ricettività

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Hotel	37,2%	311	73,8%	50,2k	85,8/100
2 B & B	31,9%	267	16,2%	11,0k	90,1/100
3 Campeggi	6,3%	53	4,3%	2,9k	85,6/100
4 Agriturismo	4,8%	40	1,9%	1,3k	88,5/100
5 Resort	4,5%	38	1,1%	716	88,2/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **841 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: 311;**
- **B&B: 267;**
- **Campeggi: 53;**
- **Agriturismi: 40;**
- **Resort: 38.**

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con





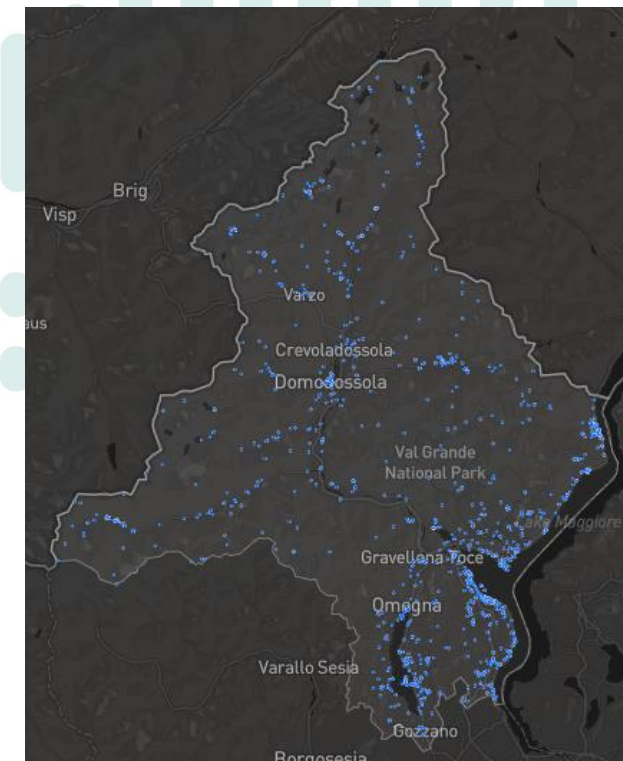
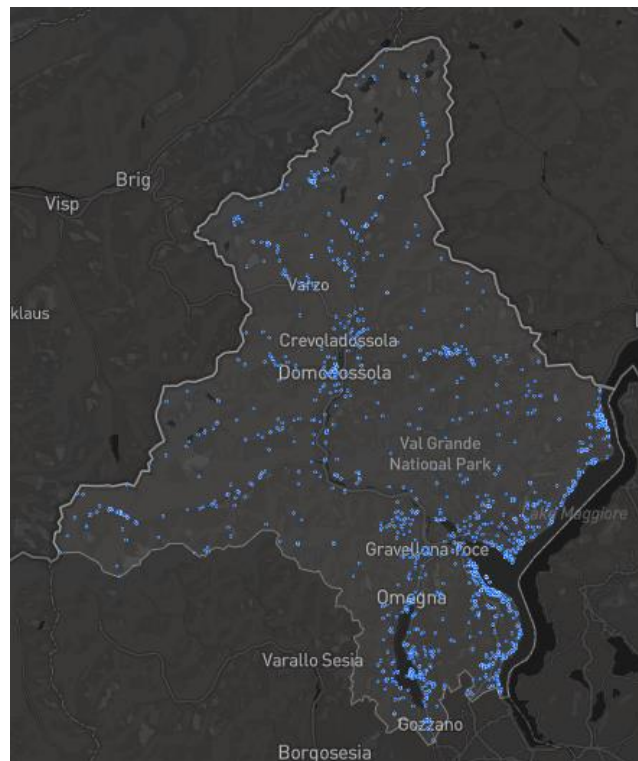
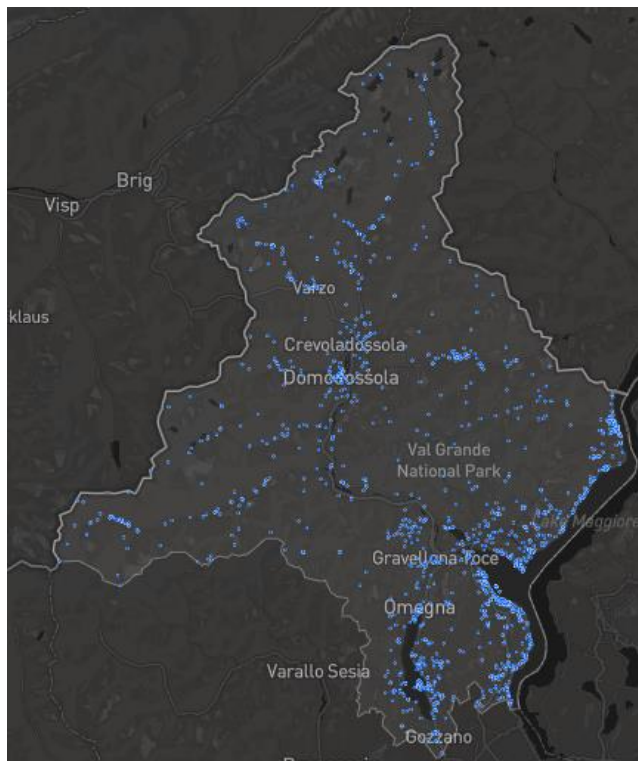
ATL Distretto dei Laghi: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

2022

2023

RICETTIVITÀ

2024





ATL Distretto dei Laghi: Cluster & Topic (1)

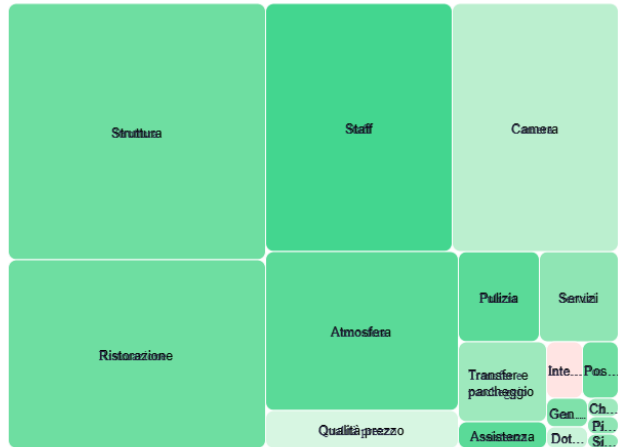
RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali		
	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Struttura	24,2%	90,7/100
Ristorazione	17,8%	88,2/100
Staff	16,9%	94,9/100
Camera	15,2%	73,2/100
Atmosfera	11,2%	92,1/100



- L'argomento più discusso è la **struttura**, con il **24,2%** dei contenuti; segue la **ristorazione**, con il **17,8%**, e lo **staff**, con il **16,9%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **676**, con **giudizio negativo**; la **struttura** ha i maggiori contenuti **positivi**, **22.000**.



ATL Distretto dei Laghi: Cluster & Topic (2)

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Struttura	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	28,9%	97,2/100
Posto	7,4%	92,4/100
Camera	6,7%	83,1/100
Visualizzazione	6,3%	96,4/100
Piscina	4,4%	87,2/100



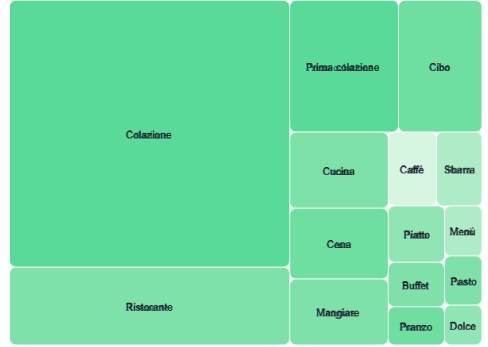
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **struttura** troviamo la **posizione** con il **28,9%** dei contenuti e un **sentiment** del **97,2/100**.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Ristorazione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Colazione	39,6%	91,6/100
Ristorante	11,5%	87,7/100
Prima Colazione	7,6%	92,5/100
Cibo	5,9%	90,0/100
Cucina	3,9%	87,1/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **ristorazione** troviamo la **colazione** con il **39,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **91,6/100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



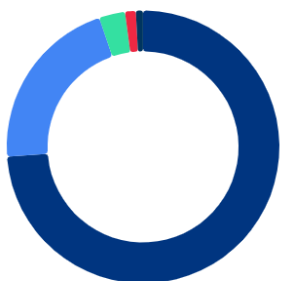
ATL Distretto dei Laghi: Canali e Social

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Ricettività

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	73,4%	8,6/10	86,0/100
Google	20,8%	8,9/10	88,9/100
TripAdvisor	3,1%	8,4/10	84,8/100
Hotels.com	1,3%	8,8/10	88,2/100
Expedia	0,9%	8,8/10	87,6/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **73,4%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **20,8%**, e **TripAdvisor**, con il **3,1%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Distretto dei Laghi

Affitti Brevi

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Distretto dei Laghi: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Affitti Brevi

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Casa O Appartamento	60,6%	934	47,6%	8,8k	93,1/100
2 Affittacamere	27,8%	429	39,9%	7,4k	89,6/100
3 Appartamento Vacanze	11,6%	179	12,5%	2,3k	91,7/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli affitti brevi si riferisce a **1.500 punti di interesse**; in particolare, le **tipologie** di strutture che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 934;**
- **Affittacamere: 429;**
- **Appartamento vacanze: 179.**



www.datappeal.io



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



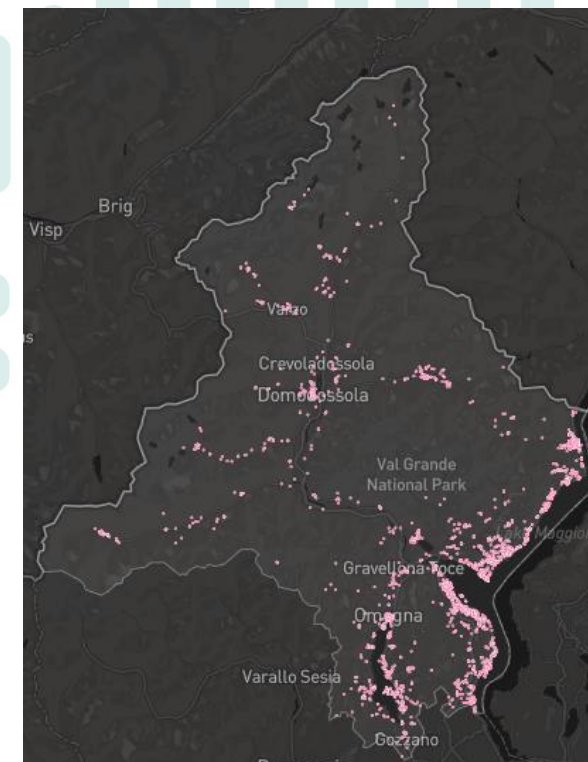
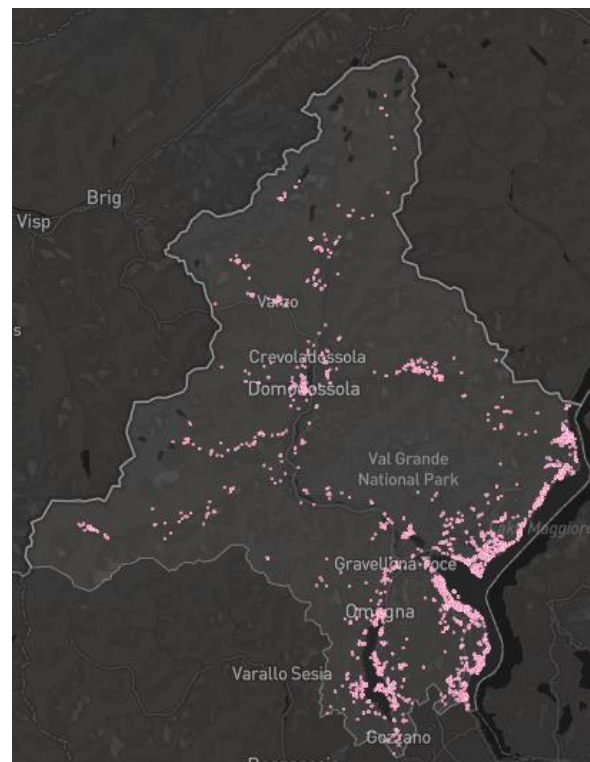
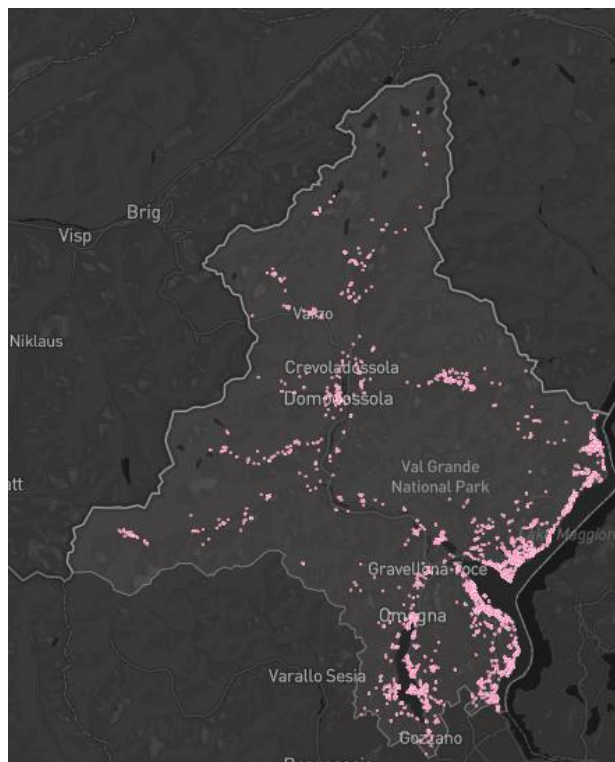
ATL Distretto dei Laghi: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

AFFITTI BREVI

2022

2023

2024





ATL Distretto dei Laghi: Cluster & Topic (1)

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	29,6%	91,5/100
Posizione	25,1%	96,1/100
Dotazioni	15,0%	83,0/100
Host	11,0%	95,0/100
Camere	10,7%	84,9/100



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **29,6%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **25,1%**, e le **dotazioni**, con il **15%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **263**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **6.600**.



ATL Distretto dei Laghi : Cluster & Topic (2)

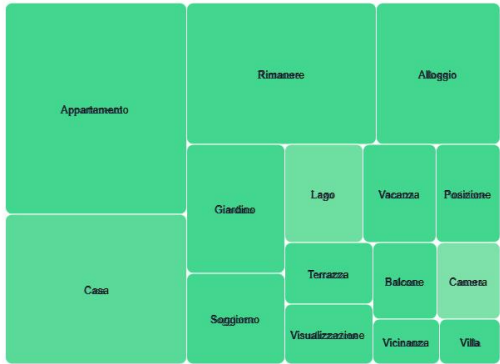
AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Appartamento	16,5%	95,0/100
Casa	11,7%	92,4/100
Rimanere	11,6%	95,2/100
Alloggio	7,6%	94,4/100
Giardino	5,5%	94,9/100



www.datappeal.io

Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo la **posizione** stessa con il **40,7%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,9/100**.

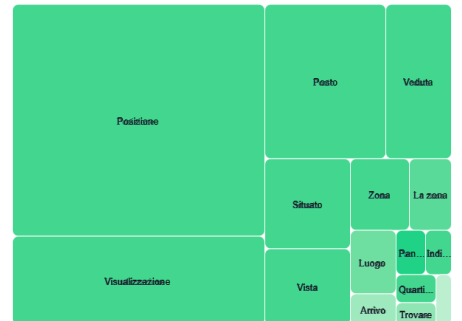
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo l'**appartamento** con il **16,5%** dei contenuti e un **sentiment** del **95/100**.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	40,7%	96,9/100
Visualizzazione	15,7%	98,3/100
Posto	13,1%	95,8/100
Veduta	7,1%	98,1/100
Situato	5,4%	95,4/100



www.datappeal.io

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



ATL Distretto dei Laghi: Canali e Social

AFFITTI BREVI

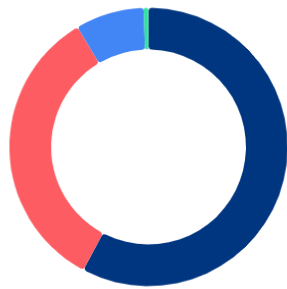
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Affitti Brevi

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	57,7%	8,9/10	89,2/100
Airbnb	33,7%	9,6/10	95,1/100
Google	7,9%	9,4/10	93,7/100
TripAdvisor	0,5%	8,8/10	88,1/100
Hotels.com	0,0%	7,7/10	77,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **57,7%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **33,7%**, e **Google**, con il **7,9%**.



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Distretto dei Laghi

Ristorazione

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Distretto dei Laghi: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
AREE: Distretto Laghi
ANNO:
MESE:
COMPARTI: Locali e Ristorazione

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Ristorante	43,7%	607	58,4%	37,8k	86,9/100
2 Bar	28,4%	394	14,4%	9,3k	85,7/100
3 Pizzeria	5,9%	82	8,5%	5,5k	86,5/100
4 Caffè	6,4%	89	4,0%	2,6k	82,7/100
5 Gelateria	4,5%	63	3,8%	2,4k	90,0/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **1.500 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 607;**
- **Bar: 394;**
- **Caffè: 89;**
- **Pizzerie: 82;**
- **Gelaterie: 63.**



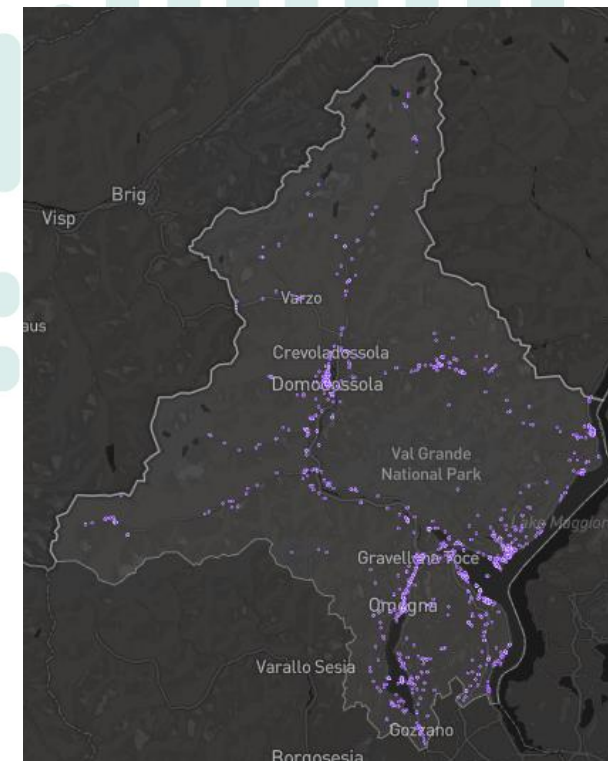
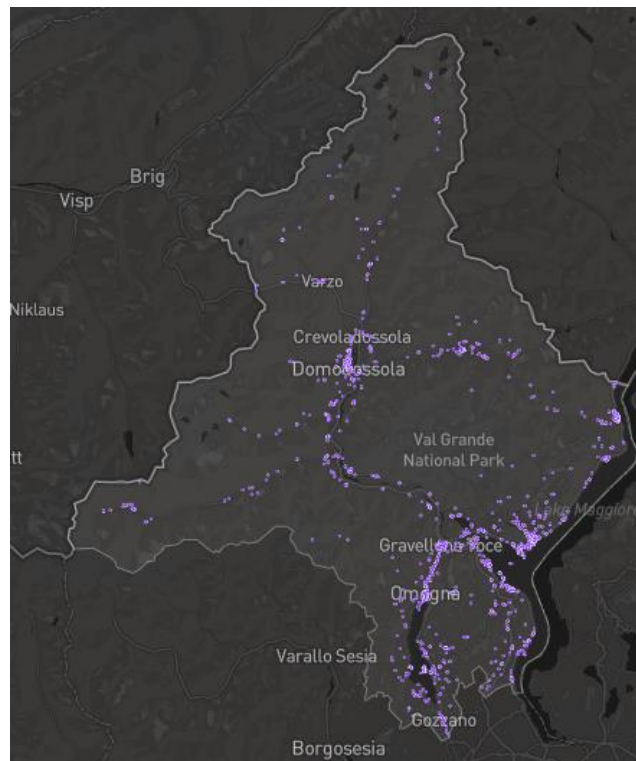
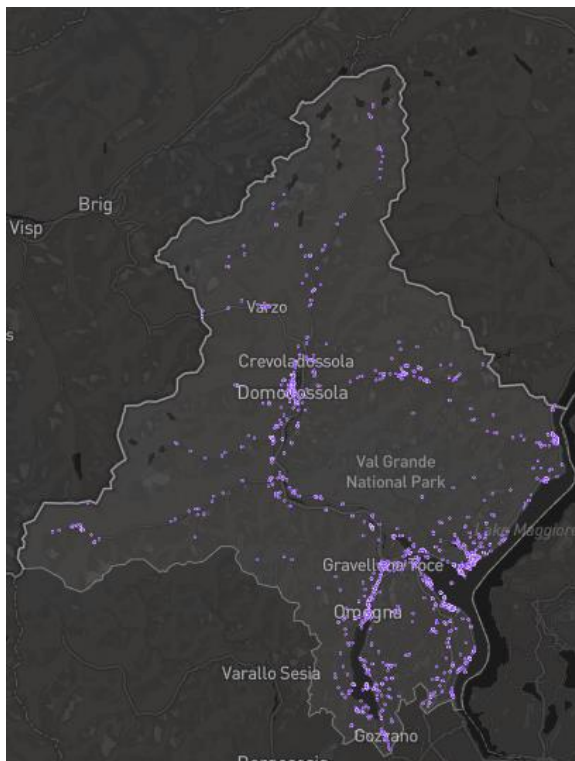
ATL Distretto dei Laghi: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

2022

2023

RISTORAZIONE

2024





ATL Distretto dei Laghi: Cluster & Topic (1)

RISTORAZIONE

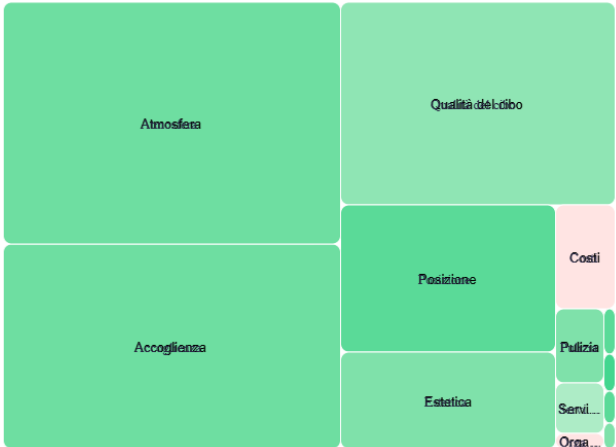
PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	29,7%	88,3/100
Accoglienza	25,3%	90,5/100
Qualità Del Cibo	20,4%	84,8/100
Posizione	11,6%	91,9/100
Estetica	7,6%	85,7/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **29,7%** dei contenuti; segue l'accoglienza, con il **25,3%**, e la qualità del cibo, con il **20,4%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **1.600**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi**, **21.200**.

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



www.datapeel.io





ATL Distretto dei Laghi : Cluster & Topic (2)

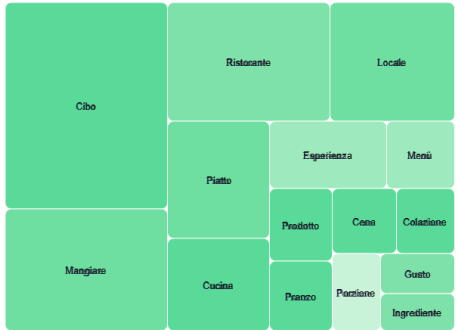
RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Distretto Laghi
 ANNO:
 MESE:
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera		
Cibo	18,9%	92,4/100
Mangiare	11,2%	88,2/100
Ristorante	10,9%	87,6/100
Locale	8,4%	88,2/100
Piatto	6,8%	88,3/100



www.datappeal.io



Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'accoglienza troviamo il servizio con il 41,3% dei contenuti e un sentiment dell'88,5/100.

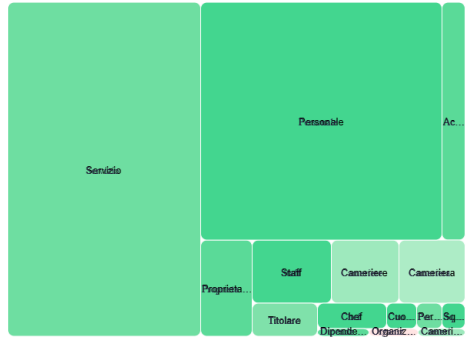
Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'atmosfera troviamo il cibo con il 18,9% dei contenuti e un sentiment del 92,4/100.

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Distretto Laghi
 ANNO:
 MESE:
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Accoglienza		
Servizio	41,3%	88,5/100
Personale	36,8%	94,2/100
Accoglienza	3,5%	92,6/100
Proprietario	3,2%	91,2/100
Staff	3,2%	96,3/100



www.datappeal.io



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



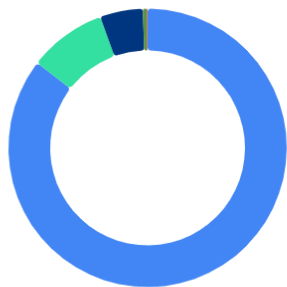
ATL Distretto dei Laghi: Canali e Social

RISTORAZIONE

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Locali e Ristorazione

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	85,3%	8,7/10	87,1/100
TripAdvisor	9,1%	8,1/10	81,9/100
Booking.com	5,0%	8,7/10	87,7/100
TheFork	0,5%	9,2/10	91,5/100
Hotels.com	0,1%	9,0/10	90,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**85,3%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **9,1%**, e **Booking**, con il **5%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Distretto dei Laghi

Attrazioni

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Distretto dei Laghi: **Tipologie di comparto più popolari**

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
AREE: Distretto Laghi
ANNO:
MESE:
COMPARTI: Attrazioni

Tipologie di comparto più popolari

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

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Attrazione	24,2%	209	32,2%	5,9k	92,4/100
2	Museo	7,4%	64	14,3%	2,6k	93,3/100
3	Giardino Botanico	1,0%	9	7,5%	1,4k	92,7/100
4	Parco	9,2%	79	6,6%	1,2k	90,4/100
5	Area Escursionistica	19,1%	165	5,2%	953	92,5/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **1.300 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie attrattive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Attrazioni: 209;**
- **Aree escursionistiche: 165;**
- **Parchi: 79;**
- **Musei: 64;**
- **Giardini botanici: 9.**



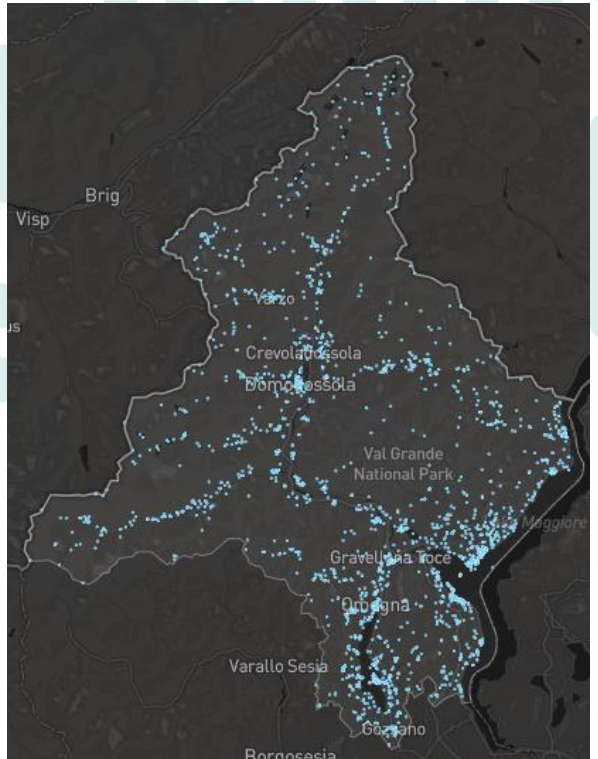
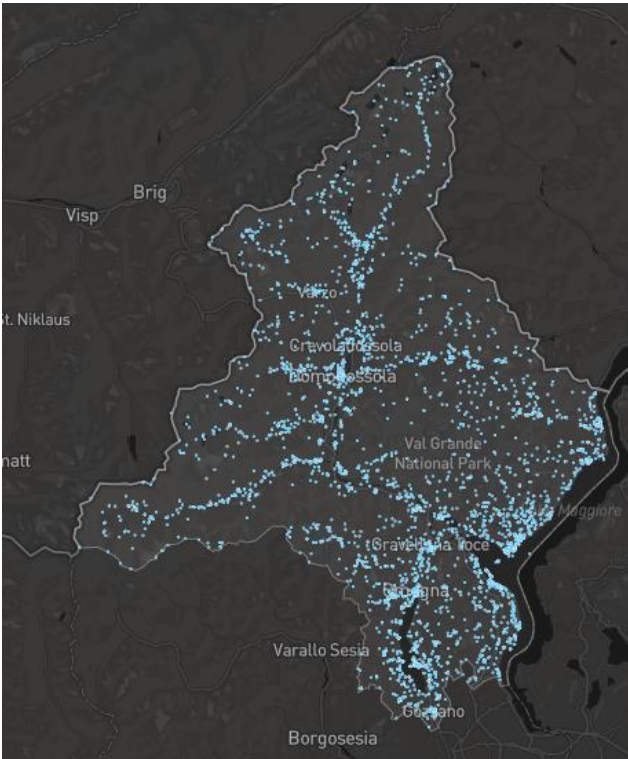
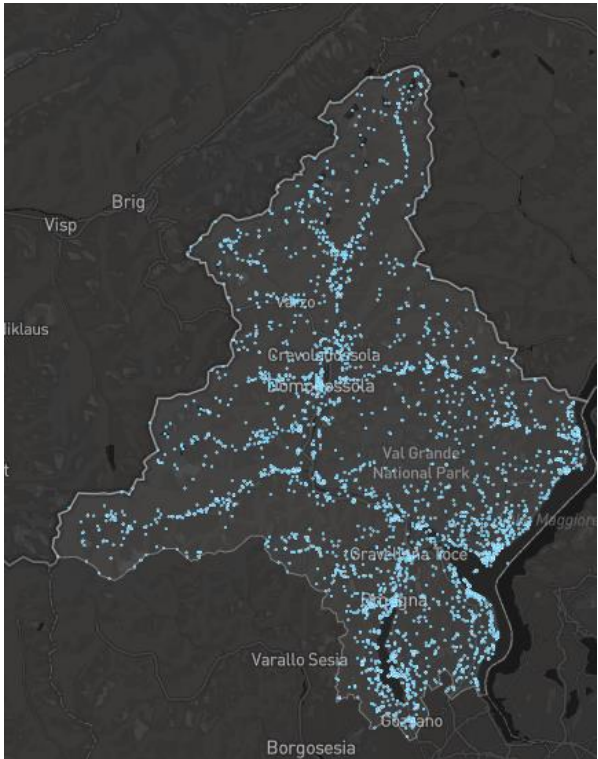
ATL Distretto dei Laghi: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

ATTRAZIONI

2022

2023

2024



ATLAS DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



ATL Distretto dei Laghi: Cluster & Topic (1)

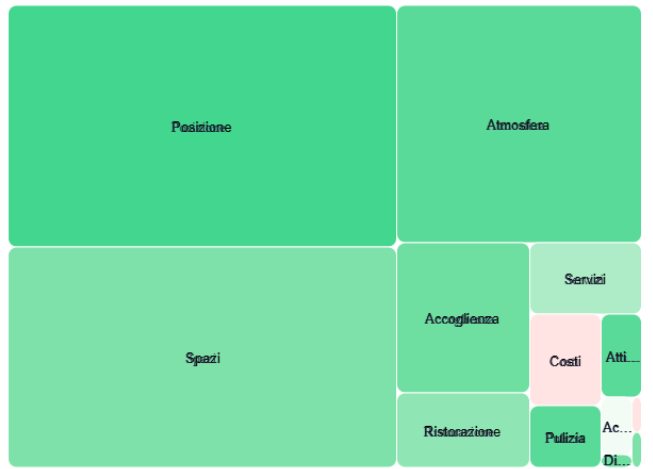
ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	32,0%	95,0/100
Spazi	29,3%	87,0/100
Atmosfera	19,9%	92,7/100
Accoglienza	6,8%	89,3/100
Ristorazione	3,4%	83,6/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **32%** dei contenuti; seguono gli **spazi**, con il **29,3%**, e l'**atmosfera**, con il **19,9%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **123**, con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **1.800**.



www.datappeal.io





ATL Distretto dei Laghi : Cluster & Topic (2)

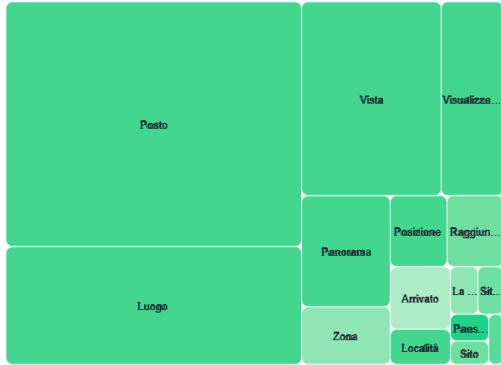
ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posto	39,6%	95,9/100
Luogo	19,1%	96,5/100
Vista	14,9%	96,4/100
Visualizzazione	6,7%	97,0/100
Panorama	5,4%	96,0/100



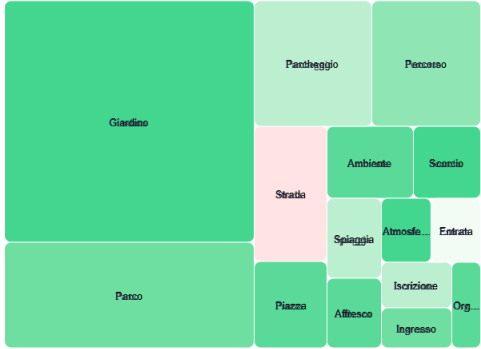
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo il **posto** con il **39,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,9/100**.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Spazi	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Giardino	26,2%	95,9/100
Parco	11,5%	90,7/100
Parcheggio	6,4%	74,5/100
Percorso	6,0%	84,1/100
Strada	4,3%	58,3/100



DESTINATIONS

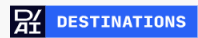
Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno degli **spazi** troviamo il **giardino** con il **26,2%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,9/100**.



www.datappeal.io





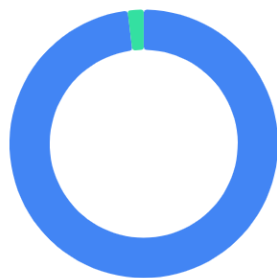
ATL Distretto dei Laghi: Canali e Social

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi			Attrazioni

Top 5 canali di recensione online

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



● Google ● TripAdvisor

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,1%	9,3/10	92,4/100
TripAdvisor	1,9%	8,2/10	82,6/100

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





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Focus Sentiment Analysis

ATL Distretto dei Laghi vs Italia

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





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

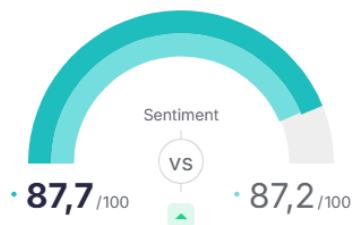
COMPLESSIVO

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Distretto Laghi		
PERIODO A CONFRONTO	AREE A CONFRONTO		
01/01/24 - 31/12/24	Italia		

Il valore del *sentiment* dell'ATL del **Distretto dei Laghi (+0,3)** è superiore rispetto all'Italia: **87,7/100** vs **87,2/100**.

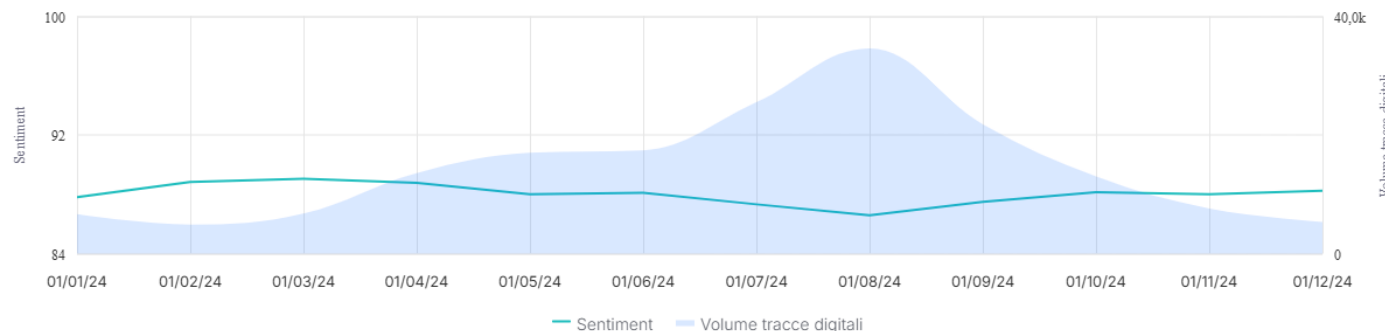
Sentiment

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



Volume tracce digitali e sentiment

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



DAI DESTINATIONS

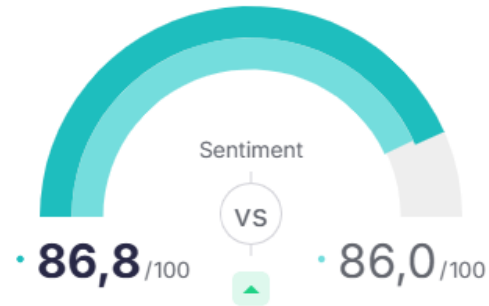
www.datapeel.io





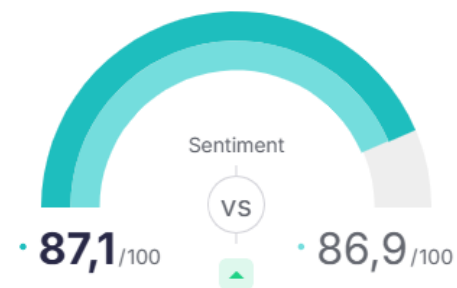
Recensioni on-line e *sentiment* ATL Distretto dei Laghi vs Italia

RICETTIVITÀ



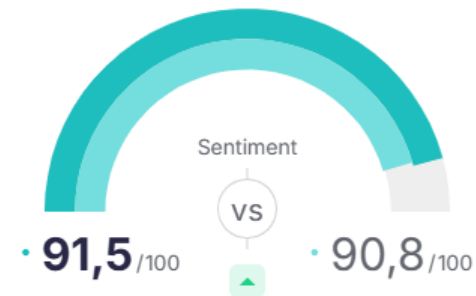
86,8/100 (+0,4) vs 86/100

RISTORAZIONE



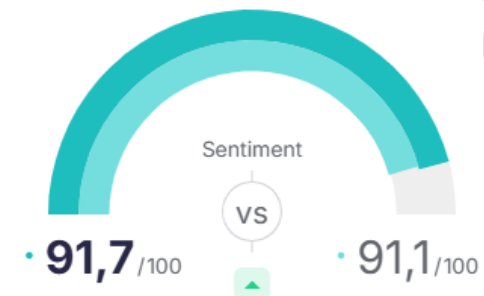
87,1/100 (+0,4) vs 86,9/100

AFFITTI BREVI



91,5/100 (+0,3) vs 90,8/100

ATTRAZIONI



91,7/100 (+0,3) vs 91,1/100

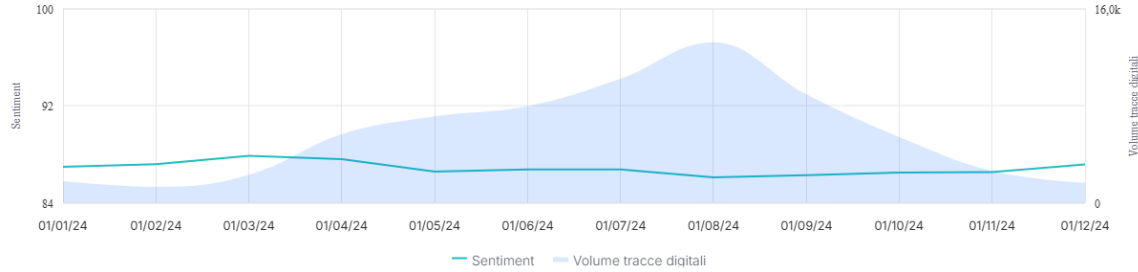


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

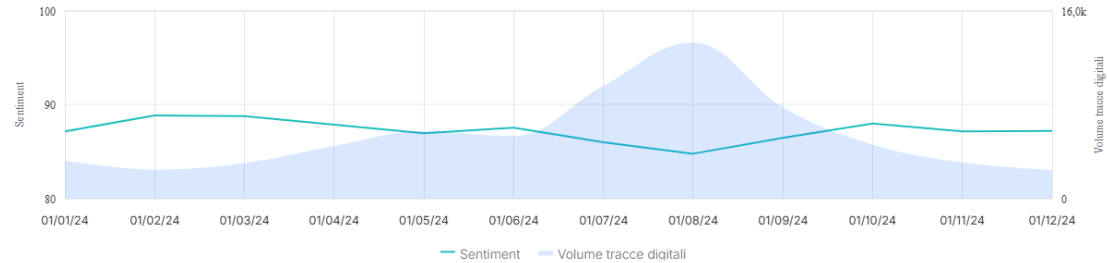
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

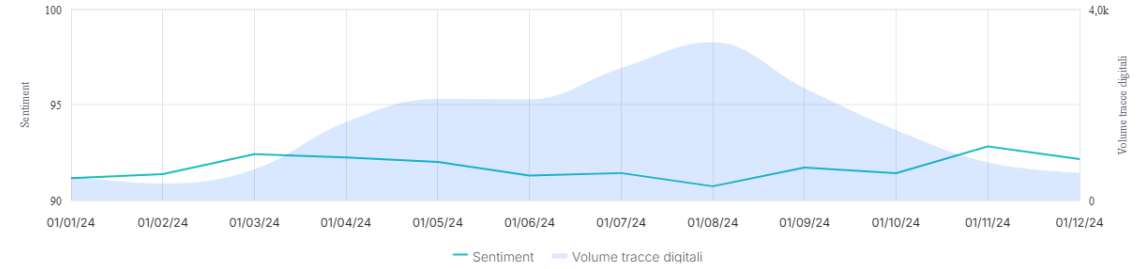
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

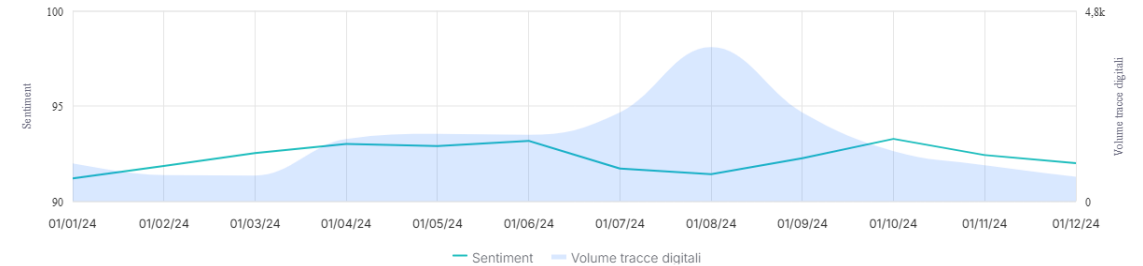
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



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

ATL Langhe Monferrato Roero

Complessivo

Anno 2024
01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Langhe Monferrato Roero: Distribuzione del volume dei POI

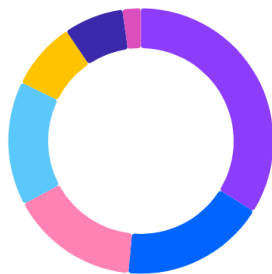
COMPLESSIVO

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Langhe Monf.to Roero
 ANNO:
 MESE:

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **7,3k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
🍴 Locali E Ristorazione	33,9%	2,5k	89,5/100
🏠 Ricettività	17,6%	1,3k	91,2/100
🏠 Affitti Brevi	15,6%	1,1k	93,2/100
🏛️ Attrazioni	15,1%	1,1k	90,4/100
🌾 Agricoltura	8,2%	604	95,4/100
🚗 Trasporti	7,3%	531	81,8/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **7.300 punti di interesse:**

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



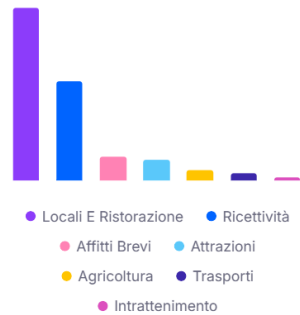
ATL Langhe Monferrato Roero: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24 AREE: Langhe Monf.to Roero ANNO: MESE:

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 **174,1k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴 Locali E Ristorazione	51,2%	89,1k	89,5/100
🏠 Ricettività	29,5%	51,3k	91,2/100
🏠 Affitti Brevi	7,1%	12,4k	93,2/100
🏛️ Attrazioni	6,1%	10,6k	90,4/100
🌾 Agricoltura	3,0%	5,2k	95,4/100
🚗 Trasporti	2,1%	3,7k	81,8/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **174.100 (-13,5%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 89.100 (-15%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 51.300 (-10,2%);**
- **Affitti brevi: 12.400 (-4,7%);**
- **Attrazioni: 10.600 (-28,8%).**





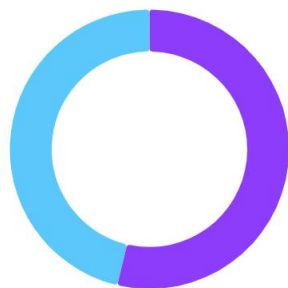
ATL Langhe Monferrato Roero: **Provenienza viaggiatori**

COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Langhe Monf.to Roero	ANNO	MESE
---------------------------------------	-------------------------------------	-------------	-------------

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	53,7%	89,8/100
Svizzera	11,3%	90,6/100
Francia	6,9%	89,9/100
Germania	5,2%	90,7/100
Paesi Bassi	4,7%	91,3/100

Il **53,7%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Svizzera**, con l'**11,3%**, e la **Francia**, con il **6,9%**.





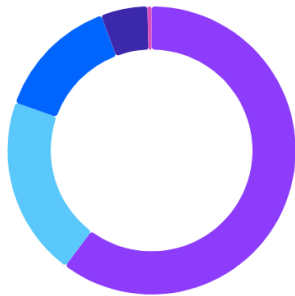
ATL Langhe Monferrato Roero: **Tipologie di viaggio**

COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Langhe Monf.to Roero	ANNO	MESE
--------------------------------	------------------------------	------	------

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	60,2%	90,8/100
❤️ Famiglie	20,2%	90,6/100
👥 Amici/Gruppo	13,9%	90,2/100
👤 Singolo	5,2%	89,0/100
👜 Viaggio Di Lavoro	0,5%	91,7/100

Il **60,2%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **20,2%**, e gli **amici/gruppi**, con il **13,9%**.



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Langhe Monferrato Roero

Ricettività

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Langhe Monferrato Roero: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
AREE: Langhe Monf.to
Roero
ANNO:
MESE:
COMPARTI: Ricettività

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Hotel	22,0%	283	40,6%	20,8k	89,4/100
2 B & B	44,4%	572	34,9%	17,9k	92,4/100
3 Agriturismo	26,1%	336	21,3%	10,9k	92,5/100
4 Resort	0,9%	12	1,5%	769	94,0/100
5 Altri Alloggi	3,4%	44	0,6%	285	94,8/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **1.300 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ricettive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **B&B: 572;**
- **Agriturismi: 336;**
- **Hotel: 283;**
- **Altri alloggi: 44;**
- **Resort: 12.**



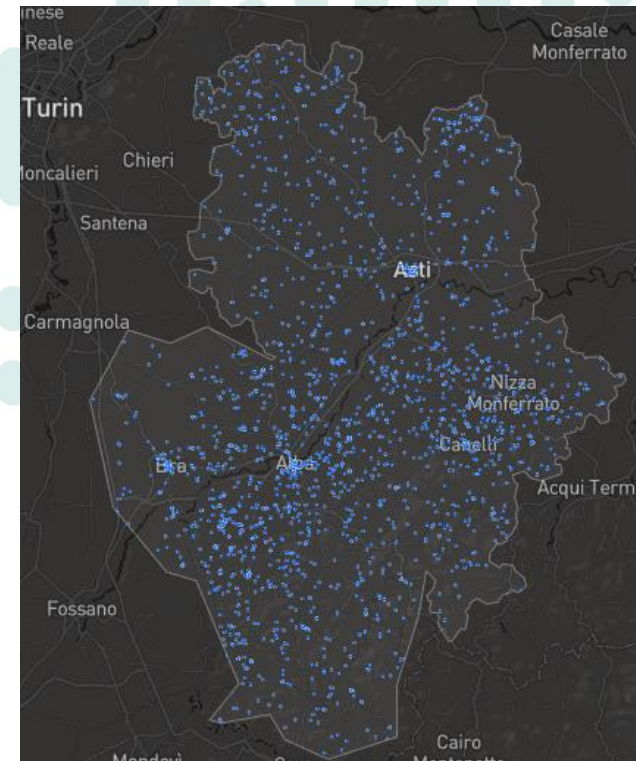
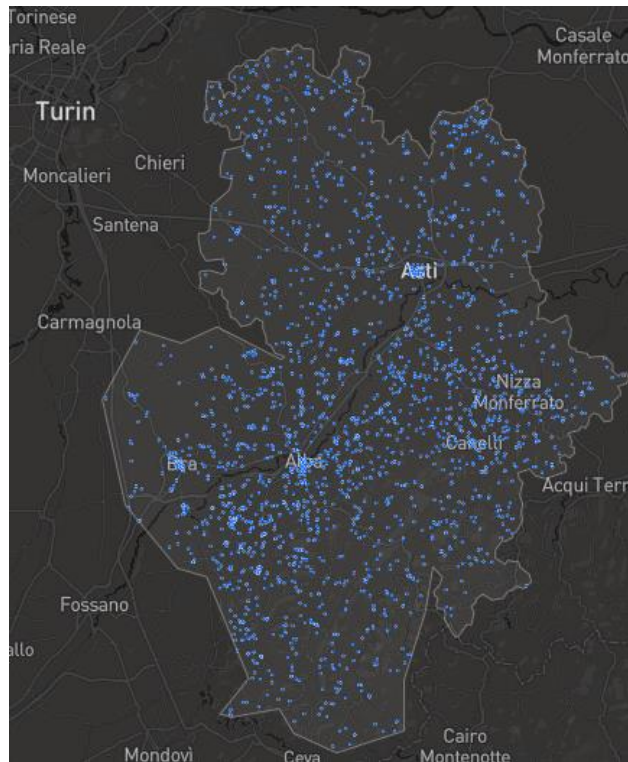
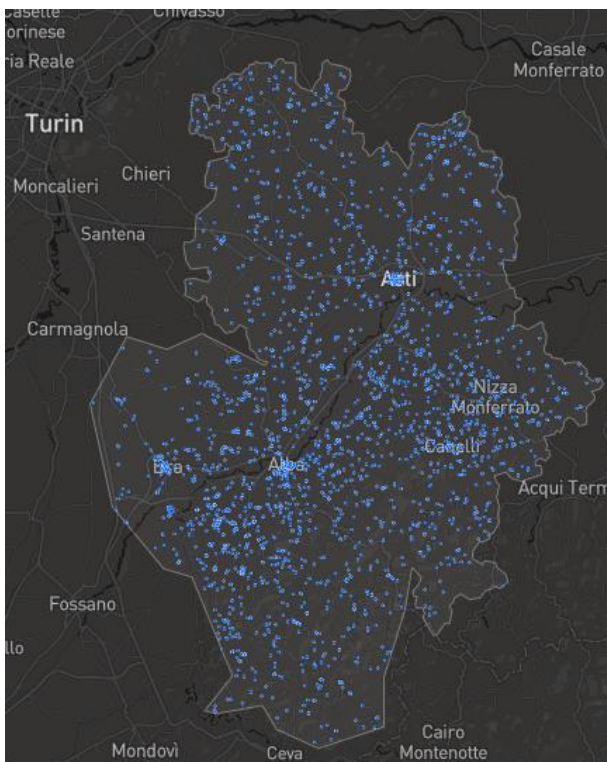
ATL Langhe Monferrato Roero: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

RICETTIVITÀ

2022

2023

2024



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



ATL Langhe Monferrato Roero: Cluster & Topic (1)

RICETTIVITÀ

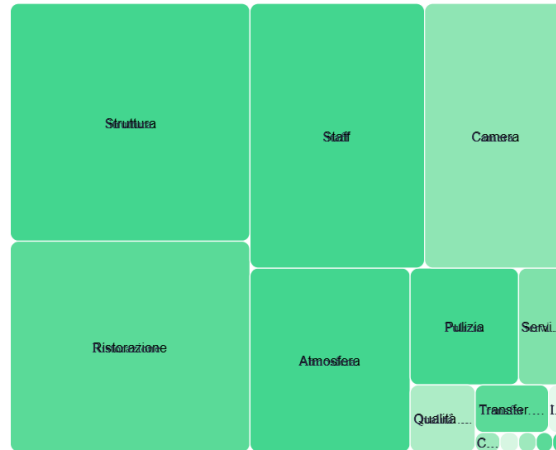
PERIODO 01/01/24 - 31/12/24
AREE Langhe Monf.to
Roero
ANNO
MESE
COMPARTI Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Struttura	22,7%	94,2/100
Ristorazione	20,1%	93,0/100
Staff	18,4%	96,7/100
Camera	15,1%	82,9/100
Atmosfera	11,8%	95,0/100



- L'argomento più discusso è la **struttura**, con il **22,7%** dei contenuti; segue la **ristorazione**, con il **20,1%**, e lo **staff**, con il **18,4%**.
- Il tema della **qualità del prezzo** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **1.200**, con **giudizio negativo**; la **struttura** ha i maggiori contenuti **positivi**, **16.100**.



ATL Langhe Monferrato Roero: Cluster & Topic (2)

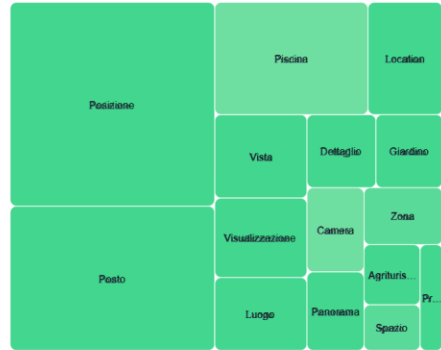
RICETTIVITÀ

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Langhe Monf.to Roero	ANNO	MESE	COMPARTI Ricettività
--------------------------------	---------------------------------	------	------	-------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Struttura	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	20,9%	97,4/100
Posto	14,8%	96,6/100
Piscina	8,6%	90,6/100
Location	4,2%	97,4/100
Vista	3,8%	97,2/100



Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **struttura** troviamo la **posizione** con il **20,9%** dei contenuti e un **sentiment** del **97,4/100**.

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Langhe Monf.to Roero	ANNO	MESE	COMPARTI Ricettività
--------------------------------	---------------------------------	------	------	-------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Ristorazione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Colazione	39,4%	94,5/100
Cibo	8,4%	95,7/100
Ristorante	7,6%	91,1/100
Vino	7,2%	97,1/100
Cucina	4,6%	95,6/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **ristorazione** troviamo la **colazione** con il **39,4%** dei contenuti e un **sentiment** del **94,5/100**.

DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io



www.datappeal.io





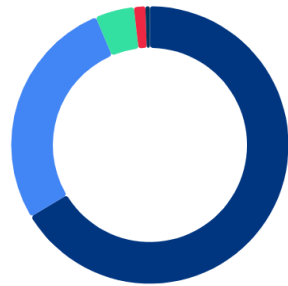
ATL Langhe Monferrato Roero: **Canali e Social**

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Langhe Monf.to Roero			Ricettività

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	66,1%	9,0/10	90,3/100
Google	27,1%	9,3/10	93,4/100
TripAdvisor	4,5%	9,0/10	90,3/100
Hotels.com	1,3%	9,3/10	93,0/100
Expedia	0,5%	9,4/10	93,7/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **66,1%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **27,1%**, e **TripAdvisor**, con il **4,5%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Langhe Monferrato Roero

Affitti Brevi

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Langhe Monferrato Roero: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO
01/01/24 - 31/12/24

AREE
Langhe Monf.to
Roero

ANNO

MESE

COMPARTI
Affitti Brevi

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Casa O Appartamento	53,5%	613	44,9%	5,6k	94,2/100
2 Affittacamere	31,1%	356	39,4%	4,9k	91,9/100
3 Appartamento Vacanze	15,4%	176	15,7%	1,9k	93,4/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.100 punti di interesse**; in particolare, le **tipologie** di strutture che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 613;**
- **Affittacamere: 356;**
- **Appartamento vacanze: 176.**



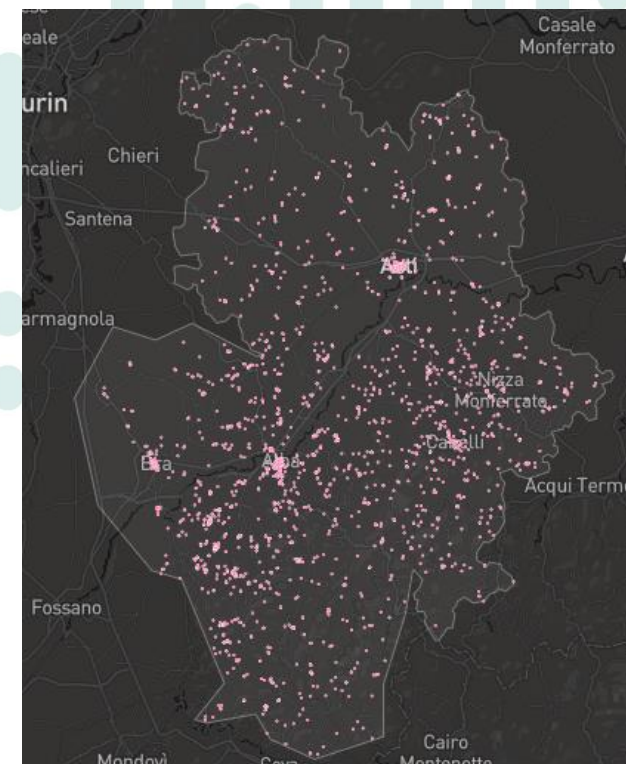
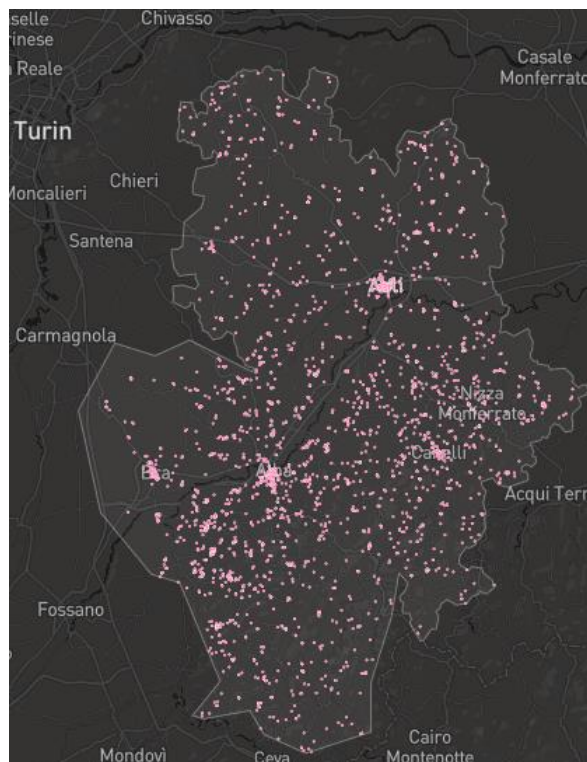
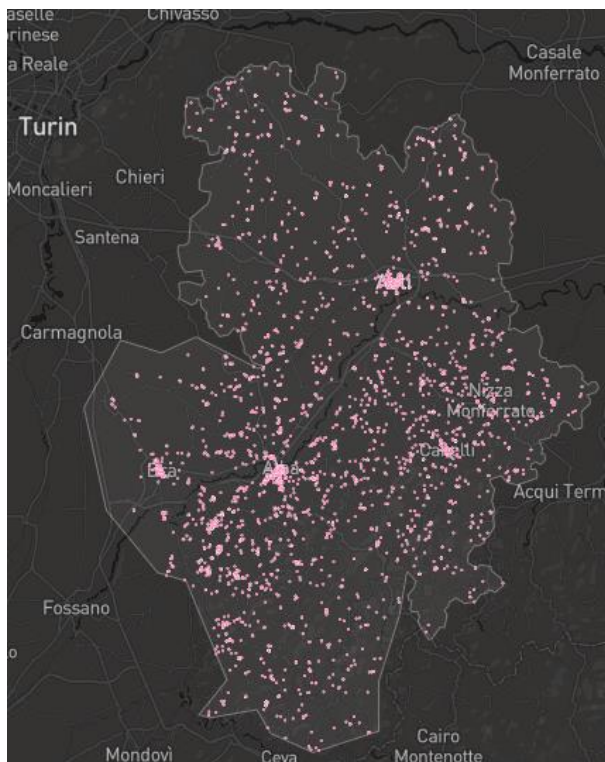
ATL Langhe Monferrato Roero: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

AFFITTI BREVI

2022

2023

2024





ATL Langhe Monferrato Roero: Cluster & Topic (1)

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Langhe Monf.to Roero			Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	25,1%	93,5/100
Posizione	23,4%	97,2/100
Dotazioni	14,7%	87,8/100
Camere	12,6%	89,8/100
Host	12,0%	96,5/100



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **25,1%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **23,4%**, e le **dotazioni**, con il **14,7%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **93**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **3.500**.

DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





ATL Langhe Monferrato Roero: Cluster & Topic (2)

AFFITTI BREVI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Langhe Monf.to Roero	ANNO	MESE	COMPARTI Affitti Brevi
--------------------------------	---------------------------------	------	------	---------------------------

Argomenti più discussi
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Casa	20,6%	95,4/100
Appartamento	14,6%	97,7/100
Soggiorno	7,4%	94,1/100
Rimanere	6,4%	95,8/100
Alloggio	5,4%	94,0/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo la **posizione** stessa con il **39,1%** dei contenuti e un **sentiment** del **98,3/100**.

Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo la **casa** con il **20,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,4/100**.

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Langhe Monf.to Roero	ANNO	MESE	COMPARTI Affitti Brevi
--------------------------------	---------------------------------	------	------	---------------------------

Argomenti più discussi
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	39,1%	98,3/100
Posto	22,8%	97,7/100
Visualizzazione	6,6%	98,8/100
Zona	6,3%	95,3/100
Vista	5,7%	95,8/100





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

AFFITTI BREVI

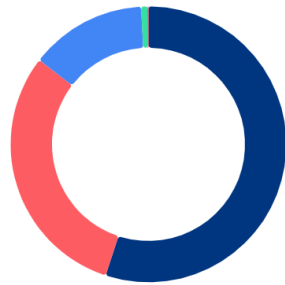
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Langhe Monf.to Roero	ANNO	MESE	COMPARTI Affitti Brevi
---------------------------------------	--	-------------	-------------	----------------------------------

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	55,0%	9,0/10	90,3/100
Airbnb	30,4%	9,8/10	96,9/100
Google	13,7%	9,7/10	96,5/100
TripAdvisor	0,8%	9,1/10	90,8/100
Hotels.com	0,1%	8,8/10	89,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **55%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **30,4%**, e **Google**, con il **13,7%**.



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Langhe Monferrato Roero

Ristorazione

Anno 2024
01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Langhe Monferrato Roero: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Langhe Monf.to Roero	ANNO	MESE	COMPARTI Locali e Ristorazione
---------------------------------------	--	-------------	-------------	---

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

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	42,0%	925	62,0%	55,3k	90,2/100
2 Pizzeria	10,2%	224	12,0%	10,7k	87,7/100
3 Bar	22,3%	490	10,3%	9,2k	86,7/100
4 Gelateria	2,9%	63	2,3%	2,1k	91,9/100
5 Wine Bar	3,8%	83	2,2%	2,0k	92,3/100

- **Ristoranti: 925;**
- **Bar: 490;**
- **Pizzerie: 224;**
- **Wine bar: 83;**
- **Gelaterie: 63.**

DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





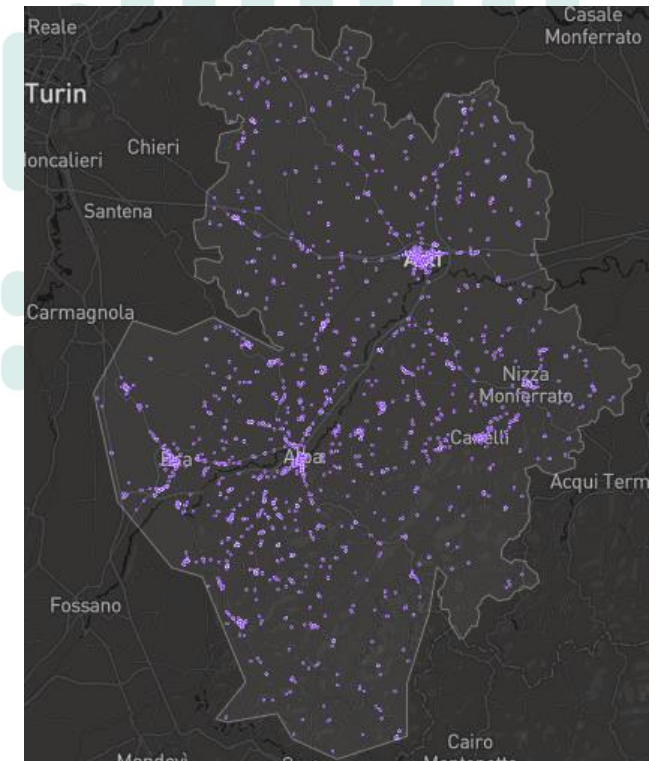
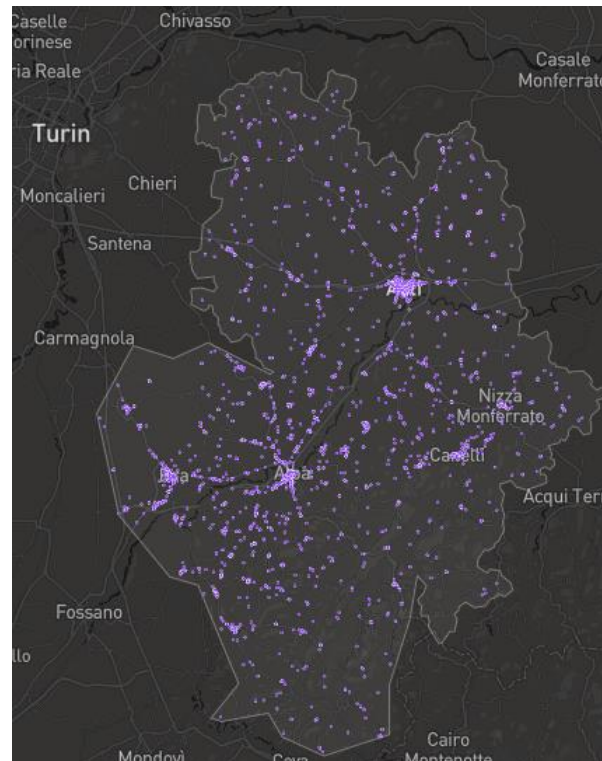
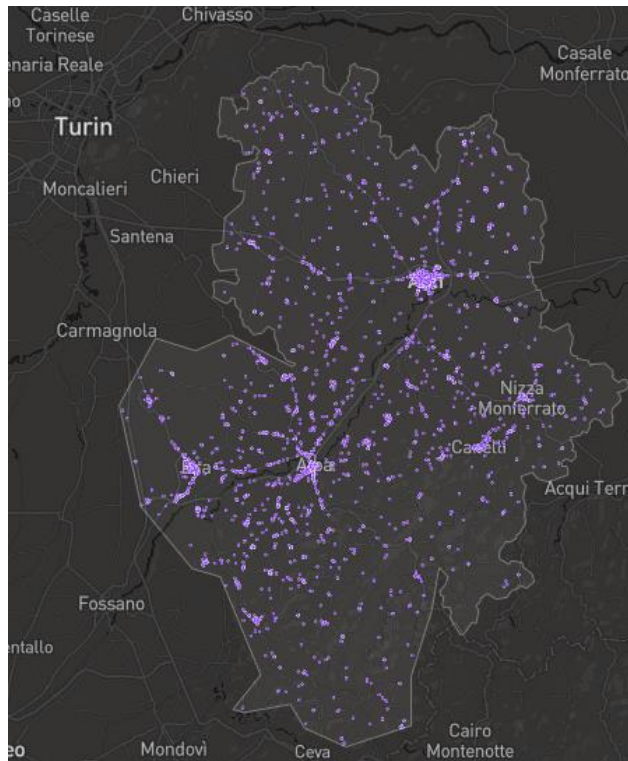
ATL Langhe Monferrato Roero: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

RISTORAZIONE

2022

2023

2024





ATL Langhe Monferrato Roero: Cluster & Topic (1)

RISTORAZIONE

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Langhe Monf.to Roero			Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali		
	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	31,6%	90,8/100
Accoglienza	24,1%	93,1/100
Qualità Del Cibo	20,1%	88,2/100
Posizione	10,4%	93,3/100
Estetica	7,3%	86,7/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **31,6%** dei contenuti; segue l'accoglienza, con il **24,1%**, e la qualità del cibo, con il **20,1%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **2.500**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi, 28.800**.



ATL Langhe Monferrato Roero: Cluster & Topic (2)

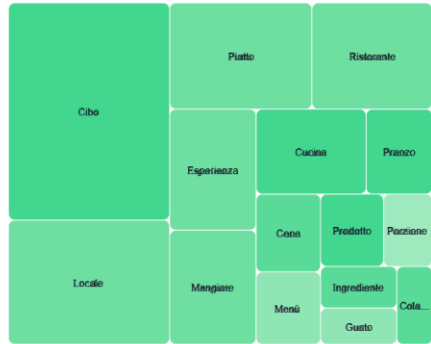
RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Langhe Monf.to Roero
 ANNO:
 MESE:
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Cibo	21,1%	95,2/100
Locale	12,1%	89,7/100
Piatto	9,2%	90,4/100
Ristorante	7,8%	90,6/100
Esperienza	6,3%	88,3/100



DESTINATIONS | www.datappeal.io

Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'accoglienza troviamo il personale con il 37,4% dei contenuti e un sentiment del 96,6/100.

Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'atmosfera troviamo il cibo con il 21,1% dei contenuti e un sentiment del 95,2/100.

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Langhe Monf.to Roero
 ANNO:
 MESE:
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Accoglienza	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Personale	37,4%	96,6/100
Servizio	36,5%	89,7/100
Staff	5,6%	97,9/100
Proprietario	4,4%	93,7/100
Accoglienza	3,4%	94,3/100



DESTINATIONS | www.datappeal.io

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



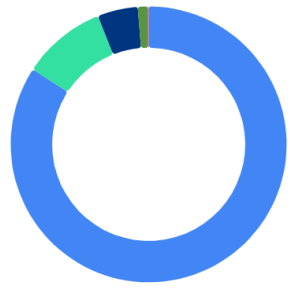
ATL Langhe Monferrato Roero: **Canali e Social**

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Langhe Monf.to Roero	ANNO	MESE	COMPARTI Locali e Ristorazione
---------------------------------------	--	-------------	-------------	---

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	84,0%	9,0/10	89,9/100
TripAdvisor	9,8%	8,6/10	86,2/100
Booking.com	4,7%	8,8/10	89,1/100
TheFork	1,2%	9,2/10	91,6/100
Hotels.com	0,1%	9,2/10	92,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**84%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **9,8%**, e **Booking**, con il **4,7%**.

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



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Langhe Monferrato Roero

Attrazioni

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Langhe Monferrato Roero: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

PERIODO
01/01/24 - 31/12/24

AREE
Langhe Monf.to
Roero

ANNO

MESE

COMPARTI
Attrazioni

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Attrazione	21,7%	201	26,7%	2,8k	90,5/100
2 Castello	3,9%	36	15,0%	1,6k	90,6/100
3 Museo	9,5%	88	14,9%	1,6k	88,8/100
4 Chiesa	41,1%	381	11,9%	1,3k	91,7/100
5 Paesaggistica	2,7%	25	9,5%	1,0k	94,8/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **1.100 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie attrattive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Chiese: 381;**
- **Attrazioni: 201;**
- **Musei: 88;**
- **Castelli: 36;**
- **Paesaggistiche: 25.**



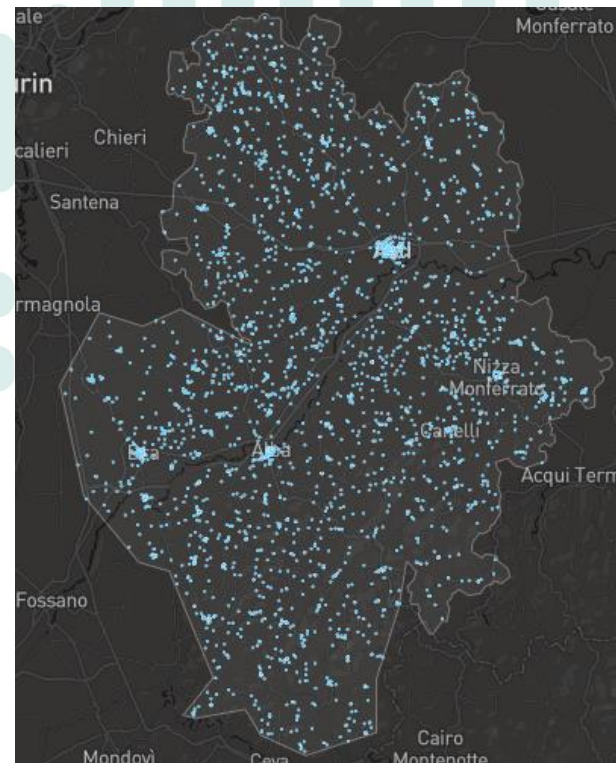
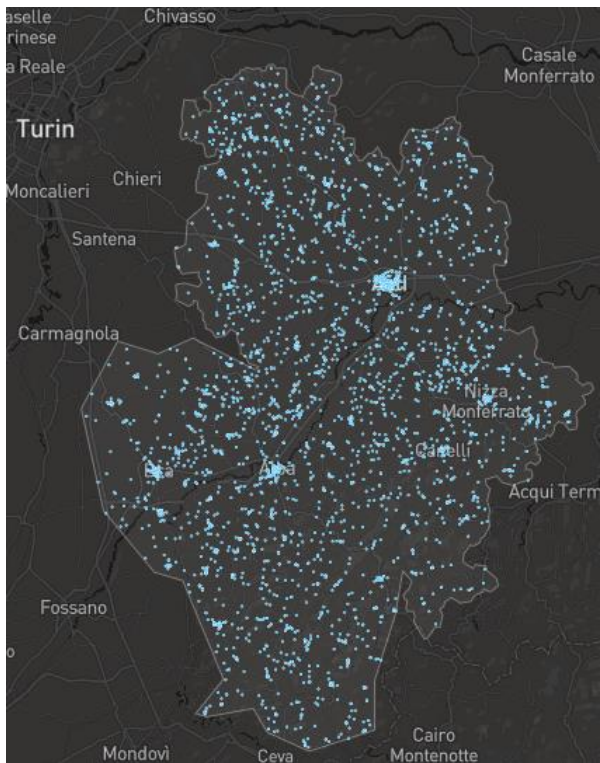
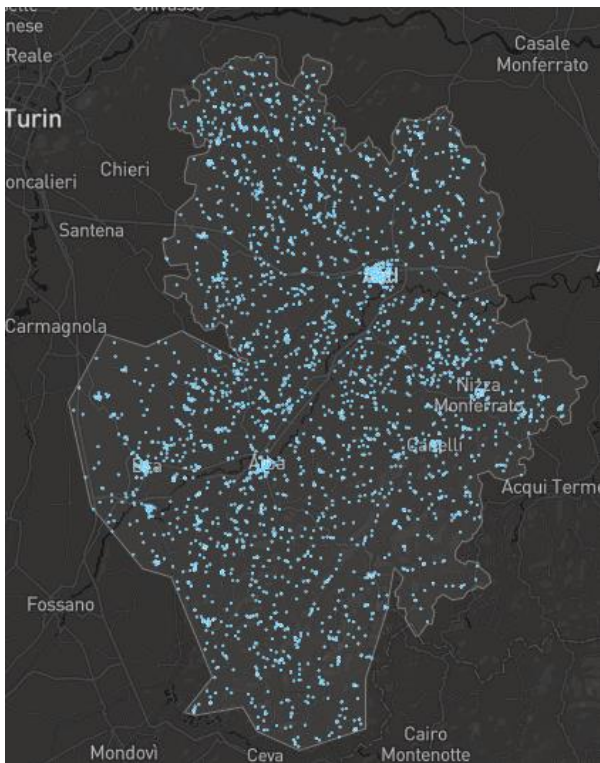
ATL Langhe Monferrato Roero: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

ATTRAZIONI

2022

2023

2024



AI DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



ATL Langhe Monferrato Roero: Cluster & Topic (1)

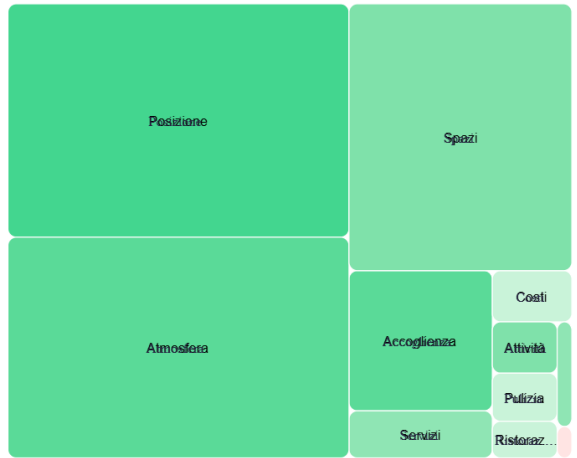
ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Langhe Monf.to Roero			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	31,0%	95,0/100
Atmosfera	29,3%	91,8/100
Spazi	23,2%	87,5/100
Accoglienza	7,8%	92,2/100
Servizi	2,7%	84,3/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **31%** dei contenuti; seguono l'**atmosfera**, con il **29,3%**, e gli **spazi**, con il **23,2%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **52**, con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori contenuti **positivi, 1.000**.

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



www.datappeal.io





ATL Langhe Monferrato Roero: Cluster & Topic (2)

ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Langhe Monf.to, Roero
 ANNO: [blank]
 MESE: [blank]
 COMPARTI: Attrazioni

Argomenti più discussi
 Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posito	26,8%	95,7/100
Vista	21,9%	95,8/100
Luogo	18,0%	95,2/100
Panorama	12,4%	97,0/100
Visualizzazione	4,6%	95,7/100



DESTINATIONS | www.datappeal.io

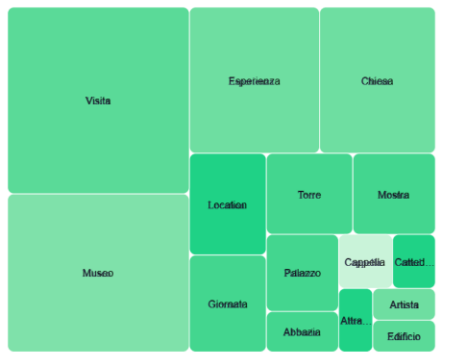
Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**atmosfera** troviamo la **visita** con il **20,1%** dei contenuti e un **sentiment** del **92,6/100**.

Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno della **posizione** troviamo il **posto** con il **26,8%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,7/100**.

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Langhe Monf.to, Roero
 ANNO: [blank]
 MESE: [blank]
 COMPARTI: Attrazioni

Argomenti più discussi
 Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Visita	20,1%	92,6/100
Museo	17,0%	87,2/100
Esperienza	11,3%	90,1/100
Chiesa	10,1%	89,8/100
Location	4,6%	100/100



DESTINATIONS | www.datappeal.io

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



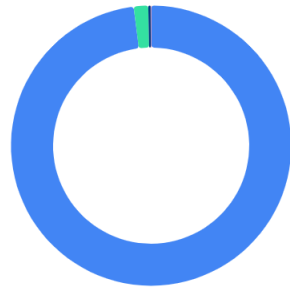
ATL Langhe Monferrato Roero: **Canali e Social**

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Langhe Monf.to Roero			Attrazioni

Top 5 canali di recensione online

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



● Google ● TripAdvisor ● Booking.com
● Airbnb

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,0%	9,0/10	90,5/100
TripAdvisor	1,7%	8,1/10	82,5/100
Booking.com	0,3%	8,8/10	88,2/100
Airbnb	0,1%	10,0/10	99,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con l'**1,7%**, e **Booking**, con lo **0,3%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Focus

Sentiment Analysis

ATL Langhe Monferrato Roero vs Italia

Anno 2024
01/01/2024 – 31/12/2024





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

COMPLESSIVO

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Langhe Monf.to Roero		
PERIODO A CONFRONTO	AREE A CONFRONTO		
01/01/24 - 31/12/24	Italia		

Il valore del *sentiment* dell'ATL delle **Langhe Monferrato Roero (+0,4)** è superiore rispetto all'Italia: **90,3/100 vs 87,2/100**.

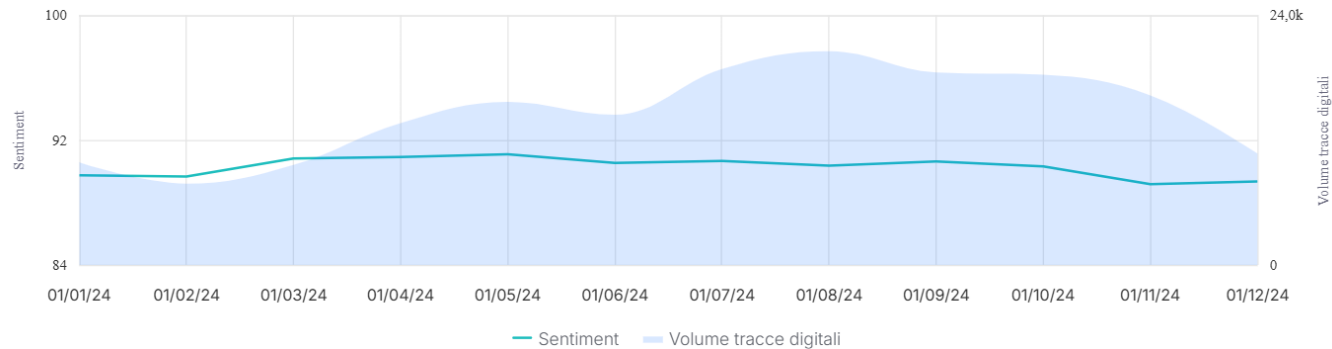
Sentiment

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



Volume tracce digitali e sentiment

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



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





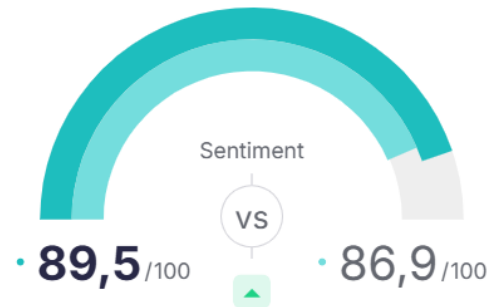
Recensioni on-line e *sentiment* ATL Langhe Monferrato Roero vs Italia

RICETTIVITÀ



91,2/100 (+0,2) vs 86/100

RISTORAZIONE



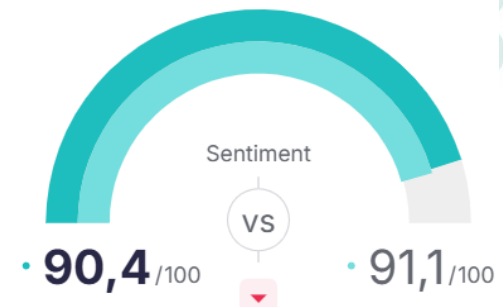
89,5/100 (+0,4) vs 86,9/100

AFFITTI BREVI



93,2/100 (+0,3) vs 90,8/100

ATTRAZIONI



90,4/100 (-0,2) vs 91,1/100

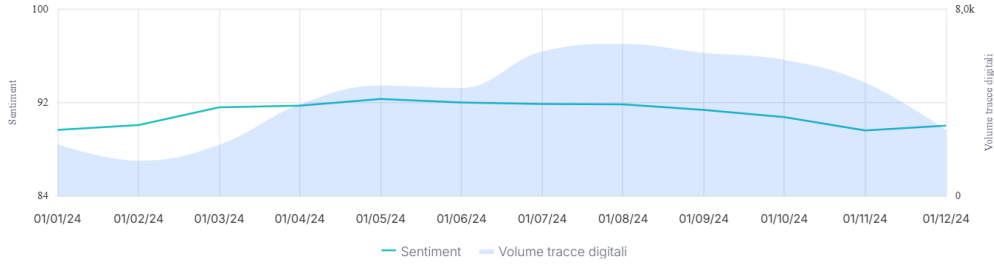


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

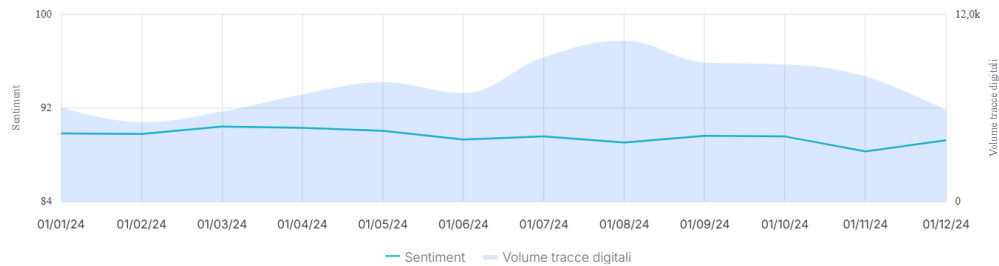
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

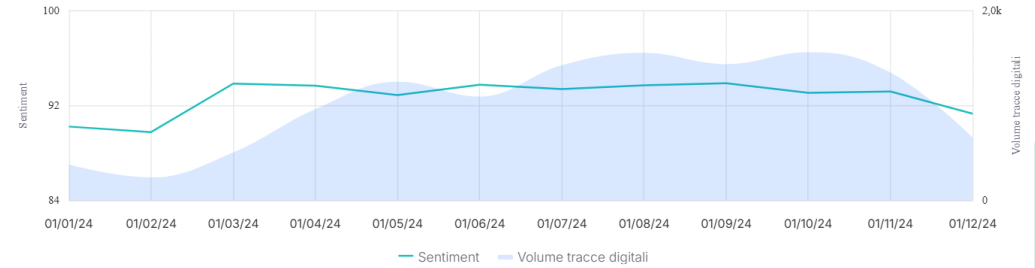
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

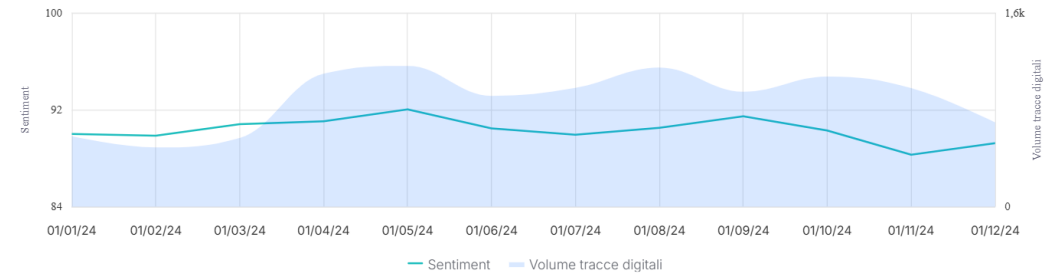
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



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

ATL Terre dell'Alto Piemonte

Complessivo

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





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

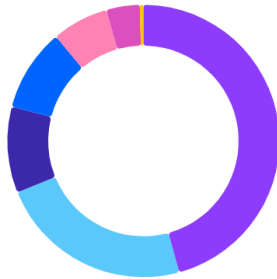
COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24
 AREE Terre Alto Piemonte
 ANNO
 MESE

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **6,9k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☪ Locali E Ristorazione	45,8%	3,2k	86,8/100
🏛️ Attrazioni	23,0%	1,6k	90,5/100
🚗 Trasporti	10,2%	704	79,3/100
🏠 Ricettività	9,8%	678	86,7/100
🏠 Affitti Brevi	6,7%	463	91,0/100
🎪 Intrattenimento	4,0%	274	89,3/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **6.900 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 3.200;**
- **Attrazioni: 1.600;**
- **Ricettività: 678;**
- **Affitti brevi: 463.**





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

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/24 - 31/12/24

AREE
Terre Alto Piemonte

ANNO

MESE

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 **156,4k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
☘ Locali E Ristorazione	62,5%	97,7k	86,8/100
🏠 Ricettività	18,6%	29,1k	86,7/100
🏛️ Attrazioni	8,6%	13,4k	90,5/100
🚗 Trasporti	4,1%	6,5k	79,3/100
🎪 Intrattenimento	3,2%	5,1k	89,3/100
🏠 Affitti Brevi	2,8%	4,3k	91,0/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **156.400 (-15,6%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 97.700 (-15,9%)** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 29.100 (-11,5%);**
- **Attrazioni: 13.400 (-20,1%);**
- **Affitti brevi: 4.300 (-7,9%).**

DAT DESTINATIONS

www.datappeal.io





ATL Terre dell'Alto Piemonte: **Provenienza viaggiatori**

COMPLESSIVO

PERIODO
01/01/24 - 31/12/24

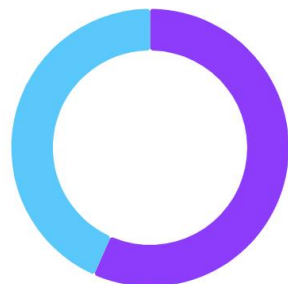
AREE
Terre Alto Piemonte

ANNO

MESE

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	56,6%	86,0/100
Francia	8,6%	85,7/100
Svizzera	7,6%	85,4/100
Germania	4,9%	85,8/100
Regno Unito	2,5%	86,3/100

Il **56,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con l'**8,6%**, e la **Svizzera**, con il **7,6%**.



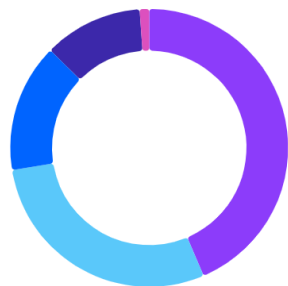
ATL Terre dell'Alto Piemonte: **Tipologie di viaggio**

COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE
--------------------------------	-----------------------------	------	------

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	43,6%	86,8/100
❤️ Famiglie	28,8%	85,6/100
👤 Singolo	15,0%	86,0/100
👥 Amici/Gruppo	11,5%	86,4/100
👜 Viaggio Di Lavoro	1,1%	84,4/100

Il **43,6%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **28,8%**, e i **single**, con il **15%**.



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Terre dell'Alto Piemonte

Ricettività

Anno 2024
01/01/2024 – 31/12/2024





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

RICETTIVITÀ

PERIODO
01/01/24 - 31/12/24
 AREE
Terre Alto
Piemonte
 ANNO
MESE
COMPARTI
Ricettività

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Hotel	26,0%	176	58,2%	16,9k	84,0/100
2 B & B	37,2%	252	24,8%	7,2k	90,9/100
3 Agriturismo	18,8%	127	8,4%	2,5k	91,0/100
4 Campeggi	2,5%	17	4,3%	1,3k	86,3/100
5 Resort	2,8%	19	1,3%	370	90,1/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **678 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: 252;**
- **Hotel: 176;**
- **Agriturismi: 127;**
- **Resort: 19;**
- **Campeggi: 17.**



www.datappeal.io



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



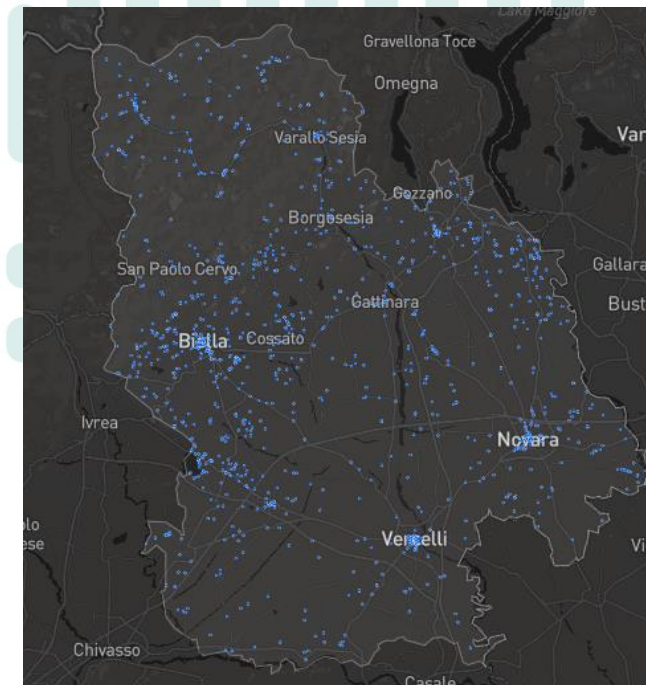
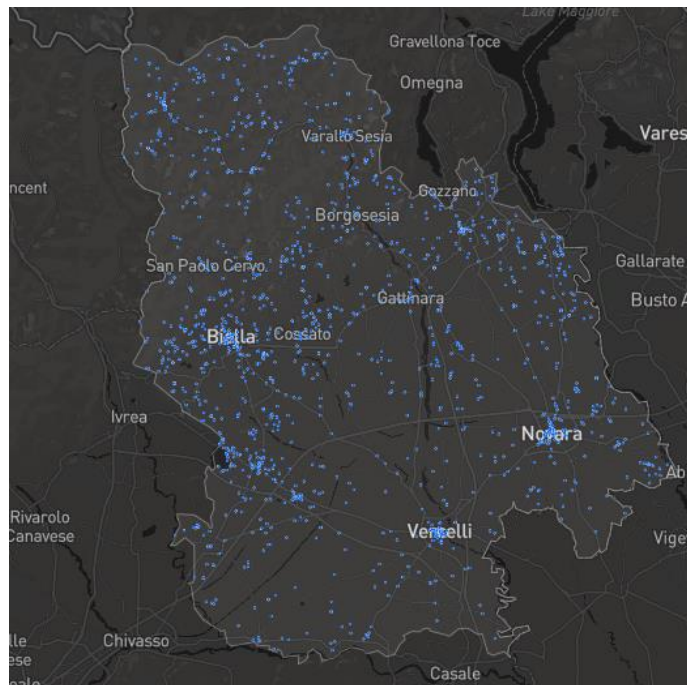
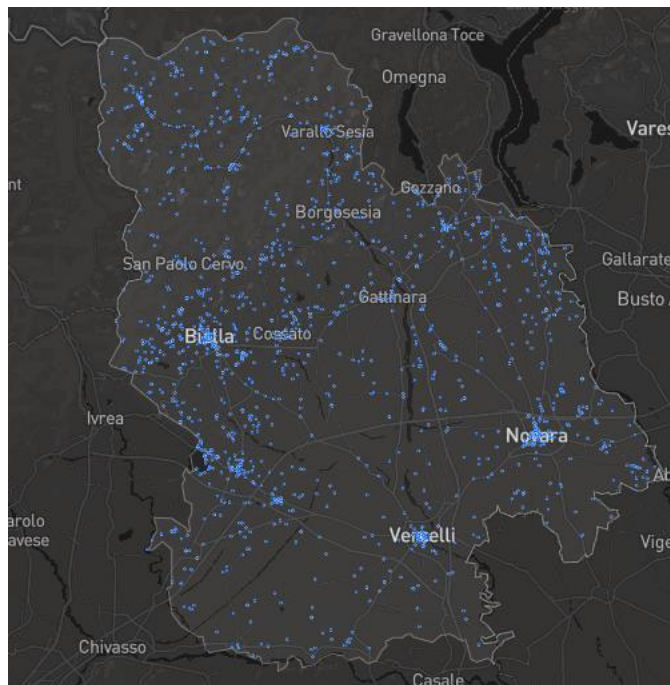
ATL Terre dell'Alto Piemonte: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

2022

2023

RICETTIVITÀ

2024





ATL Terre dell'Alto Piemonte: Cluster & Topic

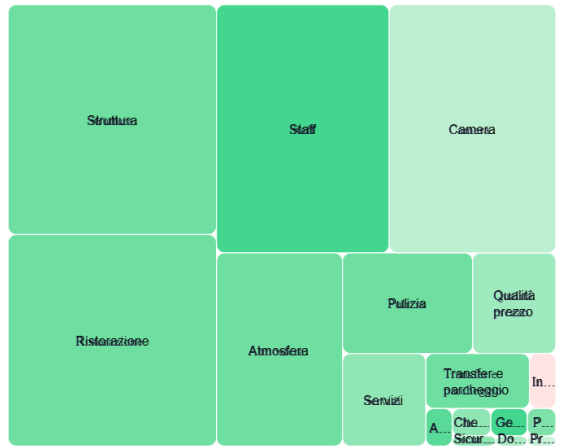
RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Terre Alto Piemonte			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Struttura	19,7%	89,2/100
Ristorazione	18,2%	88,5/100
Staff	17,7%	94,4/100
Camera	17,2%	75,9/100
Atmosfera	10,0%	90,2/100



- L'argomento più discusso è la **struttura**, con il **19,7%** dei contenuti; segue la **ristorazione**, con il **18,2%**, e lo **staff**, con il **17,7%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **192**, con **giudizio negativo**; la **struttura** ha i maggiori contenuti **positivi**, **6.100**.

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

DESTINATIONS



www.datappeal.io





ATL Terre dell'Alto Piemonte: Cluster & Topic (2)

RICETTIVITÀ

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE	COMPARTI Ricettività
--------------------------------	-----------------------------	------	------	-------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Struttura	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	21,6%	95,1/100
Posto	16,4%	92,0/100
Piscina	3,7%	86,6/100
Luogo	3,2%	94,1/100
Location	3,2%	98,9/100



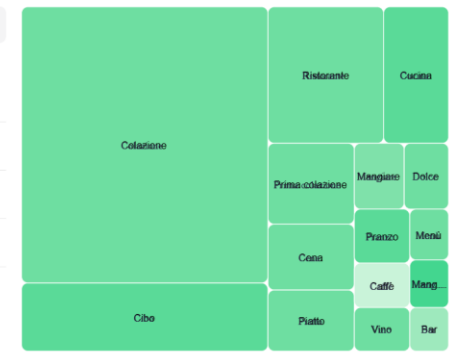
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **struttura** troviamo la **posizione** con il **21,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,1/100**.

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE	COMPARTI Ricettività
--------------------------------	-----------------------------	------	------	-------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Ristorazione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Colazione	38,7%	89,2/100
Cibo	9,6%	93,4/100
Ristorante	9,0%	90,0/100
Cucina	5,1%	91,7/100
Prima Colazione	4,0%	88,7/100



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **ristorazione** troviamo la **colazione** con il **38,7%** dei contenuti e un **sentiment** dell'**89,2/100**.



ATL Terre dell'Alto Piemonte: Canali e Social

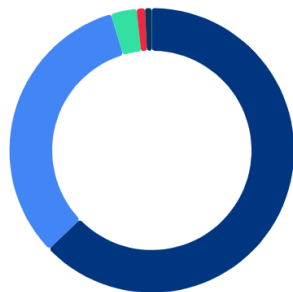
RICETTIVITÀ

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

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
AREE: Terre Alto Piemonte
ANNO:
MESE:
COMPARTI: Ricettività

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	62,4%	8,5/10	85,6/100
Google	32,3%	8,9/10	89,1/100
TripAdvisor	2,9%	8,4/10	84,9/100
Hotels.com	0,9%	8,5/10	85,4/100
Expedia	0,8%	8,7/10	86,9/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **62,4%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **32,3%**, e **TripAdvisor**, con il **2,9%**.



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Terre dell'Alto Piemonte

Affitti Brevi

Anno 2024
01/01/2024 – 31/12/2024





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

AFFITTI BREVI

PERIODO
01/01/24 - 31/12/24

AREE
Terre Alto
Piemonte

ANNO

MESE

COMPARTI
Affitti Brevi

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Casa O Appartamento	62,9%	291	51,3%	2,2k	91,2/100
2 Affittacamere	27,0%	125	36,4%	1,6k	89,8/100
3 Appartamento Vacanze	10,2%	47	12,4%	537	93,6/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **463 punti di interesse**; in particolare, le **tipologie** di strutture che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 291;**
- **Affittacamere: 125;**
- **Appartamento vacanze: 47.**



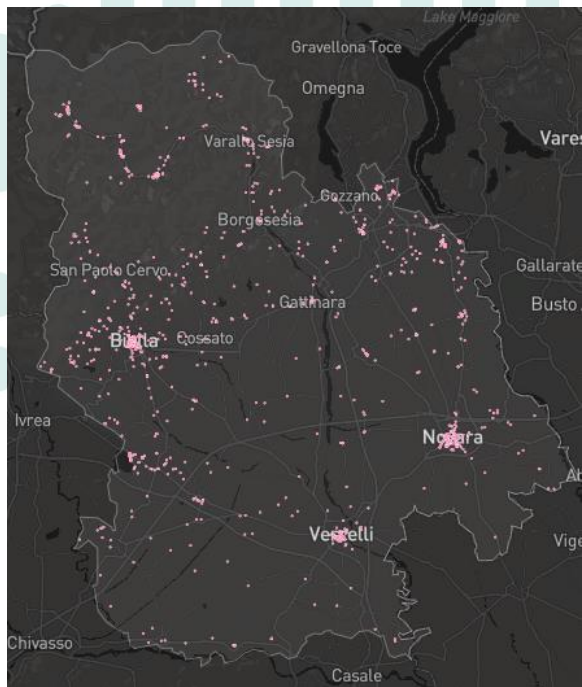
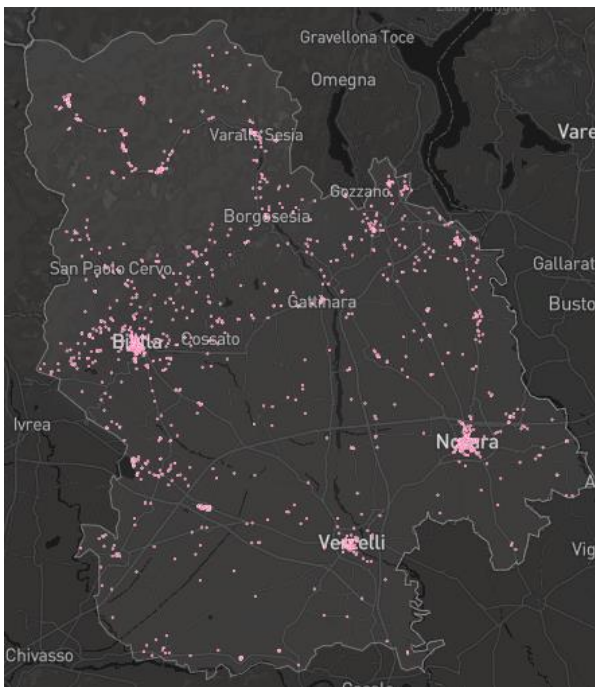
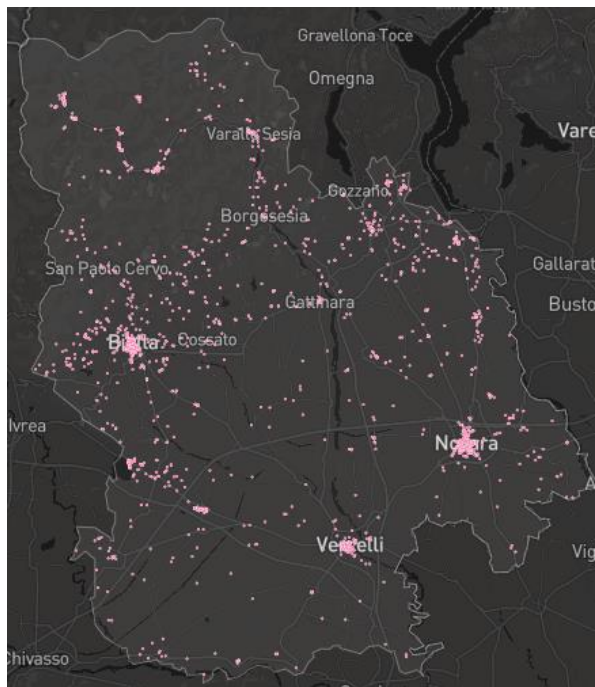
ATL Terre dell'Alto Piemonte: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

AFFITTI BREVI

2022

2023

2024



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



ATL Terre dell'Alto Piemonte: Cluster & Topic (1)

AFFITTI BREVI

PERIODO
01/01/24 - 31/12/24

AREE
Terre Alto
Piemonte

ANNO

MESE

COMPARTI
Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	24,4%	90,7/100
Posizione	19,7%	95,5/100
Camere	14,7%	87,7/100
Dotazioni	14,0%	81,3/100
Host	13,4%	97,1/100



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il **24,4%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **19,7%**, e le **camere**, con il **14,7%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **41**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **1.100**.



ATL Terre dell'Alto Piemonte: Cluster & Topic (2)

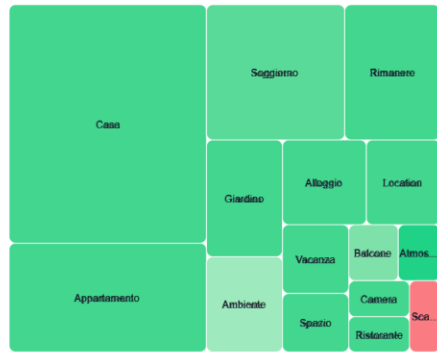
AFFITTI BREVI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE	COMPARTI Affitti Brevi
--------------------------------	-----------------------------	------	------	---------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Casa	23,8%	94,1/100
Appartamento	10,9%	96,1/100
Soggiorno	9,5%	94,0/100
Rimanere	6,6%	97,6/100
Giardino	4,5%	99,0/100



Tra gli argomenti più discussi all'interno della **posizione** troviamo la **posizione** stessa con il **39,8%** dei contenuti e un **sentiment** del **97,5/100**.

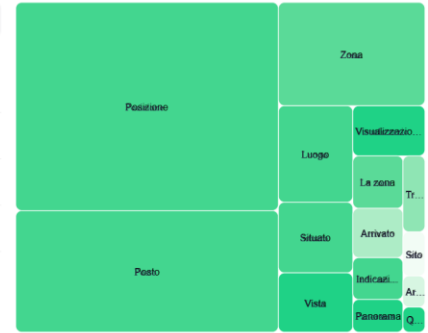
Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**atmosfera** troviamo la **casa** con il **23,8%** dei contenuti e un **sentiment** del **94,1/100**.

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE	COMPARTI Affitti Brevi
--------------------------------	-----------------------------	------	------	---------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	39,8%	97,5/100
Posto	23,3%	95,3/100
Zona	11,1%	92,0/100
Luogo	5,3%	97,1/100
Situato	3,9%	94,3/100





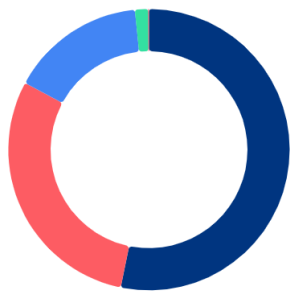
ATL Terre dell'Alto Piemonte: Canali e Social

AFFITTI BREVI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE	COMPARTI Affitti Brevi
---------------------------------------	------------------------------------	-------------	-------------	----------------------------------

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	53,2%	8,7/10	87,3/100
Airbnb	29,6%	9,7/10	96,3/100
Google	15,5%	9,3/10	92,7/100
TripAdvisor	1,5%	9,7/10	96,7/100
Hotels.com	0,1%	9,5/10	95,0/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **53,2%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **29,6%**, e **Google**, con il **15,5%**.

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



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Terre dell'Alto Piemonte

Ristorazione

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





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

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24
AREE Terre Alto Piemonte
ANNO
MESE
COMPARTI Locali e Ristorazione

Tipologie di comparto più popolari

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

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Ristorante	33,8%	916	46,0%	45,0k	87,0/100
2	Pizzeria	11,1%	301	15,6%	15,2k	86,3/100
3	Bar	30,8%	835	14,6%	14,2k	86,6/100
4	Fast Food	1,9%	51	4,5%	4,4k	79,9/100
5	Caffè	9,7%	264	4,2%	4,1k	85,8/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **3.200 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: 916;**
- **Bar: 835;**
- **Pizzerie: 301;**
- **Caffè: 264;**
- **Fast Food: 51.**



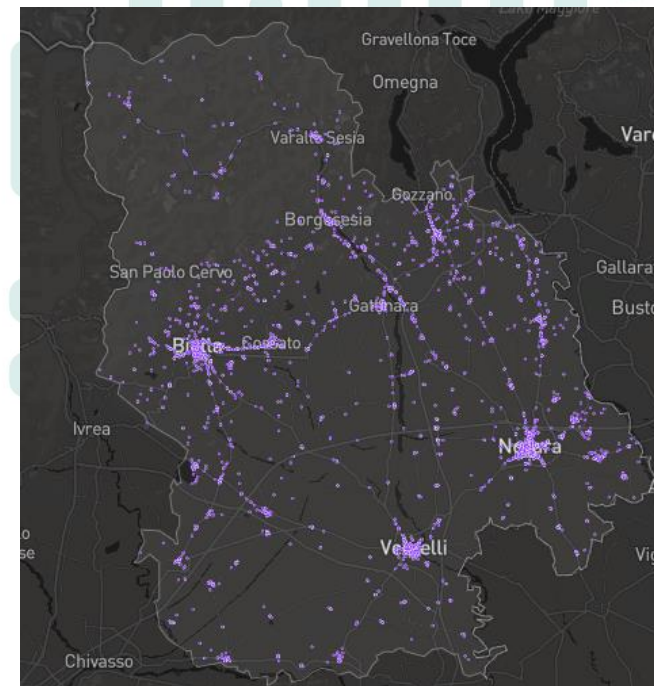
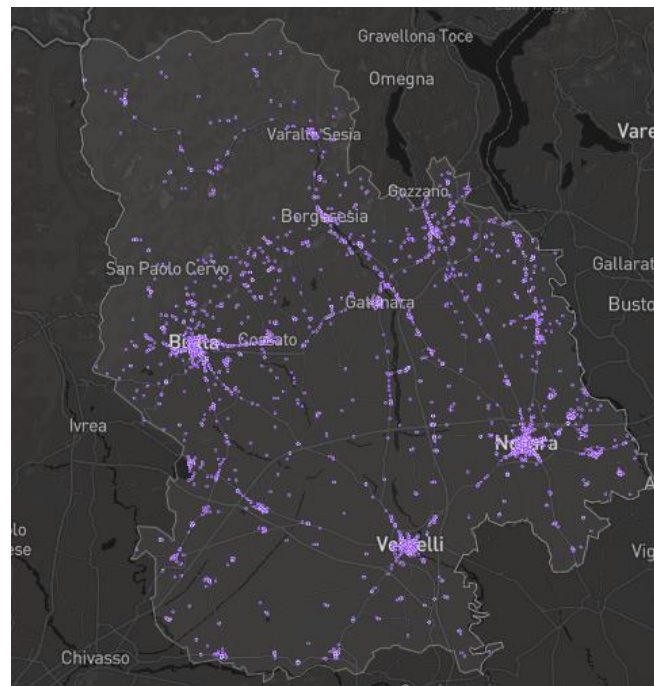
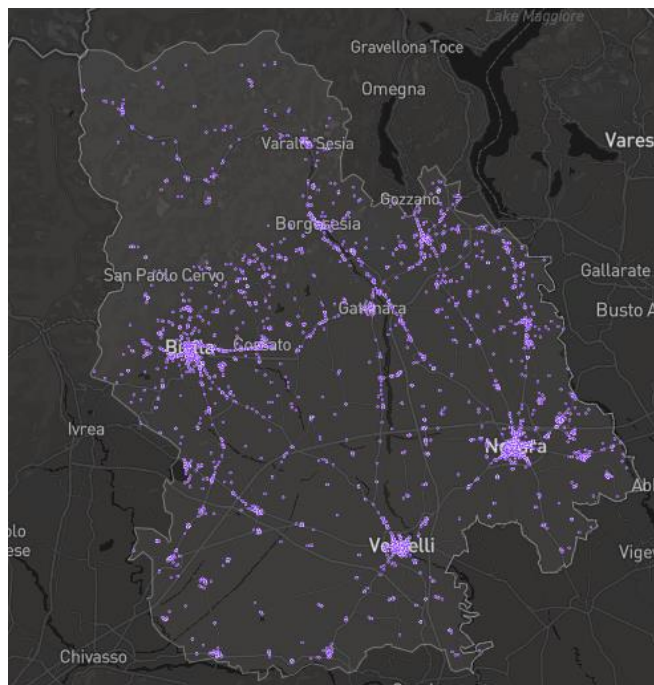
ATL Terre dell'Alto Piemonte: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

RISTORAZIONE

2022

2023

2024





ATL Terre dell'Alto Piemonte: Cluster & Topic (1)

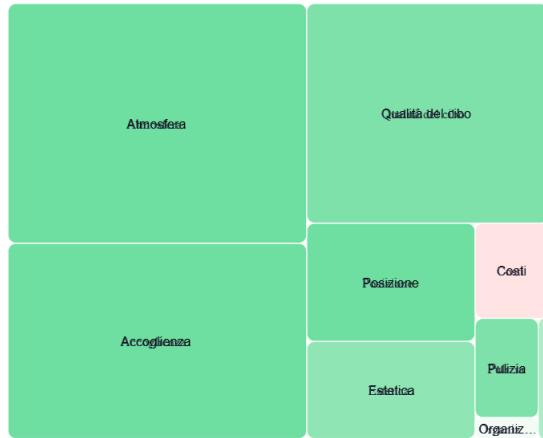
RISTORAZIONE

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Terre Alto Piemonte			Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	30,4%	88,4/100
Accoglienza	24,8%	90,7/100
Qualità Del Cibo	22,5%	85,2/100
Posizione	8,4%	90,8/100
Estetica	7,0%	84,4/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **30,4%** dei contenuti; segue l'accoglienza, con il **24,8%**, e la qualità del cibo, con il **22,5%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **2.500**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi**, **24.900**.



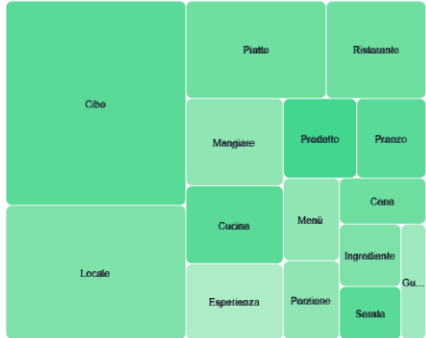
ATL Terre dell'Alto Piemonte: Cluster & Topic (2)

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Terre Alto Piemonte
 ANNO: ANNO
 MESE: MESE
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi
 Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera		
Cibo	22,8%	93,3/100
Locale	15,0%	87,6/100
Piatto	8,4%	88,1/100
Ristorante	6,1%	89,1/100
Mangiare	5,3%	84,3/100



DESTINATIONS | www.datappeal.io

Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**accoglienza** troviamo il **personale** con il **42%** dei contenuti e un **sentiment** del **95/100**.

Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**atmosfera** troviamo il **cibo** con il **22,8%** dei contenuti e un **sentiment** del **93,3/100**.

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Terre Alto Piemonte
 ANNO: ANNO
 MESE: MESE
 COMPARTI: Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi
 Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Accoglienza		
Personale	42,0%	95,0/100
Servizio	34,4%	86,3/100
Staff	5,2%	95,4/100
Proprietario	3,7%	94,5/100
Cameriera	3,2%	79,4/100



DESTINATIONS | www.datappeal.io

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



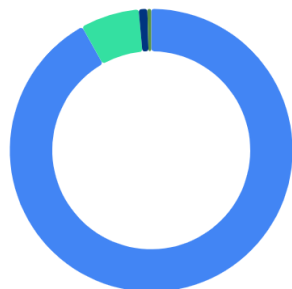
ATL Terre dell'Alto Piemonte: **Canali e Social**

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE	COMPARTI Locali e Ristorazione
--------------------------------	--------------------------------	------	------	--------------------------------------

Top 5 canali di recensione online

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



● Google ● TripAdvisor ● Booking.com
● TheFork ● Yelp

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	91,9%	8,7/10	87,2/100
TripAdvisor	6,7%	8,1/10	81,8/100
Booking.com	1,0%	8,2/10	83,2/100
TheFork	0,4%	8,6/10	86,4/100
Yelp	0,0%	10,0/10	100/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **91,9%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **6,7%**, e **Booking**, con l'**1%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Terre dell'Alto Piemonte

Attrazioni

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





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

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE	COMPARTI Attrazioni
--------------------------------	--------------------------------	------	------	------------------------

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Attrazione	14,0%	171	36,0%	4,8k	91,3/100
2 Chiesa	36,1%	442	10,8%	1,4k	90,7/100
3 Parco	11,3%	138	10,6%	1,4k	88,1/100
4 Area Escursionistica	6,5%	80	6,3%	842	91,8/100
5 Museo	7,8%	95	5,4%	730	90,1/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **1.600 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: 442;**
- **Attrazioni: 171;**
- **Parchi: 138;**
- **Musei: 95;**
- **Aree escursionistiche: 80.**

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datapeal.io





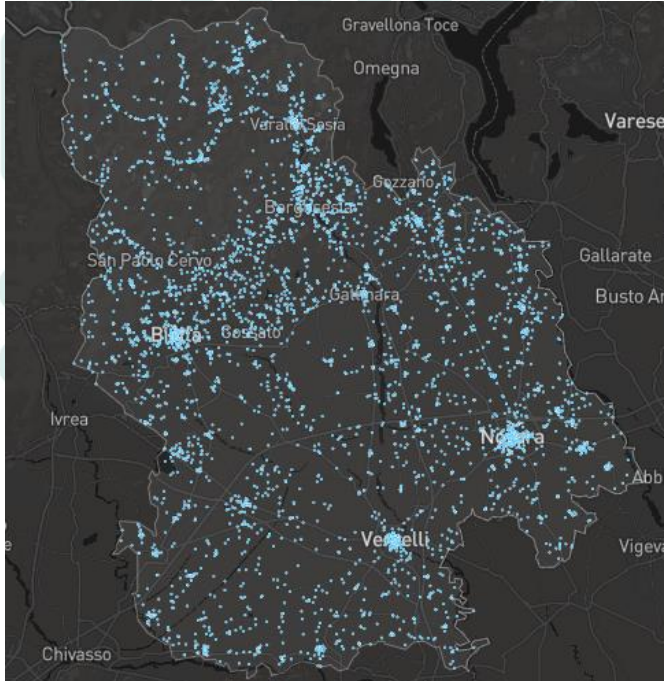
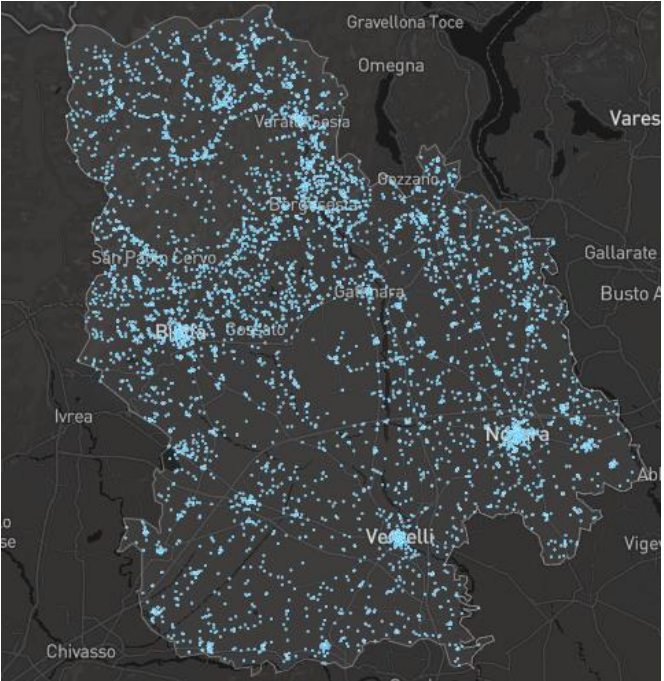
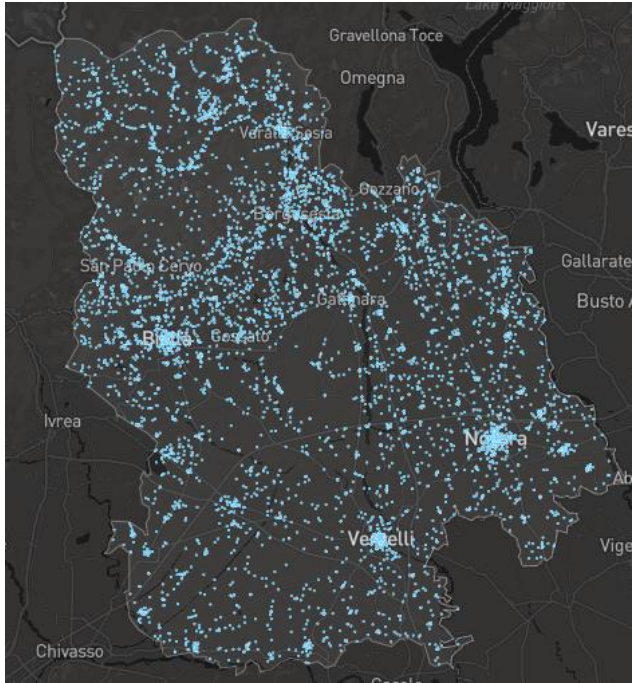
ATL Terre dell'Alto Piemonte: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

ATTRAZIONI

2022

2023

2024



ATLAS DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



ATL Terre dell'Alto Piemonte: Cluster & Topic (1)

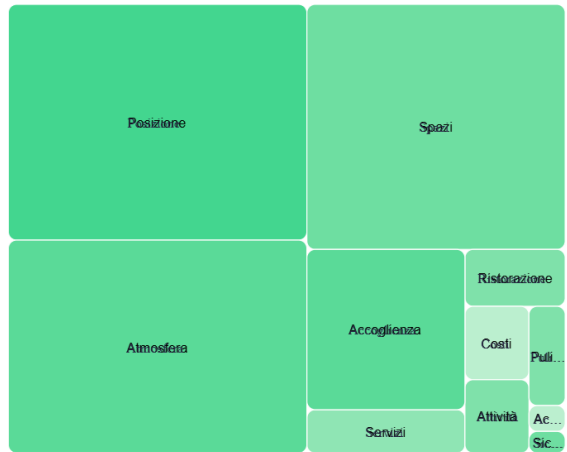
ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE	COMPARTI Attrazioni
---------------------------------------	------------------------------------	-------------	-------------	-------------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	28,0%	94,3/100
Atmosfera	25,4%	93,7/100
Spazi	25,4%	88,2/100
Accoglienza	10,1%	92,7/100
Servizi	2,8%	83,6/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **28%** dei contenuti; seguono l'**atmosfera** e gli **spazi** con il **25,4%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **81**, con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **1.200**.

DESTINATIONS

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



www.datappeal.io





ATL Terre dell'Alto Piemonte: Cluster & Topic (2)

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE	COMPARTI Attrazioni
--------------------------------	-----------------------------	------	------	------------------------

Argomenti più discussi
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posto	43,9%	95,0/100
Luogo	25,9%	95,1/100
Vista	10,8%	95,1/100
Zona	4,0%	87,7/100
Posizione	3,2%	92,3/100



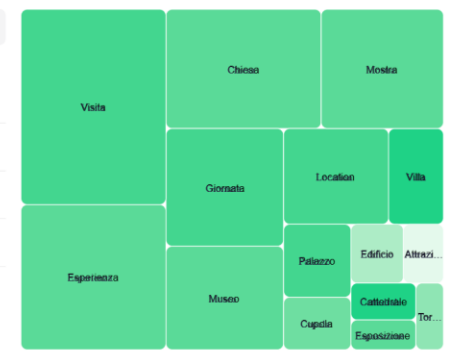
Tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo la **visita** con il **17%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,4/100**.

Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo il **posto** con il **43,9%** dei contenuti e un **sentiment** del **95/100**.

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE	COMPARTI Attrazioni
--------------------------------	-----------------------------	------	------	------------------------

Argomenti più discussi
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Visita	17,0%	96,4/100
Esperienza	12,7%	93,8/100
Chiesa	11,2%	93,7/100
Mostra	8,9%	92,0/100
Giornata	8,4%	94,6/100





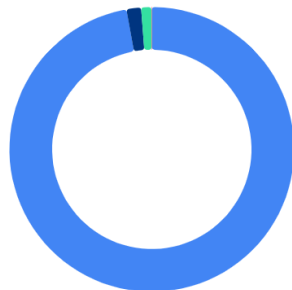
ATL Terre dell'Alto Piemonte: **Canali e Social**

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Terre Alto Piemonte	ANNO	MESE	COMPARTI Attrazioni
---------------------------------------	------------------------------------	-------------	-------------	-------------------------------

Top 5 canali di recensione online

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



● Google ● Booking.com ● TripAdvisor
● Airbnb

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	97,1%	9,1/10	90,7/100
Booking.com	1,7%	8,6/10	86,4/100
TripAdvisor	1,2%	7,8/10	79,0/100
Airbnb	0,0%	9,7/10	95,0/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **97,1%** dei contenuti; seguono **Booking**, con l'**1,7%**, e **TripAdvisor**, con l'**1,2%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Focus Sentiment Analysis

ATL Terre dell'Alto Piemonte vs Italia

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





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

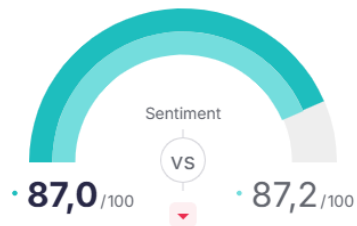
COMPLESSIVO

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Terre Alto Piemonte		
PERIODO A CONFRONTO	AREE A CONFRONTO		
01/01/24 - 31/12/24	Italia		

Il valore del *sentiment* dell'ATL delle **Terre dell'Alto Piemonte** **(+0,3)** è **inferiore** rispetto all'Italia: **87/100** vs **87,2/100**.

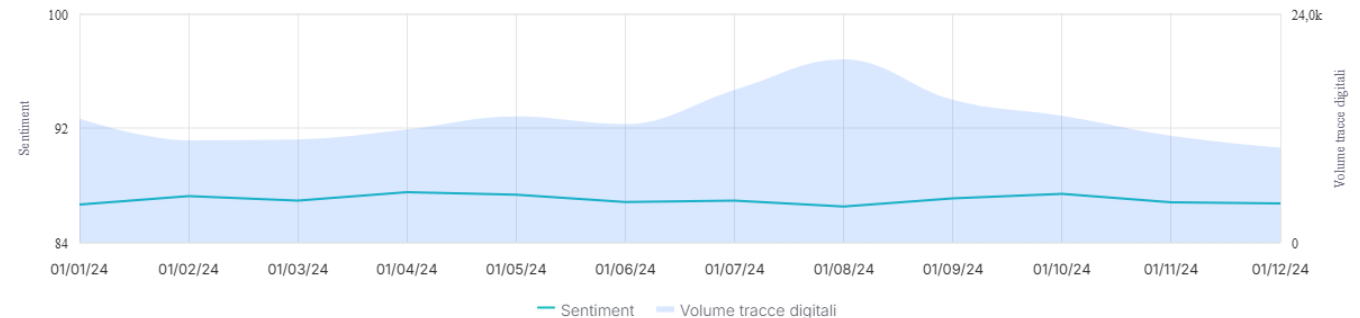
Sentiment

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



Volume tracce digitali e sentiment

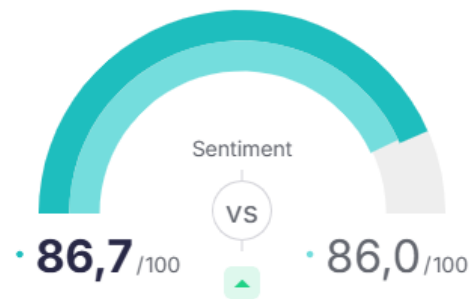
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





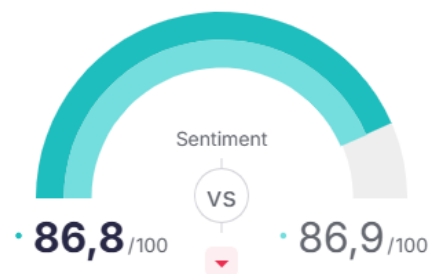
Recensioni on-line e *sentiment* ATL Terre dell'Alto Piemonte vs Italia

RICETTIVITÀ



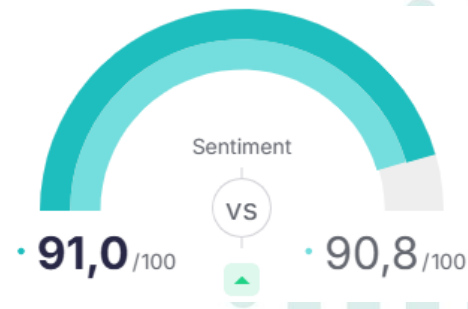
86,7/100 (+0,2) vs 86/100

RISTORAZIONE



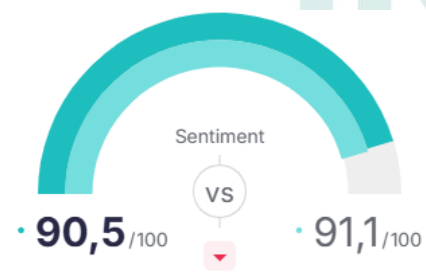
86,8/100 (+0,1) vs 86,9/100

AFFITTI BREVI



91/100 (+0,5) vs 90,8/100

ATTRAZIONI



90,5/100 (+0,6) vs 91,1/100

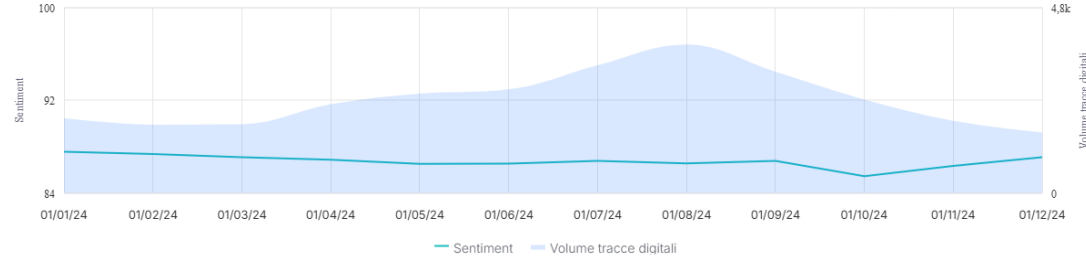


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

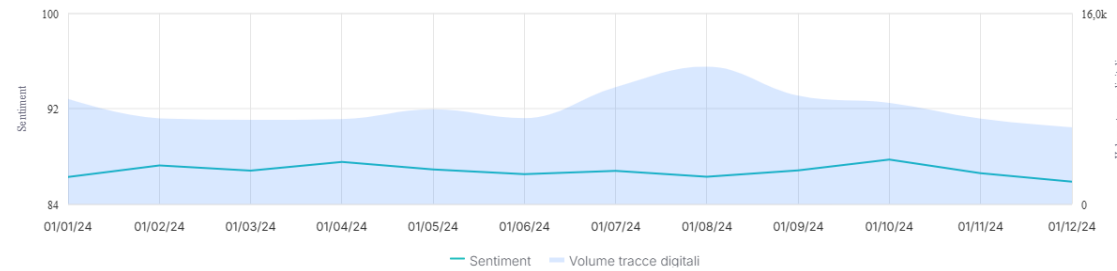
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

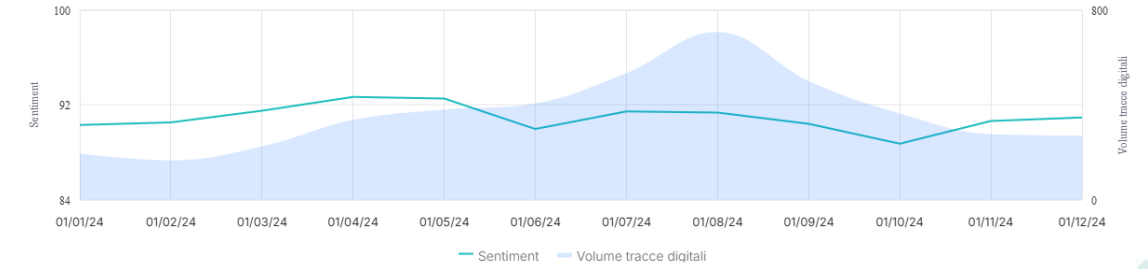
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

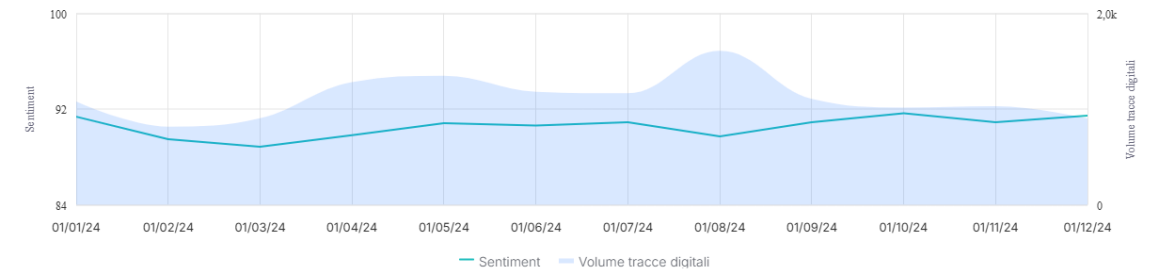
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



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

ATL Turismo Torino e Provincia

Complessivo

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





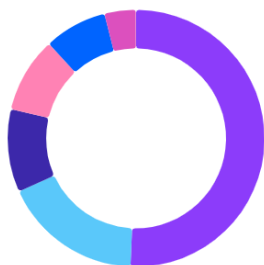
ATL Turismo Torino e Provincia: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Torino TP
 ANNO:
 MESE:

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

Volume totale POI **24,2k**



Locali E Ristorazione Attrazioni
 Trasporti Affitti Brevi Ricettività
 Intrattenimento Agricoltura

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
Locali E Ristorazione	50,7%	12,3k	86,7/100
Attrazioni	17,5%	4,3k	92,1/100
Trasporti	10,4%	2,5k	82,3/100
Affitti Brevi	9,5%	2,3k	90,8/100
Ricettività	7,9%	1,9k	85,0/100
Intrattenimento	3,9%	951	87,4/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **24.200**
punti di interesse:

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



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

COMPLESSIVO

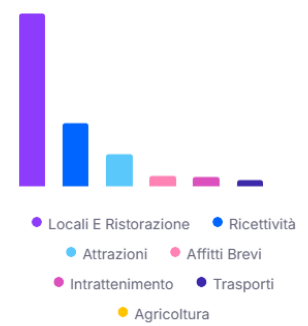
PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP		

DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

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 **894,0k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
☰ Locali E Ristorazione	58,8%	525,8k	86,7/100
🏠 Ricettività	21,3%	190,7k	85,0/100
🏛️ Attrazioni	10,8%	96,3k	92,1/100
🏠 Affitti Brevi	3,6%	32,4k	90,8/100
🎪 Intrattenimento	3,2%	28,5k	87,4/100
🚗 Trasporti	2,3%	20,1k	82,3/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **894.000 (-10,6%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 525.800 (-14,6%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 190.700 (-7,7%);**
- **Attrazioni: 96.300 (-15,3%);**
- **Affitti brevi: 32.400 (-8,9%).**



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

COMPLESSIVO

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP		

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	57,1%	83,9/100
Francia	11,1%	85,2/100
Svizzera	5,0%	84,4/100
Germania	3,6%	84,7/100
Spagna	3,0%	83,9/100

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



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

COMPLESSIVO

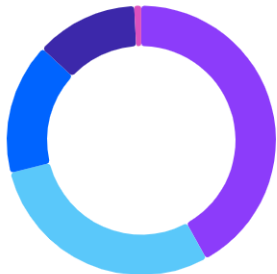
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP		

Tipologia di viaggiatore

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	42,0%	85,0/100
Famiglie	29,1%	84,7/100
Singolo	15,8%	83,8/100
Amici/Gruppo	12,2%	84,4/100
Viaggio Di Lavoro	0,9%	83,1/100

Il **42%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **29,1%**, e i **single**, con il **15,8%**.



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Turismo Torino e Provincia

Ricettività

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Turismo Torino e Provincia: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24
AREE Torino TP
ANNO
MESE
COMPARTI Ricettività

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Hotel	35,8%	676	78,0%	148,8k	83,9/100
2 B & B	35,5%	670	13,6%	25,9k	89,9/100
3 Agriturismo	12,7%	240	3,0%	5,7k	90,2/100
4 Ostello	1,6%	30	2,0%	3,8k	84,7/100
5 Campeggi	2,5%	48	1,0%	2,0k	84,5/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **1.900 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ricettive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Hotel: 676;**
- **B&B: 670;**
- **Agriturismi: 240;**
- **Campeggi: 48;**
- **Ostelli: 30.**



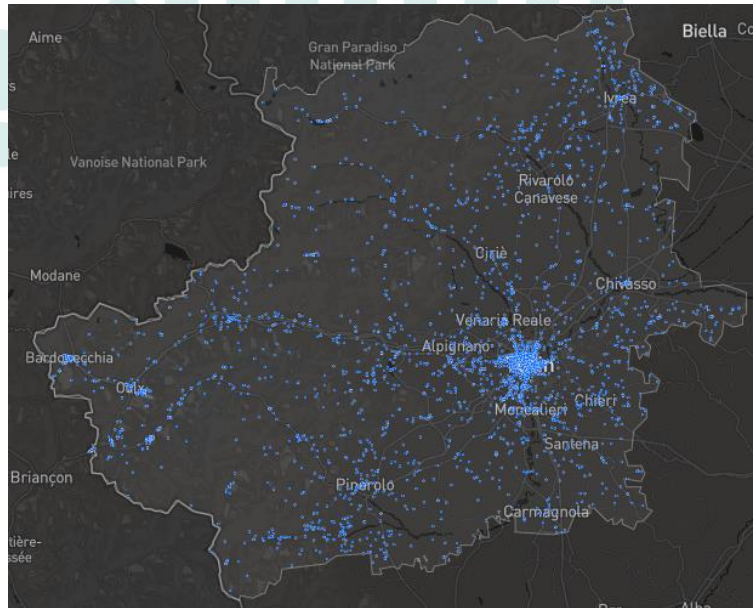
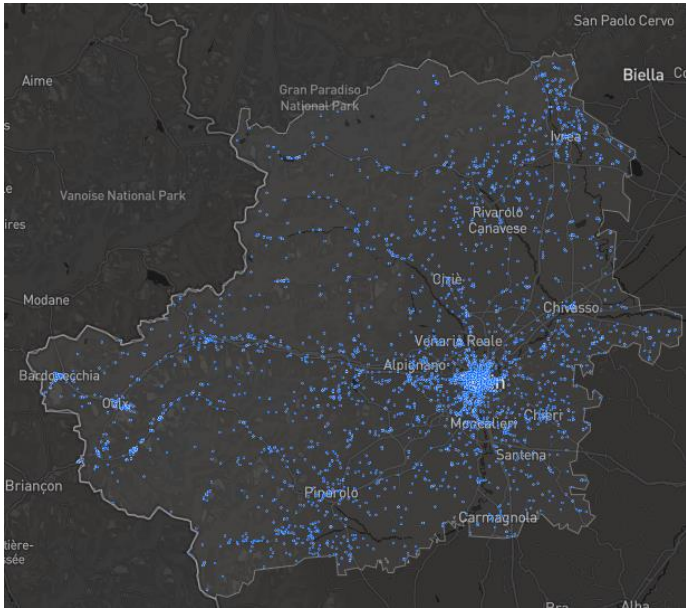
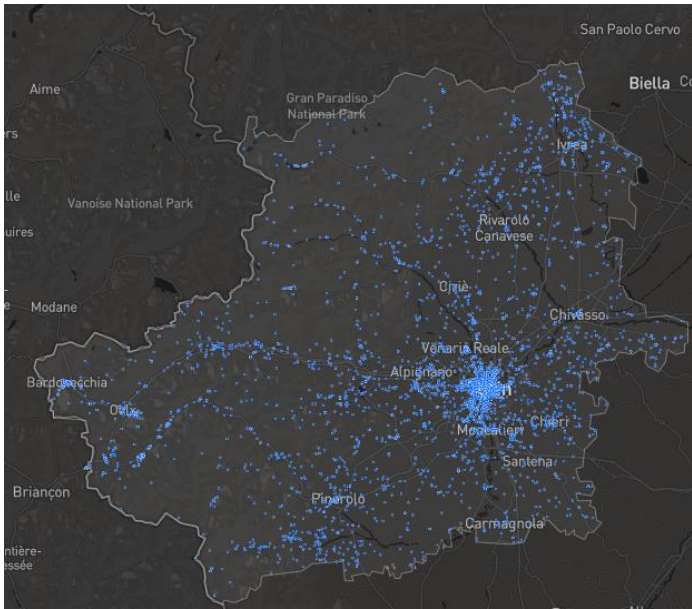
ATL Turismo Torino e Provincia: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

RICETTIVITÀ

2022

2023

2024



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

AI DESTINATIONS



ATL Turismo Torino e Provincia: Cluster & Topic (1)

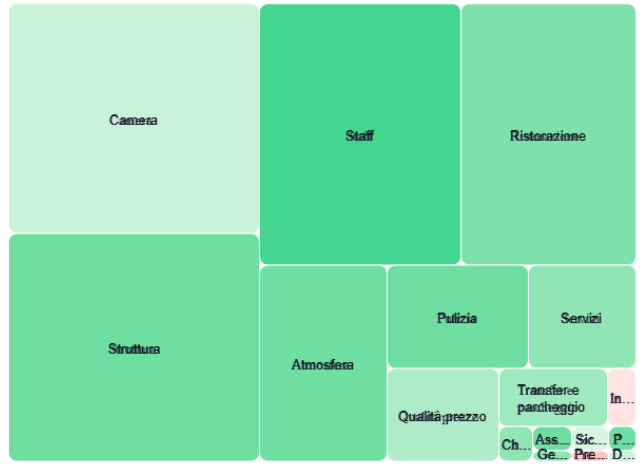
RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Camera	20,0%	71,2/100
Struttura	19,9%	88,0/100
Staff	18,2%	94,6/100
Ristorazione	15,9%	87,1/100
Atmosfera	8,7%	88,0/100



- L'argomento più discusso è la camera, con il 20% dei contenuti; segue la struttura, con il 19,9%, e lo staff, con il 18,2%.
- Il tema di internet presenta un numero maggiore di contenuti, 1.300, con giudizio negativo; la camera ha i maggiori contenuti positivi, 43.600.

DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datapeel.io





ATL Turismo Torino e Provincia: Cluster & Topic (2)

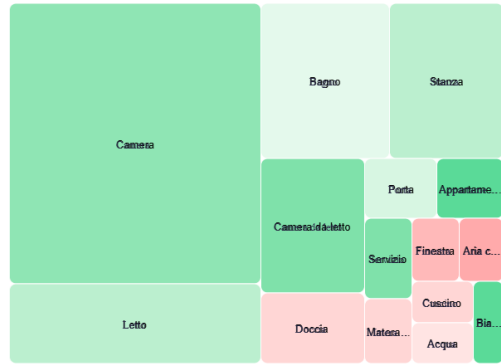
RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Camera	31,6%	82,1/100
Letto	9,1%	76,0/100
Bagno	9,0%	63,0/100
Stanza	7,9%	74,7/100
Camera Da Letto	6,3%	85,8/100



www.datappeal.io

Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **struttura** troviamo la **posizione** con il **39,7%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,5/100**.

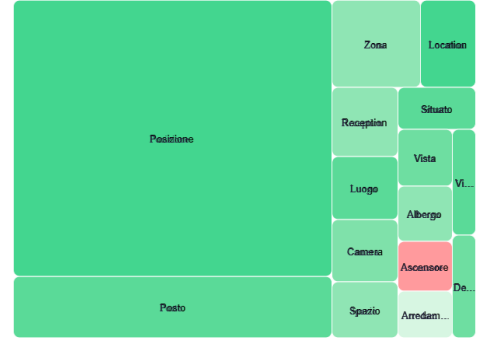
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **camera** troviamo la **camera** stessa con il **31,6%** dei contenuti e un **sentiment** dell'**82,1/100**.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	39,7%	96,5/100
Posto	8,9%	91,5/100
Zona	3,5%	82,4/100
Location	2,2%	95,8/100
Reception	2,1%	82,1/100



www.datappeal.io

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



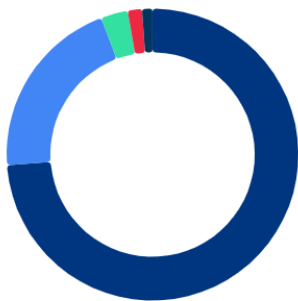
ATL Turismo Torino e Provincia: **Canali e Social**

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Ricettività

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	73,2%	8,4/10	84,2/100
Google	20,3%	8,8/10	88,0/100
TripAdvisor	3,0%	8,3/10	83,6/100
Hotels.com	1,6%	8,7/10	86,4/100
Expedia	1,1%	8,8/10	87,6/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **73,2%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **20,3%**, e **TripAdvisor**, con il **3%**.

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



www.datapeel.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Turismo Torino e Provincia

Affitti Brevi

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Turismo Torino e Provincia: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Affitti Brevi

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Casa O Appartamento	61,9%	1,4k	50,3%	16,3k	93,3/100
2 Affittacamere	27,2%	628	36,5%	11,8k	87,6/100
3 Appartamento Vacanze	10,9%	251	13,2%	4,3k	90,1/100

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

- **Casa o appartamento: 1.400;**
- **Affittacamere: 628;**
- **Appartamento vacanze: 251.**



www.datapeal.io



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



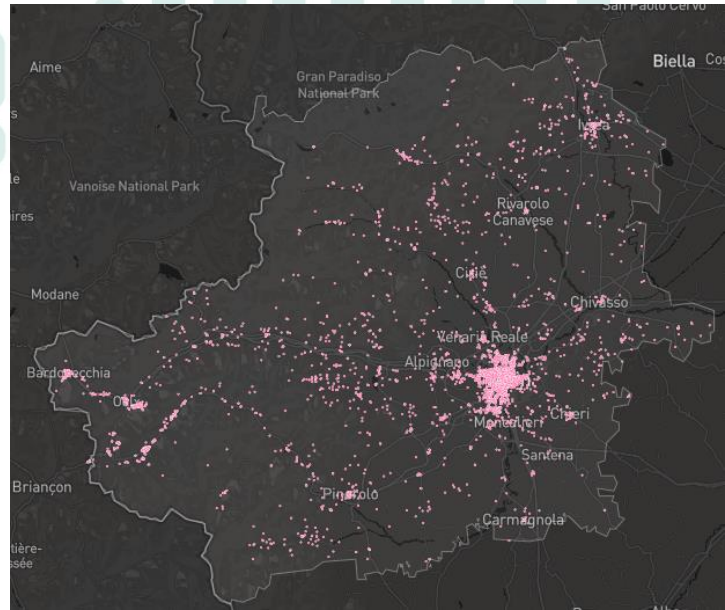
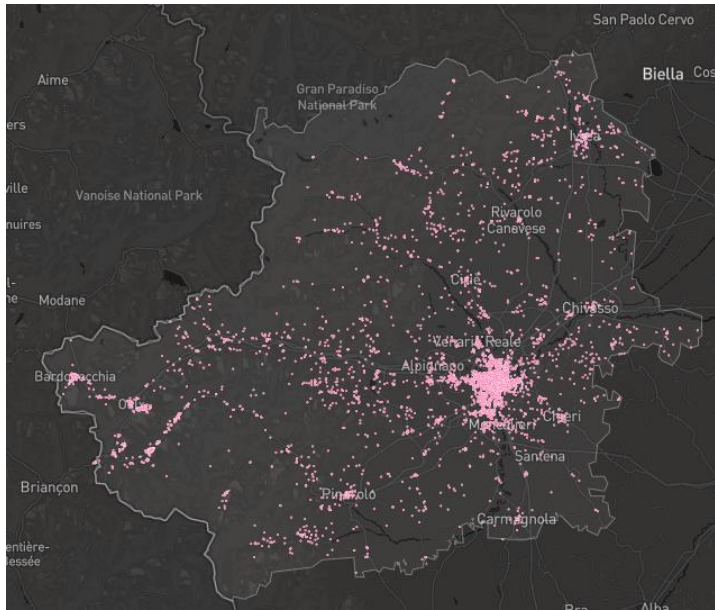
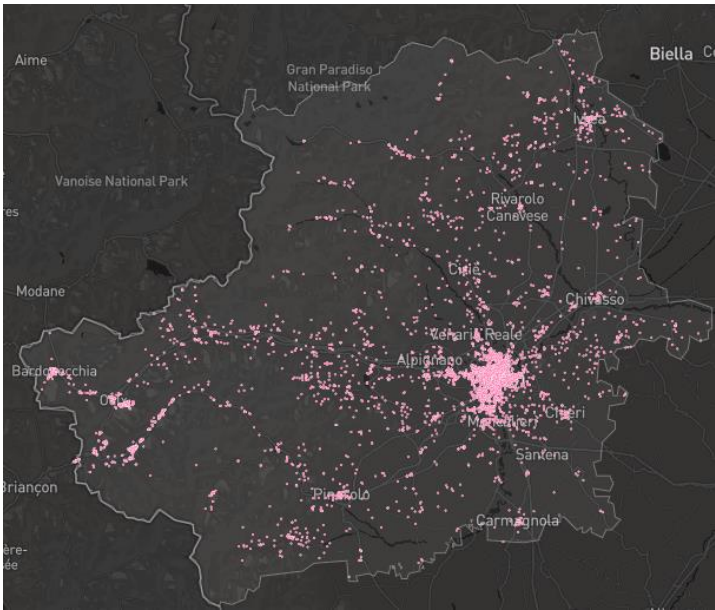
ATL Turismo Torino e Provincia: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

AFFITTI BREVI

2022

2023

2024



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



ATL Turismo Torino e Provincia: Cluster & Topic (1)

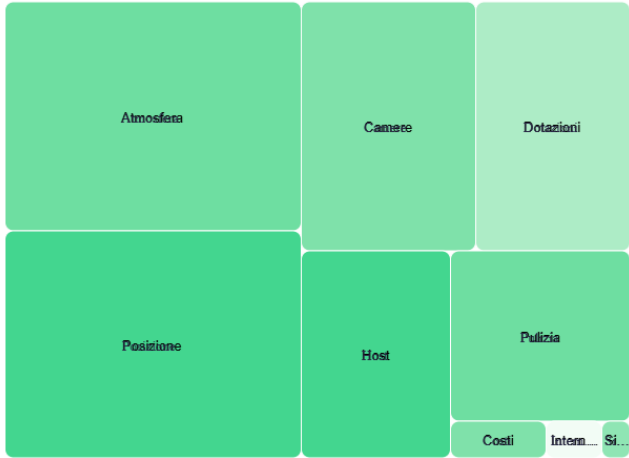
AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	23,8%	90,3/100
Posizione	23,5%	95,8/100
Camere	15,2%	86,6/100
Dotazioni	13,5%	78,3/100
Host	10,8%	94,4/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **23,8%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **23,5%**, e le **camere**, con il **15,2%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **276**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **9.200**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con





ATL Turismo Torino e Provincia: Cluster & Topic (2)

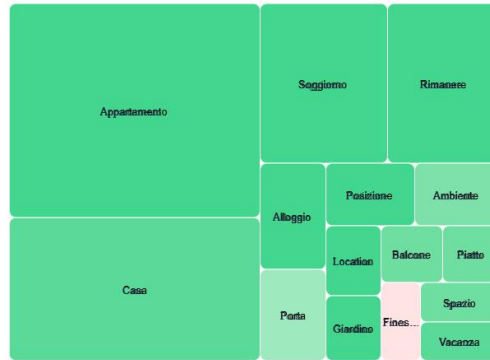
AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Appartamento	23,5%	94,8/100
Casa	15,7%	93,3/100
Soggiorno	9,0%	94,9/100
Rimanere	7,8%	94,1/100
Alloggio	3,0%	95,4/100



Tra gli argomenti più discussi all'interno della **posizione** troviamo la **posizione** stessa con il **49%** dei contenuti e un **sentiment** del **97,8/100**.

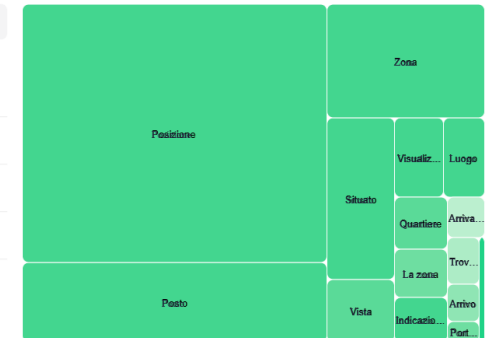
Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**atmosfera** troviamo l'**appartamento** con il **23,5%** dei contenuti e un **sentiment** del **94,8/100**.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Affitti Brevi

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	49,0%	97,8/100
Posto	15,2%	94,6/100
Zona	11,2%	94,5/100
Situato	6,8%	97,7/100
Vista	2,6%	91,1/100



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



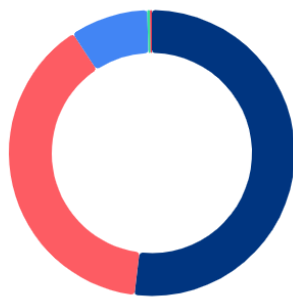
ATL Turismo Torino e Provincia: Canali e Social

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Affitti Brevi

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	51,8%	8,7/10	86,7/100
Airbnb	38,7%	9,6/10	95,8/100
Google	8,7%	9,3/10	93,1/100
TripAdvisor	0,3%	7,9/10	80,4/100
Hotels.com	0,2%	9,8/10	97,3/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **51,8%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **38,7%**, e **Google**, con l'**8,7%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Turismo Torino e Provincia

Ristorazione

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Turismo Torino e Provincia: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Torino TP	ANNO	MESE	COMPARTI Locali e Ristorazione
---------------------------------------	--------------------------	-------------	-------------	--

Tipologie di comparto più popolari

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

		Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1	Ristorante	35,2%	3,7k	46,4%	244,1k	87,0/100
2	Pizzeria	11,3%	1,2k	17,1%	90,0k	87,3/100
3	Bar	24,1%	2,5k	9,6%	50,4k	85,9/100
4	Fast Food	2,1%	223	3,7%	19,5k	81,0/100
5	Caffè	10,4%	1,1k	3,6%	19,1k	85,0/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **12.300 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 3.700;**
- **Bar: 2.500;**
- **Pizzerie: 1.200;**
- **Caffè: 1.100;**
- **Fast food: 223.**



www.datappeal.io



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



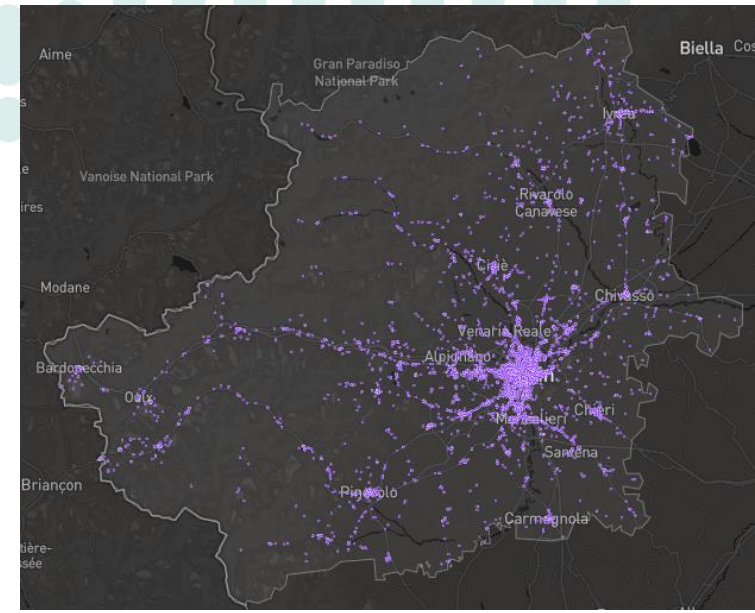
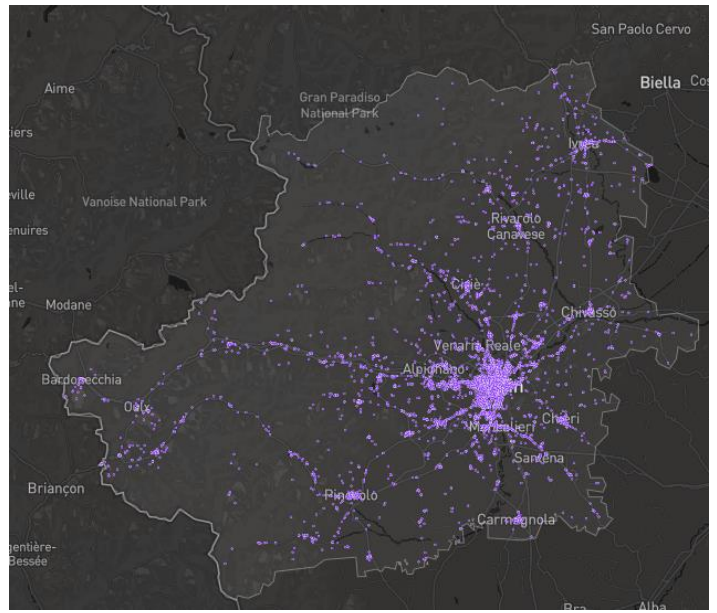
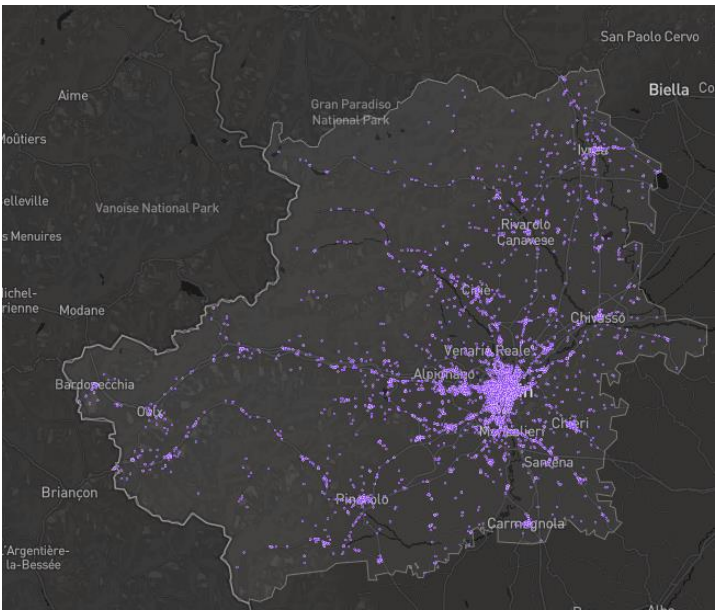
ATL Turismo Torino e Provincia: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**


RISTORAZIONE

2022

2023

2024



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con 



ATL Turismo Torino e Provincia: Cluster & Topic (1)

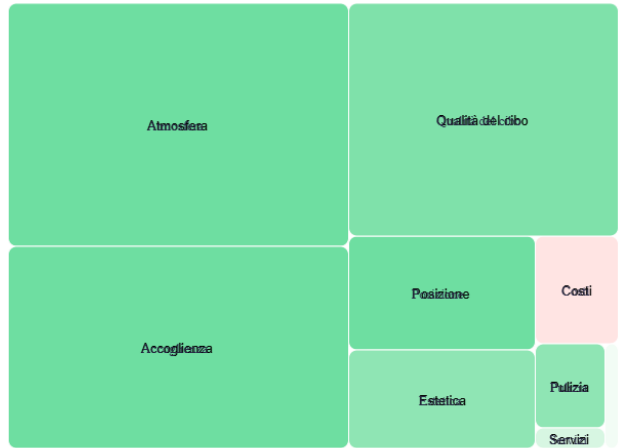
RISTORAZIONE

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Locali e Ristorazione

Argomenti più discussi

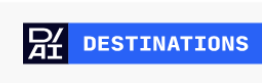
Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	30,3%	88,1/100
Accoglienza	25,2%	90,8/100
Qualità Del Cibo	23,2%	85,5/100
Posizione	7,8%	89,6/100
Estetica	6,8%	82,5/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **30,3%** dei contenuti; segue l'accoglienza, con il **25,2%**, e la qualità del cibo, con il **23,2%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **16.800**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi, 155.100**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





ATL Turismo Torino e Provincia: Cluster & Topic (2)

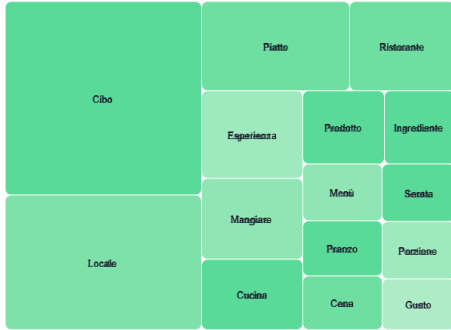
RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Torino TP	ANNO	MESE	COMPARTI Locali e Ristorazione
--------------------------------	-------------------	------	------	-----------------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Cibo	22,4%	92,5/100
Locale	15,6%	86,4/100
Piatto	7,8%	88,3/100
Ristorante	5,6%	89,2/100
Esperienza	5,2%	80,7/100



www.datappeal.io



Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'accoglienza troviamo il personale con il 41,1% dei contenuti e un sentiment del 94,9/100.

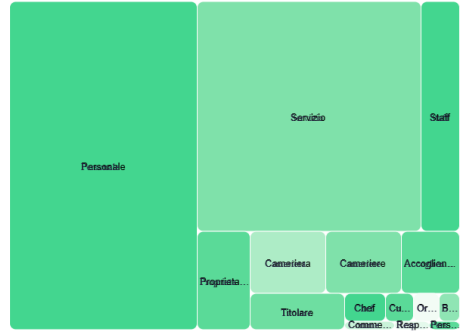
Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'atmosfera troviamo il cibo con il 22,4% dei contenuti e un sentiment del 92,5/100.

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Torino TP	ANNO	MESE	COMPARTI Locali e Ristorazione
--------------------------------	-------------------	------	------	-----------------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Accoglienza	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Personale	41,1%	94,9/100
Servizio	34,4%	86,5/100
Staff	6,0%	97,0/100
Proprietario	3,5%	92,2/100
Cameriera	3,2%	78,8/100



www.datappeal.io





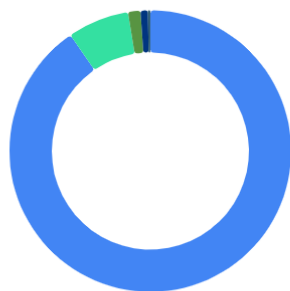
ATL Turismo Torino e Provincia: **Canali e Social**

RISTORAZIONE

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Locali e Ristorazione

Top 5 canali di recensione online

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



● Google ● TripAdvisor ● TheFork
● Booking.com ● Quandoo

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	90,4%	8,7/10	87,0/100
TripAdvisor	7,1%	8,3/10	83,1/100
TheFork	1,4%	9,0/10	89,5/100
Booking.com	0,8%	8,6/10	86,4/100
Quandoo	0,3%	8,4/10	89,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **90,4%** dei contenuti; seguono **Tripadvisor**, con il **7,1%**, e **TheFork**, con l'**1,4%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

ATL Turismo Torino e Provincia

Attrazioni

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





ATL Turismo Torino e Provincia: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24
AREE Torino TP
ANNO
MESE
COMPARTI Attrazioni

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Attrazione	16,9%	466	34,0%	32,7k	92,9/100
2 Museo	10,2%	283	26,8%	25,8k	92,8/100
3 Parco	17,5%	484	10,3%	9,9k	89,3/100
4 Chiesa	32,3%	892	5,9%	5,7k	91,8/100
5 Castello	1,8%	49	4,6%	4,5k	92,6/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **4.300 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie attrattive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Chiese: 892;**
- **Parchi: 484;**
- **Attrazioni: 466;**
- **Musei: 283;**
- **Castelli: 49.**



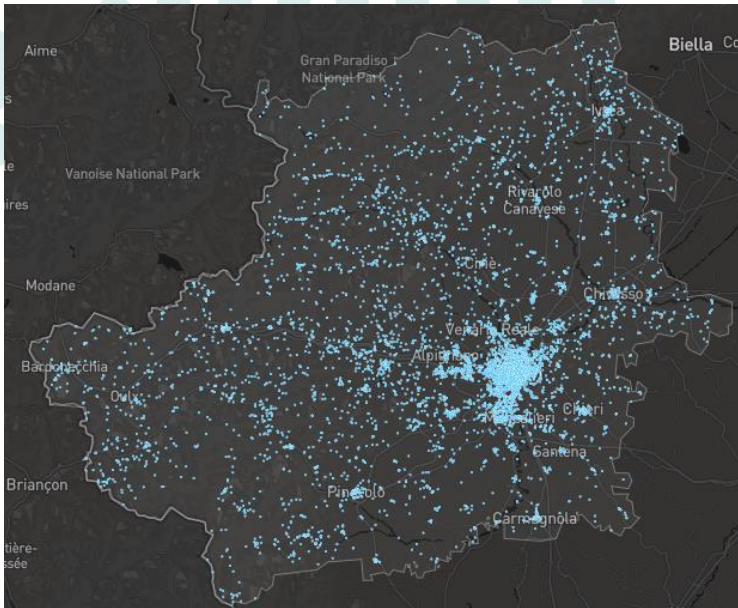
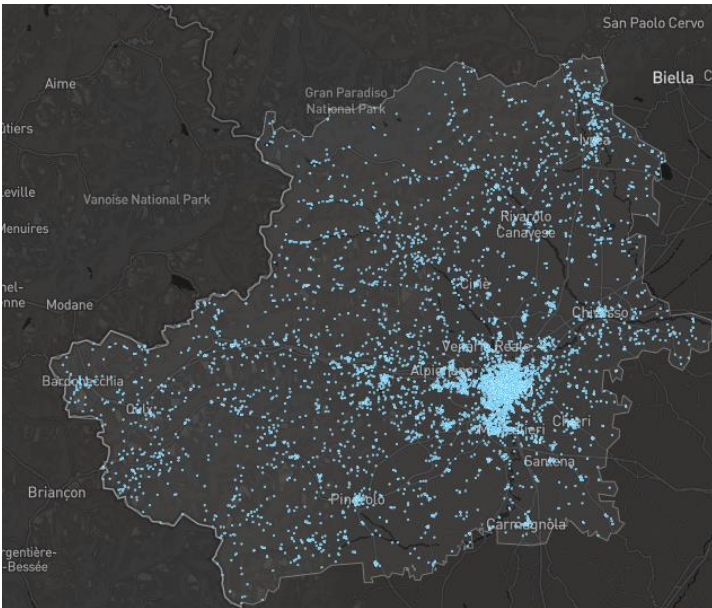
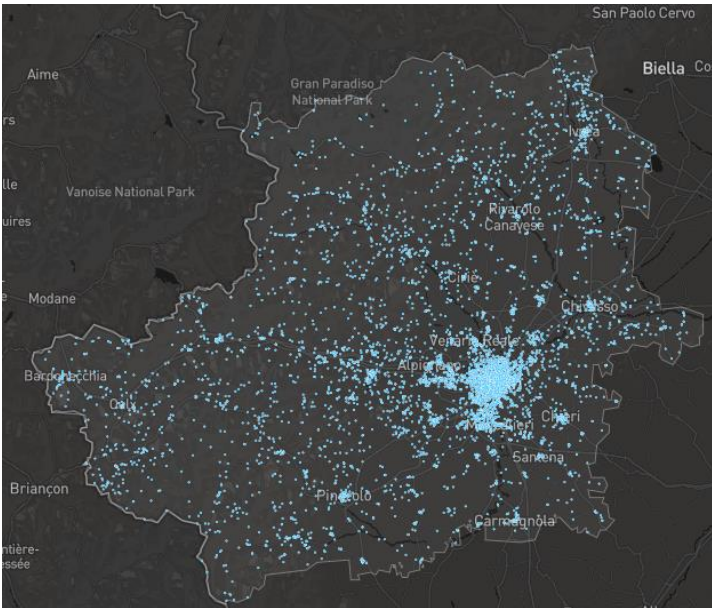
ATL Turismo Torino e Provincia: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**


ATTRAZIONI

2022

2023

2024



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



ATL Turismo Torino e Provincia: Cluster & Topic (1)

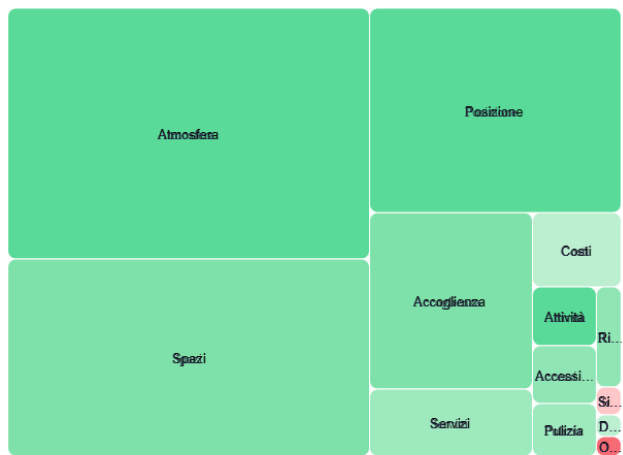
ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	33,0%	92,3/100
Spazi	25,9%	86,0/100
Posizione	18,7%	93,3/100
Accoglienza	10,5%	86,8/100
Servizi	4,0%	79,1/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **33%** dei contenuti; seguono gli spazi, con il **25,9%**, e la posizione, con il **18,7%**.
- Il tema della **sicurezza** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **79**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi**, **10.100**.



ATL Turismo Torino e Provincia: Cluster & Topic (2)

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Museo	28,5%	92,9/100
Visita	15,3%	90,9/100
Esperienza	10,5%	90,8/100
Mostra	8,4%	92,6/100
Chiesa	4,2%	93,8/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno degli **spazi** troviamo il **parco** con il **12,3%** dei contenuti e un **sentiment** del **93,1/100**.

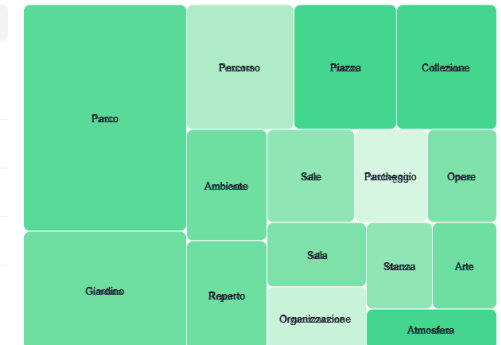
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo il **museo** con il **28,5%** dei contenuti e un **sentiment** del **92,9/100**.

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Spazi	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Parco	12,3%	93,1/100
Giardino	6,4%	88,7/100
Percorso	4,5%	77,8/100
Piazza	4,3%	95,6/100
Collezione	4,2%	94,1/100





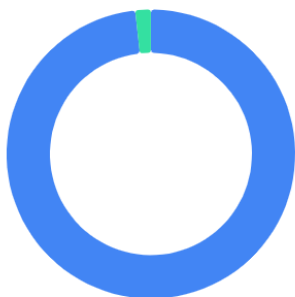
ATL Turismo Torino e Provincia: **Canali e Social**

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP			Attrazioni

Top 5 canali di recensione online

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



● Google ● TripAdvisor ● Yelp

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,3%	9,2/10	92,2/100
TripAdvisor	1,7%	8,4/10	84,0/100
Yelp	0,0%	10,0/10	100/100

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



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Focus

Sentiment Analysis

ATL Turismo Torino e Provincia vs Italia

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





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

COMPLESSIVO

DESTINATIONS

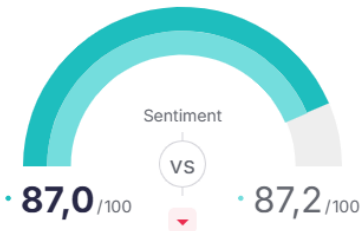
Fonte: Elaborazione de ll'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

PERIODO	AREE	ANNO	MESE
01/01/24 - 31/12/24	Torino TP		
PERIODO A CONFRONTO	AREE A CONFRONTO		
01/01/24 - 31/12/24	Italia		

Il valore del *sentiment* dell'ATL di Turismo Torino e Provincia (+0,2) è **inferiore** a quello dell'Italia: **87/100** vs **87,2/100**.

Sentiment

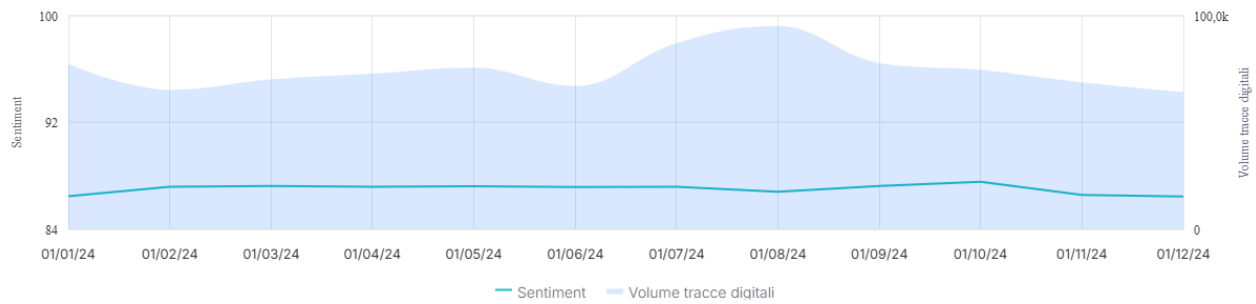
Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.



www.datapeal.io

Volume tracce digitali e sentiment

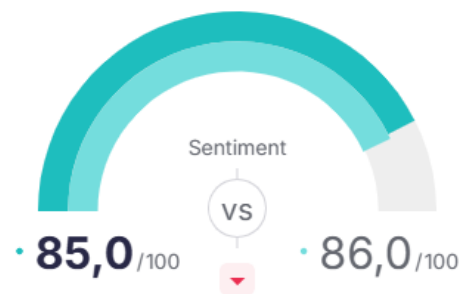
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





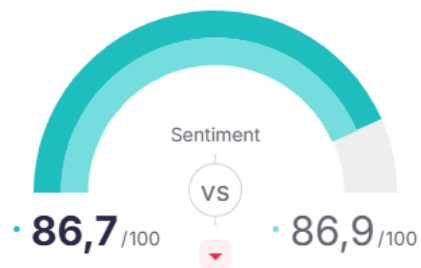
Recensioni on-line e *sentiment* ATL Turismo Torino e Provincia vs Italia

RICETTIVITÀ



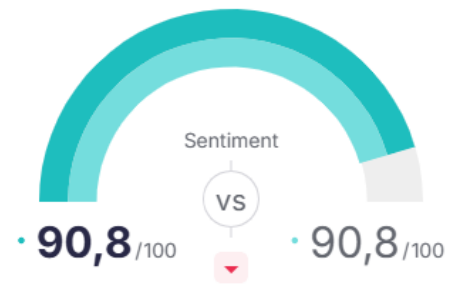
85/100 (+0,5) vs 86/100

RISTORAZIONE



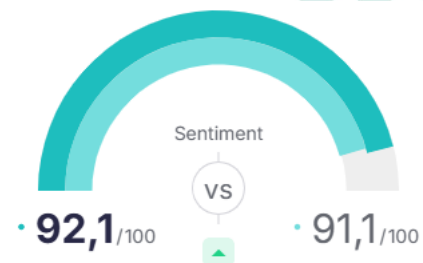
86,7/100 (+0,1) vs 86,9/100

AFFITTI BREVI



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

ATTRAZIONI



92,1/100 (+0,6) vs 91,1/100

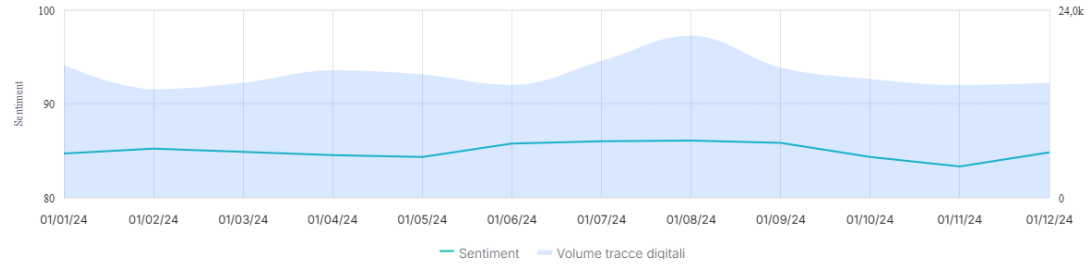


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

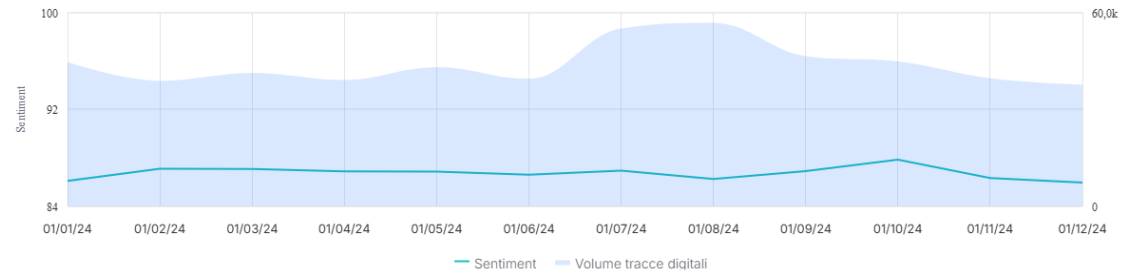
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

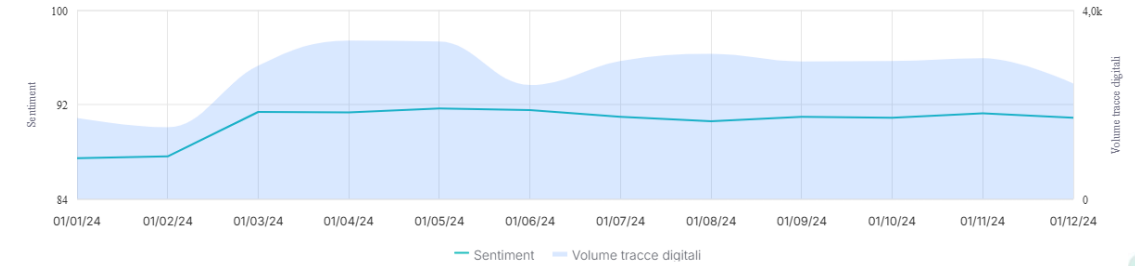
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

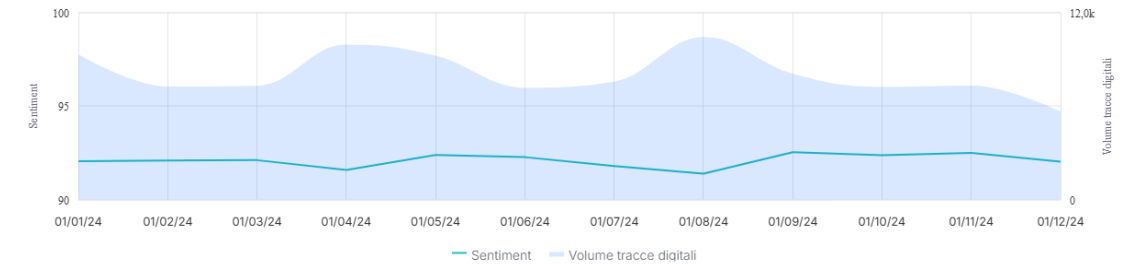
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



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

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

osservatorio.turismo@visitpiemonte.com

Visit Piemonte

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

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

P.IVA 09693360019