



PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit
Piemonte
REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

UNIONCAMERE
PIEMONTE

REGIONE
PIEMONTE

ASSOCIATO
PIEMONTE
valori comuni
Una regione, tanti colori

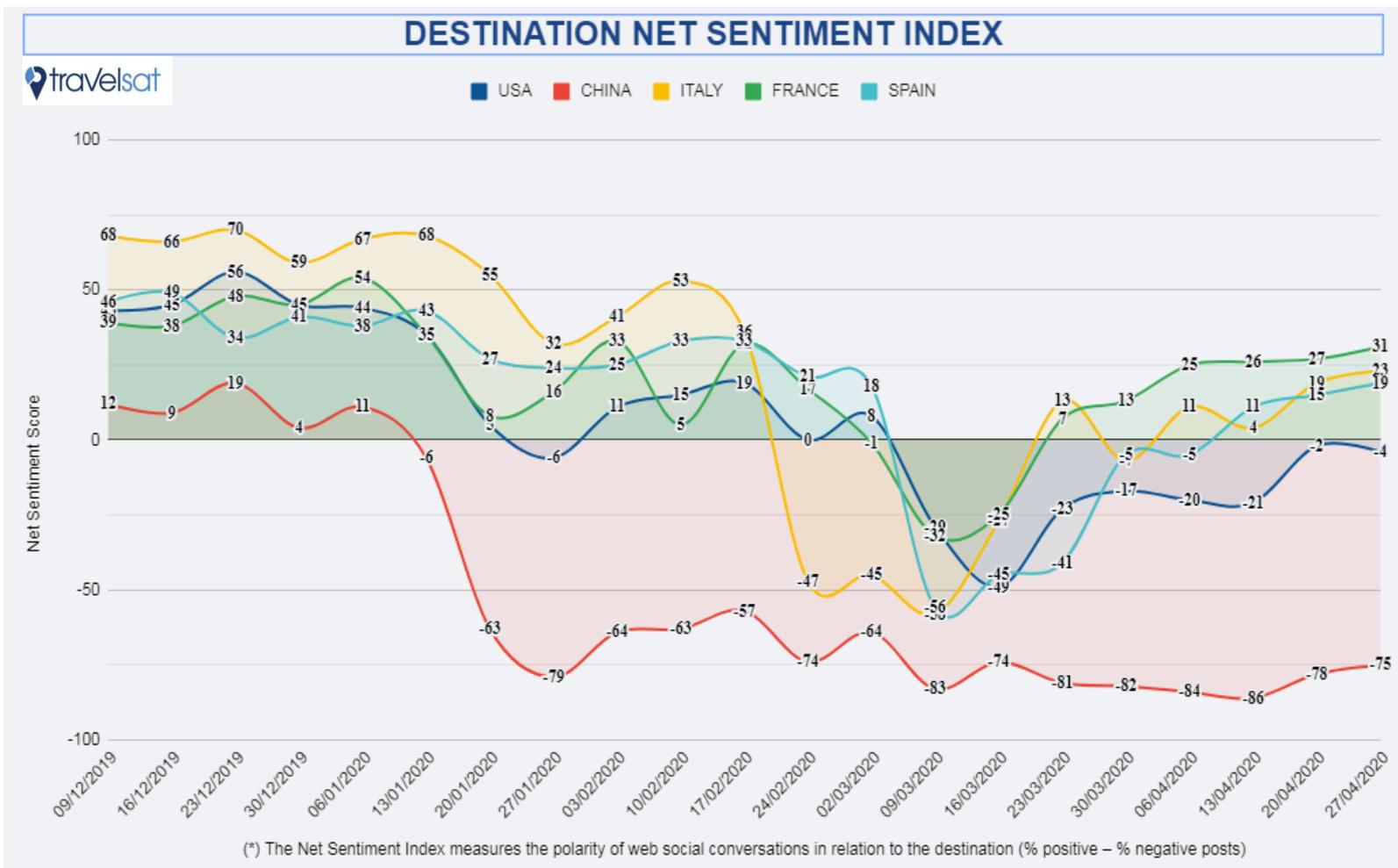
Sentiment Analysis Piemonte

Primo focus

25 maggio 2020



Destination Net Sentiment Index



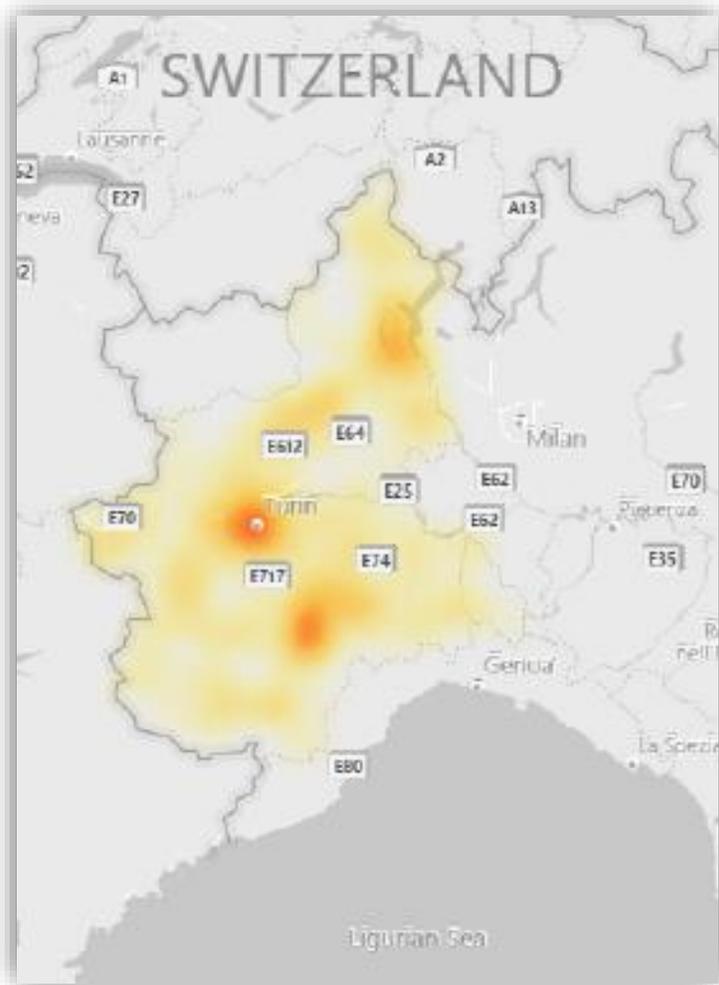
«La destinazione con una migliore reputazione oggi sarà favorita nella scelta di domani»

TRAVELSAT



Sentiment Analysis

Destinazione Piemonte – **Sentiment Analysis** | Dimensioni di analisi:



TRAVEL APPEAL

- Il monitoraggio della rete si riferisce a **14.213 Punti di Interesse** della **filiera turistica piemontese** di cui si è parlato sul web, nelle **recensioni online** (nel 2018 erano 14.902 con una variazione pari a -4,9%).
- In particolare si tratta di:
 - **3.580 strutture ricettive**
 - **8.882 strutture della ristorazione** (in prevalenza ristoranti)
 - **1.651 attrattori**→ la ristorazione condiziona maggiormente il sentiment complessivo.
- I Punti di Interesse si concentrano maggiormente a **Torino** e **area Metropolitana**; nella zona delle **Langhe Monferrato Roero** e nell'area del **Distretto dei Laghi**; presentano una distribuzione più frammentata sul resto del territorio regionale.

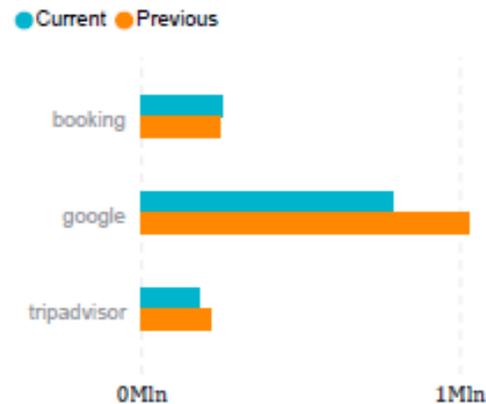


Sentiment Analysis

Destinazione Piemonte – Sentiment Analysis: prime indicazioni 2019 vs 2018

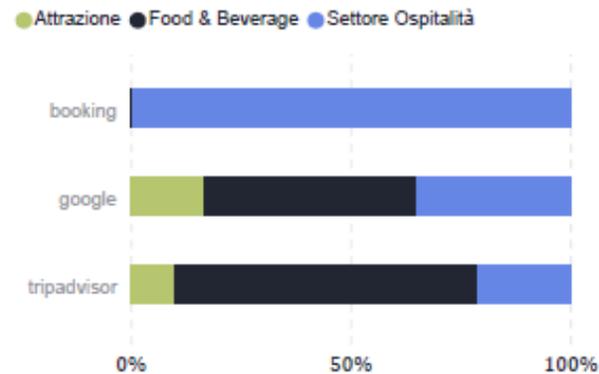
Contenuti per canale principale

Contenuti per Canale



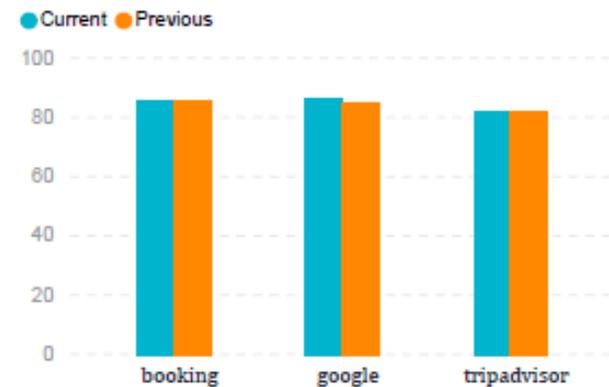
Strutture per canale principale

Strutture per Canale



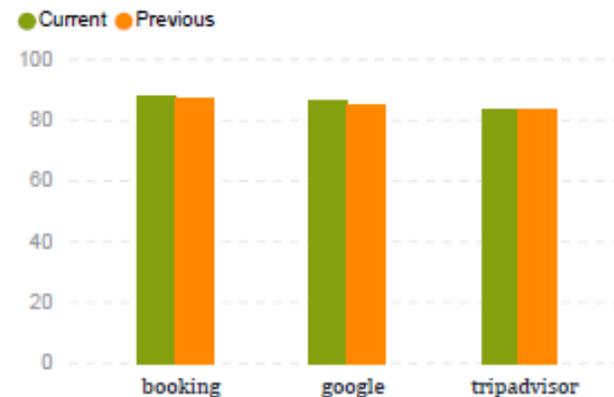
Sentiment per canale principale

Rating



Soddisfazione per argomento - Stranieri

Sentiment



I **tre canali principali** presentano una specializzazione in **relazione a funzioni e obiettivi originali**:

- **Booking**: prenotazione e acquisto soggiorni in strutture ricettive;
- **Google**: da motore di ricerca sul web a portale di *search, book and buy* multiprodotto e servizi;
- **Tripadvisor**: portale di recensioni di hotel e ristoranti.

Le recensioni rilevate per il Piemonte sono maggiori su **Google**, che ha una rappresentanza di **tutte le categorie**.

Booking contribuisce solo con contenuti connessi alla **ricettività**

Tripadvisor in misura maggiore per la **ristorazione**.

Punteggio e sentiment del 2019 sono in lieve aumento rispetto al 2018

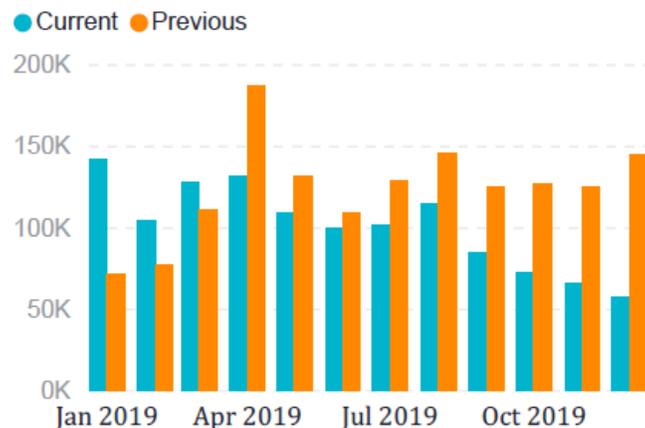


Sentiment Analysis

Destinazione Piemonte – Sentiment Analysis: prime indicazioni 2019 vs 2018

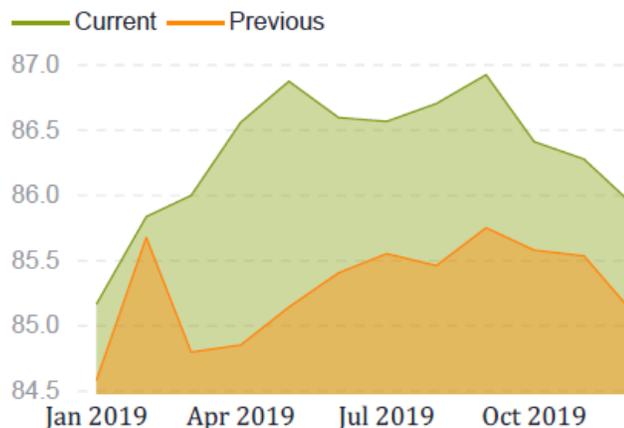
Contenuti monitorati - Filiera

Contenuti Totali per Mese



Sentiment filiera

Sentiment per Mese

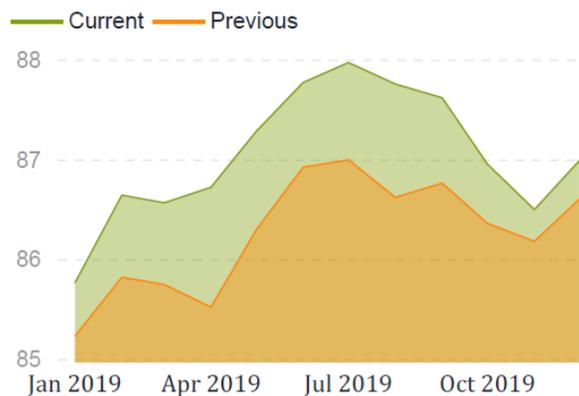


I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment in rete** rispetto alla nostra **offerta turistica** nel **2019** sono stati c.a. **1,215 milioni** (-18% sul 2018):

- Il **sentiment complessivo** è pari a **86,3/100**, in crescita di un punto sul 2018
 - ✓ strutture ricettive = 87,1/100
 - ✓ Ristorazione = 84,6/100
- entrambi gli indici sono in miglioramento

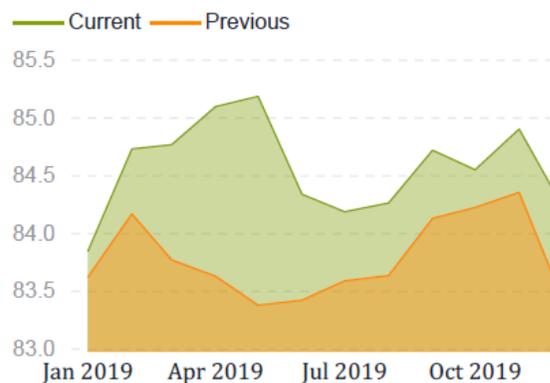
Sentiment Strutture ricettive

Sentiment per Mese



Sentiment Ristorazione

Sentiment per Mese



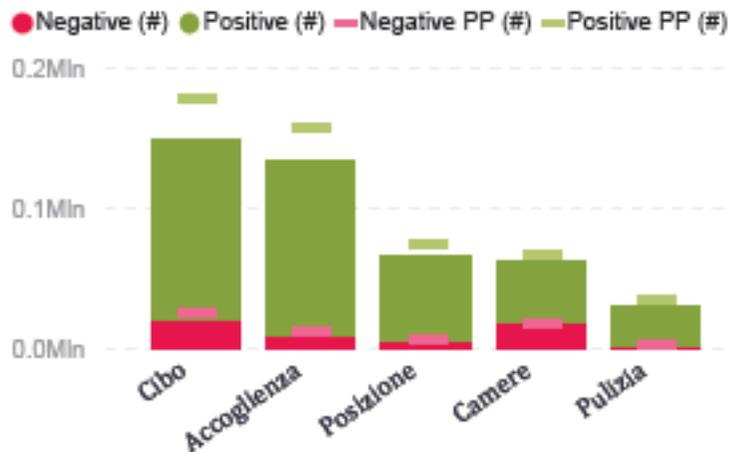
- L'**andamento del sentiment** presenta **picchi maggiori**:
 - ✓ nei **mesi estivi**, corrispondenti ai picchi di presenze, per l'**ospitalità**;
 - ✓ In **primavera** e in **autunno** per la **ristorazione**.



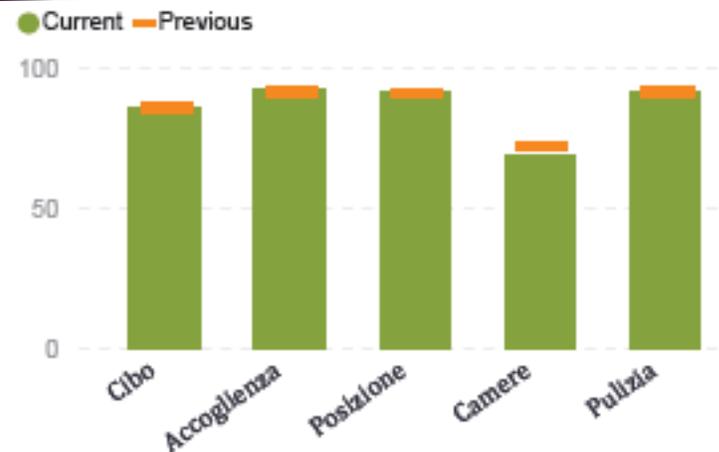
Sentiment Analysis

Destinazione Piemonte – Sentiment Analysis: prime indicazioni 2019 vs 2018

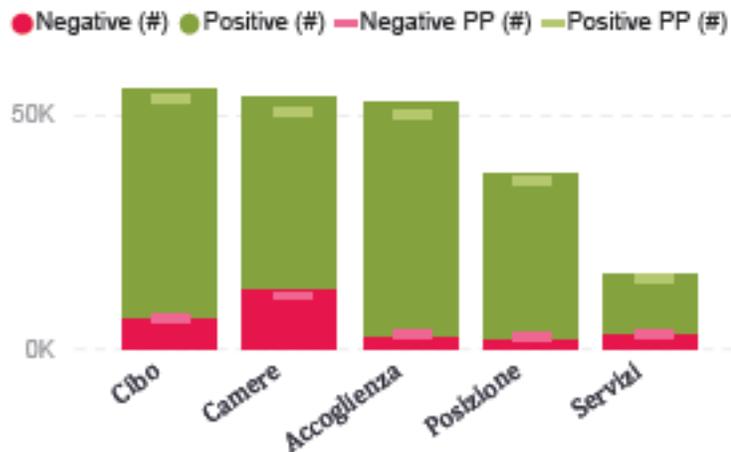
Giudizi - Italiani



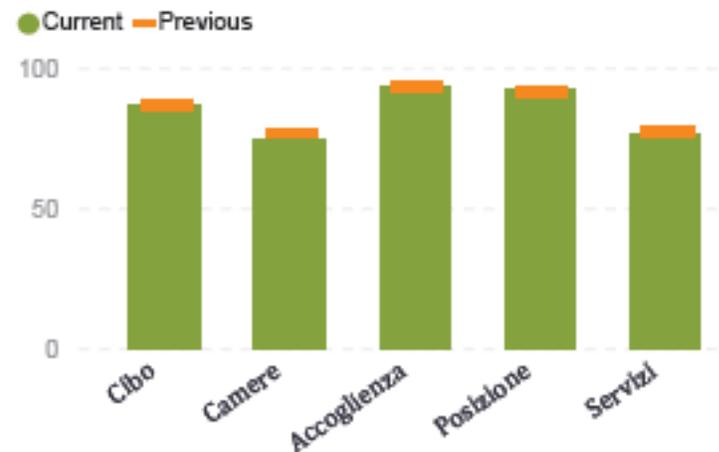
Soddisfazione per argomento - Italiani



Giudizi - Stranieri



Soddisfazione per argomento - Stranieri



- L'argomento più discusso è il **cibo** sia per gli italiani sia per gli stranieri
- Seguito da:
 - ✓ **accoglienza** per la **domanda italiana**
 - ✓ **camere** per la **domanda estera**.
- Il tema delle **camere** presenta un **maggior numero di contenuti con giudizio negativo**;
- l'**accoglienza** ha i **maggiori contenuti molto positivi**.
- La **soddisfazione** è in **aumento** e gli asset di maggiore soddisfazione sono **accoglienza e posizione**.



Sentiment Analysis

Destinazione Piemonte – Sentiment Analysis: prime indicazioni 2019 vs 2018

Contenuti e Sentiment per Mercato

Contenuti per Tipologia

● Domestic ● No Domestic



Sentiment per Tipologia

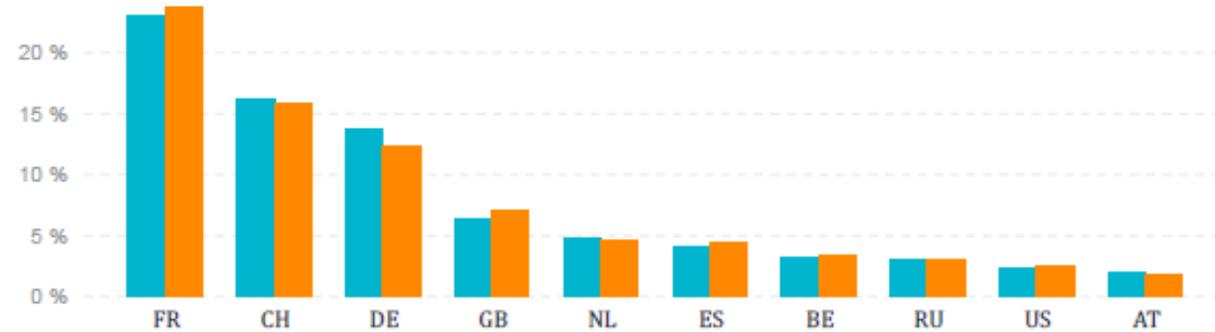
● Current ● Previous



Contenuti per Provenienza

Contenuti Ospiti Esteri

● Current ● Previous



- Il **61,3%** delle recensioni è redatto da **utenti italiani** (nel 2018 era il 64,6%);
- la quota di **recensioni estera** è **umentata** e vale **38,7%** del totale;
- il **sentiment** è complessivamente in crescita e risulta **più positivo** fra gli utenti del **mercato estero**= vale **87,8/100**, vs. un **85,7/100** del mercato italiano
- Tra le **recensioni dall'estero** I numero maggiore proviene da **utenti francesi, svizzeri e tedeschi**.

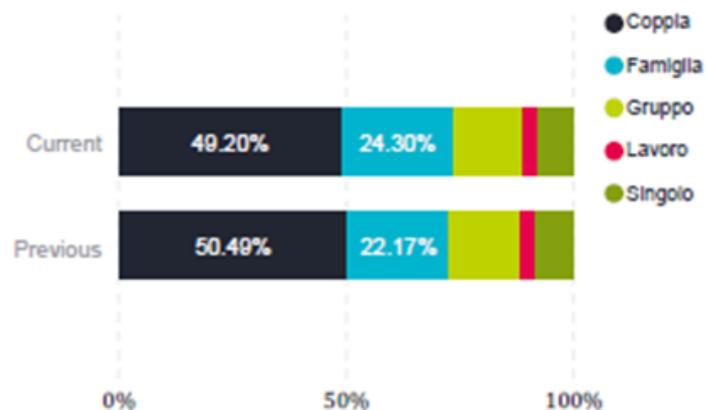


Sentiment Analysis

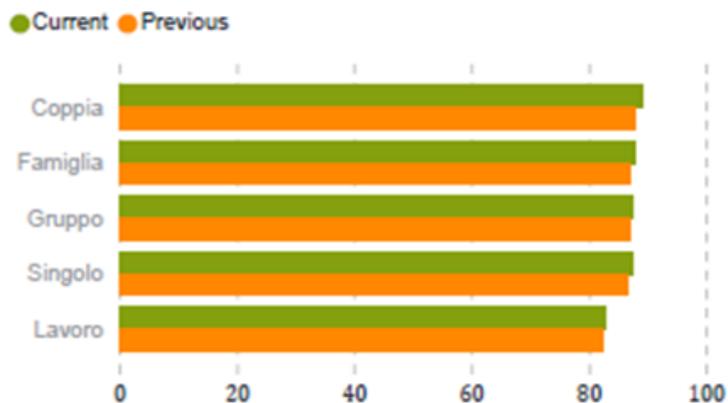
Destinazione Piemonte – Sentiment Analysis: prime indicazioni 2019 vs 2018

Contenuti e Sentiment per Profilo

Contenuti per Tipologia

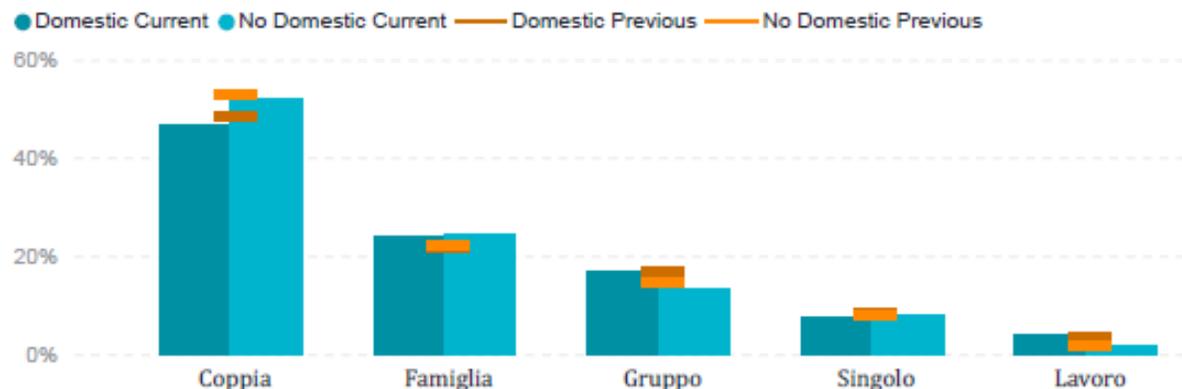


Sentiment per Tipologia



Contenuti per Profilo - Mercato

Contenuti per Tipologia



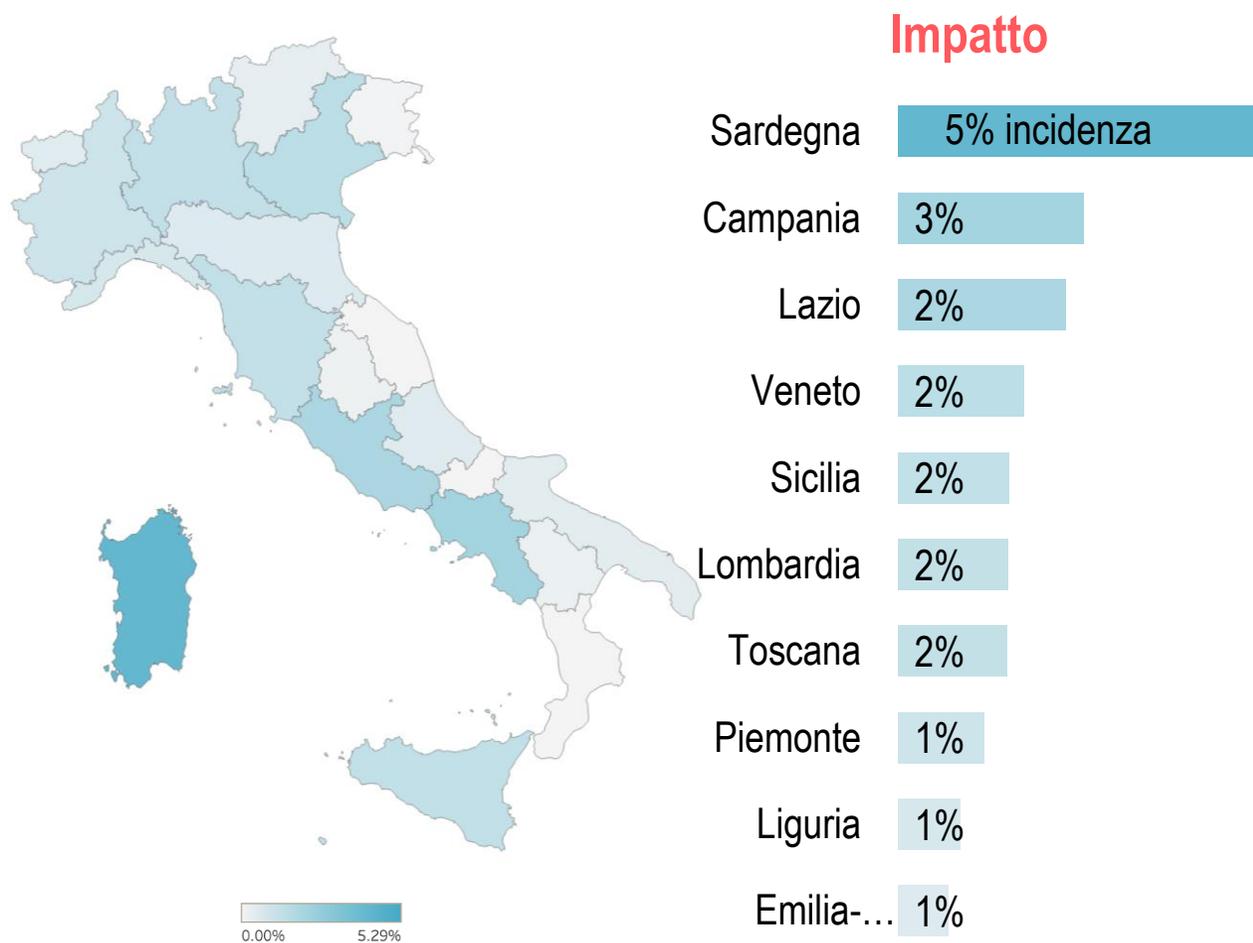
Il profilo del **campione di utenti** disponibile per l'analisi evidenzia che:

- la **quota maggiore delle recensioni** è redatta da **coppie: 49,2%** (50,5% nel 2018), in particolare provenienti dall'estero;
- a seguire le **famiglie**, la cui **quota è aumentata** rispetto all'anno precedente e **vale 24,3%**, ripartita quasi equamente fra provenienza estera e italiana.
- il **sentiment**, in **aumento rispetto all'anno precedente** per tutti i profili, è **più positivo fra le coppie** con un **indice di 88,9/100**, e, a seguire, fra le **famiglie** con **87,8/100** e i **gruppi** con **87,5/100**.
- il **sentiment** degli utenti che soggiornano **per motivi di lavoro** è **leggermente meno positivo**.



Sentiment Analysis

Destinazione Piemonte – **Sentiment Analysis**: prime indicazioni 2020 vs 2019 I° quad.



Fonte: Data Appeal



- Dal 24 febbraio al 6 aprile 2020, gli argomenti legati a **disdette, cancellazioni e rimborsi** nelle recensioni lasciate online dagli utenti sulle strutture ricettive italiane si fanno **sempre più frequenti**, fino a spiegare il 4% delle recensioni totali nella settimana del 30 marzo.
- Il **sentiment** legato a queste recensioni si mantiene **sotto la soglia della positività**, elemento che suggerisce le difficoltà degli utenti nel fronteggiare una disdetta. Nello stesso periodo del 2019, questi argomenti nelle recensioni avevano una frequenza prossima allo zero.
- Tra le **prime dieci regioni italiane per impatto dei commenti** relativi a **disdette, cancellazioni e rimborsi**, si trovano la **Sardegna (5%)**, la **Campania (2,71%)** e il **Lazio (2,45%)**. Possiamo ipotizzare che nelle regioni più turistiche, più è basso questo valore, meno le persone si sono lamentate per la gestione delle loro cancellazioni.
- Il **Piemonte** si trova al **fondo** di questa **classifica** insieme a **Liguria e Emilia-Romagna (1%)**.

Sentiment Analysis

Destinazione Piemonte – **Sentiment Analysis**: prime indicazioni 2020 vs 2019 I° quad.

LE COMPONENTI DELL'OFFERTA ⓘ



- Hotel
- Altri alloggi
- Agriturismo
- Bed and Brea...
- Residence
- Altro

ANDAMENTO ⓘ

62,5k vs. **140,7k** **30,3** vs. **43,2**
Contenuti Contenuti per POI

-55,6% Differenza

-12,9 Differenza



- Nei **primi quattro mesi del 2020**, l'emergenza **sanitaria** ha inciso molto sui comportamenti degli utenti facendo consuntivare un **calo dei contenuti molto forte**:
- per la **ricettività -55,6%**;
- in particolare, a **marzo -76,7%** e ad **aprile -86,4%**.
- Nel mese di **maggio** il calo di contenuti è in lieve risalita (**-80,4%**) **indicativo di una probabile inversione di tendenza**.

