



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Monitoraggio recensioni online Piemonte – Aree-Prodotto

Anno 2024
01/01/2024 – 31/12/2024

Torino, 31 gennaio 2025





Perimetro di analisi

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

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

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

Lo studio si riferisce al seguente intervallo di tempo:

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



Piemonte e Aree-Prodotto

Executive Summary

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Punti di Interesse – Tracce digitali

COMPLESSIVO

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	13.400	310.100 (-14%)
Laghi	4.200	164.500 (-10,1%)
Montagne	12.000	228.600 (-15,9%)
Torino e prima cintura	17.200	739.500 (-12,7%)
Piemonte	55.700	1.700.000 (-10,5%)

- **Torino e prima cintura** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **17.200**; seguono le **Colline**, con **13.400**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **739.500**; seguono le **Colline**, **310.100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **diminuzione** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: le **Montagne** rilevano il calo maggiore, **-15,9%**.



Sentiment Analysis

COMPLESSIVO

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	89/100 (+0,3)	87,2/100
Laghi	86,9/100 (+0,2)	87,2/100
Montagne	88,6/100 (=)	87,2/100
Torino e prima cintura	86,8/100 (+0,3)	87,2/100
Piemonte	87,6/100 (+0,3)	87,2/100

- Le **Colline** e le **Montagne** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto**: rispettivamente, **89/100** e **88,6/100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **crescita** (ad eccezione delle **Montagne** che mantengono lo **stesso valore**) in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, con le **Colline** e **Torino e prima cintura** che rilevano il maggior aumento: **+0,3 (entrambe)**;
- I valori del **sentiment** delle **Colline**, **89/100**, e delle **Montagne**, **88,6/100**, sono superiori rispetto all'**Italia** (**87,2/100**); i **Laghi**, **86,9/100**, e **Torino e prima cintura**, **86,8/100**, sono inferiori.



Punti di Interesse – Tracce digitali

RICETTIVITÀ

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	2.100	82.100 (-10,2%)
Laghi	503	62.900 (-8,1%)
Montagne	1.900	62.600 (-14,6%)
Torino e prima cintura	1.000	155.300 (-7,4%)
Piemonte	6.400	404.100 (-9,1%)

- Le **Colline** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **2.100**; seguono le **Montagne**, con **1.900**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **155.300**; seguono le **Colline**, **82.100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **diminuzione** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: le **Montagne** rilevano il calo maggiore, **-14,6%**.



Sentiment Analysis

RICETTIVITÀ

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	90,3/100 (+0,3)	86/100
Laghi	86/100 (+0,5)	86/100
Montagne	88,1/100 (+0,2)	86/100
Torino e prima cintura	84,6/100 (+0,5)	86/100
Piemonte	86,8/100 (+0,4)	86/100

- Le **Colline** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto: 90,3/100**; seguono le **Montagne**, con **88,1/100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, con i **Laghi** e **Torino e prima cintura** che rilevano il maggior aumento: **+0,5 (entrambe)**;
- I valori del **sentiment** delle **Colline, 90,3/100** e delle **Montagne, 88,1/100**, sono superiori rispetto all'**Italia, 86/100**; i **Laghi** coincidono con il dato nazionale, mentre **Torino e prima cintura, 84,6/100**, è inferiore.



Punti di Interesse – Tracce digitali

AFFITTI BREVI

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	1.600	17.400 (-2,2%)
Laghi	1.300	15.300 (-12,7%)
Montagne	1.600	14.600 (-10,7%)
Torino e prima cintura	1.500	24.600 (-7,6%)
Piemonte	6.500	78.200 (-8,2%)

- Le **Colline** e le **Montagne** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **1.600**; segue **Torino e prima cintura**, con **1.500**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **24.600**; seguono le **Colline**, **17.400**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **diminuzione** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: i **Laghi** rilevano il calo maggiore, **-12,7%**.



Sentiment Analysis

AFFITTI BREVI

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	92,6/100 (+0,3)	90,8/100
Laghi	91,1/100 (=)	90,8/100
Montagne	91,9/100 (+0,4)	90,8/100
Torino e prima cintura	90,9/100 (=)	90,8/100
Piemonte	91,5/100 (+0,1)	90,8/100

- Le **Colline** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto: 92,6/100**; seguono le **Montagne**, con **91,9/100**;
- Le **Montagne, +0,4**, e le **Colline, +0,3**, registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente;
- I valori del **sentiment** di tutte le **aree-prodotto** sono superiori rispetto all'**Italia: 90,8/100**.



Punti di Interesse – Tracce digitali

RISTORAZIONE

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	5.100	173.100 (-15,2%)
Laghi	1.200	66.900 (-7,8%)
Montagne	4.000	117.500 (-13,1%)
Torino e prima cintura	9.500	436.500 (-14,6%)
Piemonte	24.400	938.800 (-14,3%)

- **Torino e prima cintura** possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **9.500**; seguono le **Colline**, con **5.100**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **436.500**; seguono le **Colline**, **173.100**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **diminuzione** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: le **Colline** rilevano il calo maggiore, **-15,2%**.



Sentiment Analysis

RISTORAZIONE

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	88,2/100 (+0,3)	86,9/100
Laghi	85,9/100 (+0,3)	86,9/100
Montagne	88,1/100 (-0,1)	86,9/100
Torino e prima cintura	86,5/100 (+0,1)	86,9/100
Piemonte	87,1/100 (+0,2)	86,9/100

- Le **Colline** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto: 88,2/100**; seguono le **Montagne**, con **88,1/100**;
- Tutte le **aree-prodotto**, ad eccezione della **Montagne**, registrano una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente; le **Colline** e i **Laghi** rilevano il maggior aumento: **+0,3 (entrambe)**;
- I valori del **sentiment** delle **Colline, 88,2/100** e delle **Montagne, 88,1/100**, sono superiori rispetto all'**Italia, 86,9/100**; **Torino e prima cintura, 86,5/100**, e i **Laghi, 85,9/100**, sono inferiori.



Punti di Interesse – Tracce digitali

ATTRAZIONI

Aree-Prodotto e Piemonte	Punti Interesse	Tracce Digitali
Colline	2.300	18.200 (-28,9%)
Laghi	752	15.400 (-20,3%)
Montagne	3.300	22.900 (-30,7%)
Torino e prima cintura	2.600	83.700 (-13,3%)
Piemonte	10.500	157.100 (-20,1%)

- Le **Montagne** possiedono il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **3.300**; segue **Torino e prima cintura**, con **2.600**;
- **Torino e prima cintura** rileva il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **83.700**; seguono le **Montagne**, **22.900**;
- Tutte le **aree-prodotto** registrano una **diminuzione** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente: le **Montagne** rilevano il calo maggiore, **-30,7%**.



Sentiment Analysis

ATTRAZIONI

Aree-Prodotto e Piemonte	Sentiment Piemonte e Aree-Prodotto	Sentiment Italia
Colline	90,2/100 (-0,2)	91,1/100
Laghi	91,6/100 (+0,2)	91,1/100
Montagne	92,4/100 (+0,3)	91,1/100
Torino e prima cintura	92,1/100 (+0,6)	91,1/100
Piemonte	91,7/100 (+0,4)	91,1/100

- Le **Montagne** rilevano un parametro maggiore rispetto alle altre **aree-prodotto**: **92,4/100**; segue **Torino e prima cintura**, con **92,1/100**;
- **Torino e prima cintura** registra la **crescita** più alta rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente: **+0,6**;
- I valori del **sentiment** di tutte le **aree-prodotto** sono superiori rispetto all'**Italia**, **91,1/100**, ad eccezione delle **Colline** che sono inferiori: **90,2/100**.



Provenienza viaggiatori

Provenienza viaggiatori		
Aree-Prodotto e Piemonte	% Italia	Paese Estero
Colline	49,6%	Svizzera (10,5%)
Laghi	24,2%	Germania (20,6%)
Montagne	57,1%	Francia (11,6%)
Torino e prima cintura	57,3%	Francia (10,5%)
Piemonte	Italia (49,7%)	Francia (11,4%)

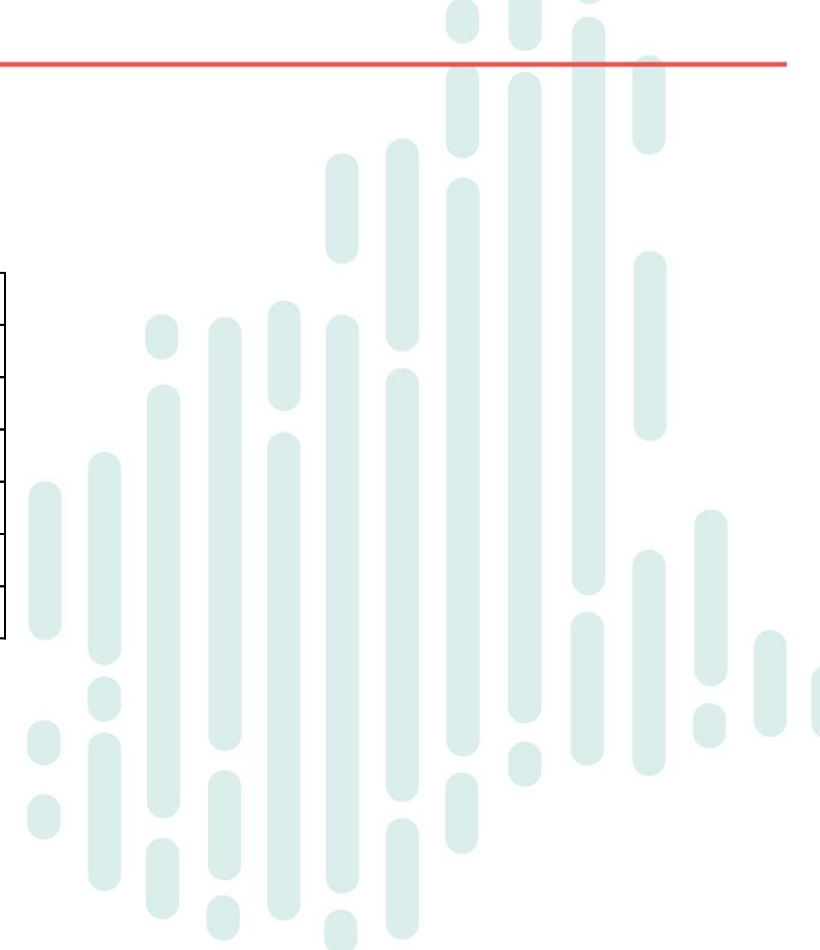
- **Torino e prima cintura** registra la percentuale più alta di **visitatori italiani: 57,3%**;
- Nei **Laghi**, si registra la percentuale più alta di recensioni pubblicate da turisti stranieri: **20,6%**, provenienti dalla **Germania**.



Tipologie di viaggio

Tipologie di Viaggio	
Colline	Coppie (56,2%) - Famiglie (23,5%)
Laghi	Coppie (56,6%) - Famiglie (27,2%)
Montagne	Coppie (46,6%) - Famiglie (28,8%)
Torino e prima cintura	Coppie (41,5%) - Famiglie (29,2%)
Piemonte	Coppie (48,3%) - Famiglie (27,3%)

- Le recensioni sono redatte principalmente da **coppie** e **famiglie**;
- Tra le **coppie**, spicca il **56,6%** registrato nei **Laghi**;
- Tra le **famiglie**, il valore più alto si rileva a **Torino e prima cintura: 29,2%**.





Cluster & Topic (1)

Cluster & Topic					
Comparto	Colline	Laghi	Montagne	Torino e prima cintura	Piemonte
Ricettività	Struttura - Risostrazione	Struttura - Risostrazione	Ristorazione - Struttura	Camera - Struttura	Struttuta - Staff
Affitti Brevi	Atmosfera - Posizione	Atmosfera - Posizione	Atmosfera - Posizione	Posizione - Atmosfera	Atmosfera - Posizione
Ristorazione	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza	Atmosfera - Accoglienza
Attrazioni	Posizione - Atmosfera	Spazi - Posizione	Posizione - Atmosfera	Atmosfera - Spazi	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** e **atmosfera** nelle **attrazioni**.



Cluster & Topic (2)

Cluster & Topic										
Comparto	Colline		Laghi		Montagne		Torino e prima cintura		Piemonte	
	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo
Ricettività	Struttura (*23.400)	Camera (*16.000)	Struttura (*20.300)	Internet (*663)	Ristorazione (*16.600)	Internet (*400)	Camera (*36.300)	Internet (*1.000)	Struttura (*103.900)	Internet (*2.800)
Affitti Brevi	Atmosfera (*4.900)	Internet (*129)	Atmosfera (*5.800)	Internet (*220)	Atmosfera (*4.100)	Internet (*173)	Posizione (*7.400)	Internet (*201)	Atmosfera (*23.400)	Internet (*769)
Ristorazione	Atmosfera (*51.100)	Costi (*4.700)	Atmosfera (*22.300)	Costi (*1.800)	Atmosfera (*35.200)	Costi (*3.400)	Atmosfera (*128.500)	Costi (*14.100)	Atmosfera (*275.400)	Costi (*27.700)
Attrazioni	Posizione (*1.700)	Costi (*94)	Spazi (*1.500)	Costi (*105)	Posizione (*2.900)	Costi (*161)	Atmosfera (*9.000)	Sicurezza (*62)	Atmosfera (*14.600)	Sicurezza (*123)

- L'**atmosfera** contiene la maggior parte di **giudizi positivi**.
- I **costi** ed **internet** né contengono più **negativi**.

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



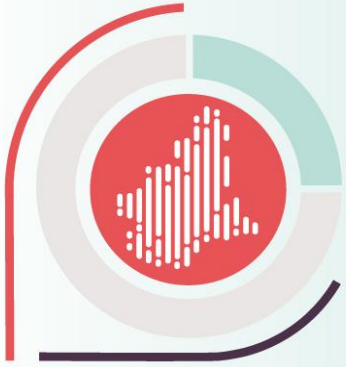
Canali e Social

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

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

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

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



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Piemonte

Complessivo

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Piemonte: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

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

AREE
Piemonte

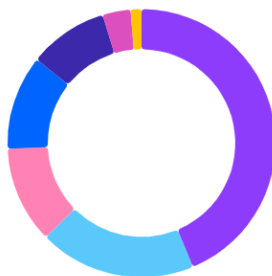
ANNO

MESE

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **55,7k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☘ Locali E Ristorazione	43,7%	24,4k	87,1/100
🏛️ Attrazioni	18,9%	10,5k	91,7/100
🏠 Affitti Brevi	11,7%	6,5k	91,5/100
📄 Ricettività	11,4%	6,4k	86,8/100
🚗 Trasporti	9,6%	5,3k	81,8/100
🎪 Intrattenimento	3,4%	1,9k	87,6/100

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

- **Ristorazione: 24.400;**
- **Attrazioni: 10.500;**
- **Affitti brevi: 6.500;**
- **Ricettività: 6.400.**





Piemonte: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

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

AREE
Piemonte

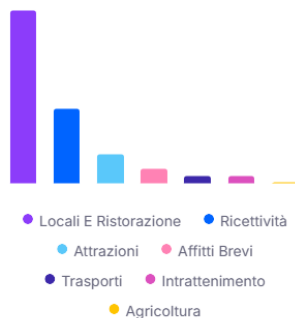
ANNO

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 **1,7M**



Icona	Industria	Distribuzione tracce digitali (%)	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴	Locali E Ristorazione	56,3%	938,8k	87,1/100
🏠	Ricettività	24,2%	404,1k	86,8/100
🏰	Attrazioni	9,4%	157,1k	91,7/100
🏠	Affitti Brevi	4,7%	78,2k	91,5/100
🚗	Trasporti	2,5%	41,8k	81,8/100
🎪	Intrattenimento	2,4%	40,6k	87,6/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **1.700.000 (-10,5%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 938.800 (-14,3%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 404.100 (-9,1%);**
- **Attrazioni: 157.100 (-20,1%);**
- **Affitti brevi: 78.200 (-8,2%).**





Piemonte: Provenienza viaggiatori

COMPLESSIVO

PERIODO

01/01/24 - 31/12/24

AREE

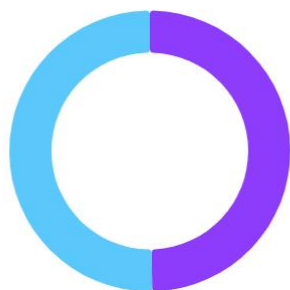
Piemonte

ANNO

MESE

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	49,7%	85,8/100
Francia	11,4%	86,5/100
Svizzera	8,3%	86,4/100
Germania	7,5%	86,3/100
Paesi Bassi	2,8%	86,6/100

Il **49,7%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con l'**11,4%**, e la **Svizzera**, con l'**8,3%**.



Piemonte: Tipologie di viaggio

COMPLESSIVO

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

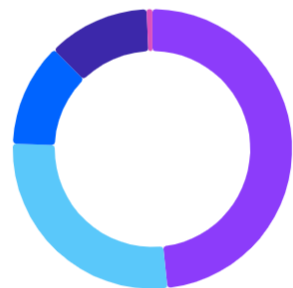
AREE
Piemonte

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	48,3%	87,0/100
❤️ Famiglie	27,3%	86,1/100
👥 Amici/Gruppo	12,0%	86,2/100
🧑 Singolo	11,7%	85,1/100
👜 Viaggio Di Lavoro	0,7%	84,2/100

Il **48,3%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **27,3%**, e gli **amici/gruppi**, con il **12%**.

DESTINATIONS

www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Piemonte

Ricettività

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Piemonte			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	30,1%	1,9k	67,0%	270,6k	85,1/100
2 B & B	37,6%	2,3k	20,0%	80,6k	91,0/100
3 Agriturismo	17,1%	1,1k	6,4%	26,0k	91,6/100
4 Campeggi	3,0%	185	2,2%	8,8k	85,2/100
5 Ostello	1,0%	61	1,2%	4,9k	84,1/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **6.400 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ricettive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **B&B: 2.300;**
- **Hotel: 1.900;**
- **Agriturismi: 1.100;**
- **Campeggi: 185;**
- **Ostelli: 61.**

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



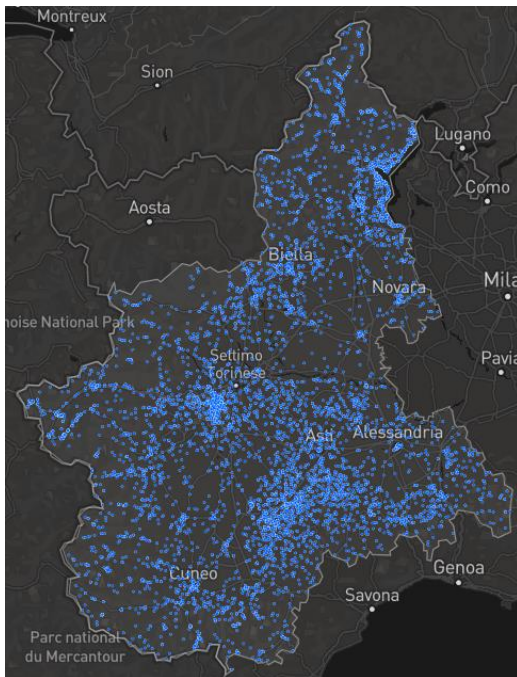
www.datappeal.io



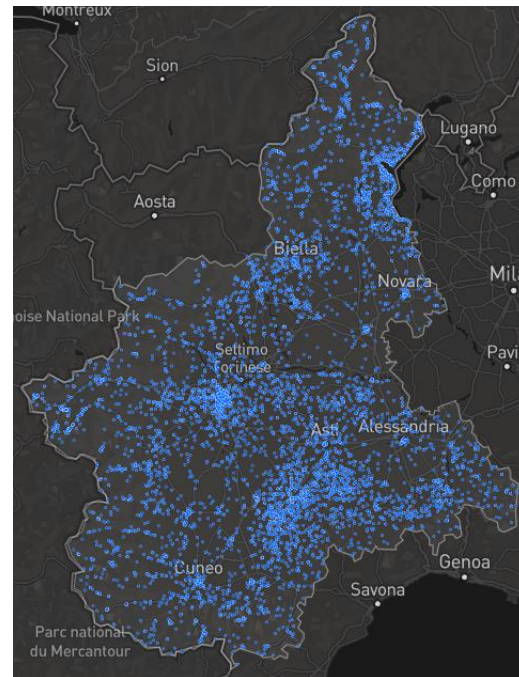


Piemonte: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

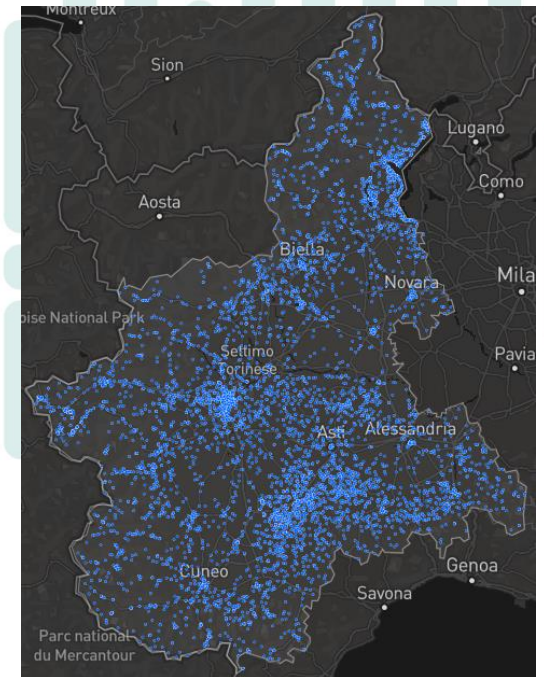


2023



RICETTIVITÀ

2024





Piemonte: Cluster & Topic (1)

RICETTIVITÀ

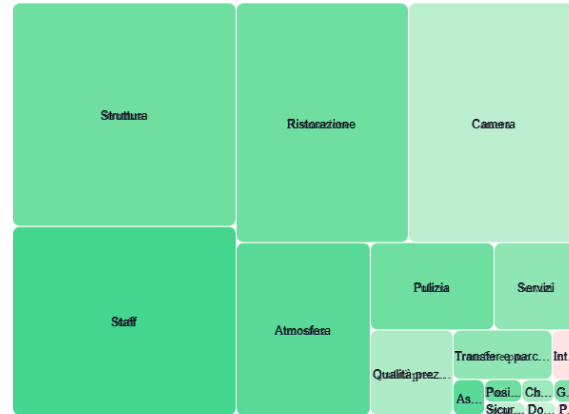
PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Piemonte			Ricettività

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Struttura	21,3%	90,3/100
Staff	18,0%	95,3/100
Ristorazione	17,6%	89,1/100
Camera	17,5%	74,3/100
Atmosfera	9,9%	91,1/100



- L'argomento più discusso è la **struttura**, con il **21,3%** dei contenuti; segue lo **staff**, con il **18%**, e la **ristorazione**, con il **17,6%**;
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **2.800**, con **giudizio negativo**; la **struttura** ha i maggiori contenuti **positivi**, **103.900**.



Piemonte: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Struttura	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	30,2%	96,7/100
Posto	11,2%	93,8/100
Piscina	3,7%	87,6/100
Camera	3,3%	85,7/100
Visualizzazione	2,9%	96,4/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno dello **staff** troviamo il **personale** con il **43,4%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,9/100**.

RICETTIVITÀ

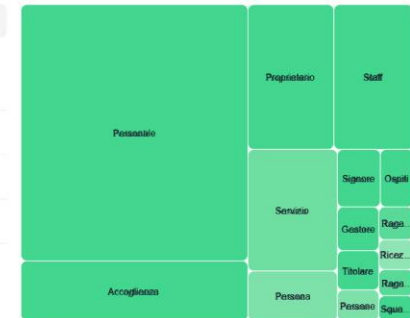
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **struttura** troviamo la **posizione** con il **30,2%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,7/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Staff	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Personale	43,4%	96,9/100
Accoglienza	10,1%	97,4/100
Proprietario	9,3%	97,5/100
Staff	8,6%	98,1/100
Servizio	8,1%	89,8/100





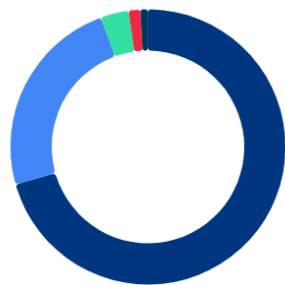
Piemonte: Canali e Social

RICETTIVITÀ

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

Top 5 canali di recensione online

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



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	70,1%	8,5/10	85,9/100
Google	23,7%	8,9/10	89,5/100
TripAdvisor	3,3%	8,5/10	85,6/100
Hotels.com	1,4%	8,8/10	87,6/100
Expedia	0,9%	8,8/10	88,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **70,1%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **23,7%**, e **TripAdvisor**, con il **3,3%**.

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



www.datapeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Piemonte

Affitti Brevi

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24
AREE 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	60,1%	3,9k	48,9%	38,2k	93,1/100
2	Affittacamere	28,1%	1,8k	37,8%	29,5k	89,2/100
3	Appartamento Vacanze	11,7%	765	13,3%	10,4k	91,7/100

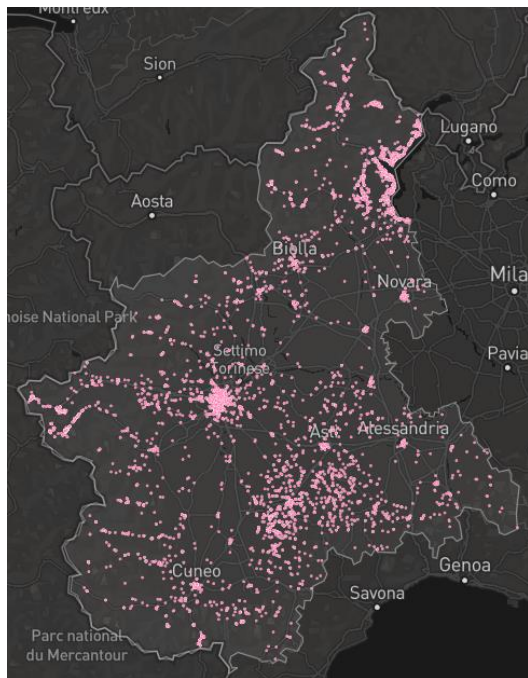
Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **6.500 punti di interesse**; in particolare, le **tipologie** di strutture che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Casa o appartamento: 3.900;**
- **Affittacamere: 1.800;**
- **Appartamento vacanze: 765.**

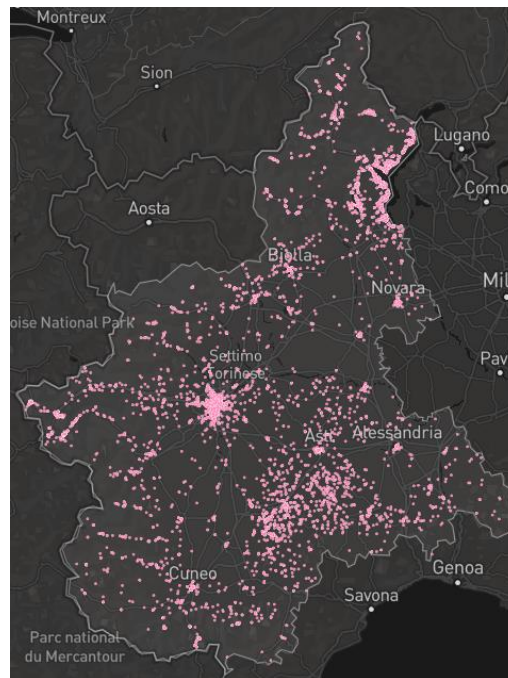


Piemonte: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

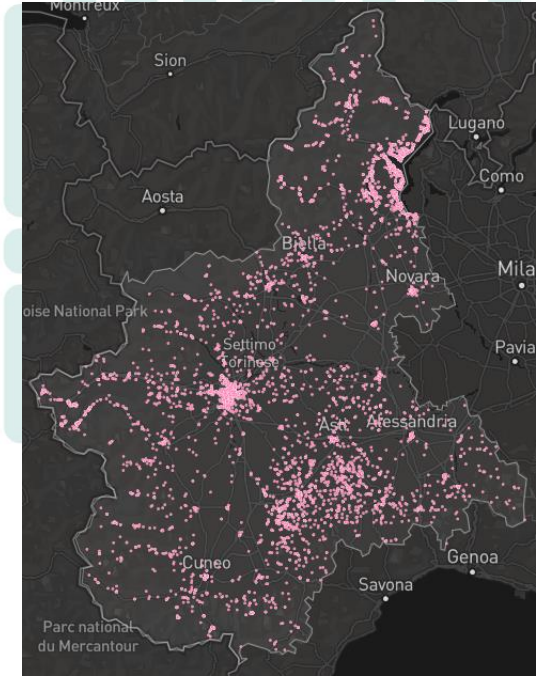


2023



AFFITTI BREVI

2024





Piemonte: Cluster & Topic (1)

AFFITTI BREVI

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	25,7%	91,3/100
Posizione	23,3%	96,1/100
Dotazioni	14,3%	82,1/100
Camere	13,4%	87,0/100
Host	11,5%	95,3/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **25,7%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **23,3%**, e le **dotazioni**, con il **14,3%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **769**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **23.400**.



Piemonte: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Appartamento	18,1%	95,2/100
Casa	16,3%	93,8/100
Rimanere	8,7%	95,1/100
Soggiorno	7,1%	94,8/100
Alloggio	4,9%	94,4/100



www.datappeal.io



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo la **posizione** stessa con il **43,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **97,6/100**.

AFFITTI BREVI

Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo l'**appartamento** con il **18,1%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,2/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	43,6%	97,6/100
Posto	17,3%	95,9/100
Zona	7,8%	94,4/100
Visualizzazione	6,8%	98,4/100
Situato	5,6%	96,9/100



www.datappeal.io





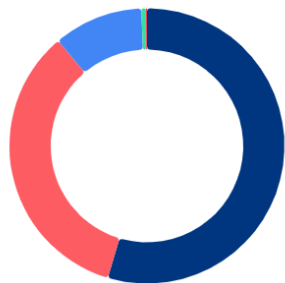
Piemonte: Canali e Social

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Piemonte			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	54,5%	8,8/10	88,2/100
Airbnb	34,2%	9,7/10	95,9/100
Google	10,5%	9,4/10	94,0/100
TripAdvisor	0,5%	8,9/10	88,7/100
Hotels.com	0,1%	9,5/10	94,4/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **54,5%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **34,2%**, e **Google**, con il **10,5%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Piemonte

Ristorazione

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Piemonte			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	36,7%	7,8k	49,3%	463,0k	87,5/100
2	Pizzeria	10,6%	2,3k	15,4%	144,1k	87,2/100
3	Bar	25,8%	5,5k	11,1%	104,2k	86,3/100
4	Caffè	8,9%	1,9k	3,5%	32,4k	85,2/100
5	Fast Food	1,7%	361	3,4%	32,3k	80,1/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **24.400 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: 7.800;**
- **Bar: 5.500;**
- **Pizzerie: 2.300;**
- **Caffè: 1.900;**
- **Fast Food: 361.**





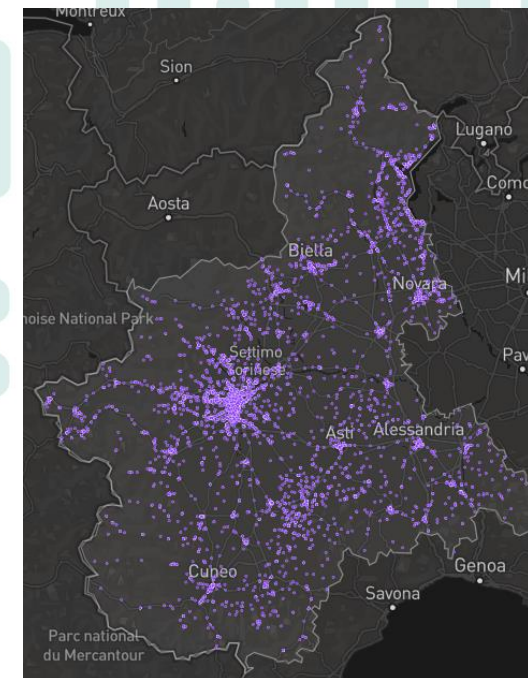
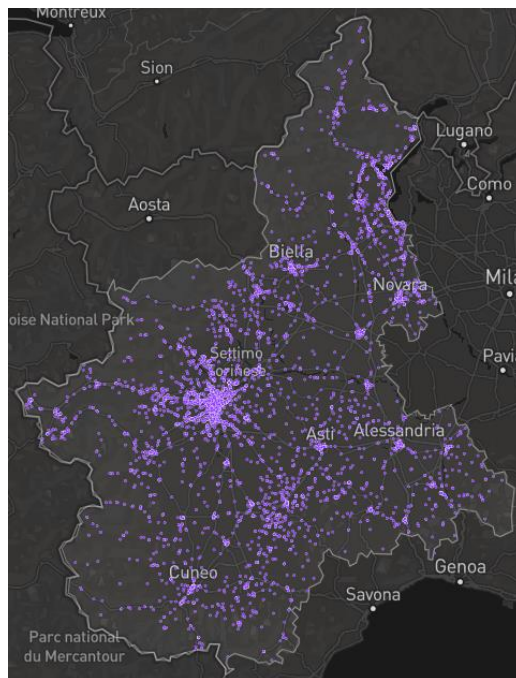
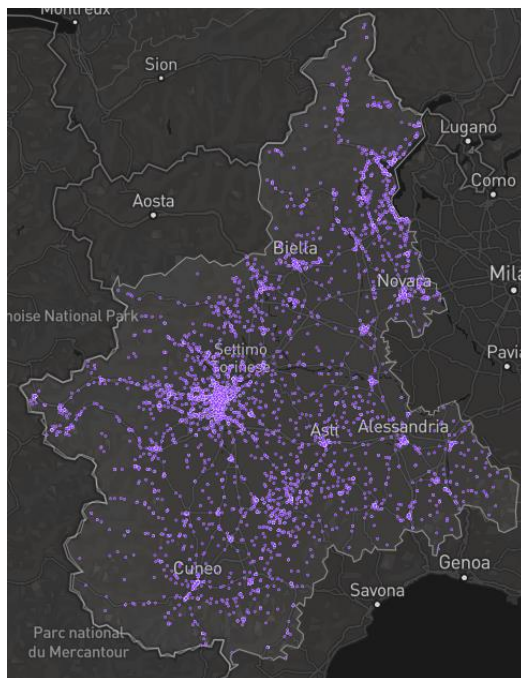
Piemonte: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

RISTORAZIONE

2024





Piemonte: Cluster & Topic (1)

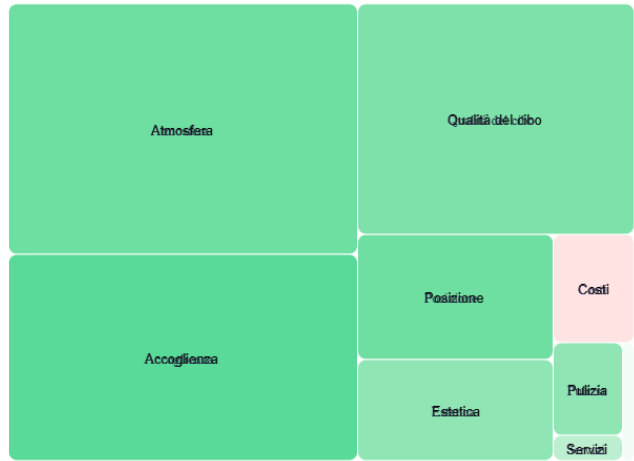
RISTORAZIONE

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	30,5%	88,7/100
Accoglienza	25,0%	91,1/100
Qualità Del Cibo	22,3%	85,8/100
Posizione	8,6%	90,8/100
Estetica	6,9%	84,1/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **30,5%** dei contenuti; segue l'accoglienza, con il **25%**, e la qualità del cibo, con il **22,3%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **27.700**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi**, **275.400**.





Piemonte: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Representazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera		
Cibo	21,9%	93,0/100
Locale	14,6%	87,3/100
Piatto	8,2%	88,9/100
Ristorante	6,3%	89,2/100
Mangiare	5,6%	85,7/100



DESTINATIONS | www.datappeal.io

Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**accoglienza** troviamo il **personale** con il **40,4%** dei contenuti e un **sentiment** del **95/100**.

RISTORAZIONE

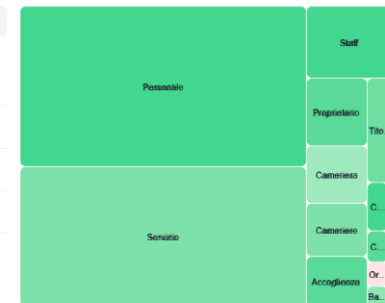
Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**atmosfera** troviamo il **cibo** con il **21,9%** dei contenuti e un **sentiment** del **93/100**.

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

Argomenti più discussi

Representazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Accoglienza		
Personale	40,4%	95,0/100
Servizio	35,2%	87,2/100
Staff	5,5%	96,8/100
Proprietario	3,7%	92,6/100
Cameriera	3,1%	79,2/100



DESTINATIONS | www.datappeal.io



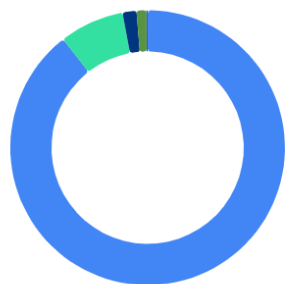
Piemonte: Canali e Social

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
AREE: 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 ● Quandoo

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	89,4%	8,7/10	87,4/100
TripAdvisor	7,6%	8,3/10	83,5/100
Booking.com	1,7%	8,7/10	87,4/100
TheFork	1,1%	9,0/10	89,8/100
Quandoo	0,2%	8,4/10	88,9/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**89,4%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **7,6%**, e **Booking**, con l'**1,7%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Piemonte

Attrazioni

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Piemonte: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE 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	17,6%	1,4k	33,3%	52,3k	92,3/100
2 Museo	8,8%	708	21,1%	33,1k	92,4/100
3 Parco	12,1%	967	9,4%	14,8k	89,1/100
4 Chiesa	32,1%	2,6k	7,0%	10,9k	91,4/100
5 Castello	2,5%	202	4,9%	7,7k	91,4/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **10.500 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie attrattive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Chiese: 2.600;**
- **Attrazioni: 1.400;**
- **Parchi: 967;**
- **Musei: 708;**
- **Castelli: 202.**



www.datappeal.io



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



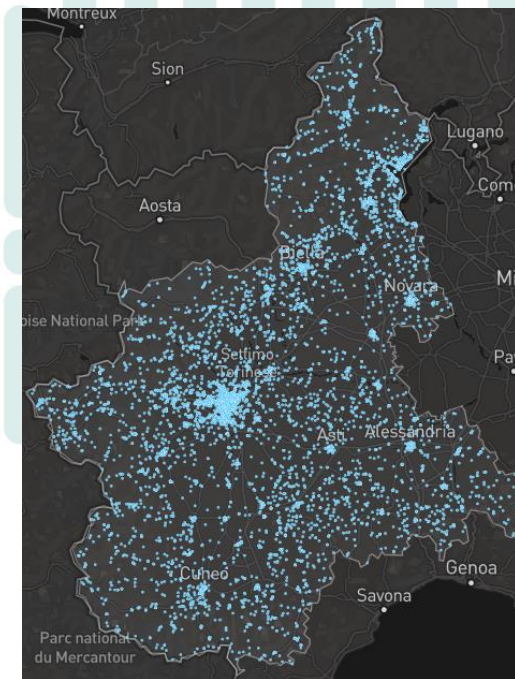
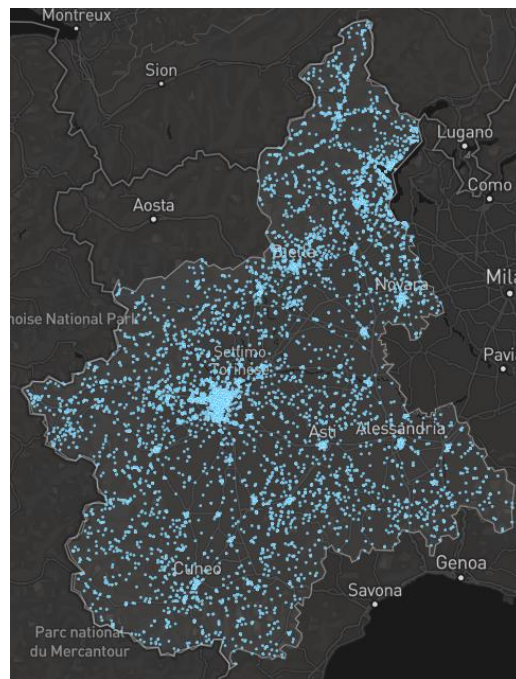
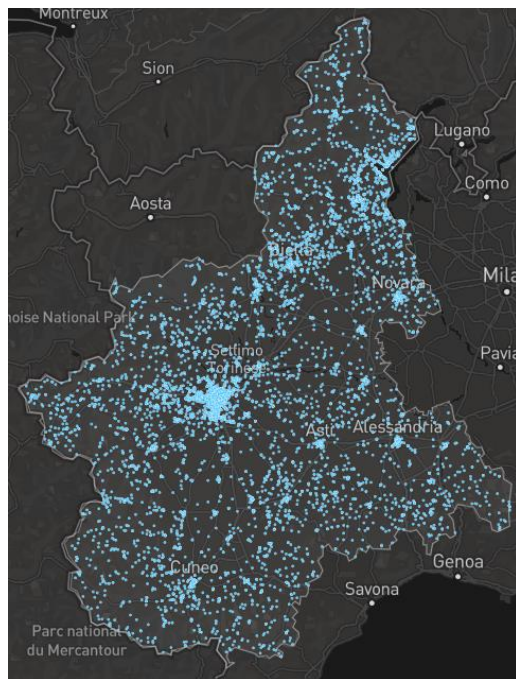
Piemonte: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

2024

ATTRAZIONI





Piemonte: Cluster & Topic (1)

ATTRAZIONI

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	29,4%	92,5/100
Spazi	26,0%	86,4/100
Posizione	22,9%	93,9/100
Accoglienza	10,1%	88,9/100
Servizi	3,6%	79,3/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **29,4%** dei contenuti; seguono gli spazi, con il **26%**, e la posizione, con il **22,9%**.
- Il tema della **sicurezza** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **123**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi, 14.600**.



www.datappeal.io



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



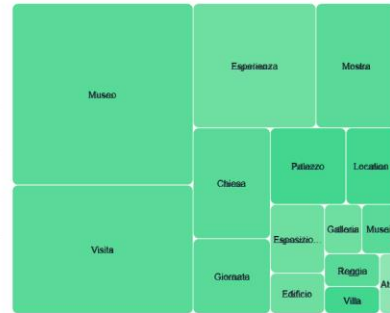
Piemonte: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Museo	23,3%	92,8/100
Visita	16,5%	92,2/100
Esperienza	10,9%	90,5/100
Mostra	7,2%	92,7/100
Chiesa	6,1%	93,2/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno degli **spazi** troviamo il **parco** con il **12,4%** dei contenuti e un **sentiment** del **92,1/100**.

ATTRAZIONI

Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo il **museo** con il **23,3%** dei contenuti e un **sentiment** del **92,8/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Spazi	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Parco	12,4%	92,1/100
Giardino	7,9%	91,8/100
Percorso	5,1%	81,7/100
Piazza	4,3%	95,4/100
Parcheggio	3,5%	74,1/100





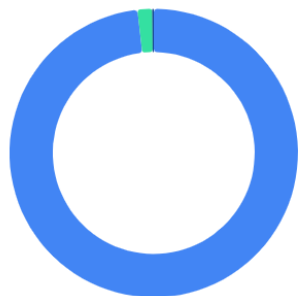
Piemonte: Canali e Social

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Piemonte			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
- Yelp

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,2%	9,2/10	91,8/100
TripAdvisor	1,6%	8,4/10	83,7/100
Booking.com	0,2%	8,6/10	86,7/100
Airbnb	0,0%	9,8/10	97,1/100
Yelp	0,0%	10,0/10	100/100

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



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Focus Sentiment Analysis

Piemonte vs Italia

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024



Recensioni on-line e *sentiment* Piemonte vs Italia

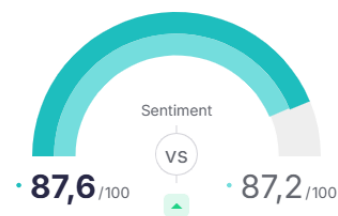
COMPLESSIVO

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

Il valore del *sentiment* del **Piemonte (+0,3)** è superiore rispetto all'**Italia: 87,6/100 vs 87,2/100.**

Sentiment

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



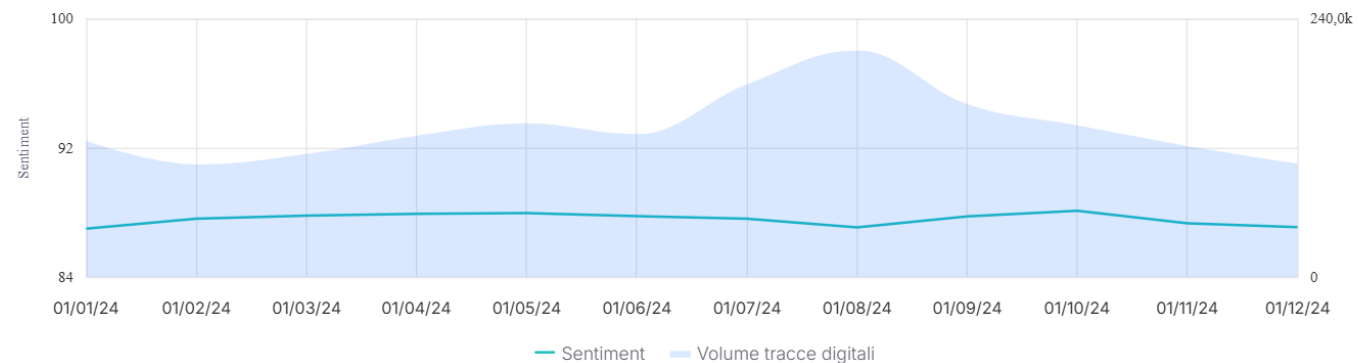
DAI DESTINATIONS

www.datapeel.io



Volume tracce digitali e sentiment

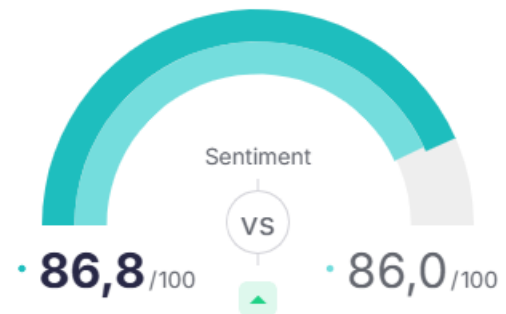
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





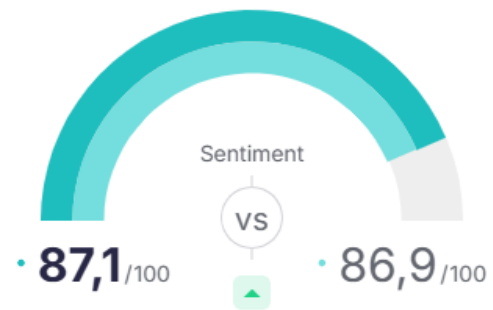
Recensioni on-line e *sentiment* Piemonte vs Italia

RICETTIVITÀ



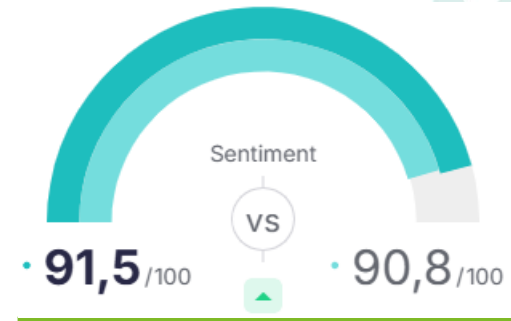
86,8/100 (+0,4) vs 86/100

RISTORAZIONE



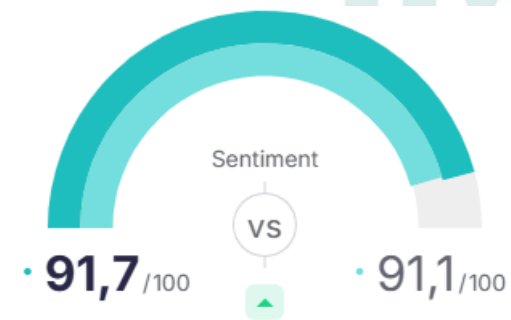
87,1/100 (+0,2) vs 86,9/100

AFFITTI BREVI



91,5/100 (+0,1) vs 90,8/100

ATTRAZIONI



91,7/100 (+0,4) vs 91,1/100

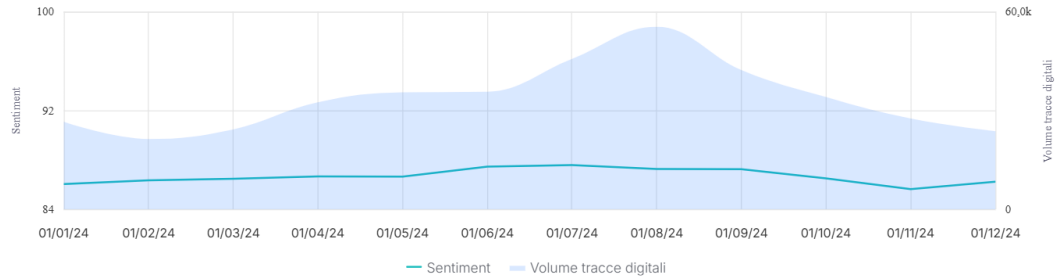


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

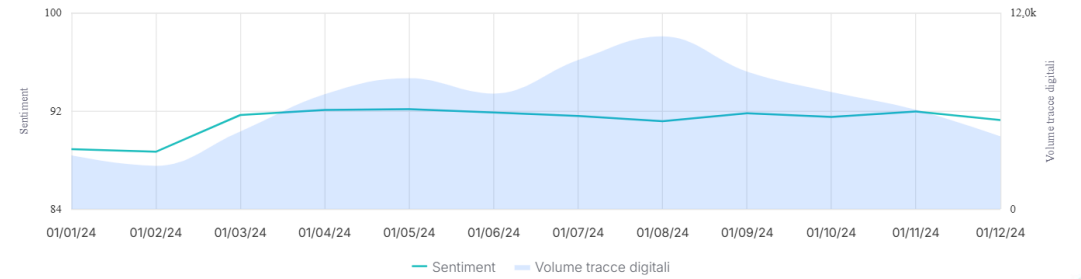
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

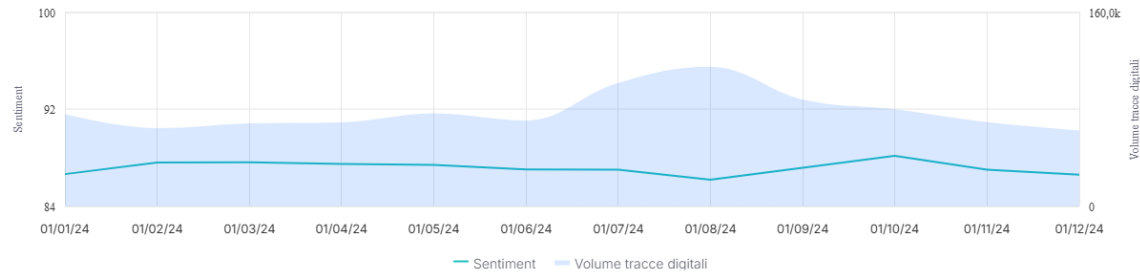
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

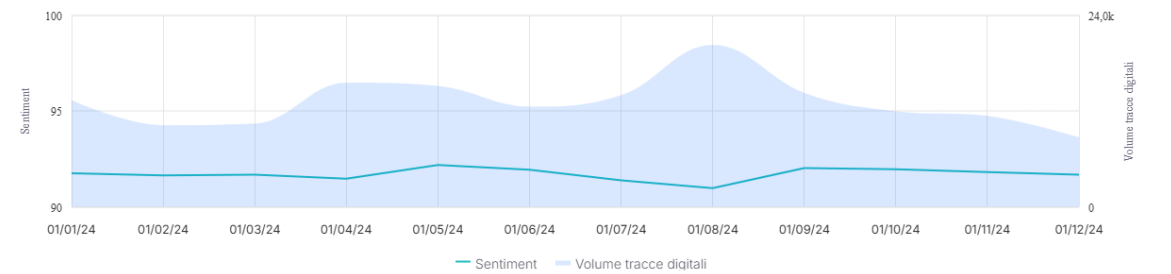
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



ATTRAZIONI

Volume tracce digitali e sentiment

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





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Colline

Complessivo

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024

PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit
Piemonte
REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

UNIONCAMERE
PIEMONTE

REGIONE
PIEMONTE



Colline: Distribuzione del volume dei POI

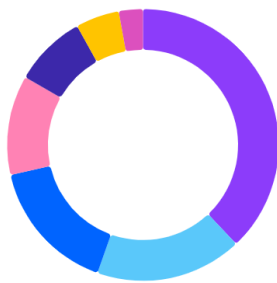
COMPLESSIVO

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

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **13,4k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
Locali E Ristorazione	38,0%	5,1k	88,2/100
Attrazioni	17,5%	2,3k	90,0/100
Ricettività	16,0%	2,1k	90,3/100
Affitti Brevi	11,9%	1,6k	92,6/100
Trasporti	8,6%	1,2k	81,2/100
Agricoltura	5,2%	696	95,1/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **13.400 punti di interesse:**

- Ristorazione: 5.100;**
- Attrazioni: 2.300;**
- Ricettività: 2.100;**
- Affitti brevi: 1.600.**





Colline: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

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

AREE
Colline

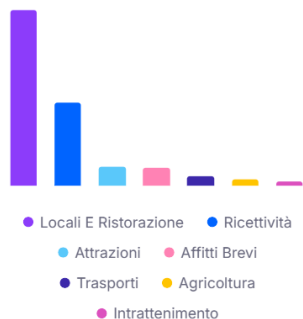
ANNO

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 **310,1k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴 Locali E Ristorazione	55,8%	173,1k	88,2/100
🏠 Ricettività	26,5%	82,1k	90,3/100
🏛️ Attrazioni	5,9%	18,2k	90,0/100
🏠 Affitti Brevi	5,6%	17,4k	92,6/100
🚗 Trasporti	2,9%	9,0k	81,2/100
🌾 Agricoltura	2,0%	6,1k	95,1/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **310.100 (-14%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 173.100 (-15,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 82.100 (-10,2%);**
- **Attrazioni: 18.200 (-28,9%);**
- **Affitti brevi: 17.400 (-2,2%).**

DESTINATIONS

www.datapeel.io





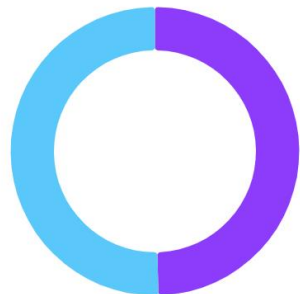
Colline: Provenienza viaggiatori

COMPLESSIVO

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

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	49,6%	89,1/100
Svizzera	10,5%	89,8/100
Francia	8,9%	88,9/100
Germania	6,2%	89,7/100
Paesi Bassi	4,1%	90,3/100

Il **49,6%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Svizzera**, con il **10,5%**, e la **Francia**, con l'**8,9%**.



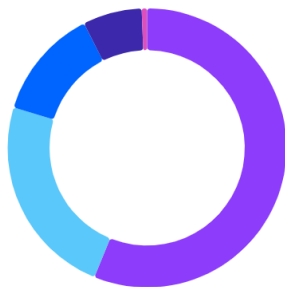
Colline: Tipologie di viaggio

COMPLESSIVO

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

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%	90,3/100
Famiglie	23,5%	89,4/100
Amici/Gruppo	12,8%	89,5/100
Singolo	6,8%	88,2/100
Viaggio Di Lavoro	0,6%	86,6/100

Il **56,2%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **23,5%**, e gli **amici/gruppi**, con il **12,8%**.

DESTINATIONS

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



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Colline

Ricettività

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Colline: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Colline			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	22,4%	478	45,4%	37,3k	88,2/100
2	B & B	42,3%	902	33,8%	27,7k	92,0/100
3	Agriturismo	26,1%	556	17,7%	14,5k	92,3/100
4	Resort	1,2%	25	1,1%	914	92,7/100
5	Altri Alloggi	3,9%	83	0,7%	606	93,0/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **2.100 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: 902;**
- **Agriturismi: 556;**
- **Hotel: 478;**
- **Altri alloggi: 83;**
- **Resort: 25.**



www.datappeal.io





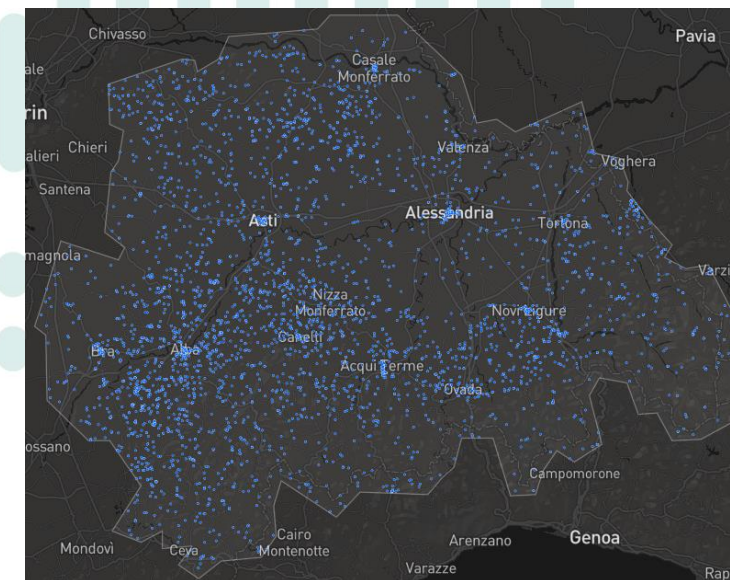
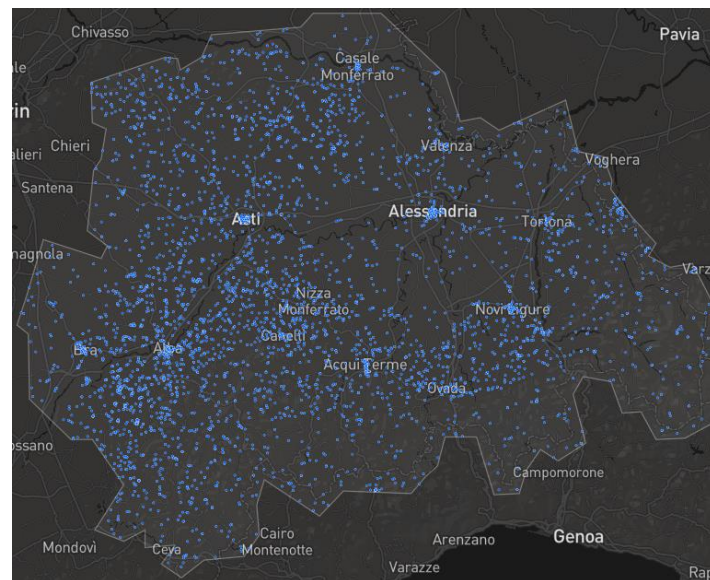
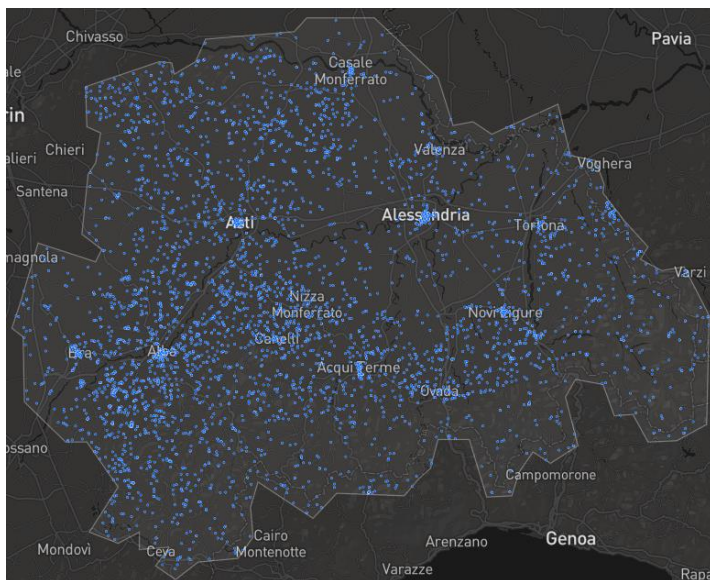
Colline: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

RICETTIVITÀ

2024





Colline: Cluster & Topic (1)

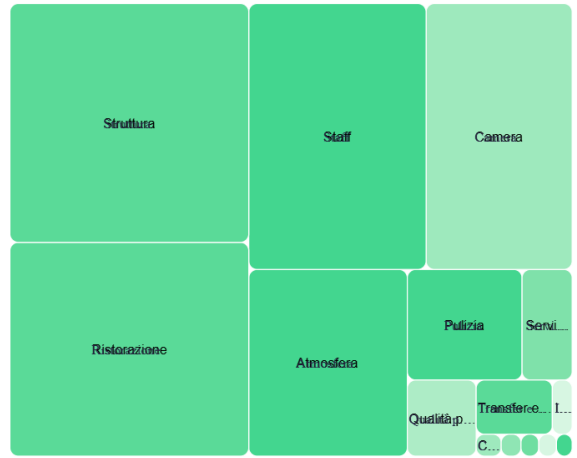
RICETTIVITÀ

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Struttura	22,3%	93,7/100
Ristorazione	20,0%	92,2/100
Staff	18,4%	96,6/100
Camera	15,2%	81,9/100
Atmosfera	11,6%	94,6/100



- L'argomento più discusso è la **struttura**, con il **22,3%** dei contenuti; segue la **ristorazione**, con il **20%**, e lo **staff**, con il **18,4%**.
- Il tema della **camera** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **16.000**, con **giudizio negativo**; la **struttura** ha i maggiori contenuti **positivi, 23.400**.

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





Colline: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Struttura	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	20,2%	97,1/100
Posto	15,9%	96,4/100
Piscina	8,1%	90,8/100
Location	4,2%	96,9/100
Luogo	3,6%	96,4/100



www.datappeal.io

Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **ristorazione** troviamo la **colazione** con il **37%** dei contenuti e un **sentiment** del **93,7/100**.

RICETTIVITÀ

Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **struttura** troviamo la **posizione** con il **20,2%** dei contenuti e un **sentiment** del **97,1/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Ristorazione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Colazione	37,0%	93,7/100
Cibo	8,9%	95,1/100
Ristorante	8,2%	90,3/100
Vino	6,4%	96,9/100
Cucina	4,8%	95,1/100



www.datappeal.io



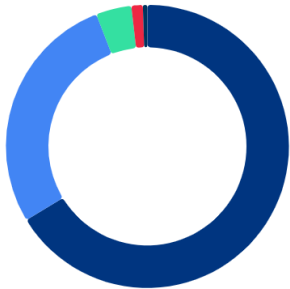
Colline: Canali e Social

RICETTIVITÀ

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Colline	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	66,0%	8,9/10	89,5/100
Google	27,7%	9,2/10	92,4/100
TripAdvisor	4,0%	8,9/10	89,5/100
Hotels.com	1,3%	9,1/10	90,6/100
Expedia	0,5%	9,2/10	91,8/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **66%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **27,7%**, e **TripAdvisor**, con il **4%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Colline

Affitti Brevi

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Colline: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Colline			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	55,0%	877	45,1%	7,8k	93,8/100
2 Affittacamere	30,7%	490	40,2%	7,0k	91,0/100
3 Appartamento Vacanze	14,2%	227	14,7%	2,6k	93,5/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.600 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: 877;**
- **Affittacamere: 490;**
- **Appartamento vacanze: 227.**



www.datapeal.io





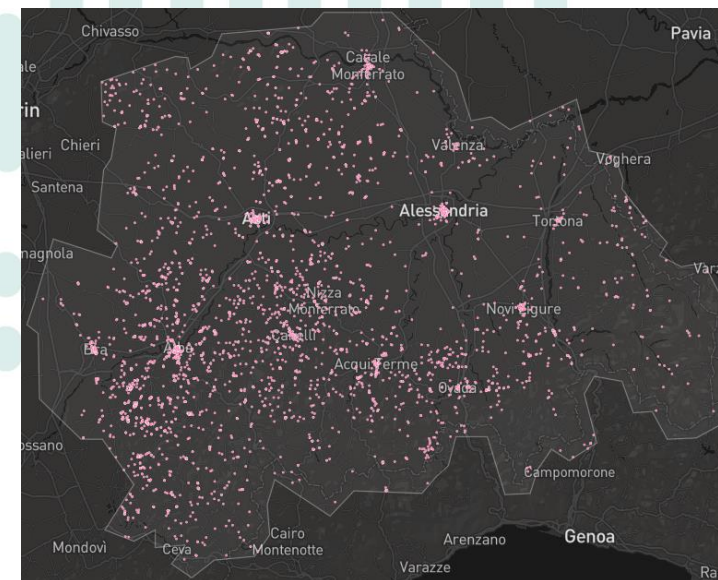
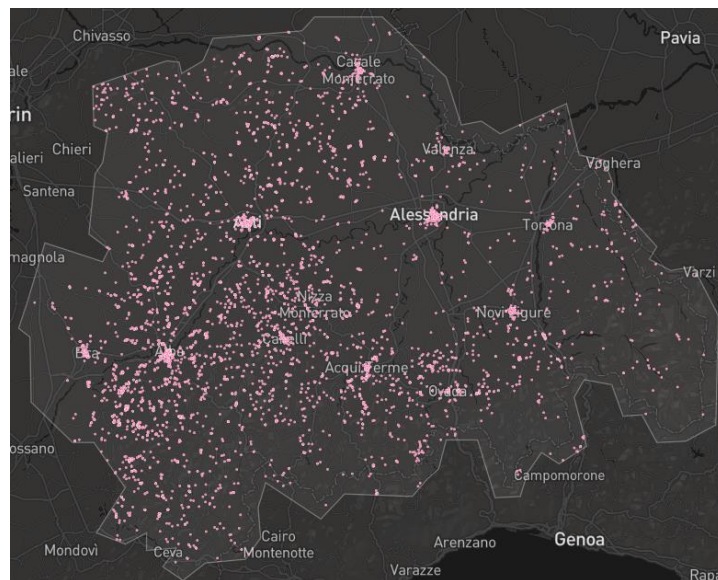
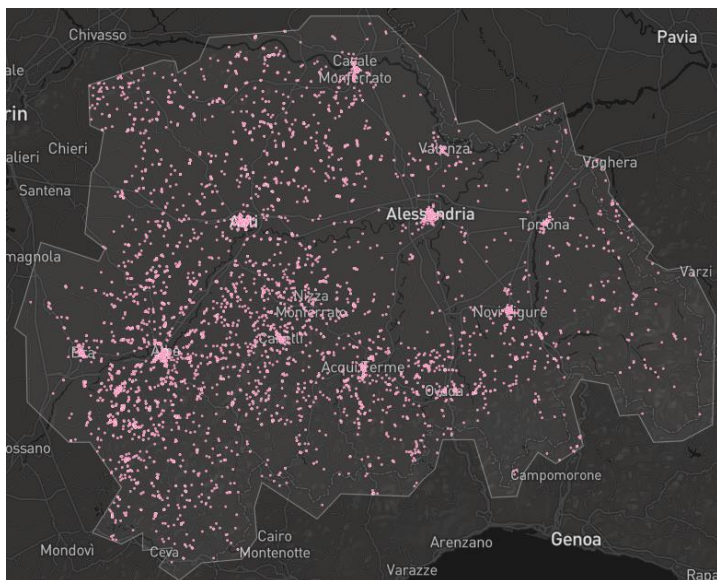
Colline: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

2024

AFFITTI BREVI





Colline: Cluster & Topic

AFFITTI BREVI

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

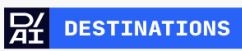
Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	25,2%	93,0/100
Posizione	22,4%	96,8/100
Dotazioni	15,1%	87,3/100
Host	12,7%	96,5/100
Camere	12,7%	89,5/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **25,2%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **22,4%**, e le **dotazioni**, con il **15,1%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **129**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **4.900**.

DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datapeel.io





Colline: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Casa	20,5%	95,1/100
Appartamento	13,7%	96,8/100
Soggiorno	7,2%	94,3/100
Rimanere	6,7%	95,9/100
Giardino	5,3%	96,4/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo la **posizione** stessa con il **37,8%** dei contenuti e un **sentiment** del **97,9/100**.

AFFITTI BREVI

Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo la **casa** con il **20,5%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,1/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	37,8%	97,9/100
Posto	24,3%	97,5/100
Zona	6,7%	94,1/100
Visualizzazione	6,3%	99,0/100
Vista	5,3%	94,6/100





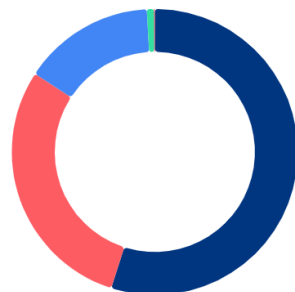
Colline: Canali e Social

AFFITTI BREVI

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

Top 5 canali di recensione online

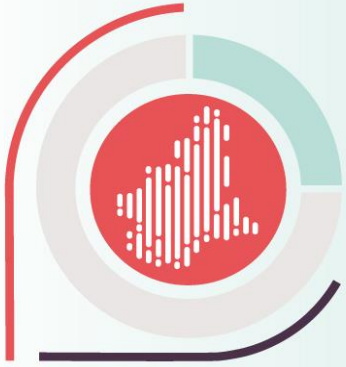
Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	54,9%	9,0/10	89,7/100
Airbnb	29,2%	9,7/10	96,7/100
Google	14,9%	9,6/10	95,5/100
TripAdvisor	0,8%	9,3/10	92,3/100
Hotels.com	0,1%	8,9/10	89,3/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **54,9%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **29,2%**, e **Google**, con il **14,9%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Colline

Ristorazione

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Colline: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Colline	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	40,1%	1,8k	56,7%	98,2k	89,0/100
2 Pizzeria	10,6%	482	13,4%	23,2k	87,7/100
3 Bar	25,3%	1,2k	11,2%	19,5k	86,9/100
4 Fast Food	1,1%	48	2,9%	5,1k	76,8/100
5 Caffè	6,7%	306	2,5%	4,4k	86,1/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **5.100 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 1.800;**
- **Bar: 1.200;**
- **Pizzerie: 482;**
- **Caffè: 306;**
- **Fast food: 48.**





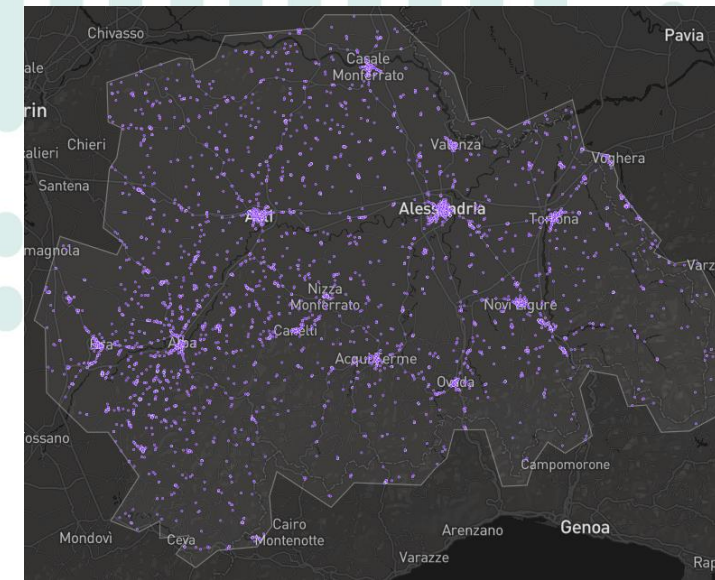
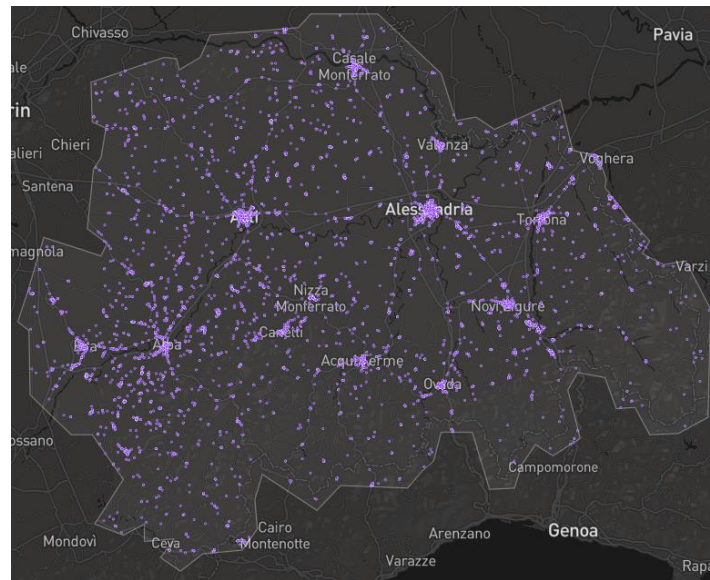
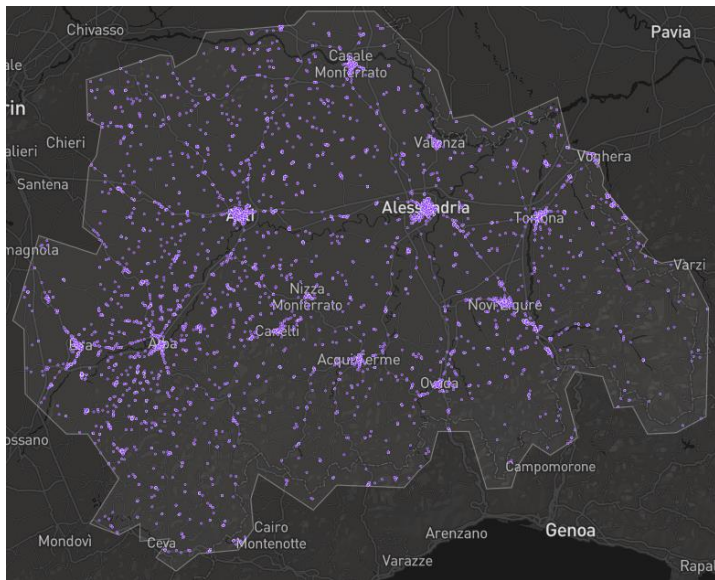
Colline: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

2024

RISTORAZIONE





Colline: Cluster & Topic

RISTORAZIONE

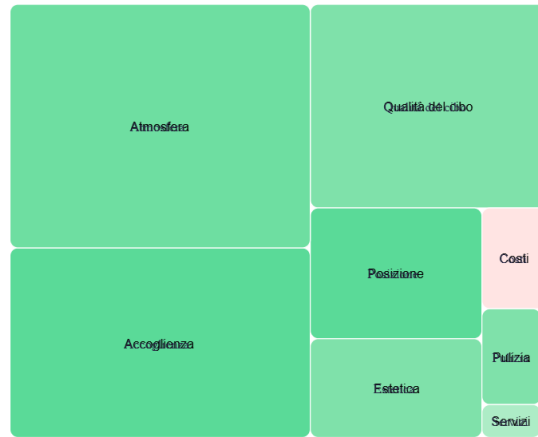
PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Colline	ANNO	MESE	COMPARTI Locali e Ristorazione
--------------------------------	-----------------	------	------	-----------------------------------

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	31,2%	90,4/100
Accoglienza	24,3%	92,2/100
Qualità Del Cibo	20,7%	87,2/100
Posizione	9,6%	92,6/100
Estetica	7,2%	86,0/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **31,2%** dei contenuti; segue l'accoglienza, con il **24,3%**, e la qualità del cibo, con il **20,7%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **4.700**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi**, **51.100**.





Colline: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Cibo	21,2%	94,4/100
Locale	13,2%	89,2/100
Piatto	9,2%	90,8/100
Ristorante	7,1%	90,5/100
Esperienza	5,8%	86,6/100



DESTINATIONS www.datappeal.io

Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**accoglienza** troviamo il **personale** con il **39,1%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,9/100**.

RISTORAZIONE

Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**atmosfera** troviamo il **cibo** con il **21,2%** dei contenuti e un **sentiment** del **94,4/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Accoglienza	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Personale	39,1%	95,9/100
Servizio	35,8%	88,7/100
Staff	5,5%	96,8/100
Proprietario	4,2%	93,3/100
Accoglienza	3,0%	94,2/100



DESTINATIONS www.datappeal.io



Colline: Canali e Social

RISTORAZIONE

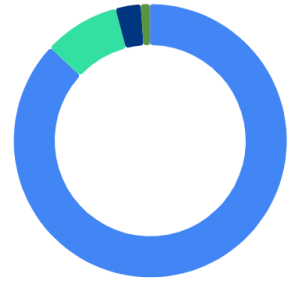
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Colline			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	86,8%	8,8/10	88,4/100
TripAdvisor	9,0%	8,5/10	85,8/100
Booking.com	3,0%	8,8/10	88,5/100
TheFork	1,1%	9,1/10	90,9/100
Quandoo	0,1%	8,4/10	88,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**86,8%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **9%**, e **Booking**, con il **3%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Colline

Attrazioni

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Colline: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

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

AREE
 Colline

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	18,5%	356	25,5%	4,6k	89,6/100
2	Museo	8,9%	172	12,7%	2,3k	89,9/100
3	Castello	4,3%	82	12,7%	2,3k	88,9/100
4	Chiesa	39,1%	751	12,4%	2,3k	90,9/100
5	Paesaggistica	2,4%	46	6,2%	1,1k	94,9/100

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

- **Chiese: 751;**
- **Attrazioni: 356;**
- **Musei: 172;**
- **Castelli: 82;**
- **Paesaggistiche: 46.**





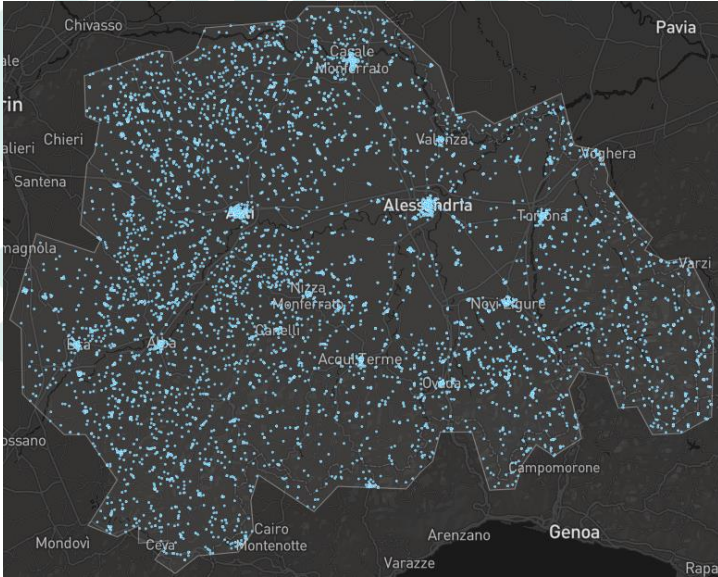
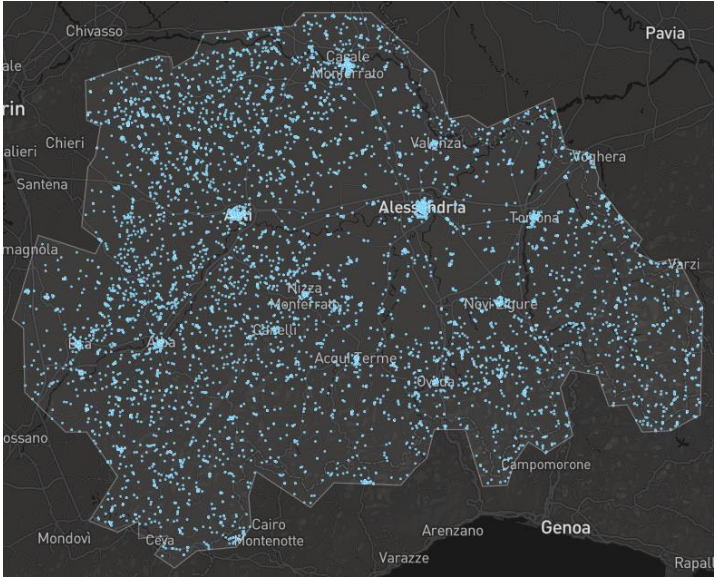
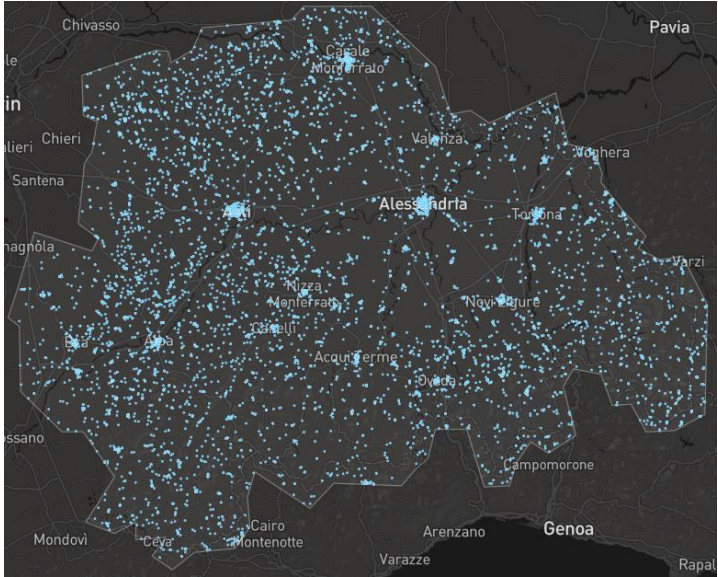
Colline: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

ATTRAZIONI

2022

2023

2024



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Colline: Cluster & Topic

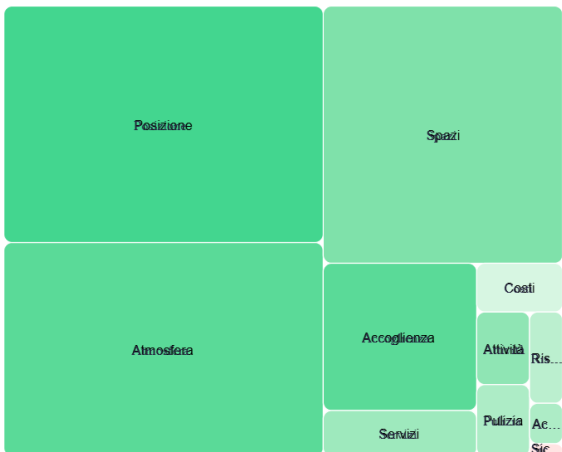
ATTRAZIONI

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	29,9%	94,0/100
Atmosfera	27,1%	92,5/100
Spazi	24,5%	86,8/100
Accoglienza	9,0%	92,7/100
Servizi	2,8%	79,2/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **29,9%** dei contenuti; segue l'**atmosfera**, con il **27,1%**, e gli **spazi**, con il **24,5%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **94**, con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori contenuti **positivi, 1.700**.

DESTINATIONS

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



www.datappeal.io





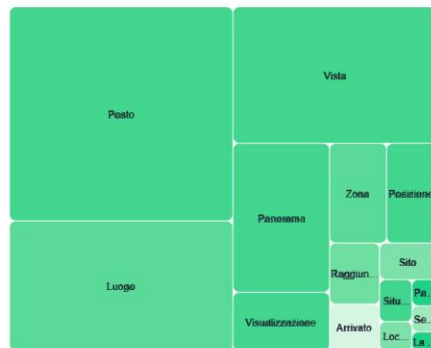
Colline: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posito	32,2%	94,3/100
Luogo	19,5%	93,3/100
Vista	18,8%	96,4/100
Panorama	9,7%	97,2/100
Visualizzazione	3,8%	96,7/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo la **visita** con il **19,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **93,6/100**.

ATTRAZIONI

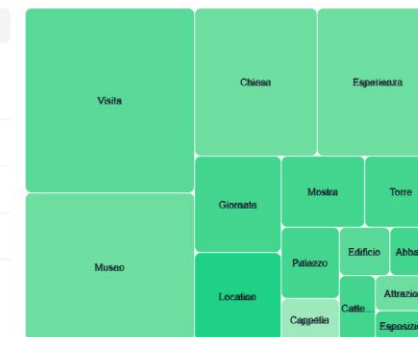
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo il **posto** con il **32,2%** dei contenuti e un **sentiment** del **94,3/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Visita	19,6%	93,6/100
Museo	15,8%	90,2/100
Chiesa	11,5%	90,4/100
Esperienza	11,3%	89,8/100
Giornata	5,3%	94,5/100





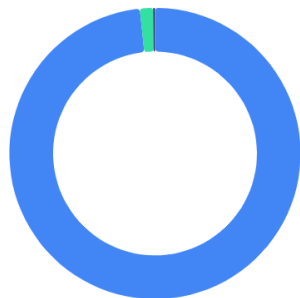
Colline: Canali e Social

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Colline	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
- TripAdvisor
- Booking.com
- Airbnb
- Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,3%	9,0/10	90,1/100
TripAdvisor	1,5%	8,3/10	84,3/100
Booking.com	0,2%	8,8/10	88,2/100
Airbnb	0,0%	10,0/10	99,2/100
Expedia	0,0%	10,0/10	100/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **98,3%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con l'**1,5%**, e **Booking**, con lo **0,2%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Focus Sentiment Analysis

Colline vs Italia

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Recensioni on-line e *sentiment* Colline vs Italia

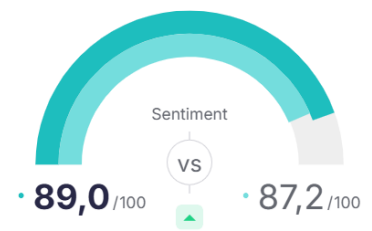
COMPLESSIVO

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

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

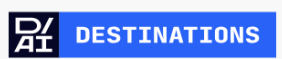
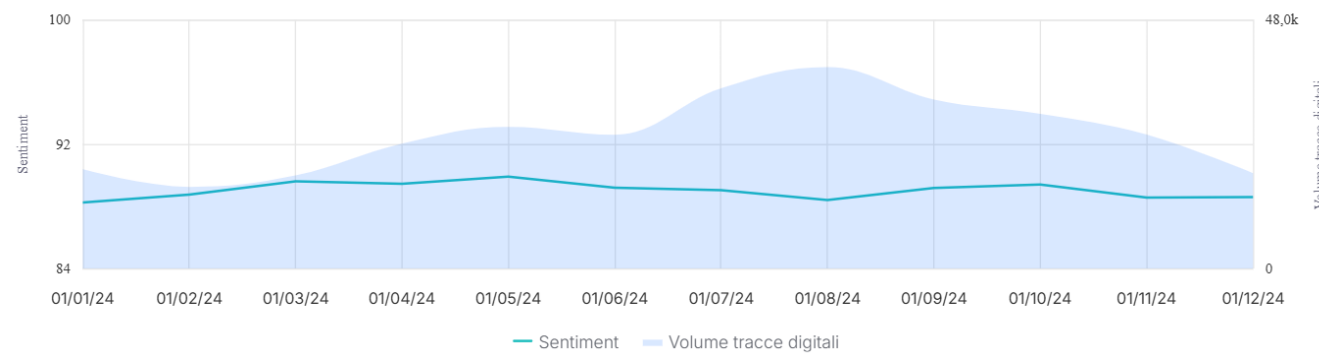
Sentiment

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.



www.datapeel.io





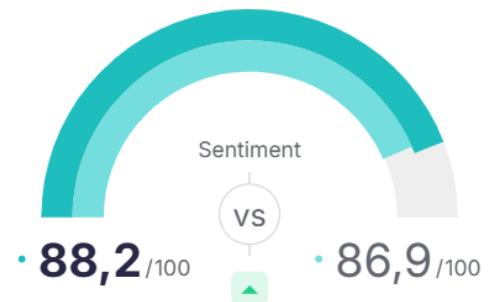
Recensioni on-line e *sentiment* Colline vs Italia

RICETTIVITÀ



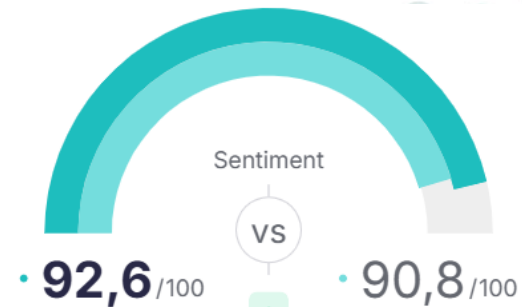
90,3/100 (+0,3) vs 86/100

RISTORAZIONE



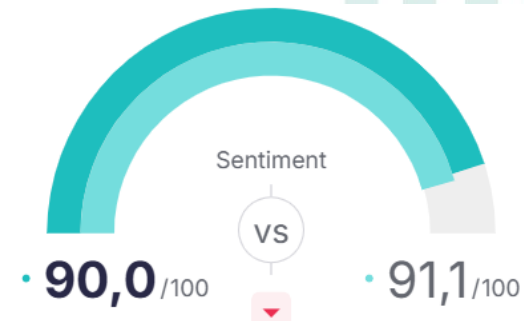
88,2/100 (+0,3) vs 86,9/100

AFFITTI BREVI



92,6/100 (+0,3) vs 90,8/100

ATTRAZIONI



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

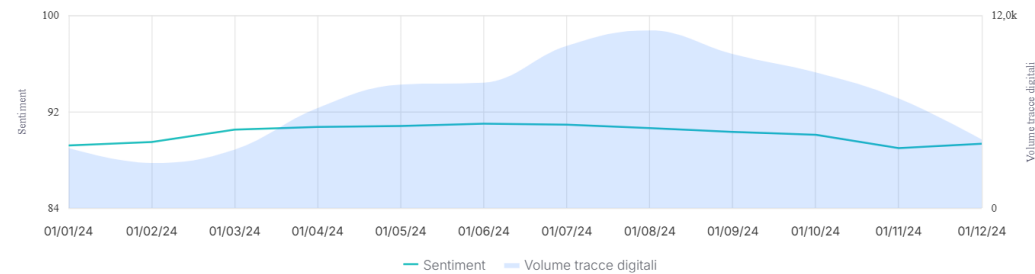


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

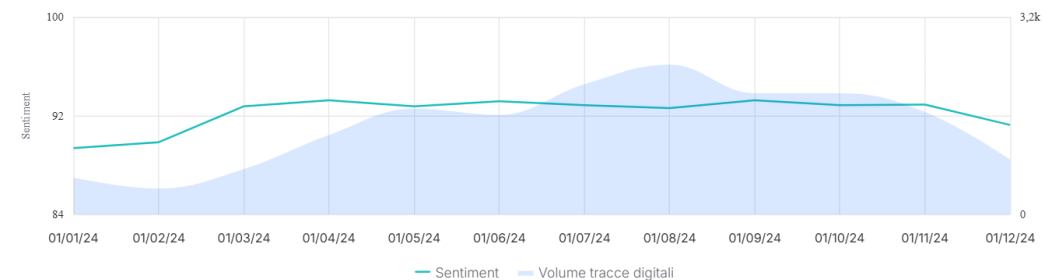
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

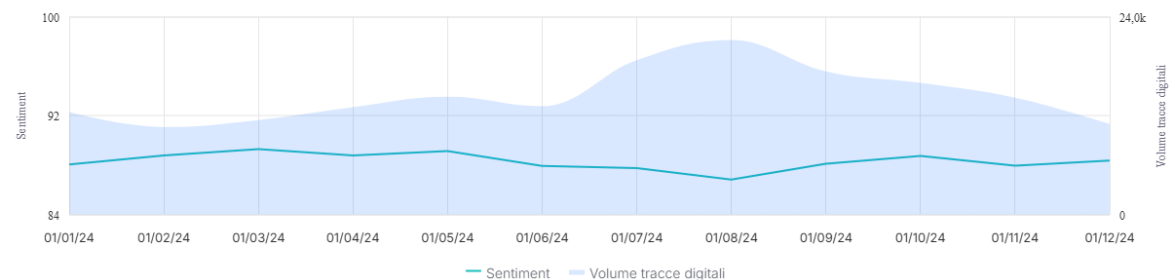
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

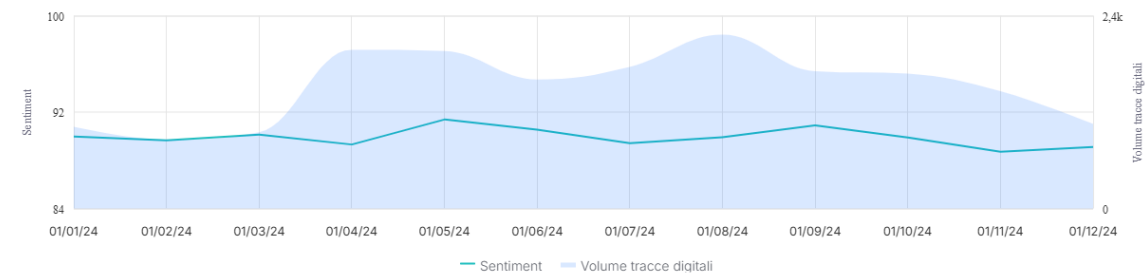
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.

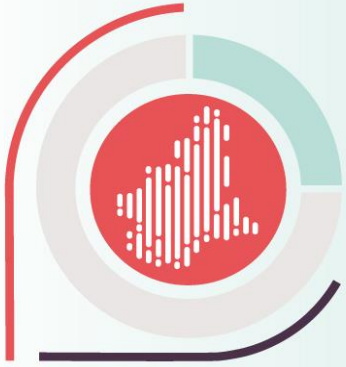


ATTRAZIONI

Volume tracce digitali e sentiment

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





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Laghi

Complessivo

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Laghi: Distribuzione del volume dei POI

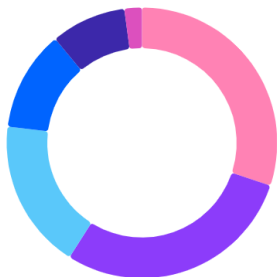
COMPLESSIVO

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

Distribuzione del volume dei poi da industrie selezionate

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

Volume totale POI **4,2k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
Affitti Brevi	30,1%	1,3k	91,1/100
Locali E Ristorazione	28,9%	1,2k	85,9/100
Attrazioni	17,9%	752	91,6/100
Ricettività	12,0%	503	86,0/100
Trasporti	9,0%	377	83,5/100
Intrattenimento	2,1%	88	85,3/100

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

- **Affitti brevi: 1.300;**
- **Ristorazione: 1.200;**
- **Attrazioni: 752;**
- **Ricettività: 503.**

DESTINATIONS

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



www.datappeal.io





Laghi: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

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

AREE
Laghi

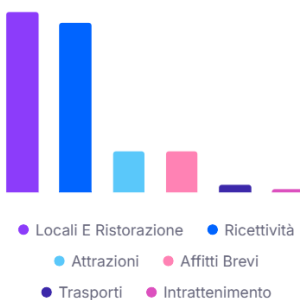
ANNO

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 **164,5k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴 Locali E Ristorazione	40,6%	66,9k	85,9/100
🏠 Ricettività	38,3%	62,9k	86,0/100
🏞️ Attrazioni	9,3%	15,4k	91,6/100
🏠 Affitti Brevi	9,3%	15,3k	91,1/100
🚗 Trasporti	1,8%	3,0k	83,5/100
🎪 Intrattenimento	0,6%	1,1k	85,3/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **164.500 (-10,1%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 66.900 (-7,8%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 62.900 (-8,1%);**
- **Attrazioni: 15.400 (-20,3%);**
- **Affitti brevi: 15.300 (-12,7%).**



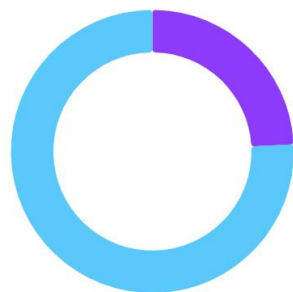
Laghi: Provenienza viaggiatori

COMPLESSIVO

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

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	24,2%	85,8/100
Germania	20,6%	85,4/100
Francia	15,8%	86,5/100
Svizzera	14,1%	84,6/100
Paesi Bassi	4,7%	85,0/100

Il **24,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Germania**, con il **20,6%**, e la **Francia**, con il **15,8%**.



www.datappeal.io





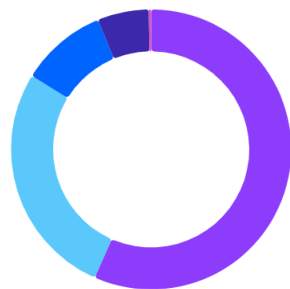
Laghi: Tipologie di viaggio

COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Laghi	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	56,6%	86,1/100
❤️ Famiglie	27,2%	85,9/100
👯 Amici/Gruppo	10,0%	85,5/100
🧑 Singolo	5,9%	86,0/100
👜 Viaggio Di Lavoro	0,3%	82,8/100

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

DESTINATIONS

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



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Laghi

Ricettività

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Laghi: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24
AREE Laghi
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	42,5%	212	76,1%	47,9k	85,5/100
2 B & B	33,5%	167	13,8%	8,7k	89,4/100
3 Campeggi	10,4%	52	6,7%	4,2k	83,7/100
4 Altri Alloggi	5,6%	28	1,0%	640	86,2/100
5 Agriturismo	2,0%	10	0,8%	504	89,3/100

Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **503 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: 212;**
- **B&B: 167;**
- **Campeggi: 52;**
- **Altri alloggi: 28;**
- **Agriturismi: 10.**



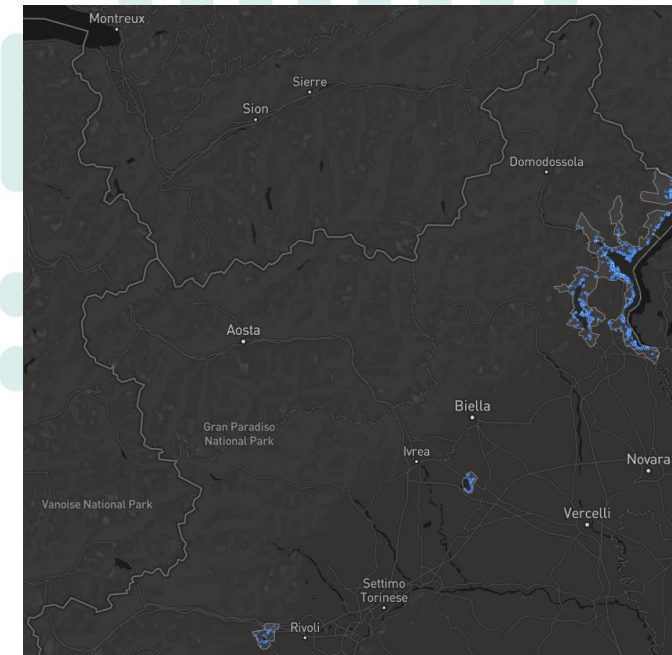
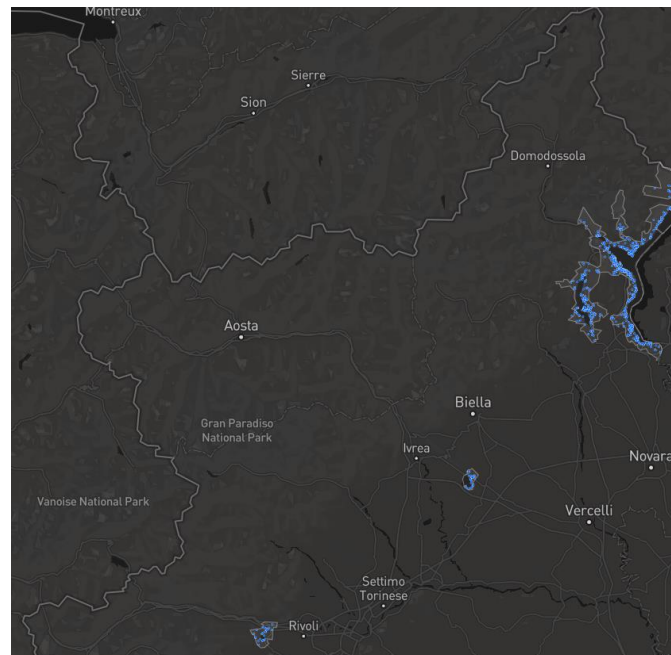
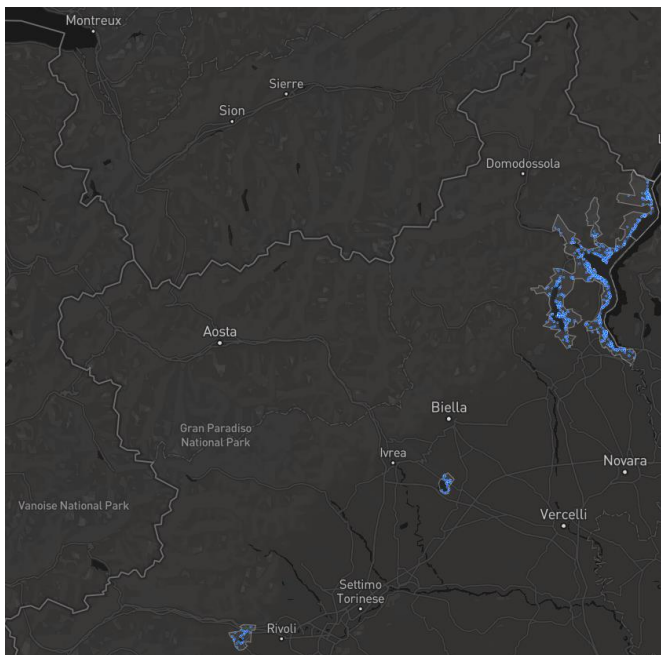
Laghi: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

RICETTIVITÀ

2024





Laghi: Cluster & Topic (1)

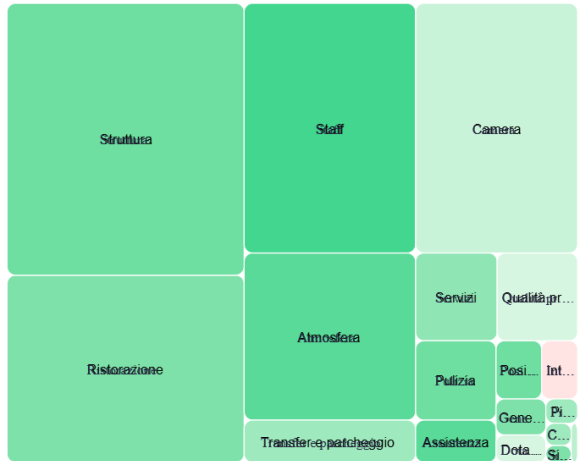
RICETTIVITÀ

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Struttura	24,5%	90,2/100
Ristorazione	16,9%	87,7/100
Staff	16,3%	94,7/100
Camera	15,4%	71,8/100
Atmosfera	10,9%	92,0/100



- L'argomento più discusso è la **struttura**, con il **24,5%** dei contenuti; segue la **ristorazione**, con il **16,9%**, e lo **staff**, con il **16,3%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **663**, con **giudizio negativo**; la **struttura** ha i maggiori contenuti **positivi**, **20.500**.



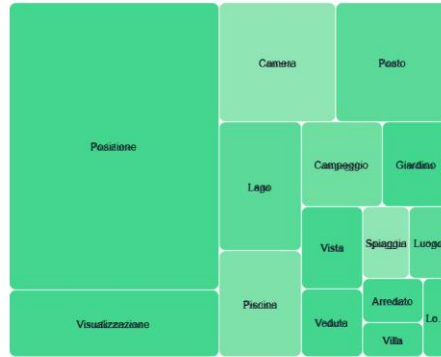
Laghi: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Struttura	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	29,0%	97,1/100
Visualizzazione	6,8%	96,4/100
Camera	6,7%	82,1/100
Posto	6,6%	91,5/100
Lago	5,1%	91,5/100



www.datapeel.io



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **ristorazione** troviamo la **colazione** con il **41,8%** dei contenuti e un **sentiment** del **91,1/100**.

RICETTIVITÀ

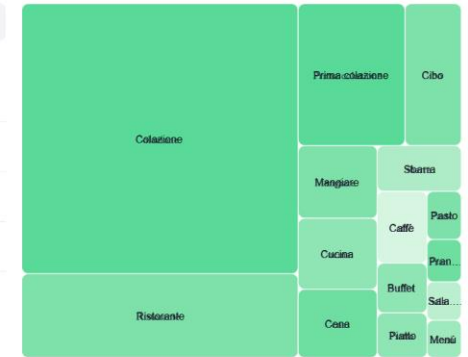
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **struttura** troviamo la **posizione** con il **29%** dei contenuti e un **sentiment** del **97,1/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Ristorazione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Colazione	41,8%	91,1/100
Ristorante	13,1%	87,8/100
Prima Colazione	8,5%	92,1/100
Cibo	4,5%	87,5/100
Mangiare	3,2%	87,4/100



www.datapeel.io





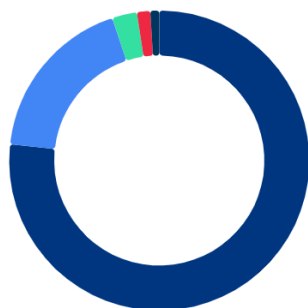
Laghi: Canali e Social

RICETTIVITÀ

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

Top 5 canali di recensione online

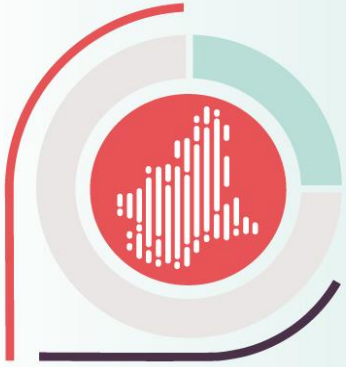
Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	76,2%	8,5/10	85,5/100
Google	18,1%	8,8/10	88,1/100
TripAdvisor	2,7%	8,5/10	84,7/100
Hotels.com	1,4%	8,8/10	87,9/100
Expedia	1,0%	8,7/10	87,0/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **76,2%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **18,1%**, e **TripAdvisor**, con il **2,7%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Laghi

Affitti Brevi

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Laghi: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24 AREE Laghi 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	62,8%	793	54,0%	8,3k	92,5/100
2	Affittacamere	26,7%	337	35,9%	5,5k	88,9/100
3	Appartamento Vacanze	10,5%	133	10,2%	1,6k	91,1/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.300 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: 793;**
- **Affittacamere: 337;**
- **Appartamento vacanze: 133.**





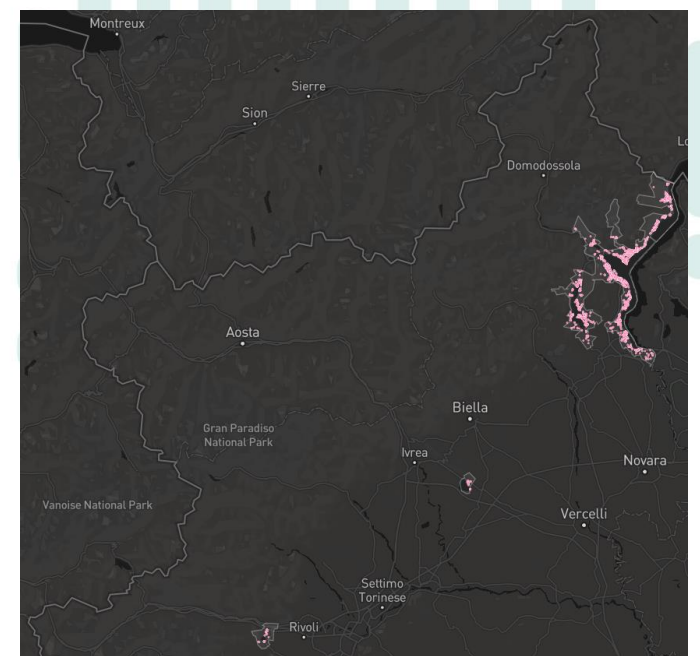
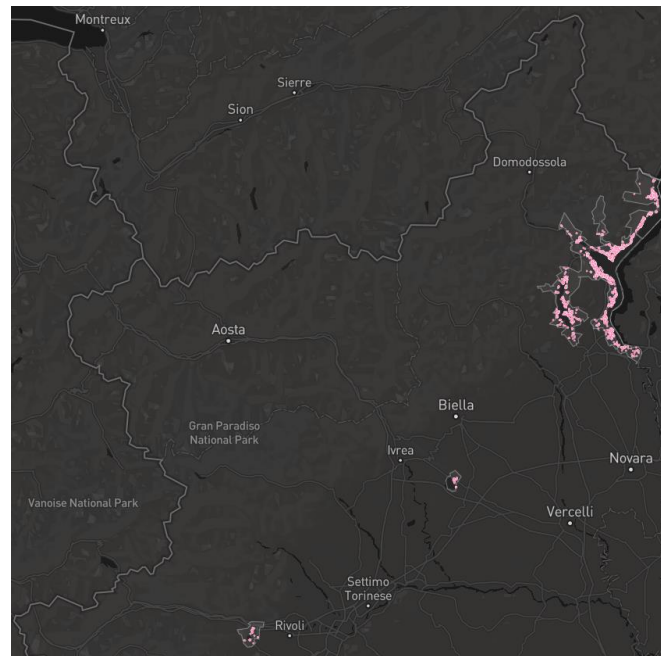
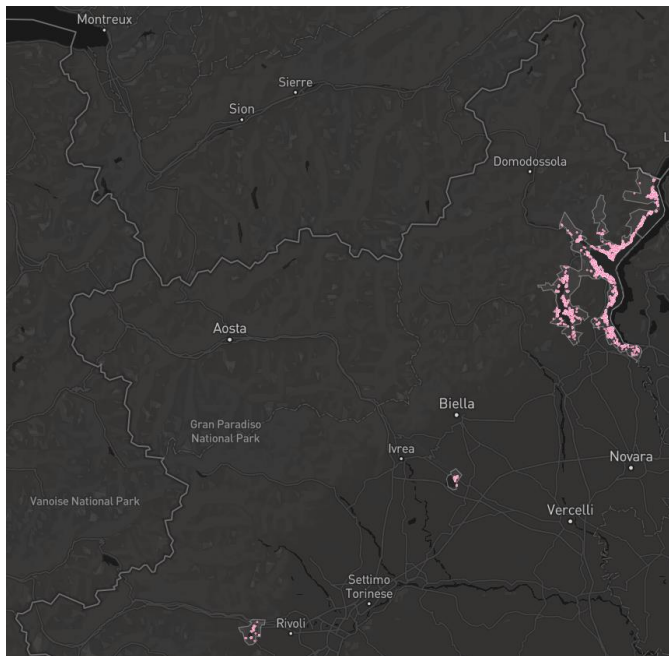
Laghi: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

2024

AFFITTI BREVI





Laghi: Cluster & Topic (1)

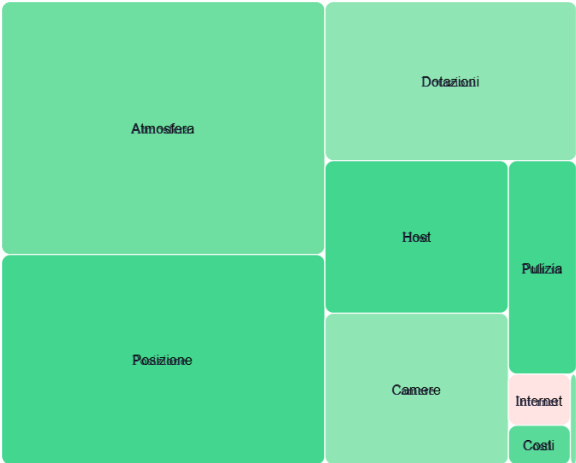
AFFITTI BREVI

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali		
	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	30,6%	90,9/100
Posizione	25,5%	96,1/100
Dotazioni	15,1%	82,1/100
Host	10,5%	94,6/100
Camere	10,4%	83,6/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **30,6%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **25,5%**, e le **dotazioni**, con il **15,1%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **220**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **5.800**.



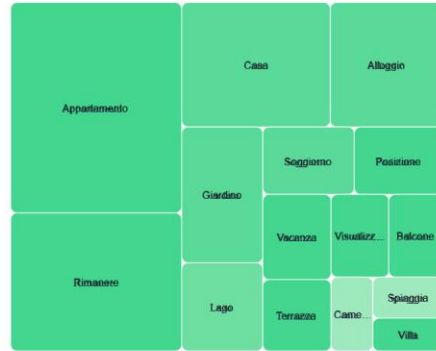
Laghi: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Appartamento	18,5%	94,8/100
Rimanere	12,2%	95,0/100
Casa	9,5%	91,6/100
Alloggio	7,3%	93,6/100
Giardino	5,7%	93,5/100



www.datappeal.io



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo la **posizione** stessa con il **39,2%** dei contenuti e un **sentiment** del **97/100**.

AFFITTI BREVI

Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno dell'**atmosfera** troviamo l'**appartamento** con il **18,5%** dei contenuti e un **sentiment** del **94,8/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	39,2%	97,0/100
Visualizzazione	17,2%	98,4/100
Posto	13,0%	95,6/100
Veduta	7,0%	98,2/100
Situato	6,0%	96,0/100



www.datappeal.io





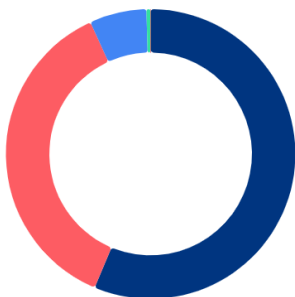
Laghi: Canali e Social

AFFITTI BREVI

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

Top 5 canali di recensione online

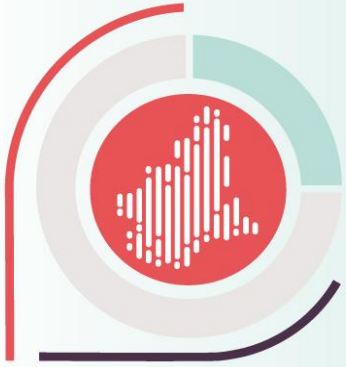
Confronto tra i canali di recensione più popolari usati dai viaggiatori per lasciare recensioni, ratings e feedback.



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

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	56,3%	8,9/10	88,4/100
Airbnb	36,8%	9,6/10	94,8/100
Google	6,4%	9,3/10	92,6/100
TripAdvisor	0,4%	9,3/10	93,6/100
Hotels.com	0,0%	8,5/10	85,0/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **56,3%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **36,8%**, e **Google**, con il **6,4%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Laghi

Ristorazione

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Laghi: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

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

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

- **Ristoranti: 481;**
- **Bar: 290;**
- **Caffè: 84;**
- **Pizzerie: 66;**
- **Gelaterie: 61.**

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Ristorante	45,2%	481	57,0%	38,1k	86,2/100
2 Bar	27,3%	290	12,8%	8,6k	85,2/100
3 Pizzeria	6,2%	66	9,6%	6,4k	87,3/100
4 Caffè	7,9%	84	4,8%	3,2k	82,3/100
5 Gelateria	5,7%	61	4,2%	2,8k	89,0/100



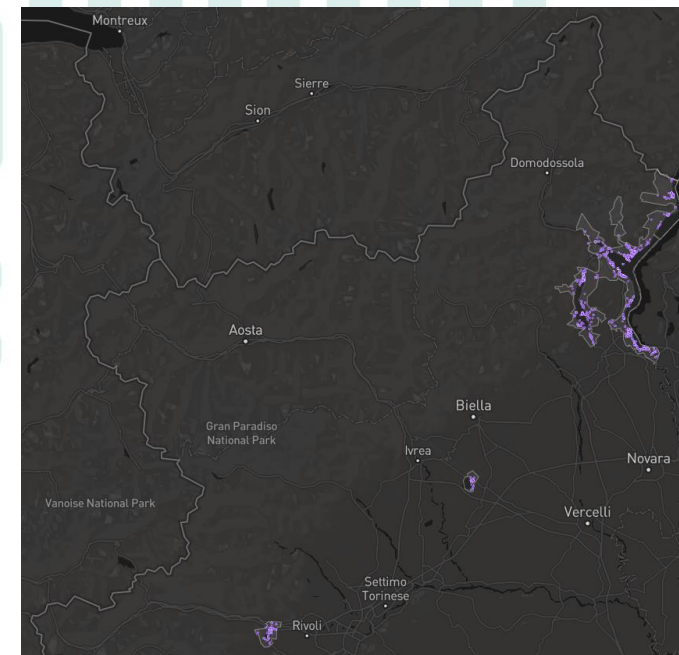
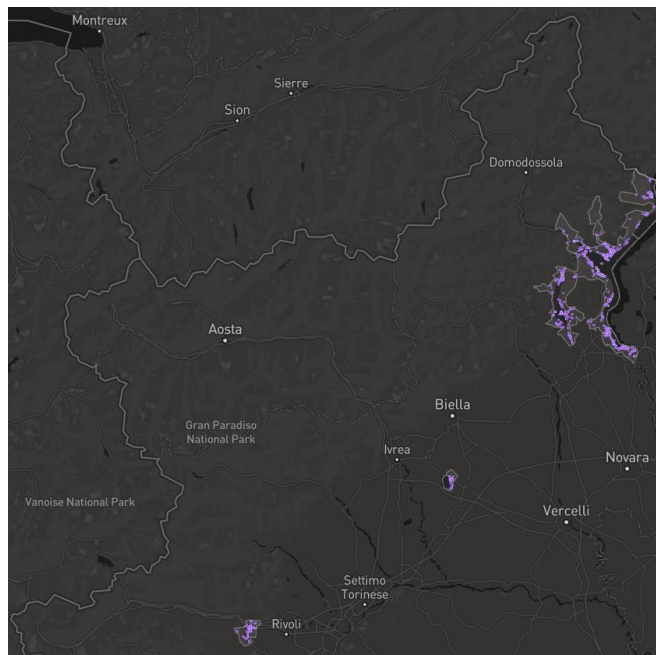
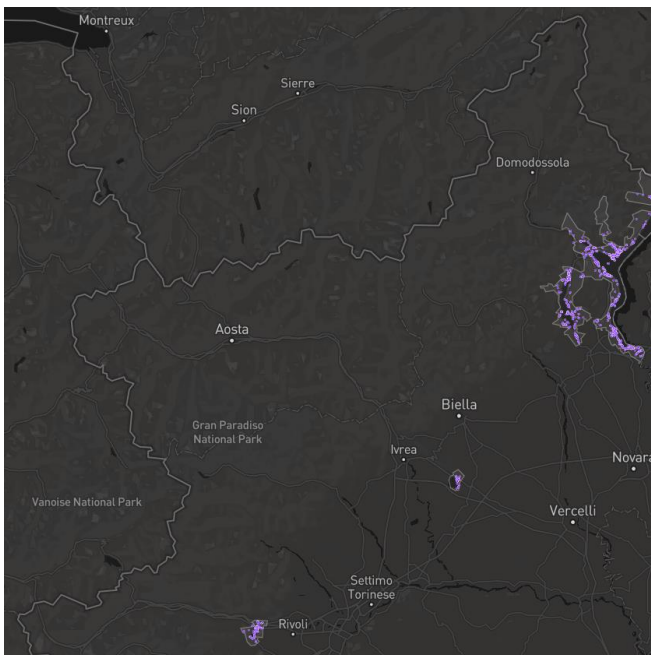


Laghi: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

2024



RISTORAZIONE



Laghi: Cluster & Topic (1)

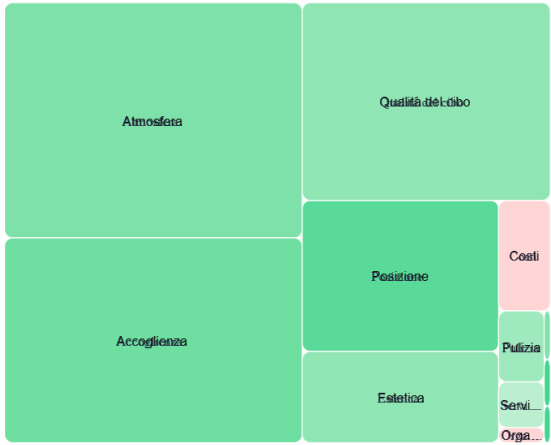
RISTORAZIONE

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	29,0%	87,6/100
Accoglienza	25,2%	89,8/100
Qualità Del Cibo	20,5%	84,1/100
Posizione	12,3%	92,1/100
Estetica	7,5%	84,8/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **29%** dei contenuti; segue l'accoglienza, con il **25,2%**, e la qualità del cibo, con il **20,5%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **1.800**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi**, **22.300**.

DESTINATIONS

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



www.datappeal.io





Laghi: Cluster & Topic (2)

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

AREE
Laghi

ANNO

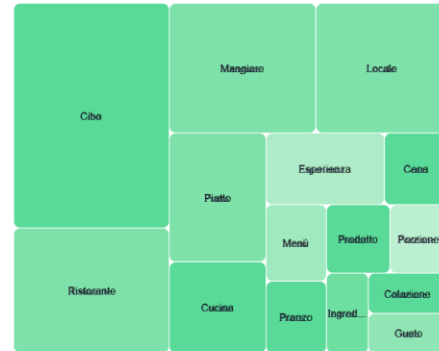
MESE

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Cibo	19,2%	91,9/100
Ristorante	10,7%	87,1/100
Mangiare	10,5%	88,0/100
Locale	9,5%	86,3/100
Piatto	6,8%	87,6/100



www.datappeal.io



Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**accoglienza** troviamo il **servizio** con il **40,8%** dei contenuti e un **sentiment** dell'**87,5/100**.

RISTORAZIONE

Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**atmosfera** troviamo il **cibo** con il **19,2%** dei contenuti e un **sentiment** del **91,9/100**.

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

AREE
Laghi

ANNO

MESE

COMPARTI
Locali e
Ristorazione

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Accoglienza	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Servizio	40,8%	87,5/100
Personale	37,4%	93,6/100
Staff	3,6%	96,8/100
Cameriere	3,3%	82,8/100
Accoglienza	3,2%	91,3/100



www.datappeal.io





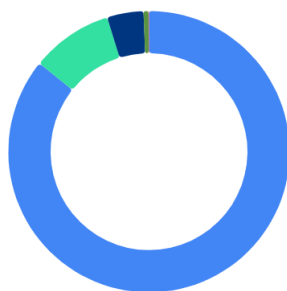
Laghi: Canali e Social

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Laghi
 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	85,7%	8,6/10	86,3/100
TripAdvisor	9,4%	8,1/10	81,6/100
Booking.com	4,2%	8,6/10	86,4/100
TheFork	0,6%	9,2/10	91,6/100
Hotels.com	0,1%	9,0/10	90,2/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**85,7%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **9,4%**, e **Booking**, con il **4,2%**.

DESTINATIONS

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



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Laghi

Attrazioni

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Laghi: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE 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	28,0%	123	23,1%	3,5k	92,0/100
2 Museo	9,8%	43	20,0%	3,1k	91,8/100
3 Parco	14,3%	63	9,0%	1,4k	91,0/100
4 Giardino Botanico	1,8%	8	9,0%	1,4k	92,7/100
5 Giardino Pubblico	5,2%	23	5,4%	824	96,1/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **752 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: 123;**
- **Parchi: 63;**
- **Musei: 43;**
- **Giardini pubblici: 23;**
- **Giardini botanici: 8.**



www.datapeel.io





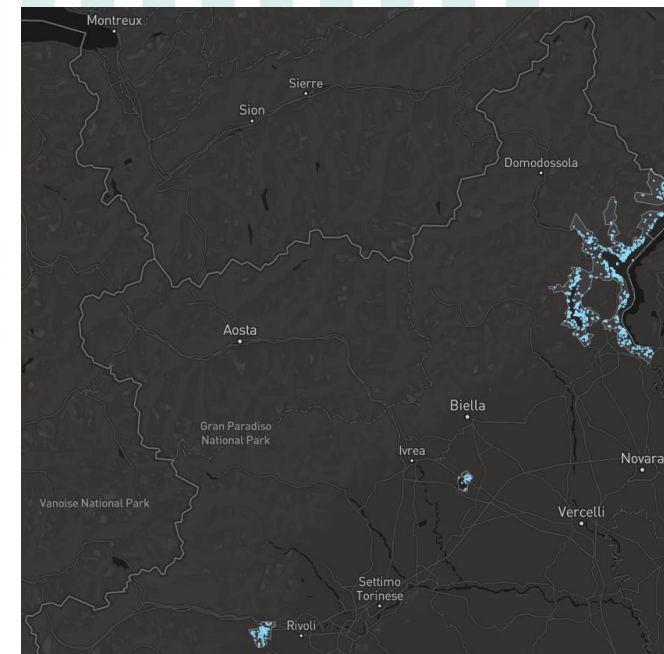
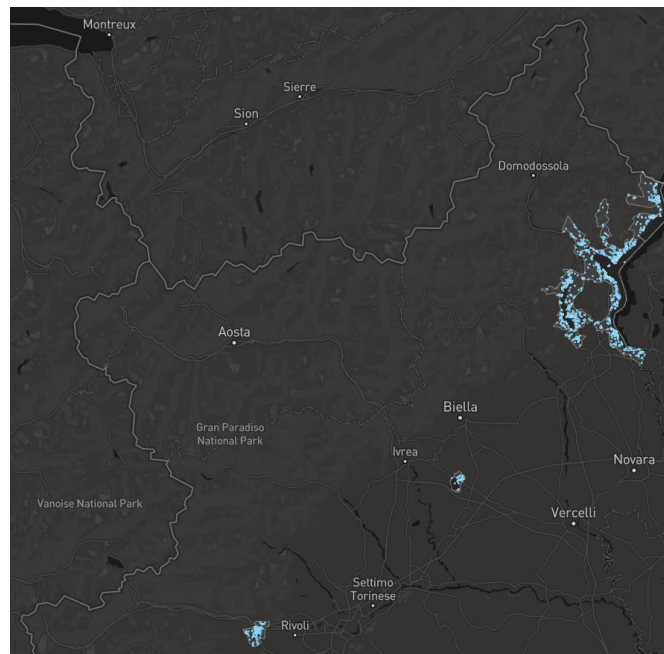
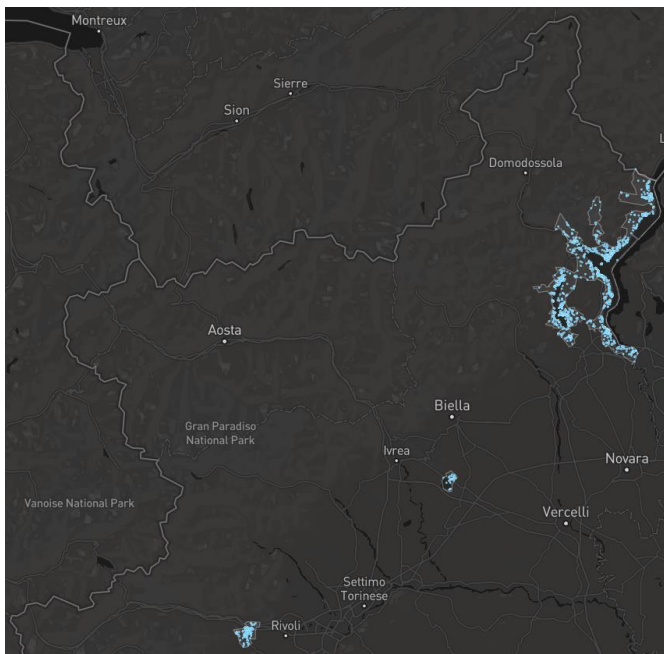
Laghi: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

2024

ATTRAZIONI





Laghi: Cluster & Topic (1)

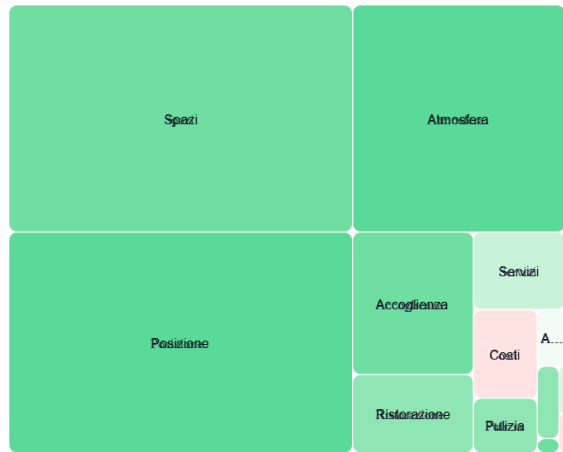
ATTRAZIONI

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Spazi	31,3%	88,3/100
Posizione	30,4%	93,9/100
Atmosfera	19,4%	92,1/100
Accoglienza	6,9%	89,2/100
Ristorazione	3,8%	83,1/100



- L'argomento più discusso sono gli **spazi**, con il **31,3%** dei contenuti; seguono la **posizione**, con il **30,4%**, e l'**atmosfera**, con il **19,4%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **105**, con **giudizio negativo**; gli **spazi** hanno i maggiori contenuti **positivi**, **1.500**.





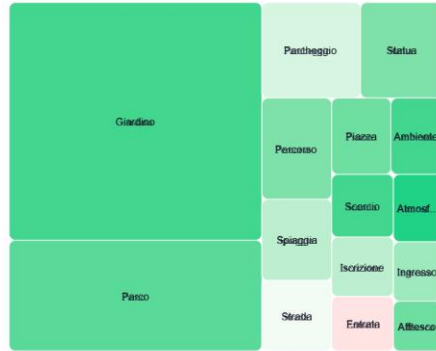
Laghi: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Spazi	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Giardino	29,6%	96,1/100
Parco	13,9%	91,8/100
Parcheggio	4,7%	69,2/100
Statua	3,9%	87,8/100
Percorso	3,5%	86,1/100



DESTINATIONS www.datappeal.io CC BY-NC

Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo il **posto** con il **37,9%** dei contenuti e un **sentiment** del **93,9/100**.

ATTRAZIONI

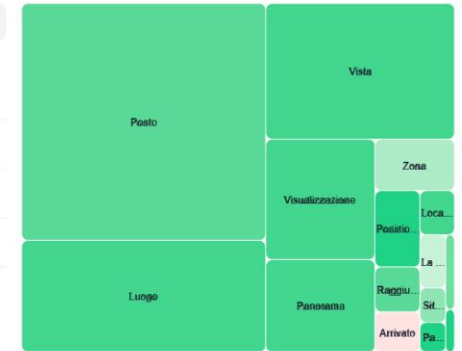
Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno degli **spazi** troviamo il **giardino** con il **29,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,1/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posto	37,9%	93,9/100
Luogo	17,9%	95,0/100
Vista	16,9%	97,0/100
Visualizzazione	8,6%	96,5/100
Panorama	6,6%	95,0/100



DESTINATIONS www.datappeal.io CC BY-NC



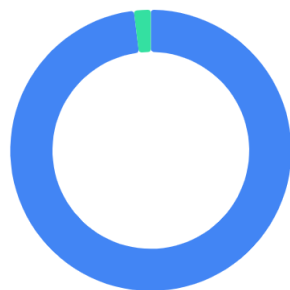
Laghi: Canali e Social

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Laghi	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 ● TripAdvisor ● Foursquare

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	98,1%	9,2/10	91,7/100
TripAdvisor	1,9%	8,2/10	83,2/100
Foursquare	0,0%	N.D.	N.D.

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

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



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Focus Sentiment Analysis

Laghi vs Italia

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





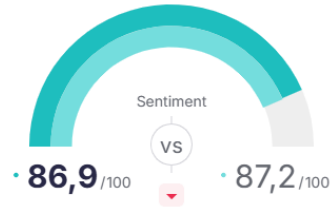
Recensioni on-line e *sentiment* Laghi vs Italia

COMPLESSIVO

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

Sentiment

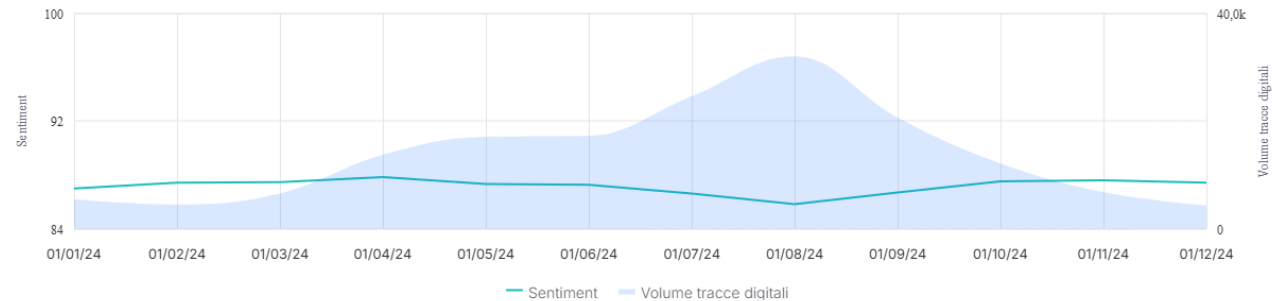
Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.



Il valore del *sentiment* dei **Laghi (+0,2)** è **inferiore** rispetto all'**Italia: 86,9/100 vs 87,2/100**.

Volume tracce digitali e sentiment

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

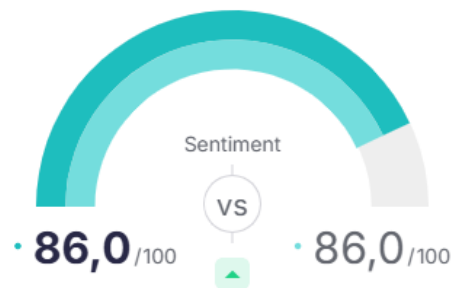


www.datappeal.io



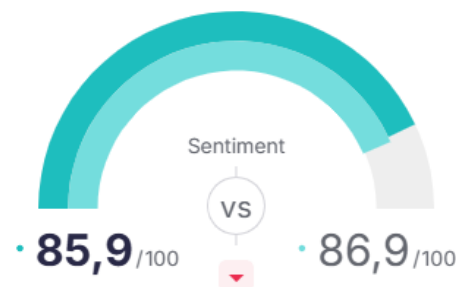
Recensioni on-line e *sentiment* Laghi vs Italia

RICETTIVITÀ



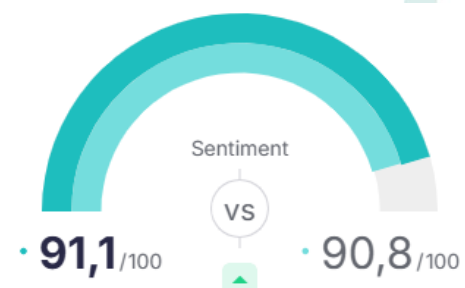
86/100 (+0,5) vs 86/100

RISTORAZIONE



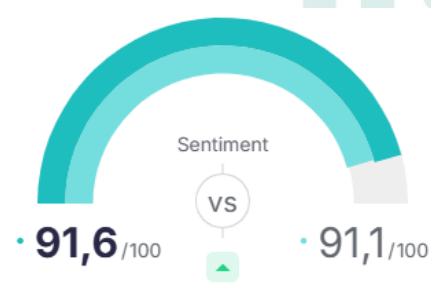
85,9/100 (+0,3) vs 86,9/100

AFFITTI BREVI



91,1/100 (=) vs 90,8/100

ATTRAZIONI



91,6/100 (+0,2) vs 91,1/100

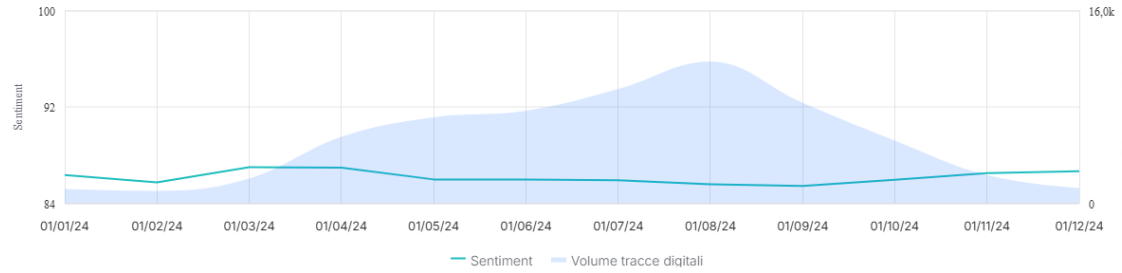


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

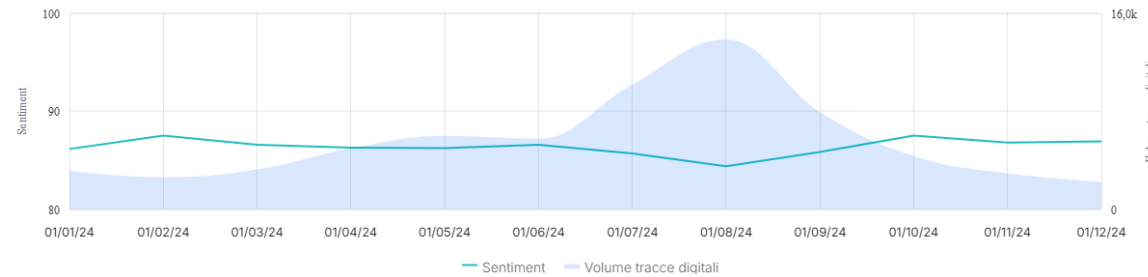
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

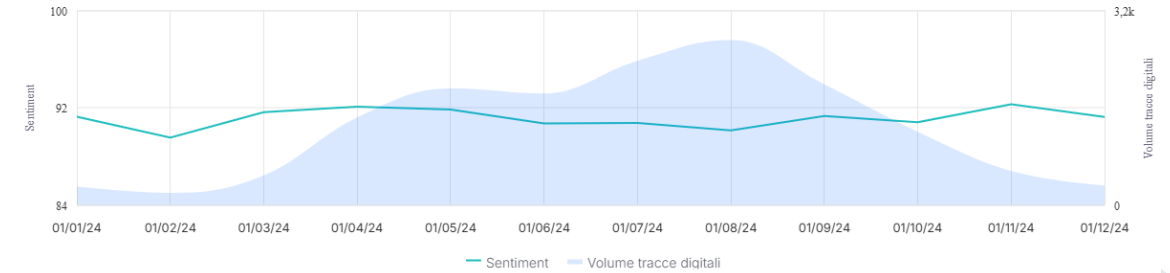
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

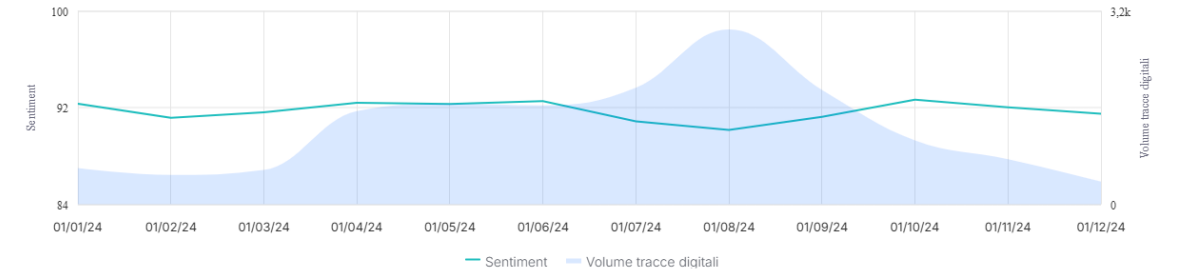
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.

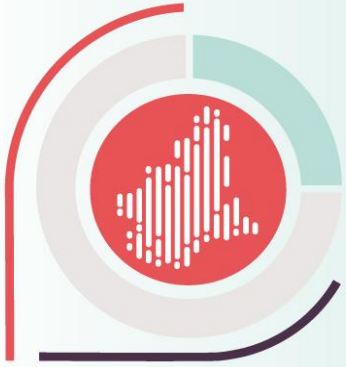


ATTRAZIONI

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

Montagne

Complessivo

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





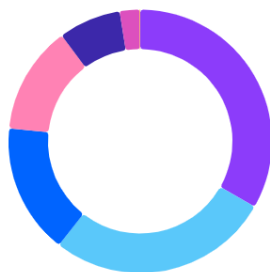
Montagne: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

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

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

Volume totale POI **12,0k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
☘ Locali E Ristorazione	33,3%	4,0k	88,1/100
🏰 Attrazioni	27,3%	3,3k	92,4/100
🏠 Ricettività	16,0%	1,9k	88,1/100
🏠 Affitti Brevi	13,3%	1,6k	91,9/100
🚗 Trasporti	7,6%	915	83,7/100
🎪 Intrattenimento	2,4%	292	87,2/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **12.000 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 4.000;**
- **Attrazioni: 3.300;**
- **Ricettività: 1.900;**
- **Affitti brevi: 1.600.**





Montagne: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

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

AREE
Montagne

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 **228,6k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
🍴 Locali E Ristorazione	51,4%	117,5k	88,1/100
🏠 Ricettività	27,4%	62,6k	88,1/100
🎡 Attrazioni	10,0%	22,9k	92,4/100
🏠 Affitti Brevi	6,4%	14,6k	91,9/100
🚗 Trasporti	2,6%	6,0k	83,7/100
🎮 Intrattenimento	2,1%	4,9k	87,2/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **228.600 (-15,9%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 117.500 (-13,1%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 62.600 (-14,6%);**
- **Attrazioni: 22.900 (-30,7%);**
- **Affitti brevi: 14.600 (-10,7%).**





Montagne: Provenienza viaggiatori

COMPLESSIVO

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

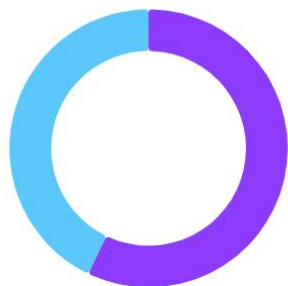
AREE
Montagne

ANNO

MESE

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	57,1%	87,5/100
Francia	11,6%	88,8/100
Svizzera	7,7%	88,0/100
Germania	6,5%	88,2/100
Regno Unito	3,3%	86,6/100

Il **57,1%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con l'**11,6%**, e la **Svizzera**, con il **7,7%**.



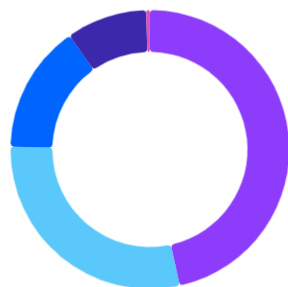
Montagne: Tipologie di viaggio

COMPLESSIVO

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

Tipologia di viaggiatore

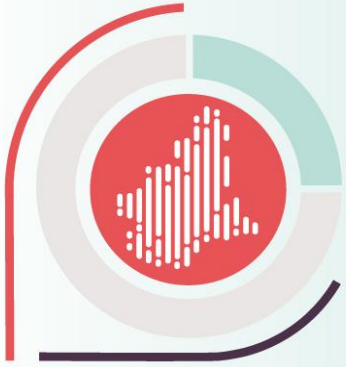
Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto al tipo di viaggiatore.



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

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	46,6%	88,3/100
Famiglie	28,8%	86,8/100
Amici/Gruppo	14,9%	86,5/100
Singolo	9,4%	88,0/100
Viaggio Di Lavoro	0,4%	82,2/100

Il **46,6%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **28,8%**, e gli **amici/gruppi**, con il **14,9%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Montagne

Ricettività

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Montagne			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	31,1%	588	51,5%	32,2k	85,6/100
2 B & B	27,4%	518	24,1%	15,1k	92,4/100
3 Agriturismo	13,4%	254	8,6%	5,4k	90,7/100
4 Rifugio	11,2%	212	6,3%	3,9k	89,5/100
5 Campeggi	5,1%	96	4,3%	2,7k	85,2/100

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: 588;**
- **B&B: 518;**
- **Agriturismi: 254;**
- **Rifugi: 212;**
- **Campeggi: 96.**



www.datappeal.io

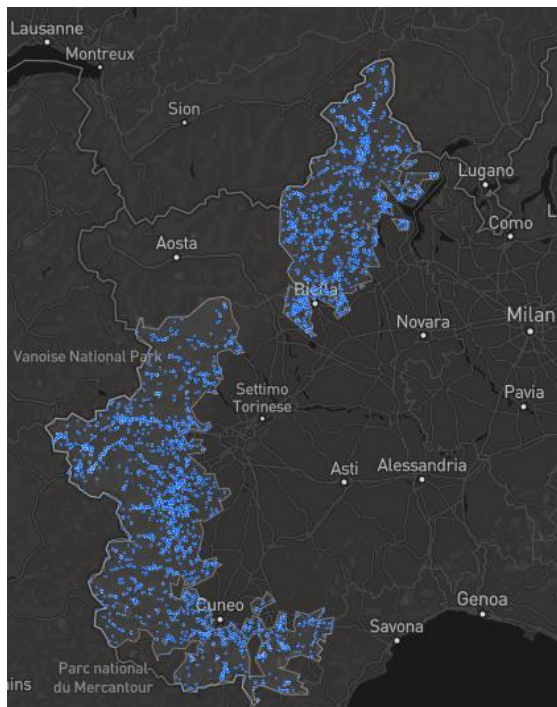


Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

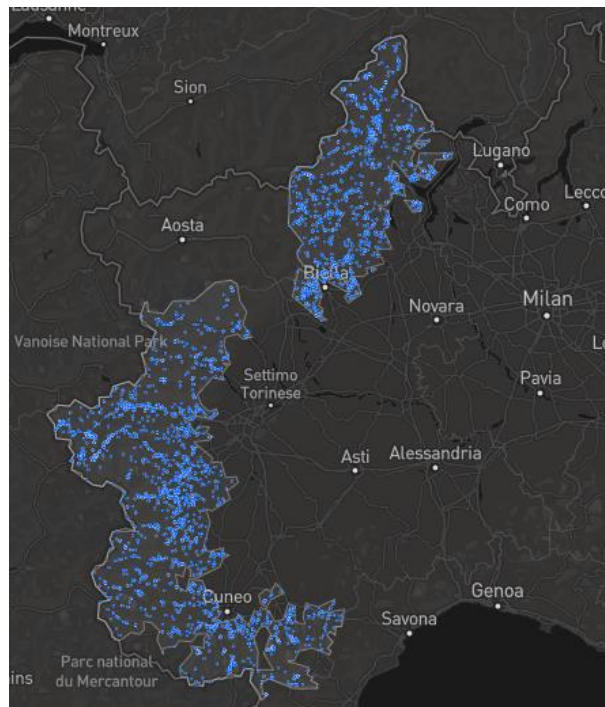


Montagne: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

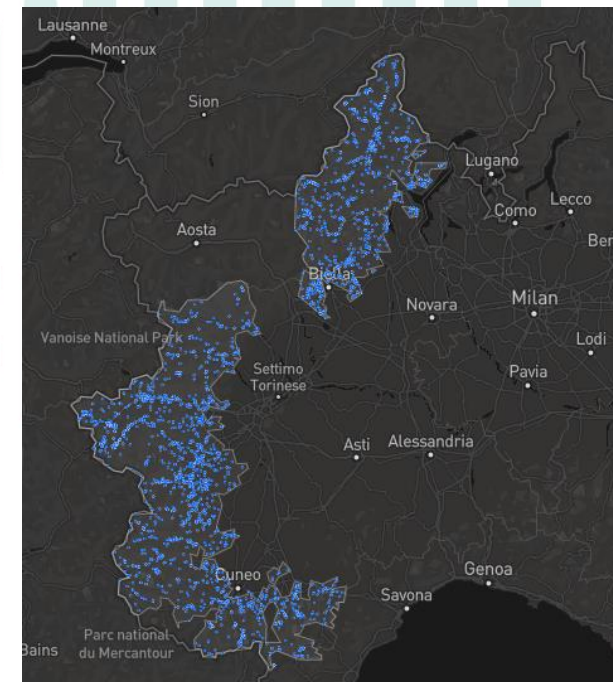


2023



RICETTIVITÀ

2024





Montagne: Cluster & Topic (1)

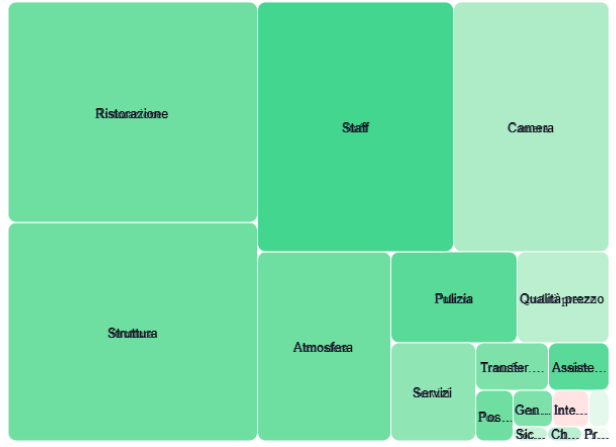
RICETTIVITÀ

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Ristorazione	20,7%	89,2/100
Struttura	20,5%	90,5/100
Staff	18,5%	94,8/100
Camera	14,7%	76,0/100
Atmosfera	9,6%	90,9/100



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con il **20,7%** dei contenuti; segue la **struttura**, con il **20,5%**, e lo **staff**, con il **18,5%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **400**, con **giudizio negativo**; la **ristorazione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **16.600**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





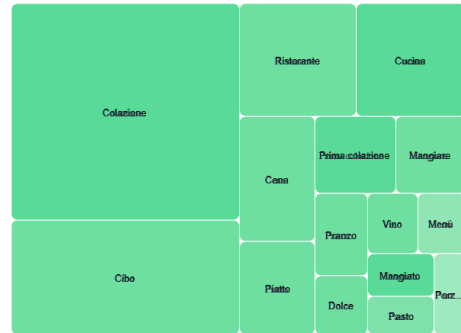
Montagne: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Ristorazione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Colazione	26,9%	91,8/100
Cibo	14,2%	90,6/100
Ristorante	7,2%	90,3/100
Cucina	6,8%	92,6/100
Cena	5,1%	90,6/100



www.datappeal.io

Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **struttura** troviamo la **posizione** con il **19,8%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,6/100**.

RICETTIVITÀ

Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **ristorazione** troviamo la **colazione** con il **26,9%** dei contenuti e un **sentiment** del **91,8/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Struttura	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	19,8%	96,6/100
Posto	16,5%	94,2/100
Luogo	3,9%	94,8/100
Vista	3,7%	93,8/100
Location	3,6%	97,0/100



www.datappeal.io



Montagne: Canali e Social

RICETTIVITÀ

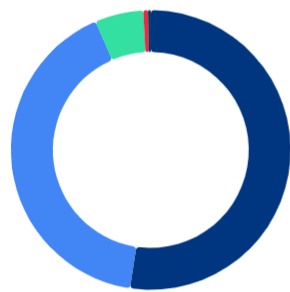
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Montagne			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	52,2%	8,7/10	87,5/100
Google	41,1%	8,9/10	89,5/100
TripAdvisor	5,6%	8,3/10	84,0/100
Hotels.com	0,5%	8,4/10	84,0/100
Expedia	0,3%	8,3/10	83,0/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **52,2%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **41,1%**, e **TripAdvisor**, con il **5,6%**.



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Montagne

Affitti Brevi

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24
AREE Montagne
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 Affittacamere	27,7%	441	45,4%	6,7k	90,1/100
2 Casa O Appartamento	62,6%	995	41,8%	6,1k	93,6/100
3 Appartamento Vacanze	9,7%	154	12,8%	1,9k	92,3/100

Il monitoraggio della rete del comparto degli **affitti brevi** si riferisce a **1.600 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: 995;**
- **Affittacamere: 441;**
- **Appartamento vacanze: 154.**





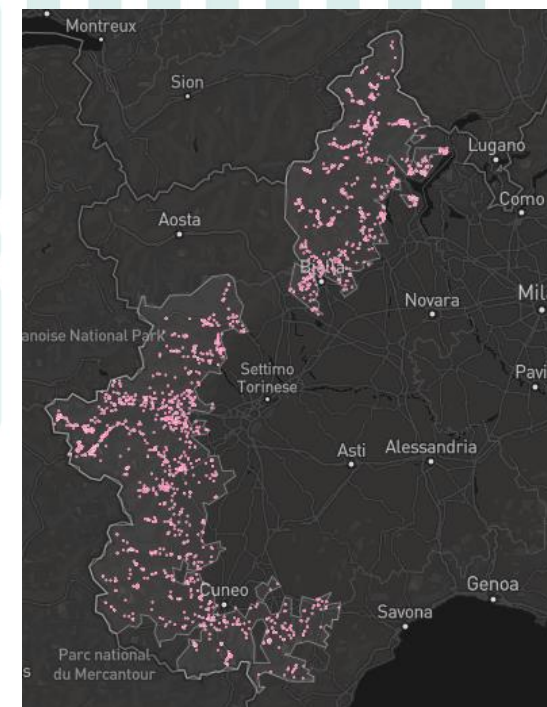
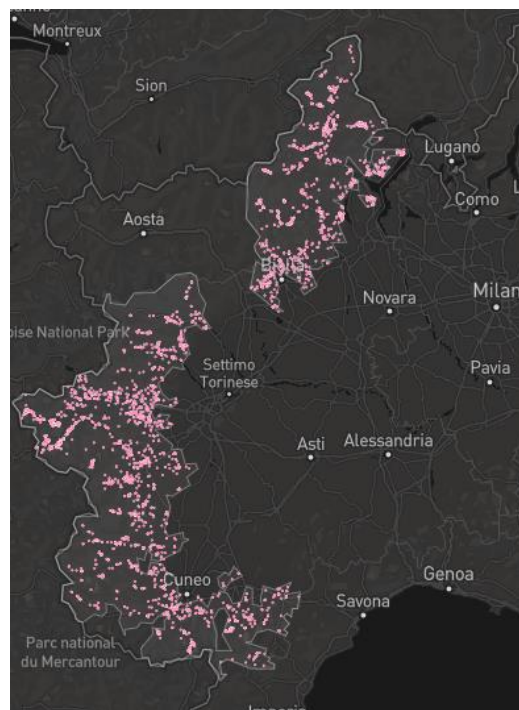
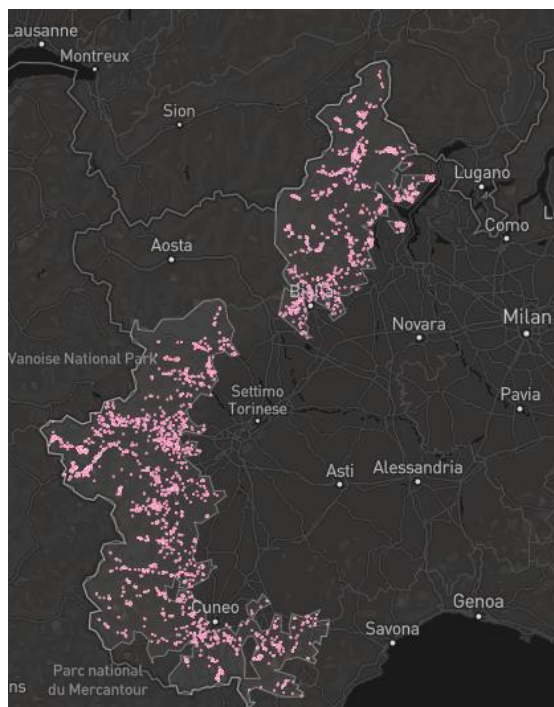
Montagne: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

2024

AFFITTI BREVI





Montagne: Cluster & Topic (1)

AFFITTI BREVI

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	25,1%	91,9/100
Posizione	22,1%	95,8/100
Dotazioni	14,8%	83,5/100
Camere	13,3%	86,6/100
Host	13,1%	95,5/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **25,1%** dei contenuti; segue la **posizione**, con il **22,1%**, e le **dotazioni**, con il **14,8%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **173**, con **giudizio negativo**; l'**atmosfera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **4.100**.



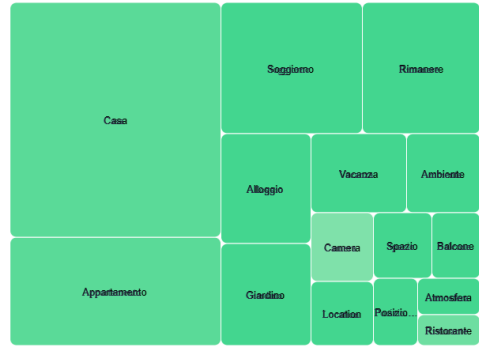
Montagne: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Casa	23,8%	94,0/100
Appartamento	11,0%	92,9/100
Soggiorno	9,0%	94,6/100
Rimanere	7,5%	94,8/100
Alloggio	4,7%	95,6/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **posizione** troviamo la **posizione** stessa con il **39,5%** dei contenuti e un **sentiment** del **97,3/100**.

AFFITTI BREVI

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 **94/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	39,5%	97,3/100
Posto	20,9%	95,9/100
Zona	6,4%	96,7/100
Vista	5,8%	93,6/100
Luogo	5,6%	95,1/100



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



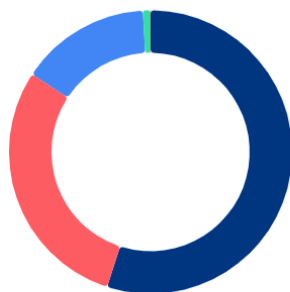
Montagne: Canali e Social

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Montagne			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.

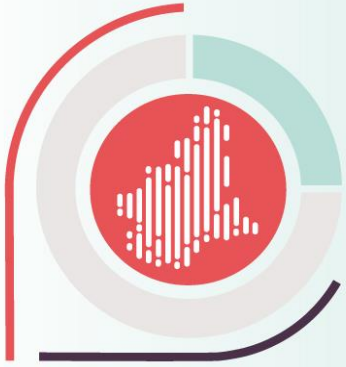


● Booking.com ● Airbnb ● Google
● TripAdvisor ● Hotels.com

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	54,9%	8,9/10	89,2/100
Airbnb	29,3%	9,7/10	96,2/100
Google	14,9%	9,4/10	93,7/100
TripAdvisor	0,8%	8,0/10	80,9/100
Hotels.com	0,0%	8,0/10	80,0/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **54,9%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **29,3%**, e **Google**, con il **14,9%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Montagne

Ristorazione

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

RISTORAZIONE

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

Tipologie di comparto più popolari

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

	Distribuzione POI	Volume POI	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
1 Ristorante	40,6%	1,5k	52,4%	61,6k	88,3/100
2 Bar	27,0%	984	16,1%	18,9k	87,4/100
3 Pizzeria	9,7%	355	13,0%	15,3k	87,5/100
4 Caffè	6,9%	252	3,2%	3,8k	88,7/100
5 Gelateria	3,2%	115	2,7%	3,2k	90,0/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **4.000 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ristoratrici** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Ristoranti: 1.500;**
- **Bar: 984;**
- **Pizzerie: 355;**
- **Caffè: 252;**
- **Gelaterie: 115.**





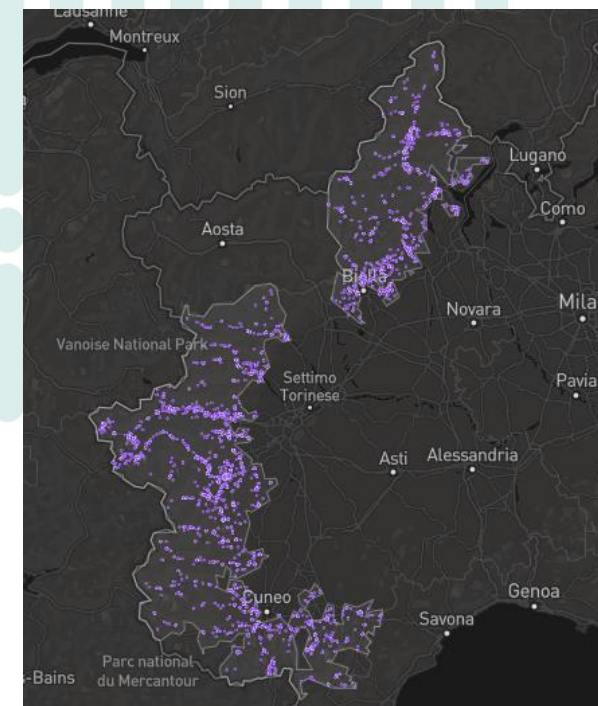
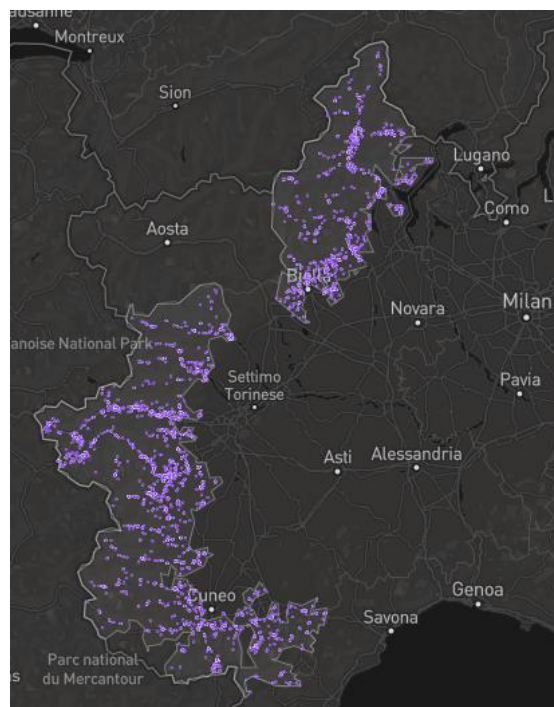
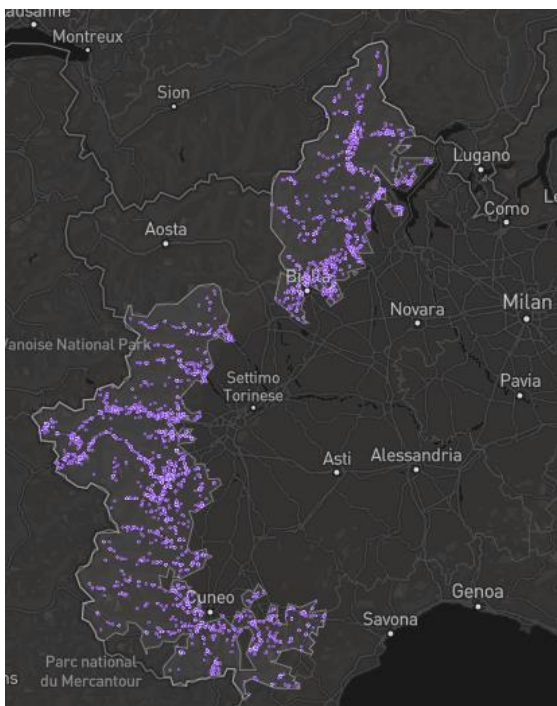
Montagne: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

2022

2023

RISTORAZIONE

2024





Montagne: Cluster & Topic (1)

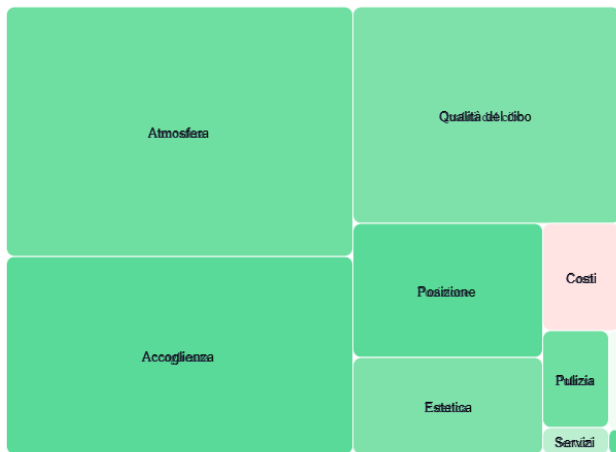
RISTORAZIONE

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	31,3%	89,9/100
Accoglienza	24,8%	92,0/100
Qualità Del Cibo	21,1%	87,3/100
Posizione	9,2%	92,5/100
Estetica	6,7%	86,3/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **31,3%** dei contenuti; segue l'accoglienza, con il **24,8%**, e la qualità del cibo, con il **21,1%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **3.400**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi**, **35.200**.



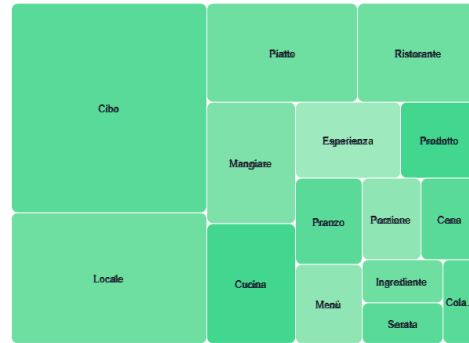
Montagne: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Cibo	22,6%	93,5/100
Locale	14,1%	89,1/100
Piatto	8,3%	89,8/100
Ristorante	6,7%	89,7/100
Mangiare	5,9%	87,1/100



Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'accoglienza troviamo il personale con il **40,7%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,5/100**.

RISTORAZIONE

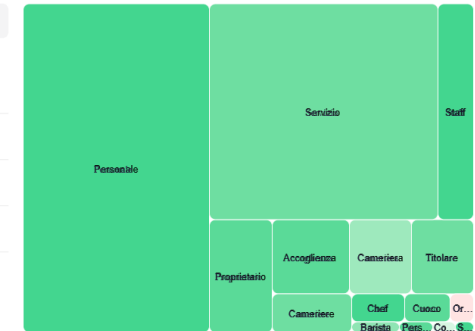
Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'atmosfera troviamo il cibo con il **22,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **93,5/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Accoglienza	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Personale	40,7%	95,5/100
Servizio	33,0%	88,3/100
Staff	5,1%	96,2/100
Proprietario	4,7%	93,6/100
Accoglienza	3,8%	93,1/100





Montagne: Canali e Social

RISTORAZIONE

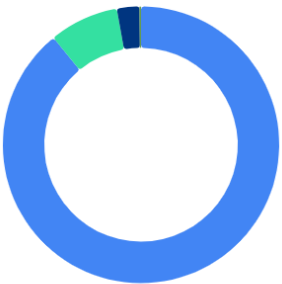
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Montagne			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

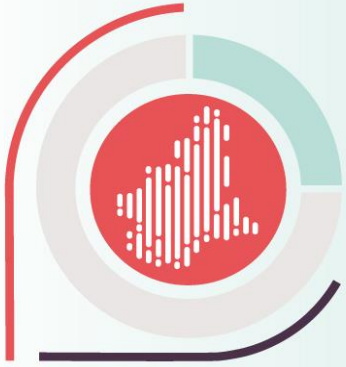
	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	89,1%	8,8/10	88,5/100
TripAdvisor	8,1%	8,3/10	84,0/100
Booking.com	2,6%	8,8/10	88,8/100
TheFork	0,2%	9,2/10	92,4/100
Hotels.com	0,0%	9,4/10	94,4/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con l'**89,1%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con l'**8,1%**, e **Booking**, con il **2,6%**.



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Montagne

Attrazioni

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Montagne: Tipologie di comparto più popolari

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Montagne			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	19,6%	520	36,8%	8,4k	92,5/100
2 Chiesa	24,9%	659	10,3%	2,4k	92,1/100
3 Area Escursionistica	18,7%	495	9,0%	2,1k	93,0/100
4 Parco	7,4%	197	7,2%	1,7k	90,7/100
5 Museo	7,9%	209	7,0%	1,6k	93,4/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **3.300 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: 659;**
- **Attrazioni: 520;**
- **Aree escursionistiche: 495;**
- **Musei: 209;**
- **Parchi: 197.**





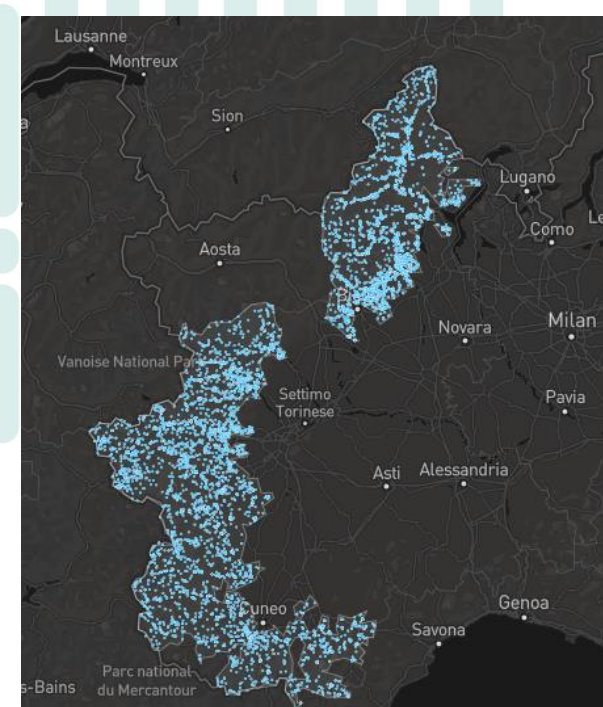
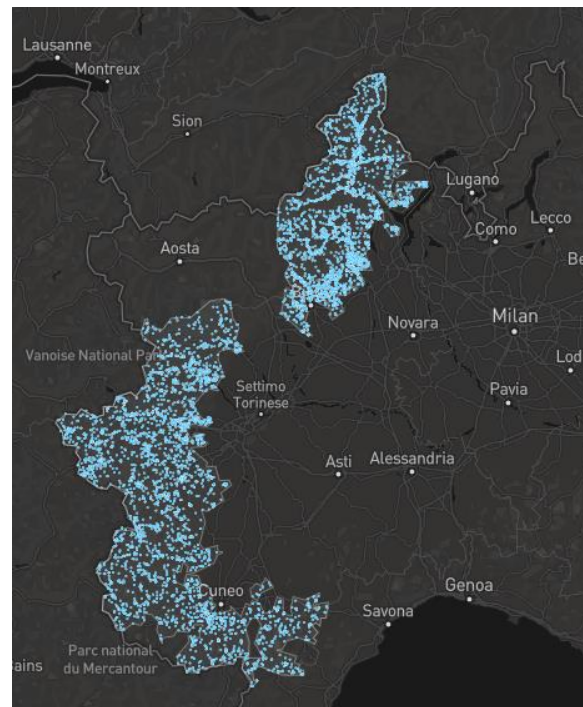
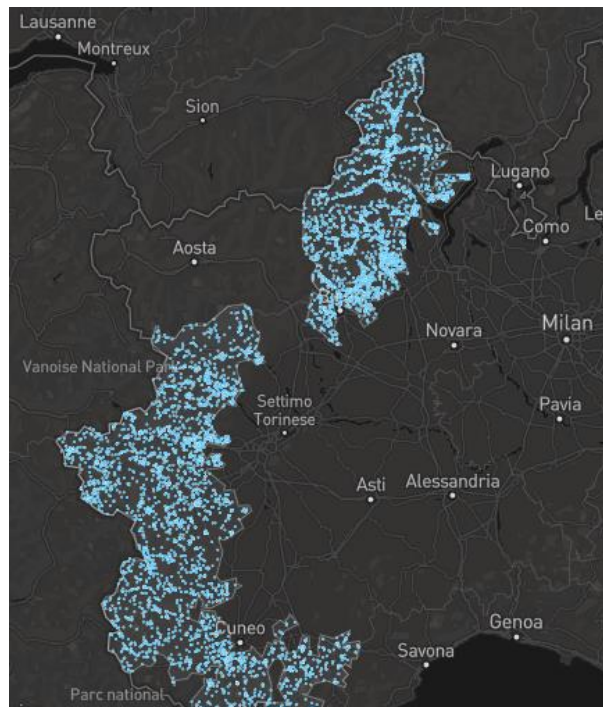
Montagne: Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)

ATTRAZIONI

2022

2023

2024



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Montagne: Cluster & Topic (1)

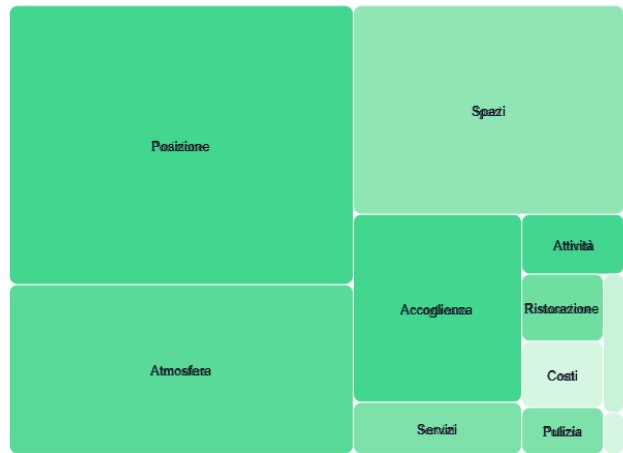
ATTRAZIONI

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	34,7%	94,7/100
Atmosfera	21,1%	93,7/100
Spazi	20,6%	85,0/100
Accoglienza	11,5%	94,7/100
Servizi	3,2%	86,0/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **34,7%** dei contenuti; seguono l'**atmosfera**, con il **21,1%**, e gli **spazi**, con il **20,6%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **161**, con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **2.900**.





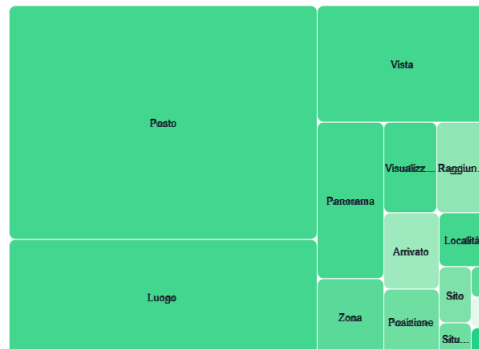
Montagne: Cluster & Topic (2)

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Posizione	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posto	42,6%	96,4/100
Luogo	21,0%	95,3/100
Vista	11,8%	95,3/100
Panorama	6,2%	97,0/100
Zona	3,0%	91,2/100



Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**atmosfera** troviamo la **visita** con il **22,1%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,3/100**.

ATTRAZIONI

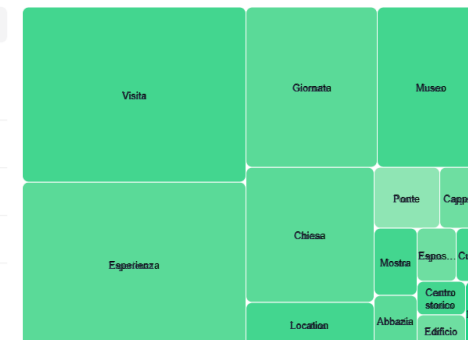
Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno della **posizione** troviamo il **posto** con il **42,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,4/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Visita	22,1%	96,3/100
Esperienza	20,6%	93,3/100
Giornata	11,8%	93,0/100
Museo	10,0%	97,1/100
Chiesa	9,7%	91,5/100





Montagne: Canali e Social

ATTRAZIONI

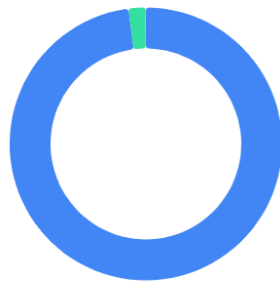
DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Montagne			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%	9,3/10	92,5/100
TripAdvisor	2,0%	8,9/10	88,3/100
Booking.com	0,0%	9,3/10	91,9/100
Airbnb	0,0%	9,7/10	95,0/100

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



www.datappeal.io





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Focus Sentiment Analysis

Montagne vs Italia

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024



Recensioni on-line e *sentiment* Montagne vs Italia

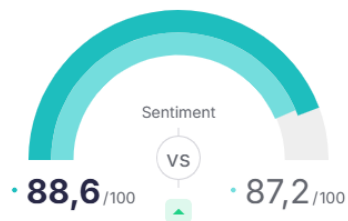
COMPLESSIVO

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

Il valore del *sentiment* delle **Montagne (=)** è superiore rispetto all'**Italia: 88,6/100 vs 87,2/100.**

Sentiment

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

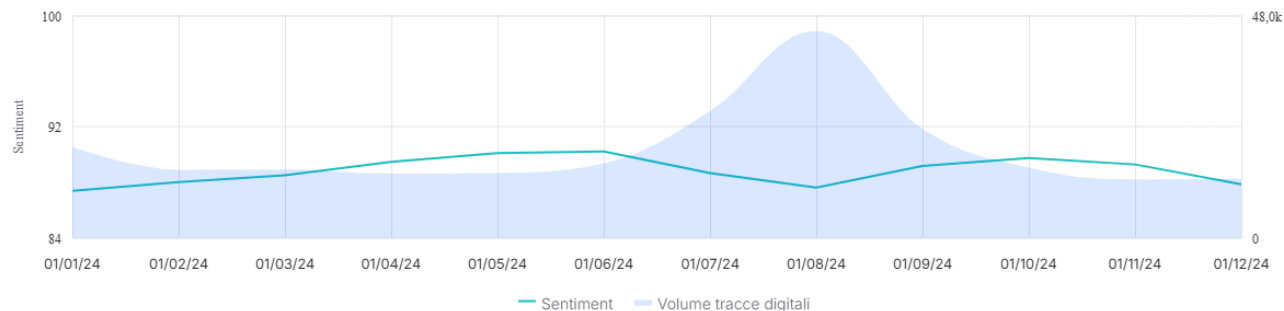


www.datappeal.io



Volume tracce digitali e sentiment

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





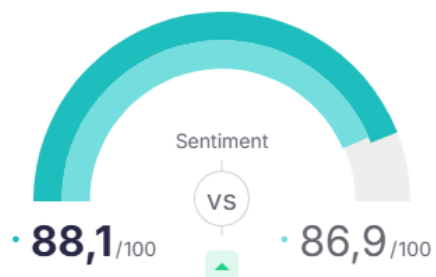
Recensioni on-line e *sentiment* Montagne vs Italia

RICETTIVITÀ



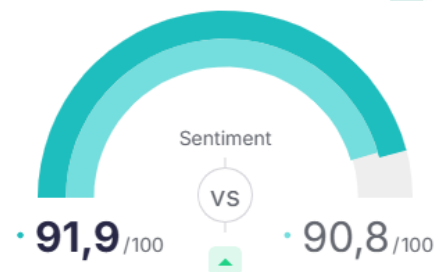
88,1/100 (+0,2) vs 86/100

RISTORAZIONE



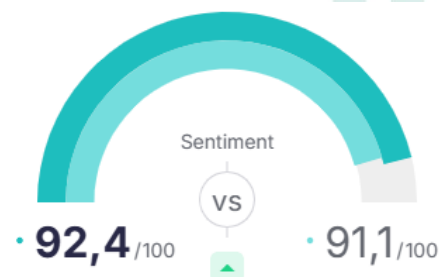
88,1/100 (-0,1) vs 86,9/100

AFFITTI BREVI



91,9/100 (+0,4) vs 90,8/100

ATTRAZIONI



92,4/100 (+0,3) vs 91,1/100

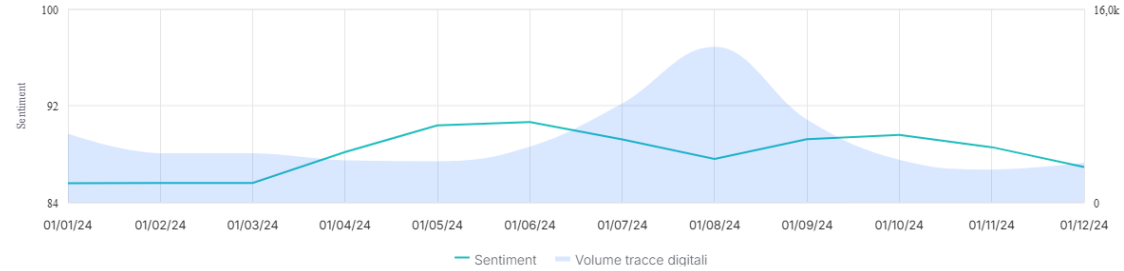


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

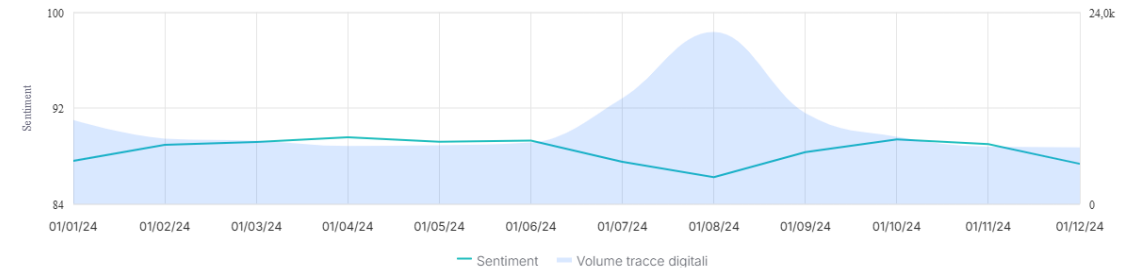
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

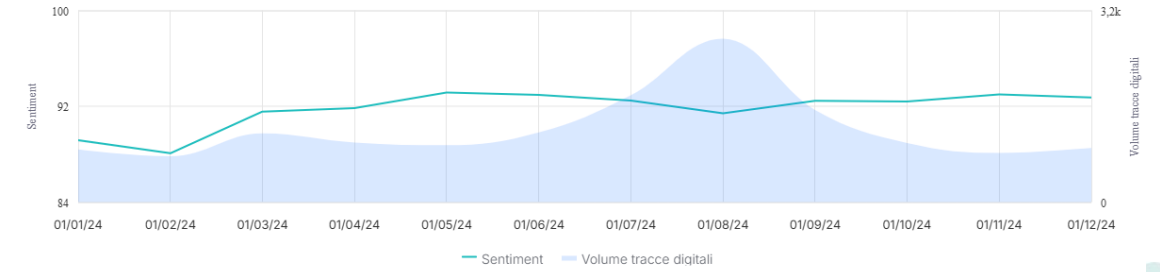
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

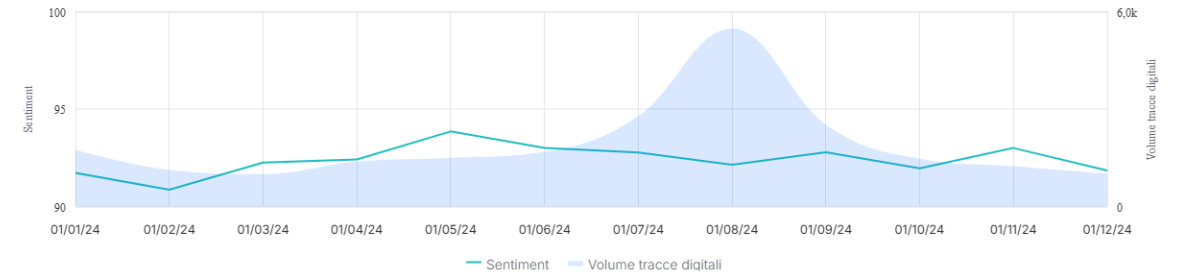
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



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

Torino e prima cintura

Complessivo

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





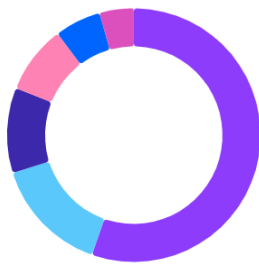
Torino e prima cintura: Distribuzione del volume dei POI

COMPLESSIVO

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

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

Volume totale POI **17,2k**



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

	Distribuzione POI	Volume POI	Sentiment
Locali E Ristorazione	55,4%	9,5k	86,5/100
Attrazioni	14,8%	2,6k	92,1/100
Trasporti	10,9%	1,9k	82,1/100
Affitti Brevi	8,7%	1,5k	90,9/100
Ricettività	5,9%	1,0k	84,6/100
Intrattenimento	4,4%	750	87,2/100

Il monitoraggio della rete si riferisce a **17.200 punti di interesse:**

- **Ristorazione: 9.500;**
- **Attrazioni: 2.600;**
- **Affitti brevi: 1.500;**
- **Ricettività: 1.000.**





Torino e prima cintura: Distribuzione del volume delle tracce digitali

COMPLESSIVO

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Torino AM
 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 **739,5k**



	Distribuzione tracce digitali	Volume tracce digitali	Sentiment
Ψ Locali E Ristorazione	59,0%	436,5k	86,5/100
🏠 Ricettività	21,0%	155,3k	84,6/100
🏛️ Attrazioni	11,3%	83,7k	92,1/100
🏠 Affitti Brevi	3,3%	24,6k	90,9/100
🎪 Intrattenimento	3,2%	23,9k	87,2/100
🚗 Trasporti	2,1%	15,5k	82,1/100

I contenuti monitorati per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta turistica** sono **739.500 (-12,7%)**, in particolare:

- **Ristorazione: 436.500 (-14,6%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente);
- **Ricettività: 155.300 (-7,4%);**
- **Attrazioni: 83.700 (-13,3%);**
- **Affitti brevi: 24.600 (-7,6%).**





Torino e prima cintura: Provenienza viaggiatori

COMPLESSIVO

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

Provenienza viaggiatori

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



● Visitatori Domestici ● Internazionali

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Italia	57,3%	83,5/100
Francia	10,5%	84,4/100
Svizzera	5,1%	84,0/100
Germania	3,4%	83,9/100
Spagna	3,2%	83,5/100

Il **57,3%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con il **10,5%**, e la **Svizzera**, con il **5,1%**.





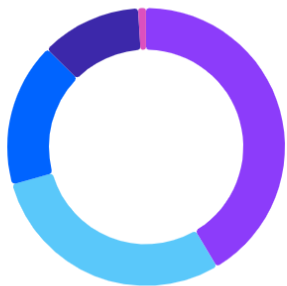
Torino e prima cintura: **Tipologie di viaggio**

COMPLESSIVO

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Torino AM	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	41,5%	84,6/100
❤️ Famiglie	29,2%	84,5/100
👤 Singolo	16,8%	83,4/100
👥 Amici/Gruppo	11,7%	84,1/100
👜 Viaggio Di Lavoro	0,9%	83,3/100

Il **41,5%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **29,2%**, e i **single**, con il **16,8%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Torino e prima cintura

Ricettività

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Torino e prima cintura: Tipologie di comparto più popolari

RICETTIVITÀ

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
AREE: Torino AM
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	36,8%	371	83,1%	129,1k	83,9/100
2 B & B	42,0%	423	11,7%	18,1k	88,8/100
3 Ostello	1,7%	17	2,2%	3,4k	84,4/100
4 Agriturismo	12,2%	123	1,9%	2,9k	89,5/100
5 Altri Alloggi	5,1%	51	0,4%	646	80,1/100

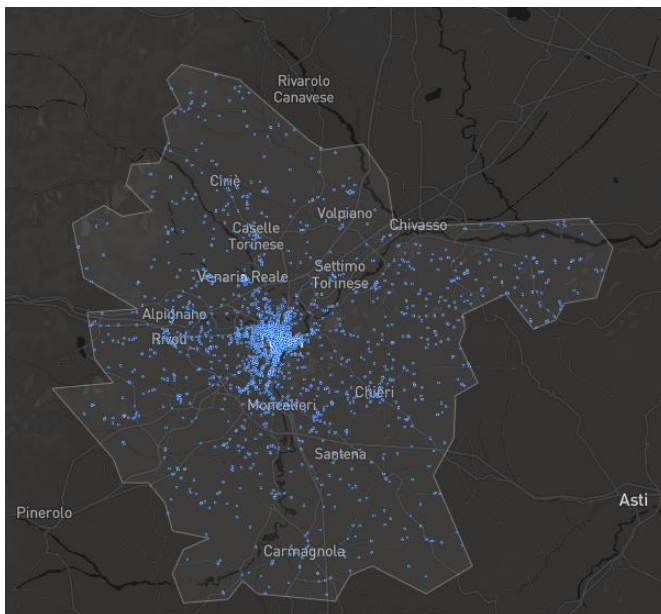
Il monitoraggio della rete del comparto **ricettivo** si riferisce a **1.000 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie ricettive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **B&B: 423;**
- **Hotel: 371;**
- **Agriturismi: 123;**
- **Altri alloggi: 51;**
- **Ostelli: 17.**

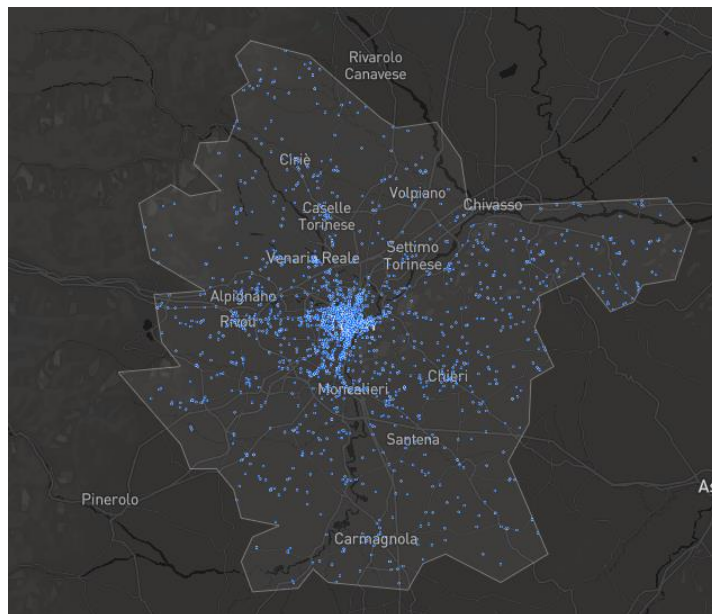


Torino e prima cintura: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

2022

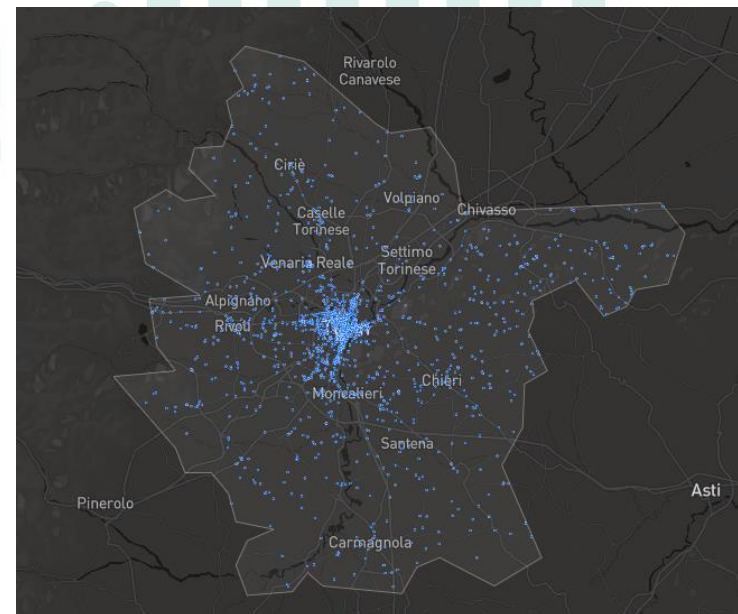


2023



RICETTIVITÀ

2024





Torino e prima cintura: Cluster & Topic (1)

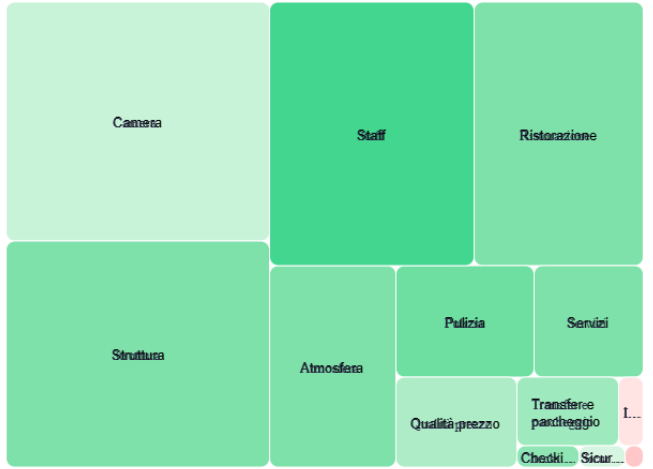
RICETTIVITÀ

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali		
	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Camera	21,1%	70,7/100
Struttura	20,0%	87,7/100
Staff	18,2%	94,8/100
Ristorazione	15,0%	86,7/100
Atmosfera	8,6%	87,8/100



- L'argomento più discusso è la **camera**, con il **21,1%** dei contenuti; segue la **struttura**, con il **20%**, e lo **staff**, con il **18,2%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **1.000**, con **giudizio negativo**; la **camera** ha i maggiori contenuti **positivi**, **36.300**.

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



www.datapeel.io





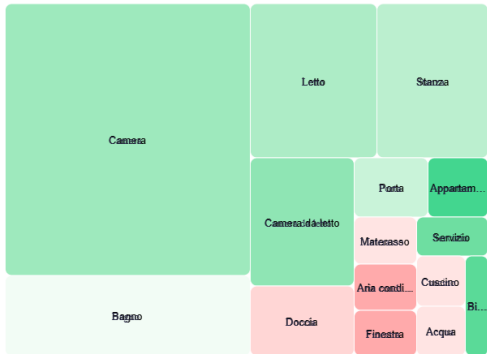
Torino e prima cintura: Cluster & Topic (2)

RICETTIVITÀ

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

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

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Camera	31,6%	82,0/100
Bagno	9,3%	61,9/100
Letto	9,3%	77,1/100
Stanza	8,1%	74,2/100
Camera Da Letto	6,3%	85,0/100

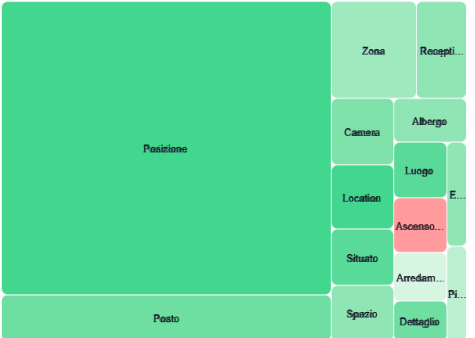


Nelle recensioni online, tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **camera** troviamo la **camera** stessa con il **31,6%** dei contenuti e un **sentiment** dell'**82/100**.

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

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

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Struttura		
Posizione	44,9%	96,6/100
Posto	7,1%	90,2/100
Zona	3,8%	81,3/100
Reception	2,3%	83,1/100
Camera	1,9%	85,1/100



Tra gli **argomenti più discussi** all'interno della **struttura** troviamo la **posizione** con il **44,9%** dei contenuti e un **sentiment** del **96,6/100**.



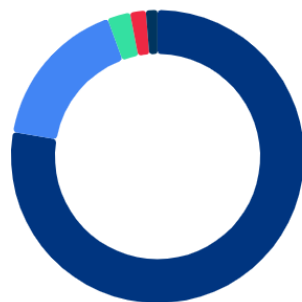
Torino e prima cintura: Canali e Social

RICETTIVITÀ

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino AM			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	76,9%	8,3/10	83,8/100
Google	16,6%	8,8/10	87,7/100
TripAdvisor	2,5%	8,3/10	84,1/100
Hotels.com	1,7%	8,7/10	86,8/100
Expedia	1,3%	8,8/10	88,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **76,9%** dei contenuti; seguono **Google**, con il **16,6%**, e **TripAdvisor**, con il **2,5%**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Torino e prima cintura

Affitti Brevi

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





Torino e prima cintura: Tipologie di comparto più popolari

AFFITTI BREVI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24
AREE Torino AM
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	60,5%	906	52,0%	12,8k	93,7/100
2 Affittacamere	27,7%	415	34,2%	8,4k	87,0/100
3 Appartamento Vacanze	11,8%	177	13,8%	3,4k	90,2/100

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: 906;**
- **Affittacamere: 415;**
- **Appartamento vacanze: 177.**



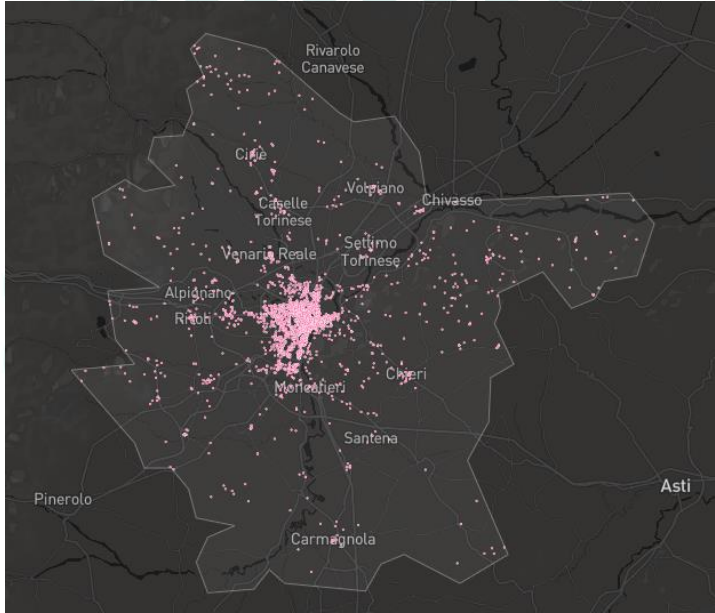
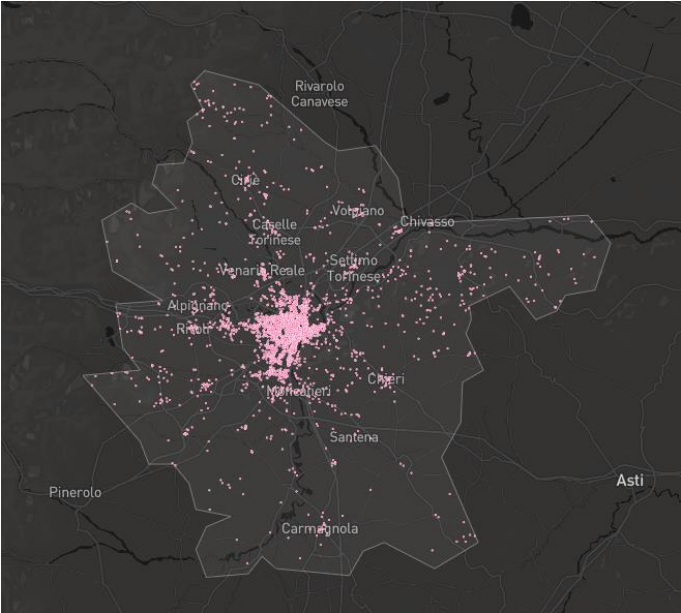
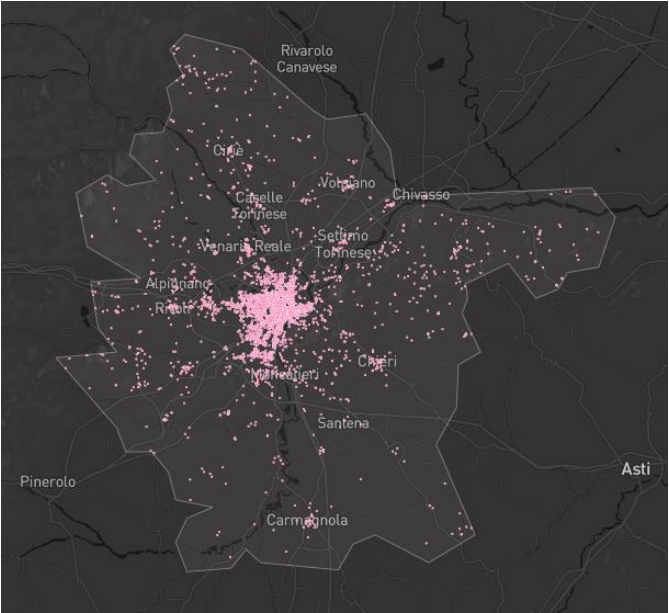
Torino e prima cintura: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

AFFITTI BREVI

2022

2023

2024



DESTINATIONS

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



Torino e prima cintura: Cluster & Topic (1)

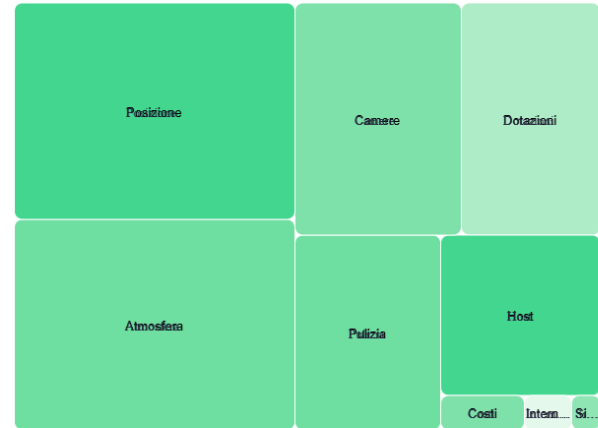
AFFITTI BREVI

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	24,2%	96,0/100
Atmosfera	23,6%	90,2/100
Camere	15,4%	87,2/100
Dotazioni	12,9%	77,5/100
Pulizia	11,3%	90,6/100



- L'argomento più discusso è la **posizione**, con il **24,2%** dei contenuti; segue l'**atmosfera**, con il **23,6%**, e le **camere**, con il **15,4%**.
- Il tema di **internet** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **201**, con **giudizio negativo**; la **posizione** ha i maggiori contenuti **positivi**, **7.400**.



Torino e prima cintura: Cluster & Topic (2)

AFFITTI BREVI

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Posizione	51,8%	98,0/100
Posto	13,7%	94,2/100
Zona	12,4%	94,4/100
Situato	7,3%	98,2/100
Quartiere	2,0%	93,5/100



Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**atmosfera** troviamo l'**appartamento** con il **25,8%** dei contenuti e un **sentiment** del **95,3/100**.

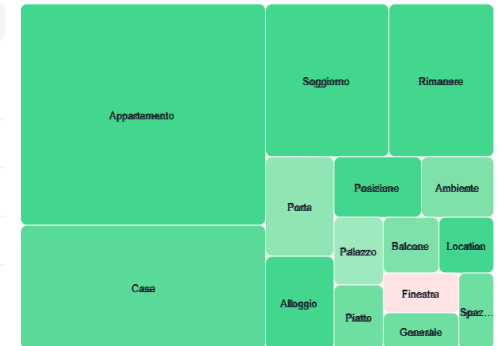
Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno della **posizione** troviamo la **posizione** stessa con il **51,8%** dei contenuti e un **sentiment** del **98/100**.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera		
Appartamento	25,8%	95,3/100
Casa	14,5%	93,5/100
Soggiorno	9,0%	95,3/100
Rimanere	7,7%	94,4/100
Porta	3,2%	82,7/100



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



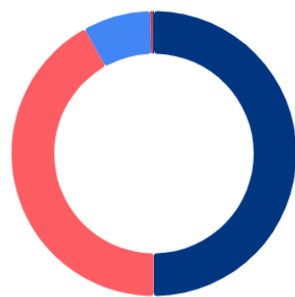
Torino e prima cintura: Canali e Social

AFFITTI BREVI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino AM			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
● Hotels.com ● Expedia

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Booking.com	49,9%	8,6/10	86,4/100
Airbnb	41,8%	9,6/10	95,9/100
Google	7,6%	9,4/10	93,4/100
Hotels.com	0,3%	9,8/10	97,2/100
Expedia	0,2%	9,6/10	96,0/100

Le recensioni online sono maggiori su **Booking**, con il **49,9%** dei contenuti; seguono **Airbnb**, con il **41,8%**, e **Google**, con il **7,6%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Torino e prima cintura

Ristorazione

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





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

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Torino AM
 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	33,5%	2,7k	45,0%	196,6k	86,7/100
2	Pizzeria	11,6%	933	17,6%	76,8k	87,2/100
3	Bar	24,3%	2,0k	9,0%	39,5k	85,6/100
4	Fast Food	2,4%	196	4,0%	17,4k	81,3/100
5	Gelateria	3,9%	316	3,7%	16,3k	88,3/100

Il monitoraggio della rete del comparto della **ristorazione** si riferisce a **9.500 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: 2.700;**
- **Bar: 2.000;**
- **Pizzerie: 933;**
- **Gelaterie: 316;**
- **Fast food: 196.**





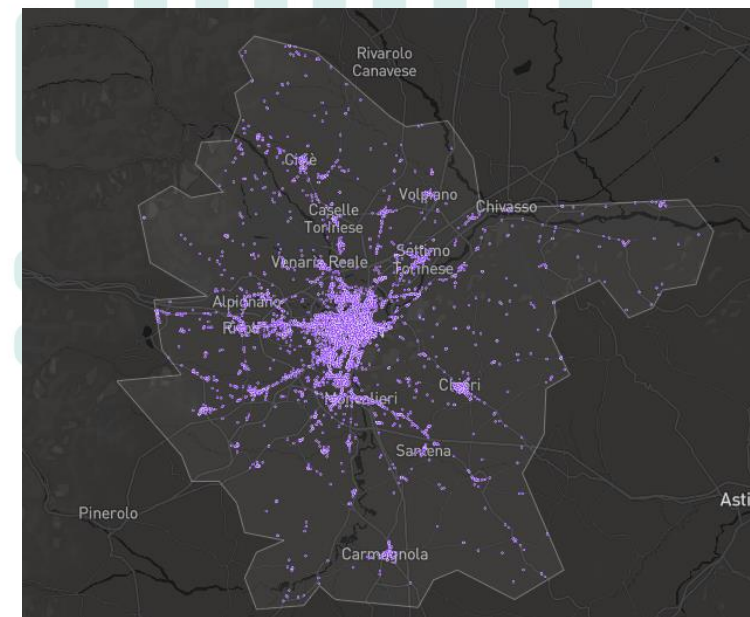
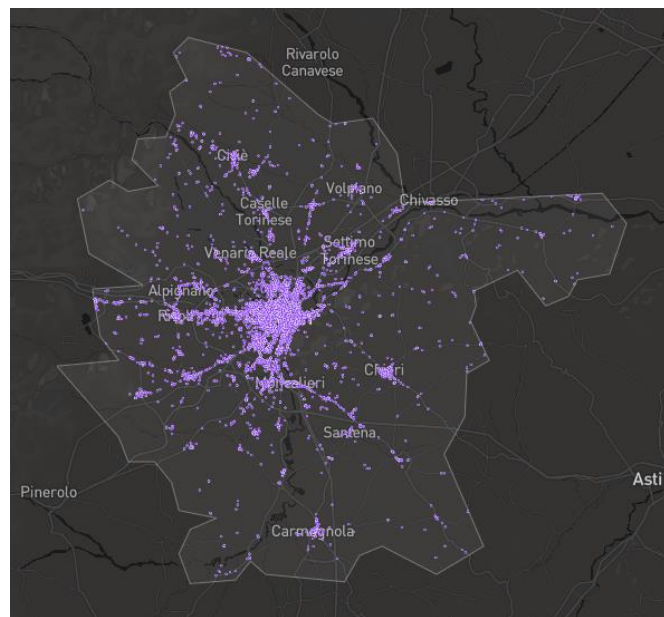
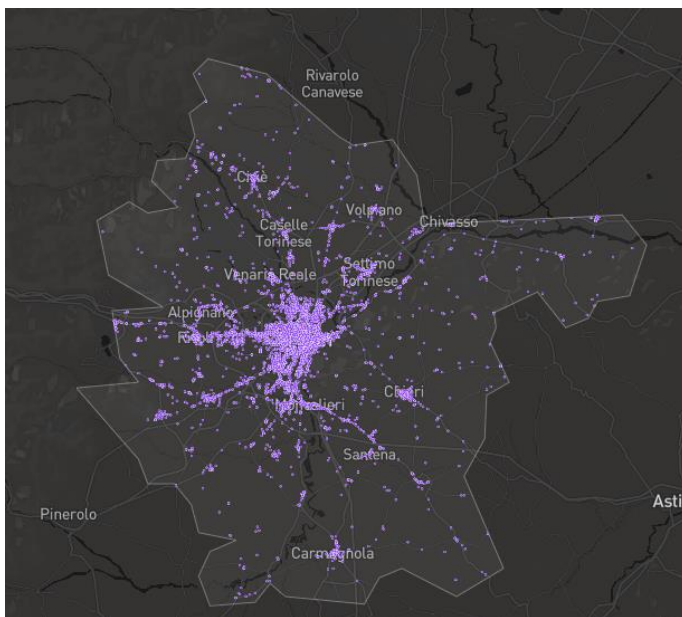
Torino e prima cintura: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

2022

2023

RISTORAZIONE

2024





Torino e prima cintura: Cluster & Topic (1)

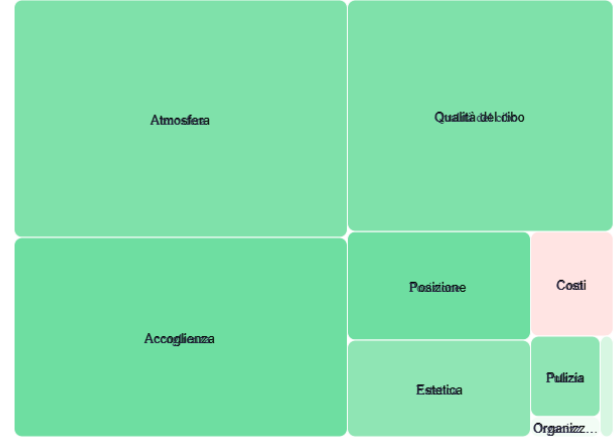
RISTORAZIONE

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	30,2%	87,7/100
Accoglienza	25,3%	90,6/100
Qualità Del Cibo	23,5%	85,3/100
Posizione	7,6%	88,9/100
Estetica	6,8%	82,0/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **30,2%** dei contenuti; segue l'accoglienza, con il **25,3%**, e la qualità del cibo, con il **23,5%**.
- Il tema dei **costi** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **14.100**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi, 128.500**.

DESTINATIONS

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



www.datappeal.io





Torino e prima cintura: Cluster & Topic (2)

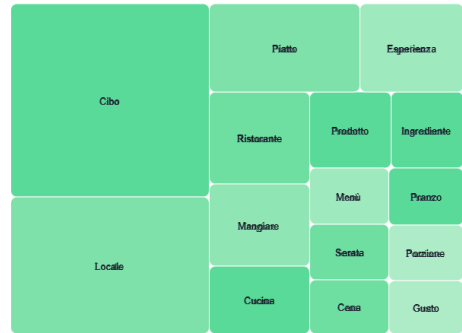
RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
 AREE: Torino AM
 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	22,3%	92,3/100
Locale	15,8%	86,0/100
Piatto	7,8%	87,7/100
Esperienza	5,4%	80,7/100
Ristorante	5,3%	89,0/100



DESTINATIONS | www.datappeal.io

Tra gli argomenti più discussi all'interno dell'accoglienza troviamo il personale con il 41% dei contenuti e un sentiment del 94,7/100.

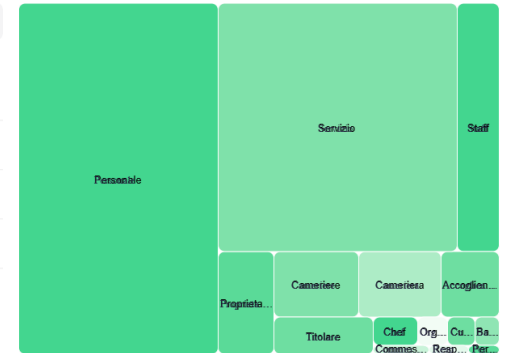
Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'atmosfera troviamo il cibo con il 22,3% dei contenuti e un sentiment del 92,3/100.

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

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomento	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Accoglienza		
Personale	41,0%	94,7/100
Servizio	34,7%	86,2/100
Staff	6,1%	97,1/100
Proprietario	3,4%	92,1/100
Camierere	3,3%	86,6/100



DESTINATIONS | www.datappeal.io

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



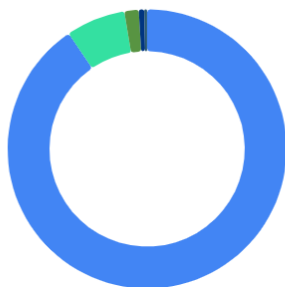
Torino e prima cintura: **Canali e Social**

RISTORAZIONE

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24
AREE: Torino AM
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 ● TheFork
● Booking.com ● Quandoo

	Distribuzione tracce digitali	Rating	Sentiment
Google	90,5%	8,7/10	86,7/100
TripAdvisor	6,9%	8,2/10	82,8/100
TheFork	1,7%	8,9/10	89,4/100
Booking.com	0,6%	8,5/10	85,2/100
Quandoo	0,3%	8,4/10	89,1/100

Le recensioni online sono maggiori su **Google**, con il **90,5%** dei contenuti; seguono **TripAdvisor**, con il **6,9%**, e **TheFork**, con l'**1,7%**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Torino e prima cintura

Attrazioni

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





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

ATTRAZIONI

PERIODO 01/01/24 - 31/12/24	AREE Torino AM	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	13,1%	227	34,6%	29,0k	93,1/100
2 Museo	10,1%	175	29,9%	25,0k	92,8/100
3 Parco	21,2%	369	10,6%	8,9k	89,3/100
4 Chiesa	31,0%	538	4,7%	4,0k	91,4/100
5 Castello	1,4%	24	3,8%	3,2k	92,0/100

Il monitoraggio della rete del comparto **attrattivo** si riferisce a **2.600 punti di interesse**; in particolare, le **prime 5 tipologie attrattive** che registrano il maggior numero di **tracce digitali** sono (per ciascuna di esse sono indicati i **POI**):

- **Chiese: 538;**
- **Parchi: 369;**
- **Attrazioni: 227;**
- **Musei: 175;**
- **Castelli: 24.**

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



www.datappeal.io





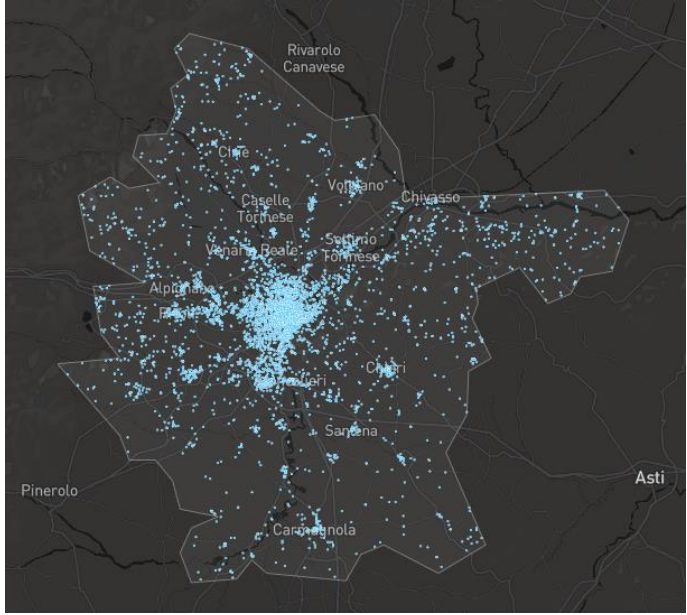
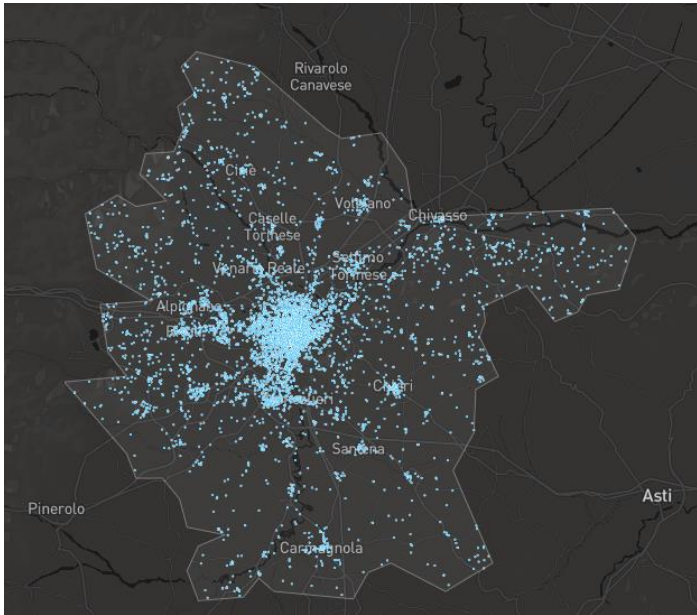
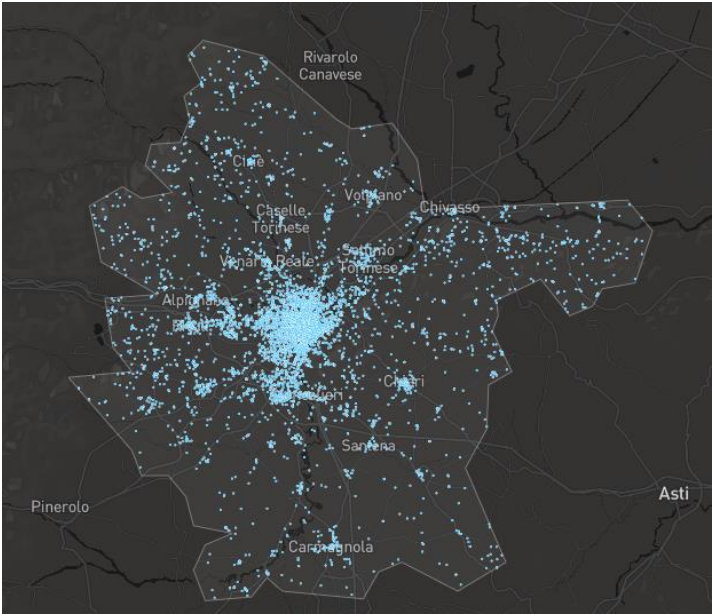
Torino e prima cintura: **Principali punti di interesse e distribuzione territoriale (2024 vs 2023 vs 2022)**

ATTRAZIONI

2022

2023

2024





Torino e prima cintura: Cluster & Topic (1)

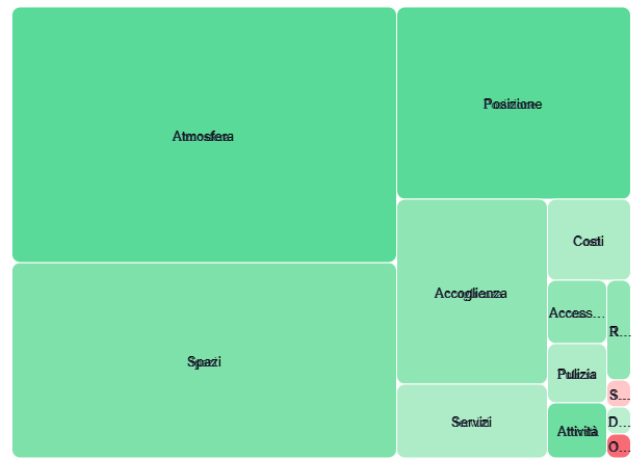
ATTRAZIONI

PERIODO: 01/01/24 - 31/12/24 | AREE: Torino AM | ANNO: | MESE: | COMPARTI: Attrazioni

Argomenti più discussi

Rappresentazione dell'importanza relativa degli argomenti più discussi online.

Argomenti principali	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Atmosfera	35,3%	92,2/100
Spazi	26,9%	86,1/100
Posizione	16,2%	93,2/100
Accoglienza	9,9%	85,0/100
Servizi	4,0%	77,2/100



- L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il **35,3%** dei contenuti; seguono gli spazi, con il **26,9%**, e la posizione, con il **16,2%**.
- Il tema della **sicurezza** presenta un **numero maggiore** di contenuti, **62**, con **giudizio negativo**; l'atmosfera ha i maggiori contenuti **positivi**, **9.000**.

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



www.datappeal.io





Torino e prima cintura: Cluster & Topic (2)

ATTRAZIONI

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

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

Atmosfera	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Museo	30,6%	92,8/100
Visita	14,1%	89,9/100
Esperienza	9,4%	90,3/100
Mostra	9,2%	92,5/100
Chiesa	3,8%	95,5/100



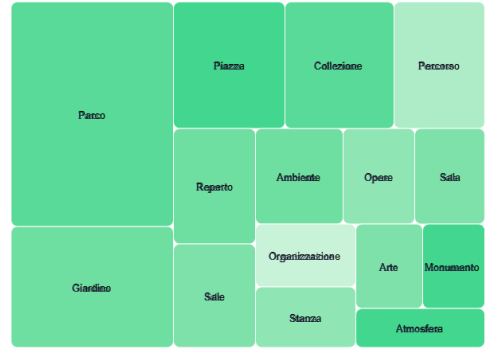
Tra gli argomenti più discussi all'interno degli spazi troviamo il **parco** con il **12,3%** dei contenuti e un **sentiment** del **93,3/100**.

Nelle recensioni online, tra gli argomenti più discussi all'interno dell'**atmosfera** troviamo il **museo** con il **30,6%** dei contenuti e un **sentiment** del **92,8/100**.

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

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

Spazi	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Parco	12,3%	93,3/100
Giardino	6,7%	88,6/100
Piazza	4,8%	95,5/100
Collezione	4,7%	94,0/100
Percorso	3,9%	78,2/100



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con



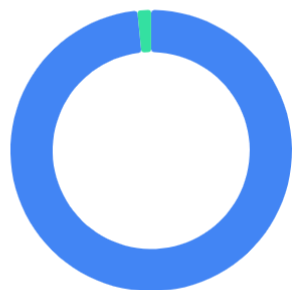
Torino e prima cintura: **Canali e Social**

ATTRAZIONI

PERIODO	AREE	ANNO	MESE	COMPARTI
01/01/24 - 31/12/24	Torino AM			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	98,4%	9,2/10	92,2/100
TripAdvisor	1,6%	8,3/10	83,2/100
Yelp	0,0%	10,0/10	100/100

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





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Focus Sentiment Analysis

Torino e prima cintura vs Italia

Anno 2024

01/01/2024 – 31/12/2024





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

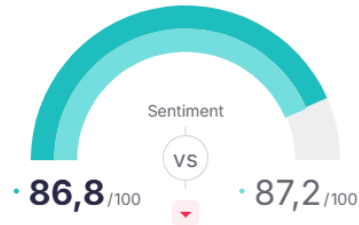
COMPLESSIVO

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

Il valore del *sentiment* di **Torino e prima cintura (+0,3)** è **inferiore** rispetto all'Italia: **86,8/100** vs **87,2/100**.

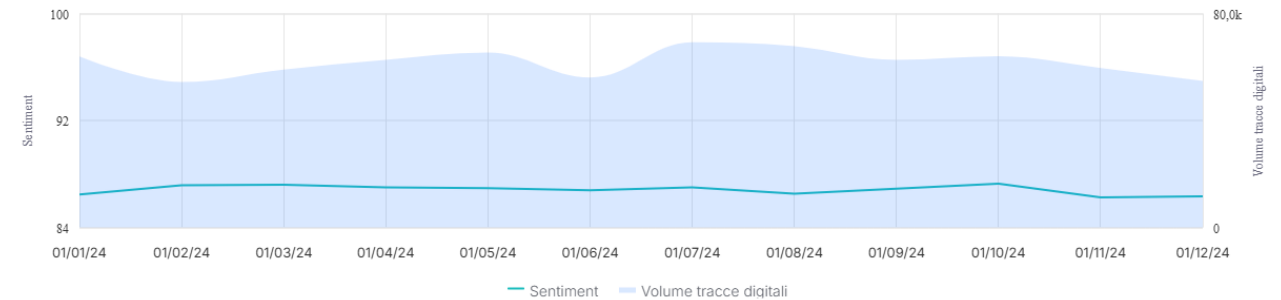
Sentiment

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



Volume tracce digitali e sentiment

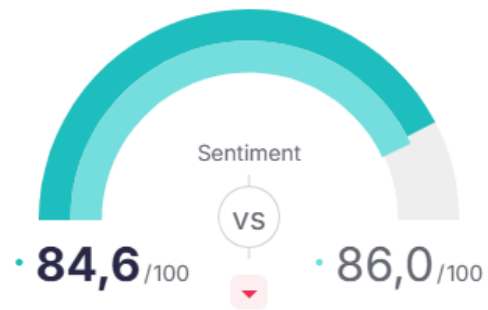
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.





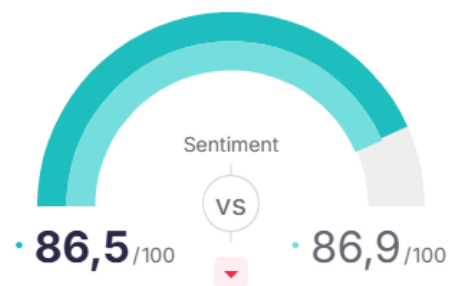
Recensioni on-line e *sentiment* Torino e prima cintura vs Italia

RICETTIVITÀ



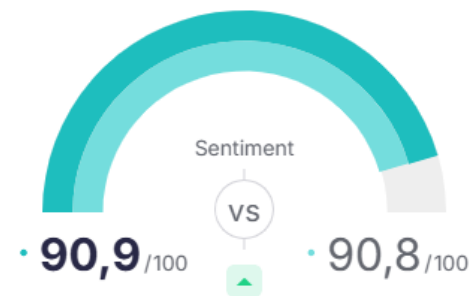
84,6/100 (+0,5) vs 86/100

RISTORAZIONE



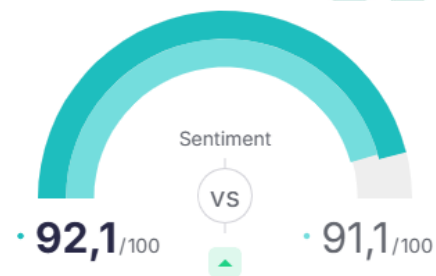
86,5/100 (+0,1) vs 86,9/100

AFFITTI BREVI



90,9/100 (=) vs 90,8/100

ATTRAZIONI



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

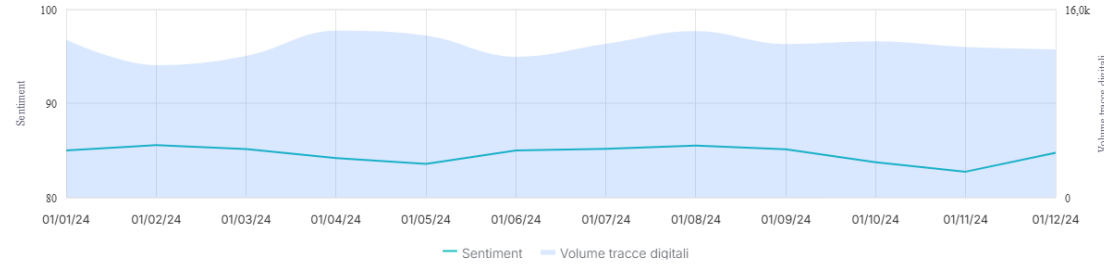


Volume tracce digitali e *sentiment*

RICETTIVITÀ

Volume tracce digitali e sentiment

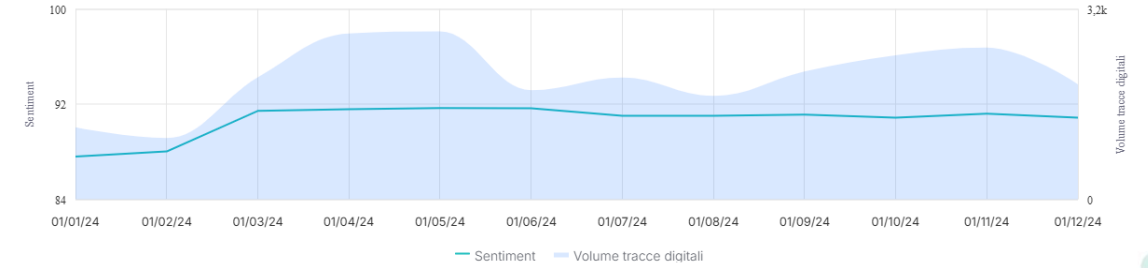
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



AFFITTI BREVI

Volume tracce digitali e sentiment

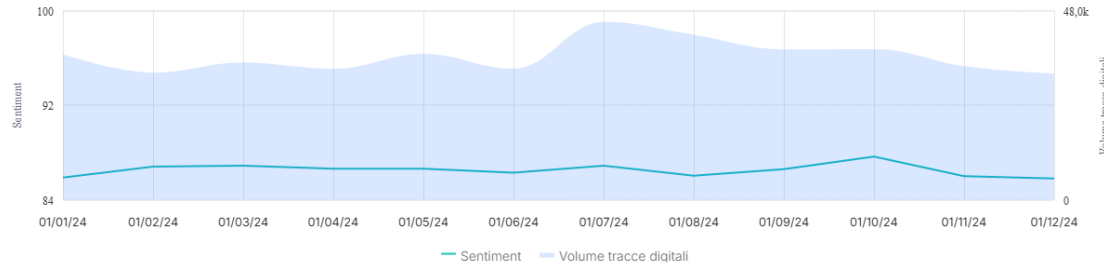
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



RISTORAZIONE

Volume tracce digitali e sentiment

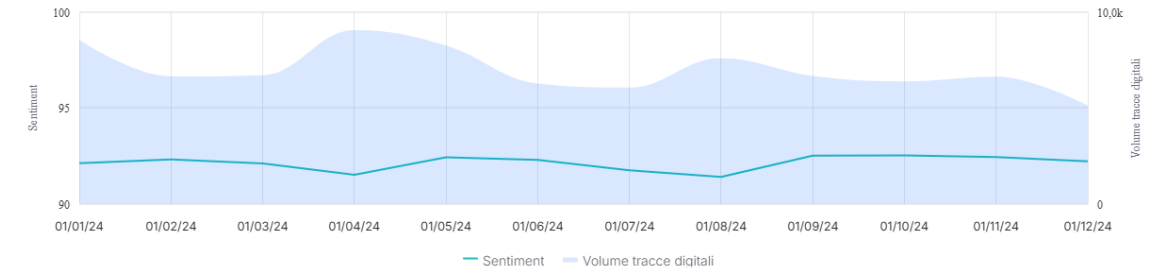
Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume delle tracce digitali e Sentiment per il periodo selezionato.



ATTRAZIONI

Volume tracce digitali e sentiment

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





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE



REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

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